

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

Streszczenie rozprawy doktorskiej

Wpływ procesów mediatyzacji na rynek muzyczny w Polsce

Robert Chudy

Promotor
dr hab. Marcin Szewczyk, prof. WSiIZ

Rzeszów 2021

Wpływ procesów mediatyzacji na rynek muzyczny w Polsce

Rozprawa zajmuje się wpływem procesów mediatyzacji na rynek muzyczny w Polsce. Całość pracy podzielona jest na 6 rozdziałów. Trzy pierwsze stanowią opis podstaw teoretycznych, istotnych przy rozpatrywaniu wybranego zagadnienia. Trzy ostatnie dotyczą metodologii podjętego badania oraz przedstawiania i szczegółowej analizy otrzymanych rezultatów.

Po wstępie, wprowadzającym w sposób prezentowania materiału w rozprawie oraz wyłożenia jej założeń głównego i pomocniczych, następuje rozdział pierwszy. Zajmuje się on zagadnieniami związanymi z procesami komunikacyjnymi w obliczu transformacji cyfrowej. Początkiem rozważań w tej części jest zdefiniowanie komunikacji w spektrum jej istotności dla życia społecznego. Następnie ukazano tradycyjne ujęcie mediów masowych: ich charakterystykę, podział, funkcje a także omówienie muzyki jako swoistego rodzaju przekazu medialnego. Kolejnym punktem stało się przedstawienie wszystkich znanych rodzajów mediów: stare media, nowe media oraz nowe nowe media (ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych) oraz pojęcia Web 2.0 w kontekście zmiany paradygmatu korzystania z Internetu. Następnie omówiono zagadnienie mediatyzacji. Fundament tej części stanowi definicja tego procesu w ujęciu S. Hjarvarda, które jest podstawą dla tej rozprawy. Kolejnymi krokami są koncepcje mediatyzacji według W. Schultza, funkcje rzeczowego procesu oraz paradygmaty mediatyzacji F. Krotza. Podsumowaniem tej części rozważań jest przedstawienie pokoleń transformacji cyfrowej, istotnych z punktu widzenia całości rozprawy.

Rozdział drugi omawia pojęcie muzyki w spektrum procesów mediatyzacji. Wstępem tej części stało się zastanowienie nad pytaniem „Czym jest muzyka?”, wyrażone w odpowiedzi na pytania: jak preferencje muzyczne wpływają na mediatyzację oraz jak muzyka popularna wpłynęła na rynek muzyczny. Następnie postanowiono przedstawić struktury rynku muzycznego poprzez wyszczególnienie znanych nośników muzyki, postępowi w dziedzinie rozpowszechniania tego medium – digitalizacji. Później opisano moment, w którym postęp technologiczny doprowadził do załamania dawnego rynku muzycznego. Istotnym elementem stało się również strumieniowanie, które urosło do pozycji współczesnego fonogramu. Po tym przystąpiono do opisu sytuacji rynku muzycznego w Polsce. Następnie zaprezentowano rozwój technologiczny jako determinant ewolucji w konsumpcji muzyki. Podsumowaniem rozważań w tej części rozprawy stało się zastanowienie

się nad wpływem mediów na kształtowanie kultury oraz inicjację muzyczną współczesnej młodzieży, ze szczególnym uwzględnieniem inicjacji w czasach cyfrowych.

Rozdział trzeci zajmuje się muzyką w spektrum występowania we wszystkich rodzajach przekazów medialnych. Początkiem jest omówienie zagadnień muzyki w prasie (z uwzględnieniem polskiego fanzinu). Następnie przedstawiono ją w telewizji w ramach takich pojęć jak teledyski, muzyczne stacje telewizyjne oraz talent show. Później zajęto się szeroką analizą występowania muzyki w Internecie. Omówiono muzyczne serwisy internetowe, media społecznościowe, muzyczne fora dyskusyjne, blogi muzyczne oraz strony internetowe. Kolejnym punktem stało się omówienie muzycznych aktywności ery Internetu: własna twórczość, zjawisko wirala oraz crowdfunding. Podsumowaniem tej części stało się przedstawienie pojęcia marketingu muzycznego.

Rozdział czwarty stanowi zbiór podstaw metodologicznych pracy. Zaprezentowane zostały cel i przedmiot badania. Następnie omówiono problem i problematykę badawczą oraz jej operacjonalizację. Na koniec szczegółowo opisano metody i narzędzia badawcze: jakościową – Indywidualny Wywiad Pogłębiony (IDI) – oraz ilościową – badanie CAWI.

