

0511

Wzory osobowe ról zawodowych propagowane
przez krajową publicystykę telewizyjną.

I. Cel i przedmiot badań.

Niniejsze opracowanie jest oparte na wynikach pilotażu badań przeprowadzonych metodą analizy treści, których celem jest określenie propagowanych przez publicystykę telewizyjną wzorów osobowych wiążących się z ekonomiczną sferą życia społecznego, a więc wzorów związanych z działalnością zawodową /rolą zawodową/ poszczególnych ludzi bądź szerszych grup społecznych nastawioną na zaspokajanie różnorodnych potrzeb ludzkich, zarówno indywidualnych jak i społecznych. Przy czym wzór osobowy jest tu rozumiany jako pewnego rodzaju regulacja zachowań, postaw, przyjętych systemów wartości, które łączą się z pełnioną /bądź wyznaczoną/ rolą społeczną przez jednostkę, w tym wypadku z rolą zawodową.

Przedmiotem analizy było 31 programów publicystyczno-informacyjnych pochodzenia krajowego, które emitowała polska telewizja w obu programach, w ciągu dwóch tygodni, tj. w dniach 22.11. - 4.12.1976r. Stanowiły one gros programów nadanych przez Waczelną Redakcję Publicystyki i Informacji w tym okresie / wykaz analizowanych programów w załączeniu/.

Marzędzie badawcze stanowiły specjalnie skonstruowane kwestionariusze, przy pomocy których zbierano dane na temat występujących w poszczególnych programach grup społecznych, hierarchii instytucjonalnych, zjawisk i procesów społecznych oraz propagowanych wzorów osobowych związanych z trzema podstawowymi płaszczyznami naszego życia społeczno-gospodarczego tj. płaszczyzną polityczną, ekonomiczną i ideologiczną /w szerokim ich rozumieniu/. Dane te posłużyły do scharakteryzowania wzorów osobowych w kontekstach społecznych w jakich występują propagowane wzory osobowe, których opis był właściwym celem analizy.

To opracowanie dotyczyć będzie płaszczyzny ekonomicznej i wzorów osobowych ról zawodowych propagowanych przez publicystykę telewizyjną.

Problematyka ekonomiczna w publicystyce telewizyjnej.

W 31 analizowanych programów w większości tj. w 18-tu programach znalazła się odzwierciedlenie problematyka ekonomiczna, która dotyczyła różnych aspektów produkcji i konsumpcji, z przewagą aspektów pierwszych/50,5 poruszanych tematów/.

Tabela 1 przedstawia strukturę tematyczną składającą się na planowaną ekonomiczną programów publicystyczno-informacyjnych emitowanych przez polską telewizję w badanym okresie.

Tabela 1. Struktura tematyczna analizowanych programów publicystyczno-informacyjnych.

Poruszane aspekty życia ekonomicznego	Częstotliwość występowania w %, N=75
- techniczno-produkcyjny,	35
- organizacja pracy,	21
- konsumpcja, rynek,	20
- inne	24
Razem	100

Na aspekt techniczno-produkcyjny złożyła się głównie problematyka jakości produkcji, planów produkcyjnych i postępu technicznego, natomiast na tematykę związaną z konsumpcją i rynkiem problem podaży i popytu na określone towary.

Na kategorii "inne" złożyły się aspekty życia ekonomicznego stanowiące pewne elementy roli zawodowej, takie jak: etyka zawodowa, stosunki międzyludzkie, generalna koncepcja zawodu.

Problematyka ta stanowiła tło, na którym przedstawiano konkretne instytucje /hierarchie instytucjonalne/ życia społeczno-gospodarczego i związane z nimi grupy społeczno-zawodowe.

Występujące w telewizyjnych programach publicystycznych w badanym okresie/ instytucje życia społeczno-gospodarczego przedstawia tabela 2, natomiast tabela 3, grupy społeczno-zawodowe.

Tabela 2. Instytucje życia społeczno-gospodarczego występujące w publicystyce telewizyjnej.

Rodzaj instytucji:	Częstotliwość występowania w % N=62
- przemysłowe zakłady produkcyjne,	31
- instytucje handlowe i usługowe,	15
- rolnicze spółdzielnie produkcyjne,	9
- organizacje zarządzania przemysłem /m.in. zjednoczenia i ministerstwa/	8
- przedsiębiorstwa transportu i komunikacji,	6
- rolnictwo /ogólnie/	3
- rolnicze gospodarstwa indywidualne,	2
- inne.	26
Razem	100

Wśród przemysłowych zakładów produkcyjnych najczęściej spotykanymi przedsiębiorstwami /mniej więcej co 5-ty/ były kopalnie węgla kamiennego /związane to było z obchodami Dnia Górnika/ i przedsiębiorstwa przemysłu lekkiego /przemysł włókienniczy i odzieżowy/.

Tabela 3. Grupy społeczno-zawodowe występujące w publicystyce telewizyjnej.

