

Prof. zw. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej
Wydział Nauk Społecznych
Uniwersytet Śląski
40-007 Katowice, ul. Bankowa 11

Recenzja

rozprawy doktorskiej mgr. Łukasza Kołodzieja pt.:
*Procesy konwergencji w strategiach rynkowych
polskich koncernów medialnych*

Promotor: dr hab. Sławomir Gawroński, prof. WSB Merito

1. Ogólna charakterystyka podjętej problematyki i jej aktualność

Przedmiotem oceny jest rozprawa doktorska mgra Łukasza Kołodzieja, poświęcona wielopłaszczyznowej analizie procesów konwergencji w strategiach rynkowych kluczowych podmiotów operujących na polskim rynku medialnym. Tematyka ta wpisuje się bezpośrednio w aktualny nurt badawczy nauk o komunikacji społecznej i mediach, dotykając samych fundamentów transformacji współczesnych systemów medialnych.

Wybór problematyki badawczej należy uznać za w pełni uzasadniony i trafny. Szybkie tempo zmian technologicznych, postępująca platformizacja, datafikacja oraz wejście rynku mediów w fazę dojrzałych rozwiązań opartych na algorytmizacji i sztucznej inteligencji sprawiają, że tradycyjne modele teoretyczne opisujące rynek w sposób segmentowy tracą swoją moc wyjaśniającą.

Mgr Łuksza Kołodziej słusznie dostrzega, że konwergencji nie można już definiować wyłącznie przez pryzmat integracji technicznej urządzeń. Traktuje ją jako nadrzędną logikę biznesową, organizacyjną i kulturową, która redefiniuje pojęcie przedsiębiorstwa medialnego.

Konstrukcja teoretyczna i empiryczna pracy odpowiada realiom rynkowym 2026 roku, co czyni dysertację opracowaniem niezwykle aktualnym i potrzebnym.

2. Ocena struktury i układu formalnego rozprawy

Recenzowana praca liczy 503 strony, co pod względem objętościowym lokuje ją w grupie nazbyt obszernych i wyczerpujących monografii doktorskich. Struktura



rozprawy opiera się na klasycznym, poprawnym metodologicznie układzie trójdzielnym. Składa się ze wstępu, pięciu logicznie powiązanych rozdziałów, zakończenia, bibliografii oraz aneksu.

- **Rozdziały I pt. *Współczesne komunikowanie – rola i funkcje mediów* oraz rozdział II pt. *Przedsiębiorstwo medialne w dobie cyfrowej*** tworzą solidną, erudycyjną podbudowę teoretyczną. Doktorant sprawnie rekonstruuje siatkę pojęciową, osadzając konwergencję w kontekście mediatyzacji, ewolucji technologii, ekonomiki mediów oraz współczesnych koncepcji zarządzania.
- **Rozdział III pt. *Rynek mediów w Polsce*** stanowi szczegółowy raport diagnostyczny – jest próbą deskrypcji polskiego rynku medialnego z podziałem na kluczowe segmenty oraz prezentacją profilu badanych koncernów.
- **Rozdział IV pt. *Metodologia badań własnych*** w całości poświęcono metodologii badań własnych, co pozwala na uporządkowanie procedury badawczej przed prezentacją danych.
- **Rozdział V pt. *Wyniki przeprowadzonych badań*** stanowi rdzeń empiryczny pracy, w którym autor prezentuje wyniki przeprowadzonych analiz opartych na studiach przypadków siedmiu wyselekcjonowanych koncernów.

Podział ten na poziomie ogólnych założeń jest logiczny, jednak na etapie szczegółowego wykonania technicznego i strukturalnego budzi pewne moje zastrzeżenia, co uzasadniam w dalszej części recenzji.

3. Ocena merytoryczna części teoretycznej i aparatu krytycznego

Warstwa teoretyczna rozprawy (Rozdziały I–II) stanowi jeden z najsilniejszych punktów ocenianego dorobku. Mgr Łukasz Kołodziej wykazał się wysoką kulturą naukową oraz doskonałym rozeznanie w literaturze przedmiotu – zarówno polskiej, jak i anglosaskiej. Autor swobodnie i krytycznie cytuje klasyków teorii mediów (m.in. H. Jenkins), ale co cenne, sięga po literaturę najnowszą (m.in. publikacje z 2024 roku), co pozwala mu na włączenie do dyskursu naukowego zagadnień związanych z ChatGPT, generatywną AI czy zaawansowaną datafikacją struktur redakcyjnych.

Na szczególną uwagę zasługuje podrozdział 1.6 dotyczący danetyzacji oraz fragmenty Rozdziału II, w których autor analizuje specyfikę informacji jako dobra ekonomicznego w dobie cyfrowej. Wywód jest prowadzony językiem precyzyjnym, dojrzałym i w pełni adekwatnym do wymogów stawianych rozprawom doktorskim.



