



**ՀԱՆՐԱՅԻՆ ՀԵՌՈՒՄՏԱՌԱԴԻՈԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԽՈՐՀՐԴԻ
«ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ԿԱՐԾԻՔԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ ԿԵՆՏՐՈՆ» ՓԲԸ**

Հայաստան, 0025, Երևան, Ալեք Մանուկյան փող., 5 շենք,
Հեռ. (+374)10570830, (+374)10554057 էլ.հասցե hasarakakan.kartsiq@gmail.com

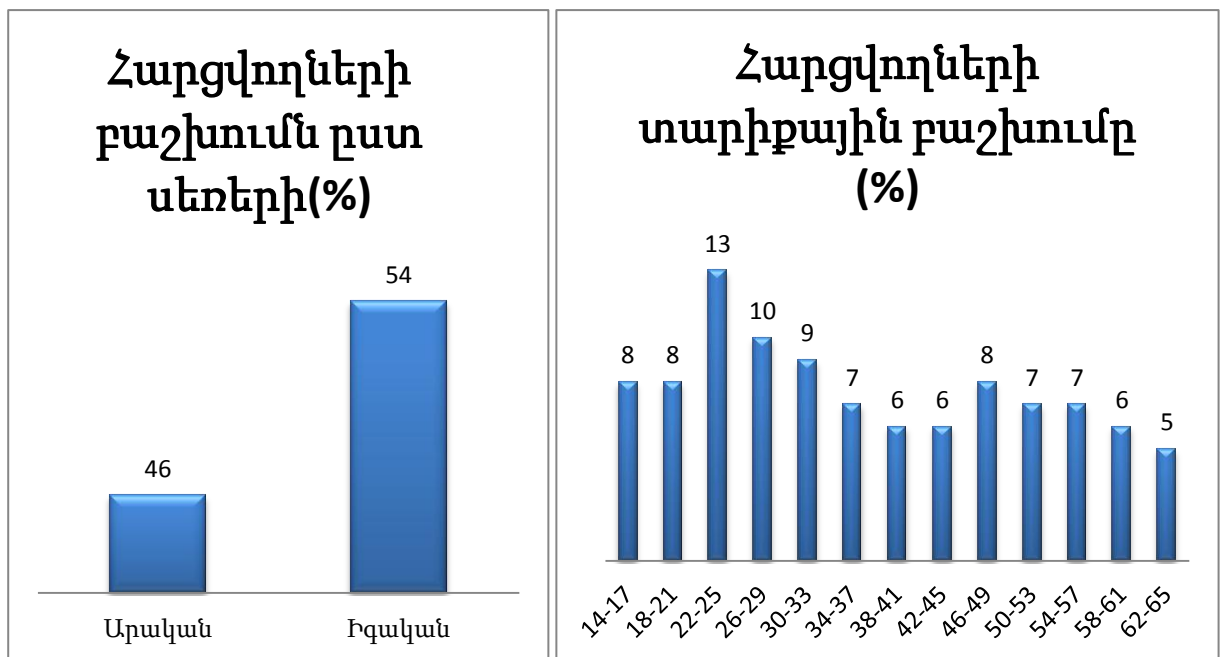
**Հանրային առողջի նպատակային ուղղությունների
համապատասխանությունը լսարանի ակնկալիքներին և
նախընտրություններին**

Երևան 2018

Հետազոտության մեթոդաբանության նկարագրություն

«Հասարակական կարծիքի ուսումնասիրման կենտրոնը» իրականացրել է «Հանրային ռադիոյի նպատակային ուղղությունների համապատասխանությունը լսարանի ակնկալիքներին և նախընտրություններին» հետազոտությունը՝ նպատակ ունենալով նկարագրել Հանրային ռադիոյի առկա և պոտենցիալ լսարանի նախընտրությունները, մրցակից ռադիոակիբները, որի արդյունքում Հանրային ռադիոն հնարավորություն կունենա առավել բազմազան և նպատակային դարձնել հեռարձակվող հաղորդումները: Հետազոտությունն իրականացվել է քանակական դեմ առ դեմ հարցումների մեթոդով ձևայնացված հարցաթերթով Հայաստանի ողջ տարածքում: Ընտրանքի ծավալը կազմել է 1556 հարցվող:

Հետազոտության մասնակիցների սեռատարիքային բնութագրիչները ներկայացված են Գծապատկեր 1-ում:



Գծապատկեր 1

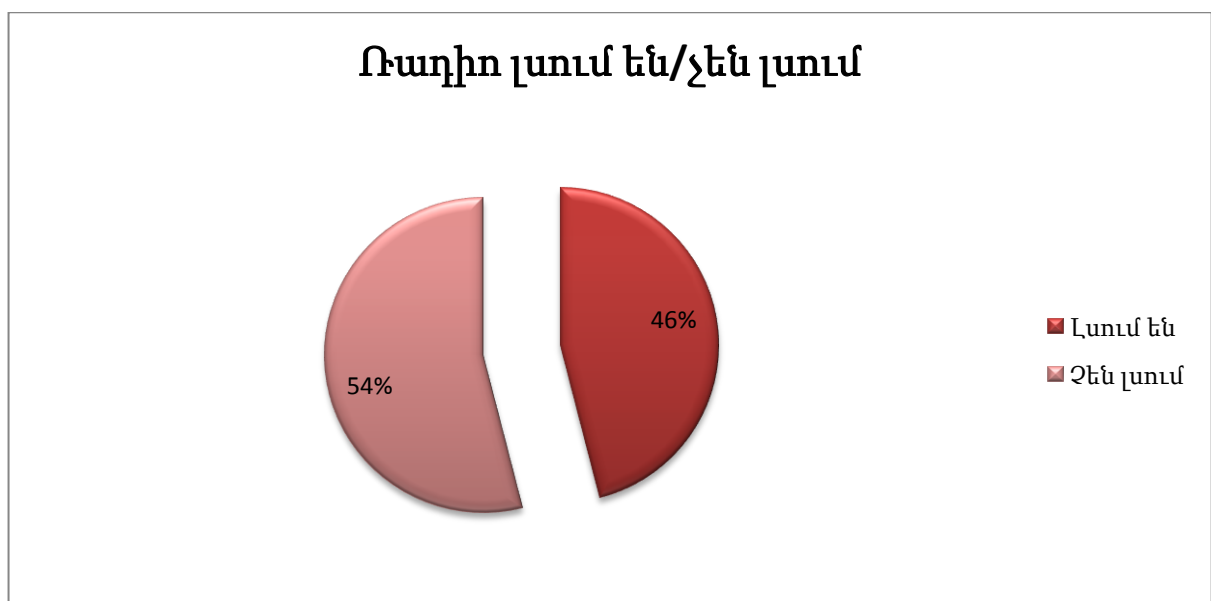
Հետազոտության ընթացքում քննարկվել և դուրս են բերվել հետևյալ հարցերը՝

- Ռադիոյի՝ որպես լրատվամիջոցի մասին պատկերացումները, ընկալումներ ու վերաբերմունքը հասարակության շրջանում,
- Ռադիո չլսելու պատճառները, ռադիո լսելու ընթացքում նյարդայանցնող և վանող երևույթները,
- Հարցվածների՝ տարբեր մեդիաներից օգտվելու նախընտրությունները,

- Տարբեր ռադիոալիքների լսելիությունը, մրցակից ռադիոալիքների դուրսբերումը,
- Ռադիո լսելու հաճախականությունը,
- Ռադիոլսողների նախընտրությունները կապված ռադիոհաղորդումների հետ,
- Ռադիո լսելու ժամերը, ժամանակատվածները, ռադիո լսելու վայրերը,
- Հանրային ռադիո լսելու պարբերականությունը, չլսելու պատճառները,
- Հանրային ռադիոյի ձայնը:

Վերլուծություն

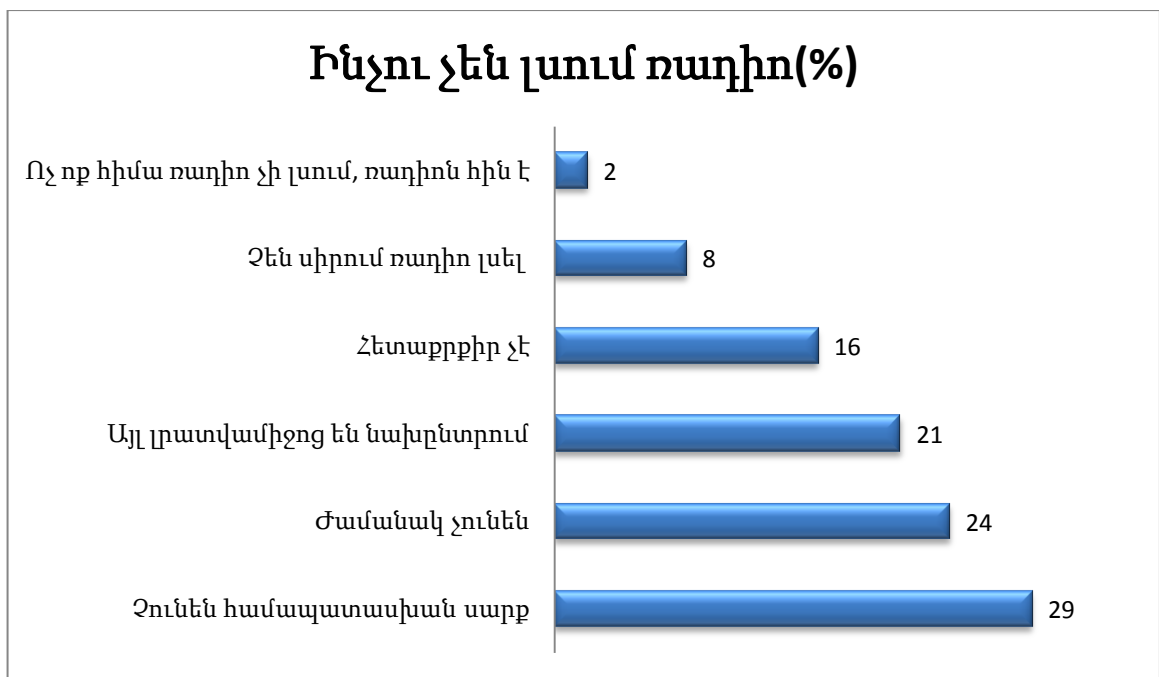
Հանրային ռադիոն՝ որպես պետական լրատվամիջոց, իրականացնում է տարբեր գործառույթներ, որոնք սահմանված են «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքով: Հանրային ռադիոյի գործունեությունը, ըստ նշված օրենքի, պետք է ապահովի տեղեկատվական, քաղաքական, տնտեսական, կրթական, մշակութային, մանկապատանեկան, գիտական, հայոց լեզվի և պատմության, մարզական, ժամանցային և հանրության համար կարևոր ու նշանակալի այլ տեղեկատվական բնույթի հաղորդումների բազմազանություն: Եթերացանկի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ հաղորդումների բազմազանության տեսանկյունից Հանրային ռադիոն պահպանում է հեռարձակվող հաղորդումների բազմազանությունը՝ ներկայացնելով տարբեր ոլորտների հաղորդումներ, սակայն ունկնդիրների մեծամասնության տեսանկյունից Հանրային ռադիոյի հաղորդումները գրավիչ չեն և չեն համապատասխանում իրենց հետաքրքրություններին: Սակայն նշենք, որ հետաքրքրության անկումը վերաբերում է ոչ միայն Հանրային ռադիոյին, այլև ընդհանուր առմամբ ռադիոյին՝ որպես լրատվամիջոց: Ուստի մինչ անդրադառնալը Հանրային ռադիոյի լսարանի ակնկալիքներին և նախընտրություններին, քննարկենք ընդհանուր առմամբ ռադիո լրատվամիջոցի վերաբերյալ հասարակության վերաբերմունքը: Այսպես՝ ռադիո լսում է հարցվածների ընդամենը 46%-ը (Գծապատկեր 2):



Գծապատկեր 2

Հարցին, թե ինչու չեն լսում ռադիո, հարցվածների մեծամասնությունը (29%) նշել է սարքի բացակայությունը, ապա ժամանակ չունենալու հանգամանքը (21%), այլ լրատվամիջոցի նախընտրությունը ռադիոյի համեմատությամբ (21%), ռադիոյի հետաքրքիր չլինելը (16%): Որոշ հարցվողներ էլ նշել են, որ պարզապես չեն սիրում ռադիո լսել կամ ռադիոն արդեն հին է և ոչ ոք այսօր ռադիո չի լսում: Հարցի վերաբերյալ հարցվողների պատասխանները ամփոփված են Գծապատկեր 3-ում:

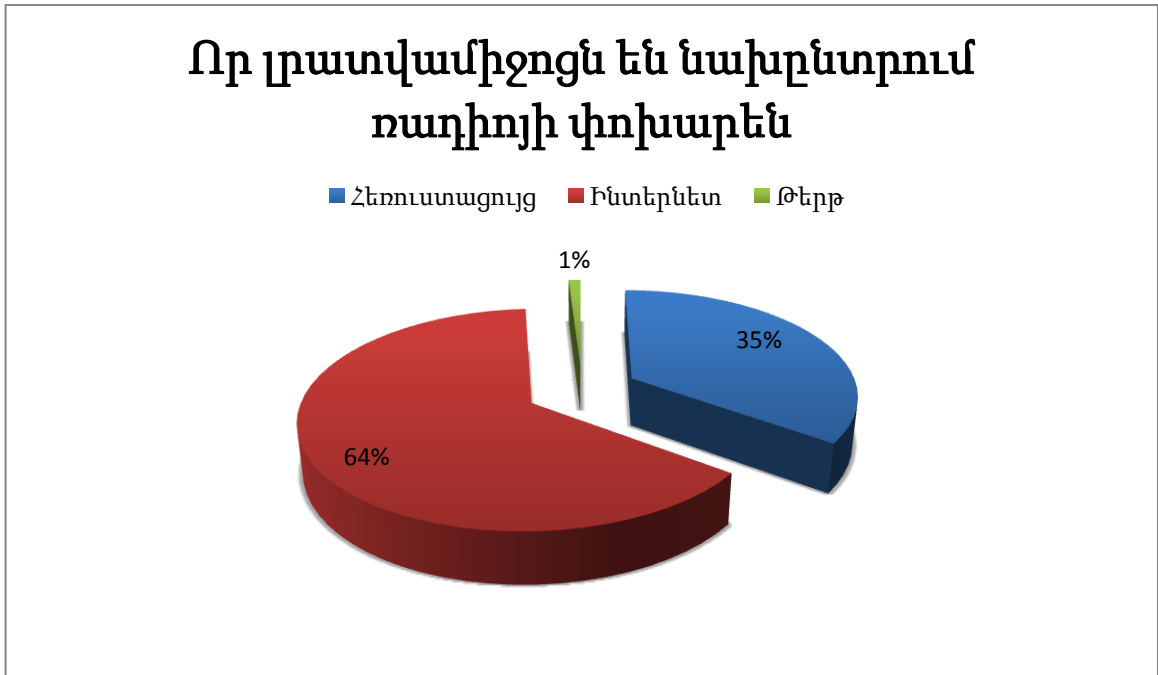
Առաջին հայացքից կարող է սարքի բացակայությունը ռադիո չլսելու համար միայն օբյեկտիվ պատճառ թվալ, սակայն կարող ենք ասել, որ սարքով պայմանավորված ռադիո չլսելը ներառում է նաև սուբյեկտիվ պատճառներ. այսօր ժամանակակից տեխնոլոգիաները տարբեր հնարավորություններ են տալիս ռադիո լսելու համար, այսինքն՝ այստեղ մի կողմից գործ ունենք ցանկության բացակայության հետ, մյուս կողմից էլ՝ ռադիոյի «ավանդական» ընկալման փոփոխության հետ:



Գծապատկեր 3

Ինչպես հասկանում ենք հարցի վերաբերյալ պատասխաններից, ռադիո չլսելը ունի տարբեր սուբյեկտիվ հիմքեր: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ժամանակակից կյանքի ռիթմը հանգեցնում է աուդիո ֆորմատի՝ աշխարհում ամենասպառվողը և հեռանկարայինը դառնալուն, ռադիոն էականորեն կավելացնի իր ունկնդիրների քանակը այն դեպքում, երբ կարողնա վաճառել տվյալ գաղափարը:

Հարցվողների 21%-ը նշել է, որ նախընտրում է այլ լրատվամիջոց ուղիղի համեմատությամբ: Թե որ լրատվամիջոցներն են նախընտրում հարցվածները, ներկայացված է Գծապատկեր 4-ում:

