

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄԱՍՆԱՎՈՐ ՌԱԴԻՈԿԱՅԱՆՆԵՐԻ ՀԵՂԻՆԱԿԱՅԻՆ ՀԱՂՈՐԴԱՇԱՐԵՐԸ ԵՎ ԾՐԱԳՐԵՐԸ

Հայաստանի Հանրապետությունում անկախության հռչակագրի ընդունումը և ազատ շուկայական հարաբերությունների ձևավորումը նպաստավոր պայմաններ ստեղծեցին մասնավոր զանգվածային լրատվամիջոցների հիմնադրման համար: Տասնամյակների ընթացքում մարդկանց մոտ արմատացած գաղափարները բխվեցին արտերկրից ընդօրինակված մոր, մեզանում արդեն մոռացված գաղափարներին ու օրենքներին: Նորություններից մեկը մասնավոր FM ռադիոկայանների հիմնադրումն ու հանրապետական ռադիոշուկայի նորովի ձևավորումն է: Մեկը մյուսի ետևից սկզբում մայրաքաղաքում, այնուհետև մարզերում բացվեցին մեծ թվով մասնավոր ռադիոկայաններ, որոնք աստիճանաբար արմատավորվելով հանրապետական լրատվաշուկայում սկսեցին հաջողությամբ մրցակցել հարուստ ավանդույթներ ունեցող հանրապետական ռադիոյի, այժմ արդեն հանրային ռադիոյի հետ:¹ Իրենց գործելաժողով, կառուցվածքով, մատուցման եղանակով, լրատվական, երաժշտական, ծրագրային քաղաքականությամբ այս ռադիոկայանները եականորեն տարբերվում են Հայաստանի հանրային ռադիոյից: Սրան նպաստեց նաև մասնավոր ռադիոկայանների եթեր հեռարձակած հաղորդումների օպերատիվ բնույթն ու լսելիության շառավիղը:

Հայաստանի մասնավոր ռադիոընկերությունները ունեցան զարգացման երկու փուլ: Առաջին փուլում բոլոր մասնավոր ռադիոկայանները ունեին գերազանցապես երաժշտական-ժամանցային ուղղվածություն, որն էականորեն փոխվեց աստիճանաբար ռադիոշուկա մուտք գործած, նորություն հանդիսացող հեղինակային հաղորդաշարերի ու ծրագրերի շնորհիվ: Հեղինակային

¹ Հովսեփյան Մ., Ռադիոշուկայի ձևավորման և զարգացման ժամանակակից միտումները Հայաստանում, Ժուռնալիստիկա /պատմության և տեսության հարցեր/, պրակ գ, Երևան, 2002թ., էջ 5:

հաղորդումները կանխորոշեցին մասնավոր ռադիոկայանների որակական անցումը երկրորդ փուլին: Աստիճանաբար ամրապնդվելով, դրանք մասնավոր ռադիոկայաններում դարձան լրատվական-երաժշտական-ժամանցային քաղաքականության բաղկացուցիչ մասը, հաճախ որոշեցին նրանց ուղղությունը, դառնալով հանրապետական ռադիոշուկայի ամենամրցունակ ռադիոարտադրանքն ու շահույթ ապահովող հիմնական միջոցներից մեկը:²

