

AUTOREFERAT

1. **Imię i nazwisko:** Grażyna Stachyra
2. **Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/artystyczne z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej:**
 - Dyplom ukończenia studiów filologicznych, UMCS 1994.
 - Dyplom ukończenia Studium Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa KUL, 2000.
 - Dyplom ukończenia kwalifikacyjnych studiów podyplomowych w zakresie „Emisji głosu”,
 - Wydział Artystyczny Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2004.
 - Dyplom uzyskania stopnia naukowego doktora nauk humanistycznych w zakresie literaturoznawstwa – komunikacji medialnej, (uchwała Rady Wydziału Humanistycznego Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie z dnia 13 grudnia 2006 r.). Tytuł rozprawy doktorskiej: *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*
3. **Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych artystycznych:**
 - 01.05.1995 r. – 31.12.1997 r. – referent (Akademickie Radio Centrum), Akademia Medyczna w Lublinie, Al. Raławickie 1.
 - 01.07.2000 r. - 01.09.2009 - asystent, od 2008 roku adiunkt, w Zakładzie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie.
 - 01.10.2008 r. - 30.09.2014 r. – wykładowca w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie.
 - 01.09.2009 r. - obecnie: adiunkt w Zakładzie Komunikacji Społecznej na Wydziale Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

4. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.):

a) tytuł osiągnięcia naukowego:

Cykl artykułów powiązanych tematycznie, opatrzony tytułem:

Relacje nadawczo-odbiorcze we współczesnym radiu oraz ich uwarunkowania

b) autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa:

1. G. Stachyra, 2012, *The Radio Plays Games*, "European Journal of Communication", Nr 27 (3), Sage: London, s. 241-256.
2. G. Stachyra, 2012, *The communicational aspects of radio convergence process – remarks upon "the radio on vision" and web-radio*, [w:] *Convergence: Media in Future*, (eds.) A. Baczyński, M. Drożdż et al., Institute of Journalism and Social Communication The Pontifical University of John Paul II, Kraków, s. 179-197.
3. G. Stachyra, 2013, *Radio charitainment. A case study of Radio Eska's campaign 'We undress to dress'*, [w:] G. Stachyra (ed.), *Radio – Community, Challenges, Aesthetics*, Wydawnictwo UMCS, Lublin, s. 287-299.
4. G. Stachyra, 2013, *Radio jako przestrzeń dla rytuału*, „Media. Kultura. Komunikacja Społeczna”, Nr 9, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn, s. 9-23.
5. G. Stachyra, 2013, *Radio tuned for work. Draft of research*, "Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska", Sectio K: Politologia, vol. XX, 1, Wydawnictwo UMCS Lublin, s. 231-251.
6. G. Stachyra, 2014, *Radio w środowisku pracy*, „Humanizacja Pracy”, Nr 4(278), Płock, s. 133-147.
7. G. Stachyra, 2014, *Listeners' obligations in 'expression seeking' radio dialogues*, [w:] *Radio: the Resilient Medium*, eds. M. Oliveira, G. Stachyra, G. Starkey, Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland, s. 125-139.
8. G. Stachyra, 2015, *Radio in the workplace. A liminal medium between work and leisure*, "Media Culture & Society", vol 37(2), Sage: London, s. 270-287.
9. G. Stachyra, 2015, *Radio Wnet: From mainstream to grassroots. A case study of productive listeners*, [w:] *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*, eds. T. Bonini, B. Monclús, Routledge: London-New York, s. 231-252.

10. G. Stachyra, 2015, *Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje*, [w]: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Poltext: Warszawa, s. 25-49.

c) omówienie celu naukowego/artystycznego wymienionej pracy i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania:

Zagadnienie relacji nadawczo-odbiorczych w radiu jest przedmiotem moich zainteresowań od wielu lat – zarówno w wymiarze praktycznym, jak i naukowym. Już w trakcie studiów rozpoczęłam współpracę z Akademickim Radiem „Centrum” (gdzie w latach 1990-2000 pracowałam jako dziennikarz informacyjny, następnie w latach 1996-2000 byłam Zastępcą Redaktora Naczelnego i Dyrektorem Działu Informacji), wcześniej odbyłam staż w Polskim Radiu Lublin S.A., pracowałam w lubelskim Radiu „Puls” oraz radomskim Radiu „Rekord”. W 2000 roku przyjął od prof. dr. hab. Krzysztofa Stępnika, ówczesnego Prorektora UMCS, propozycję rozpoczęcia pracy w tworzonym przez Niego Zakładzie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Wcześniejsze doświadczenia zawodowe stanowiły dla mnie potencjał do wykorzystania w pracy naukowej i szansę spojrzenia na radio z perspektywy praktyka. Uświadomiły mi, że sami radiowcy komunikując się z publicznością stosują rozmaite strategie nadawcze, niekiedy w sposób intuicyjny. Z drugiej strony literatura medioznawcza stosunkowo rzadko analizuje radio, zdawkowo lub zbyt ogólnie opisując komunikację pomiędzy nadawcą a odbiorcą, nie uwzględniając wszystkich aspektów specyfiki tego medium. Dlatego w mojej rozprawie doktorskiej (*Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008) zaproponowałam definicję gatunku audycji jako zbioru form gatunkotwórczych podlegających formatowym strategiom nadawczo-odbiorczym, które poddałam analizie.

Komunikacja w radiu jako zagadnienie wielopłaszczyznowe skłoniła mnie do rozpatrywania jej licznych wymiarów. Wskazany przeze mnie cykl artykułów *Relacje nadawczo-odbiorcze we współczesnym radiu oraz ich uwarunkowania* jest dowodem dyskursywnej różnorodności medium, które w debacie naukowej, zwłaszcza podejmującej zagadnienia analizy jakościowej, pozostaje na uboczu zainteresowań większości badaczy.

Radio umożliwiło transmisję komunikacji między ludźmi, która wykraczała poza kontakt twarzą w twarz, stanowiąc istotę „wtórnej oralności” (Ong 2002: 178-190). Rozwój technologii spowodował utrwalanie i wielokrotne powtarzanie komunikatów. Wpłynęło to z jednej strony na zróżnicowanie koncentracji słuchacza (Douglas 2009, Lacey 2013), wiążące się z zaangażowanym „słuchaniem” (*listening*), lub pasywnym i mimowolnym „słyszeniem”

(*hearing*), z drugiej natomiast umożliwiło odbieranie przekazu w dowolnym czasie (*podcasting*). Co więcej, sam odbiorca zyskał status nadawcy, gdy począwszy od lat trzydziestych ubiegłego stulecia zaczął pojawiać się na antenie w formule *call-in* (Chignell 2009: 38). Specyfika radia umożliwiła niekodowane przesyłanie komunikatów, podobne do bezpośredniej rozmowy (Bauer 2010: 75-76), stopniowo zmieniał się też status medialnego dialogu (Scannell & Cardiff 1991, Hutchby 2006, Sidnell 2010).

W zależności od celu, jaki stawia sobie nadawca oraz od możliwości technologicznych i kontekstu kulturowego komunikacji, odbieranie przekazu wymaga od słuchaczy aktywności o różnym „nasileniu”. Może to być zarówno słuchowa recepcja przekazu w trakcie wykonywania czynności towarzyszących, jak i udział (np. telefoniczny) w audycji, koprodukcja serwisu informacyjnego *online*, dekodowanie rytualnych elementów audycji, czy prosumpcja przekazu.

Natura radia wiąże się z faktem, że słuchacz „wchodzi” z nadawcą w układ komunikowania się zwerbalizowanego (gdy wypowiada się na antenie) bądź wewnętrznego, gdy analizuje, utożsamia się z przekazem *on air*. Abstrahuję tu od licznych sporów wokół komunikowania intrapersonalnego (Pleszczyński 2013: 69, Mich 2014: 25-28), które przez praktyków jest intuicyjnie uznawane za oczywistość, zwłaszcza w przypadku form dramatycznych. Poddając analizie elementy dialogu antenowego polskich rozgłośni komercyjnych, uznałam je za składowe swoistej gry pomiędzy nadawcą a odbiorcą (odbiorcami) (*The Radio Plays Games*). Termin „gra” upowszechniony w kontekście badań lingwistycznych (Wittgenstein 1953; Levinson 1983; Głowiński, Kostkiewiczowa, Okopień-Sławińska, Sławiński 1988; Mann 2002; Kępa-Figura 2004), rozpatrywałam w odniesieniu do konwencji gatunkowej (*talk-joke, call-joke, exhibitionist phone-in, game show*) realizowanej, by uzyskać najczęściej rozrywkowy efekt wspólnych (nadawcy i odbiorcy) starań. Teoretyczne ramy dla moich rozważań stanowiła klasyfikacja gier Rogera Caillois (1997). Potoczne cechy genologicznej oprawy gry transponowałam na radiową audycję, podczas której spiker obiera pewien styl „antenowej kreacji” stanowiącej dystynktywną cechę danego wykonania. Wprawdzie z samej definicji grami na antenie radiowej są gatunki *game show*, czyli zabawy i konkursy z udziałem słuchaczy, realizujące ludyczny wymiar radia, jednak w przekazie radiowym ludyczność jest zjawiskiem zróżnicowanym. Może występować w postaci „rozcieńczonej” w trakcie całej audycji jako pewien styl spikera żartującego i wprowadzającego słuchacza w dobry nastrój, lub też w formie „skondensowanej” w specyficznych formułach, jak *call – joke*, albo *talk-joke* (reżyserowane dialogi, których celem

jest stworzenie iluzji rzeczywistości, poprzez wykorzystanie w konwencji żartu fragmentów realnej wypowiedzi rozmówcy, będącego biernym twórczym tego typu zabiegu).

Analizując powyższe formy gatunkotwórcze wskazałam w nich schematy gier Caillois: *agôn* – bazującej na rywalizacji, *alea* – gry przypadku, *mimicry* – symulacji - wyrażania siebie, często prowadzącej do *ilinx*, szokowania słuchaczy komunikatami zredukowanymi do łamiących tabu antenowych „wybryków”. Charakterystyczna dla *ilinx* jest komunikacyjna przewaga spikera, który narzuca tematykę gry i jej czasowy limit. W kontekście gier radiowych można moim zdaniem, wzbogacić zakres *ludus* o element nadrzędnego celu gry, który na zasadzie ekskluzywności jest znany jedynie nadawcy (spikerowi, prowadzącemu). Reżyserowane dialogi antenowe skłaniają się bowiem ku *ludus* wtedy, gdy zaangażowanie spikerów jest ukierunkowane „na zewnątrz” (mam na myśli zabiegi na dźwięku, knucie intrygi na poziomie lingwistycznej układanki, wciąganie rozmówcy w kuriozalną sytuację). Jednak pozostając w sferze *ludus* spiker może się zaangażować do tego stopnia, wręcz osobiście, że antenowe zachowania będą tylko pozornie aktorskim występem, a staną się manifestacją określonego stanowiska, przy czym nadrzędnym celem jest transcendowanie „rozrywkowego” (zatem zupełnie niewinnego) charakteru komunikatu, w perswazyjny (na przykład w okresie kampanii wyborczej).

