

Dosavadní stav

Rádio Junior vysílá 5 let. Zkušební vysílání bylo spuštěno v září 2012, ostré vysílání s živými moderátory pak začalo 1. března 2013. Redakce si tehdy stanovila ambiciózní cíl oslovovat děti ve věku 3–12 let. Do letošního roku nebylo zcela zřejmé, kolik posluchačů v této cílové skupině dětské vysílání Českého rozhlasu poslouchá. Průzkum poslechovosti Radioprojekt dotazuje posluchače ve věku 12–79 let, tedy mimo cílovou skupinu Rádía Junior. Podle Radioprojektu se v prvních pěti letech denní zásah pohyboval v rozmezí 5–10 tisíc posluchačů, týdenní zásah pak v intervalu 20–30 tisíc posluchačů. Tyto odhady však reflektují dospělé publikum a o dětech prakticky nevyprávějí.

Zlom v informovanosti o počtu posluchačů přinesl rok 2017, kdy Český rozhlas získal data z průzkumu **České děti 2016** od Millward Brown, který vznikl na vzorku 1000 dětí ve věku 6–15 let. Pozitivní je, že podle průzkumu některou rozhlasovou stanicí poslouchá 70 % českých dětí, 11 % dokonce denně. Horší zprávou je, že z tohoto množství si Rádio Junior naladí jen 9 % dětských posluchačů, denně 1 %. Tato fakta vedla k přehodnocení dosavadní strategie věkového zacílení Rádía Junior a k její úpravě.

Změna cílové skupiny

Jediným vážnějším konkurentem Rádía Junior na rádiovém trhu je v současnosti Rádio Pigy, které cílí na předškoláky a mladší školáky (cca 3–7 let). Tím se pro Rádio Junior otevírá nika v cílové skupině přibližně od 8 do 12 let, v českém éteru zatím nepokryta (podobným směrem se vydalo německé dětské rádio WDR Kiraka, které také cílí v drtivé většině vysílacího času na děti 8+ a jen 90 minut denně svého programu věnuje předškolákům. V zahraničí najdeme i další příklady – úspěšné Fun Kids Radio z Velké Británie si vybralo cílovou skupinu 7–12 let, švédský vysílatel veřejné služby dělí obsah pro děti na skupiny 3–8 a 9–13 let).

Je evidentní, že přibližně 8. a 12. rok života jsou pro percepci rozhlasového vysílání zlomové. Tento fakt podtrhují i teorie z oblasti vývojové psychologie, které rozdělují školní věk na nativní realismus (cca 6–8 let) a kritický realismus (8–12 let). V období kritického realismu se dětem zvyšuje schopnost soustředění, sebedůvěra a potřeba hledat idoly jinde než v rodičích.

Proto novou primární cílovou skupinou Rádía Junior budou od roku 2018 děti ve věku 8–12 let (s mírnými přesahy oběma směry). **Sekundární cílovou skupinou budou děti 3–7 let.**

V celku tedy stále bude dětské vysílání Českého rozhlasu zaměřeno na děti věku 3–12 let, zacílení podskupin však bude adresnější, jasně ohraničené a s výrazným důrazem na starší děti.

Mimořádně důležitou cílovou skupinou jsou rodiče, prarodiče i učitelé a pedagogové. Mají na děti vliv a mohou jim Rádio Junior doporučit. Pořad pro dospělé Atrium (PO–ST 21:15) přesto bude na konci roku 2017 ve vysílání zrušen, protože křivky online poslechu zaznamenávají v jeho průběhu stálý pokles. Navíc pořad působí jako cizorodý prvek v dětském vysílání. Pro rodiče a prarodiče budeme vyrábět audiovizuální formáty, které budeme šířit přes YouTube, web a sociální sítě. Půjde de facto o obsahový marketing založený na poradenství tak, aby bylo patrné, že producentem je Rádio Junior.

Nová struktura vysílání

Rádio Junior má v tuto chvíli dva kanály: **Rádio Junior – Písničky** (webový stream) a **Rádio Junior** (web, DAB+, DVB-T). Low-costový kanál **Rádio Junior – Písničky** bude jako dosud cílit na děti 3–7 let. Obsahem vysílání s 0 % mluveného slova budou stále ze 100 % česky zpívané skladby. Od roku 2018 budeme posluchačům garantovat, že po zapnutí tohoto kanálu vždy nejpozději do 30 minut uslyší lidovou resp. tradiční českou písničku, kterou si mohou i nejmenší děti zazpívat (Poštovský panáček, Okolo Hradce atp.).