Հայաստանում առաջին մասնավոր ռադիոկայանը «Հայ FM» 105.5-ը հիմնադրվեց 1994թ. դեկտեմբերի 5-ին: Իր բնույթով այն երաժշտական-ժամանցային-տեղեկատվական էր: Ծիշտ է՝ շուրջօրյա հաղորդացանցով ռադիոկայանը երկու ժամը մեկ եթեր էր տալիս նաև օպերատիվ, հասարակական հնչեղություն ունեցող քաղաքական, տնտեսական, մշակութային, մարզական իրադարձությունների մասին պատմող լրահավաք, բայց այն կազմում էր ռադիոկայանի եթեր հեռարձակված հաղորդումների յոթ տոկոսը միայն, իսկ մնացած ժամանակը տրամադրվում էր երաժշտական հաղորդումներին և խաղ-վիկտորինաներին: «Հայ FM»-ը առաջին մասնավոր ռադիոկայանն էր, որը ռադիոունկնդրի հետ, մինչ այդ նորություն հանդիսացող դիջեյների մասնակցությամբ, ուղիղ հեռախոսակապի միջոցով խաղ-վիկտորինաներ կազմակերպեց և հավաքեց մեծ լսարան: Ուղիղ եթերի առկայությունը և անմիջական կապը լսարանի հետ մեծապես փոխեց լսարանի պատկերացումները մասնավոր ռադիոկայանների ծրագրային քաղաքականության նկատմամբ, իր համար հայտնագործելով ռադիոեթերի այնպիսի նոր առանձնահատկություններ, որոնք մինչ այդ չկային և գաղափարական նկատառումներով չէին կիրառվում: «Հայ FM» ռադիոկայանով հնչեցին առաջին հեղինակային հաղորդումները, որոնք աչքի էին ընկնում բազմաժանրայնությամբ, թեմատիկ բազմազանությամբ, առօրյա հրատապ, արդիական հարցադրումներ պարունակող նյութերով: Առաջին հեղինակային հաղորդաշարերից էին՝ «Մեկ գավաթ սուրճը», «Պատվերով համերգը», «Աստղագուշակը», որոնք մեծ հեղինակություն էին վայելում ռադիոունկնդր-

² Ուղիղ և հեռուստատեսային ծրագրերի ստեղծման էթիկական չափանիշները, Հեռուստատեսություն և ռադիո /Լրագրություն և ստեղծագործական մենեջմենտ/, Երևանի մամուլի ակումբ, Երևան, 2000, էջ 15-18:

Ների շրջանում և, որպես կանոն, հավաքում մեծ լսարան: Այս նորաստեղծ հաղորդաշարերը նպաստեցին Հայաստանի մասնավոր ռադիոկայաններում հեղինակային հաղորդաշարերի և ծրագրերի հիմնադրմանը(այժմ «Հայ FM»-ը իր եթերաժամը տրամադրել է «Եվրոպա+» ռադիոկայանին):

«Հայ FM» ռադիոկայանին հետևեցին «Արծազանք», Գյումրիի «Շանթ», Վանաձորի «Ինտերկապ», «Լոռի», Երևանյան «Վան», «Տոսպա», «Իմպուլս+» և այլ ռադիոկայաններ, որոնք կարճ ժամանակաընթացքում հիմնադրեցին տասնյակ հեղինակային հաղորդումներ: Հանրապետական ռադիոշուկայում ստեղծված առողջ մրցակցության պայմաններում մասնավոր ռադիոկայանները հիմնեցին և այժմ եթեր են հեռարձակում շուրջ 200 հեղինակային հաղորդաշարեր և ծրագրեր: Այժմ Հայաստանում գործող, ինքնուրույն ծրագրային քաղաքականություն վարող մասնավոր ռադիոկայանները, բացառությամբ վերահեռարձակողների, ունեն իրենց սեփական հեղինակային հաղորդումները: Ի տարբերություն վերահեռարձակող ռադիոկայանների, հեղինակային հաղորդումներ պատրաստող տեղական ռադիոկայանները արձագանքում են հանրապետության տարբեր բնագավառներում առկա հիմնախնդիրներին՝ հավաքելով մեծ լսարան: Հեղինակային հաղորդումների պատրաստման և հեռարձակման ասպարեզում ձևավորվել է մի այնպիսի իրավիճակ, երբ մի շարք առաջատար մասնավոր ռադիոկայաններ («Արծազանք», «Վան», «Շանթ», «Ռադիո Հայ», «Ինտերնյուս» հասարակական կազմակերպության ռադիոբաժինը, Ազատություն ռադիոկայանի «Մաքս լիբերտի» երիտասարդական ծրագիր) կարողացել են իրենց տեխնիկական և ստեղծագործական հնարավորությունների սահմաններում հիմնադրել այնպիսի հեղինակային հաղորդումներ, որոնք մրցունակ են հանրապետական ռադիոշուկայում՝ ապահովելով այդ ռադիոկայանների գովազդային ներմուծումները և ներդրումների համար ստեղծելով նպաստավոր պայմաններ: Սա պայմանավորված է նաև նրանով, որ լսարանի մեծությունից է կախված գովազդատուներից վճարումների չափը, որով պայմանավորված է եկամտի ձեռքբերումն ու մասնավոր ռադիոկայանների հարստացումը:³