Rozdział piąty oraz szósty zajmują się szczegółowym przedstawieniem spektrum otrzymanych wyników. Rozpoczynają się od rezultatów modułu jakościowego oraz ilościowego. Następnie przedstawiono codzienną konsumpcję muzyki oraz jej wymiary, następnie poziom wiedzy respondentów w kwestii muzyki oraz jej inicjacji i eksploracji. Kolejne części taktują o aktywnościach muzycznych badanych, uczestnictwo w wydarzeniach muzycznych, wartości kulturowe przekazywane w procesach mediatyzacji oraz ich stosunek do respektowania praw autorskich. Kolejna część szczegółowo zajmuje się wynikami badania w spektrum działalności artystycznej w procesach mediatyzacji. Podsumowaniem tych rozdziałów stało się omówienie wyników w spektrum postawionych hipotez roboczych oraz założeń teoretycznych, wynikających z wiedzy przedstawionej w trzech pierwszych rozdziałach pracy.

Całość rozprawy podsumowana jest zakończeniem, które odnosi się do założenia głównego pracy oraz aspektów, które należy zbadać w przyszłości lub zastanowić się nad nimi.

Influence of mediatization to the music industry in Poland

Summary

The dissertation aims to explore the influence of mediatization on the music industry in Poland. The thesis consists of 6 chapters. First, three of them explore the theoretical basis important for the dissertation topic. The last two are treating about the methodology used for the research done and presentations of the results and complex analysis of them.

The introduction is showing the way of presenting material in the dissertation and also the main and all of the workings hypotheses. Part one presents concepts of communication and the impact of the digital transformation on it. The beginning is aiming to define communication and its importance to social life. The next step consists of the traditional approach to the mass media (characteristics, division, functions, music as the media outlet). The following part is a presentation of all known media coverage sources: old media, new media, new new media and Web 2.0 as a paradigm of Internet usage today. The next step is a discussion on the issue of mediatization. The basis for this part and all of the consideration of this dissertation is the scientific approach of S. Hjarvard. In addition, the author decided to present the look of mediatization by W. Shultz and the paradigm of it in the eyes of F. Krotz. Summary of the first part is characteristics of the generations living during digital transformation, important to this dissertation.

The second chapter is taking on music in a process of mediatization. The beginning of this part is an attempt to answer the question “What is music?”. In order to do that in a scientific way, the author presented this topic: influence of the music preference to the mediatization and influence of the pop music to the music industry. The next part is a detailed characterization of the structures of the music industry. An important topic in the aim of concluding this dissertation is a moment in time when digitalization contributed to the collapse of the music industry. The next part is a description of a new phonogram – music streaming. After this author presented the situation in the Polish music industry. Following is the presentation of technological advancement as a determinant of the evolution of music consumption. The summary of this part is a depiction of the influence of media outlets on the shaping of cultural tendencies in the life of today’s youth.

The third chapter is a characterization of music in every music outlet. The beginning of this part is a presentation of music in the press (including Polish fanzine). The next outlet is music on television: video clips, TV music stations and evolution of talent shows. Because of the importance of the Internet for the music industry, the author chooses to present: internet musical services, social media, music forums, music blogs and web sites. To fill the above data, the presentation also included internet activities, relevant to music: self-production, virals and crowdfunding. The conclusion of this part is a presentation of musical marketing.

The fourth chapter consists of the methodology used for concluding the research done. This part includes the aim and the subject of the research, the main research question and all related research issues, as well as its operationalization. The summary is a method and research tools used: qualitative IDI and quantitative CAWI.

The fifth and sixth chapters are a detailed presentation and analysis of the research results. The first steps are showing them in qualitative and quantitative modules. The next part is an everyday music consumption of the research subjects, also with their knowledge of music and forms of initiation and exploration. Following is a subject's willingness to participate in music-related events, cultural values transmitted through music and mediatization and also subjects take on the copyrights. The next paragraph is an analysis of the artistic activity on the mediatization. The summary of this chapter is a detailed analysis of all the working hypothesis in the light of research results and knowledge presented in the first three chapters.

The summary consists of the discussion about the main hypothesis and all the concerns and possible future ways and topic of the related scientific research.