

Warszawa, dnia 12.02.1975 r.

Ośrodek Badania Opinii Publicznej
i Studiów Programowych

PANORAMA W OPINII WARSZAWIAKÓW
/z dnia 17 stycznia 1975 r./

UWAGI WSTĘPNE

Przyczyną, dla której podjęto badanie nad odbiorem PANORAMY stała się zaobserwowana w 1974 r. pewna tendencja spadkowa liczby osób oglądających ten program, a także wskaźnika ocen pozytywnych jakie wystawiali PANORAMIE jej widzowie. Postanowiono sprawdzić na przykładzie kolejnej, niczym szczególnym nie wyróżniającej się PANORAMY, co sądzą o niej osoby, mogące uchodzić za regularnych jej odbiorców, a więc - dobrze w programie zorientowane. Do tego celu dobrano grupę widzów warszawskich w liczbie 44 osoby, z którymi przeprowadzono wywiady na temat PANORAMY w dn. 17 I br. - następnego dnia po jej emisji. Przebadanej grupy w żadnym przypadku nie wolno utożsamiać z reprezentacją widzów w ogóle czy widzów Warszawy. Wywiady miały na celu pozyskanie informacji o możliwych reakcjach odbiorców na jeden konkretny program PANORAMY. Jak wspomniano, organizatorom zależało na rozmowach z osobami lepiej zorientowanymi w programie z tego też względu warunkiem udziału w badaniu było u w a ż n e oglądanie c a k e j PANORAMY nadanej w piątek, 17 stycznia 1975 roku oraz j e s z c z e j e d n e j w ciągu poprzednich dwóch-trzech tygodni. Struktura społeczna celowo dobranej do badania populacji przedstawiała się następująco:

1. byli to tylko mężczyźni, ponieważ z dotychczasowych badań przeprowadzonych na reprezentatywnych próbach ogólnopolskich wynika, że oglądają oni programy publicystyczne częściej niż kobiety,
2. badano osoby w dwóch identycznych co do wielkości grupach wiekowych; młodsze od 16 do 30 lat oraz starsze, w wieku 30 i więcej lat,
3. ze względu na wykształcenie były to jednakowo liczne grupy osób posiadających wykształcenie podstawowe, średnie i wyższe; pominięto osoby bez podstawowego wykształcenia,
4. połowę respondentów stanowili robotnicy wykwalifikowani, a połowę - pracownicy umysłowi.

SKALA PAMIĘTANIA POSZCZEGÓLNYCH POZYCJI PANORAMY

PANORAMA z 17 stycznia 1975 roku składała się z 7 pozycji. Były to:

- dwa wywiady związane z 30-leciem Warszawy
- Znak jakości /w związku z otrzymaniem przez Zakład "Stomil" w Grudziądzu Sztandaru Pracy za produkcję artykułów ze "Znakiem jakości"
- Ciepło-zimno /o budowie elektrociepłowni/
- Dobro społeczne /o starszym małżeństwie, któremu odebrano dom/
- Akcja ratownicza lotników wojskowych
- Jazda Sobiesława Zasady Fiatem 126p do Monte Carlo
- Zastaw za butelki.

Jak się okazało, najwięcej respondentów /co trzeci badany/ zapamiętało elementy treści lub tytuły trzech lub czterech pozycji PANORAMY /a więc połowy/; najmniej osób zapamiętało jedną, sześć bądź siedem pozycji /a więc bardzo mało lub wszystkie/.

Najliczniej zapamiętane pozycje to:

- Jazda Sobiesława Zasady Fiatem 126p do Monte Carlo /28 osób/
- Felieton filmowy pt. "Dobro społeczne" /26 osób/
- Dwie krótkie rozmowy z ludźmi, którzy pamiętali
Warszawę z 1945 roku /25 osób/

Mimo łączności tematycznej tych rozmów o wiele więcej osób zapamiętało swobodną rozmowę red. Pacha ze starszą kobietą, /która opowiadała swój dramatyczny powrót do Warszawy w pierwszych dniach po wyzwoleniu/, niż znacznie bardziej oficjalną rozmowę red. Pacha z płk Kościółkiem /uczestnikiem walk o Warszawę/.

