



## Rynek

Program I Polskiego Radia to ogólnopolski program nadawany na falach długich 225 kHz oraz 198 kHz i na 47 częstotliwościach ultrakrótkich – lokalnie.

Jedynka działa na niezwykle konkurencyjnym rynku radiowym w otoczeniu dwóch komercyjnych sieci ogólnopolskich: Radia ZET, RMF FM, oraz radiofonii konfesyjnej: Radia Maryja, kilku konsolidujących się sieci ponadregionalnych: Radia WAWA (13 stacji), Radiostacji (9 stacji), TOK FM (8 stacji, Radia Plus (26 stacji), Ad Point, a także około 140 stacji lokalnych.

Na rynku warszawskim, gdzie nadaje 20 komercyjnych rozgłośni radiowych, rynku o największej konkurencyjności, największym kapitale oraz najwyższych wydatkach na reklamę, Jedynka zajmuje pierwsze miejsce ze względu na zasięg dzienny i udział w rynku słuchania.

Na podstawie wyników systematycznych badań audytorium radiowego (lipiec–wrzesień 2004) w ciągu dnia Program I Polskiego Radia dociera do 18,2%, tj. 5 mln 400 tys. słuchaczy.

Kolejne pasma programowe Jedynki gromadzą dziennie audytoria o następującej liczebności:

- Sygnały Dnia (6.00–9.00) 12,2%, czyli 3 mln 600 tys. osób;
- Cztery Pory Roku (9.00–12.00) 9,4%, czyli 2 mln 800 tys. osób;
- Po południu (13.00–16.00) 8,3%, czyli 2 mln 400 tys. osób;
- Przed wieczorem (16.00–19.00) 4%, czyli 1 mln 200 tys. osób;
- Wieczorem (19.00–22.00) 2,9%, czyli 800 tys. osób.

Udział Programu I we wpływach brutto z reklamy wyniósł w 2003 roku około 5%, podczas gdy w 2001 roku wynosił 3,8%.



## Osiągnięcia

Jedynka odegrała znaczącą rolę w przygotowaniu społeczeństwa do akcesji Polski do wspólnoty europejskiej, w tym w upowszechnianiu znajomości procedur uzyskiwania dopłat bezpośrednich w rolnictwie.

Radiowa Jedynka miała również w 2004 roku wyłączność na transmisje oraz relacje i sprawozdania z przebiegu Igrzysk Olimpijskich w Atenach. Łącznie na antenie Jedynki poświęcono Olimpiadzie około 100 godzin emisji.



Do istotnych osiągnięć Programu I należy też utrzymanie siły marki najpopularniejszej audycji radiowej w Polsce – Lata z Radiem.

Jest faktem niezaprzeczalnym, że mimo ostrej konkurencji ogólnopolskich stacji komercyjnych, szczególnie w dziedzinie muzyki rozrywkowej, oraz stacji lokalnych o charakterze muzycznym, Jedynce udało się utrzymać ogromne audytoria, które w czasie największej słuchalności – rano – nie ma sobie w Polsce równych.

## Historia

Za inaugurację nadawania Programu I Polskiego Radia uznaje się datę 1 lutego 1925 roku. Wówczas to do nielicznej grupy polskich radiosłuchaczy dotarły słowa wypowiedziane przez inż. Romana Rudniewskiego: „Tu próbna stacja radionadawcza Polskiego Towarzystwa Radiotechnicznego w Warszawie, fala 385 metrów”.

Jednak to nie PTR, związane z obcym kapitałem, ale powiązana z polskim koncernem elektryfikacyjnym „Siła i Światło” Spółka „Polskie Radio” (powstała z inicjatywy Zygmunta Chamca i Tadeusza Sułowskiego) otrzymała 18 sierpnia 1925 roku koncesję na nadawanie programu radiowego na obszarze całego kraju.

Regularną emisję Polskie Radio rozpoczęło 18 kwietnia 1926 roku.

Do roku 1930 przybyły regionalne stacje w Krakowie, Poznaniu, Katowicach, Wilnie, we Lwowie i w Łodzi.

Nie do przecenienia jest w tym okresie rola Polskiego Radia w dziele integracji polskiego społeczeństwa po odzyskaniu niepodległości.

Następny okres rozwoju polskiej radiofonii to lata 1930–1939, kiedy to Radio w Polsce staje się w pełni świadomym swojej roli i wartości środkiem społecznej komunikacji.

W 1929 roku Polskie Radio otrzymuje następną koncesję – tym razem na lat 20. Powstaje silna, jak na owe czasy, stacja nadawcza w Raszynie o mocy 120 kW, odbywa się intensywna radiofonizacja kraju, rozpoczyna się produkcja polskich odbiorników radiowych.

W 1935 roku, po wykupieniu przez Skarb Państwa, Polskie Radio staje się całkowicie upaństwowione, podległe Ministerstwu Poczty i Telegrafów. Powstają specjalnie zaprojektowane gmachy rozgłośni regionalnych oraz nowe rozgłośnie w Baranowiczach i Łucku, rozpoczyna się budowa gmachu Radia i Telewizji w Warszawie. Jednocześnie podwaja się liczba abonentów radiowych.

W Polskim Radiu pracują wówczas jako redaktorzy muzyczni R. Jasiński i S. Kisielewski, spikerzy – T. Bocheński i Z. Świętochowski, twórcy radiowego teatru – W. Hulewicz, M. Melina, T. Byrski, A. Bohdziewicz, pisarze – J. Parandowski i Z. Kosidowski, dyrygenci – G. Fitelberg i Z. Górzynski.

Z Radiem współpracowali też inni wybitni polscy pisarze (J. Szaniawski, J. Iwaszkiewicz, M. Dąbrowska, M. Kuncewiczowa), kompozytorzy (K. Szymanowski) czy aktorzy (S. Jaracz, A. Zelwerowicz).

Podczas wojny i okupacji dwa momenty warte są uwagi: działalność rozgłośni warszawskiej we wrześniu 1939 roku pod kierunkiem dyrektora muzycznego PR E. Rudnickiego oraz epizod powstańczej radiostacji „Błyskawica” w czasie Powstania Warszawskiego, również pod tym samym kierownictwem.

Powojenne dzieje Polskiego Radia rozpoczyna działalność prowizorycznej rozgłośni, nadającej z boczniczy kolejowej dworca w Lublinie, tzw. Pszczółki.

W 1944 roku Polskie Radio przybiera formę przedsiębiorstwa państwowego. Pierwsze miesiące i lata powojenne to okres odbudowy zniszczonych rozgłośni i uruchamianie ponownie działających na Ziemiach Zachodnich.

Odbudowa infrastruktury technicznej towarzyszy odbudowa programowa według wzorów przedwojennych.

Ale już od 1948 roku Polskie Radio staje się ośrodkiem zmasowanej propagandy oraz indoktrynacji politycznej i światopoglądowej. Odtąd cały program polityczno-informacyjny i publicystyczny wraz z przekazami o charakterze oświatowym, artystycznym, sportowym, rozrywkowym służy kształtowaniu postaw i zachowań sprzyjających nowemu ustrojowi.

Do lat 50. Program I jest jedynym programem Polskiego Radia.

Lata 60. po październikowym zwrocie przyniosły istotne zmiany w sferze programowej (pojawienie się powieści radiowych, rozwój reportaży literackiego, nowoczesne w formie audycje dla młodzieży).

W 1974 roku oddano do użytku Centrum Radiowo-Telewizyjne przy ul. Woronicza, postawiono 646-metrowy maszt i nadajnik o mocy 2 tys. kW w Konstancynie koło Gąbina, dzięki którym wzrósł niepomniernie zasięg Programu I, obejmując nie tylko całą Europę, lecz także Afrykę Północną, a na wschodzie – znaczące obszary ówczesnego Związku Radzieckiego.

Pojawiły się audycje na żywo – Lato z Radiem, Sygnały Dnia, Cztery Pory Roku.

Lata 80. to nie tylko ponury okres stanu wojennego, ale również kilkanaście miesięcy ożywienia politycznego i społecznego wniesionego przez masowy ruch „Solidarność”.

Wraz z eksplozją firm prywatnych w 1989 roku w Jedynce pojawiają się nowe programy, m.in. Radio Biznes – dziś najbardziej profesjonalna audycja radiowa o tematyce gospodarczej. Zaraz po tym, gdy polski biznes wchodził w okres dojrzewania, a w „Białym Domu” ruszyła warszawska Giełda Papierów Wartościowych (1992), pojawiły się także liczne serwisy gospodarcze, informujące w pigułce o aktualnej sytuacji na rynku, m.in. na giełdzie, rynku bankowym i walutowym.

W 1995 roku odbyła się w Programie I inauguracja Radiowej Sceny Narodowej Teatru PR, poświęconej klasycie polskiej dramaturgii (sluchowisko „Konrad Wallenrod” według Adama Mickiewicza w reżyserii Andrzeja Zakrzewskiego).

W sierpniu 1991 roku maszt w Konstancynie koło Gąbina zawalił się w wyniku błędów ekipy konserwującej naciąg.

Po wielu latach starań podjęto decyzję o zbudowaniu – już w innym miejscu – nowego centrum nadawczego Programu I.

Centrum, wraz z dwoma 300-metrowymi masztami antenowymi, zbudowano w Solcu Kujawskim, mieście, którego mieszkańcy opowiedzieli się w referendum za budową centrum Programu I PR na terenie ich gminy. Dzięki tej inwestycji Radiowa Jedynka jest słyszalna nie tylko w Europie, ale także w Północnej Afryce.



## Produkt

Program I Polskiego Radia, tzw. Jedynka, jest „okrętem flagowym” publicznej radiofonii i Polskiego Radia SA. Ten najdłużej w Polsce nadawany program radiowy reaguje na wszystkie przejawy życia Polaków poprzez udostępnianie słuchaczom wszechstronnej oferty programowej, wykorzystując najrozmaitsze radiowe gatunki dziennikarskie i możliwe wszystkie istniejące i przyszłe platformy dystrybucyjne.



Najbardziej znane audycje to: Sygnały Dnia, Cztery Pory Roku, Lato z Radiem, Popołudniówka z Pierwszej Ręki, Radio Kierowców, Kronika Sportowa. Od kilku lat, w maju, można w Jedynce usłyszeć przez całą dobę tylko polskie piosenki – czyli Maj Polskiej Piosenki.

W paśmie 198 kHz Jedynka nadaje sprawozdania z obrad Sejmu i audycje przygotowywane przez Radio Parlament oraz przekazuje transmisje nabożeństw kościołów zrzeszonych w Polskiej Radzie Ekumenicznej.

Przeprowadzone w marcu 2004 roku zmiany w ofercie programowej (m.in. nowe magazyny, ramówka) wpłynęły korzystnie na atrakcyjność Programu I, zwiększenie komfortu jego słuchania i w konsekwencji na utrzymanie wysokiego poziomu słuchalności.

Śniadanie, środek poranka, czas jazdy samochodem, późne popołudnie – oto tylko niektóre składniki zapewniające przejrzystość struktury i rytmu programu. Każdą część dnia wyróżnia charakterystyczny styl, tempo oraz odmienny rodzaj muzyki i sposób jej prezentacji.

## Ostatnie wydarzenia

1 marca 2004 roku wprowadzono w Programie I nową ramówkę i kilka nowych pasm, m.in. Muzyczną Jedynkę, niedzielne pasmo T. Sznuca – 10 z hakiem, magazyn o aktualnych problemach mediów – Radio i okolice, magazyn informacyjny podsumowujący dzień – Świat w Jedynce. Znacznym zmianom uległa też oferta muzyczna programu.

Ostatnia, niezwykle udana edycja Olimpijskiego Lata z Radiem – w lipcu i w sierpniu 2004 roku – przyniosła Jedynce znaczący wzrost słuchalności, umacniając tę markę jako programu publicznego, niestroniącego jednak od lubianych przez słuchaczy pozycji rozrywkowych, w tym muzycznych (audycje autorskie B. Kaczyńskiego, G. Wasowskiego, W. Cejrowskiego, J. Cygana) i kabaretowych (kabaret Elita, magazyn satyryczny Zsyp, Humor w dobrym tonie A. Andrusa).

## Promocja

Promocja marki Jedynki ma na celu zaprezentowanie i utrwalenie oferty programowej Programu I w świadomości słuchaczy, postrzeganych i traktowanych jako obywateli.

Działania promocyjne sprowadzają się przede wszystkim do pozyskania nowych słuchaczy, do budowania starannie skomponowanego i przemyślanego wizerunku Jedynki w otoczeniu – u „przeciętnego słuchacza” oraz w środowiskach opiniotwórczych. Wizerunek ten jest odzwierciedleniem misji dziennikarskiej Programu I oraz zgodny ze sposobami jej realizacji.

Ostatnio przeprowadzono dwie kampanie promocyjne Jedynki: produktową Sygnałów Dnia w 2003 roku oraz trasy koncertowej Lata z Radiem w 2004 roku.

Radiowa Jedynka jest patronem medialnym wielu projektów i kampanii społecznych, zarówno ogólnopolskich, jak i lokalnych.

W różnego rodzaju akcjach promocyjnych Program I współpracuje z TVP, dziennikami ogólnopolskimi (Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita), magazynami prasowymi (Polityka, Przekrój, Pani Domu, Auto Świat).

## Wartości marki

Największym kapitałem Jedynki są serwisy informacyjne – dużo szybkiej i wyczerpującej informacji oraz bieżącej, gorącej publicystyki. Jedynka jest wzorem bezstronności i zachowania równego dystansu wobec wszystkich sił występujących na polskiej scenie politycznej. W związku z tym ma największy udział w tak wysokim poziomie wiarygodności i zaufania społecznego, jaki cechuje Polskie Radio.

Tylko w Programie I Polskiego Radia znajdują się codziennie formy radiowe, które w sektorze komercyjnym niemal nie występują: sluchowiska Teatru Polskiego Radia, powieści czytane przez najsłynniejszych aktorów, reportaże, muzyczne audycje autorskie, transmisje koncertów oraz ważnych uroczystości państwowych, kulturalnych, religijnych i sportowych.

Oto kilka istotnych cech Jedynki, na których zbudowany jest jej wizerunek:

- wysoka wiarygodność i zaufanie społeczne;
- obiektywizm (pluralizm), bezstronność, zachowanie równego dystansu;
- fachowość, sprawność warsztatowa i doświadczenie dziennikarzy, realizatorów, techników itd.;
- spełnianie służby społecznej, przede wszystkim czynny udział w kampaniach społecznych i pomoc w ich organizacji;
- utwierdzanie słuchaczy w przekonaniu, że Program I nie zostawia nikogo samego (ludzie biedni, chorzy, ludzie specjalnej troski, szczególnie zagubieni w zmieniającym się otoczeniu prawno-społecznym);
- informowanie społeczeństwa o prawidłowym i celowym wykorzystaniu środków publicznych pochodzących z opłat abonamentowych – zgodnie z zasadą „value for money”;
- troska o piękno języka ojczystego;
- przechowywanie i udostępnianie radiowych zasobów archiwalnych traktowanych jako dobro narodowe.

## Czego nie wiedzieliście o marce

### PROGRAM I POLSKIEGO RADIA

- » Od kilku lat Program I przyznaje nagrodę „Trudny temat do zgrzybnienia” osobom, którym dzięki kompetencji, autorytetowi i konsekwencji w działaniu udało się doprowadzić do rozwiązania trudnych problemów społecznych. Dotychczasowi laureaci: Jerzy Owiak, Leszek Balcerowicz, Grzegorz Kołodko i Jerzy Hausner.
- » Na stronach internetowych Jedynki są umieszczone codziennie stenogramy rozmów i wywiadów, które zostały przeprowadzone w ciągu dnia.
- » Istnieje Forum Słuchaczy – Przyjaciół Jedynki, na którym słuchacze mogą dyskutować o audycjach, jak również zgłaszać istotne dla nich problemy.
- » 24 marca 2003 roku, z okazji zdobycia przez Adama Małysza po raz kolejny Pucharu Świata w skokach narciarskich, Program I Polskiego Radia SA przygotował dla niego prezent niespodziankę w postaci płyty CD pt. „Posłuchaj jak skaczesz”. Płyta zawiera komentarze i relacje sprawozdawców Polskiego Radia z zawodów, w których triumfował nasz skoczek.