Kategorie pracownicze:	Częstotliwość występowania w % N=48
- inteligencja pracująca,	54
- robotnicy,	15
- rolnicy,	6
- pracownicy /ogólnie, pracujący Polacy/	4
- inni.	21
Razem	100

Wśród inteligencji pracującej najliczniejszą podkategorię /69%/ stanowiła kadra kierownicza i to przede wszystkim sektora przemysłowego /51%/.

Jak wynika z wyżej przedstawionych zestawień, będących efektem analizy ilościowej programów publicystycznych nadanych przez telewizję polską w badanym okresie, problemami wiodącymi były problemy produkcji, które dotyczyły najczęściej jakości, planów produkcyjnych, wyposażenia technicznego zakładów przemysłowych oraz organizacji pracy /56% poruszanych tematów/. Konsekwencją tego stanu rzeczy jest duża częstotliwość występowania instytucji życia społeczno-gospodarczego o charakterze produkcyjnym i odpowiedzialnej za ich funkcjonowanie kadry kierowniczej. Znalazło to również swe odzwierciedlenie w propagowanych przez publicystykę telewizyjną wzorach pracowniczych, które w badanym okresie dotyczyły najczęściej kadry kierowniczej.

III. Wzory osobowe ról zawodowych o charakterze postulatycznym.

Ze względu na pilotażowy charakter badań i związaną z tym ~~małą liczbę programów~~ małą liczbę programów oraz małą liczebność ~~występujących w nich wzorów~~ występujących w nich wzorów - wyniki analizy nie mogą być uznane za reprezentatywne i wykluczają zastosowanie metod statystycznych, uniemożliwiając jednocześnie wyciąganie ~~ogólnych wniosków~~ ogólnych wniosków. W opracowywaniu wyników ograniczono się jedynie do syntetycznego opisu propagowanych przez krajową publicystykę telewizyjną wzorów osobowych.

W tej sytuacji określenie wzoru "dominującego" czyli występującego najczęściej w publicystyce telewizyjnej było niemożliwe, można było natomiast określić wzory "charakterystyczne" ze względu na przynależność do określonych grup społeczno-zawodowych /wzór robotnika, rolnika, rzemieślnika, inteligenta pracującego/ i ze względu na zajmowane miejsce w hierarchii organizacyjnej zakładu pracy /wzór dyrektora, kierownika, szeregowego pracownika/.

Analiza jakościowa telewizyjnych programów publicystyczno-informacyjnych dotyczyły dwóch rodzajów wzorów osobowych, a mianowicie wzorów o charakterze postulatycznym i ^{tw.} wzorów indywidualnych. Pierwsze występowały w kontekście określonej problematyki ekonomicznej będącej tematem wiodącym programu /najczęściej "Obiektywu" i części publicystycznej "Wieczoru z dziennikiem"/ i dotyczyły tylko pewnych elementów wzoru osobowego pracownika. Były pewnego rodzaju

postulatami zgłaszanymi pod adresem określonych grup społeczno-zawodowych, bądź osób pełniących określone funkcje, wskazującymi na istnienie zależności między efektami gospodarczymi, a postawami pracowniczymi.

Drugie natomiast /wzory indywidualne/, stanowiły niejako samodzielne jednostki programowe /lub programy/, których celem było zaprezentowanie sylwetek ludzkich zasługujących z jakichś względów na wyróżnienie.

Ta część opracowania dotyczyć będzie propagowanych wzorów pracowniczych o charakterze postulatycznym.

Punktem wyjścia do analizy jakościowej tego rodzaju wzorów osobowych były występujące w programie informacje na temat określonych ról zawodowych i ich aspektów, które po klasyfikacji według ogólniejszych kategorii socjologicznych, uporządkowaniu i ustaleniu intensywności ich występowania stały się podstawą opisu określonych wzorów osobowych.

Orientację w częstotliwości występowania wzorów osobowych związanych z pełnieniem określonych ról zawodowych daje tabela 4.

Tabela 4. Występujące w publicystyce wzory osobowe ról zawodowych o charakterze postulatycznym.

Rola zawodowa:	Częstotliwość występowania w liczbach bezwzględnych.
- dyrektor,	5
- Polnik,	3
- inżynier,	3
- kierownik sklepu,	2
- oficer MO,	2
- oficer LWP,	2
- robotnik,	1
- rzemieślnik	1
- pracownik szeregowy.	1
Razem	20

Należy także odnotować fakt, że wśród prezentowanych w wzorów zdecydowanie przeważają mężczyźni. Kobiety wystąpiły jedynie 2 razy - raz w roli dyrektora naczelnego zakładu przemysłu odzieżowego, raz w roli kierownika sklepu.

1. Wzory "charakterystyczne" związane z przynależnością do określonej grupy społeczno-zawodowej.

W z ó r r o b o t n i k a .

Był wzorem rzadko propagowanym, dlatego też trudno tu o syntetyczny jego opis. W miarę pełny wzór robotnika, który był prezentowany przez publicystykę telewizyjną w badanym okresie, dotyczył roli zawodowej górnika /wiązało się to z obchodami Dnia Górnika/. Można go określić następująco:

".... podstawowym obowiązkiem górnika jest solidarność w pracy i odpowiedzialność za siebie i wszystkich współtowarzyszy pracujących na określonym odcinku".

Ponadto charakteryzuje go szereg cech socjopsychofizycznych takich jak:

- wysokie kwalifikacje, zwłaszcza techniczne, zapewniające właściwą obsługę licznych urządzeń technicznych zainstalowanych w kopalni, których koszt sięga czasami wielu milionów złotych,
- postawa pełna zaangażowania wobec wykonywanej pracy, polegająca na stałej gotowości do zwiększonego wysiłku, którego celem jest wzrost wydajności pracy /większe wydobywanie węgla/, a także zdolność do pracy pełnej poświęceń, pracy bez wolnych sobót, często również w niedzielę,
- postawa obywatelska przejawiająca się w zrozumieniu dla wciąż wzrastającego zapotrzebowania ^{kraju} na podstawowy surowiec energetyczny jakim jest węgiel i ¹⁵ podejmowaniu czynów społecznych,

a także siła, zręczność, precyzja działania, zdyscyplinowanie w pracy i przywiązanie do tradycji górniczych.

Prezentowany wzór górnika jest wzorem nierealnym, przedstawiającego górnika jako "tytana pracy", dla którego stała, ciężka praca fizyczna wymagająca także ^{spełnianie zadań} wielu ~~cech~~ typu intelektualnego jest czymś normalnym i naturalnym. Stać go nawet na rezygnację z czasu wolnego /sobót i niedziel/, tak przecież potrzebnego dla właściwej regeneracji sił po wyczerpującej pracy.

W z ó r r o l n i k a .

Na przestrzeni dwóch tygodni objętych badaniami ani razu nie był prezentowany wzór rolnika indywidualnego, jak też pracownika rolnego. Jedynymi reprezentantami tej grupy społeczno-zawodowej byli rolnicy spółdzielcy.

Wzór rolnika-spółdzielcy przedstawiany był na tle problematyki produkcyjnej, co wpłynęło na "ekonomiczny" nieco charakter tego wzoru.

I tak rolnik-spółdzielca to pracownik, którego cechuje przede wszystkim:

- wysoka wydajność,
- dbałość o wysoką jakość produkcji,
- dobra organizacja pracy,
- oszczędne gospodarowanie, polegające na dążeniu do zmniejszenia kosztów własnych produkcji poprzez właściwe wykorzystanie rezerw produkcyjnych,
- fachowość i racjonalność działań,
- realizowanie polityki rolnej Partii.

Na cechy psychospołeczne propagowanego wzoru rolnika-spółdzielcy składa się:

- motywacja pracy, w której dominuje motyw materialny polegający na dostrzeganiu zależności między wysokością zarobków, a dobrą, wydajną pracą i dążeniem do polepszenia ^{własnych} warunków życia, bądź swej rodziny,

oraz postawa wobec wykonywanego zawodu rozumiana jako dobra, solidna praca wsparta wiedzą teoretyczną i umiejętnościami w posługiwaniu się nowoczesną techniką /pozytywny stosunek do mechanizacji pracy w rolnictwie/.

Pócz w/w elementów na wzór rolnika-spółdzielcy składa się także propagowany przez publicystykę telewizyjną określony "styl życia". Charakteryzuje go wysoka stopa życiowa /wysokie zarobki i renty/, dobre warunki mieszkaniowe /zbliżone do miejskich/, prawo do szeregu świadczeń socjalnych takich jak: wczasy, sanatoria, żłobki i przedszkola, kredyty na inwestycje /zwłaszcza na budownictwo mieszkaniowe indywidualne/. W czasie wolnym od pracy rolnik-spółdzielca uczestniczy w wycieczkach krajowych i zagranicznych, imprezach kulturalnych i towarzyskich. Podkreśla się także

unormowany czas pracy i znaczną poprawę sytuacji życiowej kobiet /żłobki, przedszkola, 2 dni wolna na opiekę nad małym dzieckiem/ jako najbardziej pozytywne strony życia członków spółdzielni rolniczych w porównaniu z rolnikami indywidualnymi.

Propagowany przez publicystykę telewizyjną wzór rolnika-spółdzielcy ma charakter agitacyjny, wyraźnie zachęcający rolników indywidualnych do przechodzenia na spółdzielczą formę gospodarowania ziemią. Zapewnia ona bowiem lepsze wyniki produkcyjne i lepsze warunki życia jej członkom.

W z ó r r z e m i e ś l n i k a

Można powiedzieć, że w badanym okresie wzór rzemieślnika nie był propagowany. Tylko raz przedstawiono warsztat pracy mistrza stolarskiego specjalizującego się w trudnej technice ~~intarsji~~ zdobniczej jaką jest intarsja. Choć jest to technika o wielowiekowych tradycjach - w świecie współczesnym zanika. Wymaga bowiem od wykonawcy dużo cierpliwości i precyzji w pracy.

Motywy prezentacji tego zawodu były ^{jego} popularyzacja, która minęła się z celem ze względu na schematyczność i lapidarność w jego przedstawieniu.

W z ó r i n t e l i g e n t a p r a c u j ą c e g o.

W ramach tej grupy społeczno-zawodowej jedynym wzorem osobowym propagowanym przez publicystykę telewizyjną był wzór inżyniera, reprezentanta inteligencji technicznej.

Wśród cech, które złożyły się na ten wzór najbardziej podkreślano dwie: dbałość o wysoką jakość produkcji i kierowanie się w działalności zawodowej potrzebami społecznymi tj. dążenie do szybkiego i właściwego zaspakajania potrzeb rynkowych /potrzeb odbiorcy produkowanego towaru/ poprzez odpowiedni nadzór nad produkcją techniczną.

Ponadto inżyniera winna charakteryzować wysoka wiedza fachowa /orientacja w najnowszych osiągnięciach techniki światowej w danej dziedzinie/, samodzielność myślenia, innowatorstwo oraz zmysł organizacyjny /dążenie do poprawy organizacji pracy/. Na postawę wobec pracy natomiast powinny składać się takie cechy jak: solidność, sumiennność i zaangażowanie.

Jak więc wynika z wyżej przedstawionego wzoru inżynier to człowiek, który łączy w sobie jednocześnie cechy menagera przemysłu, innowatora i specjalisty technicznego w określonej dziedzinie. Jest też dobrym pracownikiem, zaangażowanym w wykonywaną pracę, kierującym się w swej działalności zawodowej racjami społecznymi. Propagowany wzór ~~zaburza~~ przedstawiany już był w oderwaniu od miejsca zajmowanego przez inżyniera pracującego w przemyśle, w hierarchii władzy.

Podsumowując tę część analizy należy stwierdzić, że we wszystkich niemal wzorach /z wyłączeniem wzoru rzemieślnika/ "charakterystycznych" dla poszczególnych grup społeczno-zawodowych, które były propagowane przez publicystykę telewizyjną w badanym okresie, wskazywano na postawę obywatelską, jako pożądaną cechę wzoru związanego z pełnioną rolą zawodową. Polegać ona powinna na rozumieniu występujących w naszym kraju potrzeb społecznych, zwłaszcza rynkowych oraz dostrzeganiu zależności między jakością i wydajnością wykonywanej przez siebie pracy a ogólnym dobrobytem narodu. Wyższą jakość natomiast i wydajność powinno się uzyskiwać przede wszystkim poprzez sprawniejszą jej organizację.

Propagowanie takich właśnie cech wzorów osobowych ról zawodowych spowodowane było prowadzoną od dłuższego czasu przez Partię i Rząd polityką gospodarczą, której podstawowym celem jest utrzymanie wysokiej dynamiki wzrostu gospodarczego, rozwoju postępu technicznego i organizacyjnego. Osiągnięcie go będzie możliwe, gdy wszyscy obywatele naszego kraju będą czuli się współodpowiedzialni za jego realizację, a myślenie kategoriami ogólnospołecznymi stanie się podstawowym obowiązkiem patriotycznym współczesnego Polaka.

2. Wzory "charakterystyczne" związane z zajmowanym miejscem w hierarchii organizacyjnej zakładu pracy.

W z ó r d y r e k t o r a .

Był wzorem najczęściej prezentowanym przez krajową publicystykę telewizyjną w badanym okresie /stanowił 20% wszystkich propagowanych wzorów o charakterze postulatywnym/ i dotyczył dyrektora zakładu produkcyjnego. Motywem prezentacji natomiast były osiągnięcia ekonomiczne /produkcyjne/ zakładów pracy, którymi kierowali występujący w programach publicystycznych dyrektorzy.

Fakt ten wpłynął na specyfikę wzoru dyrektora, który jest wzorem "instrumentalnym" dotyczącym raczej określonych zachowań, a nie cech osobowych.

Konstrukcja tego wzoru sprowadza się właściwie do pytania: "Co należy robić, będąc dyrektorem zakładu produkcyjnego, aby uzyskać pożądane efekty gospodarcze?" i odpowiedzi, która brzmi:

- być dobrym organizatorem procesu produkcyjnego,
- dbać o wysoką jakość produkcji
- posiadać umiejętność przewidywania trudności w realizacji zadań produkcyjnych, aby w odpowiednim momencie móc przeciwdziałać,
- dążyć do unowocześnienia procesów technologicznych, zapewniających nowoczesność produkowanych towarów, aby sprostać wzrostowi wymagań odbiorcy rynkowego,
- umiejętnie oddziaływać na załogę, poprzez odwoływanie się do ambicji zawodowych pracowników oraz mobilizację do czynów społecznych, których celem jest dodatkowa produkcja towarów na rynek.

W z ó r k i e r o w n i k a .

Dotyczy wyłącznie kierowników sklepów i był prezentowany na tle złego zaopatrzenia rynku w podstawowe artykuły konsumpcyjne/ odzież, obuwie, kosmetyki, artykuły gospodarstwa domowego/.

Spósób prezentacji sugerował, że wszelkie braki w zaopatrzeniu sklepów są możliwe do uniknięcia przy odpowiednim podejściu do tego problemu ich kierowników. Dowodem na to był propagowany przez publicystykę telewizyjną wzór, na który złożyły się następujące elementy:

- motywacja pracy: wykonywanie pracy z zamiłowania do zawodu handlowca, co pociąga za sobą głębokie zaangażowanie we własną pracę, poczucie odpowiedzialności za zaopatrzenie sklepu /przedmiotem ambicji zawodowej dobre zaopatrzenie - "nie śmie niczego zabraknąć"/, dążenie do poznania właściwości sprzedawanego towaru;
- orientacja normatywna w stosunkach międzyludzkich, oparta na wasokiej kulturze w obsłudze klienta, kierowaniu się jego potrzebami, umiejętności nawiązywania bezpośrednich kontaktów z zaopatrzeniowcami i producentami towarów;

- stosunek do podwładnych: przekazywanie własnych umiejętności i wiedzy zawodowej przy jednoczesnym stawianiu wysokich wymagań w zakresie obsługi klienta i dyscypliny pracy;
- organizacja pracy: badanie potrzeb oraz opinii klientów na temat sprzedawanych artykułów i stawianie w oparciu o nie konkretnych wymagań wobec producenta, ścisła współpraca z producentem, stały / codzienny / kontakt z hurtowniami, a w przypadkach awaryjnych osobista interwencja w sprawie dostarczenia brakującego artykułu i sprowadzenie go do sklepu.

W z ó r s z e r e g o w e g o p r a c o w n i k a .

Wyraźnie postulatyczny adresowany do przeciętnego obywatela naszego kraju, apelujący o rewizję własnych postaw wobec pracy i naszych w niej zachowań.

Wzór ten składał się z szeregu zasad postępowania, które złożyć się powinny na właściwą postawę wobec pracy, jaką jest postawa aktywna i zaangażowana.

Oto podstawowe cechy tej postawy:

- dochodzenie do perfekcji i mistrzostwa w pracy poprzez pokonywanie trudności występujących na każdym stanowisku pracy;
- traktowanie konfliktów w pracy jako zjawiska integrującego, zmuszającego do podjęcia wspólnych wysiłków w celu ich przezwyciężenia lub mobilizującego do wysiłku indywidualnego;
- stała troska o wysoką jakość wykonywanej pracy; - wymagając jej od innych sami musimy o nią dbać;
- dążenie do podnoszenia kwalifikacji zawodowych, zapewniające dobrą znajomość wykonywanej pracy;
- dobra organizacja pracy, utrzymywanie porządku na własnym stanowisku pracy;
- myślenie kategoriami ekonomicznymi i społecznymi rozumiane jako dostrzeganie współzależności między własną pracą a ogólnym dobrobytem państwa, dążenie do obiektywnej oceny sytuacji ekonomicznej naszego kraju.

Taki właśnie stosunek do wykonywanej pracy jest źródłem zadowolenia i dobrego samopoczucia jednostki, co wpływa z kolei na dobre samopoczucie społeczne. Autorzy programu sugerują nawet, że tego rodzaju postawa wobec pracy ma wpływ na zdrowie psychiczne człowieka.

W przyjętej typologii wzorów, wg. której dokonano prezentacji wzorów osobowych związanych z pełnieniem określonej roli zawodowej i mających charakter postulatyczny nie zmieściły się wzory osobowe oficerów Milicji Obywatelskiej i Ludowego Wojska Polskiego, które wystąpiły w publicystyce telewizyjnej, w dwutygodniowym okresie objętym badaniem pilotażowym - czterokrotnie.

Przy podsumowaniu tej części opracowania nasuwa się jeden ogólny wniosek, a mianowicie że propagowane przez publicystykę telewizyjną określone wzory osobowe są odzwierciedleniem tendencji charakterystycznych dla aktualnej polityki gospodarczo-społecznej, a nie konkretnej rzeczywistości.

Daje się też zauważyć panujące wśród publicystów telewizyjnych przekonanie, że dominujący wpływ na określoną sytuację ekonomiczną naszego kraju, mają ~~wpływ~~ indywidualne umiejętności i postawy i predyspozycje kadry kierowniczej najniższego szczebla zarządzania w układzie: ministerstwo - zjednoczenia - przedsiębiorstwa, jak też Świadczy o tym absolutny brak wzorów osobowych pracowników administracji państwowej wyższych i pośrednich szczebli zarządzania, jak też minimalny udział wzorów osobowych, reprezentantów szerszych grup pracowniczych.

Ciekawe wydaje się prześledzenie tej tendencji na szerszym materiale empirycznym.

IV. Zindywidualizowane wzory osobowe ról zawodowych.

W tym wypadku przedmiotem analizy były programy lub części programów, których podstawowym celem była prezentacja określonych sylwetek ludzi zasługujących na wyróżnienie.

Materiał badawczy zebrano przy pomocy oddzielenego kwestionariusza, w którym uwzględnione zostały następujące elementy propagowanego wzoru: cechy demograficzno-społeczne, aspekty i cechy osobowości psychicznej, biografia oraz kariera jednostki.

Szczupłość materiału empirycznego nie pozwala na wyciągnięcie ogólniejszych wniosków na temat występujących w publicystyce

telewizyjnej charakterystycznych tendencji w propagowaniu określonych wzorów osobowych.

W badanym okresie tj. w przeciągu 2-u tygodni w programach publicystyczno-informacyjnych zaprezentowano 22 wzory indywidualne. Rozrzut cech demograficzno-społecznych charakteryzujących te wzory przedstawia tabela 5.

Tabela 5. Cechy społeczno-demograficzne charakteryzujące "grupę" wzorów indywidualnych propagowanych przez publicystykę telewizyjną. /w liczbach bezwzględnych/

Płeć		Wiek					Wykształcenie			Zawód				
Kobieta	Mężczyzna	20-30 lat	40-50 lat	50-60 lat	75 i więcej	Średnie	wyższe	brak danych	artystyczny	prac. inżyn.	robotniczy	nauczyciel	inny	
3	19	3	12	4	3	4	12	6	6	4	3	2	7	

Jak z zamieszczonej wyżej tabeli wynika, wśród prezentowanych wzorów przeważali mężczyźni w wieku 40-50 lat, ludzie z wykształceniem wyższym oraz reprezentanci zawodów artystycznych.

Wśród propagowanych wzorów osobowych wystąpiły głównie wzory związane z pełnieniem określonej roli zawodowej 13:9/, których opis stanowić będzie dalszą część niniejszego opracowania.

Niewielka powtarzalność pewnych wzorów /zachodzi ona jedynie w przypadku aktorów i pracowników naukowo-dydaktycznych/ uniemożliwia zastosowanie w ich opisie typologii. Z tego też względu w określeniu wzorów indywidualnych zastosowano dwie metody opisu. Pierwszą syntetyzującą cechy psychospołeczne związane z rolami zawodowymi, które wystąpiły w publicystyce telewizyjnej co najmniej trzy razy, a więc z rolą zawodową aktora i pracownika naukowego, drugą natomiast syntetyzującą same cechy psychospołeczne bez określenia ich przynależności do konkretnych ról zawodowych.

W z ó r o s o b o w y a k t o r a .

Na wzór ten złożyły się trzy sylwetki aktorów filmowo-teatralnych - dwóch aktorek polskich i jednego aktora zagranicznego - reprezentantów trzech pokoleń: młodego, średniego i starszego, który ograniczył się w zasadzie do takich elementów jak: styl życia, preferencje zawodowe, czynniki determinujące karierę aktorską.

U. stylu życia aktora decyduje charakter jego pracy zawodowej. Liczne zajęcia związane z pracą w teatrze, filmie, telewizji /a także w radiu/ pochłaniają większą część dnia. Brak czasu na życie rodzinne i indywidualne zainteresowania to charakterystyczne cechy życia aktora.

Wzorce tym zaznaczyła się pewna zależność /należałoby ją sprawdzić na szerszym materiale empirycznym/ między wiekiem aktora a jego ambicjami zawodowymi. I tak np. dla aktorki młodego pokolenia najważniejszą sprawą jest jak największe zróżnicowanie i prawdziwość życiowa granych postaci. Aktorka średniego pokolenia natomiast, preferuje role "z gatunku dobrej literatury", a aktor reprezentujący starsze pokolenie aktorskie dąży przede wszystkim do możliwie jak najdłuższego kontynuowania czynnego życia zawodowego, bez precyzowania swych upodobań w zakresie kreowanych postaci. A więc od postawy pełnej zaangażowania w kreowaniu pewnych postaci, poprzez postawę "wymagającą" wobec odgrywanych ról po postawę zachowawczą /dążenie do zachowania osiągniętej pozycji w środowisku aktorskim/.

Podstawowym czynnikiem determinującym karierę aktorską jest posiadany talent, a także - ~~z~~ co nie zostało stwierdzone wprost, ale wynika w sposób pośredni z zarejestrowanego materiału - częstotliwość występowania w teatrze, filmie i telewizji, w rolach należących do różnych gatunków sztuki dramatycznej i filmowej. Stwarza ona bowiem możliwość zaprezentowania ~~swych~~ wszechstronnych umiejętności aktorskich i zdobycia popularności, która jest "miarą" wielkości talentu aktorskiego i osiągniętego sukcesu zawodowego.

W z ó r p r a c o w n i k a n a u k o w o - d y d a k t y c z n e g o .

Na wzór ten składają się ~~z~~ głównie cechy związane z pracą zawodową. Prawie zupełnie brak jest informacji na temat życia osobistego, cech psychicznych, przeżywanych konfliktów, frustracji. Wpływa to na pewną schematyczność propagowanego wzoru.

Pracownika naukowo-dydaktycznego przedstawia się jako człowieka czerpiącego satysfakcję życiową głównie z wykonywania określonego zawodu, do którego podchodzi w sposób rzetelny i odpowiedzialny.

W postawie tej zaznaczył⁵¹⁸ ponadto pewien element patriotyzmu, rozumiany jako dążenie do osiągnięcia przez Polskę światowego poziomu w dziedzinie, którą reprezentował "bohater publicystyczny".
Posiadał on szeroką wiedzę oraz doświadczenie, które zdobywał na drodze stażego podnoszenia kwalifikacji /zdobywanie kolejnych stopni naukowych/ i długoletniej praktyki związanej z piastowaniem szeregu stanowisk na różnych szczeblach hierarchii organizacyjnej, często od szeregowego pracownika poczynawszy. Cechuje go pracowitość i skromność, a w kontaktach międzyludzkich szczerość i koleżeńskość.
W wyniku uznania za swą pracę /osiągnięcia naukowe/ zostaje powołany do pełnienia pewnych administracyjnych funkcji kierowniczych /dyrektor instytutu, dziekan, prezes stowarzyszenia zawodowego na szczeblu ogólnokrajowym, przewodniczący Państwowej Rady Górniczej przy Radzie Ministrów/. Wśród sylwetek pracowników naukowych, których cechy złożyły się na omawiany wzór, ani razu nie wystąpił typ kariery naukowej w "czystej" formie tzn. bez powiązania z karierą administracyjną. Nie był więc to awans zawodowy, do którego pracownicy naukowci wydają się wyjątkowo predystynowani, ale awans w hierarchii stanowisk kierowniczych, który często wpływa hamująco na dalszy rozwój naukowy tej kategorii pracowników.

Najczęstszymi przyczynami prezentacji tej grupy bohaterów publicystycznych były różnego rodzaju okazje np.: Międzynarodowy Kongres Spawalników, Międzynarodowy Kongres Farmaceutyczny /oba odbyły się w Warszawie/ i Dzień Górnika. Miało to ^{w znaczący} swój wpływ na charakter propagowanego wzoru, który był wtórny w stosunku do potrzeby odnotowania przez publicystykę telewizyjną pewnych faktów. Występujący przed kamerami telewizyjnymi przedstawiciele nauki spełniali najczęściej rolę ekspertów w określonej dziedzinie.

Dla ścisłości należałoby dodać, że wśród propagowanych wzorów indywidualnych znalazł się pełny wzór, w którym w miarę szczegółowo zostały przedstawione cechy osobowości psychicznej, na tle biografii i kariery zawodowej. Była to sylwetka nieżyjącego już od czterech lat profesora Kurpińskiego, pracownika naukowo-dydaktycznego Akademii Górniczej w Krakowie i Przewodniczącego

Państwowej Rady Górniczej przy Prezesie Rady Ministrów, której przedstawienie złożyło się na prawie godzinny film telewizyjny pt.: "Nosik człowieka w sercu", emitowany przez telewizję polską w Dniu Górnika. Film ten to złożenie hołdu pamięci człowieka, który całe niemal swe życie poświęcił rozwojowi polskiego górnictwa węglowego, człowiekowi o ogromnym sercu, wiedzy i doświadczeniu. Zór ten ze względu na swój jednostkowy i wyjątkowy charakter / jeśli brać pod uwagę cechy charakteru prof. Kurpińskiego / nie został objęty analizą. Byłoby to nieuzasadnione metodologicznie i merytorycznie.

Synteza cech psychospołecznych propagowanych wzorów osobowych, bez określania ich przynależności do konkretnych ról zawodowych wykazała, że dotyczą one jedynie postawy wobec pracy. Postawy rozumianej jako identyfikacji z wykonywanym zawodem, na którą składa się zafascynowanie pracą i dążenie do perfekcji zawodowej. Taki stosunek do pracy jest źródłem satysfakcji indywidualnej i społecznej, przejawiającej się w uznaniu społecznym /popularność, odznaczenia państwowe/ za dokonania zawodowe.

Przy podsumowaniu tej części analizy nasuwa się ogólny wniosek, a mianowicie, że propagowane przez publicystykę telewizyjną indywidualne wzory osobowe, związane z pełnieniem określonych ról zawodowych, są wzorami uproszczonymi i schematycznymi, prowadzącymi się właściwie do odpowiedzi na pytania: "Kto to jest?" /"nie" jaki jest?" / i "Co robi?" /a nie "jak robi?" / bądź "Co zrobi?". Brak jest w nich pełniejszej charakterystyki psychologicznej, a także kontekstu społecznego w jakim działa konkretny bohater publicystyczny, "drogi" jaką musiał przejść aby osiągnąć zajmowaną obecnie pozycję, drogi pełnej nieraz trudności i wątpliwości, które trzeba pokonywać. Bohater publicystyczny nie przeżywa też żadnych konfliktów, ani wewnętrznych, ani zewnętrznych /z otoczeniem/ wynikłych chociażby z konfliktowości pełnionych ról.

Wzory tak skonstruowane i propagowane na zasadzie prawie zupełnej przypadkowości /z okazji obchodów różnego rodzaju dni poświęconych ludziom określonych zawodów, odbywających się kongresów, zjazdów, rocznic itp. / posiadają niewielką siłę oddziaływania. A wiadomo przecież, z teorii propagandy, że akceptacja propagowanych wzorów jest tym łatwiejsza im m.in. pełniejsze i bardziej wszechstronne są te wzory, uwzględniające różnorodne sfery życia ludzkiego.

Dość zaskakująco wypada porównanie, pod względem ilości elementów składających się na cechy osobowości psychicznej i społecznej propagowanych wzorów osobowych ról zawodowych^{z wyłączeniem} wzorów o charakterze postulatycznym z wzorami indywidualnymi - na niekorzyść tych ostatnich. Wzory postulatyczne są pełniejsze, zawierają w sobie obok cech wyżej wymienionych także pewne normy zachowań, podczas gdy propagowane wzory zindywidualizowane ograniczają się właściwie - przynajmniej w badanym okresie - do postaw wobec pracy bądź wykonywanego zawodu.

V. Uwagi końcowe.

Przeprowadzenie pilotażu badań określających propagowane przez publicystykę telewizyjną wzory osobowe ról zawodowych pozwoliło na ujawnienie pewnych tendencji umożliwiających sformułowanie następujących hipotez:

1. Prezentowane przez publicystykę telewizyjną cechy wzorów osobowych związanych z pełnieniem określonych ról zawodowych są najczęściej odzwierciedleniem aktualnej polityki społeczno-gospodarczej, a nie rzeczywistości. Stąd postulatyczny charakter większości propagowanych wzorów.
2. W publicystyce telewizyjnej dominuje wzór dyrektora należącego do kadry kierowniczej najniższego szczebla zarządzania w układzie: ministerstwo-zjednoczenia - przedsiębiorstwa.
3. W propagowaniu wzorów osobowych zindywidualizowanych przeważają wzory ról zawodowych, które z racji specyfiki zawodowej są wzorami popularnymi /ogólnie znany jest charakter tych ról zawodowych/ np. wzór aktora, artysty, pisarza, naukowca.
4. Propagowane wzory osobowe ról zawodowych /zwłaszcza wzory indywidualne/ są wzorami schematycznymi i jednostronnymi. Wpływa na to motyw ich prezentacji, którym jest najczęściej różnego rodzaju "okazja" - święto, jubileusz, zjazd, rocznica itp.

5. Dążenie do oddziaływania na postawy i poglądy odbiorców programów publicystycznych, poprzez propagowanie określonych wzorów osobowych oparte jest głównie na prezentacji wzorów pozytywnych w układzie /kontekście społecznym/ bezkonfliktowym.

Hipotezy powyższe należałoby zweryfikować w badaniach opartych na szerszym materiale empirycznym.

Przeprowadzenie pilotażu badań pozwoliło również na wyciągnięcie ~~z~~ kilku ~~wniosków~~ metodologicznej uwagi typu metodologicznego, ~~o~~ ~~wniosków~~.

Po pierwsze - przy doborze materiału do badań, jak i przy opracowywaniu wyników należy kierować się określonymi programami, a nie ogólnym hasłem "publicystyka". Osiągnię się wtedy bardziej jednorodny materiał pozwalający ^{jednocześnie} ukierunkowane wnioski tzn. odnoszące się do autorów konkretnych programów, a nie publicystyki jako całości.

Po drugie - analiza programów powinna przebiegać w dwa etapy:

- pierwszy etap, w którym autor konkretnego tematu /lub współpracownik pod jego kontrolą/ przeprowadza analizę treści określonego programu przy pomocy specjalnie skonstruowanego kwestionariusza,
- drugi etap, w którym "inna" osoba kontroluje prawidłowość przeprowadzonej analizy /rodzaj kontroli kodingu/.

Przyczyni się to do zobiektywizowania analizy, która bardziej niż inne techniki badawcze ^{stosowane} w socjologii narażona jest na błędy wynikające z subiektywnej oceny materiału empirycznego przez badacza.

Wykaz programów publicystyczno-informacyjnych, które były przedmiotem badań.

Program	Ilość programów
1. "Wieczór z dziennikiem"- -część publicystyczna,	7
2. "Obiektyw" x	4
3. "Turystyka i wypoczynek", x	2
4. "Studio 2" -prgramy publicy- styczne) x	7
5. "Radar"	1
6. "Wróciłem"-film dokumentalny W.F. "Czołówka"	1
7. "Śladami wynalazku: Laureaci" x	1
8. "Pegaz"	1
9. "Tele-echo" x	1
10. "Skok"- reportaż filmowy	1
11. "Rada pedagogiczna: Strach"	1
12. "Kandydat do nagrody Kowalskich"- -reportaż filmowy	1
13. "Portrety: Tomirkanow" x	1
14. "Sylwetka X Muzy: Ewa Żukowska" x	1
15. "Trasa"-reportaż filmowy x	1
Razem	31

Uwaga: Krzyżykiem zaznaczono programy, których analiza treści /całości lub ich fragmentów/ pod kątem propagowanych wzorów osobowych ~~przez~~ ról zawodowych złożyła się na niniejsze opracowanie.