

ISSN 2084-3364



studia  
humanistyczne  
agh *Contributions to Humanities*

2021  
tom 20/4



WYDAWNICTWA AGH  
KRAKÓW 2021



## Współpracownicy „Studiów Humanistycznych”

**Łukasz Androsiuk** (Pomeranian University, Poland), **Hans-Joachim Backe** (IT University of Copenhagen, Denmark), **Tomasz Bielak** (University of Bielsko-Biala, Poland), **Peter Bobkowski** (The University of Kansas, USA), **Virgil Brower** (Charles University, Czechia), **Juraj Buzalka** (Comenius University, Slovakia), **Helgi Gunnlaugsson** (University of Iceland, Iceland), **Joanna Hańderek** (Jagiellonian University, Poland), **Małgorzata Lisowska-Magdziarz** (Jagiellonian University, Poland), **Marta Juza** (Pedagogical University of Krakow, Poland), **Ineta Kivle** (University of Latvia, Latvia), **Małgorzata Molęda-Zdziech** (Warsaw School of Economics, Poland), **Jakub Niedbalski** (University of Lodz, Poland), **Luis Manuel Pacheco Muñoz** (Tecnológico de Monterrey, Mexico), **Richard Papp** (Eötvös Loránd University of Sciences, Hungary), **Andrei Patkul** (Saint Petersburg State University, Russia), **Malwina Popiołek** (Jagiellonian University, Poland), **Mariola Ractaw** (University of Warsaw, Poland), **Alberto Veira Ramos** (Universidad Carlos III de Madrid, Spain), **Filip Sosenko** (Heriot-Watt University in Edinburgh, UK), **Dubravko Sabolić** (University of Zagreb, Croatia), **Reinhold Sackmann** (Martin-Luther-University Halle-Wittenberg, Germany), **Unnur Dís Skaptadóttir** (University of Iceland, Iceland), **Guido Kramann** (Brandenburg University of Applied Sciences, Germany), **David L. Mosley** (Bellarmine University, USA)



studia  
humanistyczne  
agh

**2021**  
tom 20/4



contributions  
to humanities  
agh

Quarterly of AGH University of Science and Technology



AGH UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS  
KRAKOW 2021

**2021**  
vol. 20/4



studia  
humanistyczne  
agh

Kwartalnik Akademii Górniczo-Hutniczej im. S. Staszica

Dyrektor Wydawnictw AGH/ Head of Publishing of AGH University of Science and Technology  
Press: *Jan Sas*

Komitet Redakcyjny/ Editorial Team:

*Grzegorz Ptaszek* (redaktor naczelny/ editor-in-chief): nauki o komunikacji społecznej i mediach/  
communication and media studies

*Damian Galuszka* (sekretarz/ managing editor): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach/  
sociology, communication and media studies

*Jowita Guja* (redaktorka tematyczna/ thematic editor): nauki o kulturze i religii/ culture studies,  
religious studies

*Dorota Żuchowska-Skiba* (redaktorka tematyczna/ thematic editor): socjologia, nauki o komunikacji  
społecznej i mediach/ sociology, communication and media studies

*Tomasz Masłyk* (redaktor statystyczny/ statistical editor)

Redakcja/ Editorial Advisory Board:

**Maarit Jaakkola** (University of Gothenburg, Sweden)

**Ryszard W. Kluszczyński** (University of Lodz, Poland)

**Paul Levinson** (Fordham University, United States)

**Marie-Laure Ryan** (United States)

**Siarhei Liubimau** (European Humanities University, Lithuania)

**Piotr Siuda** (Kazimierz Wielki University, Poland)

**Aleksandra Wagner** (Jagiellonian University, Poland)

Redaktor prowadzący/ Main editor: *Grzegorz Ptaszek*

Adres redakcji „Studiów Humanistycznych AGH”/ Adress of „Contributions to Humanites”

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Wydział Humanistyczny

ul. Gramatyka 8a

30-071 Kraków

[studiahumanistyczne@agh.edu.pl](mailto:studiahumanistyczne@agh.edu.pl)

<http://journals.agh.edu.pl/human/>

<https://doi.org/10.7494/human>

Korekta językowa/ Proofreading:

*Kamila Żimnicka* – język polski/ Polish

*Keith Horechka* – język angielski/ English

Projekt okładki i stron tytułowych/ Cover Design: *Agata Wajer-Gądecka*

Skład komputerowy/ DTP: *MarDruk Marcin Herzog*, e-mail: [biuro@mardruk.pl](mailto:biuro@mardruk.pl)

© Wydawnictwa AGH, Kraków 2021, Creative Commons CC-BY 4.0 License

ISSN 2084-3364

e-ISSN 2300-7109

Wersja pierwotna czasopisma/ Primary version of the journal: papierowa/ paper

Nakład/ Number of copies: 60

Wydanie zostało dofinansowane przez Akademię Górniczo-Hutniczą im. Stanisława Staszica w Krakowie  
(dotacja podmiotowa na utrzymanie potencjału badawczego nr 11.11.430.158)

---

Redakcja Wydawnictw AGH

al. A. Mickiewicza 30, 30-059 Kraków

tel. 12 617 32 28, 12 636 40 38

e-mail: [redakcja@wydawnictwoagh.pl](mailto:redakcja@wydawnictwoagh.pl)

[www.wydawnictwa.agh.edu.pl](http://www.wydawnictwa.agh.edu.pl)

---

---

# Spis treści

## Andrew Higson

- NETFLIX – THE CURATION OF TASTE  
AND THE BUSINESS OF DIVERSIFICATION . . . . . 7  
*NETFLIX JAKO KURATOR GUSTU I PRZEDSIĘBIORSTWO RÓŻNORODNOŚCI*

## Anna Skibińska

- RATUNEK DLA GOSPODARKI CZY ZAGROŻENIE ZE WSCHODU?  
UKRAIŃCY W NAGŁÓWKACH „GAZETY WROCŁAWSKIEJ”. . . . . 27  
*LIFESAVER FOR THE ECONOMY OR THREAT FROM THE EAST?  
THE UKRAINIANS IN THE HEADLINES OF “GAZETA WROCŁAWSKA” WEBSITE*

## Anita Helena Kwiatkowska

- QUIZY – OD TELETURNIJÓW DO INTERNETOWEJ ROZRYWKI . . . . . 47  
*QUIZZES – FROM GAME SHOWS TO ONLINE ENTERTAINMENT*

## Teresa Jadwiga Zbyrad

- ASISTED LIVING INSTITUTIONS AS THE BASIS OF ORDER  
AND A FORM OF BEHAVIOUR CONTROL FROM THE PERSPECTIVE OF  
ERVING GOFFMAN’S SYSTEMS THEORY . . . . . 61  
*INSTYTUCJE OPIEKUŃCZE JAKO PODSTAWA PORZĄDKU  
I FORMA KONTROLI ZACHOWANIA W PERSPEKTYWIE TEORII SYSTEMÓW  
ERVINGA GOFFMANA*

## Weronika Marzena Lebowa

- POSTAĆ LEKARZA W KONTEKŚCIE PEŁNIONYCH RÓL ZAWODOWYCH . . . . 79  
*THE FIGURE OF A DOCTOR  
IN THE CONTEXT OF THE PERFORMED PROFESSIONAL ROLES*

- Notes for Contributors. . . . . 97

- Informacje dla autorów. . . . . 98





**Andrew Higson\***

ORCID: 0000-0002-4659-6757

University of York

**NETFLIX –  
THE CURATION OF TASTE  
AND THE BUSINESS OF DIVERSIFICATION**

Netflix is considered as a global business invested in strategies of diversification, localisation and personalisation in light of several discourses about the streaming service. One presents Netflix as an evil corporation encouraging binge-watching and reducing individuals to data. A utopian discourse proclaims the democratising potential of digital media technologies, including Netflix's claims about its personalised, on-demand service. An industry discourse laments Netflix's disruption of the film and television business. Finally, a scholarly discourse maps the political economy and cultural impact of Netflix. Each discourse attaches a particular cultural value to Netflix. Some offer 'antidotes', including the niche streamers, with their 'curated' collections of specialised content. Both types of streamer are in fact gatekeepers regulating access to cultural experiences and promoting particular ideas of taste and diversity. Netflix's strategies of customisation and glocalisation, and its activities in the Middle East and North Africa, demonstrate in the end that diversity is good for business.

Keywords: Netflix, glocalisation, diversity, personalisation, film, television, cultural value

**INTRODUCTION**

Netflix is now truly a global media corporation, available in most countries of the world, with the notable exceptions of China, the Crimea, North Korea, and Syria, and worth some US\$220 billion (CBS/AP, 2021). According to one estimate, with 208 million subscribers in more than 190 countries (Netflix, 2021a), "Netflix commands 19% of the global digital streaming market", and "12.6% of all downstream internet traffic worldwide" (Cook, 2021). Its catalogue is vast, with that same report suggesting 15,000 titles across all its sites (Cook 2021). That catalogue is, however, also limited in various ways, not least in its focus on scripted, professionally-produced TV series, documentaries and feature films, and increasing in unscripted and reality formats, albeit across "a wide variety of genres and languages"

---

\* Andrew Higson, Department of Theatre, Film, Television and Interactive Media, University of York, Baird Lane, YO10 5GB, York, United Kingdom; e-mail: [andrew.higson@york.ac.uk](mailto:andrew.higson@york.ac.uk)

(Netflix, 2021a). Although it has at times ventured into other areas, Netflix still proclaimed in 2021 that it was “not a generic ‘video’ company that streams all types of video such as news, user-generated, live sports, porn, music video, and gaming” (Netflix, 2021b). As a subscriber-funded service, it is unlike linear, advertising-supported television, not least in the way that it targets sensibilities, or taste clusters, rather than demographically defined audiences (Lotz, 2020). It is also unlike other internet-based platforms such as Facebook and YouTube, in that it is not a social medium, it is not open-access, and it does not depend on collaborative, user-generated material (Lobato, 2019; Lotz, 2017).

This article considers the ways in which Netflix as a major global business is invested in strategies of diversification, localisation and personalisation, and what this investment means in practice. I am interested in the relationships between the pronouncements the corporation makes about diversity and inclusion; its localised approach to how it selects, funds and presents the content available on its platform; and its commitment to a personalised, on-demand experience for its subscribers. To what extent is the industrial logic of customisation rather than standardisation consonant with diversity and inclusion policies? To what extent is the impression of unlimited abundance and endless choice that Netflix creates consonant with a policy of accessibility?

In exploring such questions, I engage with a range of discourses about Netflix. At one end of the spectrum is a discourse that presents Netflix as an evil neo-liberal corporation that hooks us into a binge-watching diet, reducing individuals to so much data, and cutting them off from the communal experience of the film theatre. At the other end are discourses that express a more utopian vision, whether proclaiming the democratising potential of digital media technologies, or the consumer-pleasing machinations of the on-demand culture. One of those utopian discourses consists of the proclamations that Netflix itself makes about its operations. For instance, “members can watch as much as they want, anytime, anywhere, on any internet-connected screen” (Netflix, 2021c), while “we are constantly working to make it easier for members to access and enjoy something they will love, regardless of their location or mood” (Netflix, 2021d).

Somewhere between the dystopian and the utopian discourses about Netflix is the discourse that responds with dismay to the disruptive impact that Netflix has had on the established film and television industries. This discourse is matched by more measured scholarly accounts of the political economy and socio-cultural impact of Netflix, notably in the work of McDonald and Smith-Rowsey (2016), Lotz (2017, 2020), Johnson (2019) and Lobato (2019), and others cited elsewhere in this paper.

Each of these discourses about Netflix attaches a particular cultural value to the global operations of Netflix – and some offer ‘antidotes’ to what they see as the poisonous nature of the business. I am interested in particular in the way niche streamers attempt to counteract what they see as Netflix’s approach to global entertainment with their carefully curated collections of specialised content. I argue that both types of streamer are in the end gatekeepers that regulate access to cultural experiences and promote particular ideas of cultural value, taste and diversity. I also argue, however, that Netflix’s strategies of customisation and localisation, and especially its activities in the Arabic-speaking countries of the Middle East and North Africa, demonstrate that diversity is good for business.

## “FREEDOM AND FLEXIBILITY”: NETFLIX’S LIMITLESS OFFER

Netflix is primarily a distributor of audio-visual content, operating a platform that provides story experiences for global audiences, enabling those audiences to select which audio-visual content to watch, when, how and under what conditions. As a business that generates income through subscriptions, and that competes with other content providers, and with other ways in which consumers spend their leisure time and earnings, Netflix is a content-hungry platform. It is constantly seeking to grow its global audiences, and to maintain those audiences it has already captured, by bringing them new material that caters to their varying tastes. Their strategy now of course includes developing their own content with creators around the world. This business, and their online delivery system, has emerged in a particular cultural and industrial context, which brings together existing forms of media entertainment, particular developments in software and digital databasing, a membership subscription model, and a complex user interface.

Their *content acquisition* strategy has resulted in the creation of its huge and constantly changing online catalogue or database. Their *content delivery* strategy is organised around gathering and analysing huge amounts of data about its users, their viewing decisions and their preferences, and feeding that into its algorithmic recommender system to guide consumer choice (Leonard, 2013). Its ‘unique selling proposition’ is thus based on the size of its catalogue, enabling subscribers to “watch unlimited movies and TV shows”, and a software system that enables “Freedom and Flexibility: Consumers can watch content on demand, on any screen, and the experience is personalized to individual tastes” (Netflix, 2021b).

Compared to Netflix’s apparently *inclusive* and *limitless* offer, there is a host of much smaller, independent film streaming services that pride themselves on their *exclusivity*, their highly niche offer, their commitment to quality, and their reliance on human selection rather than software computation. Mubi, for instance, describes itself as “a curated online cinema where you can discover the world’s greatest films” (Mubi, 2021a), a “hand-picked line-up” of titles “from everywhere on earth [...] Always chosen by us” (Mubi, 2021b). And, “if you are [...] hungry for an alternative to the mega-platforms, you’ll find the carefully-curated, manageable selection [...] offered by YourScreen irresistible” (YourScreen, 2021). In a talk by YourScreen founder (Baker, 2021), entitled ‘The Antidote to Netflix’, the distinctiveness of the service is described in terms of “*restricting choice to an exclusive handful of first-rate films*” (my emphasis).

## CURATING AN ANTIDOTE TO NETFLIX’S DISRUPTIONS

Curation has become a byword for resisting the power of massive, faceless, global entertainment corporations, and for promoting cultural value rather than shareholder profit (see e.g. Bhaskar, 2016). But in the era of #BlackLivesMatter and #MeToo, the indie-streamer focus on exclusivity rather than inclusivity raises some interesting questions about diversity, and about the nature of the personalised, on-demand culture. What is at stake, then, in the idea that the small, curated, niche streamers provide an antidote to businesses like Netflix? Antidotes

are traditionally designed to cope with the effects of poison or infection, suggesting a very familiar trope in the centuries-long debate about the perceived dangers of new media forms that disrupt more established cultural activities. For some commentators, Netflix promotes an “addictive” and “bland” version of mass culture (Campbole, 2019). Even if there is some evidence of quality, Netflix is accused of discouraging discernment: “With so much quality content at our fingertips, will we be truly capable of appreciating the worth of what we are watching?” (Herberg, 2017). The idea that consuming certain forms of culture is bad for you is perfectly expressed in the moral panic about the dangers of Netflix-inspired binge-viewing: “Binge Watching Is Like a Drug” and can “be harmful to your health” (Antinozzi, 2021).

Implicit in arguments about the threats posed by Netflix, and the suggestion that an antidote is required are all sorts of assumptions about cultural value and taste, and the idea that Netflix is a marauding industrial behemoth. Netflix has also of course come under fire from those in the entertainment business. The corporation has certainly been disruptive in that context, harnessing new technologies to fire a broadside at the modern Hollywood studio-distributor oligopoly, leading to its characterisation as “the monster that’s eating Hollywood” (Flint and Ramachandran, 2017). It has helped smash the distribution system of release windows, designed to protect the theatrical business by requiring a theatrical opening for all films, before they are allowed to show on other platforms. For some in the industry, then, Netflix is the enemy that destroyed a well-established, effectively functioning business model and a settled and lucrative relationship with consumers world-wide.

It has also disrupted the traditional idea of cinema as a shared, public, big-screen experience, for which some regard it as the enemy of film culture (e.g. Cosgrove, 2018). But of course, there is nothing new about watching big-screen films on small screens at home, and Netflix is simply one in a long line of disruptors going back to the rise of television in the 1950s, and the subsequent development of the home video market, then DVD and Blu-Ray. If cinema is the watching of films, Netflix has not destroyed cinema, it has simply consolidated the online relocation of the film experience.

As one of the foremost examples of “internet-distributed television” (Lotz, 2017), Netflix’s global distribution and personalised, on-demand streaming have also disrupted the traditional national experience of broadcast television, with its linear arrangement of content in daily schedules. Again however, this is a process that can be traced back to the 1950s, when the US industry began exporting TV shows, and the late 1970s, when video began to make time-shifting possible. There is then nothing new about stopping and starting the flow of audio-visual content, watching such content in your own time, choosing what you watch and when. What is new about Netflix is the means of distribution, via the internet, the size of the catalogue from which one can choose content, and the development of a highly sophisticated algorithmic recommender system. To that extent, as Lotz (2017, 2020), Johnson (2019) and Lobato (2019) make clear, Netflix is a symptom of digitally-enabled media convergence and the wider development of on-demand culture.

That in itself does not mean that Netflix necessarily requires an antidote. Indeed, the numerous small, independent, niche platforms that promote themselves as discerning cultural antidotes to Netflix are themselves digitally enabled, on-demand providers. Their brand

distinctiveness lies in how they rely on personal curation by passionate experts and offer films that are too specialised even for Netflix. But Netflix’s algorithmic recommender system is itself just another form of curation, and it too offers certain films under the labels of ‘arthouse’, ‘critically acclaimed’ or ‘award-winning’, all markers of quality, taste and difference from the mainstream. It also presents content from all over the world and makes content available in a variety of languages.

## GLOCALISATION AND DIVERSIFICATION

As a global corporation, Netflix is at the heart of the geopolitical debates about global media flows. For some commentators, this makes Netflix an arch example of media globalisation, “the perfect representation of American cultural imperialism” (Tardieu, quoted in Erbland, 2017). The argument is that its economic power contributes to the global domination of particular types of content and particular approaches to representation. For Netflix itself, however, the argument is that, precisely because it is a global player, it must acknowledge cultural distinctiveness and local specificity: “We understand [...] that there are cultural differences and some variances in content tastes around the world” (Netflix, 2021b).

Indeed, it is heavily invested in the business of diversification. Thus it offers a huge variety of films and series from which to choose. It supports ‘local’ production around the world, operating a textbook version of glocalisation, situating itself as both a global player and a local player. It supports diverse, innovative and challenging subject matter that would not otherwise have found its way to the screen. And it supports diversity and inclusion schemes, including its own Creative Equity Fund (Netflix, 2021e). In that respect, Netflix can be characterised much more positively as a provider of diverse story experiences to global audiences and an enabler of cultural diversity, not an enemy of culture.

For Barker and Wiatrowski (2017, p. 1):

The brilliance of Netflix’s strategy is in how its streaming video library manages to appeal to disparate groups of people across the world *without* a unified cache of content. Indeed the company takes the opposite approach, using its sophisticated algorithm and seemingly endless resources to buy, develop and distribute as many different types of content to as many micro-targeted audience groups as possible.

At the same time, however, Netflix (2021b) also argues:

[...] that great, high-quality storytelling has universal appeal that transcends borders. That’s why we are increasingly licensing and producing content all across the globe and Netflix members everywhere in the world can increasingly enjoy the same movies and TV series at the same time, free of legacy business models and outdated restrictions.

In other words, there is a tension between localisation and diversification on the one hand, and on the other hand the distribution and promotion of stories with so-called universal appeal that Netflix helps become globally dominant. Even then, diversity is an option:

“With our global distribution, Netflix is well positioned to bring engaging stories from many cultures to people all across the globe” (Netflix, 2021b). In other words, the media flow is not one way.

## NETFLIX’S “CONGLOMERATED NICHE” STRATEGY

Lotz (2017, p. ch1) argues that Netflix follows a “conglomerated niche” strategy. As other broadcast, cable and internet channels and platforms became carefully branded niche providers, the Netflix strategy involved the conglomeration of multiple audience segments, which “achieves the advantages of scale while servicing heterogeneous tastes.” For Lotz (2017, p. ch1), this is not “a ‘mass’ strategy”, since there is no requirement or expectation that all Netflix viewers will engage with and value the same material. Nor is it a strategy based on targeting demographics. Rather, as Lotz (2020) explains, it is about targeting algorithmically identified niche sensibilities and taste clusters.

I would argue, however, that Netflix in fact operates a mixed economy, some of which cannot really be described as niche. Indeed, the corporation itself states that, “there are several facets to our content strategy. First and foremost, we want to deliver a wide variety of best-in-class stories that our members love and watch in big numbers” (Netflix, 2021d). By seeking to offer the biggest, most high-profile titles in as many territories as it can, it does therefore operate a “mass” strategy, or a form of *broadcasting*, circulating what it sees as, or what its audience data tell them, are the most universal stories. Second, Netflix want “to create great, locally authentic stories in countries all around the world” (Netflix, 2021d). By buying or developing a rich variety of lower-profile, often localised content, it thus operates a form of mixed programming. While this second level already exercises a degree of diversification, it is only at a third level that the niche programming really comes into play. By using its algorithms to recommend very particular content to individuals, it operates a form of *narrowcasting*.

The end result for Netflix is that they are able to provide what they see as “a personal experience” (Netflix, 2021b), but they can only do this through the intricate customisation of an industrial-scale library. The conjoining of the personal and the industrial, and of the local and the global, may seem like contradictions in terms, but this is the logic that defines the Netflix operation, and diversification is by default central to that operation. This focus on choice and personal agency is of course part of a much broader trend, the development of an industrial logic founded on the idea of “individual customization, rather than mass standardization” (Manovich, 2001, p. 29, in Alexander, 2016, p. 85).

There is, however, a distinction to be made between Netflix’s “conglomerated niche” strategy and what we might call the “single-niche” strategy of the small, independent streamers that give space to a differently diverse range of films: Mubi, Dogwoof, Film Europe, Curzon, BFI Player, Indiepix, and others. In this respect, the streaming business has mirrored the film theatre business, with its separation of specialised, niche or art-house cinema from the mainstream and the multiplexes. These two different types of streamer operate different content acquisition and delivery strategies, and different systems for recommending viewing

experiences. Netflix depends on its algorithm and its analysis of big data, whereas the indie streamers rely on what they call hand-picked curation. But these are in the end simply different means of curating content, different ways of filtering, selecting and prioritising. As I argued elsewhere (Higson, 2017):

Both of these recommender systems assume an established individual taste that can be maintained and expanded through recommendations; both assume they know what is good for us. They offer different ways of shaping social experience, cultural taste and consumer behaviour.

## GATEKEEPING AND CULTURAL VALUE

These are, then, two different means of cultural gatekeeping, two different models of cultural value – and, as Frey (2021b) makes clear, two different business models. The small, single-niche streamers promote themselves as the homes of great cinema, with their exclusive collections of hand-picked films dependent on human intervention and the exercise of taste, sophistication and judgement by passionate experts. Their *modus operandi* is presented as culture-led, rather than data-led. As the guardians of great cinema, they operate something akin to a traditional public service broadcaster, involved in the cultural transmission of what Matthew Arnold (2001, p. 2 [first published 1867]) called “the best which has been thought and said” (Frey, 2021a). Such an approach begs all the usual questions about such cultural gatekeeping. Whose taste is being presented, to whom, and why? How inclusive is this concept of taste? How is it valued in relation to other taste formations, and why? Indeed, one might argue that the endless promotion of “the best which has been thought and said” is the perfect example of a filter bubble. This is surely implicit in the business models of some of the single-niche streamers, designed as they are to appeal to very specific audiences: the university-educated, cosmopolitan, urban-dwelling middle-class.

These ‘anti-algorithmic’ platforms set out to challenge what some see as the machine-based construction of cultural taste: the datafication of audiences (Livingstone, 2018), the mathematization of taste (Alexander, 2016), and the regulation of identity (Arnold, 2016, p. 58). From another perspective, however, Netflix might be seen as the perfect antidote to the patrician model of the well-educated, tasteful critic telling us what we should be watching. From this perspective, the cultural value of Netflix, with its vast library and the ability for audiences to select what they want to watch, depends on concepts of access, choice and consumer empowerment. Such concepts have long been central to those who have argued for the democratisation of technology and digital production and consumption.

As Hesmondhalgh (2019) points out, however, while “there is no doubt that digitalization has offered abundance, convenience and mobility of information and entertainment”, the hopeful optimism “invested in digitalization as a means of media democratization [has] generally not been realized”. The gathering and analysis of vast amounts of personal data, for instance, is a double-edged sword and has generated much debate, both for and against, while there is much that is problematic about the ownership and control of the various global media services.



## ATTENDING TO THE LOCAL AS A GLOBAL CONTENT STRATEGY

Once again, however, we need to acknowledge the fact that diversification and attention to the local are central to the Netflix business model: “We’re programming for diverse and varied tastes and for an increasingly global audience, so we have to be more reflective of the audience we serve” (Cindy Holland, VP of Original Content, in *Is the Arab world...*, 2018). Indeed, as Lobato (2019, pp. 14–16) notes, the more global Netflix has become, the more differentiated and localised it has become. The bottom line is that diversification of audiences through micro-targeting and personalised viewing recommendations is good for business, since it expands the number of potential revenue streams.

The acknowledgement of cultural differences can be seen in Netflix’s work as a producer. Drawing on its very substantial production budget (US\$17 billion in 2021 [Low, 2021]), Netflix has now invested in the creation of local content with local stars in at least 30 markets (Lobato, 2019, p. 14). Many of these productions are made in languages other than American English, including French, Italian, Mexican, Arabic, Japanese, Hindi, Telugu, Tamil, British English, Korean, Turkish and Brazilian Portuguese. This attention to the local is typical of global content strategies (Lieb, 2018). As one commentator puts it, companies like Netflix need “to put in the work to win over regional audiences with original content that feels less like a distant Hollywood import, and more like something that reflects the audience’s culture and lived experience, and is accessible in their mother tongue” (Skinner, 2020). Not surprisingly, Netflix’s investment in locally produced content is growing, in part driven by government regulations, quotas and competition from local platforms (Thomson, 2020): “In 2015, about 75% of Netflix’s original content was American; now the figure is half” (Charlemagne, 2021).

Indeed, “local originals were the most popular titles in many countries, including India, Korea, Japan, Turkey, Thailand, Sweden and the United Kingdom in 2019” (Zacks, 2020). Lobato (2019, pp. 126–130) explains that Netflix realised that if they were to run a successful operation in the Japanese market, they would have to carry a far higher proportion of local content than they were used to. Meanwhile, in Europe Netflix became the largest single commissioner of new European scripted content in 2020, with 72 new commissions, significantly more than any of the national public service broadcasters (Kaminska, 2021). This was no doubt in part due to pressure on Netflix and other global streamers from the European Union to invest in and provide space for local content (Trinidad García Leiva and Albornoz, 2020), but it is also clearly a product of Netflix’s strategy of glocalisation. Even so, locally produced content still represents very much a minority of the content in Netflix catalogues in all but the US market. In many other markets, “less than 10% of catalogues are locally-originated” (Thomson, 2020).

Netflix also adapts existing content for different markets, widening access by dubbing material on its platform in at least 34 languages and subtitling in a few more (Charlemagne, 2021), with Lobato (2019, p. 120) concluding that “Netflix is now translating more content into more languages than almost any other media service has done or could do”.

Lobato’s (2019) detailed study of Netflix’s global operations demonstrates the way in which Netflix has been obliged to treat each nation or territory as its own niche, requiring content to be localised in very particular ways. For Netflix to be globally successful, it has



thus had to take seriously the appeal of what Straubhaar (2003, p. 85) calls cultural proximity: “the tendency to prefer media products from one’s own culture or the most similar possible culture”. To respond to this tendency, Netflix has had to make compelling content locally accessible by “understanding and negotiating cultural differences” (Lobato, 2019, p. 114). Lobato (2019, p. 114) makes it clear just how challenging Netflix has found this business of localisation, with national markets needing to be understood “as discrete containers characterized by diverse tastes, income levels, languages, genre preferences, willingness to pay, and other factors”. As a consequence, Netflix is valued differently and has a different cultural status in each national market. At the same time, it would be misleading to reduce niche targeting to geographically defined forms of cultural proximity. As Lotz (2020) and Straubhaar (2007) argue, taste clusters and communities also form around proximate or familiar genres, themes and values.

## ARAB-LANGUAGE NETFLIX ORIGINALS

According to Netflix’s Chief Product Officer, “Netflix members around the world want authentic storytelling, they want a perspective from a passionate creator that’s grounded in the local culture” (Robinson, 2019). The way this strategy plays out can be seen in the case of Netflix’s attempts to win audiences in the Arabic-speaking territories of the Middle East and North Africa (MENA). As Netflix went global in 2016, it started to seek out opportunities for local storytelling, which in this case, as Ahmed Sharkawi, Netflix Director of Arabic and African Originals, explained, meant “stories made by Arabs for Arabs, instilling pride, showcasing Arabic-language shows and films to the world, and providing Arab talent and filmmakers with a platform to gain fans globally” (*Netflix airs...*, 2020). And as Haddad and Dhoest (2021, p. 261) demonstrate, “the arrival of Netflix to the Arab world in 2016 was a game-changer”.

Netflix has gradually built up a library of Arabic-language productions, including a series of Arab classics; they have localised content through subtitling and dubbing; and since 2018 they have released a number of their own ‘original’ productions, produced in Arab countries, by Arab creators, with production companies based in Jordan, Egypt, Saudi Arabia, Tunisia, Kuwait, Syria and the UAE, amongst other countries. They have sought to produce across a range of genres and to address a range of regional audiences. *Jinn*, a supernatural teen thriller series based in Jordan, and *Justice*, a UAE series about a young female lawyer, were among the first releases, in 2019. *Dollar* was shot in Lebanon by Syrian director Samer Berkawi. *Paranormal*, the first original Egyptian Arabic-language series, was adapted from a best-selling Egyptian thriller novel series. *Al Rawabi School for Girls*, a female-centric teen comedy, had a female production team, again based in Jordan. *Drama Queen* is an Egyptian comedy drama series with Abla Fahita, featuring her already established satirical puppet. *Finding Ola* is a comedy drama with Egyptian-Tunisian actress and executive producer, Hend Sabry. Netflix has also established multi-title partnerships with two Saudi Arabian companies, Myrkott and Telfaz11 (Vivarelli, 2020; Lakhpatwala, 2020; Farrow, 2021; Schumaker, 2020).

The commitment to diversity and local storytelling takes two forms. First, there is a desire to enable Arab creators from diverse backgrounds “to tell their stories in the most powerful form”, and to provide those creators with the necessary resources, including “time to perfect ideas, and technical and creative resources to deliver the best version of their work” (Sharkawi, in *Netflix airs...*, 2020). Second, there is the audience: “as a global business it is incredibly important for us to make sure our slate reflects the diverse cultures and experiences of our [audience] members”, and provides them with opportunities “to see their lives represented on screen” (Sharkawi, in *Netflix airs...*, 2020). Another notable feature of the Arabic-language Netflix originals is the commitment to female-led productions and female-centred stories: “empowering female creators is crucial” if we are “to give more people a chance to see their lives represented on screen” (Nuha El Tayeb, Director of Content Acquisitions for Netflix MENA, in Mzoughi, 2021).

Diversity has clearly been not merely an ethical commitment, but also very much a business strategy. As the leading US-based trade papers noted, “With over 400 million potential viewers, the [MENA] region has vast potential” (Gandin Mark, 2018), with those viewers already spending “an average of 19 hours per week watching scripted Arabic-language series” (Gandin Mark, 2018), and “SVOD [subscription video on demand] penetration [...] estimated to double to more than 27 million subscribers by 2025, with Netflix projected to be the MENA market leader” (Vivarelli, 2020).

Television production in Arab countries has for many years been dominated by the production of *musalsalat*, month-long series screened during Ramadan, catering to middle-aged female audiences above all. “Advertisers pour their biggest budgets into 30-day serialized dramas and comedies” (Gandin Mark, 2018). These dramas tend to be “heavy on plot and light on character development”, but are rarely given large budgets, with 30-episode series often having just “a two-month turnaround, a process that would take more than a year in the American market” (Gandin Mark, 2018). By contrast, several of Netflix’s Arabic-language originals were clearly pitched at younger audiences, “the region’s fastest growing demographic segment. It is a generation that thirsts for authentic stories that mirror the diversity of their heritage and culture” (*The story...*, 2018).

The Netflix strategy of producing much shorter, more intense drama series is very different to the Ramadan TV model. In this case, the commitment to more complex, tightly-scripted and character-driven stories means “creators will no longer feel bound to unnecessarily stretch or abridge storylines” and will have time for collaboration, revision and innovation (Bedirian, 2020; Gandin Mark, 2018). The same applies to the unprecedented amount of visual and special effects in *Paranormal*:

[...] the scale definitely allows the industry to dream bigger and bring in higher quality content as a series [...] We want to empower creators and give them the freedom to structure their vision however they see fit (Sharkawi, in Bedirian, 2020).

Feedback from the Arab creatives behind the various local Netflix productions makes clear that the appeal for them is the opportunity to work with decent-sized budgets, a commitment to finely tuned storytelling and high-quality production values. Mir-Jean Bou Chaaya, director and executive producer of *Jinn*, for instance, commented on the “great experience

[of] working with Netflix” and the fact that it was “a very collaborative partnership where we have felt empowered to bring ‘Jinn’ to life through our own creative vision with authenticity at the heart of the show” (*The story...*, 2018). Elan Dassani, head writer and executive producer of the series, similarly commented that, “The freedom Netflix gives producers really allows us to delve deep into the nature of storytelling and bring Arabic stories to life” (*The story...*, 2018). Mohamed Hefzy, producer of *Paranormal*, noted that it was “a great learning experience on how to produce a high-quality, bigger budget premium series and see it launch in multiple territories simultaneously” (*Netflix airs...*, 2020).

Clearly, however, there is again a hard-edged business logic at work as well, with Holland explaining that commissioning is in part driven by their data about audience preferences: “We are able to make informed decisions by using our data to size the potential audience for a project and estimate the right level of investment” (*Is the Arab world...*, 2018). Evidently, the production of *Jinn* as a contemporary supernatural teenage drama in part built on the success of *Stranger Things*, the second series of which “became the region’s [...] fastest binge-raced show” (*How Netflix...*, 2018).

Inevitably, some commentators and audiences in the Arab world were less positive about the productions in which Netflix invested. According to several sources, the Jordanian production *Jinn* was “greeted with near-unanimous negative reviews and widespread censure from public institutions and Islamic groups in the kingdom” (Fahim, 2019). Bou Chaaya, the director of the series, may have set out “to make a show that represents teenagers from the region [...] Not something with stereotypes or false representations written all over it” (Hawksley, 2019). One report, however, quoted tweets from viewers who felt the producers had “made no real effort to explore the country’s traditions and culture, instead falling back on tropes familiar from US TV productions” (Robinson, 2019). Others felt that Netflix “is still an American-centric company, whose pitches and projects from local staff suffer US oversight, from character developments to plot details” (Hawksley, 2019). “Nothing feels authentic, emotionally real or believable” (Fahim, 2019). Even so, as Haddad and Dhoest (2021, p. 258) confirm, “Netflix has brought a new model to the Arab world that paved the way for Arab writers who are eager – even if only modestly – to change the status quo.”

Part of the problem for Netflix, however, is that they want to win over local audiences but they also want to create stories that will travel to other regions. As El Tayeb explains, “We want to empower Arab storytellers with the tools they need to tell the best version of their stories, and then help connect these stories with a global audience so we’re able to export cultures that were previously underserved and underrepresented” (Lakhpatwala, 2020). In other words, narrowcast content needs also to be “universal” enough for it to be successfully broadcast.

## INVESTING IN DIVERSITY

Alongside the production of so-called local content, Netflix has also taken risks by investing in innovative, difficult and challenging stories that arguably would not otherwise have found their way to the screen. Well-known examples include investment in Alfonso Cuarón’s *Roma* and Martin Scorsese’s *The Irishman*, while *Black Mirror: Bandersnatch* was an innovative

interactive narrative. The development of its ‘Strong Black Lead’ campaign, promoting a wide range of Black narratives, is another good example. Miya Treadwell (2021) argues that, in this respect, “Netflix stood apart from competitors regarding its diversity and social engagement with a multitude of Black content creators.” As she goes on to note, “the platform specifically highlighted its collaborations with director Ava DuVernay, whose work involves social issues underscoring Black life”, with Netflix funding both *13<sup>th</sup>* and *When They See Us*.

In Nigeria, Añulika Agina (2021) explains that:

[...] filmmakers are optimistic about Netflix because it offers deals and funding that allow their films to reach global audiences without sacrificing local audiences’ access to the same films, and their profit.

Such filmmakers are not required to shy away from challenging subject-matter either: “Netflix’s involvement affords opportunities to address controversial or vexed subjects that might not otherwise be told” (Agina, 2021). Ted Sarandos (2021), co-CEO of Netflix, explains that since their move into production, the company has “aspired to tell stories that weren’t available elsewhere [...] in terms of the variety we offered [...] the people and cultures we brought to the screen” and the hiring of “talent from traditionally underrepresented communities”. As an example of hiring underrepresented talent, he cites actor Laverne Cox, cinematographer Rachel Morrison, producer Yance Ford and screenwriter Dee Rees.

In 2021, Netflix and the USC Annenberg Inclusion Institute published a rigorous academic report commissioned by Netflix to look at the social inclusivity and diversity of Netflix productions, both on screen and behind the camera (Smith et al., 2021). This closely followed another Netflix report on what the company is doing to diversify its workforce and create a more inclusive workplace culture (Myers, 2021). Both of these are admirable initiatives, particularly since Netflix does not always appear in a brilliant light in the reports. In terms of their productions, they are doing comparatively better than some of their competitors in terms of gender equity and Black representation, but they also fall short in some areas, with many identities remaining largely invisible on-screen. In terms of their own workforce, the company has made efforts to become more inclusive, with staff noting that “the working culture at Netflix allows for diversity of thought, culture, background and perspective in its essence” (Omer, 2017). Even so, the party line is that, while “we’ve made good progress over the last three years [...] let’s be clear, we’re not where we want to be and we need to do better” (Myers, 2021).

Stacy Smith, who led the USC study, commented that she had been:

[...] encouraged by Netflix’s efforts at being transparent with its data and putting that information directly in the hands of executives who are responsible for greenlighting projects and hiring talent. That’s a good first step in holding themselves accountable (in Fang, 2021).

Netflix has also invested in a number of diversity and inclusion initiatives directed at the production community, most recently launching the Netflix Fund for Creative Equity, which will invest £100m over 5 years “in the next generation of underrepresented storytellers” (Sarandos, 2021). Some of those funds have already been committed to initiatives to support women filmmakers in France, Germany and Canada (Easton, 2021), to documentary

filmmakers in the UK (Dalton, 2021), to emerging talent in sub-Saharan Africa (Obioha, 2021), and to indigenous content creators in Australia (Groves, 2021). The previous year, Netflix had committed another \$100m to support creative workers impacted by the COVID-19 pandemic, with initiatives across the world, including Poland (Advanced Television, 2020), Nigeria (Dalberg, 2020) and Egypt (Egypt Today, 2021).

## THE VALUE OF DIVERSIFICATION AS A BUSINESS STRATEGY: SOME CONCLUSIONS

While it is easy to be cynical about diversification as a business strategy, and while many would argue that the Netflix catalogue is simply not diverse enough, the initiatives outlined here are important, especially in a global corporation. Are they adequately played out in their algorithmic approach to the prediction and promotion of taste? One of the constant criticisms of this approach is that it is designed to reproduce existing taste by offering audiences more of what they already like, rather than pushing them out of their comfort zones or broadening their horizons. The algorithmic approach, it is argued, creates filter bubbles and echo chambers. From this perspective, “although Netflix’s brand identity centers on notions of user choice, its algorithms work to actively negate choice” (Arnold, 2016, p. 59).

As Kitchens et al. (2020) note, “echo chambers and filter bubbles are potent metaphors that encapsulate widespread public fear” about the way that people use digital media systems, and the ways those systems work. The argument is that the algorithms used by such systems create “a narrowing of information diversity”. In the case of Netflix, for Alexander (2016, p. 89), this means it is “less likely you will encounter any ‘great films’ outside your comfort zone”. The recommender system, it is argued, effectively filters out content with which the user is unfamiliar, on the assumption that it is unlikely to appeal to the user.

This is just one aspect of Netflix’s role as a gatekeeper and tastemaker, mediating between producers and audiences, encouraging some content and some audiences through the various cultural gates, but stopping others from entering. Netflix also selectively markets some of its products, thereby trying to shape people’s choices and reconstruct their taste – albeit according to their big-data analysis rather than individual whim. The arguments about filter bubbles are often highly speculative, however, with little empirical audience/user research to back up the claims. The idea that Netflix’s recommender system involves a loss of serendipity and chance encounters with “great films” certainly assumes a very passive form of user experience and audience engagement, and a very fixed idea of cultural value. This is part of a wider trend, noted by Livingstone, whereby:

[...] to theorize recent and profound changes, media scholars are reasserting monolithic accounts of power that tend to downplay or exclude audiences and the significance of their lifeworlds.

The counterweight to this trend is rigorous research, both qualitative and quantitative, about audiences, users and reception. One such piece of research (Frey, 2021a), suggests that few SVOD users in the UK actually rely on recommender systems and use a variety of other information sources, in particular word-of-mouth, to inform their viewing choices.

Netflix is a complex and ever-changing cultural space, and its huge library and constantly-updating user interface create for the consumer an impression of limitless abundance, endless choice, diversity of material and customized, personalised experiences. In reality, as Lobato (2019), Alexander (2016) and others demonstrate, there are clear limits to what is available, the catalogue is finite, access is circumscribed and content is editorialised in various ways. National and regional policies and the subscription rates that Netflix charge in different territories also limit accessibility. In India, for instance, “Netflix is unaffordable for all but the most affluent Indians” (Lobato, 2019, p. 126), while the EU has sought to regulate video on demand services and limit their activities in various ways (Trinidad García Leiva and Albornoz, 2020). With the establishment of Disney+, Disney content is no longer available on Netflix, while there is a host of festival successes from around the world that never find their way onto the platform. Clearly, some content is considered *too* niche for Netflix to acquire. It is also evident that the promise of a long tail of niche-interest material always being available (Anderson, 2006) has not been fulfilled in quite the way that its proponents expected.

The shift that Netflix embodies, “from a mass economy into a niche market of personalized services” (Alexander, 2016, p. 84) evidently has its limits, especially when that process of industrial customisation is coupled with an investment in diversification. As Sarandos (2021) explains:

Over the years, we’ve seen that to drive real change, we need to approach our work with an “inclusion lens.” That means asking more questions like: “whose voice is missing? Is this portrayal authentic? Who is excluded?”

Clearly some are still excluded, and the questions raised about choice, accessibility, the construction of taste and the acknowledgement of difference are nothing if not complex and multi-faceted. Netflix evidently plays a relatively powerful role in regulating what sort of audio-visual content audiences around the world engage with, as well as when, where and how. It may in various ways require an antidote, but it is also heavily invested in the business of diversification, and its commitment to access and inclusion has to be taken seriously.

## ACKNOWLEDGEMENTS

Thanks to Miya Treadwell, Duncan Petrie, Agata Lulkowska and Siuda Piotr for commenting on drafts of this paper.

## REFERENCES

- Advanced Television. (2020). *Poland: Netflix, Kipa establish Emergency Relief Fund*. Retrieved from: Advanced Television, <https://advanced-television.com/2020/05/08/poland-netflix-kipa-establish-emergency-relief-fund/> [22.06.2021].
- Agina, A. (2021). *Netflix and the Transnationalization of Nollywood*. Retrieved from: Post45, <https://post45.org/2021/04/netflix-and-the-transnationalization-of-nollywood/> [22.06.2021].



- Alexander, N. (2016). Catered to Your Future Self: Netflix’s “Predictive Personalization” and the Mathematization of Taste. In: K. McDonald, D. Smith-Rowsey (Eds.), *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century* (pp. 81–89). New York: Bloomsbury.
- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion.
- Anon. (2018a). *How Netflix’ first original Arabic series ‘Jinn’ could change the MENA’s entertainment politics*. Retrieved from: Scene Arabia, <https://scenearabia.com/Culture/Netflix-First-Original-Arabic-Series-MENA-Entertainment-Politics-Jinn-Bassel-Ghandour?M=True> [22.06.2021].
- Anon. (2018b). *The story behind ‘Jinn’ the 1st Arabic series on Netflix*. Retrieved from: Egypt Today, <https://www.egypttoday.com/Article/4/55992/The-story-behind-%E2%80%98Jinn%E2%80%99-the-1st-Arabic-series-on-Netflix> [22.06.2021].
- Anon. (2018c). *Is the Arab world underrepresented on Netflix? We speak to the woman behind their original content*. Retrieved from: Scene Arabia, <https://scenearabia.com/Culture/Arab-World-Representation-Netflix-Original-Content-Cindy-Holland?M=True> [22.06.2021].
- Anon. (2020). *Netflix airs its first Egyptian original series*. Retrieved from: Al-Monitor, <https://www.al-monitor.com/originals/2020/11/netflix-egypt-original-series-paranormal-arabic-region.html> [22.06.2021].
- Antinozzi, P. (2021). *3 Reasons Why I Quit Netflix For Good (and You Should Too)*. Retrieved from: Rapid Web Launch Blog, <https://blog.rapidweblaunch.com/why-should-cancel-netflix-account/> [22.06.2021].
- Arnold, M. (2001). *Culture and Anarchy*. Retrieved from: <http://public-library.uk/ebooks/25/79.pdf> [22.06.2021].
- Arnold, S. (2016). Netflix and the myth of choice/participation/autonomy. In: K. McDonald, D. Smith-Rowsey (Eds.). *The Netflix effect: Technology and entertainment in the 21st century* (pp. 49–62). New York – London: Bloomsbury Academic.
- Baker, C. (2021). *The Antidote to Netflix – Developing a Highly-curated Virtual Cinema*. Retrieved from: Eventbrite/Oxford Brookes University, <https://www.eventbrite.com/e/the-antidote-to-netflix-developing-a-highly-curated-virtual-cinema-tickets-139938045461#> [22.06.2021].
- Barker, C., Wiatrowski, M. (2017). Introduction. In: C. Barker, M. Wiatrowski (Eds.), *The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access* (pp. 1–10). Jefferson, NC: McFarland.
- Bedirian, R. (2020). *Netflix is looking for ideas for its next Arabic original series: ‘We’re here to tell stories by Arabs for Arabs’*. Retrieved from The National News: <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/television/netflix-is-looking-for-ideas-for-its-next-arabic-original-series-we-re-here-to-tell-stories-by-arabs-for-arabs-1.1111802> [22.06.2021].
- Bhaskar, M. (2016). *In the age of the algorithm, the human gatekeeper is back*. Retrieved from: The Guardian, <https://www.theguardian.com/technology/2016/sep/30/age-of-algorithm-human-gatekeeper> [28.09.2021].
- Campbole, K. (2019). *Is Netflix killing cinema?* Retrieved from: New Statesman, <https://www.newstatesman.com/culture/film/2019/02/netflix-killing-cinema> [22.06.2021].

- CBS/AP. (2021). *Netflix tops 200 million subscribers but faces growing challenge from Disney Plus*. Retrieved from: <https://www.cbsnews.com/news/netflix-tops-200-million-subscribers-but-faces-growing-challenge-from-disney-plus/> [22.06.2021].
- Charlemagne. (2021). *How Netflix is creating a common European culture*. Retrieved from: The Economist, <https://www.economist.com/europe/2021/03/31/how-netflix-is-creating-a-common-european-culture> [22.06.2021].
- Cook, S. (2021). *50+ Netflix statistics & facts that define the company's dominance in 2021*. Retrieved from: Comparitech, <https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/netflix-statistics-facts-figures/> [22.06.2021].
- Cosgrove, M. (2018). *Film culture in the age of Netflix*. Retrieved from: <https://www.watershed.co.uk/articles/film-culture-in-the-era-of-netflix#> [22.06.2021].
- Dalberg (2020). *Nigeria Creative Fund*. Retrieved from: <https://dalberg.com/nigeriacreative-fund/> [22.06.2021].
- Dalton, B. (2021). *Netflix selects inaugural recipients of £400k documentary talent fund*. Retrieved from: ScreenDaily, <https://www.screendaily.com/news/netflix-selects-inaugural-recipients-of-400k-documentary-talent-fund/5160032.article> [22.06.2021].
- Easton, A. (2021). *Netflix Announces Funding For New Global Programs To Boost Female Creatives*. Retrieved from: Forbes, <https://www.forbes.com/sites/anneeaston/2021/03/04/netflix-announces-funding-for-new-global-programs-to-boost-female-creatives/?sh=15c904debbbf> [22.06.2021].
- Egypt Today. (2021). *Netflix expands hardship Fund with Arab Fund for Arts, Culture to support regional film, TV community*. Retrieved from: Egypt Today, <https://www.egypt-today.com/Article/4/104976/Netflix-expands-hardship-Fund-with-Arab-Fund-for-Arts-Culture> [22.06.2021].
- Erbland, K. (2017). *Cannes: French Government Worker Says Netflix Embodies 'American Cultural Imperialism'*. Retrieved from: IndieWire, <https://www.indiewire.com/2017/05/cannes-netlix-american-cultural-imperialism-1201818307/> [22.06.2021].
- Fahim, J. (2019). *Netflix and the Middle East: How Jinn became a nightmare*. Retrieved from: Middle East Eye, <https://www.middleeasteye.net/discover/jinn-review-netflix-middle-east-salma-malhas> [22.06.2021].
- Fang, M. (2021). *Netflix Has Raised the Bar For Representation, But Many Stories Are Still Untold*. Retrieved from: Huffpost, [https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/netflix-inclusion-study-hollywood-representation\\_n\\_60367bd8c5b6c0f82b49df9a?ri18n=true](https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/netflix-inclusion-study-hollywood-representation_n_60367bd8c5b6c0f82b49df9a?ri18n=true) [22.06.2021].
- Farrow, B. (2021). *Online streaming is fueling a new era in Arab storytelling*. Retrieved from: Wired, <https://wired.me/culture/film/online-streaming-is-fueling-a-new-era-in-arab-storytelling/> [22.06.2021].
- Flint, J., Ramachandran, S. (2017). *Netflix: The Monster That's Eating Hollywood*. Retrieved from: The Wall Street Journal, <https://www.wsj.com/articles/netflix-the-monster-thats-eating-hollywood-1490370059> [22.06.2021].
- Frey, M. (2021a). *Film and Series Choice in the Age of Netflix. Paper delivered at Audiences beyond the multiplex: understanding the value of a diverse film culture, online conference*. Retrieved from: <https://www.beyondthemultiplex.net/audiences-beyond-the-multiplex-understanding-the-value-of-a-diverse-film-culture/> [22.06.2021].



- Frey, M. (2021b). *MUBI and the Curation Model of Video on Demand*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Gandin Mark, R. (2018). *Can Netflix Transform the Television Landscape in the Middle East?* Retrieved from: Hollywood Reporter, <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-middle-east-1123199/> [22.06.2021].
- Groves, D. (2021). *Netflix funds Indigenous initiatives in Oz*. Retrieved from: C21Media, <https://www.c21media.net/news/netflix-funds-indigenous-initiatives-in-oz/> [22.06.2021].
- Haddad, F., Dhoest, A. (2021). Netflix speaks Arabic, Arabs speak Netflix: How SVOD is transforming Arabic series screenwriting. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 14, 2, 261–80. [https://doi.org/10.1386/jammr\\_00034\\_1](https://doi.org/10.1386/jammr_00034_1).
- Hastings, R. (2016). *Keynote speech, CES Conference 2016, Las Vegas*. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=15R3E6jsICA> [22.06.2021].
- Hawksley, R. (2019). *Meet the cast of ‘Jinn’: ‘I just want to show off what we have in the Arab world’*. Retrieved from: The National News, <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/television/meet-the-cast-of-jinn-i-just-want-to-show-off-what-we-have-in-the-arab-world-1.874121> [22.06.2021].
- Hesmondhalgh, D. (2019). *Have digital communication technologies democratized the media industries?* In: J. Curran, D. Hesmondhalgh (Eds.), *Media and Society* (pp. 101–120). Bloomsbury Academic.
- Herberg, M. (2017). *Is Netflix destroying our culture?* Retrieved from: The Oxford Student: <https://www.oxfordstudent.com/2017/02/03/netflix-destroying-culture/> [22.06.2021].
- Higson, A. (2017). *Digital technologies and creative industries: How are on-demand platforms changing film and television distribution and consumption?* Retrieved from: <https://ondemandproject.wordpress.com/workshop-1/> [22.06.2021].
- Johnson, C. (2019). *Online TV*. London: Routledge.
- Kaminska, K. (2021). *Netflix tops European scripted content list*. Retrieved from: C21Media, <https://www.c21media.net/news/netflix-tops-european-scripted-content-list/> [2.07.2021].
- Kitchens, B., Johnson, S., Gray, P. (2020). Understanding echo chambers and filter bubbles: the impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption. *MIS Quarterly*, 44, 4, 1619–1649. Retrieved from: [https://www.darden.virginia.edu/sites/default/files/inline-files/05\\_16371\\_RA\\_KitchensJohnsonGray%20Final\\_0.pdf](https://www.darden.virginia.edu/sites/default/files/inline-files/05_16371_RA_KitchensJohnsonGray%20Final_0.pdf) [22.06.2021].
- Lakhpatwala, Z. (2020). *Netflix exec on the 5-year partnership with Saudi animation studio Myrkott*. Retrieved from: Zawya, [https://www.zawya.com/mena/en/life/story/Netflix\\_exec\\_on\\_the\\_5year\\_partnership\\_with\\_Saudi\\_animation\\_studio\\_Myrkott-SNG\\_184741957/](https://www.zawya.com/mena/en/life/story/Netflix_exec_on_the_5year_partnership_with_Saudi_animation_studio_Myrkott-SNG_184741957/) [22.06.2021].
- Leonard, A. (2013). *How Netflix is turning viewers into puppets*. Retrieved from: Salon, [https://www.salon.com/2013/02/01/how\\_netflix\\_is\\_turning\\_viewers\\_into\\_puppets/](https://www.salon.com/2013/02/01/how_netflix_is_turning_viewers_into_puppets/) [22.06.2021].
- Lieb, R. (2018). *The Biggest Barriers For Global Content Strategy*. Retrieved from: Marketo, <https://blog.marketo.com/2018/05/the-biggest-barriers-for-global-content-strategy.html> [22.06.2021].
- Livingstone, S. (2018). Audiences in an age of datafication: critical questions for media research. *Television and New Media*, 20, 2, 170–183. DOI: <https://doi.org/10.1177/1527476418811118>
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: NYU Press.

- Lotz, A. (2017). *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Ann Arbor, MI: Michigan Publishing. DOI: <http://dx.doi.org/10.3998/mpub.9699689>.
- Lotz, A. (2020). *Netflix 30 Q&A*. Retrieved from: <http://www.amandalotz.com/netflix-30-qa-index> [28.09.2021].
- Low, E. (2021). *Netflix Reveals \$17 Billion in Content Spending in Fiscal 2021*. Retrieved from: Variety, <https://variety.com/2021/tv/news/netflix-2021-content-spend-17-billion-1234955953/> [22.06.2021].
- McDonald, K., Smith-Rowsey, D. (Eds.) (2016). *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*. New York: Bloomsbury.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, 2001.
- Mubi. (2021a). Retrieved from: <https://www.facebook.com/mubi/> [22.06.2021].
- Mubi. (2021b). *What is Mubi*. Retrieved from: <https://mubi.com/about> [22.06.2021].
- Myers, V. (2021). *Inclusion Takes Root at Netflix: Our First Report*. Retrieved from: <https://about.netflix.com/en/news/netflix-inclusion-report-2021> [22.06.2021].
- Mzoughi, J. (2021). *Netflix is Taking Arab Content Global, and We're Here for it*. Retrieved from: Mille, <https://www.milleworld.com/netflix-is-taking-arab-content-global/> [22.06.2021].
- Netflix. (2021a). *Plans and pricing*. Retrieved from: <https://help.netflix.com/en/node/24926> [22.06.2021].
- Netflix. (2021b). *Long-term view*. Retrieved from: <https://ir.netflix.net/ir-overview/long-term-view/default.aspx> [22.06.2021].
- Netflix. (2021c). *Company profile*. Retrieved from: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx> [22.06.2021].
- Netflix. (2021d). *Shareholder letter*. Retrieved from: [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2021/q1/FINAL-Q1-21-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2021/q1/FINAL-Q1-21-Shareholder-Letter.pdf) [22.06.2021].
- Netflix. (2021e). *The Netflix Fund for Creative Equity*. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=A7YbwnEaa-c&feature=youtu.be> [22.06.2021].
- Obioha, V. (2021). *Nigeria: Netflix Kicks off Creative Training Programme with Realness Institute*. Retrieved from: AllAfrica, <https://allafrica.com/stories/202106180752.html> [22.06.2021].
- Omer, R. (2017). *Celebrating strong female leads – Rasha Omer, Social Media Manager at Netflix*. Retrieved from: Womanthology, <https://www.womanthology.co.uk/celebrating-strong-female-leads-rasha-omer-social-media-manager-netflix/> [22.06.2021].
- Robinson, A. (2019). *Why this Netflix series is causing an international incident*. Retrieved from: DigitalSpy, <https://www.digitalspy.com/tv/a28360329/jinn-netflix-controversy/> [22.06.2021].
- Sarandos, T. (2021). *Building a Legacy of Inclusion: Results from our First Film and Series Diversity Study*. Retrieved from: <https://about.netflix.com/en/news/building-a-legacy-of-inclusion> [22.06.2021].
- Schumaker, A. (2020). *Netflix Announces Eight-Film Partnership with Saudi Arabian Production Company*. Retrieved from: Vogue Arabia, <https://en.vogue.me/culture/netflix-partnership-telfaz11/> [22.06.2021].

- Skinner, O. (2020). *Global Content Strategy: How Netflix Became the World's First Truly International Movie Studio*. Retrieved from: Voices, <https://www.voices.com/blog/global-content-strategy/> [22.06.2021].
- Smith, S., Pieper, K., Choueiti, M., Yao, K., Case, A., Hernandez, K., Moore, Z. (2021). *Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films*. Retrieved from: [https://assets.ctfassets.net/4cd45et68cgf/31LceJCJj7NJsKUeIJHrKG/920c17c6207bd4c3aa7f5a209a23f034/Inclusion\\_in\\_Netflix\\_Original\\_Series\\_and\\_Films\\_2.26.21.pdf](https://assets.ctfassets.net/4cd45et68cgf/31LceJCJj7NJsKUeIJHrKG/920c17c6207bd4c3aa7f5a209a23f034/Inclusion_in_Netflix_Original_Series_and_Films_2.26.21.pdf) [22.06.2021].
- Straubhaar, J. (2003). Choosing national TV: Cultural capital, language, and cultural proximity in Brazil. In: M. Elasmr (Ed.), *The impact of international television: A paradigm shift* (pp. 77–110). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Straubhaar, J. (2007). *World Television: From Global to Local*. Thousand Oaks, Ca.: Sage.
- Thomson, S. (2020). *Ampere: Netflix and Amazon going local but facing more competition*. Retrieved from: Digital TV Europe, <https://www.digitaltveurope.com/2020/05/05/ampere-netflix-and-amazon-going-local-but-facing-more-competition/> [22.06.2021].
- Treadwell, M. (2021). *Strategic Diversity: Netflix's Strong Black Lead and Ava DuVernay. Paper presented at Netflix: Coming Soon to a Screen Near You, online conference, University of York*. Retrieved from: <https://www.york.ac.uk/english/news-events/events/2021/netflix/> [22.06.2021].
- Trinidad García Leiva, M., Albornoz, L.A. (2020). VOD service providers and regulation in the European Union: an audiovisual diversity approach. *International Journal of Cultural Policy*, 27, 3, 267–281. DOI: <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1769614>.
- Vivarelli, N. (2020). *Netflix Brings Arabic Horror to Screen With 'Paranormal' as the Streaming Giant Ramps Up in the Middle East*. Retrieved from: Variety, <https://variety.com/2020/digital/global/netflix-arabic-paranormal-egypt-ahmed-sharkawi-1234823529/> [22.06.2021].
- YourScreen. (2021). Retrieved from: <https://yourscreen.net/#about> [22.06.2021].
- Zacks Equity Research. (2020). *Netflix to Gain From Expanding International Content in 2020*. Retrieved from: Yahoo! Finance, <https://finance.yahoo.com/news/netflix-gain-expanding-international-content-151603482.html?guccounter=1> [22.06.2021].

Submitted: 6.07.2021

Reviewed: 27.07.2021

Accepted: 7.09.2021

Published online: 30.10.2021



**Anna Skibińska\***

ORCID: 0000-0002-6097-2122

Uniwersytet Wrocławski

## RATUNEK DLA GOSPODARKI CZY ZAGROŻENIE ZE WSCHODU? UKRAIŃCY W NAGŁÓWKACH „GAZETY WROCŁAWSKIEJ”

Celem artykułu było zbadanie, w jaki sposób regionalny portal internetowy opowiada o ukraińskich migrantach mieszkających na Dolnym Śląsku. Przedmiot badań stanowiły nagłówki artykułów prasowych z leksemem „Ukrainiec” opublikowane na portalu [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl) w roku 2019. Dotychczasowe badania dotyczące językowego obrazu Ukraińca w języku polskim pokazywały, że relacje polsko-ukraińskie są silnie uwarunkowane historycznie oraz często wpisywane w trójczłonową opozycję: Obcy – Inny – Swój. W trakcie przeprowadzonej analizy zawartości zgromadzonego materiału badawczego zdekodowano typowe konstrukcje nagłówków, zapowiadające teksty o Ukraińcach na portalu internetowym „Gazety Wrocławskiej”. Określono dominujące funkcje nagłówków, wykorzystywane środki językowe, lematy z najwyższą frekwencją oraz stereotypy. Nawiązując do problematyki swojskości i obcości oraz dostrzegając w analizowanych wypowiedziach medialnych etnostereotypy na temat Ukraińców, zrekonstruowano zróżnicowany wizerunek migrantów z Ukrainy – przedstawianych jako ofiary, zagrożenie, ale i szansa.

Słowa kluczowe: wizerunek, obcość, „Gazeta Wrocławska”, nagłówek, swojskość, Ukraińcy

### WPROWADZENIE

Różne opozycje zdają się dzisiaj jednym z podstawowych elementów budujących medialne przekazy. Sprzeczne interesy czy rozbieżne poglądy stają się jeszcze wyraźniejsze, kiedy spoglądamy na rzeczywistość przez medialne zwierciadło. Dziennikarskie narracje mają potencjał antagonizowania wybranych grup, a ich rola – za sprawą chociażby mnogości komunikatów oraz szerokiej dostępności treści – jest dziś niezwykle istotna. Chcąc przyciągnąć uwagę odbiorców, media chętnie sięgają po zagadnienia konfliktowe, niekiedy wręcz kreują spory bądź uwypuklają je, co dostrzec można zwłaszcza w „krzyczących” nagłówkach (por. Dobek-Ostrowska, 2009; Piekot, 2006).

---

\* Anna Skibińska, Kolegium Doktorskie Wydziału Filologicznego, Uniwersytet Wrocławski, pl. Biskupa Nanckiera 15b, 50-140 Wrocław, Polska; e-mail: [anna.skibinska@uwr.edu.pl](mailto:anna.skibinska@uwr.edu.pl)

Warto dodać, że współczesna „konsumpcja mediów” bywa nader pospieszna i bezrefleksyjna. Wartość informacyjna zdominowana jest nierzadko przez rozrywkową formę, trywializującą przedstawiane zagadnienia (por. *infotainment* – Nowak, 2009). Ponadto, przestrzeń internetu oraz logika sprzedaży newsów na rynku, na którym toczy się zacięta walka o uwagę odbiorców, inspirować mogą dziennikarzy do tworzenia sensacyjnych, szokujących nagłówków. Jeśli skłonią one czytelnika do kliknięcia w hiperlink i spędzenia kilku kolejnych sekund na danym portalu<sup>1</sup>, to pozycja witryny przy negocjacjach z reklamodawcami ma szansę się poprawić (por. zjawisko clickbaitowania – Lisowska-Magdziarz, 2019). Badacze, analizujący współczesną przestrzeń mediów, zwracają również uwagę na medialne bańki (ang. *filter bubble*), które zawężają perspektywę odbioru rzeczywistości (mogą utrwalac uprzedzenia, pogłębiać podziały), choć w zamian oferują m.in. poczucie bezpieczeństwa (Malinowski, 2016).

Powyższe spostrzeżenia zachęcają do refleksji na temat medialnego wizerunku Ukraińców, kształtowanego w nagłówkach przez dziennikarzy portalu internetowego „Gazety Wrocławskiej”. Problematyka stosunku do Innego czy Obcego cieszy się sporym zainteresowaniem badaczy (por. m.in. Benedyktowicz, 2000; Guzik, 2008; Znaniecki, 1990, a także (Rozbicka, 2020; oraz przywołana tam literatura). Jak pisze Barbara Guzik: „Kategorie *obcości* i *swojskości* należą do kategorii antropologicznych, są wspólne dla wszystkich społeczności mających kontakty z innymi i służą strukturalizacji świata. [...] dychotomia *swój-obcy* wzajemnie się dopełnia, tworząc całościowy obraz rzeczywistości społecznej w modelu świata” (2008, s. 36).

Obcym jest ten, kto później dołączył do danej zbiorowości i wniósł do niej odrębne wartości kulturowe. Florian Znaniecki twierdził z kolei, że obcość to kategoria relatywna, zawsze bowiem jest się obcym wobec jakiejś zbiorowości lub jednostki. Już samo zetknięcie się z grupą, którą charakteryzują inne społeczne wartości, przyczynia się do doświadczenia obcości (1990, s. 230). Co ważne, relacje między dystansem a bliskością, swojskością a obcością przejawiać się mogą zarówno w sytuacjach codziennych, jak i w medialnych narracjach. Często łączą się one z uproszczonym przeciwstawnym wartościowaniem: *swój-dobry* vs *obcy-zły* (por. semantyka aksjologiczna – Krzeszowski, 1999, s. 18).

## MEDIALNY WIZERUNEK UKRAIŃCÓW – DOTYCHCZASOWY STAN BADAŃ

Chociaż trudno nie dostrzec roli, jaką media mogą odgrywać w reprodukowaniu oraz w legitymizowaniu rozmaitych obrazów świata, to jak dotąd<sup>2</sup> nie ukazała się żadna praca przedstawiająca wyniki badań nad aktualnym medialnym obrazem „Obcych zza Buga”, wynikającym z nagłówków polskojęzycznych witryn regionalnych. Tematyka współczesnej migracji z Ukrainy cieszyła się dotychczas głównie zainteresowaniem socjologów oraz

---

<sup>1</sup> W niniejszym artykule zamiennie stosuje się terminy: portal internetowy, serwis internetowy, witryna internetowa. Autorka, będąc świadoma różnic, jakie wskazywane są w literaturze przedmiotu między tymi pojęciami, uznaje jednak, że źródło doboru korpusu spełnia jednocześnie definicyjne wymogi określone dla każdego z trzech powyższych pojęć – o problemach definicyjnych nowych mediów zob. także (Cyrek, 2020).

<sup>2</sup> Stan na dzień 31.05.2021 r.

politologów (por. Grzymała-Kazłowska, 2007; Jurek, 2019; Konieczna-Sałamatin, 2001; Lubicz Miszewski, 2018), a medioznawcy skupiali się na analizie przekazów telewizyjnych, wpisów na forach internetowych oraz komunikatów w mediach społecznościowych (por. Cymanow-Sosin i Drąg, 2017; Golińska-Konecko, 2020; Radzka, 2006; Rozbicka, 2018; Troszyński, 2016, 2018).

Dotychczasowe badania dotyczące językowego obrazu Ukraińca w języku polskim obejmowały między innymi analizę materiałów Narodowego Korpusu Języka Polskiego z lat 2005–2010 (Borkowska, 2020), eksplorację artykułów o tematyce ukraińskiej z lat 2006–2018 w elektronicznej prasie regionalnej na Dolnym Śląsku (Skibińska, 2020a), a także próbę „zrekonstruowania wyobrażeń, ocen, sądów Polaków o Ukraińcach oraz przedstawienia językowego obrazu naszego wschodniego sąsiada w okresie międzywojnia (1918–1939)” (Sojka-Masztalerz, 2004, s. 7). Przytoczone wyżej analizy prowadzą do kilku podstawowych wniosków.

Po pierwsze, relacje polsko-ukraińskie są silnie „obciążone historycznie” (Sojka-Masztalerz, 2004, s. 4). Kontakty między sąsiednimi narodami mają długą i bogatą historię, a wiele wydarzeń z przeszłości wciąż budzi silne (głównie negatywne – por. Jura i Kałużyńska, 2015, s. 145) emocje. To zaś sprawia, iż medialne wzmianki na temat Ukraińców często odwołują się do etnostereotypów (por. Prokop, 2013; Bielecka-Prus, 2020; Skibińska, 2020b). Zagadnienie stereotypizacji zostanie szerzej opisane w dalszej części artykułu, ale już teraz warto wspomnieć o raportach publikowanych przez Centrum Badania Opinii Społecznej, przedstawiających aktualny stosunek Polaków do innych narodów (w tym m.in. do Ukraińców – por. Omyła-Rudzka, 2021).

Po drugie, medialne wizerunki Ukraińców są często wpisywane w trójczłonową opozycję: Obcy – Inny – Swój, a jako uzasadnienie dla tej opozycji badacze wskazują przede wszystkim systemy wartości oraz aktualne warunki polityczne lub kulturowe (Sojka-Masztalerz, 2004, s. 191–194; Borkowska, 2020, s. 96–98). Co istotne, wspomniane okoliczności mogą ulegać zmianom, a tym samym także medialne przekazy bywają zróżnicowane i zmienne w czasie. Z dotychczasowych ustaleń wynika, że kiedy dotyczą one wydarzeń sportowych, są zazwyczaj neutralne (nie mają nacechowania emocjonalnego), negatywna waloryzacja wiąże się natomiast głównie z kontekstem historycznym (por. Baran, 2016; Borkowska, 2020; Jura i Kałużyńska, 2015).

Należy jednak podkreślić, że w literaturze przedmiotu można dostrzec też pewne rozbieżności w opisie Ukraińców. Przyczyniają się do nich przede wszystkim odmienne źródła danych (dzienniki, tygodniki, portale informacyjne, media społecznościowe), niepokrywające się okresy badawcze oraz różne metodologie badań. Dlatego za uzasadnione uznano wypełnienie dostrzeżonej luki badawczej za pomocą analizy zawartości nagłówków opublikowanych na portalu [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl) w roku 2019. Okres ten wybrano z uwagi na chęć objęcia badaniem całego roku kalendarzowego, w którym występują zarówno planowane uroczystości państwowe, święta czy rocznice, jak i zdarzenia nieprzewidywalne. Tak oznaczone cezury czasowe miały także pomóc w dostrzeżeniu potencjalnych zmian narracji<sup>3</sup>, zachodzących

<sup>3</sup> Pojęcie narracji rozumiane jest w niniejszym artykule jako ogół publikacji, tworzących medialną opowieść na wskazany temat.



w poszczególnych miesiącach. Dodatkowo był to najbardziej aktualny przedpandemiczny rok, a zdaniem autorki analiza przekazów medialnych dotyczących migrantów podczas pandemii COVID-19 zasługiwałaby na osobne studium.

Do zawężenia poszukiwań do wskazanego portalu skłaniał między innymi jego szeroki zasięg<sup>4</sup>, a także potwierdzona w raporcie Instytutu Monitorowania Mediów (dalej: IMM), opiniotwórczość – „Gazeta Wroclawska” to dzisiaj największy regionalny dziennik na Dolnym Śląsku<sup>5</sup>. Chociaż papierowy dziennik oraz portal internetowy o tym samym tytule to dwa odrębne media, to jednak z obserwacji autorki wynika, że dziennikarze zatrudnieni w rzezczonej redakcji przygotowują publikacje jednocześnie dla obu mediów. Niemniej, z uwagi na ograniczone miejsce, w dzienniku drukowane są jedynie najważniejsze teksty i zdjęcia, podczas gdy informacje na portalu są nieustannie aktualizowane i jest ich więcej (por. pojęcie „multimedialnego kombajnu” – Szynol, 2014).

Wspomniane powiązania potwierdzają również informacje ze strony internetowej PPG. Po kliknięciu w link <https://polskapress.pl/pl/portfolio/internet/informacyjne/gazeta-wroclawska> trafiamy dokładnie na tę samą stronę internetową, jak po kliknięciu w link <https://polskapress.pl/pl/portfolio/prasa/dzienniki/polska-gazeta-wroclawska> znajdziemy tam zarówno opis dziennika regionalnego, jak i serwisu [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl). Biorąc pod uwagę powyższe, za uzasadnione uznano przytoczenie statystyk IMM właściwych dla dziennika, choć to internetowe nagłówki stanowiły przedmiot prezentowanych tu badań.

Przegląd wydań drukowanych „Gazety Wroclawskiej” pozwala stwierdzić, że w 2019 roku jedynie dwa artykuły o Ukraińcach znalazły się na pierwszej stronie (2 kwietnia tekst zatytułowany „Ile zarabiają Ukraińcy w Polsce?” oraz 20 listopada – „Tysiące Ukraińców wyjedzie w 2020 roku z Polski do Niemiec? Jest takie zagrożenie”). Oprócz tego dziesięć publikacji mogliśmy odnaleźć na dalszych stronach gazety. Ich tematyka skupiała się wokół spraw pracowniczych oraz obaw przed wyjazdem Ukraińców z Polski (por. 14 czerwca – „Ukraińcy potrzebni, ale mamy własne rezerwy. Rozmowa”, 13 października – „Ukraińcy powoli żegnają się z Polską. Jadą na zachód”, 14 listopada – „Brak pracowników z Ukrainy coraz częściej spędza sen z powiek połowie szefów firm”). Podsumowując, zarówno niewielka liczba artykułów dotyczących Ukraińców, jak i ich monotematyczność prowadzi do wniosku o mniejszej ekspozycji zagadnień związanych z migrantami zza Bugu w wydaniu drukowanym aniżeli na portalu internetowym. Powyższa konstatacja stanowi kolejne uzasadnienie dla źródła doboru materiału badawczego.

Dodajmy, że ważnym aspektem była wyraźna obecność ukraińskich migrantów w przetrzeni Dolnego Śląska w 2019 roku. Należy podkreślić, że w latach 2015–2019 liczba Ukraińców pracujących legalnie w Polsce wzrosła trzynastokrotnie. W rezultacie w 2019 roku składki do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych wpłacało ponad 450 tysięcy Ukraińców<sup>6</sup>, z czego 49 tysięcy pracowało na Dolnym Śląsku<sup>7</sup>. Co istotne, utrzymuje się tutaj wyraźny

---

<sup>4</sup> Por. <https://gazetawroclawska.pl/rekordowy-miesiac-portal-gazetawroclawskapl/ar/13258527> [31.05.2021].

<sup>5</sup> Por. <https://gazetawroclawska.pl/gazeta-wroclawska-jednym-z-najbardziej-opiniotworczych-mediow/ar/c1-14649817> [31.05.2021].

<sup>6</sup> Por. <https://wroclaw.tvp.pl/44048556/rosnie-liczba-obcokrajowcow-na-dolnym-slasku> [31.05.2021].

<sup>7</sup> Por. <https://www.tuwroclaw.com/wiadomosci,dolny-slask-zaglebiem-pracownikow-z-ukrainy,wia5-3273-50455.html> [31.05.2021].



trend rosnący, w ciągu roku liczba pracujących Ukraińców wzrosła bowiem w województwie dolnośląskim o 10 tysięcy<sup>8</sup>. Dodatkowo warto nadmienić, że ukraińską migrację na Dolny Śląsk wyróżnia osiadły charakter, dobre wykształcenie przyjezdnych oraz stosunkowo korzystna sytuacja na rynku pracy (Górny et al., 2019, s. 53–58).

Podsumowując, celem niniejszych badań będzie określenie, jaki obraz Ukraińców wynikał z przedpandemicznej narracji „Gazety Wrocławskiej”. Studium przypadku obejmie nagłówki opublikowane w 2019 roku na jej internetowym portalu.

## METODA I ZAKRES BADAŃ

„Gazeta Wrocławska” to redakcja wchodząca w skład Polski Press Grupy (dalej: PPG). Historia dziennika regionalnego sięga czasów powojennych – gazeta, zwana wówczas „Gazetą Robotniczą”, była organem Komitetu Wojewódzkiego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Po prywatyzacji w 1990 roku przeistoczyła się najpierw w „Robotniczą Gazetę Wrocławską”, po czym z jej nazwy usunięto określenie „robotnicza”, budzące negatywne skojarzenia z polityczną przeszłością. W 2004 roku gazeta należąca do niemieckiego holdingu Verlagsgruppe Passau przejęła dwie konkurencyjne wrocławskie redakcje: „Słowo Polskie” oraz „Wieczór Wrocławia”. Kolejne lata były okresem dalszej ekspansji rynkowej spółki – w jej portfolio znajduje się obecnie 20 dzienników regionalnych, niemal 120 tygodników lokalnych, kilka magazynów, dodatki telewizyjne oraz 23 regionalne serwisy informacyjne.

PPG jest liderem na rynku prasy lokalnej i regionalnej, jej serwisy odwiedza średnio 2,8 mln internautów dziennie. Co jednak istotne, stosunkowo krótki jest średni czas, podczas którego użytkownicy przebywają na stronach PPG – wynosi on około 3,5 minuty<sup>9</sup>. Pozwala to przypuszczać, że część odwiedzających nie zapoznaje się wnikliwie z treścią artykułów, lecz jedynie przegląda nagłówki. Ponadto hiperłącza do nagłówków udostępniane są również w mediach społecznościowych, a ich pospieszna konsumpcja (bez wglądu w całą treść dziennikarskiego przekazu) przyczyniać się może do utrwalania stereotypów (por. uwagi na temat „kuszących nagłówków” w dobie postprawdy – Brenda-Mańkowska, 2019). W tym kontekście jeszcze bardziej uzasadnione wydaje się zbadanie właśnie tego elementu przekazu.

Kryterium decydującym o kwalifikacji wybranego nagłówka do dalszych badań był występujący w wypowiedzi medialnej leksem<sup>10</sup> „Ukrainiec”. Do zebrania odpowiednich

<sup>8</sup> Por. <https://dziennik.walbrzych.pl/obcokrajowcy-coraz-czesciej-pracuja-leganie-na-dolnym-slasku-ponad-70-tysiecy-cudzoziemcow-zarejestrowanych-w-zus-najwiecej-ukraincow/> oraz <https://www.nj24.pl/article/ukraincy-wrocili> [31.05.2021].

<sup>9</sup> Por. <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-luty-2019.html> [31.05.2021].

<sup>10</sup> „Leksem” rozumiany jest w niniejszym artykule jako „wyraz lub wyrażenie traktowane jako jednostka słownikowa; wyraz słownikowy; na leksem składają się: określone znaczenie leksykalne, zespół wszystkich funkcji gramatycznej oraz ogół form językowych reprezentujących w tekście l. w jego poszczególnych funkcjach” (<https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/leksem;3931450.html> [19.06.2021]); np. polskie formy: Ukrainiec, Ukrainca, Ukraińcowi, Ukraińcem, Ukraińcu reprezentują leksem „Ukrainiec” w jego pięciu różnych funkcjach gramatycznych. Wszystkie te formy kwalifikowane były do korpusu badawczego.

tekstów w przeglądarce Google Chrome wykorzystano wtyczkę MozBar. Do wyboru przeglądarki Google Chrome jako źródła pozyskiwania danych na temat publikacji portalu [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl) skłaniała jej popularność w Polsce (około 52–56% udziałów w 2019 roku, z przewagą nad drugim, Firefoxem, w przypadku komputerów stacjonarnych o około 20–30 punktów procentowych oraz około 70–84% udziału wśród urządzeń mobilnych<sup>11</sup>). Jako niewielkie oceniono ryzyko niezindeksowania stron popularnego portalu informacyjnego w przeglądarce Google Chrome.

Wtyczkę MozBar uznano natomiast za narzędzie dające możliwie najbardziej rzetelne wyniki. Wtyczka ta pozwala między innymi na tworzenie niestandardowych wyszukiwań, odnajdywanie słów kluczowych na stronach internetowych, jak również eksport szczegółów analizy strony wyników wyszukiwania (SERP) do pliku CSV<sup>12</sup>. Dążąc do maksymalnego zobiektywizowania uzyskiwanych rekordów, przed rozpoczęciem poszukiwań wyłączono wyniki osobiste, a sam proces wyszukiwania powtórzono kilkakrotnie na dwóch urządzeniach. Skorzystano z opcji „wyszukiwanie zaawansowane”, zawężając wyniki do roku 2019, do języka polskiego, do regionu Polski oraz do witryny [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl). W dowolnym miejscu strony poszukiwano któregoś z następujących słów: Ukrainiec, Ukrainca, Ukrainca<sup>13</sup>, Ukraińcowi, Ukraincowi, Ukraińcem, Ukraincem, Ukraińcu, Ukraincu<sup>14</sup>. Po uruchomieniu wtyczki MozBar i przeprowadzeniu wyszukiwania dla każdej strony wyników wygenerowano plik CSV zawierający wszystkie rekordy odpowiadające sformułowanemu zapytaniu. Następnie wyeksportowany plik sprawdzono ręcznie, usuwając powtarzające się teksty oraz teksty nierelevantne z punktu widzenia celu badań (np. takie, w których leksem „Ukrainiec” pojawiał się jedynie wśród rekomendowanych artykułów bądź w ogłoszeniach). W rezultacie materiał badawczy stanowiła baza danych (w formie arkusza kalkulacyjnego) z 69 rekordami. Na koniec warto dodać, że do uzyskania całkowitej pewności, iż podczas tak przeprowadzonej procedury uzyskano wszystkie relewantne wyniki, pomocne byłoby skorzystanie z danych instytucji archiwizującej zawartość krajowych stron internetowych. Tego typu instytucja nie istnieje jednak przy Bibliotece Narodowej, dlatego spośród dostępnych narzędzi to właśnie wtyczka MozBar, powiązana z danymi gromadzonymi przez najpopularniejszą przeglądarkę Google Chrome, wydała się autorce najbardziej odpowiednia.

Jako technikę badawczą wybrano analizę zawartości (dalej: AZ), której początki odnajdujemy w Polsce w latach 80. w twórczości Walerego Pisarka. Odwołajmy się zatem do szerokiej definicji AZ sformułowanej przez tego prasoznawcę: „Analiza zawartości jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym)

---

<sup>11</sup> Por. <https://antyweb.pl/top-5-najpopularniejszych-przegladarek/> [19.06.2021].

<sup>12</sup> Por. [https://chrome.google.com/webstore/detail/mozbar/eakacpaijcpapndefffdgphdicmpknp?hl=pl\\_PL](https://chrome.google.com/webstore/detail/mozbar/eakacpaijcpapndefffdgphdicmpknp?hl=pl_PL) [31.05.2021]. Za pomoc w pobraniu danych autorka pragnie podziękować mgr. Tomaszowi Dziurdzi.

<sup>13</sup> Celowe pominięcie znaku diakrytycznego, które zdarza się dość często w pospiesznej komunikacji internetowej.

<sup>14</sup> Warto zaznaczyć, że wskazana w tekście pełna lista słów kluczowych nie obejmuje słowa „Ukrainka”. Celem badań było bowiem określenie medialnego wizerunku Ukraińców (mężczyzn posiadających obywatelstwo ukraińskie) na wybranym portalu. Zdaniem autorki wnikliwe zbadanie wizerunku Ukrainek wymagałoby odrębnego studium.

wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zmierzającego przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego” (Pisarek, 1983, s. 45).

Tomasz Gackowski podkreśla, że: „Badanie przekazów, zestawianie i korelowanie ich za pomocą metod analizy zawartości pozwala skutecznie opisać rzeczywistość medialną, która w sposób niezwykle ekspansywny pretenduje do miana rzeczywistości obiektywnej (nie-medialnej, realnej)” (Gackowski, 2009, s. 11).

Atrybuty wyróżniające AZ to między innymi: systematyczność, powtarzalność, wiarygodność, jawność, testowalność hipotez badawczych oraz aprioryczność klucza analizy (Balcerzak i Gackowski, 2009, s. 22–25). Dobór próby determinują natomiast trzy podstawowe zasady: wyczerpania, homogeniczności oraz reprezentatywności (Maj, 2013, s. 134). Warto zaznaczyć, że: „Analiza zawartości bierze pod uwagę nie tylko cechy samej treści, lecz także formy przekazu, takie jak jego kompozycja, struktura oraz sposób, w jaki dana treść została przekazana, wypowiedziana czy wyeksponowana w druku” (Maj, 2013, s. 127).

Podstawowe pytania badawcze, na jakie z pomocą przygotowanego klucza kategoryzacyjnego, poszukiwano odpowiedzi, brzmiały następująco:

1. Jaki był miesięczny rozkład liczby nagłówków z leksemem „Ukrainiec” w 2019 roku?
2. Jaka była przeciętna długość nagłówków (liczba znaków ze spacjami)?
3. Jakie zasadnicze funkcje spełniały analizowane nagłówki?
4. Jaka tematyka dominowała w nagłówkach?
5. Jakie środki językowe się w nich pojawiały?
6. Jakie lematy miały najwyższą frekwencję?
7. Czy nagłówki miały charakter stereotypowy? Jeśli tak, to do jakich stereotypów nawiązywały?

Podczas opracowywania materiału badawczego dążono przede wszystkim do porównania konstrukcji nagłówków, a w rezultacie do stworzenia syntezy. Skorzystano również z aplikacji webowej korpusomat<sup>15</sup> (Kieraś et al., 2018, s. 21–27), która pozwoliła wygenerować pomocne dane statystyczne, m.in. na temat frekwencji lematów.

Puentując te wstępne rozważania, warto zaznaczyć, iż w niniejszym artykule sięgnięto po szeroką definicję nagłówka, uznając, że jest nim zarówno tytuł, jak i podtytuł (por. Furman, 2006, s. 127, 225). Takie podejście było istotne m.in. ze względu na dostrzeżoną na portalu „Gazety Wrocławskiej” powszechność nagłówków składających się z dwóch wypowiedzi oraz dążenie do całościowej analizy tych treści, które odbiorca dostrzega zaraz po wejściu na stronę internetową. W materiale badawczym odnotowano 48 nagłówków, zbudowanych z dwóch części (tj. ok. 70%), dlatego uznano, że to właśnie szeroka definicja przedmiotu badań będzie najbardziej adekwatna, zważywszy na cel wyartykułowany powyżej.

---

<sup>15</sup> Aplikacja ta łączy narzędzia stworzone w Zespole Inżynierii Lingwistycznej Instytutu Podstaw Informatyki PAN – szczegółowy wykaz narzędzi: <https://korpusomat.pl/overview> [31.05.2021].

Doniosła rola spełniana przez nagłówek tekstu prasowego to temat szeroko opracowany w literaturze przedmiotu (por. Pisarek, 1967; Sadowska, 2007; Ślawska, 2008; Pałuszyńska, 2016). Jest to jeden z najmniejszych tekstów dziennikarskich i trudno znaleźć wypowiedź dziennikarską, która byłaby go pozbawiona – nagłówek pełni funkcje strategiczne, skupiając uwagę odbiorcy, jednocześnie w pewien sposób ukierunkowuje dalszą lekturę.

„[...] Wymaga się więc od tytułu, aby był funkcjonalny i stanowił całość z materiałem dziennikarskim, dla którego jest »etykietką«” (Ślawska, 2008, s. 117).

Walery Pisarek podzielił tytuły na informacyjne oraz publicystyczne (1967, s. 108–109), jednak późniejsi badacze zwracali uwagę na to, że już samo nadanie wiadomości jakiegoś tytułu nie jest zwykle wolne od wartościowania (dlatego trudno mówić o czysto obiektywnym, informacyjnym tytule). Współczesne tytuły przybierają często formę rozrywkową, stanowią rodzaj gry z czytelnikiem (por. *infotainment* – Nowak, 2009).

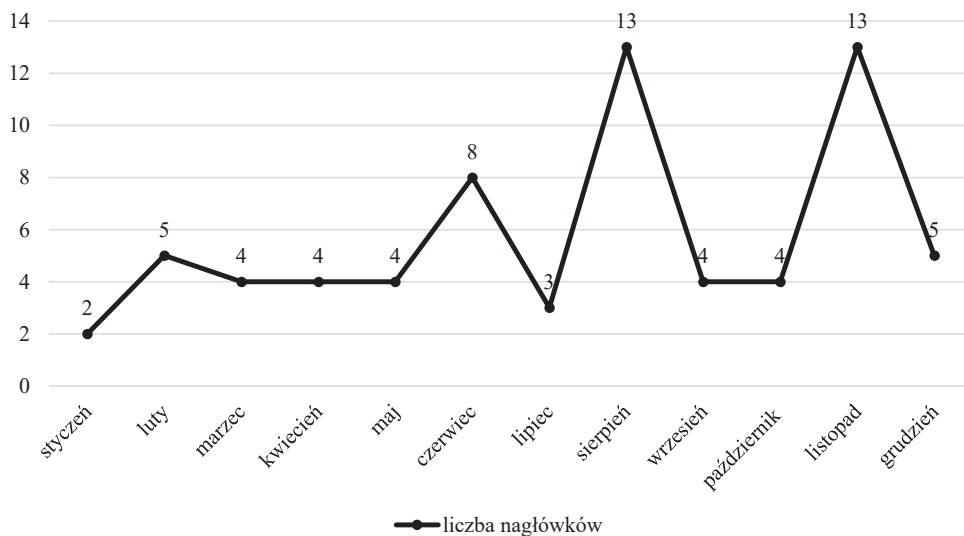
Trzy zasadnicze funkcje, jakie według Magdaleny Ślawskiej spełniać może tytuł, to: funkcja nominatywna (nazywająca), deskryptywna (opisująca, streszczająca) oraz pragmatyczna (perswazyjna, ekspresywna) (2008, s. 125). Z kolei Agnieszka Sadowska dzieli tytuły ze względu na pełnione funkcje nieco bardziej szczegółowo na te: o charakterze informacyjnym, przybierające formę pytań retorycznych, wywołujące u odbiorcy żywą reakcję, szok, zmuszające do zajęcia jakiegoś stanowiska, intrygujące, enigmatyczne, niedopowiedzenia oraz alarmujące. Innym kryterium podziału tytułów są względy składniowe, stylistyczne i leksykalne (Sadowska, 2007, s. 403–413). W niniejszym artykule skorzystano z typologii funkcji nagłówków autorstwa Joanny Szyłko-Kwas, uznając, że jest ona najbardziej adekwatna dla nagłówków publikowanych obecnie na portalach internetowych. Materiał badawczy podzielono zatem zgodnie z dominującą funkcją: deskryptywną, dyrektywną bądź ekspresywną<sup>16</sup> (Szyłko-Kwas, 2019, s. 89–90).

## WYNIKI BADAŃ

Zaczynając od danych liczbowych, warto wskazać, że tematyka ukraińska cieszyła się stałym zainteresowaniem przez cały 2019 rok (por. rysunek 1). Liczba wypowiedzi medialnych z leksemem „Ukrainiec” wyniosła łącznie 69. Średnio w jednym miesiącu publikowano około sześciu tekstów, poruszających tę problematykę, a mediana liczby tekstów wyniosła 4. Wyjątkowe były pod tym względem jedynie dwa miesiące: sierpień oraz listopad, kiedy odnotowano aż 13 artykułów. Pierwszy z wymienionych terminów mógłby wskazywać na chęć skupienia uwagi odbiorców także podczas wakacji, czyli w okresie, gdy rzeczywistość społeczno-polityczna nie obfituje zwykle w ważne wydarzenia. Potwierdza to różnorodność tematów, jakie poruszano wówczas na portalu w kontekście Ukraińców. Z kolei w listopadzie, oprócz wzmianek dotyczących zdarzeń kryminalnych (które pojawiały się w każdym miesiącu), trzykrotnie omawiano wysokość zarobków pracowników z Ukrainy, a także zwycięstwo Ukrainca w pierwszym Wrocławskim Biegu Niepodległości.

---

<sup>16</sup> Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w dalszej części artykułu.



**Rysunek 1.** Liczba wypowiedzi medialnych z leksemem „Ukraińiec” na portalu „Gazety Wrocławskiej” w poszczególnych miesiącach 2019 roku,  $N = 69$

Przeciętna długość nagłówków wyniosła 83 znaki ze spacjami, co potwierdza dążenie do skrótowości oraz szybkości przekazu (por. Sadowska, 2007, s. 401–413; Ślawska, 2008, s. 117–126). Zważywszy na to, że 70% nagłówków składało się z dwóch wypowiedzi, rola doprecyzowujących podtytułów zdaje się jeszcze istotniejsza. Poniżej zaprezentowano kilka przykładów, w których wzmianka o udziale Ukraińców pojawiła się dopiero w drugiej części nagłówka:

„Napał na bank we Wrocławiu. Obława na Ukraińców”<sup>17</sup>,

„Wypadek na Robotniczej. Ukraińiec wjechał w latarnię (ZDJĘCIA)”,

„Bmw wjechało w piesznych. Troje Ukraińców nie żyje”,

„Śmiertelny wypadek w LG pod Wrocławiem. Nie żyje Ukraińiec”.

Do badania dominujących funkcji nagłówków wykorzystano typologię Joanny Szyłko-Kwas (2019). W rezultacie nagłówki podzielono na trzy grupy, zgodnie z ich dominującą funkcją (deskryptywną, dyrektywną lub ekspresywną). Wyniki prezentuje tabela 1.

<sup>17</sup> Wszystkie cytowane nagłówki pochodzą z badanego portalu [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl). Ze względu na ograniczone rozmiary artykułu oraz mając na uwadze jego przejrzystość, zdecydowano się zrezygnować z odesłań do wypowiedzi medialnych, których nagłówki analizowano. Zainteresowanych względem do całego korpusu, autorka prosi o kontakt.

**Tabela 1.** Funkcje nagłówków wypowiedzi medialnych z leksemem „Ukrainiec” na portalu „Gazety Wrocławskiej” w 2019 roku

Funkcja nagłówków	deskryptywna	dyrektywna	ekspresywna
Liczba nagłówków	31	2	36
Procentowy udział w materiale badawczym [%]	45	3	52

Ponad połowa analizowanych nagłówków pełniła funkcję ekspresywną, co może świadczyć o dużej emocjonalności przekazów medialnych oraz o wykorzystywaniu szokujących treści w celu skupienia uwagi odbiorcy. Ekspresywne nagłówki odnosiły się przede wszystkim do zdarzeń kryminalnych oraz wypadków (często tragicznych w skutkach). Ekspresję wzmocniały także cytowane wypowiedzi bohaterów, wulgaryzmy i zaskakujące liczby, na przykład:

„Klient Biedronki do ochroniarza-Ukrainca: »Wyp... z Polski, jeb... czarnuchu«. Grozi mu więzienie”,

„W SUV-ie pędził blisko 150 km/h przez most Milenijny. To Ukrainiec spieszył się na spotkanie... (NAGRANIE)”,

„Tragedia w Zamku Książ. Ukrainiec rzucił się z dziedzinka kilkanaście metrów w dół”.

Deskryptywne nagłówki skrótowo opisywały zaistniałe zdarzenia, a podstawę dla nich stanowiły często dane statystyczne bądź działania ze sfery kultury. Nawet jeśli wspomniano o wypadku, to informowano tylko o jego miejscu lub prawdopodobnej przyczynie, nie wskazując na narodowość sprawcy bądź ofiary, na przykład:

„O tym, że Ukraińcy wiążą przyszłość z naszym krajem świadczy większa skłonność do zakładania rodziny”,

„Wypadek na drodze S5 pod Trzebnicą. Rynny na drodze”,

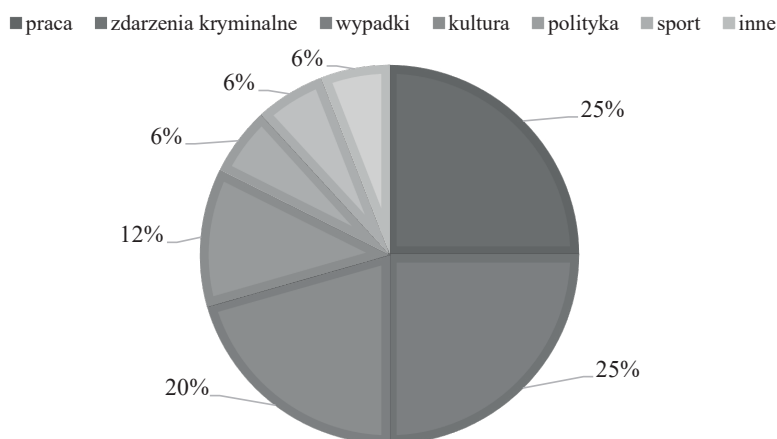
„Przyjęte przez niemiecki parlament regulacje prawne nie spowodują masowych wyjazdów Ukraińców z Polski”.

Bardzo rzadko można było natomiast natrafić na dyrektywne nagłówki. W badanym okresie pojawiły się tylko dwa tego typu przykłady. Oba zachęcały odbiorcę do obejrzenia galerii zdjęć (a tym samym wygenerowania większej liczby kliknięć, poprawiających statystyki strony internetowej dla reklamodawców). Sygnalizując jedynie zagadnienie, tworzyły one lukę poznawczą (ang. *curiosity gap*), a w swej formie zbliżały się do stylistyki *clickbaitu* (por. Lisowska-Magdziarz, 2019, s. 23–24):

„Kupować mieszkanie czy poczekać na spadek cen? Zobacz, co czeka nas na rynku nieruchomości w 2020 roku”,

„Potrafią przeżyć za 200–500 zł miesięcznie. Zobacz, ile zarabiają Ukraińcy w Polsce”.

Przedstawiona wyżej typologia dominujących funkcji nagłówków łączy się również z popularnymi obszarami tematycznymi, którymi były: zagadnienia pracownicze, zdarzenia kryminalne oraz wypadki. Rzadziej pojawiały się wzmianki na temat wydarzeń kulturalnych, sportowych bądź politycznych. Udział poszczególnych kategorii tematycznych prezentuje rysunek 2.



**Rysunek 2.** Kategorie tematyczne nagłówków wypowiedzi medialnych z leksemem „Ukrainiec” na portalu „Gazety Wrocławskiej” w 2019 roku,  $N = 69$

Przywołane przez dziennikarzy zdarzenia kryminalne podzielić można na takie, w których ofiarą był Ukrainiec (9 nagłówków) oraz takie, podczas których obywatel Ukrainy działał jako sprawca (8 nagłówków). Niemal równy rozkład omawianych wydarzeń może świadczyć o ambiwalentnym wizerunku Ukraińców, których portal „Gazety Wrocławskiej” czasem przedstawia jako skłonnych do bójek, gotowych do złamania prawa, a innym razem – narażonych na ataki Polaków, na przykład:

„Maksym S. zatrzymany przez ABW. Ukrainiec planował zamach w Puławach, chciał zdetonować samochód pułapkę przed galerią handlową”,

„Prokurator: Taksówkarz z Wrocławia usiłował zabić Ukraińca na rowerze. Grozi mu dożywocie”,

„Zabójstwo w mieszkaniu. Ukrainiec zginął od ciosu nożem”.

Druga równie popularna kategoria tematyczna objęła zagadnienia związane z pracą świadczoną przez Ukraińców, a spoglądając z szerszej perspektywy – z sytuacją gospodarczą Polski uzależnioną od liczby pracujących migrantów. W tym kontekście obecność Ukraińców na Dolnym Śląsku oceniano zwykle pozytywnie – jako wsparcie dla polskich przedsiębiorstw i systemu emerytalnego. Wzmianki negatywne odnosiły się natomiast do nielegalnego zatrudniania ukraińskich pracowników bądź ich wygórowanych roszczeń płacowych. Dziennikarze

straszyli też prognozowaną ucieczką Ukraińców na Zachód i pogarszającą się sytuacją Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, na przykład:

„Ukraińcy będą ratować nasz system emerytalny? Emilewicz: Na razie nie ma powodów mówić o ratowaniu systemu emerytalnego”,

„Ukraińcy chcą zarabiać więcej od Polaków. Mogą liczyć nawet na 21 zł brutto za godzinę [Wideo, GALERIA]”,

„Ukraińcy pracowali na lewo na budowie w centrum Wrocławia”.

Trzecią najpopularniejszą kategorią tematyczną były wypadki. Wzmianki dotyczyły przede wszystkim zdarzeń drogowych. Sprawców, oprócz brawurowej jazdy, wyróżniał też często spożyty wcześniej alkohol. Do kategorii wypadków zaliczono również tragiczne w skutkach zdarzenia, których przyczyn wciąż nie poznano:

„Ciało Ukraińca odnalezione pod Skokami. Prokuratura wciąż czeka na wyniki sekcji zwłok”,

„Wypadek dwóch samochodów osobowych na Psim Polu. Ukrainiec w BMW nie ustąpił pierwszeństwa”,

„Pijany Ukrainiec spowodował wypadek pod Długołąką. Dwie osoby ranne”.

## ŚRODKI JĘZYKOWE SŁUŻĄCE TWORZENIU DYCHOTOMII SWÓJ–OBCY ORAZ STEREOTYPIZACJI

Kolejnym interesującym elementem narracji na temat Ukraińców były rozmaite środki językowe, wzbogacające medialne przekazy. Do najczęstszych należały pytania retoryczne, mające również potencjał *clickbaitowy*. Pytania miały skłonić odbiorcę do namysłu oraz poszukiwania odpowiedzi w dalszej części publikacji, a niekiedy przestrzegały również przed możliwymi konsekwencjami przewidywanych wydarzeń, na przykład:

„Ukraińcy niedługo wyjadą z Polski? Szykuje się bój o pracowników. Lepsze warunki Ukraińcom oferują Czesi i Niemcy [14 czerwca 2019]”,

„ZUS sfinansuje emerytury Ukraińców? Kilka lat w Polsce i już można pobierać u nas emerytury – tak donoszą media. Ile w tym prawdy? [30.10.]”,

„Biznesmen z piorunem i Ukraińcy. Kto zapłaci za rozbrojenie ekobomby?”

Ostatni z przywołanych nagłówków zawiera w sobie jeszcze intrygujący neologizm („ekobomba”), który – kojarząc się z czymś bardzo niebezpiecznym – może silnie oddziaływać na uczucia czytelnika.

Spśród innych środków językowych warto wymienić także emocjonalne cytaty – zarówno polityków, jak i osób bliżej nieznanymi, odpowiadających przed sądem za agresję słowną, na przykład:



„Klient Biedronki do ochroniarza-Ukraińca: »Wyp... z Polski, jeb... czarnuchu«. Grozi mu więzienie”;

„Janusz Korwin-Mikke: Gdybym był ruskim agentem, to mówiłbym, że Rosję trzeba zniszczyć. Rząd PiS nie umie prowadzić polityki międzynarodowej”.

Pierwszy z przytoczonych przykładów jest szczególnie wyrazisty, ponieważ wrogość odnosi się także do koloru skóry, który pełni tutaj funkcję metafory. Ochroniarz, który usłyszał tę obelgę, nie był bowiem osobą czarnoskórą, a sformułowanie to miało najprawdopodobniej przede wszystkim podkreślić jego obcość oraz imputowane przez agresora zacofanie, opóźnienie cywilizacyjne.

Opozycję swój–obcy tworzyły również inne nagłówki z wartościującymi sformułowaniami, ze słowami o silnie negatywnym nacechowaniu emocjonalnym oraz z metaforami, na przykład:

„W domu powstał ukraiński hotel pracowniczy. Życie sąsiadów zamieniło się w koszmar”;

„Ukraińska rodzina po czterech latach wyrzucona z Polski. Sąsiedzi piszą do prezydenta”;

„ZUS: Dolny Śląsk zagłębieniem Ukraińców. Więcej jest ich tylko w stolicy”.

Medialny przekaz dynamizowały z kolei konstrukcje wyzerowane z czasownika oraz kolokwializmy:

„Ukraińcy pracowali na lewo na budowie w centrum Wrocławia”;

„Napał na bank we Wrocławiu. Obława na Ukraińców”;

„Polska coraz mniej atrakcyjna dla Ukraińców”.

Za pomocą aplikacji webowej Korpusomat (Kieraś et al., 2018, s. 21–27) wygenerowano ponadto listę lematów o najwyższej frekwencji (tabela 2).

**Tabela 2.** Lista frekwencyjna obejmująca lematy występujące co najmniej pięć razy w nagłówkach wypowiedzi medialnych z leksemem „Ukraińiec” na portalu „Gazety Wrocławskiej” w 2019 roku

Lemat	Część mowy	Frekwencja
Wrocław	rzeczownik	8
Polska	rzeczownik	8
wypadek	rzeczownik	7
Ukraina	rzeczownik	5
Polak	rzeczownik	5

Źródło: badania własne z wykorzystaniem aplikacji webowej Korpusomat

Popularne lematy korespondują z omówionymi wyżej kategoriami tematycznymi (wypadki, zagadnienia pracownicze), a jednocześnie potwierdzają istotną rolę dookreślenia przez dziennikarzy regionalnych miejsca opisywanych wydarzeń (Wrocław, Dolny Śląsk, Polska, Ukraina) oraz ich uczestników (Ukrainiec, Polak).

Tworzona w ten sposób opowieść medialna nie jest bynajmniej wolna od stereotypów, tj. generalizacji oraz sądów wartościujących, które polegają na przypisywaniu wszystkim członkom wybranej grupy społecznej określonego zbioru cech, tworzącego jej homogeniczny obraz (por. Błuszkowski, 2003; Bokszański, 2001; Skibińska, 2020b i wskazana tam literatura). Jak pisze Krzysztof Jurek: „Dzięki stereotypom świat staje się bardziej konkretny i zrozumiały, a abstrakcyjne, złożone pojęcia ulegają uproszczeniom. Skomplikowana rzeczywistość społeczna sprowadzana zostaje do jednoznacznych, niepodważalnych i zrozumiałych faktów” (Jurek, 2019, s. 31).

Przeprowadzona analiza pozwala stwierdzić, że dziennikarze „Gazety Wrocławskiej” powielają stereotypy dotyczące Ukraińców, co może mieć potencjał kształtujący wobec stosunku odbiorców ich treści do migrantów. W literaturze wskazuje się, że historyczne uwarunkowania (m.in. konflikty narodowościowe w XX wieku, wieloletnia przynależność Ukrainy do negatywnie waloryzowanej Rosji) sprawiają, iż stereotyp Ukraińca jest w Polsce negatywny (por. Jurek, 2019; Tazbir, 1991). Zdaniem Renaty Radzkiej, Ukraińca kojarzymy stereotypowo z bandytą, gwałciicielem, barbarzyńcą, anarchistą, handlarzem ulicznym lub nielegalnym pracownikiem (2006, s. 167–177). Inne stereotypowe atrybuty Ukraińców to m.in.: zacofanie, ubóstwo, lenistwo, niegospodarność, alkoholizm, nieżyczliwość, mściwość, bezwzględność, podstępność, nacjonalizm, brak poszanowania dla prawa, kłótniowość (Bartmiński, 2007; Błuszkowski, 2003; Walas, 1995). Jak zauważa Jan Błuszkowski, już samo usytuowanie Ukrainy na wschód od Polski przyczynia się do stosowania pewnych uproszczeń, przejawiających się między innymi w poczuciu wyższości Polaków (wynika to m.in. z pozytywnej waloryzacji Zachodu oraz negatywnej – Wschodu, por. Błuszkowski, 2003, s. 224–225). W tabeli 3 uporządkowano stereotypy dotyczące Ukraińców, dostrzeżone w materiale badawczym.

**Tabela 3.** Stereotypy dotyczące Ukraińców w nagłówkach wypowiedzi medialnych z leksemem „Ukrainiec” na portalu „Gazety Wrocławskiej” w 2019 roku

Stereotyp	Liczba wystąpień
Ukrainiec – poszukiwany pracownik lub student (pozytywnie, wsparcie dla ZUS)	14
Ukrainiec – brawurowy, impulsywny kierowca, powodujący wypadki (często pod wpływem alkoholu)	8
Ukrainiec – ofiara nietolerancyjnego Polaka	7
Ukrainiec – przestępca (bezwzględność, brak poszanowania dla prawa)	6
Ukrainiec – roszczeniowy pracownik	2
Ukrainiec – ofiara bezdusznej polskiej administracji	1

Łącznie zauważono 38 nagłówków ze stereotypami, co oznacza, że ponad połowa korpusu (55%) bazuje na schematycznej interpretacji rzeczywistości. W 2019 roku „Gazeta Wrocławska” najczęściej (czternastokrotnie) odwoływała się do pozytywnego stereotypu Ukraińca, opisując migranta zza Buga jako zaradnego, sumiennego pracownika, który może wspomóc polski system ubezpieczeń społecznych. Warto jednak podkreślić, że zawody wykonywane przez migrantów ze Wschodu nie cieszą się raczej autorytetem społecznym i polegają głównie na pracy fizycznej:

„Biedronka kusi pracowników z Ukrainy [ZAROBKI]”,

„Czterej Ukraińcy za trzy miesiące pracy na budowie dostali po 1300 zł, Ukraińcy niedługo wyjadą z Polski? Szykuje się bój o pracowników. Lepsze warunki Ukraińcom oferują Czesi i Niemcy [14 czerwca 2019]”.

Dokonana analiza prowadzi do wniosku, że o ile dziennikarzy wrocławskiego portalu cieszy praca Ukraińców w nisko płatnych (niechętnie wykonywanych przez Polaków) zawodach, o tyle obawiają się oni konkurencji migrantów w walce o wyższe zarobki:

„Ukraińcy chcą zarabiać więcej od Polaków. Mogą liczyć nawet na 21 zł brutto za godzinę [Wideo, GALERIA]”,

„ZUS sfinansuje emerytury Ukraińców? Kilka lat w Polsce i już można pobierać u nas emerytury – tak donoszą media. Ile w tym prawdy? [30.10.]”.

Stereotypem, który często gościł na łamach witryny „Gazety Wrocławskiej”, był też stereotyp Ukraińca – brawurowego kierowcy, sprawcy wypadków drogowych. Jako domniemane przyczyny tych zdarzeń dziennikarze wskazywali głównie spożyty wcześniej alkohol bądź impulsywność, na przykład:

„Pijany Ukrainiec spowodował wypadek pod Długą. Dwie osoby ranne”.

Kolejną perspektywą, wokół której koncentrowały się stereotypowe ujęcia migrantów były akty agresji i przestępstwa – zarówno te, których sprawcami byli Ukraińcy (sześciokrotnie), jak i takie, podczas których to oni padali ofiarą nietolerancyjnych zachowań Polaków (siedmiokrotnie). Przestępstwa dokonywane przez Ukraińców miały niekiedy charakter rabunkowy, związany z chęcią wzbogacenia się (co potwierdzać może stereotyp pazernego Ukraińca):

„Trzech Ukraińców próbowało okraść bankomat w Tesco”,

„Napad na bank we Wrocławiu. Obława na Ukraińców”.

Inne nagłówki wskazywały na skłonność do kłótni oraz bójek, wyróżniającą tak Polaków, jak i Ukraińców:

„Zabójstwo w mieszkaniu. Ukrainiec zginął od ciosu nożem”,

„Zaatakował Ukraińców, bo rozmawiali w swoim języku”.

## WNIOSKI

Podsumowując, obraz Ukraińców dostrzeżony w analizowanych nagłówkach portalu „Gazety Wrocławskiej” odpowiada trzem dominującym wizerunkom migrantów, wymienionym przez Ignacego Józwiaka, Joannę Konieczną-Sałamatin oraz Michała Tudorowskiego (2009, s. 31–34) – migrantów jako szansy (przede wszystkim na rozwój gospodarczy Polski), migrantów jako ofiary oraz jako zagrożenia (m.in. przestępczością czy psuciem rynku pracy). Medialna narracja zdaje się zatem prowadzona z perspektywy „polskocentrycznej” (a ściślej – „dolnośląskocentrycznej”). Dziennikarze na konkretnych (nieraz szokujących) przykładach starają się unaocznić czytelnikom, co w życiu regionu zmienia obecność migrantów. Stosunkowo krótkie, ekspresywne nagłówki miały przykuć uwagę odbiorców, a wzmianki na temat zdarzeń kryminalnych – zapaść w pamięci na dłużej.

Spśród wskazanych przez Lisowską-Magdziarz (2019, s. 23–24) cech clickbaitowania w materiale badawczym zauważono przede wszystkim silną retoryczność nakierowaną na nawiązanie kontaktu z czytelnikiem lub jego emocjonalne pobudzenie, zamiast na dostarczenie informacji (por. pytania retoryczne, emocjonalne cytaty, wulgaryzmy – dominacja ekspresywnej funkcji nagłówka). Ponadto, clickbaitowy był dobór tematyki – duży udział zagadnień związanych ze zbrodniami, przestępstwami, aktami przemocy oraz wypadkami. Dostrzeżone rozwiązania językowe, jakie można uznać za charakterystyczne dla clickbaitowych wypowiedzi medialnych, to także wyrażenia o skrajnym nacechowaniu emocjonalnym (zwłaszcza negatywnym), kolokwializmy, wulgaryzmy, pytania retoryczne oraz niedopowiedzenia. Z innych istotnych elementów tworzących medialną narrację na temat Ukraińców, wspomnieć należy o częstym wskazywaniu narodowości sprawcy lub ofiary.

W tym kontekście warto przywołać słowa Joanny Bieleckiej-Prus: „[...] to, w jaki sposób mówi się i pisze o jednostkach i zbiorowościach, nadając im określone znaczenia, wpływa na funkcjonujące w społeczeństwie wyobrażenia, a w rezultacie działania wobec nich” (2020, s. 183).

Medialna agenda kształtować więc może przedmiot zainteresowań odbiorców, inspirować toczne przez nich dyskusje, a w konsekwencji – wzmacniać konkretną wizję świata, przejawiającą się między innymi w stosunku do migrantów (bliższych lub dalszych, zależnie od waloryzacji i sposobu opisu). Jak wskazuje Alisa Borkowska: „[...] językowy obraz Ukrainca jest częścią językowego obrazu świata Polaków, a prowadzone na ten temat badania wspomagają zrozumienie świadomości zbiorowej oraz wypracowanie technik komunikacji międzykulturowej” (2020, s. 98).

Warto wspomnieć, że niektórzy nadawcy medialni<sup>18</sup> wdrażają konkretne strategie, mające na celu dążenie do przestrzegania zasad grzeczności językowej, przeciwdziałanie mowie nienawiści, oraz propagowanie poprawności politycznej (por. Grabcicz-Stodolna, 2020) – między innymi niepublikowanie danych o narodowości sprawcy, gdy taka informacja jest zbędna z punktu widzenia celu przekazu, a wywołać może silne społeczne emocje lub napiętnowanie przedstawicieli mniejszości. Dobre praktyki dziennikarskie znajdują również

<sup>18</sup> Por. <https://www.agora.pl/raportCSR-2017/etyka-i-przeciwdzialanie-naduzyciom> oraz <https://reporterzy.info/147,-kodeks-etyki-dziennikarskiej-stowarzyszenia-dziennikarzy-polskich.html> [8.08.2021].

wyraz w przyjętych przez redakcje kodeksach etycznych oraz wewnętrznych procedurach, usprawniających monitoring treści zamieszczanych przez odbiorców (np. niezwłoczne usuwanie wulgarnych komentarzy, naruszających dobra osobiste innych osób). Wydaje się, że opisane wyżej działania mogą stanowić skuteczną odpowiedź na dostrzeżoną w analizowanych nagłówkach stereotypizację Ukraińców (a także szerzej, wszelkich mniejszości – por. Ulita, 2012; Drożdż, 2019).

Konkludując, w ponowoczesnym świecie podział na swoich i obcych nie jest dany raz na zawsze. W odmiennych sytuacjach, w obrębie różnych grup ten sam człowiek może się niekiedy jawić jako swój, innym razem – jako obcy: „[...] Obcość stała się uniwersalna. Ale jeśli każdy jest po trosze obcym, nie jest nim w pełni nikt” (Bauman, 1995, s. 137). Tezę tę potwierdzają analizowane nagłówki, które jednego dnia przedstawiają Ukraińców jako realne zagrożenie dla bezpieczeństwa rodzimych pracowników czy uczestników ruchu drogowego, zaś nazajutrz – jako szansę na rozwój regionu i zwiększenie jego konkurencyjności.

## BIBLIOGRAFIA

- Balcerzak, A., Gackowski, T. (2009). Analiza zawartości. W: T. Gackowski, M. Łączyński (red.), *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek. Jak i po co należy go badać* (s. 17–32). Warszawa: CeDeWu.
- Baran, D. (2016). Wizerunek Ukraińców na łamach wybranej polskiej prasy. *Państwo i Społeczeństwo*, 1, 16, 98–116.
- Bartmiński, J. (2007). *Stereotypy mieszkają w języku: studia etnolingwistyczne*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Bauman, Z. (1995). *Wieloznaczność nowoczesna, nowoczesność wieloznaczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Benedyktowicz, Z. (2000). *Portrety „Obcego”. Od stereotypu do symbolu*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Bielecka-Prus, J. (2020). Obraz imigrantek z Ukrainy w polskim dyskursie prasowym. *Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny*, 2, 176, 177–200.
- Bokszanski, Z. (2001). *Stereotypy a kultura*. Wrocław: Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej-Leopoldinum.
- Borkowska, A. (2020). Językowy obraz Ukraińców w polskich dziennikach prasowych (analiza materiałów Narodowego Korpusu Języka Polskiego z lat 2005–2010). *Acta Polono-Ruthenica*, 3, 25, 91–108.
- Błuszkowski, J. (2003). *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*. Warszawa: Dom Wydawniczy ELIPSA.
- Brenda-Mańkowska, A. (2019). Fake news, clickbait, żebrołajki – problemy mediów w dobie postprawdy. W: V. Tanaś, W. Welskop (red.), *Mass media we współczesnym świecie* (s. 11–20). Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu.
- Guzik, B. (2008). Obcy... Inny... wśród swoich w wybranych nowelach pozytywistycznych. *Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis. Studia Historicolitteraria*, 8, 36–43.

- Cymanow-Sosin, K., Drag, K. (2017). Obraz ekonomicznej migracji Ukraińców do Polski w nowych mediach – zróżnicowane formy zagrożenia w tekstach polskojęzycznych. *Kultura – Media – Teologia*, 29, 58–68.
- Cyrek, B. (2020). YouTube jako serwis społecznościowy – w stronę klasyfikacji witryny. *Zarządzanie Mediami*, 2, 8, 119–136.
- Dobek-Ostrowska, B. (2009). *Porozumienie czy konflikt? Politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym*. Warszawa, Bielsko-Biała: Wydawnictwo Szkolne PWN.
- Drożdż, M. (2019). Ile jest etyki w kodeksach etyki dziennikarskiej – specyfika kodeksów etycznych. *Rocznik Medioznawczy*, 1, 21–35.
- Furman, W. (2006). Nagłówek. W: W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej* (s. 127). Kraków: Universitas.
- Furman, W. (2006). Tytuł. W: W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej* (s. 225). Kraków: Universitas.
- Gackowski, T., Łączyński, M. (red.). (2009). *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek. Jak i po co należy go badać*. Warszawa: CeDeWu.
- Golińska-Konecko, M. (2020). Problematyka ukraińska w programie „Ukraińskie wieści” w TVP Olsztyn w latach 2005–2015. *Civitas et Lex*, 1, 25, 28–39.
- Górny, A., Kołodziejczyk, K., Madej, K., Kaczmarczyk, P. (2019). *Nowe obszary docelowe w migracji z Ukrainy do Polski. Przypadek Bydgoszczy i Wrocławia na tle innych miast*. Warszawa: Fundacja Ośrodek Badań nad Migracjami.
- Grabicz-Stodolna, D. (2020). Doświadczenie politycznej poprawności a grzeczność językowa. *Dziennikarstwo i Media*, 13, 67–75.
- Grzymała-Kazłowska, A. (2007). *Konstruowanie „innego”: wizerunki imigrantów w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Jóźwiak, I., Konieczna-Sałamatin, J., Tudorowski, M. (2009). „Bez cudzoziemców byłibyśmy ubożsi”. *Wizerunek obcokrajowców na łamach polskiej prasy*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Jura, J., Kałużńska, K. (2015). Obraz obcokrajowców i imigrantów w polskich mediach tradycyjnych i internetowych. W: J. Konieczna-Sałamatin (red.), *Imigranci o wysokich kwalifikacjach na polskim rynku pracy* (s. 2–52). Warszawa: Instytut Społeczno-Ekonomicznych Ekspertyz, Fundacja „Nasz Wybór”.
- Jurek, K. (2019). Stereotypy na temat Ukraińców funkcjonujące w Polsce. W: M. Lubicz Miśzewski (red.), *Imigranci z Ukrainy w Polsce. Potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wzywania dla bezpieczeństwa* (s. 31–42). Wrocław: Wydawnictwo AWL.
- Kieraś, W., Kobyliński, Ł., Ogrodniczuk, M. (2018). Korpusomat – a tool for creating searchable morphosyntactically tagged corpora. *Computational Methods in Science and Technology*, 1, 24, 21–27.
- Konieczna-Sałamatin, J. (2001). *Polska–Ukraina: wzajemny wizerunek*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Krzyszowski, T. (1999). *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Lisowska-Magdziarz, M. (2019). Identyfikacja i analiza clickbaitów w informacyjnych tekstach dziennikarskich – rekonesans metodologiczny. W: A. Hess, M. Nowina-Konopka,

- W. Świerczyńska-Głownia (red.), *Dynamika przemian w mediach* (s. 15–36). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Lubicz Miszewski, M. (red.). (2018). *Imigranci z Ukrainy w Polsce. Potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wyzwania dla bezpieczeństwa*. Wrocław: Wydawnictwo AWL.
- Maj, A. (2013). Analiza treści. W: M. Makowska (red.), *Analiza danych zastanych. Przewodnik dla studentów* (s. 127–147). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Malinowski, B. (2016). Jak Facebook zamyka nas w bańce informacyjnej. Algorytm filtrujący newsfeed a zjawisko filter bubble. *Zarządzanie Mediami*, 1, 4, 15–22.
- Nowak, E. (2009). Komercjalizacja komunikacji politycznej – infotainment i politainment w programach informacyjnych. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, 16, 207–208.
- Omyła-Rudzka, M. (oprac.). (2021). *Stosunek do innych narodów. Komunikat z badań CBOS*, nr 30/2021.
- Pałuszyńska, E. (2016). Zmiany w językowej formie nagłówków prasowych. *Rozprawy Komisji Językowej ŁTN*, 62, 103–115.
- Piekot, T. (2006). *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: Universitas.
- Pisarek, W. (1983). *Analiza zawartości prasy*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.
- Prokop, M. (2013). Stereotyp Ukraińca w polskim tygodniku „Polityka” oraz stereotyp Polaka na łamach „Dzierkało Tyżnia. Ukraina”. *Warmińsko-Mazurski Kwartalnik Naukowy, Nauki Społeczne*, 3, 47–66.
- Radzka, R. (2006). Wizerunek Ukraińca w prasie polskiej na wybranych przykładach. Medialna struktura stereotypu narodowego. W: A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski (red.), *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji* (s. 167–177). Olsztyn: Zakład Poligraficzny UWM.
- Rozbicka, P. (2020). *Inny w świecie Innego. Komunikacja, adaptacja, uchodźstwo*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- Rozbicka, R. (2018). Imigrant czy uchodźca? Wizerunek Ukraińców mieszkających w Polsce na podstawie tygodników opiniotwórczych: „Do Rzeczy”, „Newsweek Polska” i „Tygodnik Powszechny” w latach 2014–2016. W: M. Lubicz Miszewski (red.), *Imigranci z Ukrainy w Polsce. Potrzeby i oczekiwania, reakcje społeczne, wyzwania dla bezpieczeństwa* (s. 43–59). Wrocław: Wydawnictwo AWL.
- Sadowska, A. (2007). Tytuły prasowe – ich budowa i funkcja. *Acta Universitatis Lodzensis Folia Litteraria Polonica*, 9, 401–413.
- Skibińska, A. (2020a). Ukraińcy w prasie regionalnej Dolnego Śląska. *Com.press*, 1, 3, 54–77.
- Skibińska, A. (2020b). Stereotyp Ukraińca w polskiej elektronicznej prasie regionalnej. W: M. Śliwa, M. Maciąg (red.), *Nauki społeczne jako przedmiot badań naukowych. Ujęcie interdyscyplinarne* (s. 7–23). Lublin: Wydawnictwo Naukowe TYGIEL.
- Sojka-Maształercze, H. (2004). *Rusini czy Ukraińcy? Językowy obraz nacji ukraińskiej w prasie polskiej (1918–1939)*. Wrocław: Wrocławskie Towarzystwo Naukowe.
- Szyłko-Kwas, J. (2019). Fotografia jako wypowiedź dziennikarska – odmiany gatunkowe. *Studia Medioznawcze*, 1, 76, 83–98.
- Szynol, A. (2014). Multimedialny kombajn – status współczesnego dziennikarza. *Gospodarka, Rynek, Edukacja*, 3, 15, 21–29.



- Ślawska, M. (2008). Tytuł – najmniejszy tekst prasowy. *Roczniki Prasoznawcze*, 2, 117–126.
- Tazbir, J. (red.). (1991). *Mity i stereotypy w dziejach Polski*. Warszawa: Wydawnictwo Interpress.
- Troszyński, M. (2016). *Wizerunek mniejszości w polskich mediach społecznościowych*. Warszawa: Fundacja Wiedza Lokalna.
- Troszyński, M. (2018). Ukraina i Ukraińcy w polskim dyskursie internetowym. Analiza jakościowo-ilościowa tekstów zamieszczanych w mediach społecznościowych. W: P. Tyma (red.), *Raport. Mniejszość ukraińska i migranci z Ukrainy w Polsce. Analiza dyskursu* (s. 103–157). Warszawa: Związek Ukraińców w Polsce.
- Ulita, M. (2012). Sens istnienia dziennikarskich kodeksów etycznych i ich trudna przydatność. *Komunikacja Społeczna*, 1, 1–15.
- Walas, T. (red.). (1995). *Narody i stereotypy*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Znaniecki, F. (1990). *Współczesne narody*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

#### LIFESAVER FOR THE ECONOMY OR THREAT FROM THE EAST? THE UKRAINIANS IN THE HEADLINES OF “GAZETA WROCŁAWSKA” WEBSITE

The aim of the article was to examine how a regional portal tells the stories about the Ukrainian migrants living in Lower Silesia. The objective of the research was the articles with the headlines in which the lexeme “Ukrainian” is present. The chronological scope covered media statements published on [www.gazetawroclawska.pl](http://www.gazetawroclawska.pl) in 2019. The previous research on the linguistic image of an Ukrainian in the Polish language led to the conclusion that Polish-Ukrainian relations are strongly historically conditioned and often inscribed in a three-part opposition: an Alien – Other – A Local boy. As a result of content analysis, typical headline constructions were decoded, announcing texts about Ukrainians on the website of “Gazeta Wrocławska”. The dominant functions of headlines, the linguistic means used there, the lemmas with the highest frequency and the stereotypes were determined. Referring to the issue of familiarity and foreignness and noticing the ethno-stereotypes about the Ukrainians in the analysed media messages, a diversified image of Ukrainian migrants was reestablished – presented as victims, a threat but also an opportunity.

Keywords: image, familiarity, “Gazeta Wrocławska”, headline, foreignness, Ukrainians

Zgłoszenie artykułu: 25.06.2021

Recenzje: 27.07.2021

Rewizja: 9.08.2021

Akceptacja: 10.08.2021

Publikacja on-line: 30.10.2021



## Anita Helena Kwiatkowska\*

ORCID: 0000-0003-1404-1893

Uniwersytet Warszawski

### QUIZY – OD TELETURNIEJÓW DO INTERNETOWEJ ROZRYWKI

Quizy stały się nieodłącznym elementem medialnego krajobrazu. Znaleźć je można w wielu gazetach i czasopiśmie, radiowych konkursach, a w szczególności w telewizyjnych teleturniejach. Obecnie są coraz częściej zauważalne także w wirtualnej przestrzeni. Internetowe quizy wymykają się jednak próbie łatwego zdefiniowania, między innymi ze względu na różnice gatunkowe obecne w innych mediach. W niniejszym artykule, przyjmując perspektywę medioznawczo-historyczną, przedstawiono dwa środowiska medialne – telewizyjne i internetowe, w których quizy miały szansę zyskać popularność. Dokonano także charakterystyki rynku quizów internetowych oraz ich typologii.

Słowa kluczowe: quiz, internetowe quizy, rodzaje quizów, polski rynek quizów, teleturnieje

### WPROWADZENIE

Forma rozrywki w postaci odpowiadania na zadane pytanie, zwykle spośród kilku dostępnych odpowiedzi, od dawna i w wielu postaciach jest elementem społecznego życia. Jej korzeni dopatruje się w jarmarkach, wiktoriańskiej/edwardiańskiej grze towarzyskiej czy w popularnej prasie (Whannel, 1992, s. 181). Na początku lat dwudziestych ubiegłego wieku, wraz z rozwojem gazet, niektóre z nich przyjęły quizy (lub funkcję pytań i odpowiedzi) jako sposób na zwiększenie sprzedaży i przyciągnięcie zainteresowania odbiorców (DeLong, 1991, s. 1).

Obecnie quizy są wciąż organizowane na festynach, konkursach szkolnych i akademickich (jak np. *Quiz bowl*, *National Academic Quiz Tournaments*), rodzinnych i towarzyskich spotkaniach, w licznych grach planszowych, a także jako indywidualne lub cykliczne imprezy tematyczne (np. *Music for the Mission*). Niektóre puby, między innymi w Wielkiej Brytanii czy USA, od wielu lat specjalizują się w takiej formie rozrywki, co przyczyniło się do powstania tzw. *pub quiz*, znanych także między innymi pod nazwami: *quiz nights*, *trivia nights*, *bar trivia*, *live trivia* czy *table quizzes*.

---

\* Anita Helena Kwiatkowska, Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii, ul. Bednarska 2/4, 00-310 Warszawa, Polska; e-mail: a.mycak@uw.edu.pl

Quizy na stałe zagościły również w mediach, stając się często spotykanym elementem wielu tytułów gazet i czasopism czy konkursów radiowych, a także gatunkiem, który odmienił oblicze telewizyjnej rozrywki, a obecnie jest coraz częściej zauważalny w wirtualnej przestrzeni. W niniejszym artykule poruszone zostaną wątki dotyczące definiowania quizu, zarysu historycznego teleturniejów oraz rodzajów i miejsc występowania internetowych quizów. Istotna będzie bowiem próba zarysu i stworzenia pewnego rodzaju fotografii polskiego rynku internetowych quizów. Rozpoczynając zatem od pytań: jakie są cechy gatunkowe quizu, jak z perspektywy medioznawczej ujmowane są quizy oraz jakie były początki quizów, artykuł będzie zmierzał do wyjaśnienia, jak wygląda rynek internetowych quizów i jakie są ich rodzaje.

Przyjęto perspektywę medioznawczo-historyczną i skupiono uwagę na quizach jako gatunku, który na stałe zapisał się jako jedna z form masowej rozrywki – kiedyś głównie telewizyjnej, dziś – zyskującej coraz większą popularność w internecie. Warto jednak podkreślić, że choć w internecie mogą znaleźć się artykuły i audycje pierwotnie pochodzące z tzw. starych mediów oraz że bywają one skonwertowane do postaci internetowych gier (szczególnie w odniesieniu do popularnych telewizyjnych teleturniejów), to przedmiotem zainteresowania będzie gatunek quizów docelowo wytworzony w sieci.

## QUIZ JAKO ROZRYWKA MEDIÓW MASOWYCH

Etymologia słowa „quiz” nie jest znana, a jego pochodzenia dopatruje się w łacińskiej frazie „Qui es?”, czyli „Kim jesteś?”. Pierwsze zapisy tego słowa z końca XVIII wieku odnoszą się do dziwnej lub ekscentrycznej osoby, podczas gdy późniejsze – wskazują na synonim żartu, dowcipu, przekomarzania się (*Oxford English Dictionary*, 2021).

Współczesnego znaczenia „mniej lub bardziej formalnego zestawu pytań” nabrało w połowie XIX wieku (Quinion, 1999). Istnieje także słynna opowieść o prowokacji dyrektora dublińskiego teatru, który przyjął zakład, że może stworzyć nowe słowo bez żadnego znaczenia i sprawić, by wszyscy w mieście w ciągu doby zaczęli go używać. W tym celu wypisywano na murach nonsensowne słowo „quiz”, które uznano za pewien rodzaj testu-zagadki (Quinion, 1999).

Według *Słownika języka polskiego PWN* (2021) „quiz” jest „konkurem polegającym na odpowiadaniu na pytania, mającym charakter imprezy rozrywkowej”. Podobną definicję podaje także *Słownik wyrazów obcych* (Tytuła i Okarmus, 2013, s. 439), podkreślając, że jest to „impreza rozrywkowa w formie konkursu, którego uczestnicy [...] odpowiadają na pytania”, a także wskazując na czynność polegającą na „przepytaniu” uczestników. Zwykle mają one bowiem formę testową i składają się z kilkunastu pytań, a każde z nich opatrzone jest kilkoma odpowiedziami do wyboru (najczęściej czterema).

Wymagają od uczestnika umysłowego zaangażowania w postaci ogólnie ujętego sprawdzenia jego wiedzy. Mogą dotyczyć zarówno logicznych czy matematycznych zagadek, wiedzy ogólnej, jak i wiedzy szczegółowej dotyczącej bardziej tematycznie ukierunkowanych zagadnień. Ponadto, *Oxford English Dictionary* (2021), opisując połączenia językowe „quizu”, najczęściej wskazuje na pewien rodzaj gry.

Jak można zatem zauważyć, przytoczone definicje zwracają uwagę na kilka podobnych elementów, wśród których najważniejszymi są między innymi: rywalizacja i wynikająca z niej wielość uczestników, rozrywka (quiz jako rodzaj gry lub zabawy), możliwość sprawdzenia samego siebie („*Qui es?*”) oraz ściśle określony format (o formule pytań i odpowiedzi).

W obliczu tak szerokiej gamy definicyjnej, wielu kategorii i gatunkowych niuansów niepełne zdaje się zatem opisywanie quizu jako „rodzaju zabawy wyłaniającej najlepszych” czy traktowanie jako synonimu konkursu, teleturnieju czy zgadywanek. Na potrzebę ujednoczenia rozumienia omawianego gatunku można przyjąć, że quiz jest interaktywną formą rozrywki polegającą na odpowiedzi na zadane pytania.

W definicyjnym kontekście medioznawczym quizy są natomiast najczęściej łączone jedynie telewizyjną rozrywką, co czyni między innymi Zbigniew Bauer (2016) w książce *Dziennikarstwo i świat mediów*, zwracając większość uwagi na interakcyjność odbiorców. Podobnie robią to autorzy *Słownika terminologii medialnej* (2006), przytaczając spolszczone „kwizy” jedynie jako podobną formę do telewizyjnego teleturnieju. Wiesław Godzic (2004) określa teleturnieje właśnie jako naturalne przedłużenie niegdyś popularnych festynowych konkursów-zgadywanek, a Agnieszka Barczyk (2012, s. 91), dzieląc ten leksem na „tele-” (z grec. daleko) i „-turniej”, zwraca uwagę, że telewizyjna możliwość odbycia turnieju na odległość pozwala „widzom tj. »nie-uczestnikom wydarzeń«, stać się obserwatorami prezentowanych sytuacji”.

Mimo dość intuicyjnej formy quizów warto zwrócić uwagę na definicyjne aspekty tego telewizyjnego gatunku. „Teleturniej” opisuje się jako grę wymagającą „zaangażowania uczestników, wykonywania przez uczestników będących w studiu przed kamerami narzuconych przez organizatorów zadań, czasami specjalistycznej wiedzy i inteligencji” (Pisarek, 2006, s. 216). *Encyklopedia PWN* (2021) podaje natomiast, że są one audycją telewizyjną, konkursem, „podczas którego zawodnicy zebrani w studio odpowiadają na pytania z określonych dziedzin”, podczas gdy *Wielki słownik języka polskiego* (2021) zauważa rozróżnienie na potrzebę wykazania się „wiedzą lub specjalnymi umiejętnościami”.

Polskie słowo „teleturniej”, które najczęściej (i w dużym uproszczeniu) stanowi konkurs wiedzy uczestników, można zatem odnieść do angielskiego *quiz show*, będącego jedną z subkategorii *game show*<sup>1</sup> (Turner, 2001, s. 7). Wiedza jest jednak pojęciem o szerokim znaczeniu, na co wskazuje np. Fiske (1987, s. 268), opisując jedną z kategorii wiedzy ludzkiej, jako taką, która tkwi „w tym, co społeczne, a nie faktyczne”. Hoerschelmann (2006) sugeruje zatem, że rozróżnienie między *quiz game*” a *game show* dotyczy nie tyle tego, czy wiedza jest faktycznie wykorzystywana, ile treści tej wiedzy i jej roli w szerszym kontekście formatu.

Teleturnieje mogą rozpoczynać się od otwartych eliminacji, a zwykle kończą się finałem z nagrodami rzeczowymi lub pieniężnymi.

<sup>1</sup> *Game show* oznacza „nadawany program rozrywkowy, w którym zawodnicy rywalizują w grze lub quizie, zwykle o nagrody” (*Oxford English Dictionary*, 2021). Su Holmes (2008) w *The Quiz Show* za przewodnikiem dla początkujących wynalazców teleturniejów Bodycombe, przytacza listę subkategorii *game shows*: akcja/przygoda, konwersja gier planszowych, dziecięce, komedia i gry panelowe, randkowe, edukacyjne, rodzinne, lifestyle, puzzle, *reality shows*, quizy, sportowe, pokazy kaskaderskie/ wyzwania, inne.

W *Słowniku terminologii medialnej* (2006) dokonano podziału na ich trzy kategorie; według:

- rodzaju współzawodnictwa – na wiedzowe, w których liczy się wiedza ogólna lub specjalistyczna (jak między innymi *Jeden z dziesięciu* czy *Milionerzy*) oraz zręcznościowo-zabawowe, podczas których uczestnicy mają do wykonania określone zadania (np. *Milion w minutę*);
- liczby uczestników – na indywidualne (między innymi *Koło Fortuny*) i zbiorowe (np. *Familiada*);
- rotacji uczestników – na cykliczne, czyli kontynuowane np. z wygranymi poprzedniego teleturnieju (np. *Awantura o kasę*) i jednorazowe (np. *Najslabsze ogniwo*)<sup>2</sup>.

Przytoczona klasyfikacja nie wyczerpuje jednak wszystkich kategorii, według których można podzielić teleturnieje. Warto wspomnieć chociażby o audycji *Postaw na milion* opartej na uczestnictwie najczęściej dwóch osób i formacie *The Money Drop* (tzw. spadających pieniędzy), *Grze w ciemno*, gdzie uczestnicy poznawali swoją wygraną dopiero na końcu gry, czy *Czy jesteś mądrzejszy od piątklasisty?*, w której uczestników wspierały w studio dzieci<sup>3</sup>. Jak słusznie zauważa Agnieszka Barczyk, mówiąc o „charakterystyce teleturniejów, konieczne jest odwoływanie się do pewnych słów-kluczy i posługiwanie się nimi jako możliwymi kierunkami analizy”, a są nimi między innymi eliminacje, uczestnik, prowadzący, obserwatorzy, reguły gry, zadanie, nagroda (2012, s. 92).

Zauważalnie brakuje zatem rozbudowania zaproponowanych wcześniej kategorii o przynajmniej kilka innych podziałów ze względu na: sposób osiągania nagrody (np. czy uczestnicy zaczynają z wysoką kwotą pieniędzy, a ich zadaniem jest jej utrzymanie, czy jednak stopniowo bogacą się), udział współzawodników (czy uczestnicy grają przeciwko grze czy przeciwko sobie?), rolę prowadzącego, możliwości podpowiedzi, częstotliwość emisji, jawność nagrody, rodzaj nagrody (nagrody rzeczowe czy pieniężne) czy cel teleturnieju (nagrody dla uczestników, dla ich bliskich czy na cele charytatywne, które zwykle zawierają się w odciinkach specjalnych z udziałem znanych osób). To właśnie różnorodność implementacji tak

---

<sup>2</sup> Wspomniane teleturnieje należały do jednych z bardziej popularnych tytułów ostatnich dwóch dekad w Polsce. *Jeden z dziesięciu* jest polskim teleturniejem prowadzonym przez Tadeusza Sznuka, emitowanym od 1994 roku w Telewizji Polskiej na podstawie brytyjskiego formatu *Fifteen to One*. *Milionerzy* prowadzeni przez Huberta Urbańskiego, oparci na brytyjskim *Who Wants to Be a Millionaire?*, od pierwszej emisji w roku 1999 już dwukrotnie powrócili na antenę TVN (1999–2003, 2008–2010, i od 2017). Emitowany w latach 2011–2012 w TVN *Milion w minutę* prowadzony przez Marcina Prokopa, pochodził z amerykańskiego formatu *Minute to Win It*. *Koło fortuny* z TVP2 pochodzi z amerykańskiej licencji *Wheel of Fortune* i emitowane jest z przerwami od 1992 roku (1992–1998, 2007–2009 i od 2017). *Familiada* prowadzona przez Karola Strasburgera emitowana jest od 1994 roku na TVP2, a oparta została na amerykańskim formacie *Family Feud*. *Awantura o kasę* prowadzona przez Krzysztofa Ibisza to z kolei polski teleturniej, emitowany na Polsacie w latach 2002–2005. *Najslabsze ogniwo* prowadzone przez Kazimierzę Szczukę oparte było na brytyjskim formacie *Weakest Link*, a jego emisja odbywała się w latach 2002–2004 na antenie TVN.

<sup>3</sup> Teleturniej *Postaw na milion* prowadzony przez Łukasza Nowickiego, emitowany jest od 2011 roku w Telewizji Polskiej, a oparty został na brytyjskim formacie *The Million Pound Drop*. Prowadzona przez Krzysztofa Ibisza *Gra w ciemno*, emitowana była w latach 2005–2007 w Polsacie. *Czy jesteś mądrzejszy od piątklasisty?*, pochodzące z amerykańskiego formatu *Are You Smarter than a 5th Grader?*, nadawano w latach 2007–2009 na antenie TV Puls.

wielu elementów jednocześnie mogła się przyczynić do stałego zapisania się w telewizyjnej ofercie programowej.

## O HISTORII TELETURNIEJÓW

Za pierwsze wyemitowane teleturnieje często podaje się *Spelling Bee* – jako pierwszy teleturniej telewizyjny (NBC) – oraz radiowy *Information Please!* (BBC) z 1938 roku (Pisarek, 2006, s. 216). Innym z tropów może być audycja *Professor Dick and His Question Box* w kanadyjskim radiu lokalnym za sprawą Roya Warda Dicksona z 1935 roku (Montgomery, 2020). Quizy były jednak obecne w lokalnych brytyjskich stacjach radiowych jeszcze przed założeniem BBC, a wcześniej miały swój początek w Ameryce (Holmes, 2008, s. 38). Gatunek quizu obecny był w wielu audycjach lokalnych stacji radiowych z lat 20., jak np. *Pop the Question* z 1923 roku, formatach radiowych typu „Vox Pop” z lat 30. czy audycjach typu *Uncle Jim’s Question Bee*, gdzie spośród publiczności wybierano uczestników, którzy zmierzają się z odpowiadaniem na szereg pytań (Hoerschelmann, 2006).

Nadanie audycji *Inter-regional Spelling Competition in Children’s Hour* zostało przez BBC uznane za narodziny „programu quizowego” (z ang. *quiz programme*) w radiu brytyjskim (Holmes, 2008, s. 39). Te wczesne formy teleturniejowe ze względu na wybuch II wojny światowej nie miały jednak szansy rozwój. W latach 1946–1947 powróciły pierwsze takie audycje, spośród których część koncentrowała się na rywalizacji międzydziałynowej z wiedzy ogólnej (jak np. *Transatlantic Quiz* czy *Round Britain Quiz*), część dotyczyła konkursów między pojedynczymi osobami (między innymi *What Do You Know?*), a jeszcze inne poświęcano krzyżówkom, literowaniu lub skierowane były bezpośrednio do dzieci (Holmes, 2008, s. 39).

Wśród wartych wspomnienia tytułów lat 40. i 50. znajdują się tytuły BBC, takie jak: *The Brains Trust*, *Have a Go!*, *What Do You Know?*, *Ask Me Another* czy *Top of the Form*. Pierwszymi wielkimi sukcesami cieszyły się natomiast między innymi *Dr. I.Q.* o ogromnej popularności, *Truth or Consequences* jako pierwszy telewizyjny teleturniej z licencją komercyjną czy *CBS Television Quiz*. W latach pięćdziesiątych XX wieku liczba teleturniejów amerykańskiej i brytyjskiej telewizji szybko rosła, a gatunek ten zaczął się pojawiać w ofercie programowej telewizji innych krajów (Godzic, 2004, s. 44).

Teleturnieje do polskiej telewizji (wraz z nazwą) wprowadzili Stanisław Cześnin i Karol Lubelczyk, a za pierwszy polski teleturniej podaje się *Krzyżówkę z papugą* (Pisarek, 2006, s. 216) lub audycję *Zgaduj-Zgadula* prowadzoną przez Wacława Przybylskiego i Andrzeja Rokitę (Kończak, 2008, s. 25). Drugi z nich przyczynił się do niemałego poruszenia, gdy w roku 1956 jako nagrodę główną wręczono cenny samochód za wygranie audycji utrzymanej raczej w formie zabawy niż poważnego konkursu. „Odtąd bój o teleturniejowe laury zaczął się odbywać w oprawie konkursu »Ja wiem wszystko«, którego uczestnicy musieli wykazać się znajomością wielu dziedzin wiedzy” (Kończak, 2008, s. 25).

Teleturnieje w Polsce w latach 1955 i 1957 stanowiły jedynie 2% antenowego czasu (Ludkiewicz, 1957, s. 28–29), jednak wśród rozrywkowej oferty programowej Telewizji Polskiej to właśnie one zyskiwały najwięcej dobrych recenzji i jednocześnie stawały się jednymi z najchętniej oglądanych audycji (Kraśniewski, 1958, s. 23). Już na początku lat 60. powstała

w TVP Redakcja Teleturniejów, początkowo jako część Naczelnej Redakcji Programów Literackich, a następnie jako samodzielna Naczelna Redakcja Programów Rozrywkowych (Pisarek, 2006, s. 216).

Główną rolę w upowszechnieniu tego gatunku odegrali Jan Zakrzewski i Ryszard Serafinowicz, odpowiedzialni za takie produkcje, jak: *Dwadzieścia pytań*, *Śladami Pitagorasa*, *Drzewko mądrości*, *Parada kłamaców*, których zwyczajcy cieszyli się podobną uwagą widzów, co znane postacie ze świata filmu czy sportu (Kończak, 2008, s. 75).

Niewątpliwą ponadczasową sławą, a także dobrymi recenzjami cieszył się teleturniej *Wielka Gra*, oparty na amerykańskim pierwowzorze *64 000 Dollars Answer*. Audycja prowadzona była początkowo przez Zbigniewa Serafinowicza i Joannę Rostocką, a od 1975 roku przez Stanisławę Ryster. Uczestnik miał za zadanie odpowiedzieć ze ściśle określonej dziedziny wiedzy, a każda poprawna odpowiedź podwajała wygraną. Ze względu na czterdzieści cztery lata emisji audycji (od 1962 do 2006) *Wielka gra* stała się także najdłuższym trwającym teleturniejem w Polsce.

Innymi audycjami tzw. złotego wieku teleturniejów lat sześćdziesiątych XX stulecia w Polsce były między innymi sprawdzające wiedzę z wielu dziedzin równocześnie *Kółko i krzyżyk*, jeden z pierwszych teleturniejów cyklicznych *20 pytań*, *Kraj nad Wisłą i Odrą*, *21*, *Asocjacje*. W kolejnym dziesięcioleciu wspomnieć należy o *Sondzie* na antenie programu drugiego, który „mimo ograniczonej przez zasięg programu widowni uznany został za wybitny w swoim gatunku” (Kończak, 2008, s. 165). Wśród teleturniejowych produkcji kolejnych lat na uwagę zasługują między innymi *Gram dla...*, *Wszystko albo nic*, *Gra o milion*, *Skojarzenia* czy *Omnibus*.

Teleturnieje oparte na quizach w polskiej historii telewizji kilkakrotnie notowały spadki i wzrosty zainteresowania. Część z nich przywracano w zależności od aktualnego zainteresowania widowni, między innymi *Koło Fortuny* (oparte na amerykańskim *Wheel of Fortune*) emitowane w TVP w latach 1992–1998, 2007–2009 i od 2017 czy *Milionerzy* (pochodzący z brytyjskiego *Who Wants to Be a Millionaire?*) z lat 1999–2003, 2008–2010 oraz ponownie od 2017 roku w TVN. W związku z pandemią COVID-19 w marcu 2020 roku nagrania wszystkich polskich teleturniejów zostały wstrzymane, jednak niektóre produkcje wznowiono po około miesiącu.

Obecnie quizy to jednak nie tylko telewizyjne teleturnieje czy rozrywkowy gatunek kolorowych magazynów. Sporadycznie, i w konwencji bieżących wydarzeń, występują również w prasie codziennej i w radiowym konkursie. Od kilku lat, podobnie jak wiele innych, a w tym kontekście: szczególnie rozrywkowych form, quizy znalazły jednak swoje miejsce również w internecie. Codziennie publikowane swoiste internetowe testy wiedzy są dostępne nie tylko w zakładkach „Gier” dla dzieci i młodzieży, ale także często występują na portalach informacyjnych, serwisach plotkarskich i stronach internetowych mediów masowych.

## RYNEK INTERNETOWYCH QUIZÓW

Internetowe quizy, mimo że tak liczne obecnie, to nieco umykają poważnym opracowaniom naukowym, przez co wskazanie jakiegoś rodzaju linii czasowej, dynamiki rozwoju



czy wskaźników popularności jest trudne do ustalenia. Artykuły naukowe poruszające temat quizów w większości dotyczą ich efektywnego wykorzystania w nauce i szkolnictwie w kontekście zastosowania praktycznego narzędzia angażującego uczących się na przykładzie aplikacji takich jak *Kahoot!* czy *Quizlet* (por. Moisienko, 2018). Opisywane w ten sposób badania i analizy zwykle odnoszą się jedynie do zalet quizów, podkreślając, że stanowią one między innymi urozmaicenie technik edukacyjnych, szybki sposób podsumowania wiedzy i monitorowania postępów czy zachęcenie do dyskusji i współpracy, gdy quiz rozwiązywany jest w grupach (Mokwa-Tarnowska, 2016).

Do pewnego stopnia również w taki sposób można rozpatrywać internetowe quizy. Zwykle mają one bowiem formę testową i składają się z kilkunastu pytań wraz z kilkoma odpowiedziami do wyboru (np. cztery) oraz dotyczą ogólnego sprawdzenia wiedzy w postaci między innymi logicznych czy matematycznych zagadek wiedzy ogólnej lub też wiedzy szczegółowej, dotyczącej bardziej tematycznie ukierunkowanych zagadnień.

Quizy w polskojęzycznej przestrzeni wirtualnej znaleźć można przede wszystkim na medialnych stronach internetowych w postaci dodatkowej rozrywkowej treści oraz na poświęconych im portalach. Porządkując takie wyliczenie ze względu na częstotliwość ich występowania, warto wspomnieć o możliwości wyszukania quizów we fragmentach audycji telewizyjnych czy radiowych na portalach mediów publicznych. Nie są one jednak interakcyjne ani dostosowane do internetowego użytkownika. Quizy raczej nie występują na portalach tradycyjnej/internetowej telewizji czy mediów religijnych i eksperckich. Wyjątek stanowi *Wielki Test Telewizji Polskiej* zawierający na swojej stronie niespełna sto testów, spośród których odnaleźć można zarówno tzw. rozgrzewki, jak i konkretny *Wielki Test...*, dotyczących między innymi Bożego Narodzenia, sylwestra, języka polskiego, sportowców czy klimatu.

Polskojęzyczne blogi również jedynie sporadycznie decydują się na publikowanie quizów, podczas gdy anglojęzyczne tematyczne blogi oparte na quizach mają nawet nazwę rodzajową – są to tzw. *blog quizzes* lub *quiz blog*. W Polsce blogi czasem publikują minisondy, pozbawione interakcyjności quizy (napisane ciągiem pytania i odpowiedzi w formie testu, które czytelnik musi sam zsumować i odnaleźć odpowiadające rozwiązanie) bądź linki do testów wiedzy, które znajdują się na zewnętrznych stronach oferujących możliwość łatwego utworzenia ankiety (jak np. *FunTest.pl*).

Do grupy portali publikujących zwykle niewiele quizów, ale posiadających w obrębie swojej grupy od jednego do kilku przedstawicieli o dużym nasyceniu quizami, zaliczyć można portale stacji radiowych oraz portale magazynów drukowanych. Radio Zet Gold i Radio Żółte Przeboje aktywnie tworzą quizy, podczas gdy w dużo mniejszym stopniu quizy można spotkać także między innymi na stronach Radia Zet, RMF FM, Antyradia czy Radia Pogoda. Wśród magazynów drukowanych wyjątkami będzie zaledwie kilkoro przedstawicieli prasy dziecięcej, młodzieżowej, kobiecej czy magazynów o charakterze społeczno-politycznym, na przykład „Glamour”, „Elle” czy „Wprost” ([wprost.pl/quizy](http://wprost.pl/quizy)), który przeznaczył jedną z podstron na liczne i niemalże codzienne dodawane quizy.

Do grupy najbardziej zaangażowanych w publikowanie quizów zaliczyć można ogólnopolskie portale informacyjne (takie jak: [onet.pl](http://onet.pl), [wp.pl](http://wp.pl), [interia.pl](http://interia.pl), [gazeta.pl](http://gazeta.pl) czy [o2.pl](http://o2.pl)) oraz portale drukowanych gazet i wcześniej wspomnianych niektórych magazynów (np. [wyborcza.pl](http://wyborcza.pl), [kurierlubelski.pl](http://kurierlubelski.pl), [dziennikzachodni.pl](http://dziennikzachodni.pl)). W większości przypadków znajdują się na nich

bezpośrednie odnośniki do podstrony z quizami w widocznym miejscu. Co ciekawe, odnotować też można pewien poziom meta publikowanych quizów. Niektóre portale tworzą bowiem quizy o znajomości ich medium lub o innych mediach (np. gazeta.pl udostępniła kilka testów wiedzy o znajomości TVP).

Quizy często umieszczane są w ich głównym menu strony (na górnym pasku zakładek), w menu rozwijanym bądź w obrębie tematycznych podstron dotyczących tematów bardziej rozrywkowych, plotkarskich, poradnikowych, lifestylowych itp. Zwykle można je znaleźć na podstronach i samodzielnych portalach kierowanych do kobiet, takich jak kobieta.onet.pl, kobieta.wp.pl, kobieta.pl. Przykładem może być mnogość quizów na portalu gazeta.pl, znajdujących się w zakładce quizy.gazeta.pl oraz w aż sześciu z dziewięciu działów tego portalu, mianowicie: *Wiadomości*, *Kobieta*, *Plotek*, *Dziecko*, *Kultura*, *Horoskopy na dziś*. Gazeta.pl tworzy również *Co piątkowy quiz wiedzy – sprawdź się!*, których do połowy 2021 roku było już ponad 460, czyniąc quizy stałym działem swojego portalu.

Quizy na stronach prasy regionalnej mają często bardziej lokalny charakter – pytają o miejscowe zabytki, ciekawe miejsca, regionalizmy itp. (między innymi *Jak dobrze znasz Park Śląski?*, *Czy pamiętasz stare nazwy ulic?*). Quizy występują także na portalach tabloidów i serwisach plotkarskich (np. se.pl, plotek.pl, plejada.pl), na portalach tematycznych (takich, jak filmweb.pl czy poradnikzdrowie.pl) czy stronach większych muzeów (np. Muzeum Narodowe w Warszawie lub Muzeum Historii Polski).

Zauważalnie quizy stały się powszechną formą rozrywki dostępną na wielu popularnych stronach medialnych. Wzmoczona aktywność w tworzeniu quizów może wynikać z tematyki portali, ich codziennego charakteru, a przede wszystkim z próby zagospodarowania większej ilości czasu użytkownika spędzanej na ich stronie. Ponadto, po rozwiązaniu quizu, oprócz ostatecznego wyniku czy możliwości sprawdzenia swoich odpowiedzi, widnieją także banery „Podziel się wynikiem” czy „Udostępnij quiz na Facebooku”, co zapewnia niemalże bezpłatny marketing w mediach społecznościowych. Zwykle strona zawierająca quizy jest zbiorem standardowych testów, w których użytkownik pytany jest swoją wiedzę, i/lub quizów osobowościowych, w przypadku gdy odpowiedzi na pytania mają w rozwiązaniu powiedzieć coś o samym użytkowniku na podstawie jego wyboru odpowiedzi.

## QUIZOWE PORTALE

Społeczna potrzeba udzielania odpowiedzi w wirtualny i interaktywny sposób w ciągu kilku ostatnich lat spowodowała rozkwit formy internetowych quizów. Powstało wiele polskich portali poświęconych jedynie możliwości rozwiązywania internetowych testów. Wśród anglojęzycznych stron internetowych z quizami wymienić można między innymi: Quizilla, FunTrivia, OkCupid, Sporcle czy Quizlet. W Polsce są to natomiast między innymi SameQuizy, będące 408 najpopularniejszą witryną w Polsce z 1,73 miliona odsłon w ciągu jednego miesiąca<sup>4</sup>, Quizme zajmująca 1,29 tysiąca miejsce w rankingu polskich witryn z niespełna 390 tysięcy

---

<sup>4</sup> Zob. <https://www.similarweb.com/website/samequizes.pl> [9.08.2021].



odsłon miesięcznie<sup>5</sup>, Quizowa z 1,96 tysiąca miejsca i 297 tysięcy odsłon<sup>6</sup>, a także: quizy-dlawiedzy.pl, quizywiadzy.pl, globalquiz.org, alequizy.pl, lubiequizy.pl czy KochamQuizy.pl.

Samequizy.pl istnieją od 2013 roku i dysponują bazą już ponad 55 tysięcy aktywnych quizów, posegregowanych w 66 kategoriach szczegółowych. Są bardzo interakcyjnym portalem dysponującym tysiącami aktywnych użytkowników rozwiązujących, udostępniających i tworzących treści. Liczby rozwiązań danych quizów są rozbieżne i oscylują między kilkuset a kilkudziesięcioma tysiącami, zaś strona skupia się raczej na eksponowaniu funkcji społecznościowych, jak np. liczby komentarzy. Mnogość quizów dotyczących tematów ulubionych youtuberów i szkoły, pozwala określić, że cieszy się on ogromną popularnością wśród młodych pokoleń. Wiele pytań dotyczących wieku osoby rozwiązującej quiz podaje przedziały najczęściej między 10 a 15 lat (przykładowo: „Mniej niż 10”, „11–15”, „więcej niż 15”). Analizując pytania dotyczące youtuberów, można zauważyć, że zdecydowana większość odwołuje się do młodych twórców wideo, nagrywających właśnie dla swojej generacji Z. Warto także zwrócić uwagę, że nierzadko youtuberzy nagrywają filmiki o tym, jak sami rozwiązują takie quizy (o sobie samym bądź o innych youtube'owych twórcach), co także potwierdza grupę, do której kierowane są quizowe portale.

Warto zwrócić uwagę również na grywalizacyjne aspekty portalu, zachęcające do tworzenia treści poprzez: otrzymywanie osiągnięć, zdobywanie obserwowujących, udostępnianie swoich wyników i quizów na Facebooku oraz tworzenie rankingów najaktywniejszych użytkowników. Co ciekawe, SameQuizy zwracają uwagę na prawa autorskie, zauważając, że wiele materiałów pochodzi od bezimiennych, internetowych autorów, jednocześnie dodając informację, że jeśli jest to możliwe, podają źródło oraz autora danego materiału, nie przypisują sobie pełnych praw autorskich do ich twórczości, a jedynie je promują i sprawiają, że materiały docierają do dalszej publiczności (Samequizy.pl, 2021). Zachęcają także do kontaktu w przypadku naruszenia takich praw, z zaznaczeniem, że serwis nie ponosi odpowiedzialności za treści reklam, komentarzy oraz quizów dodanych przez użytkowników, w szczególności że treści w serwisie tworzone są w większości przez ich społeczność.

Warto wspomnieć także o filing.pl, który jest różnorodnym portalem, zawierającym głównie inspiracyjne artykuły o ciekawostkach, galerie zdjęć, materiały wideo, a także sporą bazę, która jest zaczerpnięta ze strony SameQuizy i na nią przekierowuje.

Istniejący od 2014 roku quizme.pl na swoim pasku zakładek wyróżnia *Psychotesty*, *TOP*, *Poczekalnię*, a także możliwości edukacyjne quizowych wyzwań oraz stworzenia własnego quizu (*Ucz się, Baw się, Stwórz*). Publikuje także rankingi tygodnia i dnia wcześniejszego najpopularniejszych autorów. Głównymi kategoriami tematycznymi są tam quizy: geograficzne, historyczne, literackie, naukowe, wiedzy ogólnej, psychologiczne, zagadki i testy dla dzieci. W ciągu tygodnia od publikacji popularne quizy osiągają tutaj po kilka tysięcy rozwiązań, podczas gdy najpopularniejszy quiz na stronie (*Statystyczny Polak ma problemy z odpowiedzią na te proste pytania, a Ty?*) rozwiązało już prawie 400 tysięcy użytkowników.

Quizowa.pl w głównym banerze umożliwia w łatwy sposób przeniesienie się do *TOP20* oraz do najnowszych, losowych bądź tematycznych quizów (a także – szkolnych lektur).

<sup>5</sup> Zob. <https://www.similarweb.com/website/quizme.pl> [9.08.2021].

<sup>6</sup> Zob. <https://www.similarweb.com/website/quizowa.pl> [9.08.2021].

Wśród działów tematycznych widnieją działy: *Wiedza ogólna, Nauka, Ludzie, Retro* oraz *Kultura*. Kategorie quizów dzielą się nie tylko tematycznie, ale także pod względem rodzaju quizów między innymi na: *Quizy wiedzy, Psychotesty, Łamigłówki*. Większość z nich osiąga od tysiąca od kilkunastu tysięcy rozwiązań, a najpopularniejszy quiz (*Test na inteligencję*) posiada ich nawet powyżej 237 tysięcy. Portal ten jako jedyny z uprzednio wymienionych nie stwarza możliwości dodawania quizów przez użytkowników.

## RODZAJE INTERNETOWYCH QUIZÓW

W odniesieniu wirtualnych quizów do teleturniejów istotną różnicą jest pomniejszenie roli rywalizacji, co bezpośrednio wiąże się ze zmianą celu uczestniczenia w takim quizie. Cechać ją będzie między innymi wspomniana już interakcyjność w związku z natychmiastową reakcją portalu na odpowiedzi internauty (np. zwykle od razu po zaznaczeniu odpowiedzi podkreśla ją na zielony lub czerwony kolor w zależności od jej poprawności), a także podaje uzyskany wynik w ciągu kilku sekund. Ze względu na wiele rodzajów internetowych quizów zauważyć można różne odmiany wzorca gatunkowego, np. formuła pytań i odpowiedzi czasem nie przypomina klasycznego zapytania, nie powoduje też przeniesienia do kolejnej odpowiedzi lub nie kończy się podsumowaniem rozgrywki respondenta.

Mnogość powstających quizów stworzyła potrzebę ich ciągłego rozwijania i poszukiwania nowych rodzajów. Najbardziej rozległy podział kategorii rodzajowych quizów znajduje się na portalu SameQuizy. W 2017 roku stanowiło je pięć kategorii: sondy *Co wolisz?*, *Facequiz*, *Zgadywanki*, *Opowiadania* oraz *Creepypasty*, podczas gdy w 2021 roku było ich już dwukrotnie więcej: *Quizy osobowościowe*, *Testy*, *Testy na czas*, *Głosowania*, *Co wolisz?*, *Zgadywanki*, *Zdrapki*, *Litery*, *Przerwania* i *Opowiadania*.

Kategorię *Co wolisz?* stanowią szybkie sondy, które prawdopodobnie są najpopularniejszymi (mini)quizami, składającymi się najczęściej z pytania „Co wolisz?” (lub „Co byś wolał?”). Często dotyczą hipotetycznych zdarzeń, stanów, lęków, nierzadko opierając się na antonimach i trudnych wyborach. Na pytanie „Co byś wolał?” możliwe jest zaznaczenie jednej z dwóch odpowiedzi, np. „Zrezygnować z Internetu przez miesiąc” lub „Zrezygnować z kąpieli przez miesiąc”. Sporadycznie pojawiają się także pytania „Kogo wolisz?” (szczególnie w stosunku do postaci kreskówkowych, filmowych czy youtuberów), a także serie pytań, często z większą liczbą odpowiedzi do wyboru. Taki rodzaj quizów jest niezwykle istotny ze względu na ogromną liczbę udzielanych odpowiedzi – większość powyżej 40 tysięcy głosów raczej unikalnych (osoby o stałym numerze IP mogą oddać głos tylko raz). Po udzieleniu odpowiedzi wyświetlany jest procent i liczby głosów oddane na poszczególne opcje wyboru oraz przycisk „Udostępnij swoją odpowiedź na Facebooku”. Podobną do niej formą są także *Głosowania*, dzięki którym można dodatkowo zobaczyć dokładną liczbę oddanych głosów na każdą z odpowiedzi. Takie quizy uzyskują po kilka tysięcy odpowiedzi dziennie.

Facequiz był rodzajem najbardziej przypominającym quizy z kolorowych magazynów. Przeważnie polegał na udzieleniu odpowiedzi na kilka, kilkanaście prostych pytań o charakterze zamkniętym, dając pełniejszy obraz odbiorcy, a wynik puentuje przypisaniem respondenta do danej postaci, stylu itp. oraz w kilku zdaniach podsumowuje jego wybory. Czasem takie quizy to jedynie losowy wybór znajomych w ciekawej konwencji (za zgodą połączenia

z Facebookiem), np. *Kto z Twoich znajomych ma na Ciebie dobry/zły wpływ?*. Pytania często dotyczyły samego respondenta, jego znajomych, pupili czy znajomości i korzystania z nowych mediów. Obecnie zostały one rozbite na *Quizy osobowościowe* (stawiające respondenta w centrum zainteresowania), a także bardziej ogólne – *Przetrwania* (które kończą się wraz z pierwszą złą odpowiedzią), *Testy* (które po zakończeniu quizu pokazują osiągnięty wynik) i *Testy na czas* (które kończą się wraz z upływem przewidzianego czasu).

*Zgadywanki* to forma (zwykle) kilkunastu obrazków, czasem podpisanych, z dynamicznie zmieniającym się pytaniem. Odpowiadający przy każdym pytaniu ma trzy szanse na udzielenie poprawnej odpowiedzi, jednak po każdej straconej szansie nieco odejmuje się ostateczny wynik. Przeważnie taka zgadywanka polega na rozpoznawaniu bądź przypisaniu ciekawostki do właściwego filmowego czy kreskówkowego charakteru, aktora, celebryty, youtubera czy zwierzęcia. Zgadywanki są popularnym i stosunkowo czasochłonnym quizem, jednak generującym niewielkie zainteresowanie odnośnie do komentowania, polubienia czy udostępnienia.

Stosunkowo najmłodszymi formami są natomiast *Zdrapki* oraz *Litery*. Pierwsze z nich umożliwiają wirtualne „zdrapanie” szarego pola, aby odkryć obrazki pod spodem i losowo przypisać wynik do użytkownika. Pytanie do wielu z nich zaczyna się od: „Czy zdrapka zgadnie...”, „Czy zdrapce uda się odgadnąć...”, „Zdrap...”, „Wylosuj...” itp. *Litery* to natomiast odmiana quizów wiedzy, w której zamiast podanych odpowiedzi są puste pola i zestaw szesnastu liter, spośród których należy ułożyć odpowiedź na pytanie. Dotyczą one zwykle znajomości popularnych filmów, seriali, znanych osób, medialnych produkcji czy też szczegółowych pytań z zakresu biologii, geografii czy historii.

Dodatkowo warto wspomnieć jeszcze o dwóch kategoriach, bardziej skierowanych na czytanie niż rozwiązywanie quizu, ale zawierających się w te same formule. *Opowiadania* są współczesnymi odpowiednikami blogowych historii starszego pokolenia. Występują pojedynczo lub w seriach, a ich tematyka często dotyczy miłości, przyjaźni czy łączenia znanych popkulturowych postaci z różnych filmów/bajek w jedną opowieść. Są raczej rzadko udostępniane i komentowane, a liczba quizowych serduszek zwykle wynosi od kilkuset do 2 tysięcy. *Creepypasta* jest natomiast formą opowiadania o przerażającej tematyce – horrory pisane przez dzieci i nastolatków dla nich samych. Czasem dołączone są do nich wyszukane w sieci straszne obrazki anime, zdjęcia lub proste fotomontaże. Najważniejsza, podobnie jak w *Opowiadaniach*, jest jednak historia, która poprzez możliwość wyboru odpowiedzi (forma quizu) przekierowuje do różnych ścieżek rozwoju historii. Popularne serie creepypasty osiągają nawet do 600 facebookowych udostępnień, do 6 tysięcy reakcji „serduszek” i do 800 komentarzy. Występują zarówno w seriach, jak i jako pojedyncze opowieści.

Ta mnogość rodzajowa, którą wytworzył najpopularniejszy tego typu portal w Polsce, a także sprytnie aspekty grywalizacyjne i połączenia z mediami społecznościowymi, od wielu lat utrzymują go na pierwszej pozycji w swojej kategorii. Mimo udzielania kilkudziesięciu tysięcy odpowiedzi dziennie na quizowe pytania można odnieść wrażenie, że obecnie pozycja quizów znajduje się w tendencji spadkowej i wciąż traci na wartości. Warto jednocześnie podkreślić, że jedynie trzy z opisanych kategorii (*Quizy osobowościowe*, *Testy*, *Testy na czas*) znajdują uzasadnienie w definicji gatunkowej. Pozostałe, choć oparte na podobnej mechanice i estetyce portalu, zdają się ciekawymi wariacjami na temat quizów wymykającymi się ramom definicyjnym, jednak nie quizami w pełnym tego słowa znaczeniu.

## ZAKOŃCZENIE

Quizy w historii mediów stanowią ważny i jednocześnie trudny do zbadania gatunek. Częściowo dlatego, że nawet najdokładniej opisana odmiana telewizyjnych quizów, postrzegana jest jako jedna z najbardziej efemerycznych form telewizji i podlegająca szybkiej dezaktualizacji, zarówno treści, jak i formatów czy aspektów wizualnych (Holmes, 2008, s. 162–165). Skovmand (2000) z kolei słusznie wskazuje, że do krytycznej marginalizacji gatunku przyczyniło się wiele czynników, od pozornej trudności w traktowaniu teleturniejów jako tekstów do analizy po oceny wartości kulturowych.

Dodatkowo poszczególne formy quizów, w zależności od medium ich występowania, różnią się między sobą i to nie tylko ze względu na sposób rozpowszechniania, grupy odbiorcze, różne rodzaje i to już na etapie definicyjnego ich ujęcia. Telewizyjne teleturnieje ze względu na formę audiowizualną, są całościowo dużo bardziej kompletne, zaplanowane, droższe w produkcji, o dużo większej liczbie składników i bodźców przygotowanych dla widza. Przede wszystkim wpisują się one bardziej w konwencję konkursu z nagrodami, podczas gdy internetowe quizy pozwalają skoncentrować się odbiorcy na sobie samym, a po udostępnieniu w mediach społecznościowych – także na grupie jego znajomych, dając zimny, choć towarzyski komfort (Maloney, 2014).

Wiele quizów, zarówno na quizowych portalach, jak i na pozostałych w polskiej przestrzeni internetowej dotyczy sprawdzenia swojej wiedzy, a szczególną popularnością cieszą się quizy dotyczące poziomu IQ, łamigłówek logicznych (rzadziej tych matematycznych), czy zapewnień, że tylko niewielka część populacji umie odpowiedzieć na zadane pytania. Być może jest to obiecujący trop do nadrabiania luk w edukacji obecnych uczniów podstawówki czy licealistów albo chociaż do zainteresowania się zdobywaniem wiedzy. Sherry Turkle jest jednak zdania, że ludzie od zawsze rozwiązywali takie quizy, ale przed erą mediów społecznościowych robili to dla siebie (Maloney, 2014). Ponadto możliwości wielokrotnego powtarzania tych samych quizów mogą prowadzić do błędnego wniosku o nieomyślności i przyjęcia postaw narcystycznych.

Internetowe formy odpowiedzi na pytania zdają się jednak tworzone głównie z myślą o młodym pokoleniu, a także przez nich samych, którzy nie tylko z przyjemnością sprawdzają swoją wiedzę w quizach, ale równie chętnie dzielą się wynikami i udostępniają takie treści wśród znajomych. Potencjalnie takie portale stanowią szerokie i wielowątkowe bazy danych o młodych osobach.

Z tego też względu quizy w internecie szybko stały się także celem marketingowców, którzy rozpisując się o licznych zaletach takiego zabiegu, dodają, że nawet marka działająca w poważnej, sztywnej branży może wykorzystać quizy w swojej komunikacji (Polanowicz, 2015). Jak wskazują badania Stephanie Berberick i Matthew McAllister (2014), internetowe quizy stały się nową formą rytuału łączącego zabawę, z aspektami tożsamościowymi i przynależnością do grupy, co zapewnia niemalże bezkosztowy marketing oraz bezpłatny dostęp do licznych danych osobowych.

Historia rozrywki nie byłaby jednak taka sama bez quizów, które przynosząc odbiorcom rozrywkę, zapewniają też rozgłos dla mediów i przekładają się na większą sprzedaż. W obu przypadkach chodzi jednak o komercyjny sukces produktu – czy to produkowanego teleturnieju, czy marki quizowego portalu lub medialnych stron internetowych.

## BIBLIOGRAFIA

- Barczyk, A. (2012). Charakterystyka teleturniejów emitowanych w polskiej telewizji publicznej. *Kultura – Media – Teologia*, 10, 90–102.
- Bauer, Z., Chudziński, E. (2016). *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków: Universitas.
- Berberick S., McAllister, M. (2016). Online Quizzes as Viral, Consumption-Based Identities. *International Journal of Communication*, 10, 3423–3441.
- DeLong, T.A. (1991). *Quiz Craze: America's Infatuation with Game Shows*. New York: Praeger.
- Encyklopedia PWN. (2021). *Teleturniej*. Pobrano z: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/teleturniej;3986206.html> [21.09.2021].
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- Godzic, W. (2004). *Telewizja i jej gatunki po Wielkim Bracie*. Kraków: Universitas.
- Hoerschelmann, O. (2006). *Rules of the Game: Quiz Shows and American Culture*. New York: State University of New York Press.
- Holmes, S. (2008). *The Quiz Show*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- Kończak, J. (2008). *Od Tele-Echa do Polskiego Zoo. Ewolucja programu TVP*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kraśniewski, J. (1958). Quizy – dobra seria STLZ. *Antena*, 7/8, 23.
- Ludkiewicz, S. (1957). Dodatek do życia czy samo życie. *Antena*, 9, 28–29.
- Maloney, D. (2014). *Our Obsession With Online Quizzes Comes From Fear, Not Narcissism*. Pobrano z: <https://www.wired.com/2014/03/buzzfeed-quizzes/> [2.10.2021].
- Moisienko, N. (2018). Online-quiz Kahoot! i online-aplikacja Quizlet jako narzędzia do urozmaicenia lekcji jpjo. *Kwartalnik Polonicum*, 28/29, 25–29.
- Mokwa-Tarnowska, I. (2016). Zwiększanie koncentracji studentów na zajęciach tradycyjnych przy pomocy narzędzi internetowych. *Zeszyty Naukowe Wydziału Elektrotechniki i Automatyki Politechniki Gdańskiej*, 48, 67–72.
- Montgomery, M. (2020). *Canada history: May 15, 1935: "I'll take quiz shows for \$1,000, Alex*. Pobrano z: <https://www.rcinet.ca/en/2020/05/15/canada-history-may-15-1935-ill-take-quiz-shows-for-1000-alex/> [15.09.2021].
- Oxford English Dictionary*. (2021). *Quiz*. Retrieved from: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> [15.08.2021].
- Oxford English Dictionary*. (2021). *Game show*. Retrieved from: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> [1.10.2021].
- Pisarek, W. (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: TAiWPN Universitas.
- Polanowicz, M. (2015). *Wielki powrót mody lat 90.? Quizy zdobywają serca contentowców*. Pobrano z: <https://contentsolutions.pl/wielki-powrot-mody-lat-90-quizy-zdobywaja-serca-contentowcow/> [2.10.2021].
- Quinion, M. (1999). *Quiz*. Pobrano z: World Wide Words, <http://www.worldwidewords.org/qa/qa-qui1.htm> [15.08.2021].
- Samequizy.pl. (2021). *Prawa autorskie*. Pobrano z: <http://samequizy.pl/prawa-autorskie> [15.08.2021].
- Skovmand, M. (2000). Barbarous TV: Syndicated Wheels of Fortune. W: H. Newcomb (ed.), *Television: The Critical View* (s. 367–382). Oxford: Oxford University Press.

- Słownik języka polskiego PWN*. (2021). *Quiz*. Pobrano z: <http://sjp.pwn.pl/sjp/quiz;2573184.html> [15.08.2021].
- Synonim.net. (2021). *Quiz*. Pobrano z: <http://synonim.net/synonim/quiz> [15.08.2021].
- Turner, G. (2001). The Uses and Limitations of Genre. W: G. Creeber (ed.), *The Television Genre Book* (s. 4–5). London: BFI.
- Tytuła, M., Okarmus, J. (2013). *Słownik wyrazów obcych*. Warszawa – Bielsko Biała: Wydawnictwo Szkolne PWN.
- Whannel, G. (1992). The Price is Right but the Moments are Sticky: Television, Quiz and Games Shows and Popular Culture. W: D. Strinati, S. Wagg (eds.), *Come On Down: Popular Culture in Post-War Britain* (s. 179–201). London: Routledge.
- Wielki słownik języka polskiego*. (2021). *Teleturniej*. Pobrano z: [https://www.wsjp.pl/index.php?id\\_hasla=52101&ind=0&w\\_szukaj=teleturniej](https://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=52101&ind=0&w_szukaj=teleturniej) [21.09.2021].

#### QUIZZES – FROM GAME SHOWS TO ONLINE ENTERTAINMENT

Quizzes have become an inseparable element of the media landscape. They can be found in the number of titles of newspapers and magazines, radio contests and, in particular, in television game shows. Nowadays quizzes are also more and more observable in virtual space. Virtual quizzes, however, avoid an attempt of a simple definition, e.g. due to the genre differences present in other media. After the adoption of the media studies and historical perspective in this article, two media environments – television and the Internet – were presented, in which quizzes had an opportunity to achieve a popularity. The market of the internet quizzes and its typology were also characterized.

Słowa kluczowe: quiz, internet quizzes, types of quizzes, Polish quiz market, game shows

Zgłoszenie artykułu: 17.08.2021

Recenzje: 12.09.2021

Rewizja: 4.10.2021

Akceptacja: 4.10.2021

Publikacja on-line: 30.10.2021



**Teresa Jadwiga Zbyrad\***

ORCID: 0000-0001-8124-8822

University of Rzeszów, Poland

## ASISTED LIVING INSTITUTIONS AS THE BASIS OF ORDER AND A FORM OF BEHAVIOUR CONTROL FROM THE PERSPECTIVE OF ERVING GOFFMAN'S SYSTEMS THEORY

Assisted living institutions such as nursing homes were established to answer a vital social need. Such services are needed by the elderly, disabled, and chronically ill. The social demand for these institutions is growing due to a deficit of care functions in families, among other factors. Undoubtedly, assisted living institutions play a vital role by providing help and assistance to less-independent individuals, and for many, they are a chance for survival or a dignified life because they offer food and shelter. However, nursing homes as assisted living institutions are not limited to satisfying the needs of their residents. There is something surprising and worrying about their functioning. To use R.K. Merton's terminology, they operate according to latent functions that maintain social order and social control. To better understand the problem, it is worth looking at Erving Goffman's popular theory of total institutions and Niklas Luhmann's social systems theory.

Keywords: assisted living institutions, nursing homes, total institutions, social control, social order, social needs, social care system, assistance, help

Institutions form an integral part of social reality. It is hard to imagine contemporary societies without them. The importance of institutions arises from the functions they serve to satisfy the collective needs of a society. Accordingly, asocial structure is saturated with numerous institutions, from public, cultural, educational, economic, social or religious macro-institutions to micro-institutions, the family being the most important of the latter. Institutional analysis applies numerous theories (the most popular being functionalism) in order to justify their social participation. However, not all analyses are successful because of the functions that institutions serve, which may be either manifest or latent (as per R.K. Merton). The latent functions, as they are surrounded by an air of secrecy, privacy, invisibility and inaccessibility, inspire a quest to reveal the unseen side of institutions.

---

\* Teresa Jadwiga Zbyrad, Instytut Nauk Socjologicznych, Uniwersytet Rzeszowski, al. Rejtana 16c, 35-959 Rzeszów, Polska; e-mail: [tzbyrad@interia.pl](mailto:tzbyrad@interia.pl)

The characteristic feature of assisted living institutions is that they provide for care and nursing needs. Such institutions include nursing homes, skilled nursing facilities, and long-term care facilities. Assisted living institutions are needed when families cannot provide assistance to elderly, disabled or chronically ill family members. In Poland, the demand for care services is great and their main provider is the state. The most common type of assisted living institutions are nursing homes, and from a sociological perspective, they are institutions of the social policy of the state and formal organisations providing care services. The specific features that distinguish nursing homes from other institutions are formal organisation, social sponsoring and responsibility, profit not being the main goal of activity, functional generalisation – an integrated approach to human needs, and providing for the consumer needs of individuals (Każmierczak and Łuczyńska, 1996, pp. 65–68).

In Poland, in 2019 there were 1,831 such homes with 113,068 residents (GUS, 2019, p. 393). The number of nursing homes and of their residents is growing every year. In 2010, there were 1,138 nursing homes with 82,224 residents (GUS, 2010, p. 427). An Act of 2004 identified the following types of nursing homes, based on the target groups of residents: (1) for the elderly, (2) for patients with chronic somatic diseases, (3) for patients with chronic mental disorders, (4) for adults with intellectual disabilities, (5) for children and youth with intellectual disabilities, and (6) for persons with physical disabilities (Dz.U. 2004, no. 64, item 593).

Although it is generally known how nursing homes work, it is worth taking a closer look at their functions. One interesting question is: What are the foundations of those institutions in light of sociological theories? Is providing for the needs defined in the Act their only function, or is there something more? In what way do assisted living institutions contribute to maintaining social order? Do they perform control functions? What are the limits of the freedom of their residents? Do assisted living institutions constrain their residents? It is significant that despite the promotion of deinstitutionalization in the modern world in the countries of Central and Eastern European (CEE), social welfare homes persist as “old institutions” as pointed out, among others, by Mladenov and Petri (2019). Do neo-institutional theories provide us with the answer as to why this is so? Is Piotr Sztompka right when he states that: “There is theoretical pluralism, a break with the dogmatism of one exclusive theory and Merton’s ‘disciplined eclecticism’” (Merton, 1976, p. 169; Sztompka, 2011, p. 45)? Forecasts to 2030 indicate a need for nursing homes, while stating that seniors “are reluctant to leave their own environment even when severely disabled” (Szweda-Lewandowska, 2007, p. 10). Why then, given the reluctance of seniors towards nursing homes, despite efforts towards deinstitutionalisation, is so little being done in local communities to strengthen care services that support the family? What is the hidden function of nursing homes in Poland? Is it perhaps about “regulation of bodies” in the social space, excluding people whose bodies do not meet the current ideals of beauty, reminding them of the inevitable aging process (see: Jakubowska, 2009, pp. 240–241). Or is it about “isolating the unwanted”? Answers (at least partial) to these questions may be found in Erving Goffman’s in-depth analysis of total institutions, Niklas Luhmann’s systems theory, and concepts about the legitimacy of maintaining institutions despite the tendency towards deinstitutionalisation.



The content of the article is based on the analysis of existing data. The leading source is the theory of total institution developed by E. Goffman in his book: *Total institutions* (original title: *Asylums. Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*) (1961). The second leading source is the book by N. Luhmann, *Social Systems. Outline of a General Theory* (2007). The reasons behind the persistence of the system of old institutions with deinstitutionalisation tendencies, especially in CEE countries, are taken up by Mladenov and Petriin their article *Critique of deinstitutionalisation in postsocialist Central and Eastern Europe* (2019). Other source data provided the basis for numerous studies conducted in nursing homes by T. Zbyrad, culminating in the article, "Total care institutions as a form of enslavement and control over a person in need of help. On the example of nursing homes" (2012) and the book, *From total institution to democratic. Nursing homes in Poland* (2014). Legal acts that normalize the functioning of social welfare homes in Poland provide an additional source for analysis.

Based on the collected source material, I put forward a thesis that care institutions are indispensable and, apart from their overt functions, they perform covert functions. In every society there is a certain category of people who because of age or disability cannot count on help from their families or even with proper support cannot remain in their own living environment. For such people, institutions are indispensable and do not raise any doubts. However, what does raise doubts is how their numbers are remaining stable, or increasing. It is therefore necessary to look for what is hidden. That is, in addition to the overt functions defined by law, such as meeting the needs of the residents, these institutions also perform covert functions. In other words, they are useful to society. To this second category of functions I include a kind of social control system and maintenance of social order. The concepts of Goffman and Luhmann fit this logic. Societies used to have enclaves of poverty, covering whole housing estates or city districts. Nowadays, a kind of "ghetto" has been created for people similar in age, such as seniors, or in terms of health conditions, such as for the intellectually disabled. Housing estates for the elderly, nursing homes, and sheltered housing, with the best intentions of the legislator, are part of the logic of order and control. Former Eastern Bloc countries especially bear the stigma of isolation and exclusion of certain categories of people. Is this simply a coincidence, or is it perhaps a deliberate and planned action of the main actors of social life? The report and analysis of Mladenov and Petri leave no doubts as to the intentions behind strengthening old institutions from the perspective of deinstitutionalisation.

## ASSISTED LIVING INSTITUTIONS AS A MEANS TO PROVIDE FOR SOCIAL NEEDS

Originally, hospitals, asylums and secure establishments (identified with total institutions) were transformed into assisted living homes, and then into nursing homes. Nursing homes and their residents have not always enjoyed a good reputation. In the past they were called "death houses" and their residents were treated as second-class citizens, having been "evicted" from family life. Over the years – Iwona Sieprowska notes – the quality and range

of services as well as the professional preparedness of personnel have significantly improved. The fact that institutions have diversified to provide for the nursing needs of respective groups of beneficiaries is a good thing. Contemporary nursing homes not only satisfy basic living needs, but they also work to care for the spiritual needs of their residents, such as by offering entertainment activities or establishing resident councils (Sierpowska, 2006, p. 122; Dz.U. 2004, no. 64, item 593; Dz.U. 2012, no. 0, item 964).

According to the existing legal regulations, nursing homes are administrative facilities. The features of a facility include access to permanently allocated equipment and personnel entrusted to the management of specific persons in order to ensure continuous and permanent performance of statutory functions of the state, the provision of specialist services, relative independence guaranteed by law, implementation of social and cultural tasks, and state ownership. Nursing homes are administrative facilities in the field of social care, and one of the main features of a facility is the nature of its services. These particular institutions offer services of great social significance, most of them intangible (Sierpowska, 2006, p. 122–123).

The main reason behind establishing assisted living institutions is the need to provide care to persons who rely on the assistance of others, are unable to function independently in social life, and do not receive support from their families. The operation of nursing homes is governed by numerous acts of law and legal regulations. Pursuant to Article 20.1 of the Polish Social Assistance Act of 29 November 1990: “A nursing home ensures round-the-clock care and provides for the necessary living, educational, social and religious needs according to relevant standards” (Dz.U. 1990, no. 87, item 506). The standards of services provided in nursing homes, the operation of respective types of homes, the method of referring and accepting applicants, and the types of required documents and license applications to run a nursing home are governed by the Regulation of the Polish Minister of Labour and Social Policy of 19 October 2005 (Dz.U., no. 217, item 1837).

According to this regulation, nursing homes (regardless of their type) provide the following services: (1) regarding *living needs*, ensuring a place to live, food, clothes and shoes, and hygiene; (2) *care services*, involving assistance in basic activities of daily living, nursing, and necessary assistance in attending to personal matters (3) *assistance*, involving (a) participation in group therapy, (b) enabling and empowering the residents of the home, (c) providing for cultural and religious needs, (d) ensuring conditions for the development of self-governance of residents, (e) helping establish and maintain contacts with the family and local community, (f) increasing the independence of residents to the greatest extent possible, (g) helping more independent residents start work, especially therapeutic work, (h) ensuring secure storage of money and valuables, (i) paying for necessary personal items for those residents who do not have their own income, (j) ensuring respect for the rights of residents and access to information on resident rights, and (k) efficient processing and review of complaints and requests made by residents. Care and assistance services also include doing social work, ensuring residents’ access to library and newspapers, organising holiday and special day celebrations, maintaining contacts with clergy, regular contacts with the director of the nursing home, and organising funerals according to the religious denomination of residents (Dz.U. 2005, no. 217, item 1837).

Assisted living institutions such as nursing homes perform specific functions that satisfy important social needs. Accordingly, they may be analysed from the perspective of

functionalism. Bronisław Malinowski identifies the following important elements of an institution: personnel, rules and regulations, facilities, and operation and functioning (after: Turner, 2004, p. 19). None of these elements should be omitted from analysis. According to Robert K. Merton's perspective of functionalism, an institution may be either functional or dysfunctional. He suggests that institutions may perform "manifest functions" as well as "latent functions". Manifest functions contribute to the adjustment or adaptation of the system and are intended and recognised by participants in the system, whereas latent functions are neither intended nor recognised (Merton, 2002, p. 122). Functionalism (especially according to Merton) warns of the danger of a one-sided view of reality (in this case, by such institutions as nursing homes). It broadens the research horizon, urging a search for what is functional versus what is dysfunctional, the stimulation of integration versus disintegration, and a focus on discovering manifest and latent functions. It attempts to understand the degree of integration and reasons behind disruption of the social order. In the case of nursing homes, the question is: do they only satisfy the needs of their residents (performing manifest functions) or do they also serve other implicit goals (performing latent functions)?

Beginning with the assumptions of Merton's theory, it is worth taking a closer look at assisted living institutions. As with every formal institution, legal regulations determine the principles of their operation. There are specific limits to the standards of services provided by nursing homes. For example, they provide for the living needs of residents, but they are not medical facilities and do not provide medical services or skilled nursing care. A resident of a nursing home who needs medical assistance has the right to receive the same skilled nursing care as a person living in a family home (*Opieka długoterminowa...*, 2010, p. 103). On the other hand, we notice a certain discrepancy when analysing the function of nursing homes, because even though they do not provide medical services, they employ medical staff – doctors and nurses – and, as a standard, they are equipped to provide basic medical aid (see Dz.U., no. 217, item 1837; Dz.U. 2012, no. 0, item 964). This reveals a discrepancy between theory and practice, between norm and function. The question is whether this is an isolated case or perhaps there are more discrepancies of this kind to be found in nursing homes.

In light of functional theories, it seems reasonable to investigate whether assisted living institutions perform only manifest functions, or perhaps also latent functions. Is their primary function to satisfy the individual needs of residents (according to the standards of services), or do they also provide for some latent social needs that are not defined in legal regulations? Finally, is the ultimate goal to help the individual (the individual dimension) or to help the state (the social dimension)? We will try to answer the above questions from a broader perspective by showing the role of nursing homes as assisted living institutions in maintaining social order and in controlling behaviour.

## THE ROLE OF INSTITUTIONS IN MAINTAINING SOCIAL ORDER

Judging by their functions, assisted living institutions appear to not only satisfy individual needs but, more importantly, to perform important roles in the macrostructural dimension. One of those roles is to maintain social order. This function may be analysed from the perspective

of Niklas Luhmann's systems theory. Luhmann understood the social system more broadly than the functionalists, as a dynamic system that reacts to external conditions and evolves in line with the needs of a society and of the state.

He developed the structural-functional theory of social systems, with the concept of the system central to it. His basic definitional terms were the system, its constitutive elements, and its functions. In the collective term of a system, he included machines, organisms, social systems and psychic systems. Social systems consist of interactions, organisation and societies (Luhmann, 2007, p. 10). Luhmann's system is defined as radical constructivism, according to which,

systems are not some kind of substantial beings, objects in the reality that may be recognised from the perspective of an uncommitted subject or that exist independently of it. Their existence may only be ascertained by an observer, moreover they are a structure formed by the observer rather than the subject of his recognition [...]. Thus, a system is not something that exists in certain surroundings but rather something that may be distinguished from it. In this sense, a system is deprived of an independent identity – it only exists 'in reference to' its surroundings and the surroundings – in reference to the system (Skąpska, 2007, p. XI).

Thus – Jerzy Szacki claims – Luhmann's social system has nothing to do with a specific society as an assembly of people; it is merely an analytical category that helps recognise the universal principles underlying all societies (Szacki, 2002, p. 939).

Intrigued by the question of social order, Luhmann sought a theory that would "break through the illusion of normality, disregard experience and habit, and, in this sense (here, not intended as that of transcendental theory), effect a phenomenological reduction. The methodological recipe for this is to search for theories that can succeed in explaining the normal as improbable" (Luhmann, 2007, p. 111). He divided sociological theories into two groups: "neat and helpful theories", and "theories fascinated by the probability of the improbable." These provide answers to the question, *How is social order possible?* Theories of the first group are dominated by tradition, which sees the problem of social order as "the avoidance or subjugation of offensive behaviour; of inimical, disturbing, and destructive activities that prevent others from enjoying their rights, satisfying their needs, and feeling safe in social relations". This was not enough for Luhmann, who wondered whether "the basic problem in the constitution of social systems really lies in eliminating what is harmful or cannot adapt [...]. Is it enough to conceive social order as a boycotting of boycotting, or must one not know from the beginning how it is generally possible and sufficiently probable?" Accordingly, the author reaches for another concept, somewhat abstract, which presents a positive answer as improbable. What is surprising about this concept is that the doubling of improbability leads to probability, and "along with the improbability of social order, this concept explains its normality" (Luhmann, 2007, pp. 112–113).

In the light of Luhmann's systems theory, assisted living institutions appear as social systems established "as it were" in order to maintain social order. This is linked with the role of institutions (here, nursing homes) whose residents are not only persons who may be dangerous to others (e.g. mentally ill patients) but also those whose very presence may disturb the sense of safety (e.g. persons with disabilities or visible dysfunctions, persons with

intellectual disabilities, or even elderly persons). The need to maintain social order (from the perspective of this analysis of assisted living institutions) implicates the question: Do the residents of nursing homes pose a threat to social order, and is this why they are isolated? Or perhaps (to use Luhmann's abstract theory), maintaining social order is improbable (even through isolation) and the most probable feature is abnormality. In other words, what societies consider to be abnormal – and eliminate from social space allegedly to ensure social order – is perfectly normal, and what is improbable becomes perfectly probable. Just as medicine has taken over through the medicalization of conditions that were once considered normal, such as pregnancy and old age, making them into diseases, society has begun to isolate those it deems to be deviating from desired standards and cultivated patterns.

Luhmann analysed at great length the consequences of efforts to eliminate what is harmful, working to identify the “*advantages of selection* that probably determine which specific structures are formed and which are not” (Luhmann, 2007, p. 115). He associated the importance of selection with maintaining social order, claiming that “selection has been a basic concept of every theory of order, and one has thereby avoided reverting to a system that explains the existence of order on the grounds of its own overriding power to order” (Luhmann, 2007, p. 38). Selection, however, presupposes the existence of boundaries. On the one hand, Luhmann realised that a system must have definite boundaries, writing, “Boundaries are thus an evolutionary achievement par excellence; the development of systems with internally closed self-reference, presuppose them”. On the other hand, he was aware that

the formation of boundaries interrupts the continuity of processes that connect the system with its environment [...]. System boundaries always separate out an environment, but the requirements for this vary if the system must distinguish other systems (and their environments) within its own environment and adjust its boundaries to this distinction (Luhmann, 2007, pp. 35–36).

The author was wary of both “selection” and “boundaries”, yet he tried to explain and understand them in the categories of validity or even as necessary for social systems to function.

The functioning of assisted living institutions is based on boundaries and selection systems. As organisations (institutions) they are separated from the surroundings (environment), but their boundaries are considered to be permeable. Thus, it seems that entering and leaving them should be easy. This is, however, not the case. These institutions recruit their residents (inmates) through the social care system and, because they have limited space, not all “applicants” will gain entrance. Also, the question of leaving an institution raises concerns. In reality, most residents spend the rest of their lives there. Now, residents are allowed to “go out” freely – the institutions are open to the outside world and promote social integration and contacts with the local community. Yet, in the past, assisted living institutions (especially nursing homes) were considered to be “confined” and their residents were isolated from the outside world (see: Zbyrad, 2014, pp. 38–56). Selection is necessary for institutions to function. Currently, there are different types of nursing homes that accept residents with various health problems. The selection is made not only for practical reasons, considering, for example, the scope of care, types of treatment and personnel qualifications, but also to maintain the homogeneity of residents so that they form a uniform group in terms of psychophysical ability. Undoubtedly, selection of residents helps to prevent difficult or unexpected situations

and, more importantly, to maintain a relatively stable living and functioning environment for residents. With their selection systems, assisted living institutions protect the order “within” institutions – by establishing terms and conditions and instructions that govern the rights and obligations of residents as well as on the outside, by “clearing” the environment of individuals that do not meet general social models and standards<sup>1</sup>. In this way, those institutions also form part of the social control system that disciplines and “tames” bodies, controlling their presence in public space. In the control system, bodies that defy the existing ideals of youth and beauty, such as sick, old or disabled bodies, are isolated, discriminated against and socially excluded (see: Jakubowska, 2009, pp. 240–241). A person’s stay in an institution strips them of their “human” characteristics. There is much rationale behind the claim that institutions have a debilitating effect on the people housed in them; they “produce dehumanized people” and isolate “unwanted people” (Mladenov and Petri, 2019, pp. 1–24). The existence of welfare institutions over the years regardless of the political situation and governments in power leaves us with much to analyse and raises questions about actual reasons and practices. Is it not really about a certain isolation, separation and exclusion of those considered “socially undesirable”?

## BEHAVIOUR CONTROL IN ASSISTED LIVING INSTITUTIONS

A behaviour control system is one of the important features of assisted living institutions. Behaviour control is characteristic of total institutions, and according to Goffman, assisted living institutions are total institutions. He identified five types of total institutions, the first two of which may be defined as assisted living institutions: “The *first* are institutions established to care for people felt to be both harmless and incapable: orphanages, poor houses and nursing homes. The *other* are places established to care for people felt to be incapable of looking after themselves and a threat to the community, albeit an unintended one: leprosariums, mental hospitals, and tuberculosis sanitariums” (Goffman, 2006, p. 316)<sup>2</sup>. Nursing homes are total institutions for three reasons. First, they care for incapable and harmless persons (e.g. the elderly) and for those incapable of looking after themselves (the disabled or mentally ill). Second, they are isolated from their surroundings, their residents can satisfy their needs in

---

<sup>1</sup> Contemporary society – as the sociology of the body (of medicine) claims – has certain models that are required or at least expected to be followed. They include, for example, “the cult of youth”, “the cult of slim figure”, and “the cult of health”. The residents of nursing homes usually do not meet these requirements. They are elderly or disabled and suffer from numerous psychosomatic disorders. Thus, apart from manifest functions, assisted living institutions also perform latent functions. The latter seems to be to remove from the society all those whose very presence negates the desired models or who are “living” proof, denying the achievement of this kind of an ideal society (cf. Jakubowska, 2009, pp. 235–244).

<sup>2</sup> The third group of total institutions comprises concentration camps, P.O.W. camps, penitentiaries, and jails; the fourth is made up of institutions purportedly established to better pursue some worklike tasks: colonial compounds, work camps, boarding schools, ships, army barracks, and large mansions; and the fifth is that of establishments designed as voluntary retreats from the world: convents, abbeys, monasteries, and other cloisters (Goffman, 2006, pp. 316–317).

one place, and they are subjected to collective discipline<sup>3</sup>. Third, the personnel are in a way supervisors whose orders the residents follow.

The control functions of assisted living institutions may be better understood using a simple structural division into the managers: the staff, and the managed: the residents (inmates). The world of the staff is at the opposite pole of the world of the residents:

Inmates typically live in the institution and have restricted contact with the world outside the walls. The staff often operates on an eight-hour day and is socially integrated into the outside world. Each grouping tends to conceive of the other in terms of narrow hostile stereotypes. To the staff, inmates often seem bitter, secretive and untrustworthy; to inmates, the staff usually appears as condescending, highhanded and mean. Staff tend to feel superior, and righteous. Inmates tend to feel inferior, weak, unworthy and guilty (Goffman, 2011, p. 17).

It is not without reason that the staff-inmate relationship is claimed to be depersonalising, in that inmates are treated like objects.

Negative and sometimes even reprehensible behaviour of staff towards residents is caused by a number of factors, including the hardships of their job; low salaries; sick, obstinate and mean residents; lack of professional predisposition; and lack of empathy. Apolonia Ptak, who herself is currently a resident at a nursing home, describes and explains staff behaviour in her book *Dom bez korzeni* (A House without Roots).

Sometimes, I hear staff screaming in the corridor. Who are they screaming at? Why? What is going on? Why do they ask an elderly man: "Where are you going?" and he reacts with fear. I think:

- It's a hard, stressful and badly paid job
- They pick up bad professional habits here
- The sick may be mean, obstinate, and mentally limited
- Someone needs to be shaken away from numbness, order needs to be restored
- First of all, you need to have good manners and be sensitive to the suffering of others
- Empathy
- Psychological health
- Resistance.

Some inmates are simply afraid of the staff. I have been told by some that they react with fear. One way or another, things are hard in some wards and there are not enough staff (Ptak, 2017, pp. 52–53).

The staff take advantage of their superior position, for example in their freedom to go beyond the walls of the home. The inmates are aware not only of belonging to a completely different world than the staff, but also of being in a far inferior position, confined within the home in their helplessness and inability to cope with the demands of their own lives. The awareness of their own position gives the staff an advantage over the residents, while residents, in their inferior position, find it difficult to challenge the instructions of staff.

---

<sup>3</sup> The daily activities of residents are tightly scheduled: "the whole sequence of activities being imposed from above by a system of explicit formal rulings and a body of officials. The various enforced activities are brought together into a single rational plan purportedly designed to fulfil the official aims of the institution" (Goffman, 2011, p. 16).



The goal of the staff is to “process people”, to mould their inmates to fit specific models. According to E. Goffman, once an inmate crosses the threshold of a total institution, the *degradation process* begins: personal belongings are taken away for storage, contacts with the outer world are limited, and family or professional plans have to be abandoned. Inmates also undergo the process of *personal defacement*, which, in an authority system, is manifested in three different ways: (1) every staff member has the right to punish every inmate, (2) the authorities impose sanctions for offences, and (3) offences in one sphere are punished by sanctions in other spheres. Under these three attributes of the authority, the inmates are enmeshed in a net of coercion, judgment and pressure that is hard to escape. The system violates the principle that every adult person has the freedom of contact with other people. A total institution has a great number of specific and strict laws, with inmates living in constant fear of breaking those laws and suffering the consequences. The desire to “stay out of trouble” puts inmates under pressure, causing them to refrain from social interaction with fellow residents in their efforts to avoid possible conflict. In the process of degradation, an inmate learns of the existence of a system of rewards from official or unofficial sources. Punishments and rewards are used to control life in a total institution. In order to survive, the inmates of total institutions develop adjustment techniques. The most common of them are: (1) *withdrawal* from a situation, (2) *fighting* the system, (3) becoming *colonised*, and (4) *converting* – a convert seems to accept all the views of the institution’s managers or staff and tries to play the role of a perfect inmate (Goffman, 2006, pp. 319–327).

Institutional rituals help to control inmate behaviour. Goffman believes those rituals play a vital role in masking the total nature of institutions, and these institutional rituals include open-house days, charity performances, sports events, and religious services. They serve as an “internal informer”, demonstrating the advantages of the institution and convincing outsiders that “a total institution is a completely natural place on the inside where natural things go on [...]. Like sports events and charity performances, a religious service is a time when the unity of staff and inmates can be demonstrated vis-a-vis outsiders” (Goffman, 2011, pp. 110–111). Residents eagerly engage in institutional rituals, as they are both a pleasant change from the monotony of their lives and an opportunity to demonstrate their skills before other residents and personnel. Not every inmate is equally willing to engage in such activities, however. There is usually only a handful of persons who, year after year, participate in rituals, and they create the image of the institution. As for outsiders (viewers), these inmates represent all the residents as a whole. This is obviously an illusion, as many residents do not engage in such activities for multiple reasons, sometimes out of lack of interest in any kind of activity, and sometimes for health reasons. Thus, undoubtedly, institutional rituals and the residents who participate in them act as the show case of an institution, but it would be an exaggeration to suggest that they constitute a natural element of institutional life. There are nursing homes whose staff are uninterested in engaging residents in any activities or organising ritual meetings. One resident of a nursing home wrote in her memoir: “No one came to help me into the wheelchair and take me for a walk for the whole summer. When I asked them, they said they were understaffed and nobody had time for me. They bring me my food and leave it. I cannot feed myself with my disabled hands. Usually, I ask my roommate for help. Sometimes, there is no one to feed me and they just take the food away” (Nursing home memoir:



own source in elaboration). Institutional rituals should be treated as an element of control that allows the activity of selected residents (those who may be displayed) to be shown off within certain limits, as repetitive and fixed standard behaviour that is planned in advance and is highly predictable.

Designated visiting areas provide another example of the far-reaching control over institutional life. These are usually specially designated rooms for visitors, where outsiders can purportedly see what the institution is like on the inside, or day rooms, which have always served as showcases for institutions. They are usually decorated differently than the other rooms, making the visitors less willing to make complaints than if they had met the residents in different surroundings. Division into public and private spheres is typical of assisted living institutions. Outsider visits are controlled – they take place in specifically designated areas and at specific times of the day. Paying too much attention to visiting space and visiting hours suggests how much the lives of residents are controlled.

Other researchers also highlight the problem of control in assisted living institutions. According to Elżbieta Tarkowska, living and functioning in a nursing home is “unusual”, different from how life used to be, and in many ways *extreme*: “Living in a total institution – which the nursing home is – means, in the first place, extreme dependence and subordination [...]. The nursing home is one of the most difficult problems of social care in Poland, a remnant of the separatist model of social care, a characteristic heritage of the past” (Tarkowska, 1994, pp. 7–8). It is worth noting that for many years those institutions were left to themselves, and instead of reforming they stopped at a certain point and even began to degrade. The consequences were unrenovated buildings, isolation and inactivity of residents, overcrowding, a lack of nursing homes, unqualified and frequently rotating personnel, and insufficient funding.

The methods of behaviour control used in assisted living institutions are typical of total institutions. Research conducted by Elżbieta Tarkowska in nursing homes identifies the elements of their activity that are characteristic of total institutions and suggests a relatively advanced control system. These elements include: (1) *Objectification of residents* – treating them as objects of nursing, cleaning and care procedures or treating them like children; (2) *Serving, delivering things “ready-made”* – excluding residents from deciding on various (smaller or bigger) matters of daily life and from making preparations for them, which significantly impoverishes their lives and leads to passive, or sometimes demanding, attitudes and behaviours; (3) *Standardisation, uniformity of daily life* – manifested in collective provision for needs, and an inability to make individual choices; (4) *Minimisation of needs rather than development* – a typical feature of institutional life; (5) *Double reduction of needs* – only the basic life needs of residents are satisfied, as their needs are minimised rather than developed. Life needs are reduced to their biological function (e.g. providing the organism with energy), while disregarding the cultural dimension of needs (e.g. the eating of meals); (6) The homes do not attend to the need for *contact with other people*, denying proximity, cordiality, friendship, love, and the continuity of interpersonal relationships (Tarkowska, 1997, p. 136). These characteristics of nursing homes are, unfortunately, not a thing of the past (see: Grabusińska, 2013, p. 5).

Residents do not think highly of their homes, holding negative opinions regarding residency. They are critical both of the material side of life in a nursing home, such as sharing

a room with other inmates and lack of intimacy, and of the social side, including conflicts with roommates or staff. There are also cases of violence, discrimination and unequal treatment. One of the residents wrote: "I thought I would have peace and quiet here, but instead, the people are mean, mentally ill, insane. It is like prison for me" (Leszczyńska-Rejchert, 2008, p. 275). This all suggests forms of subjugation and, in particular, the predominance of structure over person, under which the institution no longer serves people; it instead serves the rules, regulations and procedures (see: Zbyrad, 2014, p. 262).

Over the past three decades, nursing homes have transformed from total, closed institutions to new, open, facilities of a higher standard. They remain, however, institutions. The changes can be considered a kind of facelift, which at first glance appears to be something completely different than it is. In reality, these institutions are made up of people, the same staff, and the same habits and rituals, under the same mechanisms of operation. If someone carries out a thorough renovation of a house, wrapping it in a beautiful stone finish and planting a wonderful garden, does that make it a different house with different people inside? Or is it just an apparent external change that has not affected anything in the way the family functions? The same people are still there, using the same communication codes, with a formed way of thinking and a developed way of behaving. The modernization of old institutions, including the removal of architectural barriers, does not bring about revolutionary changes. These are still institutions where people live.

## THE NEW IMAGE OF ASSISTED LIVING INSTITUTIONS: QUESTIONABLE FREEDOM UNDER THE THUMB OF TOTAL STRUCTURE

The reasons behind establishing assisted living institutions, and the ways they function, raise many doubts. It is plausible to assume that they have manifest, unofficial aspects as well as latent, unofficial aspects, and this assumption is justified by the fact that opinions about these institutions differ. They are, all at the same time, criticised and praised, unprofitable and profitable, cost-efficient and inefficient, modern and antiquated, flexible and fossilised. Opinions differ depending on multiple factors, including: one's familiarity with the internal structure of an institution; the benefits offered by an institution, i.e. job (for the personnel) or a place to live (for the residents); one's position within their structure, i.e. a managerial or controlling position; and an institution's position in the local community. These institutions of course all have their advantages and drawbacks. Some praise their professionalism, while others virtually curse them, despairing over their own fate. The dissonance deepens when we analyse the reasons for establishing and the ways of functioning of assisted living institutions. Thus, the question is: Are contemporary nursing homes (as an exemplification of assisted living institutions) undergoing a renaissance or merely a facelift? Do contemporary assisted living institutions implement a new model of care, or do they only give the illusion of doing so? Do nursing homes offer any real freedom, or is this freedom constrained by the heritage of a total institution?

As far as the reasons for establishing nursing homes are concerned, nobody questions the fact that they are necessary to meet the deficit of care in families and that they answer

the social need for care and nursing services. What is questionable is why Polish social care system institutions are run mostly by the state rather than, for example, by non-government organisations. Any attempts to restructure or privatise those institutions encounter multiple obstacles (see: Tarkowski, 2000, pp. 243–252). It is very arduous for the non-profit sector to run such institutions and when they do, they are very closely monitored by controlling bodies and their slightest failures are sensationalized, blown up into scandals<sup>4</sup>. For some reason, efforts are being made to keep assisted living institutions in the public sector, although the non-profit sector could run them more cost-effectively and efficiently.

Another question arises: Why maintain an institutional system of assisted living services instead of investing in family care or developing neighbourly help? It is generally known that assisted living institutions have proved to be inefficient in developed countries and they are gradually being replaced by, among others, family care homes (such as in the USA). Meanwhile, in Poland, the public sector receives strong support, while any non-public initiatives are discouraged or even discriminated against. The intentions of legislators in doing so are unclear. Should not there be more rational and efficient solutions to support the development of much more affordable family care homes? Should residents not be allowed to feel like part of a family instead of being objects in a bureaucratic institution? Why are the choices so limited? Looking for answers to these questions, we become convinced that there must be a hidden reason behind the status quo. Perhaps the objective is to maintain order by controlling the weakest, the dependent, and the helpless within structures that have existed for years.

The functioning of nursing homes raises questions as well. On the one hand, there are legal regulations that govern their functioning, while on the other hand there is also an informal structure, one that not only evades the law but is also hidden, concealed and even shameful. This applies to the areas of institutional life that are beyond all control<sup>5</sup> and as such, do not raise any doubts and are not condemned. These are the negative and latent sides of nursing homes, and it is the residents who suffer the consequences. The list of failings is long, including: various shortages, such as a lack of single or double rooms, which deprives residents of privacy and intimacy; a dearth of well-being, manifest in loneliness, passivity, and apathy; improper conduct of fellow inmates, such as conflict, aggressive behaviour, and alcohol abuse; staff treating inmates like objects, ranging from a lack of polite language (thank you, here you are, excuse me, etc.) to abusive treatment both verbal and physical. For nursing homes, the material aspect is more important than the social. Their residents are not the focus of interest for controlling bodies. Control reports do not analyse the quality of life of residents, but only the quality of services provided to them: Residents are not interviewed, are not asked about their relations with the staff, no interest is shown in their well-being or in the quality of life in institutions, and no one is interested in what changes the residents

---

<sup>4</sup> Non-public nursing homes are subject to particular scrutiny by controlling bodies. Any detected irregularities are exposed to harsh criticism and media attention. Illegal homes are especially brought to public attention. Meanwhile, according to the Supreme Audit Office (NIK), nursing homes run by public bodies (local authorities) much more frequently fall short of standards than those run by non-public (non-profit or commercial) organisations, and yet, the latter are particularly strongly criticised by the media (see: Jurek, 2011, pp. 25–26).

<sup>5</sup> Nursing home control is only supposed to verify compliance with legal regulations, e.g. the house standard, equipment, finances, personnel or implementation of the institution's goals, whereas the entire life of the institution is not subject to any laws and remains beyond control.

might suggest or in how they evaluate the institutions. Thus, the institution is more important to the surveys than the residents for whom they were established and whom they purport to serve. It seems strange that the formal requirements of an institution should be put before the interests of its residents.

From the outside (the manifest side), assisted living institutions appear as modern organisations with flexible structures, extremely benevolent and open to the outside world, organisations that no longer keep their inmates “on a leash” but let them integrate with their surroundings. The positive image of those institutions is promoted by various rituals, such as inviting representatives of local authorities for performances or exhibitions of showpieces made by residents (embroidery, paintings, handicraft), organising trips, outings to cinemas, theatres, and museums, or the participation of residents and personnel in local events. These activities suggest that nursing homes are open to the outside world and represent a new quality of assisted living institutions that are keeping up with social, cultural and political changes.

Meanwhile, the external positive image of those institutions does not always reflect the quality of life of residents on the inside (the latent side). It should be noted that not all inmates actively engage in ritual activities for many reasons: Some do not want to, while others cannot (because of health problems). However, there are no data in the control reports on the number of residents who engage in activities<sup>6</sup> in a given nursing home (as if this does not matter); there is only information on whether such activities are offered. Surveys on the activity of residents refute the claims that all residents are engaged. According to surveys, no more than 10% of residents engage in all kinds of activities offered by nursing homes (this group is the most active residents who engage in all kinds of activities). Half of nursing home residents do not live an active lifestyle and two-thirds prefer to spend their time in a passive way, such as listening to radio or watching TV. Inquisitive and concerned researchers notice that the daily cultural activity of nursing homes residents drifts towards passive consumption of mass media (see: Chabior, 2008, pp. 32–33; Leszczyńska-Rejchert, 2008, p. 260; Mielczarek, 1999, p. 144).

On the inside, assisted living institutions have preserved the total structure of the old nursing homes. The characteristic features of a total institution were the passivity of its inmates, multiple-bed rooms, lack of intimacy and privacy, and feelings of loneliness, sadness, apathy, etc. Not only are they latent, but they also do not attract the interest of either managers or controlling bodies. Thus, the new image of nursing homes gives a false impression of their new alleged quality. Meanwhile the changes they show off should be regarded as superficial, and not as a thorough transformation of the institution, its structure, or way of operation, or as bringing about improvements to the quality and style of life of its residents.

The remnants of the total structure are so deeply rooted in nursing homes that it is hard to imagine contemporary institutions being different from those which were once the disgrace of the social care system. The truth is that the institutions have modernised (adjusted to new standards), many of them have new buildings, they have adapted to the needs of the elderly

---

<sup>6</sup> Engagement is a broad term and it covers the different forms of activity offered by nursing homes, from gymnastics through group therapy to active participation in trips or cultural events organised inside or outside the homes.

and disabled, they have new equipment and interior design, and they even employ professionals. All this does not, however, result in higher resident satisfaction<sup>7</sup>. Their voices remain unheard, their needs are not provided for, their suggestions are not taken into consideration, their protests are not reviewed, and nobody is interested in their plans or dreams.

Many residents of assisted living institutions feel their freedom is constrained by the strict day and night routines and procedures that prohibit anything that is not standard. One resident describes freedom in a nursing home: “Apparently, we are free here, but it is not like home. At home, I can go to sleep whenever I want to but here, it is impossible, because my roommates make so much noise in the evening” (Szarota, 2010, p. 350). Many nursing homes residents dream of the peace and quiet which they cannot experience in an institution. One resident said, “This home should be called a home of restlessness for old people” (Leszczyńska-Rejchert, 2008, p. 183). Some extreme responses illustrate the extent to which the freedom of residents is limited: “It would be best for me to die, because then, I would be free” (Leszczyńska-Rejchert, 2008, p. 185).

Living in a nursing home puts the extent of human freedom into question. The dilemma is whether assisted living institutions protect the freedom of their residents and what gives them the right to limit that freedom. Are the residents of nursing homes doomed to live in institutions that constrain their liberty? What are the priorities in an assisted living institution: the interests of the residents or the interests of the institution? Is the freedom of residents limited for the sake of controlling and maintaining social order? Do new nursing homes really ensure the freedom and better quality of life of residents, as they want to be perceived by society, or is this mere illusion? Are assisted living institutions still total institutions, and if so then to what extent? In order to answer these questions, a thorough analysis of these institutions, supported by empirical material, is needed.

## SUMMARY

Neither the establishment nor the functioning of assisted living institutions are transparent. They definitely have their manifest and latent aspects. It is impossible to rule out that they use various forms of control in an attempt to preserve social order. Erving Goffman’s and Niklas Luhmann’s theories justify the thesis that assisted living institutions control their residents in order to protect the foundations of social order. Luhman’s observations are relevant to nursing homes: “All reproduction and structure formation thus presuppose a combination of order and disorder: a system’s own structured and an incomprehensible foreign complexity, a regulated and a free complexity” (Luhmann, 2007, p. 201). Goffman writes of the “secret life of institutions” and the phenomenon of the survival of formal institutions: “Every formal instrumental organisation survives thanks to its ability to use the activity of its members;

---

<sup>7</sup> The residents of nursing homes positively evaluate the standard of material care, e.g. the level of assistance or nursing or medical services, but their assessment of their own stay in those homes is negative. One of the residents said: “This home is good, it is even very good. But it would be much better if I was not here” (Parlak, 2000, p. 24).

means must be employed and goals must be achieved as planned” (Goffman, 2011, p. 171). This explanation makes it easier for us to understand the functioning of institutions and the position of their residents.

Organisations, especially those founded by public institutions, have always appeared as insensitive (not only because of the bureaucratic system), dehumanised, and focused on the implementation of standard activities. Assisted living institutions run by the state are not free from the syndromes typical of other public institutions. One of them is limited freedom to act: As Luhmann puts it, “the more state, the less freedom” (Luhmann, 1994, p. 40), and this helps us understand the functioning of nursing homes, not only from the perspective of incomprehensible regulations (e.g. blocking the privatisation and restructuring of nursing homes) but also from the perspective of residents, whose freedom is limited.

In recent years, the slogans of deinstitutionalization have been getting louder and louder. Should we harbour a great deal of hope for change? A detailed analysis of barriers to the implementation of deinstitutionalisation in CEE countries was carried out by Teodor Mladenov and Gabor Petri. The authors found that the move towards deinstitutionalisation has resulted in a phenomenon of re-institutionalisation: the emergence of smaller institutions that recreate key features of institutional life such as routines, depersonalisation and a lack of individual attention. In CEE countries, the main barrier to deinstitutionalisation has stemmed from the historical background, with the legacy of state socialism and the effects of post-socialist neoliberalisation. Earmarked funds from the EU, not properly used towards deinstitutionalization, have greatly facilitated the modernization of existing institutions. It has been estimated that during the EU’s 2007–2013 programming period, at least 150 million euros were spent for maintaining or expanding institutional care for disabled people in CEE countries. Re-institutionalisation has occurred as a result. Small centers often reproduce institutional ills regarding supervision, rigid routines, denial of treatment, objectification of service users, social isolation, and stigma. Over-reliance on small group homes, family homes, and sheltered housing is misplaced. The creation of family homes and sheltered housing will likely lead to further segregation of people with disabilities. Renovated or smaller residential facilities are seen as the default alternative to traditional institutional care. Support should be person-centred and follow the individual rather than being tied to a specific place of residence (Mladenov and Petri, 2019, pp. 1–24). The above analysis reinforces our belief that we are still dealing with supporting institutional life rather than supporting the person. A change must take place in our mentality towards building awareness that the needs of the person are more important than the needs of the institution.

## REFERENCES

- Chabior, A. (2008). Z badań nad aktywnością seniorów – przykłady doświadczeń polskich i niemieckich. In: A. Fabiś (red.). *Aktywność społeczna, kulturalna i oświatowa seniorów* (pp. 29–38). Bielsko-Biała: Biblioteka Gerontologii Społecznej.
- Goffman, E. (1975). Charakterystyka instytucji totalnych. In: W. Dereczynski, A. Jasińska-Kania, J. Szacki (red.), *Elementy teorii socjologicznych: materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej* (pp. 150–177). Warszawa: PWN.



- Goffman, E. (2006). Charakterystyka instytucji totalnych. In: A. Jasińska-Kania, L.M. Nijkowski, J. Szacki, M. Ziółkowski (red.). *Współczesne teorie socjologiczne*, t. 1 (pp. 316–335). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Goffman, E. (2011). *Instytucje totalne. O pacjentach szpitali psychiatrycznych i mieszkańcach innych instytucji totalnych*. Sopot: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Grabusińska, Z. (2013). *Domy pomocy społecznej w Polsce*. Warszawa: Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich.
- GUS. (2010). *Rocznik Statystyczny*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- GUS. (2019). *Rocznik Statystyczny*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Jakubowska, H. (2009). *Socjologia ciała*. Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Jurek, Ł. (2011). O jakości usług świadczonych w domach pomocy społecznej. *Polityka Społeczna*, 3, 23–27.
- Każmierczak, T., Łuczynska, M. (1996). *Wprowadzenie do pomocy społecznej. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: BPS.
- Leszczyńska-Rejchert, A. (2008). *Wspomaganie osób starszych w domach pomocy społecznej*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Luhmann, N. (1994). *Teoria polityczna państwa bezpieczeństwa socjalnego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Luhmann, N. (2007). *Systemy społeczne. Zarys ogólnej teorii*. Kraków: Nomos.
- Merton, R.K. (1976). *Sociological Ambivalence and Other Essays*. New York: Free Press.
- Merton, R.K. (2002). *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mielczarek, A. (1999). Aktywizacja mieszkańców domów pomocy społecznej dla osób starszych na przykładzie DPS „Na Skarpie” we Włocławku. *Praca Socjalna*, 4, 125–147.
- Mladenov, T., Petri, G. (2019). Critique of deinstitutionalisation in postsocialist Central and Eastern Europe. *Disability & Society*, 1203–1226. DOI: <https://doi.org/10.1080/09687599.2019.1680341>.
- Niedbalski, J. (2013). *Żyć i pracować w domu pomocy społecznej. Socjologiczne studium interakcji personelu z upośledzonymi umysłowo podopiecznymi*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Opieka długoterminowa w Polsce. Opis, diagnoza, rekomendacje*. (2010). Warszawa: Klub Parlamentarny PO.
- Parlak, D. (2000). Ludzie starsi w domach pomocy społecznej. *Światło i Cienie*, 3, 20–24.
- Ptak, A. (2017). *Dom bez korzeni*. Kraków: Wydawnictwo SIGNO.
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 19 października 2005 roku w sprawie domów pomocy społecznej* Dz.U. 2005, nr 217, poz. 1837.
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 27 sierpnia 2012 w sprawie domów pomocy społecznej*. Dz.U., nr 0, poz. 964.
- Sierpowska, I. (2006). *Prawo pomocy społecznej*. Zakamycze: Wolters Kluwer Polska.
- Skąpska, G. (2007). Niklas Luhmann i teoria systemów społecznych. Wstęp do wydania polskiego. In: N. Luhmann, *Systemy społeczne. Zarys ogólnej teorii* (pp. VII–XVIII). Kraków: Nomos.
- Szacki, J. (2002). *Historia myśli socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szarota, Z. (2010). *Starzenie się i starość w wymiarze instytucjonalnego wsparcia na przykładzie Krakowa*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego.



- Sztompka, P. (2011). Czy istnieje socjologia polska? *Studia Socjologiczne*, 2, 43–54.
- Szweda-Lewandowska, Z. (2007). Domy pomocy społecznej. Projekcja zapotrzebowania. *Polityka Społeczna*, 5–6, 9–14.
- Szweda-Lewandowska, Z. (2009). Domy pomocy społecznej i sieci wsparcia seniorów. *Polityka Społeczna*, 7, 17–21.
- Tarkowska, E. (1997). *Ludzie w instytucji totalnej: przypadek domów pomocy społecznej w Polsce*. In: A. Gustavsson, E. Zakrzewska-Manterys (red.), *Upośledzenie w społecznym zwierciadle* (pp. 121–138). Warszawa: Żak Wydawnictwo Edukacyjne.
- Tarkowska, E. (1994). *Życie codzienne w domach pomocy społecznej*. Warszawa: IFiS PAN.
- Tarkowski, Z. (2000). *Zarządzanie i organizacja pomocy społecznej*. Lublin: Orator.
- Turner, J.H. (2004). *Struktura teorii socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ustawa o pomocy społecznej z dnia 29 listopada 1990 roku*. Dz.U. Nr 87, poz. 506.
- Ustawa o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004*. Dz.U. Nr 64, poz. 593.
- Zbyrad, T. (2012). Instytucje opieki totalnej jako forma zniewolenia i kontroli nad człowiekiem potrzebującym pomocy. Na przykładzie domów pomocy społecznej. *Roczniki Nauk Społecznych*, 4, 2, 51–69.
- Zbyrad, T. (2014). *Od instytucji totalnej ku demokratycznej. Domy pomocy społecznej w Polsce*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego.

Submitted: 11.01.2021

Reviewed: 23.02.2021

Revised: 3.03.2021

Accepted: 9.03.2021

Published online: 30.10.2021

## Weronika Marzena Lebowa\*

ORCID: 0000-0002-8609-0478

Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum

### POSTAĆ LEKARZA W KONTEKŚCIE PEŁNIONYCH RÓL ZAWODOWYCH

Celem pracy jest przedstawienie ról zawodowych oraz kompetencji lekarza uwarunkowanych przez wykonywaną profesję. W realizacji założenia pomogła odpowiedź na pytanie, jakie role pełni lekarz w środowisku pracy oraz środowisku zewnętrznym – w rodzinie, mediach; przy czym zawód lekarza był punktem spajającym wszystkie omówione w opracowaniu role. Zastosowaną metodą badawczą były analiza i krytyka piśmiennictwa dotyczącego problematyki działalności lekarza ujętej przez pryzmat ról wynikających z wykonywanego zawodu. Z przeprowadzonej analizy wyłania się obraz lekarza wykwalifikowanego w zakresie opieki nad pacjentem, angażującego się w kształcenie młodszych pokoleń lekarzy, prowadzącego badania naukowe w celu poszerzenia swojej wiedzy, rozumiejącego potrzebę krzewienia zachowań prozdrowotnych wśród swoich pacjentów, dbającego o dobry kontakt z chorym. Lekarz w relacji z pacjentem powinien wykazywać się zarówno wysokim poziomem kompetencji zawodowych, sprowadzających się do zdiagnozowania choroby i wdrożenia właściwego leczenia, jak i tzw. kompetencji miękkich, przejawiających się w zdolnościach komunikacyjnych oraz życzliwym podejściu do chorego.

Słowa kluczowe: lekarz, role zawodowe lekarza, kompetencje lekarza, komunikacja lekarza z pacjentem, kompetencje zawodowe

#### WSTĘP

Lekarz jako osoba posiadająca wiedzę i uprawnienia do leczenia (Doroszewski, 1969) zajmuje się przywracaniem zdrowia chorym. Precyzyjne określenie kompetencji lekarza zawarte jest w *Ustawie z dnia 5 grudnia 1996 r. o zawodach lekarza i lekarza dentystry*: „Wykonywanie zawodu lekarza polega na udzielaniu przez osobę posiadającą wymagane kwalifikacje, potwierdzone odpowiednimi dokumentami, świadczeń zdrowotnych, w szczególności: badaniu stanu zdrowia, rozpoznawaniu chorób i zapobieganiu im, leczeniu i rehabilitacji chorych, udzielaniu porad lekarskich, a także wydawaniu opinii i orzeczeń lekarskich” (*Ustawa...*, s. 1). Dla pacjentów jednak ważny jest nie tyle proces udzielania świadczeń zdrowotnych jako taki,

\* Weronika Marzena Lebowa, Katedra Historii Medycyny UJ CM, Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum, ul. Kopernika 7, 31-034, Kraków, Polska; e-mail: [weronika.lebowa97@gmail.com](mailto:weronika.lebowa97@gmail.com)

lecz wszystkie elementy mu towarzyszące, łącznie ze sferą psychologiczno-emocjonalną. Pacjenci, co oczywiste, cenią profesjonalizm lekarza, ale na równi z wiedzą medyczną oczekują od niego zrozumienia, empatii, ciepła, życzliwości; jednym słowem – człowieczeństwa. Pacjent w kontakcie z lekarzem chciałby doświadczyć przede wszystkim drugiego człowieka (Bishop, 2000, s. 33–43).

Już dawno porzucono koncepcję przyrównującą medycynę do rzemiosła, gdyż odzierała ona medycynę z niezwykle istotnego pierwiastka ludzkiego. Lepsze wydaje się mianowanie medycyny sztuką. Lekarz, na podobieństwo artysty, swoimi decyzjami czy bezpośrednimi interwencjami współtworzy obraz pacjenta oraz jego teraźniejszego i przyszłego życia. Istnieją głosy wskazujące na to, że medycyna nie jest ani rzemiosłem, ani sztuką. Cechą odróżniającą lekarza od rzemieślnika i od artysty jest uzupełnianie wiedzy i podnoszenie kwalifikacji. O ile dla tych dwóch ostatnich jest to indywidualna decyzja, od której zależy ich tzw. wartość rynkowa, o tyle dla lekarza jest to nakaz moralny. Kolejna istotna różnica pomiędzy medycyną a sztuką polega na przestrzeni czasowej, na którą oddziałują. Mianowicie artysta, jeśli nie zostanie doceniony przez otoczenie, może liczyć na uznanie swoich dzieł przez potomnych. Z kolei lekarz musi skupić się na teraźniejszości, aktualnym stanie chorego i pomocy, której może udzielić (Duława, 2014).

Sukcesem medycyny w opiece nad chorym jest holistyczne podejście, postrzeganie pacjenta w jak najszerszym kontekście, nie tylko przez pryzmat jednostkowego schorzenia. Przełomem na tym gruncie było wprowadzenie przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) w 1946 roku nowej definicji zdrowia i choroby, według której zdrowie to nie tylko brak dolegliwości, ale pełen dobrostan fizyczny, psychiczny i społeczny (Zembala, 2015, s. 35–50). Wypracowanie relacji między lekarzem a pacjentem opartej na obopólnym zaufaniu jest nie mniej ważne, jak trafna diagnoza i odpowiednie leczenie. Bowiem elementy te w pełni funkcjonują jedynie wtedy, gdy podparte są wzajemną relacją międzyludzką. Ideał relacji znany jest pod nazwą *mutual participation* – lekarz pomaga pacjentowi, aby ten pomógł sobie (Ostrowska, 2006, s. 187–188). Zaufanie jest zjawiskiem kilkupoziomowym definiowanym w trzech skalach (mikro, mezo i makro). W kontekście relacji lekarz–pacjent zaufanie w skali mikro dotyczy pary osób, pacjenta i konkretnego lekarza, w skali mezo jest to zaufanie do postaci lekarza w ogólności, natomiast w skali makro definiowane jest jako zaufanie do systemu opieki zdrowotnej (Skytt i Winther, 2011). Krot i Rudawska proponują wyodrębnienie trzech czynników kształtujących zaufanie instytucjonalne do lekarza: życzliwość, kompetencje oraz rzetelność. Życzliwość obejmuje sposób przekazywania informacji o stanie zdrowia, szacunek oraz empatię. Zaufanie do kompetencji odnosi się przede wszystkim do umiejętności trafnego diagnozowania chorób. Z kolei rzetelność rozumiana jest jako zaangażowanie oraz holistyczne podejście do pacjenta (Krot i Rudawska, 2013). Braki w którymkolwiek z trzech powyższych wymiarów są podstawą do osłabienia lub utraty zaufania do konkretnego lekarza, instytucji lub całego systemu opieki zdrowotnej. Problem braku zaufania w kontekście medycznym sięga czasów znacznie wcześniejszych niż te, w których podjęto próby wyjaśnienia tego zjawiska. Anegdotycznym przykładem nieufności do instytucji lekarza są przywołane przez profesora Andrzeja Szczeklika w książce *Katharsis* słowa Petrarcki, który przed sześciuset laty twierdził, że gdyby wziąć tysiąc ludzi cierpiących na tę samą chorobę i połowę z nich

oddać w ręce lekarzy, połowę zaś zostawić swojemu losowi, to ci ostatni mieliby większe szanse na wyzdrowienie. Przez wieki też powtarzano, że między dobrym a złym lekarzem różnica jest ogromna, lecz między dobrym lekarzem a brakiem lekarza nie ma żadnej różnicy (Szczeklik, 2002, s. 35).

## PRZYSIĘGA HIPOKRATESA

Rola i zadania lekarza zostały po raz pierwszy określone w przysiędze Hipokratesa, wchodzącej w skład zbioru pism o nazwie *Corpus Hippocraticum*. Treść przysięgi, aktualna do dziś, stanowi podstawę etyki lekarskiej. Przysięga Hipokratesa stanowiła przełom w dotychczasowych przepisach określających praktykę lekarską, odrzucając naczelną zasadę *Kodeksu Hammurabiego* „oko za oko, ząb za ząb”, która głosiła między innymi, że za spowodowanie śmierci lekarzowi należy obciąć ręce (Biesaga, 2006, s. 20–21).

Przysięga w centrum stawia dobro pacjenta, relację lekarz–pacjent podnosi do kręgu spraw najwyższej rangi. Na tej kanwie sformułowane zostały podstawowe zasady etyki medycznej, a więc zasada dobroczynności, nieszkodzenia, poufności, zakaz aborcji i eutanazji, seksualnych nadużyć wobec pacjentów, a także deklaracja wzajemnego szacunku w kręgu lekarskim oraz szacunku dla swoich nauczycieli, wreszcie zapewnienie zachowania sztuki lekarskiej i swojego życia w czystości i prawości (Pellegrino i Thomasma, 1993, s. 184). Przysięga Hipokratesa przedstawia postać lekarza w szerokim świetle –nie ogranicza się do prawideł wykonywanego zawodu, obejmując również pozazawodowy aspekt życia. Dobry lekarz ma być przede wszystkim dobrym człowiekiem. To jest punkt wyjścia, który wydaje się uniwersalny, gdyż działania oparte na dobrym fundamencie z założenia przynoszą dobre owoce, niezależnie od dziedziny. Rolą lekarza jest realizacja dobra pacjenta. Stwierdzenie to jest w swej prostocie doskonałym podsumowaniem koncepcji przysięgi. Oczywiście należy mieć na względzie wielowiekową przestrzeń dzielącą czasy współczesne od tych, którym etyka lekarska zawdzięcza swoje początki. Rzeczywistość medyczna jest obecnie wielowymiarowa, diametralnie odmienna w porównaniu z czasami Hipokratesa. Jednakże nie sprzeciwia się ona słusznym intuicjom moralnym sformułowanym przed wiekami. Twórczy dialog z osiągnięciami przeszłości, uwzględniający realia i potrzeby świata współczesnego jest podstawą rozwoju kodeksu moralności w zawodzie lekarza (Biesaga, 2006, s. 23–24).

## POCZĄTKI KSZTAŁTOWANIA SIĘ ZAWODU LEKARZA

Przez długie lata medycyna zamknięta była w kręgach sakralnych zgodnie z tradycją, iż wiedza medyczna została zesłana ludziom przez bogów, a kapłani pełnili jednocześnie posługę lekarzy. W miarę systematycznego przyrostu wiedzy medycznej i doświadczenia wyodrębniły się grupy kapłanów, których głównym zadaniem było leczenie chorych zgromadzonych wokół opiekuńczego bóstwa. Instytucja kapłana i lekarza uległa stopniowemu rozdzieleniu

(Szumowski, 2005, s. 85–88). Medycyna zaczynała żyć własnym życiem, niezależnym od środowisk świątynnych. We wszystkich cywilizacjach obecny był ten rodzaj ewolucji sztuki medycznej i mimo różnego przebiegu w poszczególnych krajach doprowadził do wspólnego celu – powstania zawodu lekarza i ugruntowania jego roli w społeczeństwie.

Za kolebkę medycyny europejskiej uważana jest starożytna Grecja, a za jej ojca Hipokrates. Dziś wiadomo, że Grecy liczne elementy medycyny zaczerpnęli z kultury krajów Wschodu. Jednak to właśnie z Grecji wiedza medyczna rozprzestrzeniła się na całą Europę i święciła triumfy przez kolejne stulecia. Początki medycyny greckiej bardzo silnie wiążą się ze świątyniami boga Asklepiosa i zebranych wokół nich rodami kapłańskimi – asklepiadami (Brzeziński, 1988, s. 56–59). Asklepiadzi przywiązywali wagę nie tylko do wiedzy i walorów etycznych lekarza, ale także do jego wyglądu i zachowania:

Lekarz winien odznaczać się dostojną prezencją; powinien mieć zdrowy wygląd człowieka dobrze odżywionego, odpowiednio do swego zawodu; większość ludzi bowiem uważa, iż ci wszyscy, którzy sami cieleśnie nie są w porządku, nie mogą dobrze troszczyć się o innych. Dalej lekarz powinien dbać o czystość swojej osoby, nosić schludne szaty oraz używać olejków o miłej woni i naturalnym zapachu (Brzeziński, 1988, s. 58–59).

Powyższe słowa oznaczają ni mniej, ni więcej, że lekarz powinien być autentyczny. Zarówno swą postawą, jak i działaniami powinien przywodzić pacjentów do zdrowia. Postawa lekarza nie może być sprzeczna z jego zaleceniami – przykładowo palenie papierosów nie będzie zachęcało pacjentów do porzucenia nałogu.

Dalej Asklepiadzi nauczali:

Lekarz musi mieć pewną łatwość w obcowaniu, ponieważ ponure usposobienie czyni go nieprzystępnym zarówno dla zdrowych, jak i dla chorych. Powinien na tyle, na ile tylko to jest możliwe, zwracać uwagę na siebie samego, nie wolno mu zbyt obnażać się ani za wiele rozmawiać z laikami, ograniczając się tylko do rzeczy najkonieczniejszych, bowiem z rozmów takich zwykle powstaje jakaś sugestia leczenia. Niech lekarz nie czyni przy tym niczego zbytecznego ani dziwnego (Brzeziński, 1988, s. 59).

Oprócz solidnego wykształcenia i merytorycznego przygotowania do zawodu w profesji lekarskiej kładzie się duży nacisk na odpowiednie podejście do pacjenta. Asklepiadzi zauważają, że ponure usposobienie utrudnia kontakt zarówno z pacjentem, jak i z osobą zdrową, w domyśle z każdym człowiekiem. A więc życzliwe, otwarte podejście do drugiego człowieka powinno być cechą nie tyle lekarską, ile ogólnoludzką. Jednakże w zawodzie lekarza cecha ta jest szczególnie pożądana, gdyż często od niej może zależeć powodzenie lub niepowodzenie całej terapii. Lekarz, który nie zbuduje z pacjentem relacji opartej na wzajemnym szacunku i zaufaniu, nawet jeśli posiada ogromną wiedzę, może nie mieć możliwości jej wykorzystania.

Zalecenia ograniczania przekazywania wiedzy medycznej pacjentom do niezbędnego minimum odnoszą się do kontekstu kulturowego – każdy rodzaj wiedzy specjalistycznej był w starożytności tajemny, przeznaczony dla ludzi kształcących się w danej dziedzinie (Kordel, 2010, s. 31–41). Takie podejście silnie łączy się również z niemalże boską pozycją lekarza w stosunku do pacjenta i wymogiem całkowitego podporządkowania się tego

drugiego. Autorytet lekarski wymagał zachowania nie tylko powagi, ale też szczególnej dyskrecji i ostrożności w udzielaniu informacji postronnym. Postawa ta stoi w opozycji do współczesnej konstrukcji procesu leczenia. O ile status zawodowy lekarza i szacunek, jakim obdarzany jest przez społeczeństwo, nie uległy zasadniczym zmianom na przestrzeni lat, o tyle pozycja pacjenta w relacji z lekarzem została dosyć wyraźnie zmodyfikowana. Pacjenci są coraz bardziej aktywnymi i świadomymi uczestnikami procesu medycznego (Zembala, 2015, s. 35–50). Wyjście z biernej postawy ułatwia proces leczenia i w realiach dzisiejszego świata jest naturalną kolejną rzeczą. Lekarz ma ogromną rolę we właściwym poinformowaniu pacjenta o jego stanie zdrowia, możliwościach terapeutycznych czy rokowaniu. Ważny jest jednak sposób przekazania tych informacji – ponieważ zgodnie z tym, co pisali Grecy, lekarz często rozmawia z osobą nieposiadającą fachowej wiedzy medycznej. Zatem rolą lekarza jest takie dostosowanie przekazu, ażeby pacjent jak najwięcej zrozumiał, zapamiętał i mógł stosować się do zaleceń. Z drugiej strony pacjenci przychodzący do gabinetu lekarskiego do pewnego stopnia mają wiedzę na temat swojej choroby. W obliczu współczesnego powszechnego dostępu do informacji, czy to za sprawą różnego rodzaju mediów, czy dzięki wiadomościom zasłyszonym od innych, nie jest to niczym zaskakującym. Wiedza ta jednak nie zawsze jest rzetelna. Rolą lekarza jest, aby zweryfikować prawdziwość wiedzy pacjenta i skierować jego myślenie dotyczące choroby na właściwe tory.

Medycyna, podobnie jak inne wielkie nauki (matematyka, literatura, sztuka), ma źródło w religii. Wraz z biegiem czasu powoli zatracala wymiar dogmatyczno-religijny, zyskując coraz bardziej empiryczny charakter (Gryglewski, 2011, s. 18–28). Tak samo lekarze – najpierw kapłani, a wręcz boskich przymiotach, stopniowo stawali się coraz bliżsi ludziom i medycyna uzyskała status nauki dostępnej dla każdego.

## NARODZINY FILOZOFII MEDYCZYNY W POLSCE

Początki humanistycznego, holistycznego podejścia do pacjenta sięgają nurtu filozofii medycyny, który na ziemiach polskich szczególnie twórczo rozwijał się w latach 1870–1940. Medycyna zaczęła być pojmowana jako nauka i sztuka (Gawrychowski et al., 2006, s. 236–241). Pierwsza ważna praca polskiej szkoły filozofii medycyny *Metoda wynajdywania wskazań lekarskich* (1874 r.) autorstwa Tytusa Chałubińskiego głosiła rewolucyjną wówczas tezę, że choroba nie jest prostym przeciwieństwem zdrowia, lecz procesem zachodzącym w organizmie „wbrew jego celom fizjologicznym – z powodu szczególnych wewnętrznych lub zewnętrznych warunków” (Chałubiński, 1874, s. 25). Pogląd ten był istotnym krokiem do obecnego pojmowania zdrowia i choroby.

Z kolei Władysław Biegański pisał: „Nie będzie dobrym lekarzem, kto nie jest dobrym człowiekiem; [...] kogo nie wzrusza niedola ludzka, kto nie ma miękkości i słodyczy w obejściu, kto nie ma dość siły woli, aby zawsze i wszędzie panować nad sobą – ten niech lepiej obierze sobie inny zawód, gdyż nigdy dobrym lekarzem nie będzie” (Biegański, 1957, s. 43).

W myślach tych pobrzmiewają idee hipokratejskie – wyniesienie cnoty ponad warstwę czysto zawodową. Biegański dobitnie przedstawia wartość kodeksu moralnego w profesji

lekarskiej, stwierdzając, że przy braku umiejętności obcowania z drugim człowiekiem według jego zasad należy pomyśleć o wyborze innego zawodu.

W nurcie filozofii medycyny dostrzegamy także inne odniesienia do dorobku starożytnych. Polski internista Julian Aleksandrowicz przypominał o triadzie platońskiej, nadając jej znaczenie w kontekście medycznym. Według uczonego zdrowie przejawia się dążeniem do prawdy, dobra i piękna, nie jest uzależnione wyłącznie od kondycji narządów wewnętrznych. Dlatego też nie ma ludzi nieuleczalnie chorych, ponieważ zawsze istnieje możliwość przywrócenia zdrowia poprzez obudzenie na nowo dążenia do platońskiej triady (Aleksandrowicz, 1987, s. 56).

W myśl sentencji starożytnych Greków *iatros philosophos – isotheos* (lekarz filozof jest równy bogom) polscy filozofowie medycyny słusznie dowodzili, że lekarze pozbawieni wiedzy humanistycznej nie posiadają pełni środków do interpretowania licznych problemów medycznych, wykraczających poza biologię. Dopiero połączenie wiedzy specjalistycznej z refleksyjnym podejściem do zagadnień zdrowia i choroby daje łatwość poruszania się w skomplikowanym obszarze medycznych zagadnień (Gawrychowski et al., 2006, s. 236–241).

## LEKARZ WSPÓŁCZEŚNIE

Jedna ze współczesnych definicji lekarza brzmi następująco: „Lekarz to z jednej strony doskonały znawca ludzkiego ciała, mający całościową wiedzę o zdrowiu i chorobach człowieka, z drugiej – praktyk posiadający umiejętności leczenia chorób i zapobiegania im. Lekarz jest specjalistą nauk przyrodniczych, ponieważ korzysta z dorobku wielu nauk z tej grupy, a zarazem nauk humanistycznych, bo celem jego działania jest człowiek. Jest też specjalistą w różnych ścisłych specjalnościach naukowych i praktycznych” (Hebda i Madejski, 2004, s. 365). Przedstawia ona lekarza jako człowieka wszechstronnego, łączącego w swej praktyce wiedzę z nauk przyrodniczych z wiedzą humanistyczną. Zgodnie z powyższą definicją celem działania lekarza jest człowiek, a więc pacjent upodmiotowiony. Współczesny obraz medycyny, jakkolwiek słusznie utożsamiany z nowoczesnymi technologiami i medyczną aparaturą, która ma ratować życie i zdrowie, czy lekami nowej generacji, nie może pominąć aspektu ludzkiego. Człowiek jest, a przynajmniej powinien być w tym wszystkim na pierwszym miejscu, ponieważ bez niego nie byłby możliwy postęp w nauce i technice. Na przestrzeni dziejów zadania i obowiązki lekarza, jak również jego status zawodowy i odbiór społeczny pozostały zasadniczo niezmienione: lekarz prowadzi pacjenta przez trudny dla niego okres, jakim jest choroba, do wyleczenia. Posługuje się przy tym zdobytą podczas studiów wiedzą oraz późniejszym doświadczeniem. Rola lekarza nie kończy się jednak wraz z wyprowadzeniem pacjenta ku zdrowiu. Równie ważne jest kształtowanie zachowań prozdrowotnych, zarówno w jednostce, jak i w wymiarze globalnym. Służy temu propagowanie zdrowego stylu życia oraz zachęcania do korzystania z usług profesjonalnej opieki medycznej celem profilaktyki prozdrowotnej. Zadanie lekarza nie ogranicza się więc tylko do leczenia, ale wyraża się też w zapobieganiu chorobie (Wójcik, 2018, s. 13–19).



## ROLE ZAWODOWE LEKARZA

W tym miejscu warto pochylić się nad opisem różnych rodzajów ról zawodowych lekarza, zarówno w kontekście działalności w środowisku pracy, jak i aktywności zewnętrznej powiązanej z wykonywanym zawodem.

W latach 60. ubiegłego stulecia w USA w kręgach środowisk akademickich rozwinęło się stanowisko, zgodnie z którym modelowy lekarz powinien równomiernie udzielać się w trzech obszarach: być wykwalifikowanym w zakresie opieki nad pacjentem, prowadzić badania naukowe oraz należycie i ze starannością przekazywać swoją wiedzę młodszym adeptom sztuki lekarskiej (Alpert i Coles, 1988). Nowojorski lekarz i profesor Alan Loockwood poszedł o krok dalej, stwierdzając, że spełnienie tych trzech jakże szerokich kompetencji nie jest wystarczające do pełnej realizacji odpowiedzialności zawodowej lekarza, jeśli nie uwzględnia elementu „służenia społeczności” (Lockwood, 2004, s. 189–190). Przesłanka ta, według której lekarz zobowiązuje się chronić pacjenta przed krzywdą i niesprawiedliwością, wywodzi się z przysięgi Hipokratesa i jest swoistym wezwaniem do ochrony zarówno indywidualnego pacjenta, jak i społeczeństwa. Często obserwacje czynione na jednostce przekładają się na decyzje poprawiające globalnie stan chorych, co jest przejawem odpowiedzialności społecznej lekarza. Historia podaje wiele przykładów tej szczególnego rodzaju odpowiedzialności – dochodzenia Ignaza Semmelwisa dotyczące szerzenia się gorączki połogowej wśród kobiet po porodzie zwieńczone zostały wprowadzeniem powszechnego mycia i dezynfekcji rąk przed przystąpieniem do badania, a tym samym radykalnym zmniejszeniem śmiertelności w szpitalach położniczych (Zoltán, 2021). Z kolei brytyjski lekarz John Snow, analizując rozmieszczenie przypadków zachorowań podczas epidemii cholery w Londynie, doprowadził do wyłączenia pompy wodnej, która była źródłem zarazy (Vachon, 2005, s. 8–10). Jako bardziej aktualny przykład przytoczyć można fakt wycofania z użycia benzyny ołowiowej na przełomie lat 70. i 80. XX wieku, co wywarło ogromny wpływ na społeczeństwo poprzez zmniejszenie odsetka osób upośledzonych umysłowo z powodu zatrucia ołowiem (Lockwood, 2004, s. 189–190). Jednym z bardziej dyskutowanych tematów ostatnich czasów z zakresu medycyny jest kwestia szczepień, których zasadność i bezpieczeństwo negują ruchy antyszczepionkowe. Nie ulega wątpliwości, że szczepienia tzw. obowiązkowe zawarte w kalendarzu szczepień chronią nie tylko jednostkę, ale też całe otoczenie. Dlatego przekazywanie rzetelnej wiedzy pacjentom i rozwiewanie ich wątpliwości w tej kwestii jest istotnym przejawem społecznej odpowiedzialności lekarza mogącym zapobiec realnemu zagrożeniu w postaci nawrotu chorób, co do których, dzięki szczepieniom, udało się osiągnąć znaczący spadek zachorowalności (jak np. poliomyelitis, błonica, krztusiec, odra czy różyczka) (Marchewka et al., 2015, s. 95–102).

Interesujące zestawienie ról społeczno-zawodowych lekarza zostało przedstawione w duńskim artykule w ramach szerszego modelu wymagań dla przyszłych specjalistów medycyny w tym kraju (Danish Health and Medicines Authority, 2014). Uwzględniono siedem ról lekarza: ekspert medyczny, komunikator, współpracownik, menedżer, rzecznik zdrowia, naukowiec oraz profesjonalista. Każda z ról wymaga odrębnych kompetencji i ma inne cele, które wzajemnie się uzupełniają, tworząc kompletny wizerunek lekarza. W odmianie kanadyjskiej powyższego schematu rolę eksperta medycznego jest główną rolą uważaną za *sine qua non*. Pozostałe role, pozostając ze sobą na równi, ujawniają się, gdy lekarz korzysta ze

swej wiedzy medycznej (The Royal College of Physicians and Surgeons of Canada). Innymi słowy, rola medycznego eksperta jest nadrzędna, ona definiuje, czy ktoś jest lekarzem czy nie, podczas gdy pozostałe role opisują, jak wiedza medyczna jest wykorzystywana w codziennych czynnościach.

Dyskutując o roli zawodowej lekarza, należy uwzględnić także kwestie wychodzące poza aspekt związany czysto ze środowiskiem pracy, takie jak: konieczność godzenia wymagającej aktywności zawodowej, często o nieregulowanych godzinach pracy, z życiem rodzinnym; przemęczenie i wypalenie zawodowe; próby mierzenia się z nie zawsze sprawiedliwą opinią publiczną; trudności sprostania nierealnie wysokim wymaganiom narzucanym przez fałszywy wizerunek idealnego lekarza kreowany w mediach; konfrontowanie marzeń o błyskotliwej karierze z rzeczywistością.

Jeśli chodzi o funkcjonowanie lekarza w rodzinie, trudność polega na konieczności umiejętnego pogodzenia wymagającego życia zawodowego z życiem rodzinnym. Opisane zostały trzy główne strategie przedstawiające wzajemne relacje pomiędzy rolą zawodową a rodzinną: dominująca kariera (*career dominant*), odseparowanie (*segregated*) oraz dostosowanie (*accommodated*) (Theorell, 2000, s. 1417–1418). Strategia dominującej kariery oznacza ciągły, pełen etat, co wiąże się z ograniczeniem życia rodzinnego (zwykle zaliczają się tu osoby, które nigdy nie założyły rodziny lub osoby bezdziejne albo rozwiedzione z powodu kariery zawodowej). Koncepcja odseparowania polega na dzieleniu czasu między karierą a życie rodzinne, jednak z przewagą pracy zawodowej. W koncepcji dostosowania zaangażowanie w pracę zostaje ograniczone na rzecz pełnienia roli w rodzinie. Większość lekarzy, zarówno kobiet (55%), jak i mężczyzn (85%), wybiera strategię drugą, tj. strategię odseparowania (Dumelow et al., 2000, s. 1437–1440).

Według badania przeprowadzonego w Szwecji głównymi wyzwaniami zgłaszanymi przez lekarzy są wysokie wymagania, jakie stawia im wykonywany zawód, oraz niewielka zdolność kontroli przebiegu pracy w porównaniu z innymi profesjami (np. dyżury, nagłe zmiany w harmonogramie pracy, konieczność stawienia się na telefon) (Theorell, 2000, s. 1417–1418). W niektórych przypadkach ustalanie priorytetów i podejmowanie decyzji medycznych odbywa się na podstawie niewystarczających informacji, przy niepewności co do dowodów i najlepszych praktyk. Praca lekarza wymaga opanowania kreatywnych rozwiązań opartych na wiedzy, doświadczeniu i zdolnościach (Danish Health and Medicines Authority, 2014). Wymagania pacjentów co do opieki lekarskiej są coraz wyższe, przy czym zwiększa się liczba pacjentów przypadająca na jednego medyka, a kulturowe zmiany wzorców pracy i pozycji w społeczeństwie wpłynęły na obniżenie statusu lekarza (Theorell, 2000, s. 1417–1418).

Bardzo ważnym aspektem współczesnego obrazu lekarza jest wizerunek w mediach. Metaforycznie rzecz ujmując, lekarz jest nieustannie zaangażowany w rodzaj przedstawienia – we wszystkich jego słowach, gestach, intonacji ważą się losy pacjenta. Lekarz nie powinien okazywać złości, wybierać faworytów, rozbudzać bezpodstawnych nadziei ani niepotrzebnych wątpliwości, powinien zatrzymywać w sobie wszelkie obciążenia emocjonalne, walczyć o pacjenta, okazywać empatię i nie popełniać błędów. Tego chcą pacjenci, a co ważniejsze, mają prawo oczekiwać (Goldsmith, 2007, s. 12–13). Taki, skądinąd pozytywny, wizerunek lekarza bohatera powszechnie przedstawiany w serialach telewizyjnych stawia nierealistycznie

wysokie wymagania lekarzowi z krwi i kości. Pacjenci mogą być rozczarowani prawdziwymi lekarzami w porównaniu z ich wyreżyserowanymi odpowiednikami (Chory-Assad i Tamborini, 2001, s. 499–521). Lekarze telewizyjni nie dość, że doskonale i bezbłędnie radzą sobie z diagnozą nawet najbardziej skomplikowanych czy rzadkich przypadków, są także w stanie dostrzec i rozwiązać osobiste konflikty życiowe swoich pacjentów (Pawlak-Sobczak, 2015). Jest to oczywista idealizacja, jednak wskazuje na silnie zakorzenioną w społeczeństwie potrzebę zajmowania przez lekarza pozycji autorytetu oraz potrzebę holistycznego podejścia do pacjenta, a więc uwzględnienia obok stanu czysto fizycznego także jego stanu emocjonalnego i kontekstu psychologiczno-społecznego. Poza tym seriale o tematyce medycznej, nawet jeśli przedstawiają obraz odbiegający od codziennych realiów, mają wartość edukacyjną i profilaktyczną, a także dają pacjentom wgląd w często niedostępny dla nich świat medycyny (Pawlak-Sobczak, 2015).

Pozostając w kręgu mediów, nie można pominąć istotnego wątku portali internetowych, na których toczą się dyskusje na temat lekarzy, są im wystawiane opinie i oceny, zarówno pozytywne, jak i negatywne. Aż 79% polskich internautów regularnie szuka w internecie wiadomości o zdrowiu oraz informacji i opinii o lekarzach (sondaż CBOS, 2016), i na ich podstawie podejmuje własne decyzje. Mechanizm ten, opisany przez psychologa Roberta Cialdiniego, znany jest jako społeczny dowód słuszności – zasada, według której człowiek, nie wiedząc, jaka decyzja lub jaki pogląd jest słuszny, podejmuje decyzje lub przyjmuje poglądy takie same, jak większość grupy (Cialdini, 1996). W opiniach pacjentów często pojawiają się wątki dotyczące zachowania lekarza: czy odnosił się do nich z szacunkiem, czy stworzył przyjazną atmosferę, czy rzetelnie i zrozumiale przekazał swoją wiedzę. Pokazuje to, że dla pacjentów liczą się nie tylko merytoryczne kompetencje i fachowość, czyli instrumentalne aspekty zachowań lekarzy, ale również emocjonalne cechy ich działań (poziom życzliwości, wsparcie, dawanie poczucia bezpieczeństwa, empatia, zrozumienie) (Maksymowicz, 2014, s. 101–113). Odpowiadając na dużą aktywność pacjentów w sieci, lekarze coraz częściej decydują się na aktywny udział w mediach społecznościowych poprzez prowadzenie stron internetowych z opisem świadczonych przez siebie usług oraz odpowiadanie na komentarze pacjentów. Wśród głównych celów takiego działania wymienia się: wzrost renomy, wzrost liczby pacjentów oraz wzrost przywiązania pacjentów (Szycman, 2020, s. 15–25).

Ocena kompetencji lekarzy przez społeczność pacjentów jest kolejnym elementem wpięającym się w aspekt roli zawodowej lekarza. Wglądu w ten stan dostarczają raporty z badań opinii społecznej. Jeden z ostatnich raportów tego typu został opublikowany w 2018 roku (Raport „Lekarze w badaniach opinii społecznej 2018”). Zawierał odpowiedzi na pytania dotyczące oceny kompetencji lekarzy w zakresie diagnozowania i leczenia chorób, zaangażowania w pracę, umiejętności słuchania pacjentów, umiejętności przekazywania pacjentowi informacji o jego zdrowiu oraz stopnia zaufania lekarzowi. Wyniki badania wykazały, że większość Polaków docenia kompetencje medyczne polskich lekarzy (ponad 60% respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, że lekarze są kompetentni w zakresie diagnozowania i leczenia chorób). W bardziej negatywnym dla lekarzy świetle przedstawia się ocena ich zaangażowania w pracę – nieco ponad 40% ankietowanych potwierdziło zaangażowanie lekarzy. Mniej niż połowa badanych pozytywnie oceniła umiejętność słuchania pacjenta przez lekarza, natomiast połowa stwierdziła, że lekarze dobrze przekazują pacjentom informacje

o ich zdrowiu. Zaufanie do swojego lekarza zadeklarowała połowa badanych (Raport „Lekarze w badaniach opinii społecznej 2018”).

Zawód lekarza wymaga ciągłej edukacji, niemalże przez całe życie, ponieważ nauki medyczne dynamicznie się rozwijają. Nieustanne kształcenie lekarza stwarza możliwość edukacji pacjentów, dzięki czemu stają się coraz bardziej aktywni w procesie leczenia oraz mogą brać świadomą odpowiedzialność za decyzje mające wpływ na zdrowie. Najwięcej pacjentów polega w tej kwestii na lekarzach pierwszego kontaktu, są oni bowiem najbardziej dostępni (Raport „Lekarze w badaniach opinii społecznej 2018”). Lekarz staje się pomostem między fachową wiedzą medyczną a pacjentem (Bokoch, 2007, s. 16–17). Pragnienie błyskotliwej kariery naukowej często spotyka się z oporem rzeczywistości. Nieco zaskakująca metafora przedstawia młodego naukowca jako młodego kreta, który zostaje wrzucony do szerokiego tunelu odkryć naukowych wykopanego przez swoich genialnych poprzedników. Młody badacz musi znaleźć miejsce, aby wykopać własną małą niszę w tej ogromnej mrocznej przestrzeni. Zwykle jest to proces bardzo mozolny, wymagający wpięrcz poznania tego wszystkiego, co już zostało odkryte, w celu znalezienia luki na własne badania (Bokoch, 2007, s. 16–17). Ze współczesnym wizerunkiem lekarza jako badacza nierozzerwalnie łączy się możliwość publikowania prac w czasopiśmie naukowych rozpowszechnionych w medycznym świecie. Ideą publikowania oraz czytania publikacji jest powszechny dostęp do najnowszej wiedzy z każdego zakątka świata, uczenie się od najlepszych specjalistów, umiejętność krytycznej analizy własnej pracy, a także pracy kolegów po fachu. Z kolei angażowanie się lekarzy w pisanie prac niekoniecznie o charakterze *stricte* medyczno-naukowym wynika z niedoboru w ich kształceniu, a także pracy zawodowej, nauk humanistycznych, które, jak coraz częściej się podkreśla, pomagają rozwijać wgląd w kondycję człowieka (Frost, 2007, s. 18–19).

## SPOSÓB KOMUNIKACJI Z PACJENTEM

W przywoływanym już w artykule duńskim zestawieniu ról zawodowych lekarza pojawia się rola komunikacyjna. Dotyczy ona zarówno kontaktu ze współpracownikami, przełożonymi, jak i z pacjentami (Danish Health and Medicines Authority, 2014). Niniejsze opracowanie skupia się na znaczeniu komunikacji w relacji z pacjentem. Kompetencje komunikacyjne są pomostem łączącym pacjenta z wiedzą medyczną przekazywaną przez lekarza, a na przestrzeni lat sposób komunikacji uległ znacznym przemianom. Istotę komunikacji między lekarzem a pacjentem przedstawia Barański: „Komunikowanie się lekarza z pacjentem i pacjenta z lekarzem jest procesem porozumiewania się, polegającym na wymianie myśli i dzieleniu się wiedzą oraz informacjami, na ujawnianiu wartości i emocji, przebiegającym na poziomie werbalnym i niewerbalnym przy użyciu zróżnicowanych środków (wywiad, badania, zabieg, rehabilitacja itd.) i wywołującym skutki terapeutyczne oraz pozaterapeutyczne (zmiana zachowań pacjenta, stylu życia itp.)” (Barański, 2002, s. 162).

Komunikowanie się definiowane jest jako intencjonalna wymiana werbalnych i niewerbalnych znaków (symboli) podejmowana dla poprawy współdziałania lub dzielenia znaczeń między partnerami (Smolski, 1999, s. 89) bądź jako proces przekazywania informacji od jednej osoby do drugiej (Griffin, 1996, s. 554). W ostatnich latach szczególnie szeroko dyskutowane było znaczenie komunikacji w związku z dokonującą się zmianą relacji lekarz–pacjent

z modelu paternalistycznego na partnerski. Relacja lekarz–pacjent jest bardzo ważnym obszarem procesu leczenia. Naturalna przewaga wynikająca z umiejętności i wiedzy leży po stronie lekarza, co warunkuje asymetrię tego układu. Stopień autonomii pacjenta zależy od przyjętego modelu wzajemnych interakcji. Przez długie lata podstawowym wzorcem relacji był model paternalistyczny (opisany przez Talcotta Parsona w 1951 roku). Został on umocniony w XX wieku wraz z wprowadzeniem biomedycznego paradygmatu pojmowania zdrowia i choroby, według którego choroba wynika jedynie z czynników biologicznych, z pominięciem aspektu psychologicznego. Człowiek postrzegany jest jak maszyna, a lekarz ma za zadanie przywrócić sprawności zaburzonych mechanizmów (Williams, 1998, s. 480–492). Główne cechy modelu paternalistycznego obejmują autorytarne podejście do pacjenta, nieuwzględnianie jego potrzeb emocjonalnych oraz zmarginalizowanie choroby jedynie do zaburzenia funkcji biologicznych. Wszelkie decyzje dotyczące leczenia lekarz podejmuje samodzielnie, kierując się trzema zasadami: uniwersalizmem (jednakowe i profesjonalne traktowanie pacjenta), emocjonalną neutralnością (zachowanie dystansu wobec sytuacji chorego) oraz specyficznością oddziaływań (koncentracja na problemach zdrowotnych pacjentów) (Nowina-Konopka, 2016, s. 71). Mniej radykalna odmiana modelu paternalistycznego (model Thomasa Stephena Szasza i Marca Hollendra) dopuszcza w pewnych sytuacjach współdziałanie pacjenta z lekarzem (Zembala, 2015, s. 40–45). Podstawowe trudności wynikające z modelu paternalistycznego negatywnie wpływające na postawę pacjenta i powodzenie procesu terapeutycznego to brak zrozumienia oraz zbyt niski poziom zaufania. Stosowanie przez lekarza żargonu medycznego osłabia siłę lekarskich zaleceń, powodując brak ich wykonywania. Autorytarna pozycja lekarza nie sprzyja nawiązaniu zaufania, którego poziom bezpośrednio przekłada się na wykonywanie lekarskich zaleceń. Wątpliwości mogą się pojawić, gdy pacjent jest sceptycznie nastawiony w stosunku do kompetencji lekarza, ale również, gdy instrukcja medyczna okazuje się niezrozumiała, trudna do wdrożenia dla konkretnego pacjenta, zakłóca normalną aktywność, czy zmusza do zmiany ugruntowanych nawyków (Śliwińska et al., 2015, s. 223–228). W takich przypadkach ważne jest wypracowanie kompromisu, co nie jest możliwe, jeśli lekarz nie wyraża gotowości do podjęcia z pacjentem dialogu.

Przełomowym momentem, który zmienił myślenie o człowieku w naukach medycznych, była nowa definicja zdrowia Światowej Organizacji Zdrowia z 1946 roku. Określała ona zdrowie już nie tylko jako brak choroby, ale jako pełen dobrostan fizyczny, psychiczny i społeczny (Zembala, 2015, s. 44–45). Stosunek lekarza w relacji z pacjentem ulegał stopniowej zmianie. Obecnie zalecanym modelem komunikacji lekarza z pacjentem jest model partnerski wywodzący się z paradygmatu socjomedycznego, który za cel stawia współuczestnictwo pacjenta w procesie leczenia (Makara-Studzińska, 2012). Jest to model najbardziej pożądanym, ponieważ stwarza największą przestrzeń do dialogu przez ukierunkowanie się na indywidualne potrzeby pacjenta (Drozd-Garbacewicz, 2015, s. 96). Rola lekarza opiera się przede wszystkim na przedstawieniu w zrozumiały dla pacjenta sposób patomechanizmu jego choroby, możliwych terapii, skutków poszczególnych opcji, a finalnie wspólnym podjęciu decyzji co do leczenia (Ostrowska, 2006, s. 186). Pacjent staje się nie tylko współuczestnikiem procesu leczenia, ale również współodpowiedzialnym za jego skutki. Ten model relacji wymaga zbliżenia emocjonalnego, do którego potrzebna jest wiedza i umiejętności lekarza z zakresu empatii, wsparcia mentalnego oraz właściwego dystansu emocjonalnego korzystnego

dla obu stron relacji (Jarosz et al., 2012, s. 212–218). Model partnerski daje przestrzeń do komunikowania intencji i potrzeb. Indywidualne podejście do pacjenta zwiększa szanse na prawidłowe przez niego zrozumienie i wdrożenie zaleceń medycznych, zmniejszając tym samym frustrację lekarza wynikającą z braku efektu podejmowanych wysiłków. Istnieje bezpośredni związek między stanem psychicznym pacjenta a wynikami leczenia. Czynniki emocjonalne pośredniczą między lekarzem a pacjentem, mogą zarówno utrudnić czy wręcz uniemożliwić proces leczenia, jak i przyczynić się do powodzenia terapii. Dlatego, dbając o atmosferę obopólnego zaufania, lekarz stara się wzmocnić skuteczność proponowanego leczenia (Heszen, 2008). Pacjenci postrzegają medyków jako bardziej kompetentnych, gdy poświęcają im odpowiednio dużo czasu, pytają o zdanie i wykazują chęć pomocy w radzeniu sobie z chorobą. Zadowolenie pacjenta ze spotkań z lekarzem zależy od harmonijnej wymiany informacji i pozytywnego nastawienia obu stron (Bishop, 2000, s. 33–34). Dowodów na to, że fakt poświęcania pacjentowi odpowiedniej ilości czasu przez lekarza jest ważny, zdaniem pacjentów, dostarczają wyniki badań opinii społecznej, zgodnie z którymi aż 85% ankietowanych wśród problemów lekarzy wskazuje zbyt małą ilość czasu dla pacjenta (Kilijanek-Cieślik, *Raport...*). Według tego samego raportu znacznie więcej pacjentów na zadowalającym poziomie ocenia kompetencje medyczne lekarzy (niepełna 70%) umożliwiające postawienie trafnej diagnozy i wybór odpowiedniej terapii niż kompetencje miękkie (mniej niż 50%), m.in. umiejętność słuchania, umiejętność przekazania pacjentowi informacji o jego zdrowiu (Kilijanek-Cieślik, *Raport...*). Niektórzy jako modyfikację modelu partnerskiego wyróżniają model systemowo-partnerski. Główną zmianą jest dodatkowe uwzględnienie rodziny chorego w planowaniu działań terapeutycznych oraz przykładanie dużej wagi do wpływów środowiska, stosunków rodzinnych i problemów emocjonalnych na stan chorego (Zembala, 2015, s. 38–39).

Wskazówek do rozwoju i utrzymywania partnerskich relacji dostarcza model opracowany przez Gorgon i Sterling (Gorgon, 1999). Punktem wyjścia jest definiowanie potrzeb pacjenta z uwzględnieniem celów i wartości chorego, jak i lekarza. Badacze podnoszą znaczenie aktywnego słuchania dla okazania akceptacji i zrozumienia obaw pacjenta. Poszukiwanie możliwych rozwiązań opiera się na kreatywnym generowaniu pomysłów. Następnym krokiem jest wspólna ocena wszystkich możliwości w odniesieniu do oczekiwanych wyników oraz możliwych zagrożeń, co kończy się przyjęciem rozwiązania akceptowalnego przez obie strony, wyrażonego w sposób jasny i jednoznaczny. Przydzielenie konkretnych zadań do wykonania gwarantuje realizację wspólnie wypracowanego planu działania. Ostatnim elementem modelu jest ocena rezultatów porozumienia. Lekarz na każdym etapie procesu leczenia dba o utrzymywanie partnerskich relacji z pacjentem, zwiększając w ten sposób prawdopodobieństwo skutecznej terapii.

Należy podkreślić, że żaden model relacji nie jest idealny. W modelu partnerskim zbyt duża autonomia pacjentów może być niewłaściwie przez nich wykorzystywana, z kolei mocną stroną powszechnie krytykowanego modelu paternalistycznego jest silne poczucie odpowiedzialności za losy pacjenta. Podobnie, rodzaj dominującej relacji zależy od konkretnej sytuacji medycznej – inny model interakcji będzie odpowiedni w przypadku pacjenta cierpiącego na chorobę przewlekłą, inny w sytuacji choroby ostrej, a odmienny u pacjenta pod narkozą lub



w śpiączce (Nowina-Konopka, 2016, s. 72). Sposób komunikacji z pacjentem powinien być wypracowywany przez przyszłego lekarza na etapie edukacji, a zatem jeszcze przed podjęciem pracy zawodowej, a później doskonalony. W natłoku obowiązków zawodowych może bowiem brakować czasu na kształtowanie od podstaw odpowiednich nawyków, dlatego ważne jest niejako automatyczne podejmowanie właściwego rodzaju dialogu z pacjentem. W komunikacji lekarz powinien kierować się na równi zdolnością i wolą widzenia, słyszenia, rozumienia i poszanowania drugiej istoty ludzkiej (Danish Health and Medicines Authority, 2014).

Rozważania nad komunikacją w medycynie każą zastanowić się nad dwoma dodatkowymi zagadnieniami. Pierwsze dotyczy dostępności i szerzenia wiedzy na temat partnerskiej relacji między lekarzem a pacjentem i potencjalnych korzyści, jakie stosowanie tego modelu ze sobą niesie. Wydaje się, że w ostatnich czasach tematyka właściwej komunikacji jest coraz częściej podnoszona, dostęp do tego typu wiedzy jest szeroki, a młodzi lekarze już na etapie studiów poznają znaczenie psychologiczno-społecznych aspektów leczenia. Odrębną kwestią jest, czy mimo teoretycznej znajomości dobrych praktyk komunikacyjnych są one powszechnie stosowane w opiece medycznej czy z jakiegoś powodu nadal dominuje model paternalistyczny, wykluczający pacjenta z decyzyjnej części procesu leczenia. Odpowiadając na to pytanie, należałoby wyodrębnić sektor publiczny i prywatny oraz opiekę ambulatoryjną i szpitalną.

Głównym powodem wyboru placówki prywatnej jest brak konieczności oczekiwania w kolejce, co często jest jednoznaczne z możliwością dostania się do specjalisty w ogóle (w akceptowalnym czasie oczekiwania) (*Badanie opinii...*, 2017). Co piąty ankietowany wśród najważniejszych powodów wymieniał dogodniejsze godziny przyjęć, większe kompetencje lekarzy i osób wykonujących badania, przekonanie, że na prywatnych wizytach lekarze bardziej się starają. Co dziesiątego badanego (10%) przekonał bardziej życzliwy stosunek personelu i miła atmosfera (CBOS, 2012). Wnioski z badań opinii publicznej dostarczają argumentacji na to, że w sektorze prywatnym służby zdrowia komunikacja między personelem a pacjentem jest sprawniejsza niż w sektorze publicznym i jest to jeden z powodów, dla którego część pacjentów wybiera gabinet prywatny. Podobne konkluzje przedstawia badanie Hulewskiej, w którym zauważa, że w placówkach niepublicznych najpowszechniejszym modelem relacji: pracownik ochrony zdrowia–pacjent jest model partnerski, podczas gdy w placówkach publicznych jest to model paternalistyczny (Hulewska, 2015). Proponowane wyjaśnienia tego stanu rzeczy obejmują różnice kultury organizacyjnej publicznych i niepublicznych ośrodków ochrony zdrowia, gdzie w przypadku sektora prywatnego troska o dobrostan pacjenta, zarówno w aspekcie fizycznym, jak i psychicznym, jest czynnikiem wpływającym na zadowolenie pacjentów z opieki, a tym samym ich przyszłe decyzje o wyborze danej placówki, co w rezultacie przyniesie jej dochody i renomę. Z drugiej strony większa presja czasu i przeciążenie pracą w placówkach publicznych sprzyja paternalistycznemu stylowi komunikowania się z chorym (Hulewska, 2015).

W warunkach ambulatoryjnych zaangażowanie pacjenta w plany leczenia jest postrzegane jako niezbędne, ponieważ na pacjencie spoczywa główna odpowiedzialność za wdrożenie zaleceń lekarskich, a do tego potrzebne jest ich zrozumienie. Z kolei w warunkach szpitalnych procedury lecznicze często wykonywane są na pacjencie z pominięciem jego decyzyjności. Gdy zaangażowanie pacjenta nie jest potrzebne do prowadzenia leczenia, lekarze są skłonni



rezygnować z włączania go w swoje decyzje (Elwyn, 2012, s. 1361–1367). Jedno z badań przeprowadzonych w USA dotyczące określenia wzorców zachowań komunikacyjnych i stopnia autonomii pacjenta w opiece szpitalnej dobrze ukazuje tę problematykę (Berger et al., 2017). Wyniki pokazały, że wszyscy badani lekarze wyjaśniali chorym plan opieki, a większość z nich uważała, iż robią to w sposób przystępny. Jednakże wielu pacjentów nie rozumiało objaśnień. Lekarze rzadko pytali hospitalizowanych o ich opinie. We wszystkich przypadkach decyzja co do leczenia została uprzednio podjęta przez lekarza, który podczas konsultacji z pacjentem wyjaśniał jedynie już ustalony plan działania, a więc żadna decyzja nie była podejmowana wspólnie z pacjentem. Wnioski z tej pracy są następujące: wspólne podejmowanie decyzji nadal może nie być normą w opiece szpitalnej. Chociaż lekarze starają się wyjaśniać plany leczenia, wielu hospitalizowanych nie rozumie ich na tyle, by móc włączyć się w podejmowanie decyzji. Można powiedzieć, że aktywne angażowanie pacjenta w proces leczenia jest pewnego rodzaju przełomem w praktyce szpitalnej. Inicjatywa zawsze leży po stronie lekarza, odbywa się na przekór limitom czasowym oraz pokusie ograniczenia rozmowy z pacjentem do niezbędnego minimum. Oczywiście, część pacjentów może nie być zainteresowana współuczestnictwem w terapii. Oczekują oni gotowych zaleceń bez potrzeby ich rozumienia, nie mówiąc o możliwości decydowania o wyborze najlepszej opcji. Jednak coraz więcej pacjentów chce być świadomymi uczestnikami procesu terapeutycznego, dlatego powinni mieć możliwość jak najpełniejszego wglądu w swój stan zdrowia przez wspólne z lekarzem omówienie różnych możliwości leczenia. Poprawa komunikacji szpitalnej może sprzyjać zwiększeniu autonomii pacjenta (Berger et al., 2017). Zawsze bowiem „trzeba mieć oczy, które widzą, uszy, które słyszą, i serce, które czuje...” (Zembala, 2015, s. 35–50)<sup>1</sup>.

## WNIOSKI

Rola zawodowa lekarza wychodzi poza ramy środowiska pracy. W pracy lekarz ma być profesjonalistą wykwalifikowanym w opiece nad pacjentem, naukowcem, nauczycielem. Dobrze, aby do tego miał także cechy psychologa, udzielając pacjentowi, obok oczywistej pomocy w pokonaniu dolegliwości fizycznych, także wsparcia psychicznego w zrozumieniu swojej choroby czy motywacji do wykonywania zaleceń. Role pełnione w rodzinie również warunkowane są pełnią profesję, a nieraz mogą być przez nią ograniczane. Przedstawianie lekarza w mediach, nawet jeśli wyidealizowane, ma przybliżyć społeczności pacjentów świat medycyny, zachęcać na szeroką skalę do zachowań prozdrowotnych.

Jedną z istotniejszych ról lekarza w realiach ostatnich czasów jest rola komunikacyjna. W celu jej wypełnienia lekarz posługuje się zarówno kompetencjami zawodowymi – posiadana wiedza służy wyjaśnieniu pacjentowi diagnozy oraz metody leczenia, jak i pozazawodowymi (tzw. miękkimi) – życzliwość, empatia ułatwiają kontakt z chorym przez budowanie wzajemnego zaufania. Pacjent ufa w wiedzę lekarza i jego autentyczne starania wyprowadzenia go ku zdrowiu. Z kolei lekarz ufa pacjentowi, że zrozumiał zalecenia

---

<sup>1</sup> Są to słowa Florence Nightingale (1820–1910) – twórczyni nowoczesnego pielęgniarstwa.

i będzie się do nich stosował. Tak samo i pacjenci oczekują od lekarzy wypełnienia tych dwóch rodzajów kompetencji. Edukacja i doświadczenie lekarza umożliwiają wywiązanie się z obowiązku spełnienia wobec pacjenta kompetencji zawodowych. Spełnieniu kompetencji miękkich najbardziej sprzyja partnerski model relacji między lekarzem a pacjentem, dający największą przestrzeń do dialogu.

## BIBLIOGRAFIA

- Aleksandrowicz, J. (1987). *Nie ma nieuleczalnie chorych*. Łódź: Wydawnictwo Łódzkie.
- Alpert, J.S., Coles, R. (1988). Careers in Academic Medicine. Triple Threat or Double Fake. *JAMA Internal Medicine*, 148, 9, 1906–1907.
- Badanie opinii pacjentów na temat organizacji opieki koordynowanej*. (2017). Biostat [badanie realizowane na zlecenie NFZ]. Pobrano z: [https://akademia.nfz.gov.pl/wp-content/uploads/2017/06/RAPORT\\_KO%C5%83COWY\\_v3.pdf](https://akademia.nfz.gov.pl/wp-content/uploads/2017/06/RAPORT_KO%C5%83COWY_v3.pdf) [20.06.2021].
- Barański, J. (2002). Niektóre aspekty komunikowania się lekarza z pacjentem. W: J. Barański, W. Piątkowski (red.), *Zdrowie i choroba. Wybrane problemy socjologii medycyny* (s. 158–161). Wrocław: ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe.
- Berger, Z., Boss, E., Beach, M.C. (2017). Communication behaviors and patient autonomy in hospital care: A qualitative study. *Patient Education and Counseling*, 100, 8, 1473–1481.
- Biegański, W. (1957). *Myśli i aforyzmy o etyce lekarskiej*. Warszawa: PZWL.
- Biesaga, T. (2006). Przysięga Hipokratesa a etyka medyczna. *Medycyna Praktyczna*, 7, 8, 20–25.
- Bishop, G. (2000). *Psychologia zdrowia*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
- Bokoch, M. (2007). The Role of the Physician in Society. Doctors in the Media. *H&P The Stanford Medical Student Clinical Journal*, 11, 3, 16–17.
- Brzeziński, T. (1988). *Historia medycyny*. Warszawa: PZWL.
- CBOS (2012). *Polacy o państwowej i prywatnej opiece zdrowotnej. Komunikat z badań*. Pobrano z: [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K\\_047\\_12.PDF](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K_047_12.PDF) [20.06.2021].
- Chałubiński, T. (1874). *Metoda wynajdywania wskazań lekarskich. Plan leczenia i jego wykonanie*. Warszawa: Wydawnictwo Gebethner i Wolff.
- Chory-Assad, R., Tamborini, R. (2001). Television Doctors: An Analysis of Physicians in Fictional and Non-Fictional Television Programs. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 45, 3, 499–521.
- Cialdini, R. (1996). *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Danish Health and Medicines Authority (2014). *The seven roles of physicians*. Pobrano z: <http://www.sst.dk> [18.02.2021].
- Domański, H., Ostrowska, A., Sztabiński, P.B. (red.) (2006). *W środku Europy? Wyniki Europejskiego Sondażu Społecznego*. Warszawa: Wydawnictwo IFIS PAN.
- Doroszewski, W. (red.). *Słownik języka polskiego PWN*. Pobrano z: <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/lekarz;5446239.html> [12.02.2021].

- Drozd-Garbacewicz, M. (2015). *Współczesna rola pacjenta hospitalizowanego w interakcji z lekarzem – między konfliktem a równowagą*. Pobrano z: <https://pbc.gda.pl/Content/51367/doktorat%20DROZD-GARBACEWICZ%20Ma%C5%82gorzata.pdf> [10.09.2021].
- Duława, J. (2014). *Czym jest, a czym nie jest medycyna – rozważania na temat profesjonalizmu z aktualną sytuacją w tle*. Pobrano z: <https://www.mp.pl/komunikacja/zespol/93734,czym-jest-a-czym-nie-jest-medycyna-rozwazania-na-temat-profesjonalizmu-z-aktualna-sytuacja-w-tle,1> [2.07.2021].
- Dumelow, C., Littlejohns, P., Griffiths, S. (2000). The interrelationship between a medical career and family life for hospital consultants: an interview survey. *British Medical Journal*, 320, 1437–1440.
- Elwyn, G. (2012). Shared decision making: a model for clinical practice. *Journal of General Internal Medicine*, 1, 1361–1367.
- Frost, A. (2007). The Role of the Physician in Society. Doctors in the Media. *H&P The Stanford Medical Student Clinical Journal*, 11, 3, 18–19.
- Gawrychowski, J., Skalski, J., Gawrychowski, S. (2006). Tradycje filozoficzne w polskiej medycynie. *Kardiochirurgia i Torakochirurgia Polska*, 3, 2, 236–241.
- Goldsmith, L. (2007). The Role of the Physician in Society. Doctors in the Media. *H&P The Stanford Medical Student Clinical Journal*, 11, 3, 12–13.
- Gorgon, T. (1999). *Pacjent jako partner*. Warszawa: Instytut Wydawniczy PAX.
- Griffin, R. (1996). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gryglewski, R. (2011). Rys historii medycyny powszechnej Józefa Oettingera. *Archiwum Historii i Filozofii Medycyny*, 7, 4, 18–28.
- Hebda, P., Madejski, J. (2004). *Zawód z pasją: nauka, praca, kariera*. Bielsko-Biała: Wydawnictwo Park.
- Heszen, I., Sęk, H. (2008). *Zdrowie i stres*. W: J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*. T. 2. Gdańsk: GWP.
- Hulewska, A. (2015). Przypadek chorobowy, partner czy klient? Modele relacji z pacjentem aktywizowane przez pracowników ochrony zdrowia. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 414, 155–165.
- Jarosz, M., Kawczyńska-Butrym, Z., Włoszczak-Szubda, A. (2012). Modele komunikacyjne lekarz – pacjent – rodzina. *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu*, 3, 18, 212–218.
- Kilijanek-Cieślik, A. *Raport „Lekarze w badaniach opinii społecznej 2018”*. Ośrodek Studiów, Analiz i Informacji Naczelnej Izby Lekarskiej.
- Kordel, P. (2010). Historyczne korzenie samorządu lekarskiego, cz. 1. *Poznańskie Zeszyty Humanistyczne*, XXVI, 27, 31–41.
- Krot, K., Rudawska, I. (2013). Koncepcja zaufania w relacji lekarz-pacjentów świetle badań jakościowych. *Zeszyty Naukowe SGGW, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 10, 59, 381–393.
- Lockwood, A. (2004). The Physician’s Role in Society: Enhancing the Health of Individuals and the Public. *Virtual Mentor*, 4, 6, 189–190.
- Makara-Studzińska, M. (2012). *Komunikacja z pacjentem*. Lublin: Wydawnictwo Czelej.

- Maksymowicz, A. (2014). Internet a medycyna: przemiany relacji zachodzących między pacjentami a lekarzami na przykładzie portali oceniających lekarzy. *Studia Humanistyczne AGH*, 13, 1, 101–113.
- Marchewka, A.K., Majewska, A., Młynarczyk, G. (2015). Działalność ruchu antyszczepionkowego, rola środków masowego komunikowania oraz wpływ poglądów religijnych na postawę wobec szczepień ochronnych. *Postępy Mikrobiologii*, 54, 2, 95–102.
- Nowina-Konopka, M. (2016). *Komunikacja lekarz – pacjent. Teoria i praktyka*. Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Pawlak-Sobczak, K. (2015). Obraz lekarza – serial telewizyjny kontra rzeczywistość. *Zeszyty Prasoznawcze*, 2, 222, 337–346.
- Pellegrino, E., Thomasma, D. (1993). *The virtues in medical practice*. New York: Oxford University Press.
- Skytt, Ch.B., Winther, L. (2011). Trust and local knowledge production: Interorganisational collaborations in the Sønderborg region, Denmark. *Geografisk Tidsskrift-Danish Journal of Geography*, 111, 1, 27–41.
- Smolski, R. (1999). *Słownik encyklopedyczny. Edukacja obywatelska*. Wrocław: Wydawnictwo Europa.
- Szczeklik, A. (2002). *Katharsis. O uzdrowicielskiej mocy natury i sztuki*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Szumowski, W. (2005). *Historia medycyny filozoficznie ujęta*. Komory: Wydawnictwo ANTYK.
- Szymca, E., Boguszewicz-Kreft, M. (2020). Postawy lekarzy wobec aktywności w mediach społecznościowych. *Zarządzanie Mediami*, 8, 1, 15–25.
- Śliwińska, Z., Makara-Studzińska, M., Śliwiński, Z. (2015). The patient-doctor relationship – a psychological perspective. *Medical Studies/Studia Medyczne*, 31, 3, 223–228.
- Theorell, T. (2000). Changing society: changing role of doctors. *British Medical Journal*, 320, 1417–1418.
- The Royal College of Physicians and Surgeons of Canada. Pobrano z: <https://www.royalcollege.ca/rcsite/home-e> [18.02.2021].
- Ustawa z dnia 5 grudnia 1996 r. o zawodach lekarza i lekarza dentystry, Dz.U. 1997 nr 28, poz. 152. Pobrano z: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19970280152> [20.06.2021].
- Vachon, D. (2005). Doctor John Snow Blames Water Pollution for Cholera Epidemic. *Old News*, 16, 8, 8–10.
- Williams, S. (1998). Doctor–Patient Communication and Patient Satisfaction: a Review. *Family Practice*, 15, 5, 480–492.
- Wójcik, J. (2018). *Lekarz: Zawód czy powołanie? Postawy lekarzy wobec pracy zawodowej*. Katowice: Oficyna Wydawnicza Waclaw Walasek.
- Zembala, A. (2015). Modele komunikacyjne w relacjach lekarz – pacjent. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ. Nauki Ścisłe*, 11, 2, 35–50.
- Zoltán, I. *Ignaz Semmelweis. German-Hungarian physician*. Pobrano z: <https://www.britanica.com/biography/Ignaz-Semmelweis> [18.02.2021].

#### THE FIGURE OF A DOCTOR IN THE CONTEXT OF THE PERFORMED PROFESSIONAL ROLES

The aim of the paper is to present the professional roles and competences of a physician determined by its profession. To achieve my assumption, the answer to the question about the roles played by a doctor in both work and external environments- within a family and media –turned out to be useful. One must add that a medical profession of a physician was a cohesive point of all the points discussed in the study. The methods applied to this research were the analysis and critical view of the professional literature concerning the issues of doctors' activities in the prism of the roles resulting from the profession. The considerations made in the article reveal an image of a doctor qualified in a care of a patient, involved in educating younger generations of medical doctors, conducting research in order to broaden professional knowledge, understanding the need to cultivate health-promoting behaviors among patients, and taking care of good contact with patients. The doctor in relation to the patient should demonstrate both a high level of professional competence, concentrating to diagnosing a disease and implementing an appropriate treatment, as well as the so-called soft skills, manifested in communication skills and a friendly approach to the patient.

Keywords: doctor, physician's professional roles, physician's competences, doctor-patient communication, professional competences

Zgłoszenie artykułu: 16.05.2021

Recenzje: 20.06.2021, 4.08.2021

Rewizja: 11.07.2021, 14.09.2021

Akceptacja: 15.09.2021

Publikacja on-line: 30.10.2021

# Notes for Contributors

1. “Studia Humanistyczne AGH” (“Contributions to Humanities AGH”) publishes articles, reviews, translations and research reports in the field of disciplines such as: sociology, communication and media studies, cultural studies and religious studies, as well as interdisciplinary works. Manuscripts can be submitted at any time. Within one month following the submission of the manuscript, the author shall receive the acknowledgment from the Secretary of the Editorial Board advising them whether the submitted manuscript has been qualified for further review. Manuscripts should be submitted only via journal platform: <https://www.editorialsystem.com/shaghen/>.
2. Articles should not exceed 18 standard pages; reviews: 5 standard pages. A standard page is written in Times New Roman Font, size 12, inter-line 1.5. Submission of oversize articles must be consulted with the Editorial Board beforehand.
3. References should be positioned within the main text body according to APA style, e.g.: (Beck and Grande, 2009, pp. 55–58), (Beck et al., 2007, p. 10). Bibliography should be placed at the end of the article.

Examples of bibliography are given below:

- Beniger, J.R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352–371.
  - Fox, S., Raine, L., Horrigan, J., Lenhart, J., Spooner, T., Carter, C. (2000). *Trust and privacy online: Why Americans want to rewrite the rules*. The Pew Internet & American Life Project.
  - Sundar, S.S. (2007). Social psychology of interactivity in human-Website interaction. In: A.N. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 89–104). Oxford, UK: Oxford University Press.
  - Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.
  - Wolfenbarger, M., Gilly, M. (2000). *Consumer's perceived quality of e-commerce experiences*. Retrieved from: California University Long Beach, <http://www.crito.uci.edu/papers/2000/consumers-gilly.pdf> [1.09.2009].
4. All manuscripts accepted by the Editorial Board are subject to peer review.

## Informacje dla autorów

1. „Studia Humanistyczne AGH” publikują artykuły, recenzje, przekłady i sprawozdania z badań mieszczących się w obszarze dyscyplin naukowych: nauki socjologiczne, nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki o kulturze i religii, a także prace interdyscyplinarne. Redakcja przyjmuje teksty w trybie ciągłym. W ciągu miesiąca od wpłynięcia tekstu (o czym autor zostanie poinformowany) sekretarz redakcji przekaze autorowi decyzję o przesłaniu nadesłanego materiału do recenzji. Tekst należy przesłać jedynie za pośrednictwem systemu internetowego <https://www.editorialsystem.com/shagh>.
2. Artykuł nie może przekraczać 18 stron, a recenzja pięciu standardowych stron. Standardowa strona to Times New Roman, wielkość czcionki 12, odstęp między wierszami 1,5. Teksty ponadwymiarowe wymagają uprzedniego uzgodnienia z redakcją.
3. Przypisy bibliograficzne należy umieścić w obrębie tekstu głównego według stylu APA: (Beck i Grande, 2009, s. 55–58), (Beck et al., 2007, s. 10). Bibliografię należy umieścić na końcu tekstu.  
Przykładowy zapis pozycji bibliograficznych:
  - Beniger, J.R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352–371.
  - Fox, S., Raine, L., Horrigan, J., Lenhart, J., Spooner, T., Carter, C. (2000). *Trust and privacy online: Why Americans want to rewrite the rules*. The Pew Internet & American Life Project.
  - Sundar, S.S. (2007). Social psychology of interactivity in human-Website interaction. W: A.N. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (s. 89–104). Oxford, UK: Oxford University Press.
  - Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.
  - Wolfenbarger, M., Gilly, M. (2000). *Consumer's perceived quality of e-commerce experiences*. Pobrano z: California University Long Beach, <http://www.crito.uci.edu/papers/2000/consumers-gilly.pdf> [1.09.2009].
4. Wszystkie teksty są recenzowane.



autorzy:

Andrew Higson

Anita Helena Kwiatkowska

Weronika Marzena Lebowa

Anna Skibińska

Teresa Jadwiga Zbyrad