³ Զոհլեր Ղ., Ռադիոհեռուստատեսային ժուռնալիստիկա: Արհեստ, քե մասնագիտություն, Ռադիոհեռուստատեսային լուրերի պատրաստման և մատուցման ձեռնարկ, Երևան, 2001թ., էջ 5:

Հանրապետական ռադիոշուկայում մրցունակության միտումները նշելու համար, պետք է նկատի ունենալ, որ մասնավոր ռադիոկայանների մեծ մասը, մոտ 95 տոկոսը, կենտրոնացված է մայրաքաղաքում և եթեր է հեռարձակվում, ի տարբերություն մասնավոր հեռուստաընկերությունների, բացառապես FM հաճախականությամբ: Ի տարբերություն հանրային ռադիոյի, որը եթեր է հեռարձակվում մետրային, դեցիմետրային և լարային ցանցով, մասնավոր ռադիոկայանների FM հաճախականությամբ սփռվող ալիքները նախատեսված են կոնկրետ շառավղի համար և արգելքներ լինելու դեպքում դառնում են անհասանելի: Այդ պատճառով մասնավոր ռադիոկայանները իրենց պատրաստած հեղինակային ծրագրերով հանրային ռադիոյի հետ կարողանում են մրցակցել միայն մայրաքաղաքում, իսկ հանրային ռադիոն, իր հերթին, հանրապետության մարզերում ունի բացարձակ գերիշխող դիրք, բացառությամբ Գյումրիի, որտեղ նրա հետ կարողանում է մրցակցել «Շանթ» ռադիոընկերությունը: Ահա այսպիսի մրցակցային շուկայի առկայության պայմաններում հանրապետական մասնավոր ռադիոկայանների արտադրանքի շուկան 90 տոկոսով համընկնում է մայրաքաղաքային ռադիոշուկայի հետ, որտեղ մրցակցության համար ստեղծված են բավականին բարենպաստ պայմաններ: Այդ պայմանների գոյացմանը նպաստում է նաև այն, որ զովագրային շուկայում ենթակայությունը հովանավորներից բավականին մեծ է, ստացվող շահույթը միջին ծախսերից ավել է և ռադիոշուկա մուտք գործելը բավականին դյուրին է: Սա վկայում է նաև, որ հանրապետական ռադիոշուկան դեռևս ծնավորման փուլում է և մինչև կայացումը ճանապարհ ունի անցնելու: Նույնիսկ բարձր վարկանիշ ունեցող ռադիոկայանների ցուցանիշների կտրուկ տատանումը փաստում է, որ հանրապետական ռադիոշուկան ունի բավականին մեծ լսարանային խմբեր, որոնց համար բարենպաստ պայմաններ ստեղծելու դեպքում նրանք կկողմնորոշվեն դեպի տեղական ռադիոկայանները:⁴

Հանրապետական ռադիոշուկայում հեղինակային հաղորդաշարերի և ծրագրերի պատրաստման և հեռարձակման առաջատարը «Արծազանք» ռա-

⁴ Գրիգորյան Ս., Մասնավոր ռադիոկայանների վարկանիշները, Վարկանիշ, Երևան, 2001թ., № 3, էջ 15:

դիոկայան է, որը հիմնադրվել է 1997թ. մայիսի 12-ին, FM 103. 5 հաճախականությամբ: Ռադիոկայանը պատրաստում և հեռարձակում է 100-ից ավելի հեղինակային հաղորդաշարեր և ծրագրեր. այսինքն հայկական մասնավոր ռադիոշուկայում արտադրվող հեղինակային հաղորդումների կեսից ավելին, որն էլ կանխորոշում է այդ ռադիոկայանի տեղն ու դերը հանրապետական ռադիոշուկայում:

«Արծազանք» ռադիոկայանի հեղինակային հաղորդումները զրույցներ են լսարանի հետ, զվարճալի, երաժշտական, ճանաչողական, հոգևոր, գրական-գեղարվեստական թեմաներով ծրագրեր: Այդ հաղորդումներին հաճախակի մասնակցում են նաև հյուրեր՝ հոգեբաններ, հայտնի արվեստագետներ, երգիչներ:

Ռադիոկայանի հեղինակային հաղորդաշարերն ու ծրագրերը բաժանվում են մի քանի բաժինների, որոնցից առավել մեծ լսարան են հավաքում հետևյալ բնույթի հաղորդաշարերն ու ծրագրերը՝