4. Ocena metodologii badań własnych i części empirycznej

Doktorant zdecydował się na zastosowanie podejścia mieszanego (*mixed methods*), łączącego perspektywę jakościową z ilościową, co przy tak złożonym przedmiocie badań jest strategią w pełni uzasadnioną.

Głównym materiałem empirycznym są zintegrowane studia przypadków siedmiu zróżnicowanych podmiotów: Grupy ZPR Media, Ringier Axel Springer Polska, TVN Warner Bros. Discovery, Wirtualna Polska Holding, Polska Press Grupy, Polityki oraz Grupy Agora.

Dobór próby uznaję za reprezentatywny – pozwala on na porównanie strategii gigantów wielomedialnych z podmiotami o rodowodzie *stricte* internetowym czy niszowym wydawnictwem prasowym.

Zastosowanie triangulacji metodologicznej (analiza danych zastanych, dokumentów korporacyjnych, raportów finansowych oraz wywiady pogłębione z kadrą zarządzającą i ekspertami) pozwoliło na uzyskanie wielowymiarowego obrazu rynku.

Część empiryczna przynosi wartościowe wnioski dotyczące ewolucji badanych firm w kierunku organizacji typu „media-tech”. Autor trafnie identyfikuje dwuznaczny charakter konwergencji – dostrzega jej potencjał w optymalizacji kosztów i wydłużaniu życia treści, ale bezkompromisowo punktuje ryzyka w postaci unifikacji formatów i zagrożeń dla pluralizmu.

5. Uwagi krytyczne

Mimo niewątpliwych walorów poznawczych, recenzowana praca nie jest wolna od istotnych wad, niespójności oraz rażących błędów technicznych, które obniżają końcową ocenę staranności przygotowania dysertacji.

- **Niespójność metodologiczna ram czasowych:** we „Wstępie” doktorant wykazuje chwiejność w określaniu cezury czasowej badań. Deklaruje wybór lat 2020–2023 jako „podstawowego okresu badawczego”, by zdanie dalej stwierdzić, że dane sięgają końca 2025 roku (s.6-7). Taki dualizm osłabia precyzję metodologiczną. Skoro lata 2024–2025 przyniosły kluczowe wdrożenia systemów AI, sztuczne marginalizowanie tego okresu jako jedynie „uzupełnienia” budzi sprzeciw metodologiczny.
- **Spytlenie analizy ekonomii uwagi i kryteriów doboru tematycznego w gatunkach dziennikarskich (Rozdział III):** analizując rynek mediów w Polsce,

mgr Łukasz Kołodziej przytacza niezwykle szczegółowe dane telemetryczne, statystyki cytawalności Instytutu Monitorowania Mediów (IMM) z lat 2023–2025 oraz raporty Reuters Institute, na podstawie których rekonstruuje procesy konwergencji struktur badanych koncernów. Niestety, w tej rozbudowanej analizie ilościowo-statystycznej zauważam brak głębszej refleksji nad jakościowo-treściową stroną przekazu medialnego. Choć Doktorant dostrzega samą ewolucję formalną gatunków dziennikarskich, całkowicie pomija kluczowy aspekt merytoryczny: jaka tematyka i w jaki sposób dystrybuowana w ramach tych gatunków realnie przyciąga i utrzymuje uwagę współczesnego odbiorcy.

Jako recenzent muszę wskazać na brak dostrzeżenia przez Doktoranta, że wysoka pozycja opiniotwórcza danych tytułów (wskaźniki IMM) oraz zmieniające się nawyki audytoryjne „zabieganych użytkowników” (raporty Reutersa) dotyczą w istocie tego samego problemu naukowego. Te dwa elementy stanowią nierozzerwalny ciąg przyczynowo-skutkowy współczesnej „ekonomii uwagi”. Gatunki dziennikarskie oraz ich zawartość są bezpośrednio kształtowane przez tę teorię, ponieważ współczesne formaty ewoluują tak, aby poprzez specyficzny dobór tematów jak najskuteczniej rywalizować o czas i skupienie odbiorcy. Przejawia się to nie tylko w kurczeniu się klasycznej informacji do formy błyskawicznych depeš (*snackable content*), ale przede wszystkim w tematycznym przebiegunowaniu mediów. Walkę o uwagę wygrywają dziś treści o wysokim ładunku emocjonalnym, polaryzujące, sensacyjne, oparte na algorytmicznych trendach, a także szybkie formaty audio/wideo (np. podcasty czy explainery). Te ostatnie optymalizują czas widza poprzez dynamiczną formę, ale też żerują na potrzebie natychmiastowego, powierzchownego zrozumienia skomplikowanych kryzysów geopolitycznych czy makroekonomicznych ostatnich lat. Łączenie zmian strukturalnych z analizą preferencji tematycznych odbiorców jest w dysertacji metodologicznie celowe, a wręcz konieczne, czego w pracy zabrakło. Koło naukowej zależności zamyka się bowiem następująco: współczesny odbiorca, cierpiący na chroniczny brak czasu, rezygnuje z wymagającej lektury na rzecz fragmentarycznej konsumpcji treści o określonym profilu (rozrywka, kontrowersja, szybka użyteczność). W odpowiedzi na to zjawisko koncerny medialne, w ramach strategii konwergentnych, zmuszone są drastycznie ograniczać tematy trudne, niszowe czy wymagające długofalowego finansowania (jak klasyczna publicystyka czy