Hlavní kanál **Rádio Junior** bude pro děti ve věku 3–7 let denně vysílat nový půlhodinový pořad s pracovním názvem Pohádková školka. Nabídne předškolákům a začínajícím školákům

několik krátkých pohádek propojených zábavnými dialogy moderátora s Ušounem Rušounem. Cílem pořadu je děti zábavnou formou rozvíjet v duchu metodického materiálu MŠMT známého jako "Desatero pro rodiče předškolního věku". Dalším pořadem pro malé děti na Rádiu Junior zůstane Hajaja (simultánně na Dvojce) a Velká pohádka ve 20:00 (s reprízou druhý den ve 13:00). O víkendu bude Rádio Junior nově vysílat (s Dvojkou) Nedělní pohádku ve 13:00.

V ostatních časech dne věnuje Rádio Junior pozornost cílové skupině 8–12. Dojde k posunu formy i obsahu. Průzkum České děti 2016 nám nastínil prioritní oblasti zájmu současných dětí i chování při výběru mediálního obsahu. Rozhodující je pro ně faktor zábavnosti a zajímavosti.

Proto informace, vzdělávání i výchovné prvky budeme častěji vkládat do interaktivních a zábavných forem. Dlouhé stopáže rozdělíme na více kratších a proložíme je hudbou. V souladu se zájmy cílové skupiny budeme častěji reflektovat témata sport, YouTube, hudba, videohry, mobilní aplikace, filmy, seriály aj. Vysílání bude v průběhu celého dne propojeno čtyřmi nosnými rubrikami: Minutové zprávy (informace), kvízy To dáš! (vzdělávání), Vtípky (zábava) a Písničky na přání (interaktivita a komunikace).

Hudební dramaturgie Rádía Junior bude nově obsahovat až 45 % anglické produkce, protože angličtina je v tuto chvíli pro cílovou skupinu srozumitelnější než např. slovenština – 80 % dětí tvrdí, že anglicky rozumí pasivně, 50 % mluví anglicky aktivně a 39 % se chce anglicky naučit. Ve všedních dnech zkrátíme živě moderované vysílání o 2 hodiny denně, v čase kdy děti musí být ve škole (8:00–10:00). Naopak rozšíříme moderované vysílání o víkendech (SO–NE 9:00–12:00), kde dosud živý moderátor není. Otevřeme tím mimo jiné možnost přenosů z dětských akcí, ze ZOO Praha nebo z jiných míst mimo studio. Křivky online poslechu naznačují potenciál.

Nové kanály šíření obsahu

Průzkum České děti 2016 nám ukázal, že cílová skupina 8–12 let tráví čas každodenním poslechem nějakého rádia jen zřídka (10 %), naopak každodenním sledováním YouTube tráví čas už významná část (50 %). Chytrý telefon (obvykle připojený na internet) má 80 % dětí naší primární cílové skupiny. Pokud tedy chceme dostat náš obsah k větší skupině dětí, musíme ho začít šířit i přes online kanály. Pilotním projektem vizualizace obsahu Rádía Junior bude dodatečná výroba animace k vybraným dílům úspěšného zábavného seriálu Venda a Fráňa. Na YouTube budeme také umisťovat vybrané rozhovory z vysílání, nový seriál Youtubeři nebo krátké recenze nových filmů, knih, aplikací apod. Rádio Junior, respektive značka Junior se stane **crossmediálním zábavním projektem pro děti** a přítomna bude nejen na YouTube, ale i v mobilech, na webu a např. v HbbTV.

Načasování

V průběhu podzimu 2017 začne příprava změn, například revize hudební databáze nebo postupné formování stávajících pořadů do atraktivnější podoby. Současně začne předvýroba nových pořadů. 1. ledna 2018 bude zkráceno živé ráno a od 8:00 začneme denně vysílat nový pořad pro předškoláky Pohádková školka, který bude dostupný i na webu k 7dennímu streamu. Ve vysílání se od nového roku objeví ve všední dny pořad Odpolední lajky, který bude založen na aktualitách, recenzích, interaktivitě a zábavě. 1. března (narozeniny stanice) začne Rádio Junior vysílat hitparádu a zábavný týdeník LOL, který celý budou připravovat děti. Den dětí 1. červen je datem, kdy zahájíme živé vysílání i o víkendu, nasazeny budou nové znělky a změny v programu budou dokončeny. Pravděpodobná je k 1. červnu i změna jména stanice (respektive celé platformy) včetně loga a vizuálního stylu.

Cíle 2020

V roce 2020 chceme mít díky nově nastavené strategii **dvojnásobný počet spuštění poslechu přes internet** než v roce 2016 – tj. přes 0,5 milionu. Chceme zvýšit v cílové skupině posluchačů ve věku 8–12 let také **znalost značky alespoň na 50 %** (z 24 % v roce 2016). Ve stejné cílové skupině chceme **zvýšit denní zásah na 5 %** (z 1 % v roce 2016).