OGÓLNA OCENA PROGRAMU PANORAMA /z dnia 17 I 1975 roku/

Ogólna ocena, jaką uzyskała PANORAMA z dn. 17 I 1975 r od respondentów przedstawia się następująco:

program bardzo dobry	-	3 osoby
dobry	-	12 osób
średni	-	15 osób
słaby	-	5 osób
zły	-	4 osoby

Razem 44 osoby

Jak z tego wynika, stosunkowo najczęściej oceniano ten program PANORAMY jako średni bądź dobry; oceny pozytywne przeważały nad negatywnymi /15 osób : 9 osób/. Należy wszakże uznać, że badani powściągliwie ocenili program, jeśli weźmie się pod uwagę, że telewidzowie mają wyraźną skłonność do pozytywnego oceniania oglądanych przez siebie programów.

OCENA POSZCZEGÓLNYCH POZYCJI PANORAMY

Każda badana osoba proszona była o wskazanie najwyżej dwóch najbardziej interesujących i dwóch najmniej interesujących pozycji PANORAMY oraz uzasadnienie swego stanowiska.

W tabeli przedstawiono ich wybory:

Ip.	Tytuł /temat/ pozycji	Liczba osób, które uznały ją za:	
		najbardziej interesującą	najmniej interesującą
1.	"Dobro społeczne"	26	-
2.	"Zastaw za butelki"	10	10
3.	Dwa wywiady związane z 30-leciem Wyzwolenia Warszawy	7	6
4.	Akcja ratownicza lotników wojskowych	9	6
5.	Jazda S.Zasady Fiatem 126p do Monte Carlo	13	6
6.	"Ciepło - zimno"	-	14
7.	"Znak jakości"	-	15

Wszystkie nadane pozycje można zaliczyć do trzech grup:

- wyróżnionych tylko pozytywnie /felieton "Dobro społeczne"/
- wyróżnianych tak pozytywnie jak i negatywnie, czyli kontrowersyjnych /"Zastaw za butelki", dwa wywiady związane z 30-leciem wyzwolenia Warszawy, akcja ratownicza lotników wojskowych, jazda Sobieszkawa Zasady Fiatem 126p do Monte Carlo/
- wyróżnionych tylko negatywnie /"Ciepło - zimno", "Znak jakości"/.

Pozycja najbardziej interesująca w opinii badanych

"Dobro społeczne". W pozycji tej poruszono sprawę starszego małżeństwa - Szozdów, którzy przez kilkanaście lat budowali swój dom. Władze terenne, mimo istnienia planów zagospodarowania terenu, wyraziły zgodę na jego budowę. Obecnie podjęto na tym terenie budowę budynków mieszkalnych, a bohaterowie felietonu stanęli wobec konieczności opuszczenia swego domu, który będzie wyburzony. Władze oprócz ekwiwalentu pieniężnego deklarowały tylko bliżej nie sprecyzowaną pomoc.

Pozycja nosiła wyraźnie interwencyjny charakter, co podkreślali badani, stwierdzając także, że solidaryzują się z Szozdami. Sądziili oni ponadto, że sympatia telewizji jest także po stronie właścicieli nowowypbudowanego domku. Tylko jedna osoba twierdziła, że w tym sporze słuszne jest stanowisko rady narodowej uzasadniając to priorytetem interesu społecznego nad indywidualnym /w każdym przypadku/. Respondenci określili tę pozycję jako ważną społecznie. A oto przykłady oryginalnych wypowiedzi badanych ilustrujące ich opinie o reportażu.

"Program, który napewno każdym wstrząsnął. Pokazał bezdusność władz terenowych wobec starszych ludzi. Mam nadzieję, że po tej audycji władze cofną decyzję o zlikwidowaniu domu"

"Bardzo życiowy program, serio potraktowany, teraz będzie się częściej zdarzać w związku z budownictwem mieszkaniowym - znieczulica urzędów"

"Pokazali prawdziwą krzywdę ludzi. Oni byli bardzo zmartwieni i w ogóle załamani. Ale i tak nie ma nadziei, że im ten dom oddadzą, bo Wydział Architektury tego nie powiedział. Widać było, że oprócz TV - to nikt im nie pomoże".

Warto tu podkreślić także czynniki "pozatelewizyjne" przy ocenie pozycji, która dla niektórych telewidzów stała się okazją dla wyrażenia braku zaufania do sprawiedliwych decyzji władz administracyjnych i solidarności z osobami pokrzywdzonymi.

P o z y c j e p r z y j e t e k o n t r o w e r s y j n i e

"Z a s t a w z a b u t e l k i" /10 wyróżnień pozytywnych - 10 negatywnych/. Był to krótki reportaż filmowy /pozbawiony komentarza redakcyjnego/, który pokazywał, na jakie kłopoty zostali narażeni ludzie w związku z niemożnością zwrotu butelek sklepom. Wiele sklepów interpretując przepisy na swoją korzyść odmawia przyjęcia butelek i zwrotu zastawu. Wśród opinii pozytywnych podkreślano interwencyjny charakter tej pozycji oraz jej aktualność. Jednak część badanych sądziła, że sprawa jest błaha, bądź nie wyjaśniona do końca, urwana w połowie.

Oto przykłady wypowiedzi pozytywnych, jak i negatywnych:

"Był to śmieszny program i wprost z życia. Dopiero wyszło zarządzenie i już kręca"

"Sprawa głośna nawet w Wolnej Europie, a tu nic nowego, nawet nie wiadomo, co w tym zarządzeniu"

"Jeden z odważniejszych tematów. Nie powiedzieli wprowadzić, że to zarządzenie jest celowo tak sformułowane, że zawsze można odmówić przyjęcia butelek; jest jeszcze jeden sposób zarobienia na ludziach. Tego nie powiedzieli, bo zawsze składają rzekomą winę na karb wykonawców zarządzeń, a nigdy na tych co te zarządzenia wydają. Na ich nieszczęście naród nie jest taki, żeby zawsze się na to nabierać".

Oceny pozytywne tej pozycji dotyczą nie tyle sposobu przedstawienia sprawy, ile podjęcia jej w ogóle przez red. PANORAMY. Interwencyjny charakter i broniące interesu ludzi stanowisko telewizji /podobnie jak to miało miejsce w przypadku "Dobra społecznego"/ pokazały przychylność i akceptację tych osób, które pozytywnie wyróżniały tę pozycję.

Natomiast w krytycznych wypowiedziach zarzucano reportażowi, że nie zawierał wyczerpującej i rzetelnej informacji, jak to teraz właściwie jest, czy sklepy mają obowiązek przyjmowania zwracanych butelek .. wypłacania tzw. zastawów, czy też mogą tego klientom odmówić. To niedoinformowanie spowodowało, że kilka osób wyraziło sąd ogólny kwestionujący intencje władz leżące u podstaw zarządzenia.

x x x

Ponad półowa badanych zapamiętała z analizowanej PANORAMY dwie rozmowy red. Pacha, związane z 30-l e c i e m w y z w o l e n i a W a r s z a w y. Jednak już znacznie mniej wskazało na nią jako na najbardziej /7 osób/ lub najmniej /6/ interesującą. Jak widać, nie wywołała ona szczególnych emocji.

Wyróżnieniom pozytywnym towarzyszyły względy emocjonalne oraz zainteresowanie dla rozmówców redaktora Pacha.

Wśród głosów negatywnych nie było powtarzających się argumentów. Poszczególnym osobom nie podobały się różne aspekty tej pozycji, takie jak:

- niewłaściwy dobór rozmówców
- zbyt pobieżne potraktowanie tematu 30-tej rocznicy wyzwolenia Warszawy

x x x

Pozycja poświęcona l o t n i k o m w o j s k o w y m, którzy ratowali umie-rającą kobietę, przewożąc ją w ciężkich warunkach atmosferycznych do szpitala, była oceniana jako ważna społecznie i posiadająca wartości wychowawcze. Jednak sposób prowadzenia rozmowy z lotnikami przez redaktora Czesława Nowickiego /Wicherka/, a także podsumowanie red. Pacha/"Czy warto było ryzykować życiem lotników, żeby ratować życie kobiety - odpowiadamy WARTO"/spotkały się z negatywną reakcją.

A oto wypowiedzi ilustrujące taką postawę:

"Sam lot nie wydawał mi się bohaterstwem i niczym wartym pokazania w telewizji. W wojsku zawsze jest to - sam byłem - wykonanie rozkazu. Oni nie decydowali sami. Wykonali pracę, żeby nie podpaść dowódcy. Wiem jak to jest. Gada się o tym dlatego, że ktoś z generałów wpadł na pomysł, żeby zrobić szum i pokazać jaki jest dobry on sam i jego jednostka"

"Temat o akcji ratowniczej całkiem zaprzepaszczony przez realizatorów. Żle zrobiony i mało informujący"

"Sprawa delikatnie mówiąc nietaktowna. Jak ci sami lotnicy ryzykują życiem na pokazach na 22 lipca - to nikt z tego nie robi problemu, chociaż jest ryzyko nikomu niepotrzebne. Jak będziemy się tak zastanawiać, czy warto pomagać i ratować innych w nieszczęściu - to dojdziemy do ogólnej znieczulicy. Odniosłem wrażenie, że sami lotnicy byli skrzepowani takim przedstawieniem sprawy".

Z analizy wypowiedzi wynika, że o ile osoby lotników nie były obiektem uwag krytycznych, o tyle sam problem i sposób jego prezentacji wywołały reakcje polemiczne. Zwłaszcza kwestia wartości życia ludzkiego jako niesłychanie drażliwa z humanitarnego i moralnego punktu widzenia, winna być starannie rozważana i ostrożnie przedstawiana, jeśli jest poddana osławowi publicznemu.

x x x

Ostatnią pozycją, która spowodowała kontrowersję w opiniach badanych była jazda Sobiesławem Zasadą Fiatem 126p do Monte Carlo. Oceniono ją jako sprawę bardzo aktualną, a sposób jej przedstawienia uznano jako reklamę samochodu. Osoby, które podkreślały jej reklamowy charakter sądziły zarazem, że taką reklamę należy uprawiać. Badanych zainteresowała przede wszystkim sprawność samochodu, to czy "maluch" dojedzie do Monte Carlo.

Ze względu na formę /krótkie rozmowy z Sobiesławem Zasadą i jego kolejnymi pilotami na punktach kontrolnych/ nie oceniano z reguły innych aspektów tej pozycji.

Niemniej pozycja ta znalazła się także wśród tych, które wydały się kilku respondentom najmniej interesujące. Zarzucano jej, że porusza sprawę błahą, nieistotną ze społecznego punktu widzenia; podkreślano, że był to w tych dniach temat "ogran", znany doskonale z prasy, radia i innych programów TV - szczególnie sportowych.

x x x

Pozycje oceniane jako najmniej interesujące

Pozycją PANORAMY, które nie otrzymała ani jednego pozytywnego wyróżnienia były reportaż i rozmowa w studio poświęcone znakowi jakości jaki otrzymało wiele wyrobów produkowanych przez zakłady "Stomil" w Grudziądzu. Pozycja ta otrzymała najwięcej głosów negatywnych/15/. Telewidzowie uznali ją za nudną i nieinteresującą, szczególnie podkreślając, że jest zbyt wiele audycji o podobnej tematyce w całym programie TV. Wiele wypowiedzi dotyczyło schematycznego, ograniczonego sposobu realizacji tej audycji. Oto przykłady ocen:

"Bardzo nudny program. O czymś takim można przeczytać, a jeśli chcą pokazywać - to muszą to inaczej zrobić - przecież codziennie w dzienniku mamy pokazywane fabryki i produkcję i już na to patrzeć nie można"

"Stereotypowy reportaż z zakładu pracy, nie pokazano najciekawszej produkcji tego zakładu /kodie, kajaki dmuchane itp./"

"O tym to już za dużo /gospodarce/ - w dzienniku, w radiu, wszędzie. Mnie to nie ciekawi. Co z tego, że dostali za te materace znak jakości? Czy oni - robotnicy - mają co z tego? Ile? W stosunku do zarobków? Czy warto im się starać? Tego nie było, a to ciekawsze od gadania red. Pacha z tym dyrektorem".

Jak z tego wynika podejmowanie w PANORAMIE tematów związanych z produkcją budzi dwa rodzaje reakcji. Po pierwsze badani są znużeni ilością programów poświęconych sprawom produkcyjnym, zwłaszcza wtedy kiedy są przedstawiane schematycznie; po drugie - problem, który zainteresowałby odbiorców jest produkcja sprzężona ze sprawami załogi, korzyści jakie dzięki jej rozwojowi osiągają ludzie bezpośrednio zaangażowani w proces produkcyjny. A więc akcent nie na fabrykę i produkowane wyroby, lecz załogę i jej problemy, zasługi i sukcesy.

x x x

Drugą pozycją, która spotkała się ze zdecydowanie negatywną reakcją badanych był f e l i e t o n f i l m o w y p o ś w i ę c o n y b u d o w i e i k o m p l i k a c j o m w u r u c h o m i e n i u e l e k t r o c i e p ł o w n i w P o z n a n i u. Oprócz ocen dotyczących samego sposobu przedstawiania tematu /wśród których przeważały opinie takie jak: "nudne", "przedstawione niezrozumiale", "nieciekawe"/ stanowisko respondentów charakteryzuje taki oto cytat: "Mam przesył spraw produkcyjnych - za dużo tego w TV".

PROPOZYCJE TELEWIDZÓW POD ADRESEM PANORAMY

Propozycje tematyczne

Największa liczba badanych /34 osoby/ opowiedziała się za tym, aby PANORAMA w swych programach zajmowała się - tematami interwencyjnymi, dotyczącymi funkcjonowania różnych instytucji, konfliktami postaw i zachowań ludzi, występujących w różnych rolach społecznych i zawodowych.

Oprócz tego najbardziej interesujące byłyby tematy związane:

- ze stosunkami międzyludzkimi w zakładach pracy, w miejscu zamieszkania itp. /18 osób/
- z patologią społeczną /problemy chuligaństwa, alkoholizmu itp. /7 osób/
- z zaopatrzeniem rynku /7 osób/
- ze sprawami dotyczącymi nowego Kodeksu Pracy /7 osób/
- z problemami młodzieżowymi, wzorami kariery i sukcesu /6 osób/

Po kilka osób postulowano poruszanie problemów ludzi starszych i chorych, budownictwa mieszkaniowego, zarobków.

Proponycje formalne

Zdecydowana większość badanych /29 osób/ stwierdziła, że dotychczasowy układ programu PANORAMY, jego konstrukcja - odpowiada im i nic by w nim nie zmieniała. Nieliczni, którzy mieli do obecnego układu PANORAMY zastrzeżenia postulowali:

- ograniczenie spotkań w studio
- zwiększenie ilości filmów
- zwracanie większej uwagi na to, aby film nie rozmijał się z komentarzem
- zmniejszanie liczby tematów, ale aby były one bardziej wyczerpująco, wszechstronnie przedstawione.

OCENA PROWADZĄCEGO PANORAMĘ REDAKTORA EUGENIUSZA PACHA

Osoba prowadzącego tę PANORAMĘ red. Pacha została oceniona kontrowersyjnie. Połowa osób wypowiedziała się o nim dodatnio jako o prezenterze PANORAMY, połowa - ujemnie. Wśród ocen pozytywnych podkreślano przede wszystkim to, że red. Pach komentuje dobrze, rozważnie i inteligentnie oraz, że posiada własne zdanie. Mówiono także, że jest bezpośredni, swobodny, niespieszony, a także dowcipny i kulturalny.

Zarzucono mu, że był autorytatywny, że źle komentował przedstawione sprawy, że nie miał swego zdania oraz nienaturalnie zachowywał się przed kamerą.

Wnioski

W świetle wyników sondażu należy uznać, że nadana w dniu 17 I 1975 r. PANORAMA spotkała się ze strony widzów z umiarkowanie pozytywnym przyjęciem, choć poszczególne jej części wywołały sporo uwag krytycznych.

Jeśli zrekapitulować zarzuty pod adresem PANORAMY to wypada podkreślić:

- nie podobała się badanym tematyka produkcyjna /dwie pozycje/, przedstawione do tego - ich zdaniem - schematycznie, bez dostatecznego wyeksponowania spraw ludzkich
- niektórzy ankietowani protestowali przeciwko pozostawianiu domyskom widzów rezultatów podjętych przez PANORAMĘ spraw interwencyjnych, nie wyjaśnionych do końca /reportaż "Zastaw za butelki"/
- niezbyt przychylnie została oceniona jubileuszowość dwóch pozycji, przy czym temat warszawski związany z XXX-leciem wyzwolenia Warszawy - raczej ze względu na nieciekawą formą jednego wywiadu
- krytykę wywołała niezbyt zgrabna teza o wydźwięku moralnym z pozycji poświęconej ratowaniu obłożnie chorej kobiety przez lotników wojskowych

- przedmiotem krytyki było też zbytne zróżnicowanie tematyczne pozycji PANORAMY.

Największą przychylność ankietowanych wzbudził sam temat i interwencyjny charakter sprawy przedstawionej w reportażu "Dobro społeczne", a wysoką ocenę - stanowisko dziennikarki TV, która opowiedziała się po stronie pokrzywdzonych starszych ludzi.

Z analizy wypowiedzi respondentów wynika, że bardziej pozytywne skutki propagandowe przedstawionych w PANORAMIE spraw tj. większa skala społecznej akceptacji przedstawionych treści zależne są m.in. od respektowania następujących reguł:

- podejmowania spraw aktualnych, które i tak zaprzatają uwagę odbiorców z racji ich nowości i znaczenia

- nie pozostawiania spraw konfliktowych jako "spraw otwartych", nie wyjaśnionych, szczególnie wtedy kiedy w roli pokrzywdzonego występuje tzw. przeciętny obywatel, znajdujący się w konflikcie z jakimkolwiek urzędem lub placówką państwową. Tendencja do generalizowania opinii o takich relacjach może przynieść rezultat odwrotny od zamierzonego tj. upowszechnić lub wzmocnić przekonania o bezsilności ludzi wobec biurokracji lub bezduszości władz czy instytucji państwowej

- prezentowania społecznie ważnych spraw produkcji ze szczególną dbałością o ich atrakcyjną formę, a także w uwikłaniu ze sprawami załogi, poprzez jej ambicje i interesy, gdyż w przeciwnym wypadku pozycje takie wywołują reakcje niechętne; podobnie szczególnie ważny jest atrakcyjny sposób przedstawiania tzw. pozycji jubileuszowych.

Opracował: Zygmunt Kościelski