tradycyjny reportaż śledczy) na rzecz masowej produkcji hybrydowych formatów typu *fast-content*, klikalnych i dopasowanych do bieżących algorytmów. Ta wymuszona ewolucja oferty tematycznej i regres tradycyjnej struktury gatunkowej bezpośrednio kształtują mechanizmy cytowalności. Windują one na szczyty rankingów IMM te portale (np. Onet czy Wirtualną Polskę), które najefektowniej operują nośnymi, angażującymi emocjonalnie tematami podanymi w agresywnej formie informacyjnej (podczas gdy pogłębione, specjalistyczne analizy marginalizuje się lub zamyka w strefach premium). Brak dostrzeżenia i nazwania tej fundamentalnej współzależności na osi „odbiorca (brak czasu i specyficzne potrzeby tematyczne) – dobór treści i regres gatunków – konwergencja i nowa struktura cytowań” uznają za istotną lukę w medioznawczym wywodzie Doktoranta. W tym kontekście kluczowe staje się pytanie, na które chciałbym usłyszeć odpowiedź podczas obrony: czy w świetle zebranych danych na procesy konwergencji polskich tytułów wpływ mają wyłącznie zewnętrzne czynniki technologiczne i prawno-regulacyjne, czy też fundamentalnym, wewnętrznym motorem tych zmian strukturalnych i wskaźników cytowalności badanych koncernów jest właśnie głębokie przeformatowanie tematyczne i regres tradycyjnych gatunków dziennikarskich, wymuszone przez nową ekonomię uwagi użytkownika?

- **Sztuczna segmentacja i przeładowanie struktury Rozdziału V:** zastosowany podział Rozdziału V na podrozdział 5.1 (analiza danych zastanych dla 7 koncernów) oraz podrozdział 5.2 (opinie ekspertów dotyczące tych samych podmiotów) wprowadza nieuzasadnioną metodologicznie fragmentaryzację. Czytelnik zmuszony jest do analizowania strategii rynkowej tego samego koncernu w dwóch różnych miejscach pracy, zamiast otrzymać zintegrowaną, wieloaspektową i syntetyczną analizę typu *case study*.
- **Zaburzenie proporcji i utrata aktualności w analizie pandemii:** wydzielenie w Rozdziale III obszernego podrozdziału 3.3, poświęconego wyłącznie pandemii COVID-19, w dysertacji datowanej na rok 2026 drastycznie zaburza strukturę pracy oraz hierarchię ważności zjawisk rynkowych. Choć pandemia zadziałała jako katalizator zmian, nadanie jej rangi osobnego, zamykającego analizę rynku segmentu sztucznie wyolbrzymia jej obecne znaczenie. Zabieg



ten marginalizuje nowsze, równie silne determinanty makroekonomiczne i geopolityczne ostatnich lat.

- **Deficyt formalnego rozliczenia hipotez w Zakończeniu:** choć „Zakończenie” stanowi udaną syntezę teoretyczno-rynkową, mgr Łukasz Kołodziej w tej kluczowej części pracy nie odwołał się wprost do hipotez badawczych postawionych we „Wstępie”. Skrótowe odesłanie czytelnika do treści podrozdziału 5.3.2 nie zwalnia autora z metodologicznego obowiązku jednoznacznego, formalnego zwerbalizowania wyniku weryfikacji wszystkich hipotez w tekście bezpośrednio zamykającym całą dysertację.

6. Konkluzja

Pomimo sformułowanych uwag – mających w znacznej mierze charakter krytyki strukturalnej oraz metodologicznej – ogólna ocena rozprawy doktorskiej mgr. Łukasza Kołodzieja pozostaje pozytywna.

Autor podjął temat trudny, wieloaspektowy i udowodnił, że posiada wysokie kompetencje do prowadzenia prac naukowych. Zaprezentowane wyniki badań wnoszą cenny wkład do wiedzy o współczesnym polskim rynku medialnym.

Przedstawiona w obecnym stanie praca doktorska pt. *Procesy konwergencji w strategiach rynkowych polskich koncernów* mgra Łukasza Kołodzieja spełnia wymagania stawiane pracom doktorskim, dlatego wnoszę do Wysokiej Rady Dyscypliny Naukowej o dopuszczenie jej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.


Kazimierz Wolny-Zmodyński

Katowice, 22 lipca 2026 roku.