

برنامه صبحگاهی

چرا برنامه صبحگاهی از سایر برنامه‌های روزانه متفاوت است؟

زمان پرتحرک صبحگاهی بطور سنتی، پرسنننده‌ترین بخش روزانه برای رادیوست. برنامه صبحگاهی با شروع روز همراه است و بیشترین آگهی‌ها را در خود دارد، لذا ارائه جدیدترین اطلاعات به شنونده‌ای که دارد از منزل خارج می‌شود تا روز را آغاز کند، ضرورت دارد. برنامه قوی صبحگاهی می‌تواند بنیان یک ایستگاه رادیویی قوی را شکل دهد. در ایستگاه‌های موسیقی محور، صبحگاه، در واقع آخرین تکیه‌گاه رادیویست.

بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی در برنامه صبحگاهی خود وضع ترافیک، هوا، موسیقی و اخبار و نتایج مسابقات ورزشی را اعلام می‌کنند و همینطور از دیگر عناصر و عواملی که سبب پویایی برنامه صبحگاهی می‌شود بهره می‌برند. اما عناصر منحصر به فرد هر ایستگاه رادیویی مجریان و شخصیت‌های آن هستند. اینها عناصری هستند که دیگر ایستگاه‌ها نمی‌توانند از آنها کپی برداری کنند.

نگرش‌های مردم

مردم معمولاً دوست ندارند صبح از خواب برخیزند. آنها خسته و بی‌حال هستند و دوست ندارند در صبح تاریک و سرد زمستانی از خواب برخیزند. بویژه زمانی که چندان مجبور نباشند. مردم احساس می‌کنند از زمانی که ساعت زنگ می‌زند تا زمانی که سرکار می‌روند، در اختیار رئیس‌شان هستند و این زمان را از آن خودشان نمی‌دانند. بسیاری از مردم شغلشان را دوست ندارند و از شلوغی و ازدحام صبحگاهی در خیابان‌ها ناراضی هستند. بعلاوه این ویژگی‌ها، وضعیت برنامه صبحگاهی در رادیو از اهمیت خاصی برخوردار است.

اگر بتوانید مردم خسته و بی‌حال را در صبحگاه شاد کنید و بخندانید می‌توانید آنان را شنونده خود

سازید!

نیازهای ما

هنگامی که مردم صبحگاه از خواب بر می‌خیزند می‌خواهند برخی اطلاعات ضروری را کسب کنند.

زمانی که من خواب بوده‌ام چه اتفاقاتی رخ داده است؟ آیا همه چیز منفجر شده است؟ آیا جنگ جهانی سوم شروع شده است؟ آیا می‌توانیم آب بنوشیم؟ آیا با آرامش و امنیت می‌توانیم از خانه خارج شده و روزنامه بخیریم؟ اگر امروز صبح فرصت مطالعه روزنامه ندارم، نمی‌خواهم مانند افراد ناآگاه بنظر برسم. همه امروز در اداره راجع به چه چیزی صحبت خواهند کرد؟ رادیو چه آگاهی‌هایی بمن خواهد داد که مرا نسبت به همکارانم در وضعیت بهتری قرار دهد.

منبع : آفرینش رادیوی قدرتمند جذب ، حفظ و گسترش مخاطبان، نویسنده : والری گلر، ترجمه :

حمیدرضا نجفی ، 1389گردآورنده : حسین نژاد