• Երաժշտական-ժամանցային հաղորդումներ՝ «Երաժշտական ընդմիջում», «Ամակնկալ», «Երաժշտական բացիկ», «Պատվերով համերգ», «Էրուդիտ», «Փնտրում են», «Աստղագուշակ», «Վահագնի սենյակ»:

• Գրական-գեղարվեստական բնույթի հաղորդումներ՝ «Բարի լույս», «Բարի օր», «Բարի երեկո», «Բարի գիշեր», «Կուռքեր», «Պոեզիայի ժամ»:

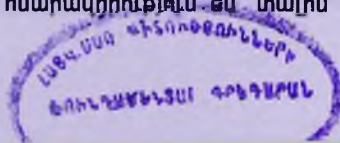
• Պատմության և աշխարհագրության թեմաներով՝ «Հիշարժան տարեթվեր», «Պատմության մարգարիտներ», «Ռադիոճանապարհորդություն»:

• Կանանց և գեղեցկության թեմաներով՝ «Ամահիտ, կին, մայր», «Հայելի», «Միշտ գեղեցիկ», «Նե և նա»:

• Հայաստանի վերաբերող հաղորդումներ՝ «Հոգևոր Հայաստան», «Սեզ հայ են ասում», «Երևանյան էքզիզներ»:

• Հոգևոր թեմաներով հաղորդումներ՝ «Ի խորոց սրտի», «Հոգևոր պատգամ», «Հոգևոր Հայաստան», որոնք պատրաստվում են «Շողակաթ» ստուդիայի հետ: Կարևորելով հոգևոր հաղորդումների դերն ու նշանակությունը ռադիոկայանի տնօրենը նշում է, որ «հոգևորն այն հիմքն է, որի վրա է ամեն ինչ կառուցվում: Առանց հոգևորի ամեն ինչ չոր է և գոեհիկ»: Թերևս կարելի է համաձայնել և ողջունել նախաձեռնությունը:

Կան նաև ծրագրեր, որոնք լսարանին հնարավորություն են տալիս



հաստատելու նոր ծանոթություններ, գտնելու նոր ընկերներ «Փնտրում եմ», «Անակնկալ հանդիպում», «Անծանոթների հանդիպում», «Բարև, ես եմ»:

«Արձագանք» ռադիոկայանը եթերաժամ է տրամադրում նաև այլ մասնագիտական կառույցների, որոնց մեջ առավել աչքի է ընկնում «Ինտեր-նյուս» հասարակական կազմակերպության պատրաստած «Ինտերնյուսի անիվ» հեղինակային հաղորդաշարը: Նմանատիպ հեղինակային հաղորդաշար է պատրաստում «Ազատություն» ռադիոկայանի «Մաքս լիբերթի» երիտասարդական ծրագիրը, որը հեռարձակվում է «Ռադիո Հայ» մասնավոր ռադիոկայանով:

Հանրապետական ռադիոշուկայում հեղինակային մրցունակ հաղորդումներ են պատրաստում նաև «Ռադիո Վան», «Իմպուլս+», «Ռադիո Հայ», «Հայ FM», «Շանթ» ռադիոկայանները, որոնց պատրաստած հեղինակային հաղորդումները ունեն ընդգծված ուղղվածություն և կայուն լսարան, կամ մասնագիտացված են երաժշտական-ժամանցային, լրատվական, կամ գրական-գեղարվեստական հեղինակային հաղորդումների պատրաստման ասպարեզում: Դիտարկումները ցույց են տալիս, որ հեղինակային թեմատիկ հաղորդումների նեղ մասնագիտական ընդգծվածությունը թույլ է տալիս նրանց հանրապետական ռադիոշուկայում մրցակցելու հանրային ռադիոյի նմանատիպ հաղորդումների հետ:

Ժամանակակից փուլում մասնավոր ռադիոկայանների պատրաստած հեղինակային հաղորդաշարերն ու ծրագրերը բաժանվում են մի քանի խմբերի, որտեղ առավել ընդգծված ուղղություններից են երաժշտական-ժամանցային ծրագրերը: Այս ծրագրերը կազմում են ամբողջ հեղինակային ծրագրերի 90 տոկոսը: Մնացած տաս տոկոսը հատկացված է լրատվական-վերլուծական, գրական-գեղարվեստական բնույթի հեղինակային հաղորդումներին:

Այս բաժանումները հիմնականում ձևավորվեցին լսարանի հետ անմիջական շփման, մասնակցության և աջակցության շնորհիվ: Փաստորեն կայուն ձևավորված լսարանի հետ կապը կանխորոշեց այդ ռադիոկայանի երաժշտական-ժամանցային, լրատվական-վերլուծական, գրական-գեղարվեստական թեմատիկ ուղղվածությունը: Լսարանը ռադիոկայանին առաջադրեց լսելիության և կազմակերպական այնպիսի բնորոշ հատկանիշներ, որոնցով էլ կազմվեցին և հեռարձակվեցին հեղինակային հաղորդաշարերն ու ծրագրերը:

Հանրապետական ռադիոշուկայում մրցունակ երաժշտական-ժամանցային հեղինակային ծրագրերի մեծ մասը պատրաստվում են «Արծազանք», «Հայ FM», «Ռադիո Վան», Գյումրիի «Շանթ» ռադիոկայան-ներում, գրական-գեղարվեստական բնույթի հեղինակային ծրագրերը՝ «Արծազանք», «Իմպուլս+», «Շանթ» ռադիոկայաններում, իսկ լրատվական-վերլուծական հեղինակային ծրագրերը՝ «Իմպուլս+», Գյումրիի «Շանթ», Վանաձորի «Ինտերկապ» ռադիոկայանները, ինչպես նաև «Ինտերմյուս» հասարակական կազմակերպության ռադիոբաժինը և «Ազատություն» ռադիոկայանի «Մաքս լիբերթի» ծրագրը:

Իսկ հանրապետական ռադիոշուկայում գործող վերահեռարձակող ռադիոկայանները բացառապես ներկայացնում են ռուսական ճանաչված ռադիոկայանների («Ռուսկոյե ռադիո», «Հիթ FM», «Դինամիտ FM») հեղինակային-ժամանցային ծրագրերը:

Հանրապետական ռադիոշուկայում գործող բոլոր մասնավոր ռադիոկայանները, ի տարբերություն հանրայինի, հիմնականում աշխատում են ուղիղ եթերում: Իհարկե, ամփօջական կապը ռադիոունկնդրի հետ ունի ինչպես դրական, այնպես էլ բացասական կողմ: Մասնավոր ռադիոկայանների հիմնադրման օրվանից օրախնդիր դարձավ նաև այդ ռադիոկայաններում մայրենի լեզվի անադարտության, եթերային խոսքի մաքրության հարցը, մասնավաճ, որ այն հիմնականում կապված էր հեղինակային հաղորդաշարերի և ծրագրերի հետ: Այս իրողությունը կարևորվում է նաև նրանով, որ հեղինակային հաղորդումները ամբողջովին պատրաստում է ծրագրի հեղինակը և եթե նա հիմնականում օտարախոս է կամ օտար առողջանությանը տուրք տվող պատկերն ամբողջանում է: Մյուս կողմից եթերում հայտնվեցին այնպիսի լրագրողներ, որոնք հայոց լեզվի բավարարար պատրաստություն չունեն, և եթերը լցվում է ժարգոնային-խոսակցական արտահայտություններով: Այդ միտումները աստիճանաբար տիրապետող դարձան մասնավոր ռադիոկայանների եթերում, ետին պլան մղելով մայրենիի իմացությունն ու եթերային խոսքի կուլտուրան: Օտարամոլության արդյունքում բավականին արագ և անհաջող ընդօրինակվեց ամերիկյան «սլենգային խոսքը», ռուսական ժարգոնային-խոսակցական ոճը, որը ռադիոեթերն իջեցրեց լեզվաճանաչական տեսակետից մի անորոշ լեզվախառնուրդի: Հանրապետական ռադիոշուկայում իր գրագետ և

կիրթ խոսքով հիմնականում առանձնացնում է միայն հանրային ռադիոն, որը միշտ էլ եղել է բնակչությանը կրթող, ուսուցանող, տեղեկացնող ամենահուսալի լրատվամիջոցը, սրան հակառակ մասնավոր ռադիոկայաններից շատերը խոսում են մի լեզվով, որում դժվար է առանձնացնել հայերենը, անգլերենը և ռուսերենը:

Առավել անմխիթար են ներկայացնում մասնավոր ռադիոկայանների կողմից պատրաստվող հեղինակային գովազդային ծայնահողովակները: Անհմաստ, անհեթեթ և անհասկանալի գովազդների այս մարաթոնից անհմար է հասկանալ, թե խոսքն ինչի մասին է: Այսպես, «Արծազանը» ռադիոկայանում հաճախակի է հնչում «Հայաստան» առևտի տան գովազդը, որտեղ խոսվում է, թե ինչպես մի մարդ, շրջելով հիշյալ տան սրահներով, խելագարվել է և որ նրան շտապ բուժում է հարկավոր: Եթե հավատանք գովազդին, ապա այդ կենտրոնը պիտի վաղուց իր դռները փակեր, քանի որ Հայաստանում մարդկանց խելագարացնելու գործոնների պակաս, կարծես թե, չի զգացվում: Իհարկե, չի զգացվի, եթե ամեն օր «Ռադիո Հայի» եթերում շարունակի հնչել «Լից ու քից» օղու գովազդը, որը ներկայացվում է գավառի բարբառով: Գովազդում ասվում է՝ «Լից ու յավաշ-յավաշ քից»: Թուրքերեն «Ռադիո Հայի» եթերում, որից հետո հնչում է չափազանց տրամաբանական հարցը՝ «Էս «Ռադիո Հայը» հայի ռադիո ա»:

Մասնավոր ռադիոկայանների լրագրողների մեծ մասը, որպես կանոն, ռադիոունկնդրի հետ խոսելիս առաջին հարցը ձևակերպում է այսպես՝ «Ձեր անունն ինչպես է»: Մեր ունկն այնքան է սովորել տարրական հարցի այսպիսի ձևակերպմանը, որ հազվադեպ հնչող ճիշտ տարբերակը «Ինչ է Ձեր անունը», դառնում է խորթ:

Մասնավոր ռադիոկայանների, հատկապես, ժամանցային հաղորդումներում իսպառ մոռացվել է հայերենի շեշտի դիրքը: Շեշտը դրվում է բառի ցանկացած վանկի վրա, բայց ոչ վերջինի: Ներկայացնեն շատ գործածվող բառերից մի քանիսը՝ «տրանսպրտ», «Ռոբերտ», «Գագիկ», և հենց այստեղ է, որ օգնության է գալիս ամենափրկիչ «և այլն»-ը: Ռադիոեթերում աղավաղված հնչում են նաև մի շարք այլ բառեր՝ «նախագա» կամ «նախագան», «համբյուր», «Լյավ», «ողջյուն»: Մի հսկա խումբ են կազմում օտար բառերի աղավաղումները, որոնք մտնելով մեր լեզու, փոխանակ ենթարկվեն մեր լեզվի

հնչյունական օրենքներին, ճադիոնթերում հնչում են օտար առոգանությամբ: Հենց «ճադիո» բառը, որի «դ»-ն գրեթե միշտ «ծ» է հնչում: Ինչպես նաև բազում այլ բառեր՝ «Ֆակուլտետ», «մենտալիտետ», «իմունիտետ», «ծեխնուպլաստ», «Ինծելեկտուալ»: Իսկ երբ ճանաչված ճադիոկայանի հեղինակային հաղորդում վարող լրագրողին հարցրի, թե չի՞ կարելի արդյոք այդ բառերը հնչեցնել հայերեն առոգանությամբ, պատասխանեց, թե այդ դեպքում բառը գեղեցիկ չի հնչի: Այժմ քեզ բան, այդ երբվանից հայերեն խոսելը համարվեց տգեղ:

Մասնավոր ճադիոկայանների եթերային լեզուն դեռևս «ամնշակ» է, եթերում չի պահպանվում մայրենի լեզվի անաղարտությունը և որքան էլ «ոյուրամարս» լինի անմիջական խոսքը, այնուամենայնիվ, չպետք է մոռանալ, որ եթերում հնչող խոսքը պետք է լինի գրագետ և հասկանալի:

Հանրապետական ճադիոշուկայի համարյա բոլոր ճադիոկայանները խախտում են «Լեզվի մասին» օրենքը, որոնցից շատերի համար օրենքը, մեղմ ասաց, ծնական բնույթ է կրում: «Ռադիո Վանում» հաղորդումների գերակշիռ մասը եթեր է հեռարձակվում ռուսերենով, իսկ շատ հաճախ, երբ ռուսախոս հաղորդավարները եթերում փորձում են խոսել հայերեն, ստացվում է լեզվախառնուրդային մի կոնգլոմերատ: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ հիշյալ ճադիոկայանը բարձր վարկանիշ ունի, և նրա հաղորդավարներն էլ մեծ հեղինակություն են վայելում ճադիոունկնդիրների մոտ, ապա վտանգավոր է դառնում մանատիպ հայերենի տարածումը: Իսկ ինչ վերաբերվում է ճադիոկայանի պատրաստած ռուսական հեղինակային հաղորդումներին («Ռուսական շանսոն», «Հիթ պարադ», «Հիթ սվալկա», «Հետգրություն»), պետք է նշել, որ դրանք պատրաստվում են բարձր ճաշակով և մասնագիտական հմտությամբ, որով էլ ճադիոկայանը ապահովում է մեծ լսարան:

Սակայն սա չի նշանակում, թե մասնավոր ճադիոկայաններում չկան հայերենին լավ տիրապետող լրագրողներ և զրական հայերենով մատուցվող հեղինակային հաղորդումներ: «Արծազանք» ճադիոկայանի «Անահիտ» կին, մայր, աստվածուհի» հեղինակային հաղորդաշարի հեղինակ Տիգրանուհի Վարդպարոնյանը գեղեցիկ ու սահուն հայերենով է ներկայացնում նյութերը: «Ռադիո Ալֆայի» «Ռսկու տենդ» հեղինակային հաղորդաշարի հեղինակ Մեսրոպ Առաքելյանը հաղորդումը վարում է չափազանց զրագետ և հետաքրքիր: Կարելի է առանձնացնել նաև Հայկ Բլբուլյանի «Լեզվակոփը»:

Այսօր մասնավոր ռադիոկայանները հետամուտ միայն լսարան շահելուն, մոռանում են լեզվի կարևորության մասին. և լսարանին ընտելացնում անկիրթ և տգեղ հայերենին, իսկ հանրային ռադիոն՝ ուշադրություն դարձնելով լեզվի և մատուցման եղանակին՝ մոռանում է լսարանի պահանջները:

Մասնավոր ռադիոկայանների հեղինակային հաղորդումների արդյունավետությունը և լսարանի լրատվական և գեղագիտական պահանջմունքը որոշելու համար հաճախակի անց են կացվում սոցիոլոգիական հարցումներ, ինչպես ռադիոկայանների, այնպես էլ անկախ սոցիոլոգիական կենտրոնների կողմից: Առհասարակ սոցիոլոգիական հարցումները չափազանց մեծ տեղ ունեն մրցակցող կառույցների համար: Ռադիոընկերությունները, պարբերաբար տեղեկանալով ամենամյա սոցիոլոգիական հարցումների արդյունքներին, հաշվի են առնում լսարանի լրատվական և գեղագիտական պահանջները՝ համապատասխան փոփոխություն մտցնելով եթեր հեռարձակվող ռադիո-ծրագրերում և հաղորդաշարերում:

Ըստ 2001թ. նոյեմբերի «Վարկանիշ» ամսագրի հեթքական հարցման, հանրապետությունում գործող մասնավոր ռադիոկայաններից հարցվողների 17.3 տոկոսը նախընտրում է լսել «Ռուսկոյե ռադիո», որը պայմանավորված է դիջեյների ոչ միայն պրոֆեսիոնալ, այլ նաև անձնավորված աշխատանքով: Հարցվողների 11.5 տոկոսը նախընտրում է «Հիթ FM» ռադիոկայանի ժամանցային ծրագրերը: Իսկ երրորդ տեղում է «Արծազանք» ռադիոկայանը:

Ժամանակակից փուլում մասնավոր ռադիոկայանները հեղինակային հաղորդաշարերի և ծրագրերի շնորհիվ մրցակցելով միմյանց հետ անհրաժեշտ նախադրյալներ են ստեղծում այդ ոլորտի թեմատիկ և ժանրային առանձնահատկություններով ռադիոեթերի որակական բարելավման և զարգացման համար: