Český rozhlas	PROGRAMOVÁ POPTÁVKA

Pro stanici	**REGIONÁLNÍ STANICE ČESKÉHO ROZHLASU**
Cíloví posluchači	**střední a straší generace (50+) – více viz níže**
Periodicita	**denně**
Délka pořadu	**max. 2 minuty**
Počet dílů	**ideálně 365 – na každý den**
Zahájení vysílání	**leden 2015**
Žánr	**drobná publicistika – populárně-naučná rubrika – historie**

Stručná charakteristika pořadu / projektu

Pracovní motto: *Trocha historie nikoho nezabije*
Historická událost či osobnost spojená s našimi dějinami ve zkratce, vyobrazená populárně-naučnou formou a usazená do dějinného kontextu. Příčiny a následky zajímavých nebo důležitých historických událostí, život osobností s přesahem do současnosti (např. vynálezce, jehož díla dodnes užíváme). Vše formulováno jasným a srozumitelným jazykem, zpracování moderní formou, informace by měly být vybírány a řazeny s ohledem na cílovou skupinu regionálních stanic. Propojení s webem.

Cílová skupina posluchačů RS ČRo – bližší specifikace:
Cílovou skupinou posluchačů regionálních stanic Českého rozhlasu je zejména střední a starší generace posluchačů nad padesát let, přičemž v publiku mírně převažují ženy. Většinový posluchač regionální stanice trvale žije na venkově v obci do jednoho, resp. pěti tisíc obyvatel, preferuje soukromí a rodinu, věnuje se svým koníčkům (převážně kutilství a zahradě), je krajově vyhraněný, orientuje se hlavně na místní dění, tj. na informace a tvorbu z regionu, ve kterém žije (akcent na regionální zprávy a regionální problematiku), není společensky příliš aktivní.
Ve srovnání s Českým rozhlasem Dvojka je posluchač regionální stanice více usedlý, konzumní a méně vzdělaný, má výrazně menší zájem o informace a náročné mluvené slovo, preferuje více hudební a zábavný charakter vysílání (preference mluvené slovo/hudba = 40/60). Konkrétně ve vysílání regionální stanice očekává a vyhledává regionální zpravodajství, servisní informace, spotřebitelské poradny, písničky na přání, moderované bloky hudby a slova (proudové vysílání), talk show, pořady o hobby, jídle a vaření a zábavné pořady. Rádio poslouchá převážně doma (poslech je do značné míry kulisový) a z ostatních typů médií preferuje především televizi.

Předkládá	**Jan Menger**	Datum	**19. 5. 2014**