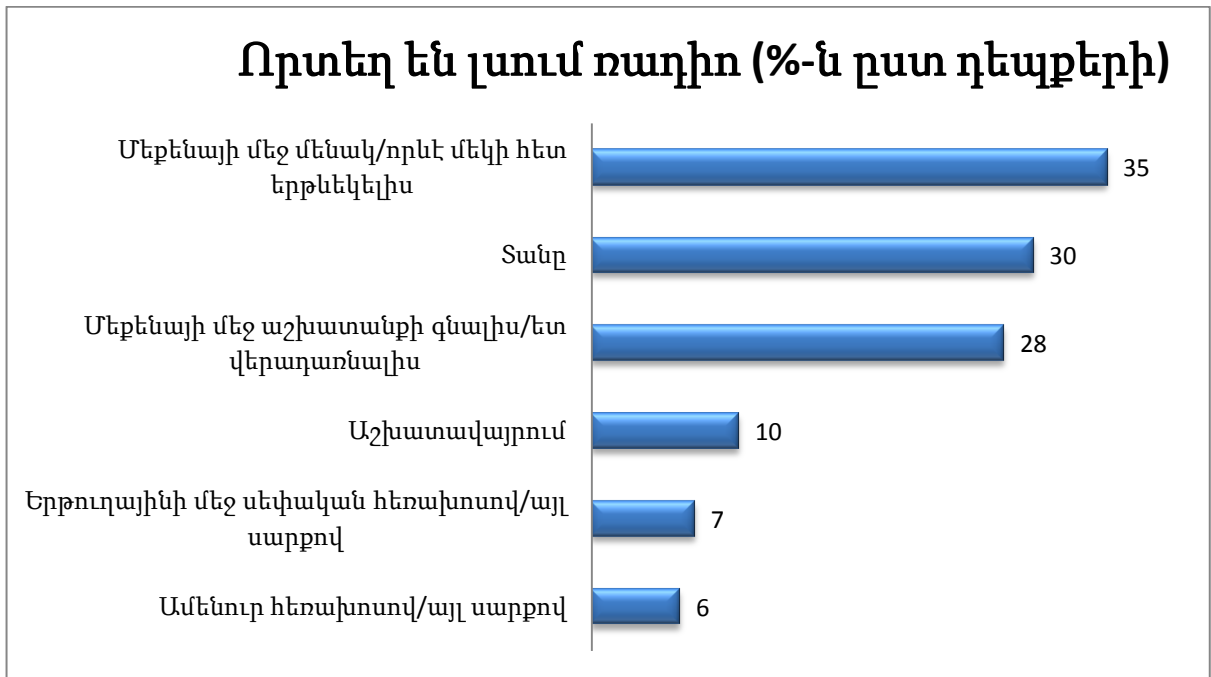


Գծապատկեր 4

Հարցվածների մեծամասնությունը որպես նախընտրելի լրատվամիջոց ուղիղի փոխարեն նշել է ինտերնետը՝ 64%: Առավել քիչ են այն հարցվածները, ովքեր նախընտրում են հեռուստացույց դիտել ուղիղ լսելու փոխարեն (35%): Եվ հարցվածների միայն 1%-ն է նշել թերթ տարբերակը:

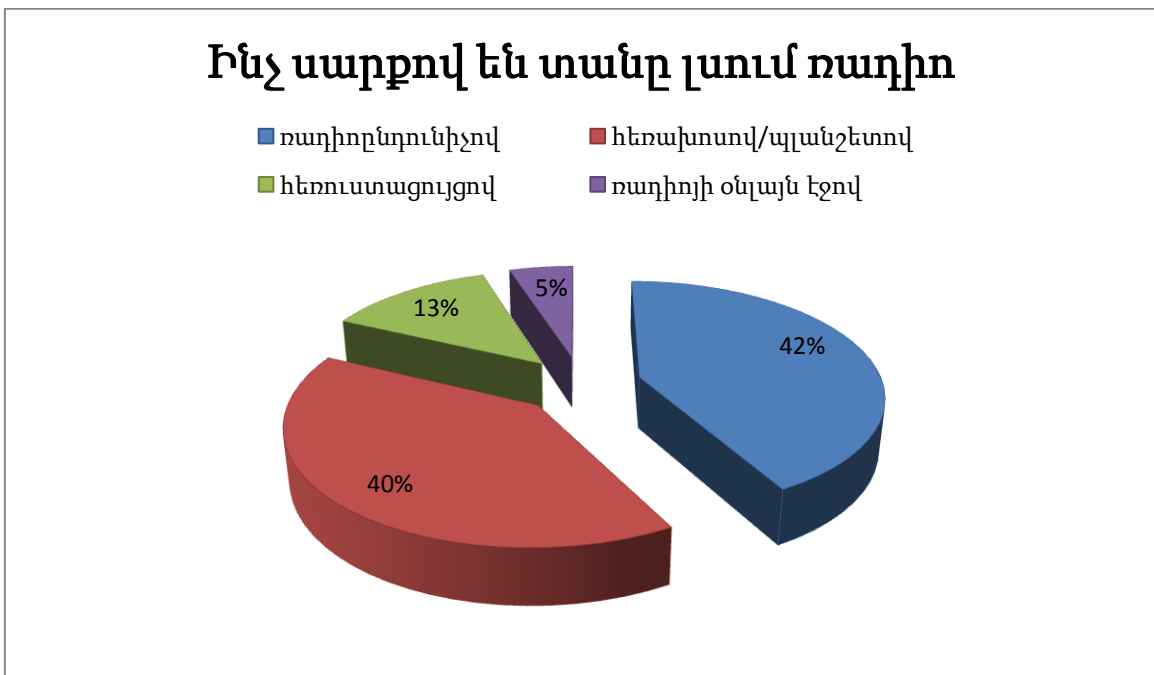
Հարցին՝ որտեղ են լսում ուղիղ, հարցվածները հնարավորություն են ունեցել նշելու մի քանի տարբերակներ, որոնք ներկայացված են Գծապատկեր 5-ում: Ինչպես տեսնում ենք, հարցվածների մեծամասնությունը ուղիղ լսում է մեքենայի մեջ, ընդ որում, մեքենայի մեջ ուղիղ լսողների երկու խումբ է առանձնացվել. առաջին խումբը այն լսողներն են, ովքեր ուղիղ են լսում պարզապես վարելիս կամ վարորդին ուղեկցելիս (տվյալ դեպքում ուղեկցողը վարորդի ընտանիքի անդամն է) ցանկացած ժամանակ, իսկ երկրորդ խումբը այն ունկնդիրներն են, ովքեր ուղիղ լսում են աշխատանքի գնալիս կամ աշխատանքից վերադառնալիս: Առաջին խմբի ունկնդիրներն ավելի շատ են, այս տարբերակն է նշել հարցվածների 35%-ը, իսկ երկրորդ տարբերակը՝ 28%: Քիչ չէ նաև տանը լսողների թիվը: Հարցված ուղիղլսողների 30%-ը նշել է, որ ուղիղ լսում է նաև տանը: Առավել քիչ է այն

ռադիոլսողների թիվը, ովքեր ռադիո են լսում աշխատավայրում, երթուղայինի մեջ կամ ցանկացած այլ վայրում սեփական հեռախոսով կամ որևէ այլ սարքով:



Գծապատկեր 5

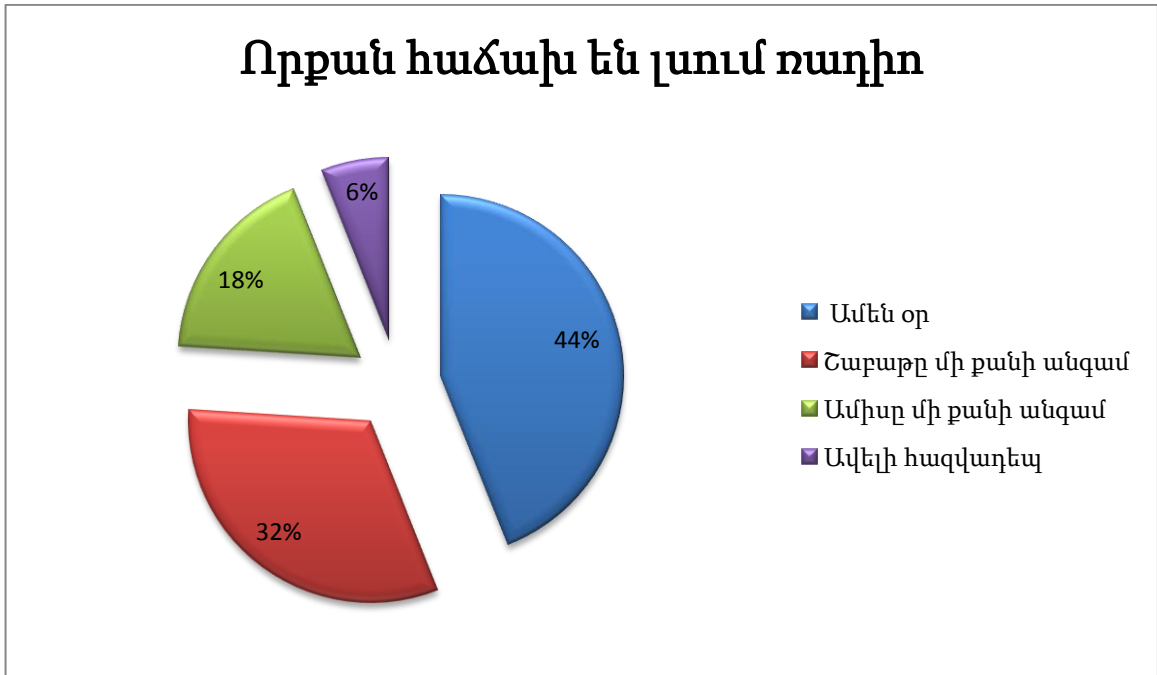
Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ հաճախ է քննարկվում ռադիոընդունիչ սարքերի բացակայությունը կամ նոր թվային, ժամանակակից լուծումների առկայությունը՝ դուրս է բերվել, թե բոլոր այն ռադիոունկնիդրները, ովքեր ռադիո լսում են նաև տանը, ինչ սարքով են դա անում: Տվյալները ներկայացված են Գծապատկեր 6-ում:



Գծապատկեր 6

Ինչպես տեսնում ենք, այնուամենայնիվ քիչ չեն այն հարցվածները, ովքեր դեռ տանը ունեն ռադիոընդունիչներ. հարցված ռադիոլսողների 42%-ը ռադիո լսում է ռադիոընդունիչով: Երկրորդ առավել հաճախ հանդիպող տարբերակը հեռախոսով, պլանշետով ռադիո լսելն է՝ 40%: Առավել քիչ են այն ռադիոլսողները, ովքեր տանը ռադիո լսելու համար նախընտրում են հեռուստացույցը կամ ռադիոյի առցանց էջը, համապատասխանաբար 13% և 5%:

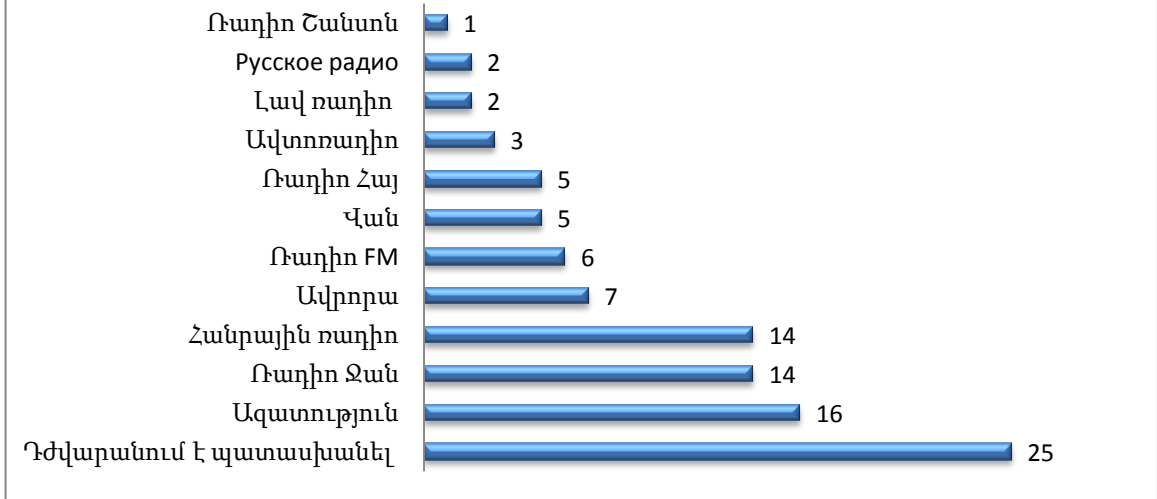
Նշենք, որ հարցված ռադիոլսողների մեծամասնությունը՝ 44%, ռադիո լսում է ամեն օր, իսկ 32%-ը շաբաթը մի քանի անգամ: Առավել քիչ են այն ռադիոունկնդիրները, ովքեր ռադիո են լսում ամիսը մի քանի անգամ կամ ավելի հազվադեպ, համապատասխանաբար՝ 18% և 6%: Հարցի վերաբերյալ տվյալները ներկայացված են Գծապատկեր 7-ում:



Գծապատկեր 7

Այն հարցին, թե որ ռադիոալիքն են հիմնականում լսում, հարցվողների 25%-ը դժվարացել է նշել որևէ կոնկրետ ռադիոալիք: Առավել մեծ է այն հարցվածների թիվը, որոնց համար Ազատությունը ծառայում է որպես հիմնական ռադիո. այսպես է նշել հարցվածների 16%-ը: Հավասար դիրքերում են գտնվում Ռադիո Ջանը և Հանրային ռադիոն՝ 14%: Նշենք, որ պատասխանները եղել են սպոնտան՝ առանց հարցազրուցավարի կողմից տարբերակների թվարկելու և հարցվողը հնարավորություն է ունեցել նշելու միայն մեկ տարբերակ՝ միայն մեկ հիմնական ռադիոալիք: Տվյալները ներկայացված են Գծապատկեր 8-ում:

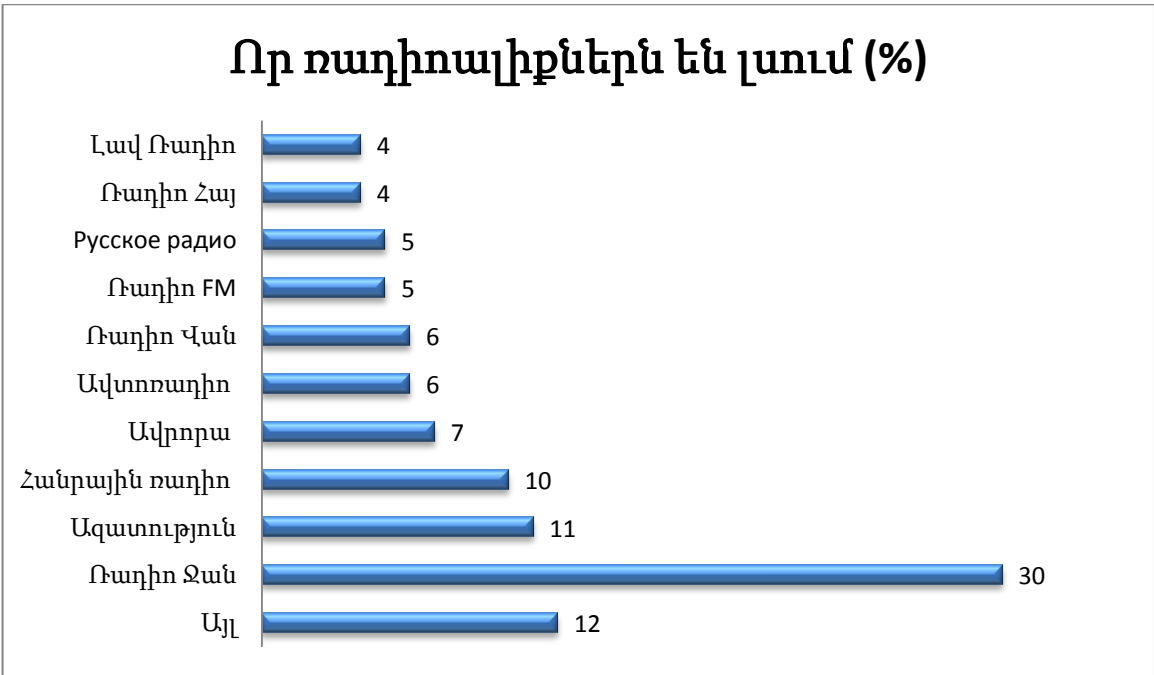
Որ ռադիոալիքն են հիմնականում լսում (%)



Գծապատկեր 8

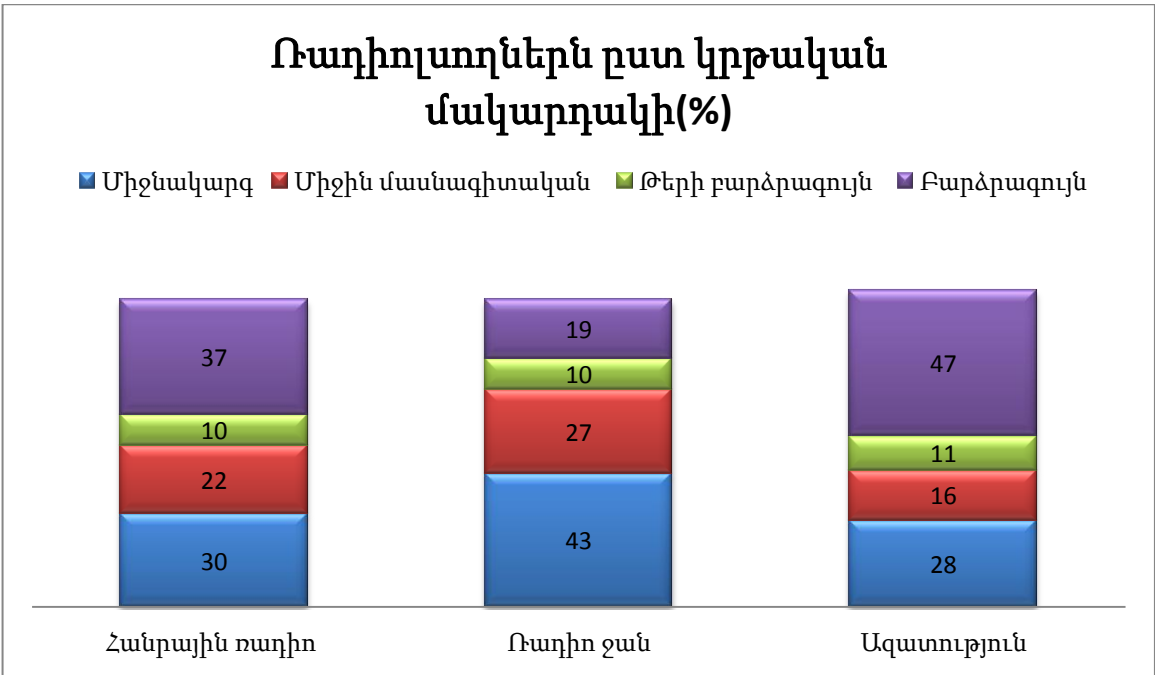
Հարցին, թե որ ռադիոալիքներն են ընդհանրապես լսում, հարցվողներն հնարավորություն են ունեցել նշելու մի քանի պատասխան, սակայն այս հարցի հետ կապված հաճախ են դեպքերը, երբ հարցվածները դժվարացել են նշել ռադիոյի անունը կամ հաճախականությունը: Հարցվածները հաճախ նշել են, որ պարբերաբար փոխում են ալիքները՝ փորձելով գտնել իրենց հետաքրքրող հաղորդումը, երաժշտությունը կամ լուրը և ուշադրություն չեն դարձնում, թե որ ալիքն է միացված: Տվյալները ներկայացված են Գծապատկեր 9-ում: Այլ տարբերակում ամփոփված են այն ռադիոալիքները, որոնք հանդիպել են մեկ-երկու անգամ, և այն հաճախականությունները, որոնք հարցվածները փորձել են վերհիշել, սակայն արդյունքում ստացվել է, որ նման հաճախականությամբ ռադիոալիք չկա:

Գծապատկերին նայելով՝ պարզ է դառնում, որ հարցվածների շրջանում ամենամեծ լսելիություն ունեցող ռադիոն Ռադիո Ջանն է. ըստ դեպքերի այս պատասխանը հանդիպում է 30% հարցվածների շրջանում: Երկրորդ տեղում Ազատությունն է՝ 11%, ապա միայն Հանրային ռադիոն՝ 10%: Նշենք, որ 2017թ.-ի համեմատությամբ Հանրային ռադիոն զիջում է դիրքը Ազատություն ռադիոկայանին, ինչը կարելի է պայմանավորել երկրում տեղի ունեցող վերջին իրադարձություններով, որոնց ամենաօպերատիվ լուսաբանողը, ըստ հարցվածների, Ազատությունն է:



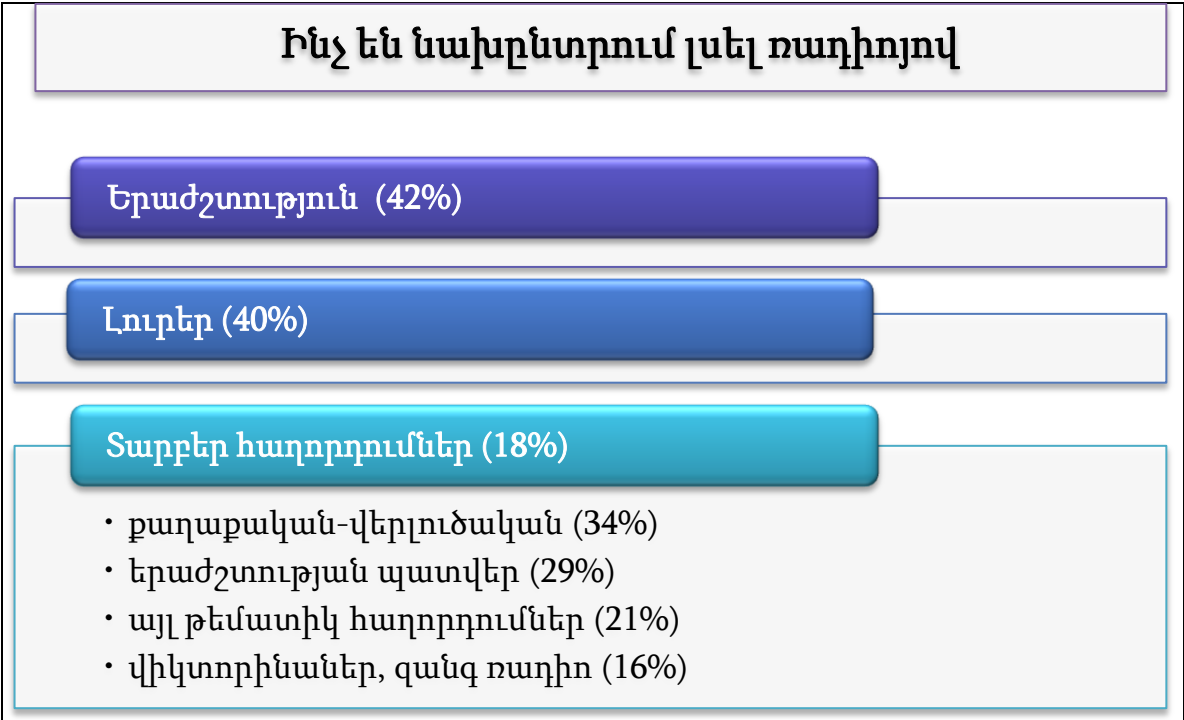
Գծապատկեր 9

Գծապատկեր 10-ում ներկայացված են հետազոտության արդյունքում դուրս բերված երեք հիմնական առաջատար ռադիոների ունկնդիրներն ըստ կրթական մակարդակի: Առանձնացվել են 4 հիմնական կրթական մակարդակներ՝ միջնակարգ, որում ներառված են նաև տարրական կամ թերի միջնակարգ կրթություն ունեցող հարցվածները, միջին մասնագիտական, թերի բարձրագույն և բարձրագույն, որտեղ ներառված են նաև հետբուհական կրթություն ունեցող հարցվածները: Այս առումով, եթե տարանջատենք յուրաքանչյուր ռադիոյի ունկնդիրների կրթական աստիճանն առանձին-առանձին, կտեսնենք, որ Ազատություն ռադիոկայանի և Հանրային ռադիոյի պարագայում ունկնդիրների մեծամասնությունը ունի բարձրագույն կրթություն ի տարբերություն Ռադիո Ջանի, որի լսարանի մեծամասնությունը միջնակարգ կրթությամբ ունկնդիրներն են: Հանրային ռադիոյի ունկնդիրների 37%-ը ունի բարձրագույն կրթություն, քիչ չեն նաև միջնակարգ կամ միջին մասնագիտական կրթությամբ Հանրային ռադիոյի ունկնդիրները, այսինքն՝ Հանրային ռադիոն ի տարբերություն մյուս երկու ռադիոալիքների կարողանում է հետաքրքրության գիծ պահել տարբեր կրթական մակարդակ ունեցող ունկնդիրների համար:



Գծապատկեր 10

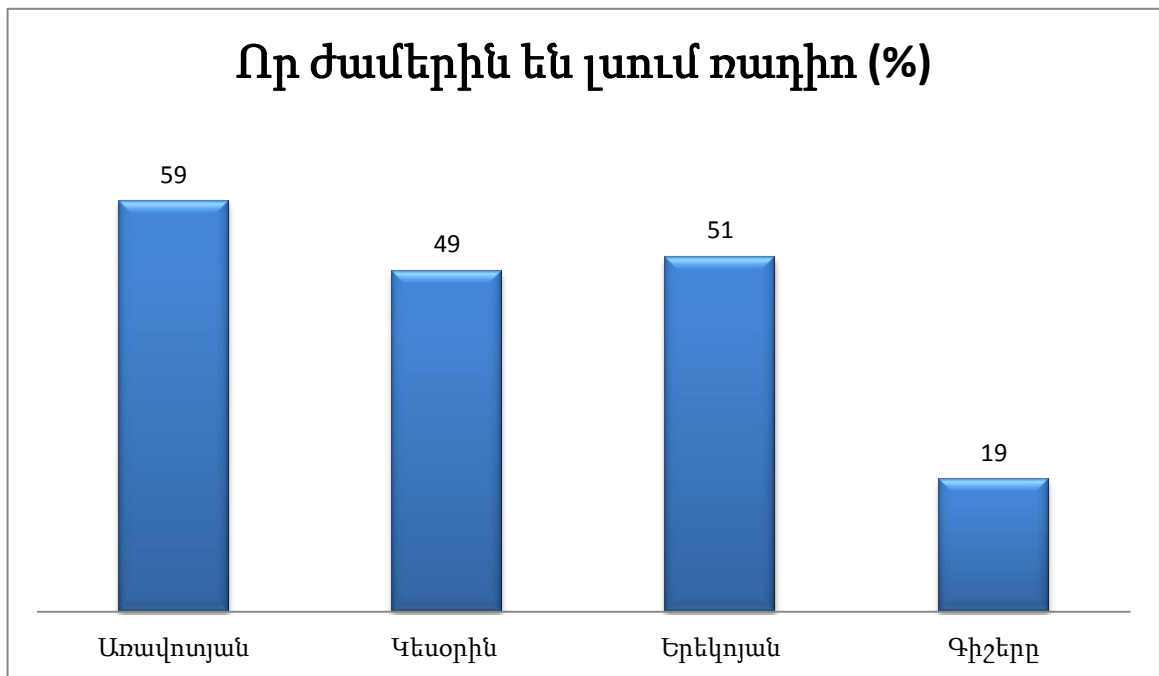
Այն հարցին, թե ինչ են նախընտրում լսել ռադիոյով, հարցվածների մեծամասնությունը նշել է երաժշտություն և լուրեր տարբերակները: Հարցվածների շրջանում ռադիոն ընկալվում է որպես լուրեր կամ երաժշտություն լսելու միջոց, սակայն նշենք, որ նախորդ տարիների համեմատությամբ ավելացել են այն ռադիոլսողների թիվը, ովքեր ռադիոյով նախընտրում են լսել նաև հաղորդումներ:



Գծապատկեր 11

Հարցվածների 18%-ը նշել է, որ ռադիոյով նախընտրում է լսել տարբեր հաղորդումներ: Բոլոր այն հարցվածները, ում նախընտրությունները վերաբերում են տարբեր հաղորդումներին, մասնավորեցրել են, թե հատկապես ինչ տիպի հաղորդումներ կցանկանան լսել ռադիոյով: Այս առումով նախընտրելի հաղորդման տիպը քաղաքական-վերլուծական հաղորդումներն են, ապա երաժշտության պատվերը, տարբեր թեմատիկ հաղորդումները, վիկտորինաները ռադիոյով և ռադիո զանգելու հնարավորությամբ հաղորդումները: Ինչպես տեսնում ենք հաղորդումների տիպերի տարանջատումից, ունկնդիրները նախընտրում են այն հաղորդումները, որտեղ կա դինամիկա կամ աշխուժություն:

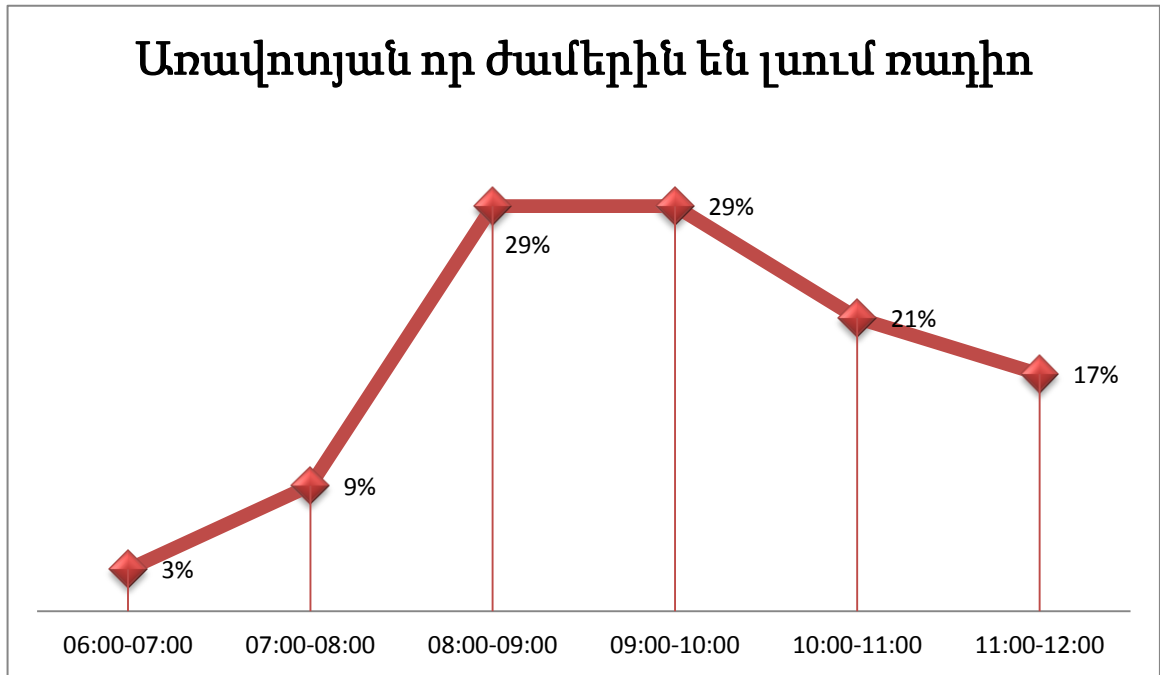
Հետազոտության ընթացքում պարզեցինք, որ ռադիո լսելու ամենատարածված ժամը առավոտյան ժամանակահատվածն է, այս պատասխանը հանդիպել է 59% դեպքերում: 2%-ի տարբերությամբ երեկոյան ռադիոլսողների թիվը գերազանցում է կեսօրին ռադիոլսողների թվին: Տվյալները ներկայացված են Գծապատկեր 12-ում: Հարցվողները հնարավորություն են ունեցել նշելու մի քանի պատասխան, ուստի պատասխանների տոկոսային հանրագումարը 100 չէ:



Գծապատկեր 12

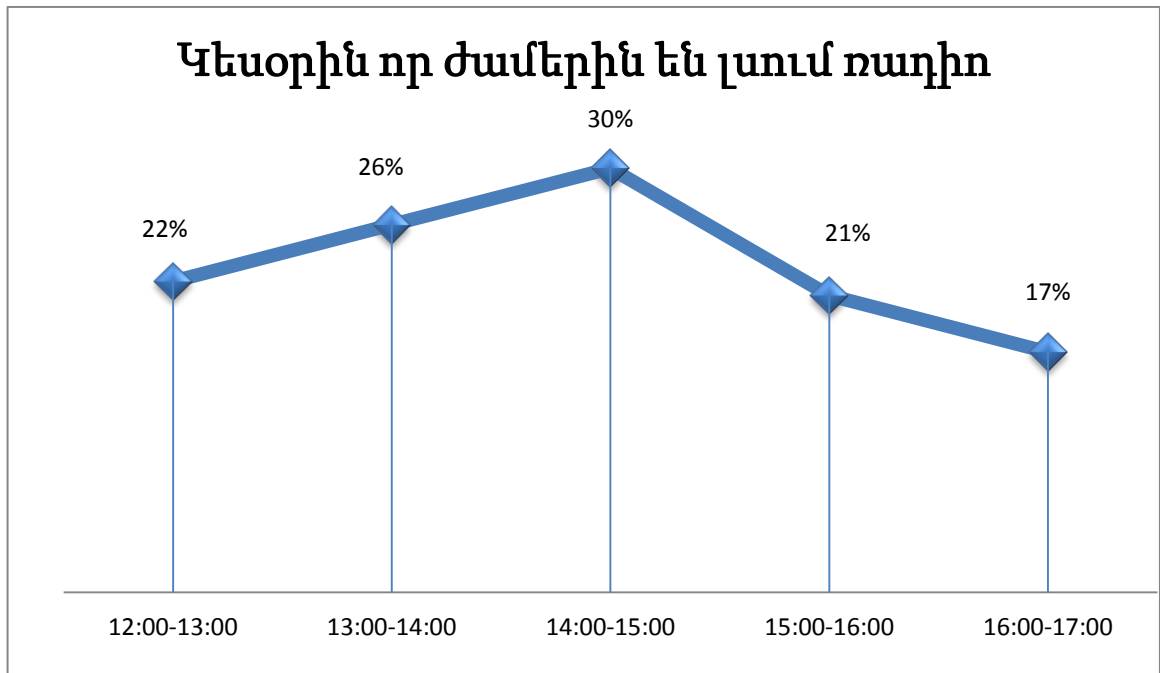
Այժմ անդրադառնանք ռադիոյի լսելիությանը կոնկրետ ժամանակային հատվածների օրվա ընթացքում: Առավոտյան ռադիոլսողների համար ամենատարածված ժամը

08:00-10:00-ն ընկած ժամանակահատվածն է, որից հետո քիչ-քիչ նվազում է մինչև կեսօր (Գծապատկեր 13):



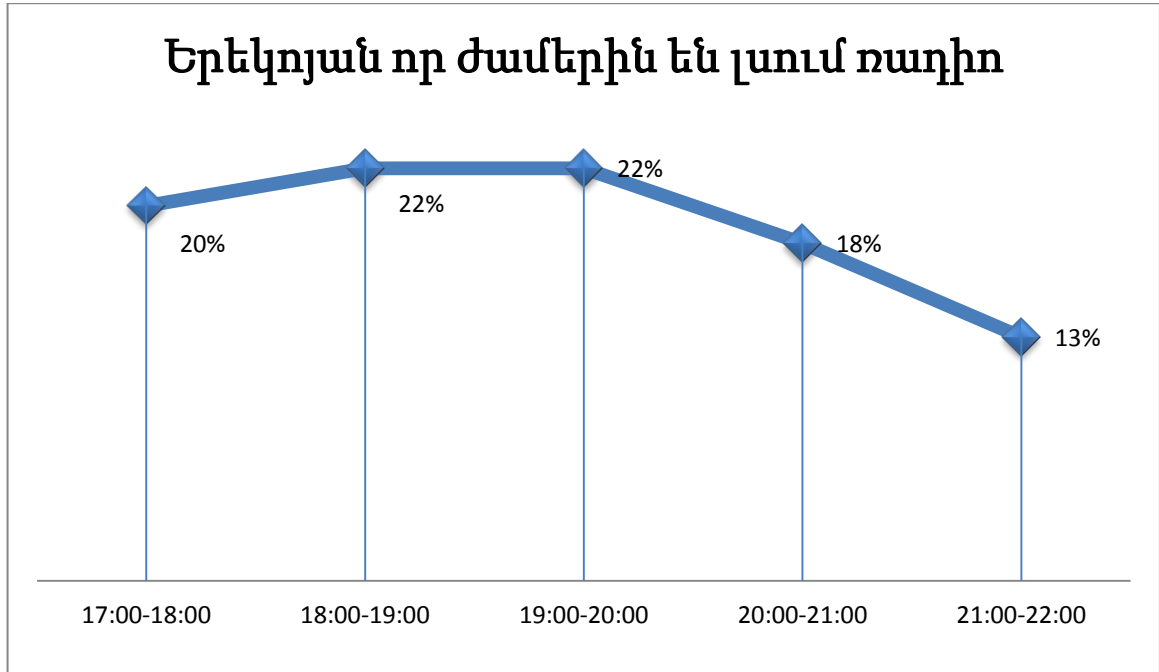
Գծապատկեր 13

Կեսօրին ռադիո լսելու ժամային հատվածների տարբերությունը զգալի չէ, ժամը 12:00-ից սկսած ավելանում է ունկնդիրների թիվը, 14:00-15:00-ն հասնելով մաքսիմումին, ապա սկսում նվազել մինչև 17:00-ն (Գծապատկեր 14):



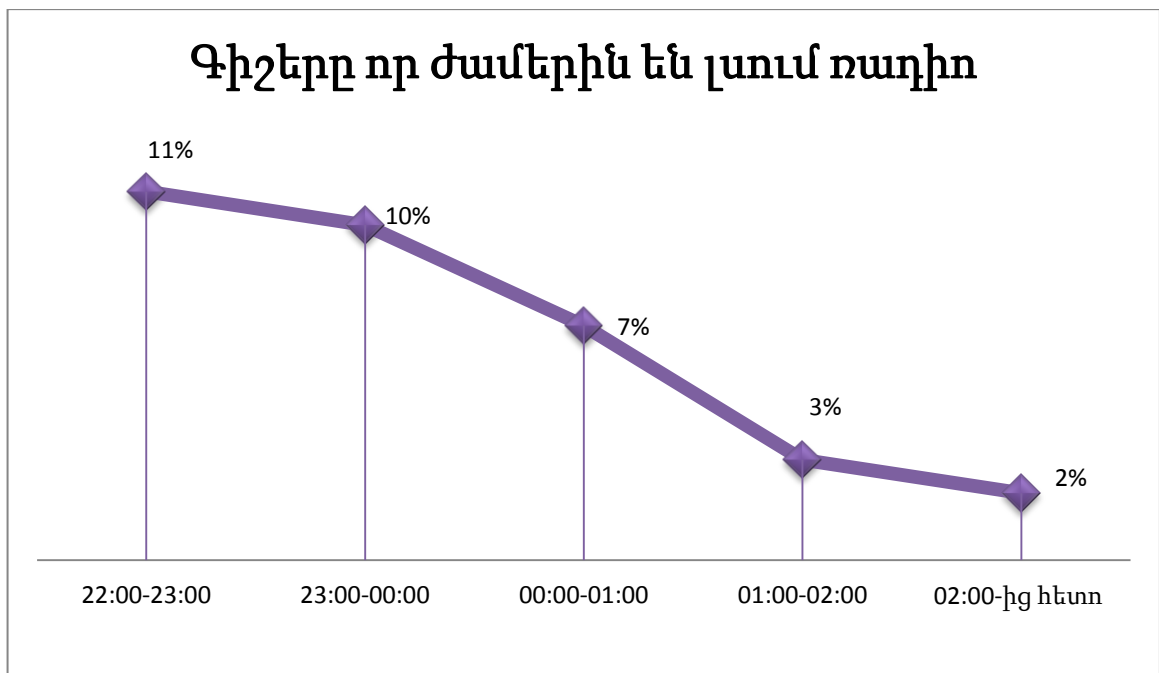
Գծապատկեր 14

Երեկոյան ժամերի համար ամենալսելի ժամը 18:00-20:00 ընկած ժամանակահատվածն է, որը, ըստ էության համապատասխանում է այն հատվածին, ովքեր ռադիո լսում են մեքենայի մեջ աշխատանքից հետո վերադառնալիս (Գծապատկեր 15):



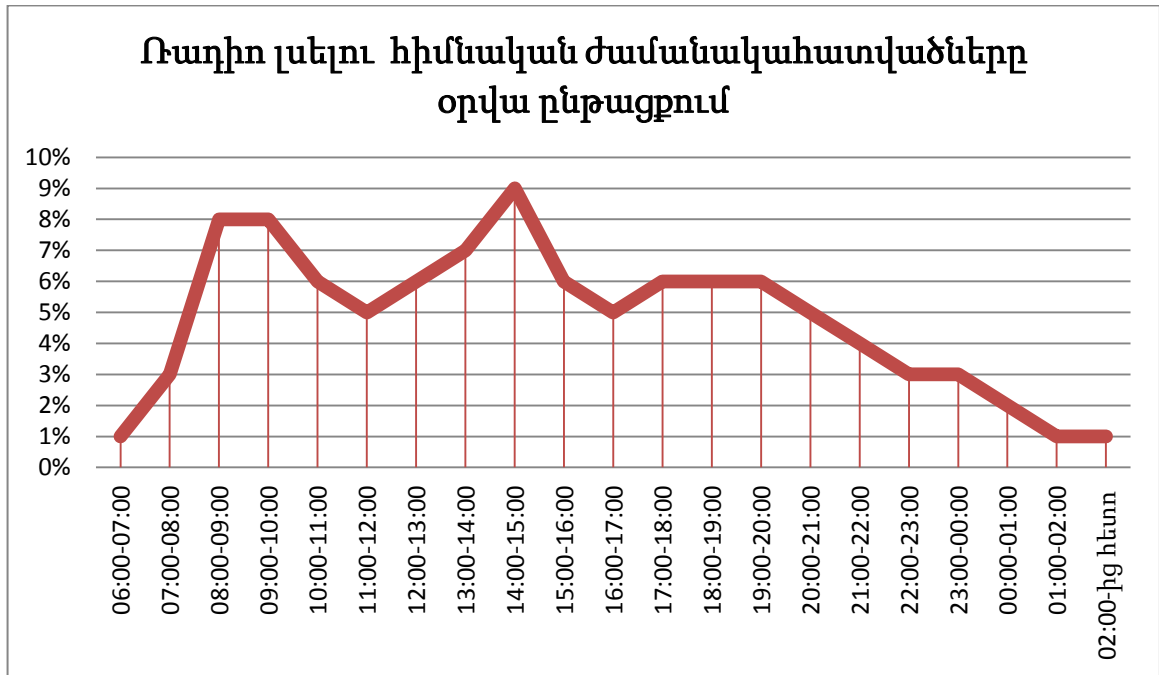
Գծապատկեր 15

20:00-ից հետո ռադիո լսողների թիվը աստիճանաբար նվազում է մինչև ուշ գիշեր: Կեսգիշերն անց ռադիոլսողների թիվը կտրուկ նվազում է:



Գծապատկեր 16

Եթե դիտարկենք ողջ օրվա ընթացքում ռադիոյի լսելիությանը, ապա կտեսնենք, որ ռադիոյի լսելիության ամենատարածված ժամանակահատվածը 14:00-15:00-ն ընկած հատվածն է, ապա առավոտյան 08:00-10:00-ն ընկած հատվածը: Ամբողջ օրվա ընթացքում ռադիո լսելու հիմնական ժամանակահատվածներում լսարանի թվի փոփոխությունները ըստ տոկոսների ներկայացված են Գծապատկեր 17-ում:

