

Anna Krupska-Perek

Komunikat w sytuacji medialnej „Szkła Kontaktowego”

Językoznawstwo : współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze 3,
83-92

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Anna Krupska-Perek

Komunikat w sytuacji medialnej Szklą Kontaktowego w programie TVN 24

W 1982 r. pojawiło się w „Socjolingwistyce” jedno z pierwszych opracowań sytuacji komunikacyjnej – skomplikowanej przez medium telewizyjne.

W zasadzie nie znajdujemy tu bezpośrednio wyrażenia: „sytuacja komunikacyjna”, ale już w tytule mówi się o „socjolingwistycznym opisie sytuacji” i o „sytuacjach telewizyjnych”, a w samym tekście artykułu, w odwołaniu do L. Bloomfielda pojawia się sformułowanie: „rola sytuacji w komunikowaniu językowym”¹.

W postaci schematu (i opisu) zobaczyliśmy tu strukturę złożoną z makro- i mikro-sytuacji, przybierającą różne konfiguracje przestrzenno-czasowe. W samym opisie sytuacji telewizyjnej mogliśmy też znaleźć takie jej cechy, jak jednokierunkowość komunikacji telewizyjnej, brak (zasadniczo) wymiany ról, możliwość pustego zbioru odbiorców².

Po 24 latach, w dobie zdecydowanej dominacji komputera osobistego i internetu, na okładce książki J. Grzenia znajdujemy wykreowaną postać człowieka integralnie zespolonego z klawiaturą, o płaskiej twarzy w połowie przechodzącej w ekran monitora i z ręką przedłużoną przez mysz komputerową³.

Co stało się w tym czasie z telewizją? Czy w jakiś istotny sposób zmieniła się sytuacja komunikacyjna z udziałem tego medium? Czy tylko nastąpiło zwielokrotnienie i technologiczne udoskonalenie możliwości działania TV? Co może nam zaoferować i jakiego

¹ W. Miodunka, A. Ropa, *Z zagadnień socjolingwistycznego opisu sytuacji. Na przykładzie sytuacji telewizyjnych*, „Socjolingwistyka” Analizy i Syntezy, nr 2, Warszawa–Kraków–Katowice 1979, s. 63–75.

² Ibidem, s. 69–71.

³ J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2006.

odbiorcy oczekuje? Entuzjasta internetu przypisuje temu wynalazkowi komunikacyjnemu takie zalety, których na pewno nie posiada telewizja, ale również inne dotychczasowe media, tzn. globalny zasięg, możliwość nadawania komunikatów przez indywidualnego nadawcę, dużą jego aktywność, równość i przemienność ról nadawcy i odbiorcy⁴.

Próbie odpowiedzi na postawione wyżej pytania o kondycję telewizji podejmię dalej, na przykładzie szczególnie złożonej sytuacji komunikacyjnej, w jakiej uczestniczymy, oglądając program *Szko Kontaktowe*.

Jak autorzy, tzn. Grzegorz Miecugow i Tomasz Sianecki, uzasadniali potrzebę ukazania się takiego specyficznego programu na początku 2005 r.

Jesienią 2004 r. nasz szef spotkał się z Grzegorzem i powiedział tak: „Słuchaj, jest taki marazm i takie zbrzydzenie całą tą polityką, że chodzi mi po głowie pomysł na nowy program. Dla ciebie i dla Siana. Pamiętasz, jak 3 lata temu mówiłeś o takim programie z internetowym udziałem widzów? No to chodzi o taki właśnie program, tylko zupełnie inny”. A polityczna sytuacja była wówczas poplątana i smutna. To wszystko obserwowała milcząca widownia, czyli wyborcy. Milcząca, bo nie mająca się gdzie wypowiedzieć. Milcząca, bo nie było *Szko Kontaktowego*⁵.

Spośród wszystkich składników sytuacji komunikacyjnej, dla realizowanego tu zagadnienia i związanych z nim problemów komunikacyjnych, za najważniejsze można uznać: kanał przekazu, szeroko rozumianą relację nadawczo-odbiorczą, samą postać komunikatu i wreszcie osobliwy szum (tu wyjątkowo przedstawiający jakąś wartość, zasługującą na uwagę).

Najbardziej niejednoznacznie i niejednorodnie bywa identyfikowany, definiowany i opisywany kanał przekazu. Zostaną tu przywołane tylko niektóre rozumienia kanału, z uwzględnieniem tych, które w jakimś stopniu mogą być uruchamiane w programie *Szko Kontaktowe*.