Antenowe dialogi nadawcy z odbiorcą stanowią newralgiczny moment różnych gatunków audycji, na przykład towarzyszących, list przebojów, *morning show*, programów dla dzieci i młodzieży (Boniecka, Panasiuk 2001). W formule *game show* czy *call-joke* są wykorzystywane w celach rozrywkowych, co wskazałam wyżej. Interesujące jest jednak to, że procedura „rozgrywania się” gry obliguje słuchacza do antenowej ekspresji emocji, upubliczniania ich (*Listeners' obligations in 'expression seeking' radio dialogues*). Werbalizowanie pozytywnych emocji ma być zachętą dla wszystkich słuchających, by też brali udział w konkursach. Ten trywialny cel staje się implicytną metaintencją dialogów, które nazwałam „ekspresyjnymi”. Ich kolejne tury są przez spikera tak konstruowane, by słuchacz sam podjął właściwą formułę wyrażenia radości na antenie. Paradoksalnie, nie sama wygrana jest w nich najważniejsza, a dialogowy tryb jej zdobywania. Dialog „ekspresyjny” w radiu jest „grą w grze”, gdyż świadomość upublicznienia przekazu oraz chęć posiadania nagrody narzucają graczowi rolę, z której musi się wywiązać. Antenowy występ jest „przypieczętowaniem” wygranej. Bezsprzecznie obligowanie do antenowej ekspresji uczuć jest przejawem ekshibicjonizmu we współczesnej kulturze, łączonego często z fingowaniem prawdziwych emocji na użytek mediów.

W takim popkulturowym ujęciu relacje nadawczo-odbiorcze mają sprzyjać atrakcyjności przekazu. Służą temu także nowe technologie i przenikanie radia do telewizji i Internetu. W artykule *The communicational aspects of radio convergence process – remarks upon “the radio on vision” and web-radio* naświetliłam komunikacyjne konsekwencje konwergencji radia na przykładzie telewizyjnego kanału ESKA TV, symultanicznego przekazu radiowo-telewizyjnego Programu Czwartego Polskiego Radia „Radio z Wizją” oraz strategii *webcast* i *simulcast*. Wykazałam, że konwergencja spowodowała, iż tradycyjny model komunikacji ze słuchaczami (czy w niektórych przypadkach widzami) został z jednej strony wzbogacony o elementy wizualizacji czy kontekst niewerbalny – z drugiej jednak uproszczeniu uległy mechanizmy pokonywania awizualności (typowe dźwiękowe didaskalia, precyzowanie sytuacji komunikacyjnej poprzez pytania dotyczące miejsca, w którym słuchacz się znajduje i czynności, jakie wykonuje). Skonwergowany przekaz podlega dodatkowo selekcji, ponieważ nie zawsze akustyczne parametry audycji są możliwe do „przełożenia” na kod obrazowy (niektóre żarty prowadzących, dekodowane w warunkach przekazu audialnego jako zabawne, wskutek wizualizacji tracą wymiar humorystyczny; utwory nie posiadające teledysku są dobierane pod względem potencjalnych możliwości stworzenia do nich animacji, typowe dla tradycyjnego radia swobodne zachowania spikerów, sposób ubierania, gesty, mimika – podlegają autokontroli). Radio w telewizji (czy Internecie) traci często głębię przekazu na rzecz zręcznego montażu obrazów. „Głosowe portrety” sprowadzane są do gotowych wizerunków, więc chociaż badania dowodzą, że słuchacze formują w swoim mózgu fizyczny i psychologiczny obraz spikera zależny od jego parametrów głosowych – „pokazywanie” prezenterów odbiera im taką możliwość. Najnowsze studia nad percepcją głosu w radiu, któremu nie towarzyszy/bądź towarzyszy obraz mówiącego (Forsslund 2012: 331-343), wykazały, że bardziej uważni i pamiętający więcej są słuchacze, którzy nie znają wizerunków osób czytających wiadomość. Mówiąc w pewnym uproszczeniu, wizualizacja zdekoncentrowała odbiorców, negując potrzebę kreowania mentalnego obrazu nadawcy jedynie na podstawie jego barwy głosu i zabiegów prozodyjnych (Rodero 2013: 211-224).

Rozwój technologiczny i podporządkowanie komunikacji radiowej imperatywowi atrakcyjności skłania też nadawców do poszukiwania nowych poziomów komunikacji. *Radio charitainment. A case study of Radio Eska’s campaign ‘We undress to dress’* to artykuł, w którym wskazałam trend komercjalizowania komunikatów o wymowie filantropijnej. By było to możliwe, zaangażowane w komunikację strony stają się wyrazicielami odrębnych estetyk, ideologii, które mają im zjednać słuchaczy, klientów czy donatorów. Mamy zatem do

czynienia z radiem jako medium produkującym hybrydyczne komunikaty, które są nastawione na osiągnięcie jak największych korzyści dzięki zwielokrotnieniu podmiotów nadawczych i odbiorczych, wykorzystującym strategię marketingu zintegrowanego (Rybansky, Prajova 2010:66-74). *Charitainment* jako „charytatywna rozrywka” (Poniewozik 2005) poszerza tu moim zdaniem zakresy teorii użytkowania i korzyści (Blumler, Katz 1974), ponieważ zarówno źródła satysfakcji z odebranego komunikatu, jak i sposoby jego wykorzystania we współczesnym radiu komercyjnym, są zwielokrotnione. Jako instytucja stawiająca sobie cel marketingowy – podlega ono prawom rynku. Jednocześnie jako medium bierze udział w procesie komunikacji społecznej. Do tego ulega technologicznym transformacjom oraz czynnikom kulturowym. Jedną z konsekwencji oddziaływania na radio tych różnorodnych bodźców jest możliwość wywierania na odbiorców wzmożonego wpływu poprzez powielanie poziomów komunikacji. Z jednej strony dzieje się tak za sprawą wykorzystywania elementów wizualnych dzięki obecności radia w Internecie i telewizji, z drugiej dzięki włączaniu w krąg komunikacji stron zainteresowanych wymiernymi korzyściami emitowania przekazu, a nie tylko sympatyzujących z rozgłośnią słuchaczy.

Zwielokrotnieniu poziomów komunikacji we współczesnym radiu służy aktywizowanie samych słuchaczy nie tylko do interakcji, ale też do współwłasności medium i współodpowiedzialności za nie. Jako fenomen sektora społecznego w charakterze *case-study* zaprezentowałam przypadek rozgłośni Radio Wnet, przekształconej następnie w portal społecznościowy i obywatelskie konsorcjum skupiające różne inicjatywy medialne i społeczne (***Radio Wnet: From mainstream to grassroots. A case study of productive listeners***). Odniosłam się do konkretnych uwarunkowań leżących u podstaw powołania do życia tego medium, wskazując zarówno przyczyny technologiczne, jak też splot uwarunkowań polityczno-ekonomicznych, będących pokłosiem przemian rynku medialnego w Polsce w ostatnich dwudziestu latach, w tym drastyczny spadek zaufania Polaków do tradycyjnych mediów (European Trusted Brands 2012: 32-33). Analizy zawartości poszczególnych anten odniosłam do koncepcji *Access – Interaction – Participation* Nico Carpentiera (2011), a także pojęcia *prosumer* i *conducer* (Ritzer, Jurgenson 2010), nawiązując do stylu produkcji i sposobu korzystania z radia Wnet, emitującego część programu na żywo za pośrednictwem zaprzyjaźnionych lokalnych stacji radiowych, lub w trybie *live streaming* za pomocą portalu www.radiownet.pl. Jego struktura zbudowana jest wokół układu: Słuchaj – Oglądaj – Czytaj – Publikuj. Zbadałam też aktywizm społeczny jako istotny wymiar działalności radia i portalu Wnet i budowania społeczności odbiorczej a zarazem nadawczej i współwłaścicielskiej.

Aktywność odbiorcza we współczesnym radiu jest nie tylko potencjalną możliwością wyrażenia zasobów twórczych samego słuchacza, ale staje się wręcz koniecznością w przypadku odbierania komunikatów konstruowanych „pomiędzy” mediami, posiadających specyficzną strukturę genologiczną, którą nazwałam konglomeratową (*Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje*). Konwergencja implikuje bowiem różnorodność wzorców gatunkowych, ale zakłóca jednocześnie odbiór tradycyjnego audialnego przekazu łączonego z różnorodnym medialnym tworzywem. Dlatego część gatunków radiowych posiadających jednolitą strukturę dźwiękową pozostaje kolekcjami form gatunkotwórczych (Wojtak 2006:143-152, Stachyra 2008:101), a część staje się konglomeratami, zlepkami form audialnych, tekstowych oraz obrazowych. To właśnie aktywność samych słuchaczy umożliwia dekodowanie konglomeratów, gdyż konwergencja i hybrydyzacja przekształciła radiowe relacje nadawczo-odbiorcze, „poszerzając” funkcjonowanie dźwiękowych gatunków o formy pochodzące z innych mediów (filmy video, mikroblogi). Są one jednak udostępniane nadawcy (lub odbiorcy) jedynie w przypadku jego aktywności. Aby z nich skorzystać, odbiorca musi słuchać radia przez Internet i jednocześnie indywidualnie aktualizować przekaz antenowy korzystając z opcji *on-line*. Zatem pozadźwiękowe uzupełnienia gatunków stanowią potencjalną możliwość ich poszerzania. Mimo obecności przekazu radiowego w telewizji czy Internecie, wciąż naturalnym środowiskiem radia pozostaje dźwięk i to do reguł jego funkcjonowania odnoszą się konwencje gatunków radiowych.

Interaktywność, mobilność, wizualizacja, wieloplatformowość – wpływają na ekspresję przekazu. Jednocześnie specyfika programu ramowego w radiu (sformatowanym) zakłada powtarzalność elementów, która zdaniem antropologów, stanowi podstawowy ryt współczesnego zdesakralizowanego rytuału. Jako działanie rozgrywające się w określonej przestrzeni społeczno-kulturowej (Rothenbuhler 2003:47) w funkcjonalnej perspektywie rytuał zinterpretowałam więc jako nadawczo-odbiorcze działania (*Radio jako przestrzeń dla rytuału*). Obecność spikera (mistrza ceremonii), komunikacyjny charakter aktów rytualnych typowych dla audycji, systemy znaków i znaczeń - zdekodowałam w kontekście badań antropologii doświadczenia. To niekonwencjonalne podejście pozwoliło mi odczytywać audialny schemat audycji jako rytuał angażujący uczestników i decydujący o ich postawach.

Antropologiczny aspekt relacji pomiędzy nadawcą radiowym a odbiorcą (*Radio in the workplace. A liminal medium between work and leisure*) skłonił mnie do analizy sygnału radiowego w środowisku pracy człowieka. Zdefiniowałam radio jako medium liminalne, obecne na granicy sfer czynności zawodowych i wypoczynku. Teoretyczne ramy wyznaczone przez Victora Turnera (2005: 24) posłużyły mi jako podstawa do rozpatrywania

specyficznych cech radiowej komunikacji w kontekście zacierania się granic pomiędzy pracą a czasem wolnym. Słuchanie radia w pracy i jednocześnie uczestniczenie w radiowych konkursach nazwałam wkraczaniem w sferę *between*, którą antropolodzy określają liminalną. Termin liminalność w podstawowym znaczeniu był stosowany w przypadku rytuałów społeczności tubylczych (Van Gennep 1960). Spośród trzech faz rytuału przejścia: separacji, marginalizacji i agregacji Victor Turner wybrał sferę marginalizacji akcentującą wstępowanie w nacechowaną ambiwalencją fazę liminalną. Uznałam za kluczowe konstruowanie przez radio granicznej i niedookreślonej sfery pomiędzy pracą a czasem wolnym. Aktywność odbiorczą w trakcie pracy potraktowałam jako wchodzenie właśnie w liminalny kontekst „zazębiania się” przestrzeni pracy i odpoczynku od niej, co powoduje zakłócenie rygoru obowiązków, ale jest konieczne, by zaistniał akt komunikacji na antenie. Interesujące jest, że nadawca radiowy to zawieszenie rytmu pracy uznaje za prawo pracownika, o czym świadczą analizowane przeze mnie komunikaty *on air*. Radio nie niweluje wprawdzie konieczności pracy, ale w recepcji słuchaczy jest elementem „łagodzącym” jej uciążliwość. Polityka nadawcy prowadzi do budowania za pośrednictwem radia sfery, która nie przestając podlegać pracy, zawiera elementy relaksu, można ją nazwać *semi-work*. Słuchacze są w nią zanurzeni w różnym stopniu, w zależności od tego, na ile chcą się poddać wymogom radiowej komunikacji oraz na ile pozwala im na to charakter obowiązków. Radio konstruuje wspólnotę pracujących w samym medium oraz instytucji, gdzie słyszany jest jego sygnał. Komunikacyjne formuły świadczą o tym, że nadawca i odbiorca uświadamiają sobie swoje funkcjonowanie w sytuacji pośredniej między pracą a wypoczynkiem.

Rozpatrując kwestię obecności sygnału radiowego w pracy zwróciłam też uwagę na brak jakościowych badań odbiorców oraz wpływu, jaki wywiera na nich przekaz (***Radio tuned for work. Draft of research***). Interpretując wyniki ankiety przeprowadzonej wśród 120 osób deklarujących słuchanie radia w miejscu pracy, rozważyłam kwestię oddziaływania komunikatów radiowych (muzycznych i słownych) na poziom uwagi pracujących, ich zawodową efektywność, ale także nastrój i współpracę w grupie. Podjęłam również problem ewentualnego wspomagania przez komunikaty radiowe kreatywności zawodowej słuchaczy oraz ich motywacji do pracy. Uwzględniłam akt słuchania jako zmienną trajektorię momentów koncentracji i rozkojarzenia, skupienia i rozproszenia, uwagi, obecności i nieobecności. Problematyka komponowania przekazu dla pracujących słuchaczy jest tym bardziej istotna, że może on wpływać na organizację pracy i kształtowanie sprzyjających do niej warunków wspomagających rozwój podmiotowości pracowników. Radio budujące pozytywny emocjonalny kontekst pracy może odgrywać w tym procesie ważną rolę. Analiza

ciągu audycji radiowych i przyjęcie metody badania ilościowego w połączeniu z jakościową zawartością audycji (*Radio w środowisku pracy*) pozwoliły mi wskazać te działania nadawcy, które „modelują” nastrój sprzyjający wykonywaniu zawodowych czynności. Przywołując efekty badań psychologicznych oraz zestawiając je z codzienną praktyką nadawczą udowodniłam, że wewnętrzna dynamika przekazu odzwierciedlająca układ zegara programowego, umożliwia nie kolidującą z wypełnianiem obowiązków obecność radia w pracy przy jednoczesnym unikaniu groźby ignorowania przekazu przez słuchaczy. Pogodzenie tych dwóch, zdawałoby się rozbieżnych celów, decyduje o sukcesie nadawczym stacji, dlatego wymaga przemyślanej strategii programowej.

Wskazana wyżej różnorodność perspektyw badania relacji nadawczo-odbiorczych w radiu stanowi wyraz poszukiwania przeze mnie interdyscyplinarnych oraz niekonwencjonalnych tropów analizy komunikacji w radiu. Metoda ta zaowocowała m.in. nieobecny dotąd w literaturze radioznawczej nowatorskim ujęciem radia jako medium liminalnego, czy odczytywaniem gier radiowych w myśl reguł ustalonych przez R. Calloilloisa, poszerzającym perspektywę ludyczności komunikatów radiowych. Ponadto umożliwiła mi autorski opis radiowej genologii, wprowadzenie konglomeratowej definicji gatunków skonwergowanego radia, oraz rozwinięcie w dyskursie naukowym jakościowych badań na nowych polach (jak obecność przekazu radiowego w pracy).

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo - badawczych (artystycznych)

Po opublikowaniu mojej pracy doktorskiej (*Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008) wzięłam udział wraz z dr hab. Magdaleną Piechotą (jako przewodniczącą) oraz dr hab. Pawłem Nowakiem w pracach realizujących grant „Media i komunikacja społeczna a rozrywka” (nr 9/200/2009), przyznany przez Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie. Jego efektem jest książka pod wspólną redakcją (*Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2012), w której opracowałam rozdział *Rozrywka we współczesnym radiu* (s. 49-121). Zaangażowałam się też w działania łączące polskie środowisko badaczy radia. W 2010 roku przewodniczyłam międzynarodowej konferencji „Radio i społeczeństwo”, której zwińczeniem była redagowana wspólnie z mgr Elżbietą Pawlak-Hejno monografia (*Radio i społeczeństwo*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2011), a dwa lata później zorganizowałam drugą edycję międzynarodowej konferencji „Radio and Society 2”, która oprócz kilkudziesięciu osób z Polski gościła badaczy z Wielkiej Brytanii,

Francji, Niemiec, Włoch, Hiszpanii czy Portugalii. Wydana po jej zakończeniu książka pod moją redakcją (*Radio – Community, Challenges, Aesthetics*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013) jest obecna m.in. wśród wydawnictw polecanych przez zagraniczne szkoły radioznawcze, jak francuski GRER <http://radiography.hypotheses.org/category/publications>.

Kontynuowałam badanie zjawisk komunikacyjnych radia współczesnego: (*Lubelska szkoła reportażu radiowego*, [w:] *Media regionalne. Sukcesy i porażki*, red. J. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Kielce 2008, s. 133-143 – artykuł pisany wspólnie z dr hab. Magdaleną Piechotą); *Fonosfera – komunikowanie rzeczywistości w radiu* [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, Vol. 3, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław 2010, s. 321-331; *Wolność od sieci. Indeks gatunkowy radia eR* [w:] *Współczesne media. Wolne media? Vol 3*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2010, s. 221-234; *Radio kontra tabloid?* [w:] *Tabloidyżacja języka i kultury. Oblicza Komunikacji 3/2010*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław 2010, s. 147-161; *Ludyczny kontekst komunikacji w radiu* [w:] *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji III. Kontekst a komunikacja*, red. I. Matusiak-Kempa, S. Przybyszewski, Olsztyn 2011, s.391-401; *Drugie dno komunikacji radiowej* [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, Vol. 4, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław 2011, s. 113-127, *Rytualna konstrukcja autorytetu radiowego. Analiza przypadku* [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, vol. 5, red. M. Graszewicz, Wrocław 2012, s. 141-155. Podałam także analizie radio w perspektywie historycznej: *Igrzyska okresu międzywojennego w radiowych wspomnieniach polskich olimpijczyków* [w:] *Nowożytny Igrzyska Olimpijskie w mediach polskich do 1936 roku*, red. P. Nowak, K. Stępnik, Lublin 2010, s. 115-123; *Radio - sensacja państwowotwórcza. O twórczości Jalu Kurka*, [w:] *Sensacja w dwudziestoleciu międzywojennym (prasa, literatura, radio, film)*, red. M. Gabryś, K. Stępnik, Lublin 2011, s. 283 – 290.

W 2010 r. zostałam członkiem Sekcji Radiowej European Communication Research and Education Association. Rok później uczestniczyłam w pracach Komitetu Naukowego konferencji RRS ECREA „Radio evolution. Technology, Content, Audiences” (Braga, Portugalia), gdzie przewodniczyłam obradom sesji “Radio Glocalization and New Patterns of Social Participation” (Braga, 16.09.2011). W czasie odbywającej się w Stambule czwartej konferencji ECREA „Social Media and Global Voices” przedstawiłam swoje badania *Radio in a workplace – between hard work and leisure* i przewodniczyłam obradom sekcji “Social society - new approaches to generation, social media and social networks” (26.10.2012). W wyniku wyborów do Radio Research Section Board przeprowadzonych w trakcie konferencji, zostałam wiceprzewodniczącą Sekcji Badań Radia ECREA. W skład nowego zarządu Sekcji

weszli także prof. Guy Starkey z Uniwersytetu w Sunderland (przewodniczący) oraz prof. Madalena Oliveira z Uniwersytetu Minho w Bradze (wiceprzewodnicząca). W tym samym roku w Pradze uczestniczyłam w organizowanej przez Central East European Network konferencji „Media, Power and Empowerment”, gdzie w trakcie panelu zatytułowanego „Challenges to Media Organizations” zaprezentowałam zagadnienie *Social Inclusion in the context of the Polish Radio broadcasting*, którego konkluzje znalazły wyraz w publikacji G. Stachyra, S. Jędrzejewski, *The image of the aged in the Polish Radio. Towards social inclusion (Media, Power and Empowerment - Central and Eastern European Communication and Media Conference CEECOM*, eds. I. Carpentier Reifova, T. Pavlickova, Cambridge Scholars Publishing 2014, s. 27-33, włączonej do *Web of Science*.

W 2013 roku uczestniczyłam w pracach Komitetu Naukowego konferencji Radio Research Section ECREA, zorganizowanej w Londynie pod hasłem: “Radio: The Resilient Medium”. Prowadziłam w jej trakcie panel plenarny “The Resilience of Radio: Youth and radio – a new way for resilience” z udziałem Andy’ego Cartwrighta (University of Sunderland), a także wybitnej badaczki historii radia Kate Lacey (University of Sussex). Przewodniczyłam też panelowi sekcijnemu: „Research Challenges” (11.09.2013), w którym uczestniczyli: Magz Hall (Wielka Brytania), Roisin Boyd (Irlandia) i Jan Pinseler (Niemcy). Moje analizy wygłoszone w formule referatu *Talking for the prize. The listeners’ talk on game-shows* stały się podstawą opracowania tekstu, który znalazł się w redagowanej przeze mnie wspólnie z prof. Magdaleną Oliveirą oraz prof. Guyem Starkey publikacji *Radio the resilient medium* (Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland 2014, s. 125-139).

Wyrazem moich zainteresowań estetyką współczesnego radia stało się wystąpienie podczas organizowanej przez Center for Culture and Cultural Studies w Skopje w 2014 roku konferencji “Media: Theory and Practice” z referatem *Surface aestheticization of modern radio programs*. Pozytywne przyjęcie moich tez przez specjalistów (Monica Biagioli, University of the Arts London) dobrze rokuje pogłębionym badaniom, których wstęp *Od estetyki ku estetyzacji. Refleksje o współczesnym radiu* opublikowałam w pracy pod redakcją dr hab. Magdaleny Piechoty *Media i literatura*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014, s. 179-195. Pewne przemyślenia na temat estetyki przekazu zawarłam też w artykule *Radiomorfozy. Profilowanie przekazu na przykładzie radia Hair Trendy*, w monografii *Radio w dobie nowych mediów* (red. U. Doliwa, Wydawnictwo UWM, Olsztyn), będącej pokłosiem międzynarodowej konferencji „Stare media w dobie nowych mediów. O strategiach dostosowawczych mediów tradycyjnych w nowej rzeczywistości medialnej” (Olsztyn, 2014).

W jej trakcie prowadziłam panel z udziałem prelegentów z Litwy, Rosji, Serbii, Wielkiej Brytanii i Polski, pod hasłem: „Media Systems and Communication Strategies through the Lens of new Media Ecology”.

W 2014 roku zostałam zaproszona przez Islam Republic of Iran Broadcasting do uczestnictwa w odbywającym się w dniach 10-12 maja w Teheranie „5th International Radio Forum” organizowanym przez IRIB. Forum towarzyszyło 13-tej edycji Międzynarodowego Festiwalu Radia. W trakcie sesji plenarnej prowadzonej przez Olye Booyar (Asia-Pacific Broadcasting Union) z udziałem Irańczyków: dr. Azama Ravadrada, Amira Houshang Azar Dashti oraz dr. Salleha Hassana z Malezji, wystąpiłam z referatem *Notion of 'mission' in Poland's radio broadcasting*, który stał się pretekstem do dyskusji nad statusem radia w Europie i Azji.

W trakcie międzynarodowej konferencji ECREA „Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations” (Lizbona 2015 r.) przewodniczyłam panelowi w ramach sekcji: Radio Research “Journalism” z udziałem Any Isabel Reis, Heleny Limy (Portugalia), Guya Starky i Katy McDonald (Wielka Brytania) oraz Louisa Bonixe (Portugalia). W wyniku kolejnej tury wyborów do Radio Research Section Board przeprowadzonych w czasie konferencji, zostałam reelektowana na wiceprzewodniczącą Sekcji Badań Radia ECREA. W skład nowego zarządu Sekcji weszli także prof. Madalena Oliveira z Uniwersytetu Minho w Bradze jako przewodnicząca oraz dr Tiziano Bonini z Uniwersytetu IULM w Mediolanie jako drugi wiceprzewodniczący.

Aktywność konferencyjną i organizacyjną w ramach Radio Research Section ECREA łączę z pracą członka Komitetu Redakcyjnego International Journal of Management, Knowledge and Learning, oraz członka Review Committee czasopisma *on-line* Radiography wydawanego przez GRER (Groupe de recherches et d'études sur la radio). Jestem także członkiem Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (sekcja Radio) oraz współredaktorką newslettera Radio Research Section ECREA. Brałam udział w organizowanych przez studentów warsztatach („Radio akademickie – drzwi do kariery dziennikarskiej”, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie, 5-7 marca 2011 r.), promocji mojego wydziału w czasie Lubelskiego Festiwalu Nauki, "Marketing zintegrowany w nowym radiu. Case study” (17.09.2012 r.), „Jak wyćwiczyć swój głos, by móc trafić do mediów” (20-26.09.2014 r.). Uczestniczę w spotkaniach radiowych praktyków (głos doradczy w posiedzeniu Rady Nadzorczej Polskiego Radia Lublin S.A. 28.06. 2013 r.) czy sesjach („Językowy przekaz medialny” pod patronatem KRRiTV, Polskiego Radia i Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN, 21.03.2014 r.).

Niedawno ukończyłam pracę nad rozdziałem (84 strony autorskie) poświęconym mojej perspektywie polityczności radia, który ma się ukazać w czwartym tomie serii „Audiowizualne aspekty kultury w ponowoczesności” w ramach monografii współautorskiej „Polityczność mediów. Dyskursy ponowoczesne” (Grażyna Pietruszewska-Kobiela, Adam Regiewicz, Grażyna Stachyra, Artur Żywiołek). Książka uzyskała pozytywną recenzję prof. dr. hab. Tomasza Gobana-Klasa i obecnie jest w druku.



Bibliografia prac przywoływanych w Autoreferacie

Bauer, Z., *Rozwój środków komunikowania*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2010.

Boniecka, B., Panasiuk, J., *O języku audycji radiowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2001.

Caillois R., *Gry i ludzie*, Oficyna Wydawnicza VOLUMEN, Warszawa 1997.

Carpentier, N., *The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?* [w:] “Communication Management Quarterly”, 21 (VI), 2011.

Chignell, H., *Radio Studies*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC 2009

Douglas, S., *Listening In: Radio and the American Imagination, from Amos'n' Andy and Edward R. Murrow to Wolfman Jack and Howard Stern*, Random House, New York, 1999.

Dybalska R., Kępa-Figura D., Nowak P., *Przemoc w języku mediów? (analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych)*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

European Trusted Brands (2012). Reader's Digest. At: www.rdtrustedbrands.com

Forsslund, T., *Radio – the forgotten medium or user's creative mental interaction and co-production*, [w:] *Radio evolution. Conference Proceedings*, M. Oliveira, P. Portela, L.A. Santos (eds.), Braga 2012, ISBN 978-989-97244-9-5.

Głowiński M., Kostkiewiczowa T., Okopień-Sławińska A., Sławiński J., *Słownik terminów literackich*, wyd. II poszerzone i poprawione, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1998.

- Hall, E., T., *The Dance of Life*, Anchor Press, Garden City, New York 1983.
- Hopfinger, M., *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2003.
- Hutchby, I., *Media Talk: Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*, Open University Press, Glasgow 2006.
- Lacey, K., *Listening Publics. The Politics and Experience of Listening in the Media Age*, Polity Press, Cambridge, 2013.
- Levinson, S., C., *Pragmatics*. Cambridge University Press 1983.
- Mann, W., C., *Dialogue Macrogame Theory*, Proceedings of the Third SIGdial Workshop on Discourse and Dialogue, Philadelphia, 2002.
- McQuail, D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008.
- Mich, W., *Prolegomena do historii komunikacji*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.
- Ong, W.J., *Wtórna oralność*, [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002.
- Pleszczyński, J., *Epistemologia komunikacji medialnej: perspektywa ewolucyjna*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.
- Poniewozik J., *The Year of Charitainment*, "Times Magazine" US, 19 Dec 2005.
- Ratajczak Z., *Przystosowanie warunków technicznych i organizacyjnych pracy do możliwości człowieka* [w:] X. Gliszczyńska (red.), *Psychologiczny model efektywności pracy*, PWN, Warszawa 1995.
- Ritzer, G., Jurgenson N., *Production, Consumption, Prosumption. The nature of capitalism in the age of the digital prosumer*, "Journal of Consumer Culture", 10 (1), 2010.
- Rodero, E., *The same song for different broadcasters. Voice and prosody in radio news*, [w:] *Radio – Community, Challenges, Aesthetics*, red. G. Stachyra, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.
- Rothenbuhler, E., *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, Kraków 2003.
- Rybansky, R., Prajova, V., *Advertising and Promotion – Integrated Marketing Communications*, Slovak University of Technology 2010.

Scannell, P., *Broadcast Talk*, London: Sage, 1991.

Scannell, P., *Radio, Television & Modern Life*, Cambridge, Massachusetts: Blackwell Publishing 1996.

Scannell, P., Cardiff, D., *A Social History of British Broadcasting*, Vol. 1, Blackwell Oxford 1991.

Sidnell, J., *Conversation Analysis: An Introduction*, Wiley-Blackwell, Chichester 2010.

Stachyra, G., *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.

Turner, V., *Od rytuału do teatru*, przeł. M. J. Dziekanowie, Oficyna Wydawnicza Wolumen, Warszawa 2005.

van Gennep, A., *The Rites of Passage*, Routledge and Kegan Paul, London 1960.

Wittgenstein, L., *Philosophical Investigations*, translated by G.E.M. Anscombe, Blackwell, Oxford 1953.

Wojtak, M., Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków, "Poznańskie Spotkania Językoznawcze", t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Poznań 2006.