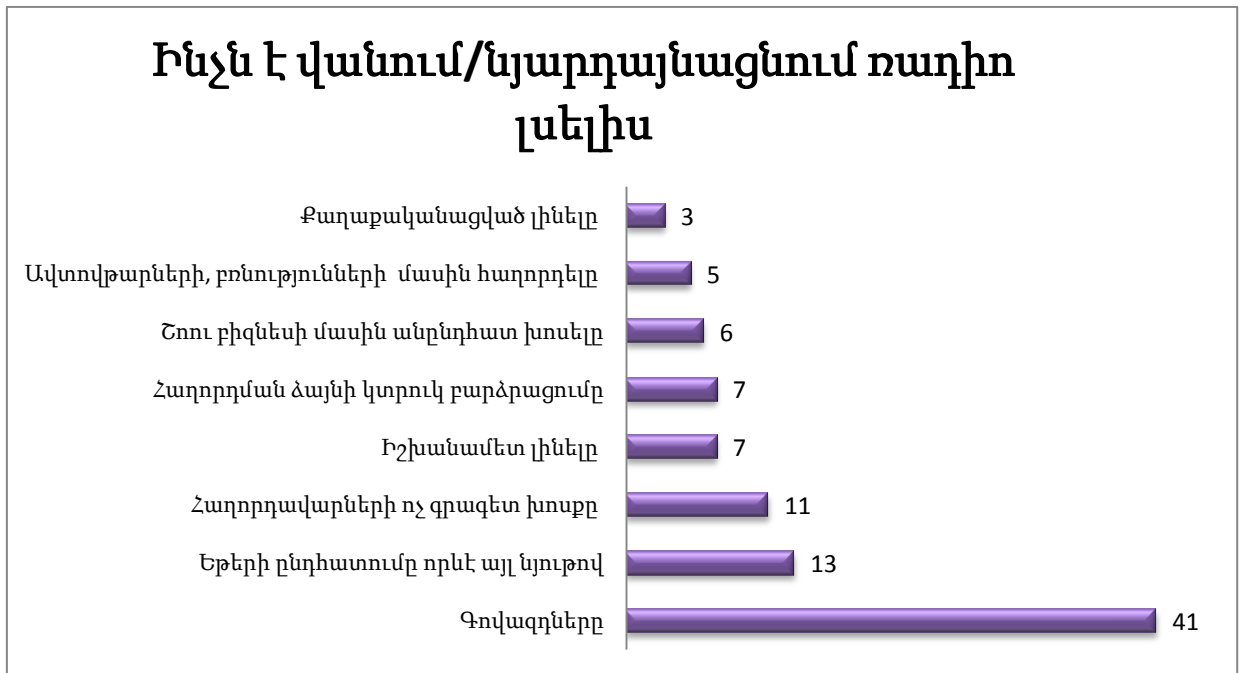


Գծապատկեր 17

Հետազոտության ընթացքում փորձել ենք պարզել, թե ինչն է նյարդայնացնում ունկնդիրներին ռադիո լսելիս: Նշենք, որ հարցվածների 8%-ը դժվարացել է նշել, թե ինչն է իրեն նյարդայնացնում ռադիո լսելիս: Ինչպես պարզ դարձավ, ռադիոլսողների համար ամենանյարդայնացնողը գովազդներն են. այս պատասխանը նշվել է 41% դեպքերում: Ռադիոլսողներին նյարդայնացնում է նաև եթերի ընդհատումը որևէ այլ նյութով. խոսքը բոլոր այն դեպքերի մասին է, երբ հաղորդման ընթացքում գրույցը, թեման, քննարկումը ընդհատվում է երաժշտությամբ, որևէ լուրով կամ անոնսով: Ռադիո լսելիս նյարդայնացնող է նաև հաղորդավարների ոչ գրագետ խոսքը: Գրագետ խոսքից զատ հարցվածները հաճախ որպես օրինակ նշել են դեպքեր, երբ ռադիոունկնդիրը զանգում է ռադիո և հաղորդավարը փորձում է եթերից ի ցույց դնել գերակա դիրք կամ անել գռեհիկ արտահայտություններ, հաճախ նաև ծաղրել ռադիո զանգահարած «ոչ կիրթ» ունկնդրին:

Ըստ հարցվածների նյարդայնացնող է նաև շոու բիզնեսի մասին անընդհատ խոսելը, ինչպես նաև բացասական տեղեկատվության հաճախակի տրամադրումը. ավտովթարների, բռնությունների և նմանատիպ այլ երևույթների մասին պարբերաբար հաղորդելը վանում է ունկնդիրներին:

Ռադիոունկնդիրները որպես վանող հանգամանք նշել են ռադիոների իշխանամետ, քաղաքականացված լինելը: Հարցի վերաբերյալ տվյալները ներկայացված են Գծապատկեր 18-ում:



Գծապատկեր 18

Այս համատեքստում հարկ է առանձնացնել հատկապես Հանրային ռադիոյի գործունեության հանդեպ հանրային դիրքորոշումները, քանի որ, ինչպես հայտնի է, մարդու սահմանադրական իրավունքն ապահովելու նպատակով պետությունը ստեղծում է անկախ հանրային հեռուստառադիոընկերություն, որի գործունեությունն ապահովում է տեղեկատվական, քաղաքական, տնտեսական, կրթական, մշակութային, մանկապատանեկան, գիտական, հայոց լեզվի և պատմության, մարզական, ժամանցային և հանրության համար կարևոր ու նշանակալից այլ տեղեկատվական բնույթի հաղորդումների բազմազանություն:

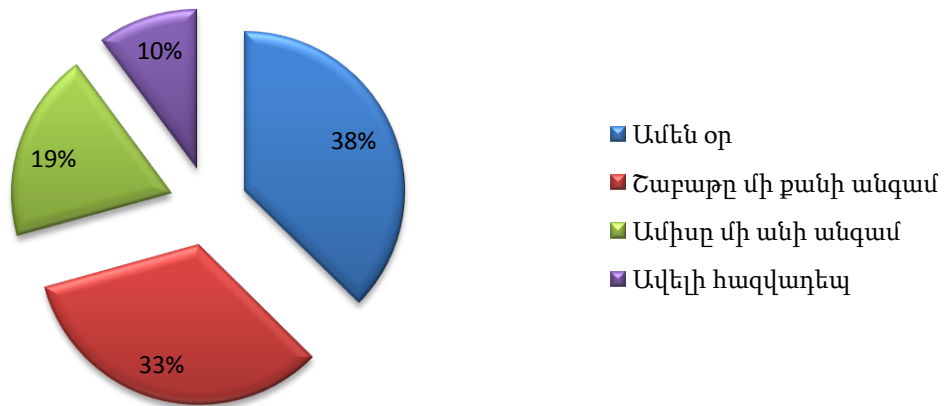
Հանրային հեռուստառադիոընկերության ռադիոհաղորդումների արտադրության և հեռարձակման բնագավառում գործունեությունն իրականացնում է Հանրային ռադիոընկերությունը¹:

Այն հարցվողներին, ովքեր լսում են Հանրային ռադիո, տրվել է հարց, թե հատկապես ինչ են լսում այս ռադիոալիքով: Արդյունքում պարզ է դարձել, որ Հանրային ռադիո լսելու հիմնական նպատակը լուրեր ու երաժշտություն լսելն է: Այս պատկերը համընկնում է նաև ընդհանուր ռադիոյի պատկերի հետ, քանի որ այլ ռադիոալիքներով նույնպես հիմնականում լսում են լուրեր և երաժշտություն: Հարցման մասնակիցները դժվարանում են նշել իրենց կողմից սիրված կամ չսիրված որևէ հաղորդում Հանրային ռադիոյի եթերում, ինչը նշանակում է Հանրային ռադիոյի հաղորդումները ճանաչելի և հիշվող չեն: Հանրային ռադիոն ունի երեսունից ավելի անուն հաղորդումներ, սակայն շատ են այն հաղորդումները, որոնք ինչպես բովանդակային, այնպես էլ ներկայացման ֆորմատով գրեթե նույնական են և եթե հաղորդման ընթացքում հաղորդման անունը չնշվի, ունկնդիրը միգուցե դժվարանա հասկանալ, թե որ հաղորդումն է այդ պահին լսում:

Հետազոտության ընթացքում դուրս են բերվել տվյալներ նաև այն մասին, թե ռադիոյի ունկնդիրները որքան հաճախ են լսում Հանրային ռադիո (Գծապատկեր 19): Նշենք, որ Հանրային ռադիո լսողների մեծամասնությունը՝ 38%-ը, ամեն օր լսում է Հանրային ռադիո, 33%-ը Հանրային ռադիո լսում է շաբաթը մի քանի անգամ: Առավել քիչ են այն ունկնդիրները, ովքեր Հանրային ռադիո լսում են ամիսը մի քանի անգամ կամ ավելի հազվադեպ:

¹ ՀՀ օրենքը հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին, հոդված 26

Որքան հաճախ են լսում Հանրային ռադիոն (%)



Գծապատկեր 19

Խոսելով Հանրային ռադիոյի ձայնի մասին, ասենք, որ հարցվածների զգալի մեծամասնությունը՝ 75%-ը դժվարացել է տալ որևէ պատասխան: Հարցվածները հստակ պատկերացումներ չունեն Հանրային ռադիոյի հաղորդավարների վերաբերյալ, չգիտեն ովքեր են հաղորդումներ վարում Հանրային ռադիոյով, ուստի դժվարանում են առանձնացնել որևէ ձայն, որը կբնորոշի Հանրային ռադիոյին: Որպես Հանրային ռադիոյի ձայն նշվել են հետևյալ անունները՝ Սարգիս Նաջարյան, Լուսի Քոչարյան, Ժակ, Տիգրան Հարությունյան, Աննա Մանուչարյան, Լուլու(Լուսինե Բաղայան), Եգոր Գլումով, Ավետ Բարսեղյան, Գևորգ Մելիքյան, Արմեն Ամիրյան: Նշված անունները հանդիպել են 2-4 անգամ: Ինչպես տեսնում ենք անուններում կան նաև այնպիսի անուններ, որոնք կապ չունեն Հանրային ռադիոյի հետ, օրինակ՝ Ե. Գլումով, Ժակ, Լուլու: Հետաքրքիր է, որ հարցվողներից ոմանք որպես ռադիոյի ձայն նշել են Արմեն Ամիրյանի ձայնը: Հաճախ, երբ հարցվածները չեն կարողացել մտաբերել հաղորդավարի անունը, տվել են նմանատիպ պատասխաններ՝ «*խոպոտ ձայնով տղա*», «*տղա քաղցր ձայնով*», «*երեկոյան լուրերի հաղորդավարը*» և այլն:

Ընդհանուր առմամբ հարցման մասնակիցները դրական տրամադրվածություններ ունեն և դրական որակավորումներ են նշում Հանրային ռադիոյի վերաբերյալ՝ նշելով այն մասին, որ ռադիոն այն եզակի կառույցներից է, որ իրականացնում է այն, ինչ պետք է անի և ինչ ամրագրված է օրենքում: Սակայն այստեղ կա մի մեծ

վերապահում՝ կապած այն հանգամանքի հետ, որ տպավորությունները վերաբերում են և կազմվում են ոչ թե ներկայիս ռադիոհաղորդումները ունկնդրելու արդյունքում, այլ այս ընկալումները և տպավորությունների հիմքում ընկած է ռադիոյի ողջ գործունեությունը, պատմությունը, այն դերը, ինչ ունեցել է տարիներ առաջ՝ կազմելով առօրյայի մաս:

Հարցման մասնակիցները հաճախ նշում են, որ Հանրային ռադիոյին պակասում է դինամիկան և եթե Հանրային ռադիոյին հաջողվի համադրել կիրթ, գրագետ խոսքը երիտասարդների աշխույժ, կյանքով լի աշխատանքի հետ, ապա կստացվի լավագույն արդյունքը: