

Agnieszka Barczyk
(Uniwersytet Łódzki)

Internetowy *talk-show* – odmiana rodzajowa czy nowy gatunek? Charakterystyka programu *20 m² Łukasza*

Fascynująca podróż po telewizyjnym pejzażu genologicznym, którą proponuje Jerzy Uszyński¹, jest jedną z prób uporządkowania terminologii z obszaru gatunków telewizyjnych, funkcjonującej na gruncie polskiego medioznawstwa. Nowatorskie podejście autora, który – przyjmując za kryterium poetykę realizowania poszczególnych programów – wyróżnia pięć głównych rodzajów, do jakich następnie przyporządkowuje konkretne gatunki, stanowi ciekawą propozycję genologiczną. Jednym z opisanych przez Uszyńskiego gatunków jest, zaliczony do widowisk, *talk-show*. Gatunek ten – zapewne z racji swojego młodego wieku – nie doczekał się jeszcze zbyt wielu opracowań naukowych². Niedostateczny wciąż opis programów reprezentujących *talk-show* nie kłóci się jednak z pojawianiem się nowych produkcji, określanych jako **internetowe *talk-shows***. Jak zauważa Magdalena Sasin:

Obecność mediów jest jeszcze bardziej powszechna i ekspansywna, a różnorodność form ich działania wymyka się klasyfikacjom. W związku z tym naukowcom trudno „dogonić” ogromnie szybki rozwój technologiczny i społeczny w tej dziedzinie³.

¹ Nawiązanie do tytułu przywoływanej w artykule książki Jerzego Uszyńskiego *Telewizyjny pejzaż genologiczny* (Warszawa 2004).

² Na problem ten zwraca uwagę m.in. Wiesław Godzic (*Telewizja jako kultura*, Kraków 2002, s. 108). Za: P. Fabijański, E. Ficek, *Rola publiczności w telewizyjnych rozmowach typu talk-show*, [online], data dostępu: 01.08.2013, <http://uranos.cto.us.edu.pl/~dialog/archiwum/fabijanski.pdf>. Mimo wszystko nie można zapominać, że gatunek ten doczekał się jednak kilku opracowań – oprócz prac, których fragmenty omawiają specyfikę *talk-show*, warto wspomnieć o książce w całości mu poświęconej. Zob. G. Ptaszek, *Talk show: szczerowość na ekranie?*, Warszawa 2007.

³ M. Sasin, *Funkcje mediów regionalnych w kształtowaniu zainteresowań kulturalnych młodzieży licealnej na przykładzie aglomeracji łódzkiej*, rozprawa doktorska, Łódź 2009, s. 110.

W swoim tekście analizuję program *20m² Łukasza*, który reklamowany jest jako internetowy *talk-show*. Moim podstawowym celem jest skonfrontowanie tej produkcji z wyznacznikami gatunkowymi tradycyjnego *talk-show*. Artykuł składa się z trzech części. W pierwszej – na podstawie przeglądu dostępnej literatury – opisuję programy typu *talk-show*, z uwzględnieniem ich krótkiej historii i wyznaczników gatunkowych. W części drugiej dokonuję charakterystyki programu Łukasza Jakóbiaka pt. *20m² Łukasza*. Ostatni fragment tekstu stawia pytanie o status genologiczny takich produkcji. Nazwa-slogan, która poza chwytem reklamowym nic nie znaczy, odmiana rodzajowa, powstała na skutek zaadaptowania gatunku telewizyjnego do internetu czy może już zupełnie nowy gatunek? – na to pytanie, postawione już w tytule, próbuję odpowiedzieć w artykule.

Talk-show

Istota programów typu *talk-show* tkwi w semantyce słów, które tworzą nazwę gatunku. Do ich znaczenia w swojej definicji odwołuje się m.in. Uszyński, pisząc: „Jak sama nazwa wskazuje, chodzi o widowisko (*show*) polegające na rozmawianiu (*talk*)”⁴. Ta jednozdaniowa definicja zawiera w sobie najważniejsze wyznaczniki gatunku, do których za chwilę – po przywołaniu kilku podstawowych faktów historycznych – powrócimy.

W poszukiwaniach korzeni genologicznych *talk-show* istnieje zgoda co do tego, że należy zwrócić się w kierunku **radia**, które dało początek temu gatunkowi telewizyjnemu⁵. Jak zauważa Grzegorz Ptaszek, badacze nie są już tak jednogłośni, jeśli chodzi o podanie pierwszej produkcji reprezentującej *talk-show*: jedni wymieniają tutaj program z cyklu *Broadway Open House* (wyemitowany 29 maja 1950 roku), inni przywołują zrealizowany w 1952 roku program *Today*⁶. W Polsce za najstarsze produkcje tego typu uznaje się: *Tele*

⁴ J. Uszyński, dz. cyt., s. 111. Te aspekty znajdują także miejsce w definicji Bernarda Timberga, według którego *talk-show* to „widowisko zorganizowane wokół rozmowy”. Cyt. za: G. Ptaszek, dz. cyt., s. 24.

⁵ Zob. tamże, s. 24–25. Zajmujący się historią amerykańskiego *talk-show* Bernard Timberg wyróżnia cztery ważne okresy w rozwoju gatunku: 1948–1962 (w roli prowadzących występowały ludzie radia); 1962–1972 (wpływ stacji na kształt programów, pojawiają się telewizyjne gwiazdy: Barbara Walters czy Mike Wallace); 1972–1980 (wiele nowych tytułów, rywalizacja o odbiorcę – *talk-show war*); 1980–1992 (tzw. „era postnetwork“, sukces Oprah Winfrey). Zob. tamże, s. 25–26. Charakterystyka pierwszej fazy wyraźnie wskazuje na powiązania początków *talk-show* z radiem.

⁶ Zob. tamże, s. 25.

*Echo*⁷ Ireny Dziedzic i *Wszystko za wszystko*⁸ Edwarda Mikołajczyka⁹.

Poczyniona na gruncie amerykańskim refleksja naukowa nad **wyznacznikami gatunkowymi** *talk-show* pozwoliła wymienić kilka podstawowych cech tego gatunku, wśród których przywołać należy przede wszystkim:

- znaczną rolę gospodarza¹⁰ programu – niejednokrotnie prowadzący sygnuje produkcję swoim nazwiskiem;
- iluzję bezpośredniego i realnego uczestnictwa w programie;
- zwrot w kierunku widza (o bezpośrednim i intymnym charakterze);
- wrażenie spontaniczności (w rzeczywistości wyreżyserowanej¹¹);
- gatunek marketingowy (generuje dochody przy stosunkowo niskich kosztach)¹².

Ten krótki katalog poszerza i uszczegóławia dwa podstawowe elementy uwzględnione w definicji podanej przez Uszyńskiego, czyli: widowiskowość (tutaj doprecyzowaną poprzez wyartykułowanie roli prowadzącego czy podkreślenie aspektu kreacji – reżyserowania spektaklu, który ogląda odbiorca) i rozmowę (mającą miejsce nie tylko pomiędzy gospodarzem a uczestnikami – zaproszonymi gośćmi, ale i poprzez włączanie publiczności w studiu czy zwroty w kierunku

⁷ Program emitowany w Telewizji Polskiej od 1956 do 1981 r. „Audycja miała charakter publicystyczno-rozrywkowy i można ją uznać za prekursorską w polskich warunkach formę typu *talk-show*. Początkowo program był emitowany z kawiarni, gdzie zaproszeni goście rozmawiali z dziennikarką przy kawie lub kieliszku wina. Do stolika przysiadali się ówczalni celebryci lub szerzej nieznanymi «ciekawi ludzie». Ostatecznie *Tele Echo* znalazło swoje miejsce w studiu telewizyjnym. Było nadawane na antenie TVP przez 25 lat. W 806 edycjach programu wzięło udział ponad 12 tys. osób. Byli wśród nich najwybitniejsi przedstawiciele świata kultury, znani dziennikarze, sportowcy, a także np. małżeńskie pary o rekordowo długim stażu” (*Gospodyni „Tele-Echa”* [online], data dostępu: 20.02.2013, <http://www.tvp.pl/rozrywka/wydarzenia/60-urodziny/osobowosci/gospodyni-teleecha/8157678>).

⁸ Edward Mikołajczyk wspomina, że gośćmi programu było wiele ciekawych osób: „Był profesor Kazimierz Michałowski po jego słynnych odkryciach archeologicznych. Było także *Wszystko za wszystko* z naszym pierwszym, i na razie jedynym, kosmonautą – Mirosławem Hermaszewskim, z trenerem Kazimierzem Górskim, z architektem Jerzym Hryniewieckim, współtwórcą m.in. projektu Stadionu X-lecia, z Paulem Bocuse, który jest dzisiaj kucharzem z pierwszej piątki światowej, z polskim żeglarzami m.in. Krzysztofem Baranowskim i Kazimierzem «Kubą» Jaworskim” (*Byliśmy jak drużyna Górskiego* [online], data dostępu: 20.02.2013, <http://www.tvp.pl/rozrywka/wydarzenia/60-urodziny/aktualnosci/bylismy-jak-druzyna-gorskiego/8538838>).

⁹ Zob. J. Uszyński, dz. cyt., s. 111.

¹⁰ Warto wspomnieć, że gospodarz programu może pełnić różne role: moderatora, rozjemcy, terapeuty, rzecznika poglądów i stanowisk, gwiazdora. Zob. tamże, s. 114.

¹¹ Jak pisze Krzysztof Łuszczek, „[p]rogramy takie próbują dać widzowi namiastkę relacji na żywo. Zazwyczaj są to jednak precyzyjnie wyreżyserowane spektakle” (Łuszczek, *Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkania z kulturą masową*, Tychy 2004, s. 35).

¹² Zob. G. Ptaszek, dz. cyt., s. 36. Autor, przywołując wyznaczniki gatunkowe *talk-show*, odwołuje się do prac Timberga i Godzica. Na kolejnych stronach wspomina także o trzech dodatkowych cechach omawianego gatunku, które wymienia Wiesław Godzic: podglądaniu, „epatowaniu sferą ludzkiej ułomności” i poruszaniu zagadnienia władzy (semiotycznej). Zob. tamże, s. 37.

widzów). Warto wspomnieć, że sam Uszyński – kilka stron dalej – zwraca uwagę na jeszcze dwie cechy *talk-show*: obecność **publiczności**, która „najczęściej jest obecna w studiu, pełniąc rolę żywo reagującego «tła»”¹³ oraz ciągle poruszanie się między „**dopuszczalnym**” i „**zakazanym**”. *Talk-show*,

[p]odejmując kontrowersyjne tematy, dopuszczając do artykulacji zaskakujących poglądów, odsłaniając prywatność, a nawet intymność ludzkiego życia, poddaje publicznej ocenie wszystkie zjawiska będące przedmiotem potencjalnej ciekawości widzów¹⁴.

Mimo istnienia tak wielu dających się zaobserwować wyznaczników gatunkowych, które udało się wyodrębnić i opisać teoretykom, przyznać trzeba, że *talk-show* **nie jest** gatunkiem jednorodnym. O wewnętrznym zróżnicowaniu świadczą liczne podziały i próby klasyfikacji podejmowane przez badaczy. Teoretycy, podejmując próby typologizowania, wymieniają różne rodzaje *talk-show* ze względu na odmienne kryteria podziału. Wiesław Godzic na przykład, wyróżnia trzy typy wyodrębnione na podstawie kryterium **tematycznego**:

- nastawione na rozrywkę (*entertainment/celebrity*) – rozmowy z gwiazdami;
- zawierające wyznania i zwierzenia (*confession talk*) – codzienne historie i przeciętne kłopoty zwykłych ludzi;
- składające się z rozmów konfrontacyjnych (*confrotainment/combat talk*) – tematy budzące kontrowersje i zaburzające ład społeczny¹⁵.

Piotr Zdanowicz z kolei pisze o trzech typach *talk-show*, biorąc pod uwagę zaproszonych do studia gości – **bohaterów** programu:

- z celebrytami – widowiska ze sławnymi ludźmi w roli głównej (np. *Kuba Wojewódzki*);
- z udziałem zwykłych ludzi – bohaterowie opowiadają o swoich osobistych doświadczeniach (np. *Rozmowy w toku*);
- z udziałem ludzi nieprzeciętnych, lecz nieposiadających statusu gwiazdy – bohaterowie są niezwykli na przykład z racji wykonywania ciekawego zawodu czy niekonwencjonalnych zainteresowań (np. *Z kamerą wśród ludzi*)¹⁶.

¹³ J. Uszyński, dz. cyt., s. 113.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ Zob. G. Ptaszek, dz. cyt., s. 26–27; W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po Wielkim Bracie*, Kraków 2004, s. 42.

¹⁶ Cyt. za: J. Uszyński, dz. cyt., s. 114–115. Nieco inną klasyfikacją posługuje się Agnieszka J. Kozak, która wyróżnia: a) *celebrity talk-show* (odpowiednik programu z celebrytami); b) *people talk-show* (odpowiednik *talk-show* z udziałem zwykłych ludzi); c) *political talk-show* – nowa kategoria, która skupia się na poważnych tematach, bohaterami zaś są ludzie z sceny politycznej. Zob. Kozak, *Talk-show w polskiej telewizji*. Praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. dra hab. Tomasza Gobana-Klasa i obroniona w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w 2003 r. Cyt. za: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski,

Mimo wewnątrzgatunkowego zróżnicowania istnieje element, który łączy wszystkie typy *talk-show*. Tym, co zawsze będzie wspólne, jest – pojawiająca się już w przywoływanej na początku definicji – **rozmowa**, którą z zaproszonymi do studia gośćmi prowadzi gospodarz. *Talk-show*, który jest gatunkiem **rozmowy telewizyjnej**, cechuje się zdaniem Ptaszka: modułowością (heterogenicznością) rozmowy; nacechowaniem emocjonalnym, które przejawia się m.in. występowaniem wykrzyknień, zdrobnień i leksyki afektywnej; polifunkcyjnością (rozrywka, informacja, perswazja itd.); występowaniem reakcji unikowych; neutralizacją kontaktu; wyreżyserowaniem; świadomością obecności widza¹⁷. Te elementy – obok przywołanych wcześniej wyznaczników gatunkowych *talk-show* – zostaną uwzględnione przy omawianiu programu *20m² Łukasza*.

20m² Łukasza

Każda sytuacja w moim życiu, kiedy coś się wali, jest impulsem do kreatywnego działania. Tak było z pomysłem na nakręcenie filmu *Mój Mały Manhattan*, który pojawił się w momencie mojej ciężkiej depresji, po osobistych przejściach. Koncepcja *20m²* powstała w chwili, kiedy ze względów finansowych zostałem zmuszony do przeprowadzenia się do 20-metrowej kawalerki. Wtedy, leżąc na jednoosobowym materacu w moim „salonie” i wpatrując się w sufit, postanowiłem, że wykorzystam tę sytuację do zrobienia czegoś niestandardowego¹⁸ –

– mówi w jednym z wywiadów Łukasz Jakóbiak, absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, twórca i gospodarz internetowego *talk-show*, które można oglądać od maja 2012 roku¹⁹.

Wszystkie odcinki poprzedzone są stałą **czołówką**, na którą składa się charakterystyczna animacja, nawiązująca do oprawy tradycyjnych telewizyjnych programów typu *talk-show*. Tworzą ją: prezentacja prowadzącego, kilka kamer²⁰, które powinny znaleźć się w studiu i okrzyki publiczności, która jest obecna w czasie nagrywania programu. Kolejnym elementem jest kilka migawek – zdjęć gościa konkretnego odcinka. Zdjęcia pokazują rozmówcę, podążającego do bloku, w którym mieści się kawalerka Jakóbiaka, bądź już bezpośrednio po wejściu do

W. Furman, *Gatunki dziennikarskie: teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 114.

¹⁷ Zob. G. Ptaszek, dz. cyt., s. 42–43.

¹⁸ *Pierwszy wywiad z Łukaszem Jakóbiakiem – nową gwiazdą polskiego Internetu* [online], data dostępu: 26.02.2013, <http://www.kimono.pl/Pierwszy-wywiad-z-Lukaszem-Jakobiakiem-nowa-gwiazda-polskiego-Internetu-a4037>.

¹⁹ Pierwszy odcinek programu w serwisie YouTube pojawił się 12 maja 2012 r.

²⁰ Kamery pojawiają się w kadrze również w niektórych odcinkach programu.

mieszkania²¹. Kilka zdjęć (tym razem wspólnych) pojawia się także w **sekwencji pożegnania**, która kończy każdy odcinek.

Cały program zbudowany jest ze statycznych ujęć, a jego główna część – rozmowa między bohaterami – rozgrywa się na zasadzie kontrplanów, w których kamera portretuje osobę akurat zabierającą głos. Przeciwwjęcia co jakiś czas przerywane są ujęciami czarno-białymi, przypominającymi obraz z amatorskiej kamery cyfrowej, lub ujęciami ustanawiającymi, które portretują „studio”. Te drugie, mieszczące w sobie niewiele ponad stolik, regał i kawałek ściany, bardzo wyraźnie podkreślają rozmiary kawalerki Jakóbiaka²².

Obejrzenie nawet kilku tylko odcinków programu Jakóbiaka pozwala stwierdzić, że zdecydowanie różni on się od telewizyjnych produkcji tego typu – nie tylko rozmiarami i aranżacją studia, ale i kwestiami technicznymi, jak choćby przygotowanie do nagrania („Nie mamy grupy redaktorów, którzy robią research i wypisują pytania, które fajnie jest zadać, bo będzie to «hot»”²³) czy brak publiczności, która byłaby obecna w czasie nagrania. Mimo różnic, które widać już przy pierwszym kontakcie, produkcja określana jest jako **internetowy talk-show**. Potwierdzeniem spójności tej koncepcji jest opis, który można znaleźć na stronie programu: „Prawdziwe życie, wierność, ból, problemy osobiste, odważne decyzje, skandale, plotki, inspiracje, tematy tabu”²⁴. Biorąc pod uwagę zapraszanych do „studia” gości, można powiedzieć, że zdecydowanie mamy do czynienia z tym, co Agnieszka J. Kozak nazywa *celebrity talk-show*, a Piotr Zdanowicz określa jako *talk-show* z celebrytami. Zaproszony gość nie może być jednak jedynym wyznacznikiem przyporządkowującym program do danej kategorii gatunkowej. Spróbujmy zatem przyjrzeć się *20m² Łukasza* według wymienionych wcześniej wyznaczników gatunkowych *talk-show*:

1. **Znaczna rola gospodarza programu** – również i w tym przypadku prowadzący program staje się jego **wizytówką i znakiem rozpoznawczym**, o czym świadczy choćby fakt użycia imienia gospodarza w tytule audycji. Jakóbiak jest także bohaterem animacji tworzącej czołówkę programu. Te cechy programu wskazują, że *20m² Łukasza* można uznać za przykład

²¹ Niejednokrotnie widać zaskoczenie rozmówcy, kiedy okazuje się, że tytuł programu nie jest przypadkowy.

²² Ważnymi elementami wystroju są stolik i przedmioty, jakie się na nim znajdują, oraz krzesła, które nawet nie próbują udawać kanap z telewizyjnego studia. Na stoliku można zobaczyć komputer – stały rekwizyt, niejednokrotnie włączany w akcję: może zostać wykorzystany do odtwarzania teledysków (np. w odcinku siódmym, którego bohaterem jest Krzysztof Rutkowski) lub do śledzenia komentarzy widzów na *funpage*’u programu i wykorzystywaniu ich jako pytań do gościa (np. w odcinku szesnastym, w którym Jakóbiak gości Martę „Mandarynę” Wiśniewską). Oprócz laptopa na stoliku znajdują się także kubki, które podkreślają intymny, domowy charakter rozmowy.

²³ *Pierwszy wywiad...*

²⁴ *20m² Łukasza* [online], data dostępu: 23.02.2013, <http://20metrow.pl/>.

autopromocji młodego absolwenta dziennikarstwa, który w interesujący sposób próbuje zaistnieć w świecie mediów – zdaje sobie sprawę, że nie ma jeszcze możliwości, by poprowadzić *talk-show* w telewizji, więc korzysta z możliwości, jakie daje internet²⁵. Jakóbiak stosuje przy tym wiele form promocji: zamieszcza odcinki swojego programu w serwisie YouTube²⁶, jego program posiada stronę internetową <http://20metrow.pl/> oraz *funpage* na Facebooku.

2. **Iluzja bezpośredniego i realnego uczestnictwa w programie** – rozmowa, która ma miejsce w każdym odcinku, kreując **poczucie terażniejszości**, sprawia wrażenie rozgrywania się „tu i teraz”. Dodatkowo, zastosowanie planów średnich i półzblżeń przyczynia się do pozornego poczucia obecności widza w miejscu, w którym nagrywany jest każdy odcinek (tak, jakby siedział na kanapie w kawalerce i przyglądał się prowadzonej konwersacji). Co jakiś czas odbiorca zostaje jednak wytrącony z tej **iluzji** – przyczyniają się do tego zabiegi, takie jak: montaż materiału z różnych kamerek (zmiana koloru i faktury zdjęć) czy migawki fotografii gościa.
3. **Zwrot w kierunku widza** – w programie Jakóbiaka nie istnieje widz studyjny, obecny w czasie nagrania świadek rozmowy. Można jedynie mówić o tele-widzu, „widzu odległym”, który ogląda rozmowę (odbywającą się przecież już nie w czasie rzeczywistym). Fani pojawiają się jedynie czasem za pośrednictwem Facebooka, zadają pytania gościowi. Prawdopodobnie dlatego zwroty w kierunku odbiorców są praktycznie nieobecne, co nie oznacza, że w ogóle nie występują. W odcinku szóstym (z Aleksandrą Kwaśniewską) dochodzi do zabawnej sytuacji ze strony gościa, na którą w humorystyczny sposób reaguje Jakóbiak: „Dobra, słuchajcie to kończymy na dzisiaj” (z jednej strony słowa te można potraktować jako zwrot w kierunku kolegów z ekipy realizacyjnej, z drugiej – widz może poczuć, że to właśnie do niego zwraca się gospodarz programu). Czasem też zwroty

²⁵ W internecie publikować może w zasadzie każdy. „McNair wyróżnił cztery kategorie podmiotów (*actors*) w internecie: 1) profesjonalno-instytucjonalne (krajowe i międzynarodowe stacje naziemne i satelitarne, internetowe strony gazet, strony redagowane przez zawodowe zespoły dziennikarskie); 2) profesjonalno-indywidualne (niezależne autorytety dziennikarskie ze swoimi własnymi stronami); 3) nieprofesjonalno-instytucjonalne (agencje rządowe, samorządy, partie polityczne, organizacje); 4) nieprofesjonalno-indywidualne (miliony blogerów, dyskutantów na forach, hobbystów)” (J. Jastrzębski, *Chaos, baza danych i internetowe gatunki dziennikarskie*, [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie*, pod red. K. Wolnego-Zmorzyńskiego, W. Furmana, Warszawa 2010, s. 31).

²⁶ YouTube należy do najlepszych platform promocji w sieci. „Według badań przeprowadzonych przez firmę badawczą Gemius SA, 90% polskich internautów ogląda filmy w sieci, korzystając przede wszystkim z serwisu YouTube. Został on uruchomiony w 2005 roku i dziś jest jednym z najpopularniejszych miejsc w sieci, odwiedzanym przez miliony ludzi na całym świecie” (M. Winiarska, *E-film jako najnowszy sposób percepcji sztuki filmowej*, [w:] *Internetowe...*, s. 220).

- w kierunku odbiorców są inicjatywą gościa, na przykład „Kochani, specjalnie dla Was” (Iwona Węgrowska – odcinek trzynasty).
4. **Wrażenie spontaniczności** – specyfika studia-kawalerki, czyli intymna i domowa atmosfera, sprawia, że rozmowa nabiera **prywatnego wymiaru**. Istnieją jednak elementy, które obnażają pozorność spontaniczności programu. Co jakiś czas przerywają ją ujęcia stylizowane na obraz z amatorskiej kamery, co jest efektem świadomej kreacji i montażu. Zaburzenie naturalności wynika także z przygotowanego wcześniej scenariusza, o czym świadczą choćby notatki gospodarza, do których odwołuje się w konkretnych punktach programu (na przykład cytując czyjaś wypowiedź). Istnieją także składniki (zarówno wizualne, jak i werbalne), otwierające (czołówka) i zamykające (zdjęcia z gościem), które są z góry zaplanowane i wykorzystywane w każdym odcinku programu.
 5. **Gatunek marketingowy** – wyznacznik ten wskazuje, że program, przy stosunkowo niskich nakładach finansowych, ma przynieść twórcom znaczne **zyski**. W przypadku *20m² Łukasza* będą to raczej korzyści niematerialne (choć nie tylko), tj. promocja osoby. Jakóbiak nie ukrywa, że odkąd prowadzi swój program, dostał wiele interesujących ofert pracy: „Jedna z telewizji jest już zainteresowana kupnem tego formatu. Dostałem też propozycję prowadzenia kolejnego programu w Internecie”²⁷.
 6. **Obecność publiczności** – w analizowanym programie najbardziej zauważalny jest **brak publiczności** w „studiu”, co oznacza zachwianie jednego z wyznaczników gatunkowych *talk-show*. Należy jednak zauważyć, że takie programy mogą pojawić się także w obrębie gatunku telewizyjnego, na co zwraca uwagę Uszyński:

Rzadko mamy do czynienia z takimi programami jak *Okna* Wojciecha Eichelbergera (TVP2), w którym rozmowa gospodarza psychoterapeuty z gośćmi odbywała się – jak wymaga konwencja tego typu konwersacji – bez symbolicznych świadków²⁸.

W przywołanym programie zmienia się zresztą także rola prowadzącego²⁹.

7. **Oscyłowanie między „dozwolonym” a „zakazanym”** – zapowiedź re-

²⁷ Pierwszy wywiad...

²⁸ J. Uszyński, dz. cyt., s. 113.

²⁹ O czym Eichelberger mówi w jednym z wywiadów: „Brakowało nam w telewizji autentycznej rozmowy. Dlatego w *Oknach* to gość jest ważny, a nie gospodarz programu. Chcieliśmy – dwa pierwsze *Okna* prowadził Jacek Santorski – pozwolić ludziom mówić, zadawać im pytania, które skłaniają do bardziej osobistych wypowiedzi. Nie napadać na nich, nie kompromitować, nie narzucać swojego stanowiska, ale stworzyć bezpieczną i spokojną okazję do opowiedzenia o własnych doświadczeniach” (*Wywiad Katarzyny Bielas z psychoterapeutą Wojciechem Eichelbergerem* [online], data dostępu: 20.02.2013, <http://wiadomosci.gazeta.pl/kraj/1,34311,140075.html>).

alizacji tego wyznacznika przez program Jakóbiaka można odnaleźć już w opisie programu na stronie internetowej, z którego czytelnik dowie się, że w *20m² Łukasza* mowa będzie o: skandalach, plotkach oraz tematach tabu. **Kontrowersyjne tematy** ze sfery publicznej oraz budzące zainteresowanie przeciętnego widza elementy życia polskich gwiazd powracają w każdym odcinku – w rozmowach pojawia się: homoseksualizm, seks, homofobia, Kościół, porażki na scenie, nieudane związki.

W tej części artykułu – zanim przejdziemy do podsumowania zaobserwowanych właściwości programu oraz próby sformułowania wniosków dotyczących jego statusu genologicznego – warto jeszcze zatrzymać się przy wyróżnionych przez Ptaszka **właściwościach rozmowy**, która ma miejsce w programach typu *talk-show* i zweryfikowaniu ich obecności w programie *20m² Łukasza*:

1. **Modułowość (heterogeniczność) rozmowy** – jak zauważa Ptaszek, „Talk show jest gatunkiem mieszanym także ze względu na swoistego rodzaju mieszaną dialogicznych gatunków mowy występujących w jej obrębie”³⁰. W jego zakresie pojawiają się zatem **moduły** takie jak: „wywiad, rozmowa prywatna, dyskusja, sonda dziennikarska”³¹. W programie Jakóbiaka przeważa forma wywiadu zorientowanego na osobę³² zaproszoną do studia. Pojawiają się także elementy prywatnej, towarzyskiej rozmowy. Brak dyskusji wynika z ilości obecnych w studiu osób. Substytutem sondażowania opinii mogą być odczytywane czasem w czasie nagrania posty fanów programu zamieszczane na *funpage*’u.
2. **Nacechowanie emocjonalne** – wyraźne i silnie obecne, przejawia się poprzez liczne wykrzyknienia, nacechowane słownictwo, stosowanie frazeologizmów i potoczizmów („krew się we mnie gotuje”, „pokazać fucka”, „zacierzewienie”). Nabiera także charakteru pozawerbalnego, na przykład poprzez śmiech uczestników programu.
3. **Polifunkcyjność** – program Jakóbiaka nie tylko prezentuje konkretną gwiazdę (pełni zatem funkcję informacyjną), ale realizuje również funkcję rozrywkową (ze względu na charakter zaproszonych gości, a także na ich zachowania, np. w odcinku trzynastym Węgrowska zaczyna śpiewać i odgrywać rolę diwy operowej).
4. **Występowanie reakcji unikowych** – zdarza się czasem, że rozmówcy Jakóbiaka unikają odpowiedzi na jakieś pytanie. Zazwyczaj stosują wtedy wyraźne reakcje werbalne: „To akurat jest temat, na który nie będziemy

³⁰ G. Ptaszek, dz. cyt., s. 42.

³¹ Tamże, s. 42.

³² Hans J. Netzer wyróżnił dwa typy wywiadu: „zur Sache” (dotyczy faktów) i „zur Person” (dotyczy osoby – jej sylwetki i opinii). Cyt. za: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt., s. 111.

- rozmawiać” (Tomasz Jacyków w odpowiedzi na pytanie o dziecko) czy „W ogóle nie odpowiem nic na to pytanie. Nie chcę” (Węgrowska na pytanie zadane przez użytkownika Facebooka).
5. **Neutralizacja kontaktu** – przejawia się m.in. mówieniem do siebie po imieniu oraz zwrotami typu: „Dziękuję, że do mnie przyszedłeś”, „Jak Ci się podoba moje mieszkanie?”, „Jesteś niesamowicie komunikatywna” (do Węgrowskiej).
 6. **Wyreżyserowanie** – obejmuje omówione już wcześniej istnienie schematu rozmowy, a także formuł zamykających i otwierających program.
 7. **Świadomość obecności widza** – aspekt zasygnalizowany już wcześniej: czasem pojawiają się zwroty do odbiorców czy włączanie publikowanych przez nich facebookowych postów do programu. O istnieniu widza mówi zresztą sam prowadzący: „Ja zadaję pytanie, dzięki któremu zyskuję jakąś wiedzę – dla siebie, nie tylko dla **odbiorcy**” (odcinek szósty – Kwaśniewska).

Zastosowanie wyznaczników gatunkowych *talk-show* oraz charakterystycznych cech rozmowy, wokół której powstają programy tego typu, jako narzędzi analizy produkcji Łukasza Jakóbiaka, stanowi punkt wyjścia do sformułowania końcowych wniosków.

Nowy gatunek?

Obecnie wiadomo już, że internet to kolejne **medium**³³, a zatem zrozumiałe jest, że „wpływa na kształt przekazów dziennikarskich”³⁴. Redaktorzy tomu o internetowych **gatunkach** dziennikarskich we wstępie do publikacji piszą: „Autorzy rozważają, czy w publikacjach internetowych dają się odnaleźć warianty

³³ „Po 13 latach od opublikowania pierwszej strony WWW (World Wide Web) kalifornijski magazyn «Wired», rówieśnik internetu, obwieścił 16 sierpnia 2004 roku w artykule Tony’ego Longa odejście od pisania słowa «internet» wielką literą. «Zmiana pisowni jest konieczna, by zwrócić uwagę na to, czym jest internet – kolejnym medium służącym rozpowszechnianiu i odbieraniu informacji, niczym radio i telewizja» – napisał dziennikarz” (L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 9).

³⁴ *Internetowe...*, s. 7. Zwłaszcza, że publikujące w internecie osoby „mogą (w sensie technicznym i kompetencyjnym) uprawiać wszystkie rodzaje (typy) dziennikarstwa online: 1) tekstowe: statyczne, ruchome (*flying text*), nawigacyjne (za pośrednictwem łączy w statycznym lub ruchomym tekście); 2) zdjęciowe (fotograficzne): single, sekwencje slajdów, galerie; 3) graficzne: statyczne, animacje, nawigacyjne (powiązane ze statycznym lub animacjami albo niezależne); 4) audialne; 5) wideo; 6) interakcyjne (e-maile, dyskusje, czaty, publikacje)” (M. McAdams, *Online Media Types*, <http://www.macloo.com/journalism/media.htm>; tenże, *Flash Journalism*, Focal Press, Burlington-Oxford 2005. Cyt. za: J. Jastrzębski, dz. cyt., s. 31).

gatunków tradycyjnych, czy też są formy całkowicie nowe³⁵. To pytanie, choć w nieco innym kontekście – w obszarze bazowym znajdują się bowiem gatunki telewizyjne – pojawia się także w tym tekście.

Zasadne dla czynionych tu rozważań wydaje się przypomnienie definicji **gatunku** – najlepiej sięgając do korzeni genologii, czyli literatury³⁶ – przez który rozumie się „zespół intersubiektywnie istniejących reguł, określający budowę poszczególnych dzieł i różnorako przez nie aktualizowany”³⁷ oraz **odmiany rodzajowej**³⁸. Autorzy podręcznika o gatunkach dziennikarskich³⁹ (biorąc pod uwagę miejsce publikacji) wyróżniają cztery odmiany rodzajowe: prasową, radiową, telewizyjną i internetową⁴⁰.

Analiza omawianego programu skłania do wyróżnienia kilku możliwych **stanowisk** – rozwiązań pytania badawczego postawionego w tytule artykułu. Oto one:

1. Internetowy *talk-show* jako odmiana rodzajowa *talk-show* funkcjonującego w telewizji – Kazimierz Wolny-Zmorzyński i Andrzej Kaliszewski piszą:

Gatunki dziennikarskie występują w obrębie poszczególnych rodzajów, przenikają się wzajemnie bez szkody dla tekstów, a nawet to przenikanie świadczy o tym, że nie ulegają one skostnieniu. Pojawiają się nowe nazwy odmian gatunkowych (m.in. infografia, reality-show, czat, blogi reportażowe). Dziennikarze wychodzą stale naprzeciw oczekiwaniom odbiorców. Dzięki rozwojowi mediów, w sposób naturalny, gatunki prasowe zostały zastosowane w rodzajach elektronicznych: radiowych, telewizyjnych i internetowych, w niewielkim stopniu odchodząc od sztywnych reguł, ponieważ dostosowały się do nowej formy przekazu⁴¹.

Typologia gatunków dziennikarskich⁴²

³⁵ *Internetowe...*, s. 7.

³⁶ „Te podstawy teoretyczne (definicje), wypracowane na gruncie teorii literatury, mają przełożenie na systematykę tekstów dziennikarskich” (K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt., s. 20).

³⁷ *Słownik terminów literackich*, pod red. J. Sławińskiego, Warszawa 1976, s. 375. Cyt. za: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt., s. 20. Mimo że ograniczenia objętościowe tekstu narzucają dyscyplinę i zmuszają do wyborów, należy jednak choćby wspomnieć o Stefanii Skwarczyńskiej i jej znaczeniu dla genologii literackiej. Zob. Skwarczyńska, *Wstęp do nauki o literaturze*, t. 3, Warszawa 1965.

³⁸ Pojęcia tego (w obszarze literatury) używał już Janusz Sławiński. Zob. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt., s. 32.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ Zob. tamże, s. 32–33.

⁴¹ Tamże, s. 33.

Odmiana rodzajowa Rodzaj	Prasowa	Radiowa	Telewizyjna	Internetowa (hipertekst)
Informacyjny	wzmianka (news) notatka (informacja, infotainment) infografia infografika zapowiedź <i>fait divers</i> sprawozdanie raport korespondencja życiorys (sylwetka, postać, główka) przeгляд prasy reportaż fabularny (<i>feature</i>) fotoreportaż (pictorial)	wzmianka (news, flesz) informacja, infotainment zapowiedź (<i>fait divers</i>) sprawozdanie relacja (transmisja) korespondencja raport reportaż radiowy (<i>feature</i>)	wzmianka (news, flesz) informacja, infotainment zapowiedź (<i>fait divers</i>) sprawozdanie relacja (transmisja) korespondencja raport reportaż telewizyjny	wzmianka (news) notatka (informacja, infotainment) newsletter infografika sprawozdanie relacja na żywo raport „big picture” blogi reportażowe

Publicystyczny	artykuł artykuł wstępny reportaż problemowy felieton komentarz recenzja esej dziennik powieść w odcinkach nekrolog	felieton komentarz recenzja powieść odcinkowa	felieton komentarz recenzja nowela dokumentalna <i>reality-show</i>	artykuł internetowy felieton komentarz recenzja blog (prywatny)
Informacyjno- publicystyczny	wywiad debata list do redakcji odpowiedź na list do redakcji	wywiad debata	wywiad debata talk-show	wywiad czat forum internetowe

⁴² Zob. tamże, s. 34.

Ten sam gatunek dziennikarski może istnieć w różnych mediach, przy czym należy pamiętać o tym, że dostosowując się do nowego środka przekazu, pewne wyznaczniki mogą ulec zmianie – nowa platforma stwarza nowe możliwości⁴³ (ale może stwarzać też ograniczenia). Wizualizację typologii gatunków dziennikarskich, obejmującą także ich zróżnicowanie wynikające z uwzględnienia czterech odmian rodzajowych, stanowi tabela zamieszczona w pracy przywoływanych badaczy.

W propozycji tej wśród gatunków reprezentujących odmianę internetową nie pojawia się *talk-show*. Mając jednak na uwadze datę publikacji pracy (2006), nie wolno obecnie wykluczyć istnienia takiej formy – określanej w ten sposób program Jakóbiaka powstaje od 2012 roku, również inne propozycje nazywane w ten sam sposób⁴⁴ pojawiły się później niż książka.

Program Jakóbiaka sytuuje się w obszarze *talk-show*, jeśli weźmiemy pod uwagę specyfikę poruszanych w rozmowie **tematów** oraz zapraszanych **gości** (*celebrity talk-show*). Odmienny sposób realizacji i inne zachwiania wyznaczników gatunkowych, np. brak publiczności (rekompensowany niejednokrotnie włączanymi do programu komentarzami publikowanymi na Facebooku), można potraktować jako konsekwencje adaptacji programu do nowego medium, co pozwoli uznać go za **internetową odmianę rodzajową *talk-show***.

2. **Internetowy *talk-show* jako nowy gatunek** – możliwe jest potraktowanie internetowego *talk-show* nie jako odmiany rodzajowej, lecz jako zupełnie nowego gatunku. Aby podejście takie było uzasadnione, konieczne jest jednak znalezienie nowych wyznaczników, które pozwoliłyby na wyodrębnienie takiej formy. Analiza programu wykazała, że najbardziej widoczną różnicą jest brak publiczności w studiu oraz sporadyczność zwrotów w kierunku widza. To zdecydowanie za mało, by mówić o nowym gatunku, prawdopodobnie niewystarczająco nawet, by nazwać takie produkcje **hybrydami**. Zwłaszcza biorąc pod uwagę istnienie tradycyjnych *talk-shows* (np. wspomniane *Okna*), które rezygnują z obecności publiczności. Podejście to jest – jak sądzę – najmniej prawdopodobne i przekonujące.

⁴³ „W odmianach internetowych realizują się najmłodsze, ale i najpopularniejsze gatunki (m.in. czat, hipertekst, blogi reportażowe). Dziennikarz, wykorzystując najnowsze techniki komputerowe, udoskonala formę przekazu, łączy się bezpośrednio z odbiorcą (czat), wymienia na bieżąco informacje, umożliwia nie tylko dźwiękową i obrazową reprodukcję rzeczywistości, ale łatwe archiwizowanie i nagrywanie przekazywanych treści” (K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt., s. 35).

⁴⁴ Na przykład *TECHNOZgredy* (program istniejący od marca 2009 r.): „internetowy talk-show, w którym co tydzień, autor – Paweł Iwaniuk, dyskutuje ze swoimi gośćmi o wydarzeniach z branży internetowej oraz technologicznej. Gośćmi programu są osoby reprezentujące wspomniane branże, czyli: blogerzy, dziennikarze, pracownicy oraz właściciele firm, a także pasjonaci tematyki” (*TECHNOZgredy – internetowy talk-show* [online], data dostępu: 24.02.2013, <http://interaktywnie.com/biznes/newsy/startupy/technozgredy-internetowy-talk-show-4799>).

3. **Nowa nazwa jako chwyt reklamowy dla starego gatunku** – niektórzy badacze⁴⁵ uznają *talk-show* za **rodzaj wywiadu telewizyjnego**⁴⁶. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na definicję wywiadu telewizyjnego: „przygotowany, wyreżyserowany, ale zachowujący pozory swobodnej rozmowy; dający iluzję rzeczywistości”⁴⁷, która pokazuje punkty styczności tej formy i ***talk-show***. Być może należałoby zatem potraktować program Jakóbiaka jako cykl wywiadów ze sławnymi osobami, który nazywa się **w atrakcyjny dla widza sposób**⁴⁸.

Warto [...] zauważyć, że często nadużywa się określenia talk show w odniesieniu do większości programów telewizyjnych. Praktyka ta, coraz częstsza w dobie walki o widza, ma przyciągnąć i zachęcić go do oglądania poszczególnych programów⁴⁹.

Ptaszek uważa ponadto, że „Poza studiem telewizyjnym talk show [...] nie istnieje (w przeciwieństwie na przykład do dyskusji, wywiadu czy debaty)”⁵⁰.

W swoim tekście o funkcjonowaniu gatunków w sieci Wiesława Woźniak stawia pytanie: „Jakie gatunki klasyczne preferuje internet, co z nich przejął do swoich własnych?”⁵¹. Dążąc do odpowiedzi, zwraca uwagę na obecność tradycyjnych form dziennikarskich w internecie:

Już nawet wstępne rozpoznanie sieci pozwala dostrzec, że korzysta ona w pełni z gatunków tradycyjnych. Przeważają informacja i komentarz, jakkolwiek w „internetowym przebraniu”. Uzupełnia je kształtująca swe sieciowe cechy recenzja (profesjonalna i nieprofesjonalna), goszczą felieton, esej, reportaż, ten ostatni zazwyczaj jako forma multimedialna⁵².

⁴⁵ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt.

⁴⁶ Zob. tamże, s. 113. Urszula Żydek-Bednarczuk widzi to zagadnienie jeszcze szerzej – sytuuje zarówno *talk-show*, jak i wywiad, w polu rozmowy jako gatunku globalnego. Autorka analizuje kilka fragmentów programów telewizyjnych i dochodzi do wniosku, że „Rozmowa jako tekst globalny jest centrum (jądrem) dla wywiadu i *talk show*, dopiero inne wyznaczniki, najczęściej zewnętrznojęzykowe, warunkują ustalenia tekstu jako gatunku: wywiadu czy *talk show*” (Żydek-Bednarczuk, *Od rozmowy do talk show. Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. Tekst a gatunek*, pod red. D. Ostaszewskiej, Katowice 2004, t. 2, s. 432). Za taki zewnętrznojęzykowy wyznacznik można w tym przypadku uznać np. obecność publiczności w studiu.

⁴⁷ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, dz. cyt., s. 113.

⁴⁸ Programy typu *talk-show* kojarzą się m.in. z poruszaniem kontrowersyjnych tematów.

⁴⁹ G. Ptaszek, dz. cyt., s. 35.

⁵⁰ Tamże, s. 41.

⁵¹ W. Woźniak, *Gatunek w sieci*, [w:] *Internetowe...*, s. 55.

⁵² Tamże.

Obok tych tradycyjnych – choć nieco zmienionych – pojawiają się formy zupełnie nowe.

Przedmiotem moich rozważań był internetowy *talk-show* *20m² Łukasza*. Analiza programu pozwoliła pokazać jego złożoność i przyjrzeć się relacjom z tradycyjnym *talk-show*. W konsekwencji, w odpowiedzi na pytanie o genealogiczny status produkcji wyodrębnione zostały **trzy stanowiska**: odmiana rodzajowa, nowy gatunek i nowa nazwa dla starego gatunku. Najmniej prawdopodobne – można w zasadzie powiedzieć, że odrzucone – jest stanowisko, które opowiadałoby się za koniecznością nazwania nowego gatunku. W moim przeswiadczeniu program ten oscyluje między nową odmianą rodzajową a nową nazwą dla tradycyjnego gatunku, tj. wywiadu. Brak jednoznacznych rozstrzygnięć nie stoi w sprzeczności z opowiedzeniem się za konkretnym stanowiskiem – **odmianą rodzajową**. Potwierdzeniem takiej konkluzji są słowa Doroty Wellman wypowiedziane w jednym odcinków do gospodarza: „*talk-show* po jakimś czasie rozleniwia, bo to [...] jest forma, która jest łatwa, w tym wypadku w ogóle jeszcze uproszczona”.

Agnieszka Barczyk

**Internet talk-show – genre variety or a new one?
The characteristics of „20 m² Łukasza”**

(Summary)

The subject of this paper is a TV show by Łukasz Jakóbiak, „20m² Łukasza” (“20 square meters of Lucas”), which has aired since May 2012. The program, interpreted as an internet talk-show, is a starting point in discussing the genealogical status of the TV production. The article consists of three parts: the first introduces the elements typical of the talk show, the second concentrates on the show being discussed, and the third tries to answer the provided question. The author proposes three views instead of just one solution: type variety, new genre and a new name for an old product.