Najstarsze i najbardziej utrwalone jest utożsamianie kanału z fizyczną lub fizjologiczną drogą dotarcia nadawanych sygnałów do odbiorcy, czyli fale dźwiękowe, fale elektromagnetyczne, świetlne, system nerwowy człowieka; zatem w ograniczonym stopniu odbiór komunikatu traktuje się tu jako zjawisko mentalne.. Taką „stosunkowo prostą” koncepcję przyjmował np. J. Fiske⁶.

W nieco innym ujęciu nie tylko drogi dotarcia komunikatu do mózgu, ale również środki różnych kategorii nośników, bezpośrednio przewodzące informację, jak np. głos, spojrzenie, mimika, ale też środki tylko reprezentujące komunikat, jak teksty pisane, obrazy, filmy albo nawet czysto techniczne, np. radio, telefon, taśma, płyta⁷.

W nowszych ujęciach, zwłaszcza dotyczących komunikacji społecznej, za kanały przekazu uznaje się po prostu sposoby porozumiewania się, ich zakresy i typy powiązań

⁴ Tamże, s. 21.

⁵ G. Miecugow, T. Sianecki, *Kontaktowi, czyli szklarze bez kitu*, Warszawa 2007, s. 26–27.

⁶ J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999, s. 34.

⁷ A. Benedikt, *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław 2005, s. 37–38.

międzyludzkich, np. komunikowanie interpersonalne bezpośrednie, masowe – pośrednie, interpersonalne sieciowe – bezpośrednie⁸.

Interpretatorzy komunikacji internetowej natomiast za kanały przekazu mogą uważać na przykład po prostu różne usługi sieciowe, takie jak gry internetowe, pocztę elektroniczną czy grupy dyskusyjne⁹.

Ta wielość i różnorodność kryteriów rozróżniania kanałów przekazu komunikatu prowokuje do poszukiwania jeszcze innej propozycji, opartej na istotnych i jednorodnych kryteriach. Przyjmując na przykład, że komunikacja dokonuje się na drodze między aparatem nadawczym a jakimś receptorem odbiorcy (bez względu na udział pośredniczących środków technicznych), musimy stwierdzić wyraźny związek porozumiewania się (nie tylko werbalnego) z użyciem zmysłów (one też mogą wyznaczać subkody.) Zatem od organów zmysłów i ich funkcji można by przyjąć nazwy kanałów, tzn. akustyczny, wizualny, olfaktyczny (*organum olfactus* ‘zapach’), taktyczny (*organum taktus* ‘dotyk’), gustyczny (*organum gustus* ‘smak’). Trzy ostatnie zmysły bardzo rzadko są wykorzystywane w komunikacji bezpośredniej, ale w korelacji z innymi znakami mogą zapewniać ciągłość komunikowania się¹⁰. Oczywiście żadne medium w tej chwili nie uruchamia tych kanałów, może poza jakimiś sporadycznymi ciekawostkami zapachowymi czy dotykowymi, ale dynamika i oryginalność rozwoju możliwości medialnych nie wyklucza takich innowacji.

Sz szczególnie oryginalna i równocześnie najbardziej skomplikowana jest w *Szkle Kontaktowym* sytuacja nadawczo-odbiorcza. Jej specyfika, jak sądzę, może być dobrze scharakteryzowana w kontekście zasygnalizowanej już na początku artykułu relacji między makrosytuacją komunikacyjną (kiedy TV poprzez jakiś swój program – w tym wypadku *Szklą Kontaktowe* – „mówi” do telewidzów) a mikrosytuacją (kiedy poprzez określony program o specyficznej dynamicznej strukturze dochodzi na wizji do indywidualnych bezpośrednich lub telefonicznych (ustnych) interakcji werbalnych między telewidzem a redaktorem prowadzącym czy gościem-komentatorem). Kontakt ten może się również realizować poprzez kanał wizualny (zdjęcia, filmy, sieć internetowa, SMS-y).

Żeby plastycznie pokazać pełny aktualnie wykorzystywany w programie zasób konkretnych relacji między makro- i mikrosytuacją i wszystkie konfiguracje z ich udziałem, trzeba ująć je w całości na jednym schemacie z niezbędnymi tylko opisami, zawierającymi nazwy uczestników interakcji, ich roli w konkretnym procesie komunikacyjnym, określeniem typu i kanału kontaktu oraz celowości czy przypadkowości działań.

Kierunki i ważność poszczególnych replik (ustnych czy wypowiedzi pisemnych) oraz ich dynamiczne wprowadzenie do makroprzestrzeni komunikacyjnej (w zasadzie całego

⁸ B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006, s. 72–73.

⁹ J. Grzenia, op. cit., s. 24.

¹⁰ R.A. Kneblewski, *Komunikacja werbalna i niewerbalna w aspekcie filozoficznym: Rozważania metodologiczne w kierunku teorii aktów komunikowania*, [w:] A. Schaff (red.), *Zagadnienia socjo- i psycholingwistyki*, Wrocław 1980, s. 237–250.

świata) i mikroprzestrzeni *Szklą Kontaktowego* usytuowanego w obszarze Telewizji Polskiej i stacji TVN 24, można będzie przedstawić poprzez system ciągłych i przerywanych strzałek celowo skierowanych i odpowiednio zlokalizowanych wobec *Szklą Kontaktowego*, symbolizowanego – tak jak na ekranie telewizyjnym – przez odpowiadający tytułowej nazwie jej rzeczowy desygnat.

Ze względu na układ stron w druku tu nastąpi komentarz do relacji między makro- i mikro sytuacją – zgodnie z numeracją strzałek na schemacie:

1. Typowa sytuacja początków TV – makrosytuacja; przewaga komunikacji masowej.
2. Informacje przez program *Szklą* (paski „gorących newsów”); komunikacja społeczna.
3. Cały program *Szklą* adresowany (zwłaszcza) do określonych grup widzów.
4. Mikro sytuacja TV „wchodzi” niecelowo w makrosytuację (jako ciekawostka „od kuchni”).
5. Autentyczny dialog *face to face* (przypadkiem, ale świadomie) dopuszczony do makrosytuacji.
6. Mikro sytuacja TV organizowana i realizowana w makro- bez sprzężenia zwrotnego, ale z taką możliwością i, prawdopodobnie, oczekiwaniem prezenterów.
7. Część odbiorców w roli nadawców; sprzężenie zwrotne; komunikacja dwukierunkowa.
8. Po obu stronach makro- TV realizowanie się mikro sytuacji świadomie kierowanych do makrosytuacji (wśród odbiorców i nadawców TV komentarze do SMS-ów).
9. Dialog (telefoniczny) po dwóch stronach makro- (telewidz z prezenterem) sprzężony w mikro- *Szklą Kontaktowego*.
10. Całość przekazywana przez redakcję programu w makro- i mikro-; usytuowanie prezenterów po stronie odbiorców.

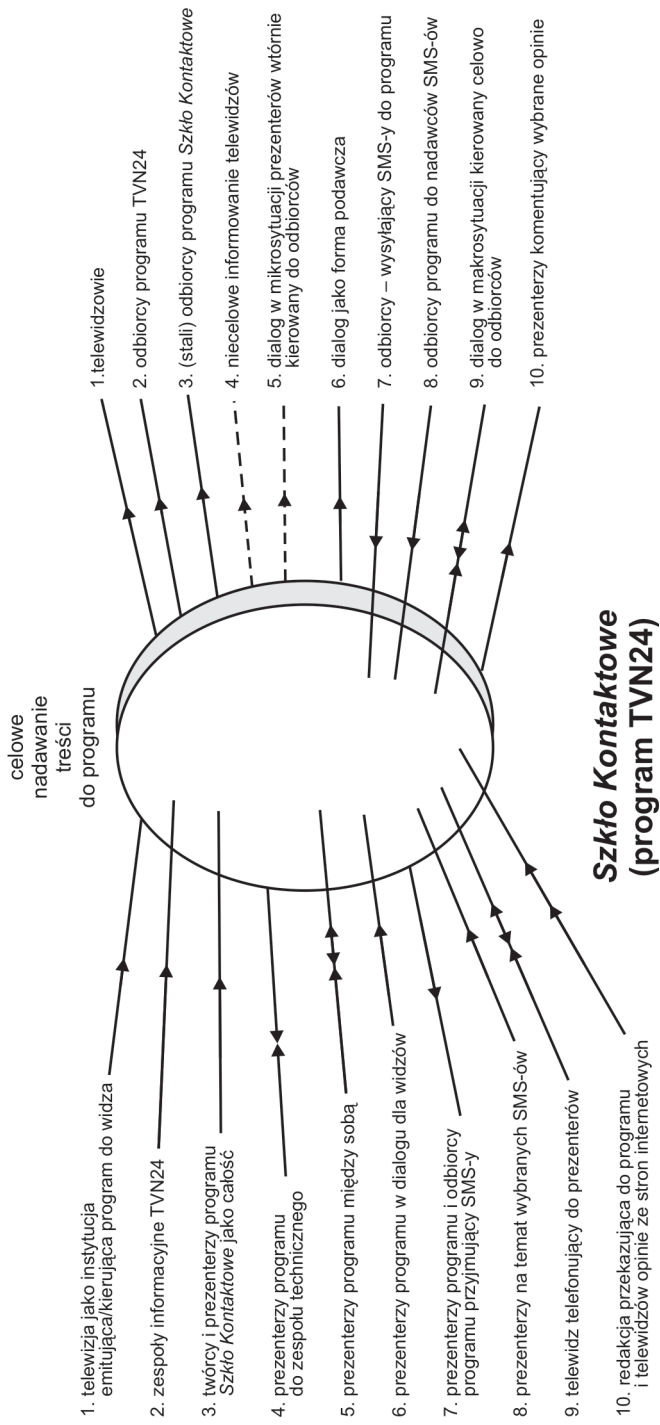
Bardzo ważną, wręcz istotną właściwością tego programu jest znaczna złożoność wewnętrzna każdej jednostki informacyjnej zamkniętej w każdym kadrze. Mamy tu do czynienia nie tylko z wielością pojedynczych, nadawanych równocześnie, komunikatów werbalnych i ikonicznych, ale także z równoległym uruchomieniem różnych kanałów (wizualnego i akustycznego) oraz wielu (przynajmniej dziesięciu) – dwukierunkowych ścieżek nadawczo-odbiorczych.

Ta oryginalna (wręcz eksperymentalna) i niewątpliwie celowa „komplikacja” obrazu i dźwięku stanowi dla odbiorcy nie tylko interesujące urozmaicenie, ale też prawdziwe wyzwanie w zakresie możliwości i zdolności percepcyjnych. Możemy też mieć do czynienia ze świadomym „organizowaniem” osobliwego, w szczególności sposób koherentnego „tekstu” przez autorów i aktualnych prezenterów programu. Przede wszystkim jednak jesteśmy atrakcyjnie zaskakiwani przez spontanicznie powstający, niepowtarzalny dowcip językowy.

Dla zademonstrowania w przybliżeniu skali przypadkowych układów komunikacyjnych oraz nieoczekiwanych możliwości ich interpretacji, przytoczę wybrane z jednego programu konfiguracje informacyjne, uporządkowane według typów imputowanych im sensów.

A

Typy sytuacji nadawczo-odbiorczych

**B**

1. Tworzenie „nowej” całości, pozwalającej na indywidualne analizowanie faktów w przypadkowym kontekście.

Materiał w oknie głównym: Wypowiedź M. Kamińskiego (kancelaria Prezydenta), oburzonego na obecne władze Warszawy z powodu niefortunnego remontu przed Pałacem Prezydenckim.

- SMS: „Wszystko zgodnie z planem” (zaplanowane jeszcze przez L. Kaczyńskiego).
- Pasek informacyjny: „Kancelaria Prezydenta: Walz nie poinformowała o remoncie”.

Materiał w oknie głównym: urodziny P. Gosiewskiego.

- Studio „Szkła kontaktowego”: spontaniczne życzenia dla P. Gosiewskiego; rozmowa o całowaniu w różnych kulturach;
- SMS: „Ładnego to i trzy razy chce się całować”.
- Prezenterzy: „Co racja to racja!”.
- SMS: „A mnie nikt nie całuje” (emotikon: smutna buźka).
- z internetu: J. Szczypińska: „Nie biorę ślubu z Premierem”.

2. Podtrzymywanie przez którąś warstwę komunikatu żywotności pewnych tematów (np. w jakiś czas po przyprowadzeniu do Sejmu przez Marszałka – suki Saby).

- Internet: wpis a) Nieoczekiwane przywołanie dawnego zdarzenia: „Wszystkie pieski nasze są”.
- Internet: wpis b) „Pies ogólnonarodowy składa się z ...” (prowadzący nie zwracają uwagi aż do pojawienia się nowej wypowiedzi):
- SMS: „Zaproście mnie do Szkiełka. Mam konia i świnkę morską”.
- Prezenterzy: zauważają, śmieją się i zaczynają rozmowę o Sabie.

3. Wykreowanie nowego znaku językowego na podstawie zasugerowanych skojarzeń.

- Redakcja TVN 24 (w oknie materiałowym): wywiad z trzema politykami (m.in. S. Niesiołowskiem). Opowiadają anegdotę o spotkaniu z delegacją chińską, która przyjechała do Rosji z tygrysem. Opuszczają na chwilę studio, a po powrocie, stwierdzając brak zwierzęcia, pytają: *Gdzie jest tygrys?* Na co gospodarze ze zdziwieniem odpowiadają: *Jaki tygrys?!* Po chwili to, znaczące w rosyjskim kontekście kulturowym, zachowanie komunikacyjne, zaczyna metonimicznie funkcjonować jako znak zdecydowanego zaprzeczenia albo aluzyjne odniesienie do sytuacji nieprawdopodobnej, np.
- SMS: „A tygrys siedzi i zawija...” (nawiązanie do tekstu reklamowego o pakowaniu czekolady *Milka*: „A świstak siedzi i zawija”).
- Prowadzący (w okolicznościach uzasadniających wyraziste zdziwienie i zdecydowane zaprzeczenie) żartobliwie przywołują kilkakrotnie „nowy frazem”: *Jaki tygrys?!*

4. Komunikacyjna i techniczna możliwość natychmiastowej weryfikacji i aktualizacji przekazanej przez telewizję informacji.

- Wiceminister M. Piecha zapewnia (na ekranie) o wyłącznie oficjalnych spotkaniach z kontrahentami.
- Po chwili „wchodzi głosem” redaktor *Faktów*, podając nowe dowody na spotkania prywatne z przedstawicielami koncernu farmaceutycznego.
- Po pewnym czasie na ekranie min. Piecha: przeprasza i umawia się z publicznością na ponowny wywiad w tej sprawie.

Jak da się wyjaśnić możliwość percepcji takiego synchronicznie złożonego komunikatu, gdzie równocześnie odbieramy od dwóch nawet do pięciu jego składników?

W pewnym stopniu można tu wykorzystać psychologiczne badania małych segmentów mowy (grup głosek, wyrazów), z których wynikają następujące wnioski:

- Mowa zawiera wiele elementów redundantnych – człowiek ma znacznie większe możliwości percepcyjne, np. przy prędkości 120–180 słów na minutę przetwarzamy 25–30 segmentów akustycznych na sekundę (a co ciekawe dla programu *Szklą Kontaktowe*, segmenty akustyczne często nie pokrywają się z wyrazami), więc mamy duży zapas czasowy i w przerwach między segmentami występują pusta miejsca – ewentualnie do wykorzystania w percepcji audialnej.
- Działa również efekt kontekstu – kontekst wspiera odbiór; segment nabiera więcej cech szczegółowych, jednostkowych.
- Perceptory mowy są nastawione na zmienność (nie na niezmiennosc), więc im więcej zmian, tym odbiór komunikatu przez człowieka – łatwiejszy, skuteczniejszy (z czym na przykład trudniej sobie radzą maszyny).
- Im trudniejszy sygnał nadany, tym większa mobilizacja receptorów.

Przyswajaniu złożonych komunikatów sprzyja też modularny charakter języka, co podkreślają dziś komunikatywiści i popierają badaniami percepcji psycholingwistów, stwierdzając np. że:

- odbiorca generuje (syntetyzuje) mowę wewnątrznie, a dopiero później porównuje (analizuje) z bodźcem słuchowym;
- rozpoznaje odcinki mowy, odnosząc je do wzorców prototypowych („modele zbiorów rozmytych”);
- z ciągu mowy wydobywa całe węzły sieci neuronowych, opartych na pobudzeniu i hamowaniu (model TRACE);
- odbiera wypowiedź (zwłaszcza ustną) w oparciu o własne doświadczenie ruchów motorycznych, realizowanych przy jej wytwarzaniu.

Badania takie prowadzi się od początku XX w. w Laboratoriach Telefonicznych Bella i na Uniwersytecie Bostońskim¹¹.

Szum jako integralny składnik komunikatu w programie telewizyjnym *Szklą Kontaktowe* jest istotną cechą sytuacji komunikacyjnej, a może nawet celową, stanowiącą też podstawę zróżnicowanego twórczego odbioru. Uniemożliwia on nie tylko uchwycenie i zinterpretowanie całej zawartości obrazu i dźwięku, ale nawet pełne zarejestrowanie i odkodowanie znaków werbalnych; wymagając przy tym dużej podzielności uwagi. To wyzwanie może nawet przyciąga telewizorów, poza innymi walorami tej szczególnej propozycji medialnej.

Można powiedzieć, że nie mamy tu do czynienia z tzw. szumem zewnętrznym ani wewnętrznym, ani nawet semantycznym¹². Można by go nazwać szumem informacyjnym czy szumem komunikatu, bo w tym wypadku sam szczególny typ komunikatu wynika

¹¹ J. Gleason, N. Ratner, V. Fromkin i in., *Psycholingwistyka*, Gdańsk 2005, s. 122–167.

¹² B. Dobek-Ostrowska, op. cit., s. 66.

ze skomplikowanej sytuacji nadawczo-odbiorczej, gdzie poszczególne jej składniki, rozwijając się w jednym czasie i „zakłócając się” wzajemnie, równocześnie poszerzają i pogłębiają możliwości interpretacyjne: pozwalają „odkrywać” niespodziewane analogie, budować zaskakujące skojarzenia, spontanicznie tworzyć metafory. Jest to niewątpliwie zamierzony szum, stwarzający odbiorcy możliwości kreatywnego uczestniczenia w programie medialnym.

Myślę, że taka sytuacja komunikacyjna – przez cały program autentycznie otwarta i dynamiczna – i taki prawdziwy dyskurs społeczny, nie jest już tylko rozrywkową grą w komunikację (autorzy podkreślają zresztą, że jest to program publicystyczny.). Toczy się tu prawdziwa komunikacja w kontaktach międzyludzkich i społecznych, która coś wnosi do kultury interakcji werbalnych i do języka.

W ramach przygotowywania niniejszego artykułu zostało również przeprowadzone badanie ankietowe w środowisku studenckim z udziałem ponad osiemdziesięciu respondentów. Wypełnianie ankiety było poprzedzone obejrzeniem 15 min. odcinka wybranego programu *Szkló Kontaktowe*, ale pytania były obliczone na ogólną ocenę tej oryginalnej propozycji telewizyjnej.

W ankiecie wzięło udział ponad 80 osób; tylko 10 z nich systematycznie ogląda *Szkló Kontaktowe*; 31 nie miało możliwości (lub chęci) obejrzenia dotąd badanego programu („brak dostępu do stacji TVN 24” albo „uczulenie na programy polegające na gadaniu” – jak określił jeden z respondentów).

Ze względu na główny cel opracowania – tzn. określenie stopnia złożoności sytuacji nadawczo-odbiorczej i samego komunikatu – najistotniejszym punktem ankiety byłoby wskazanie możliwie dużej ilości składników komunikatu, zwłaszcza wyodrębnionych z jednego kadru przez jednego odbiorcę, co wymagałoby jednak specjalnych warunków przeprowadzenia badań (w osobniczej, podmiotowej próbie udawało się osiągnąć na przykład do 10 synchronicznie funkcjonujących elementów komunikatu).

Natomiast w globalnym wyniku można umieścić ponad 30 różnych jednostek komunikacyjnych. Ciekawe, że w programie telewizyjnym największa ilość respondentów (51 osób) reagowała na sygnały pierwotnie pochodzące spoza studia, SMS-y i telefony od widzów, więc zarówno w formie pisanej, jak i mówionej, ale w obu wypadkach objętościowo oszczędnej, a stylistycznie raczej potocznej. Może to świadczyć o wyraźnym preferowaniu przez młodzież komunikacji „komórkowej” i publicznego medium radiowego, dostępnego w bardzo różnych sytuacjach.

O podobnym nastawieniu do odbioru informacji może też świadczyć wysokie „notowanie” (ok. 40) tzw. „gorących newsów” – bardzo aktualnych, maksymalnie zwięzłych, szybko przebiegających na dolnym pasku ekranu.

Jeśli chodzi o gatunki zawartości ekranu, to wyraźną zdolność zdominowania całości złożonego komunikatu wykazywały dowcipy językowe przekazywane w SMS-ach. Kilku respondentów przyznało, że dobry dowcip wyłączał ich na chwilę z procesu intensywnego śledzenia osobliwego „polikomunikatu” na rzecz „tropienia” samych SMS-ów.

Stosunkowo mało osób (18–20) wyodrębniło centralną, stałą część programu, czyli główny „dialog/rozmowę” „dziennikarza z satyrykiem” oraz autentyczny, aktualny

(zwłaszcza z poprzedniego dnia) materiał filmowy. W 9 ankietach znalazło się rozpoznanie specyficznie podanego materiału z udziałem polityków – zabawnie przetworzonego poprzez takie zabiegi techniczne, jak zrytmizowanie mowy, powtarzanie charakterystycznych ruchów i gestów, odwrócenie akcji i inne.

Około 10 osób wydobywało jako oddzielną warstwę całego komunikatu informacje operacyjne (pojawiające się co kilka minut) o możliwościach kontaktu z autorami i osobami prowadzącymi program, logo programu, zegar odmierzający czas rozmowy telefonicznej, a także warstwę podkładu muzycznego (nawet z rozpoznaniem zespołów, np. Queen czy Skaldowie).

To szczególne rozczłonkowanie wewnętrzne i duża różnorodność składników komunikatu nie przeszkodziło (przynajmniej 9 osobom) w odbiorze całości jako „spójnej” i określeniu koncepcji programu jako „multimedialnej przez różnorodność form kontaktu”, „oryginalnej i nowoczesnej”.

Niektórzy jednak mieli kłopot z pełnym odbiorem, co wyrazili w swoich opiniach, np. „za duża ilość poruszanych wątków”, „zbyt dużo komunikatów”, „chaos, natłok informacji”.

Wśród ogólnych ocen programu można wyodrębnić zdecydowanie pozytywne, np. „Podoba mi się swoboda wypowiedzi”; „duża wartość informacyjna”; „program prześmiewczy, ale potrzebny ludziom”; „Wszystko mi się podoba; świetny program”.

Wśród opinii negatywnych zdecydowana większość opiera się, niestety, na gołosłownych etykietkach, np. „Całość skrajnie beznadziejna”; „szkodzi życiu politycznemu”; „bezużyteczny program”; „dowcip bardzo kiepski”.

Podobnie próby interpretacji oryginalnego tytułu układają się w dwie grupy opinii w zakresie wartościowania: negatywne wynikają raczej z braku zadania sobie trudu w zrozumieniu metafory, np. „brak związku między treścią a tytułem”; „tytuł za długi” (?); „mało trafiony”; „mało zrozumiały”. Podejście pozytywne, znacznie bardziej konkretne, jednak do końca niesatysfakcjonujące samych respondentów, zawiera pewne interesujące pomysły interpretacji, np. „może spojrzenie na problem z innej perspektywy”; „inaczej: patrzenie na świat jednym okiem z przymrużeniem drugiego”; „dzięki szklą kontaktowemu lepiej się widzi”.

Sami autorzy programu w swojej książce też objaśniają tytuł (może celowo nie dość jednoznacznie):

- **szkło** – szerzej jako ekran, więc „parcie na szkło”, czyli przejście dziennikarzy, satyryków z radia do telewizji;
 - **kontaktowe** – jak najbliższy kontakt ze społeczeństwem, publicznością, telewidzami¹³.
- Tytuł – niewątpliwie intrygujący; warto jeszcze poszukać jego ukrytych sensów!

¹³ Por. G. Miecugow, T. Sianecki, op. cit., s. 28–29.

Bibliografia

Benedikt A., *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław 2005.

Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006.

Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999.

Gleason J., Ratner N., Fromkin V. i in., *Psycholingwistyka*, Gdańsk 2005.

Grzenia J., *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2006.

Kneblewski R.A., *Komunikacja werbalna i niewerbalna w aspekcie filozoficznym: Rozważania metodologiczne w kierunku teorii aktów komunikowania*, [w:] A. Schaff (red.), *Zagadnienia socjo- i psycholingwistyki*, Wrocław 1980.

Miecugow G., Sianecki T., *Kontaktowi, czyli szklarze bez kitu*, Warszawa 2007.

Miodunka W., Ropa A., *Z zagadnień socjolingwistycznego opisu sytuacji. Na przykładzie sytuacji telewizyjnych*, „Socjolingwistyka” Analizy i syntezy, nr 2, Warszawa–Kraków–Katowice 1979.