

Prof. dr hab. Katarzyna Pokorna-Ignatowicz
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
Wydział Nauk o Komunikacji

Recenzja rozprawy doktorskiej

Mgra Łukasza Kołodzieja

*Procesy konwergencji w strategiach rynkowych
polskich koncernów medialnych*

**napisanej pod kierunkiem
dr hab. Sławomira Gawrońskiego, prof. WSB Merito**

**wykonana na zlecenie Rady Naukowej Dyscypliny
Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach
Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie**

Praca doktorska Pana Łukasza Kołodzieja poświęcona została procesowi zmian zachodzących w polskim systemie medialnym wynikających z postępu technologicznego, cyfryzacji komunikacji, zmiany praktyk odbiorczych, a także przeobrażeń modeli funkcjonowania przedsiębiorstw medialnych, czyli skali oraz tempa dokonującego się w strategiach rynkowych wybranych polskich koncernów medialnych procesu konwergencji. Oryginalność i aktualność tak sformułowanego tematu rozprawy oraz założenia dotyczące realizacji autorskiego zadania badawczego nadały pracy interdyscyplinarny charakter. Niewątpliwie można ją uznać za mieszczącą się w obszarze badawczym nauk o komunikacji społecznej i mediach, gdyż przedmiotem badań są dokonujące się w ostatnich latach zmiany w polskim systemie medialnym, lecz uczynienie sednem tych badań strategii rynkowych tych koncernów, obejmujących sposoby zarządzania treścią, organizację przedsiębiorstw medialnych, modele monetyzacji i relacje między segmentami rynku wymagało sięgnięcia do wiedzy z zakresu nauk o ekonomii i finansach oraz nauk o zarządzaniu i jakości. Dzięki takiemu interdyscyplinarnemu podejściu do zadania badawczego powstała praca wnosząca nowe i ważne ustalenia do nauk o komunikacji społecznej i mediach, czego Autorowi oraz jego Promotorowi gratuluję.

Cel rozprawy, pytania badawcze i hipotezy

Jak zadeklarował Autor we Wstępie, celem jego rozprawy „jest analiza procesów konwergencji występujących w strategiach rynkowych polskich koncernów medialnych oraz określenie ich znaczenia dla funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw medialnych. Cel ten związany

jest z próbą rozpoznania dominujących typów konwergencji w badanych organizacjach, sposobów ich wdrażania, wpływu na przygotowywanie i dystrybucję treści, a ponadto próbą rozpoznania znaczenia dla budowania oferty produktowej oraz roli, jaką odgrywają one w realizacji celów korporacyjnych. Istotne znaczenie miało także uchwycenie różnic pomiędzy poszczególnymi modelami działalności medialnej oraz określenie możliwych kierunków dalszych przemian”.

W realizacji tego celu pomocne, zdaniem Autora, stało się znalezienie odpowiedzi na szereg pytań badawczych dotyczących między innymi typów konwergencji występujących w polskich koncernach medialnych, sposobu tworzenia kontentu dla różnych grup produktowych, roli konwergencji w konstruowaniu oferty produktowej i strategii korporacyjnej, różnic między działaniami koncernów monosegmentowych i multisegmentowych, wpływu procesu konwergencji na osiąganie celów korporacyjnych oraz perspektyw rozwoju działań opartych na konwergencji w kolejnych latach.

Osiągnięciu celu pracy ma także służyć weryfikacja czterech hipotez badawczych: hipoteza główna zakłada dodatnią zależność między konwergencją a realizacją celów polskich koncernów medialnych, dwie hipotezy poboczne dotyczą wielotypowego charakteru konwergencji oraz kierunku transformacji ku formułom „media-tech”, hipoteza czwarta – predykcyjna – odnosi się do trendu rosnącej automatyzacji i analizacji działań.

Tak sformułowane cel pracy i hipotezy uważam za bardzo ambitne i nowatorskie, a przede wszystkim poprawne merytorycznie i metodologicznie, klarowne i precyzyjnie wyznaczające przedmiot badań zaprezentowanych w rozprawie. Po lekturze pracy nie mam wątpliwości, że założony cel pracy został w pełni zrealizowany, a autorskie badania pozwoliły na merytoryczną weryfikację hipotez.

Metodologia

Zasygnalizowane we Wstępie założenia metodologiczne zastały szczegółowo wyjaśnione i rozwinięte w rozdziale czwartym. Opisano w nim przyjęte perspektywy badawcze, omówiono zastosowane metody i techniki oraz uzasadniono ich wykorzystanie w poszczególnych etapach badań, które w rezultacie pozwoliły na empiryczną weryfikację hipotez, a tym samym realizację założonego celu rozprawy.

W części teoretycznej rozprawy posłużono się krytyczną analizą interdyscyplinarnej i właściwie dobranej literatury naukowej. W części badawczej zastosowano metody jakościową i ilościową oraz porównawczą, wykorzystano w niej analizy danych zastanych i danych rynkowych oraz wywiady pogłębione z przedstawicielami kadry zarządzającej badanych podmiotów.

Badaniom poddanych zostało siedem podmiotów działających na polskim rynku medialnym: Grupa ZPR Media, Ringier Axel Springer Polska, TVN Warner Bros. Discovery, Wirtualna Polska Holding, Polska Press Grupa, POLITYKA oraz Grupa Agora.

Badania obejmują lata 2020–2023, czyli okres, który zdaniem Autora charakteryzował się dynamicznym rozwojem technologii oraz zmianami rynkowymi i społecznymi towarzyszącymi pandemii COVID-19. Przedstawione dane dotyczące tego okresu uzupełnione zostały o dane wcześniejsze oraz współczesne (obejmujące 2025 rok), co w mojej opinii okazało się bardzo przydatne dla pokazania zmian i potwierdzenia opinii i wniosków Autora.

Wszystkie zastosowane w pracy metody i techniki badawcze są właściwe dla nauk społecznych, a więc i dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, i co najważniejsze dla oceny strony metodologicznej rozprawy, zostały prawidłowo zastosowane, a ich dobór przekonująco uzasadniony.

Literatura przedmiotu i źródła wykorzystane w pracy

Zebrana na końcu pracy bibliografia, podzielona została na „Publikacje i opracowania” oraz „Źródła internetowe”. Lepszym rozwiązaniem byłoby podzielenie tego imponującego wielkością wykazu na dwie odrębne części: publikacje naukowe oraz dokumenty i opracowania. W tej drugiej części powinny się znaleźć wszystkie sprawozdania finansowe, sprawozdania z działalności zarządu, raporty KRRiT i instytucji badawczych itp.

Poza tymi uwagami dotyczącymi sposobu zaprezentowania wykorzystanej w pracy literatury przedmiotu i źródeł, warto podkreślić, że zostały one dobrane właściwie, i co najważniejsze Autor na łamach swojej rozprawy licznie i prawidłowo odwołuje się do nich, choć nie zawsze właściwie dokumentuje liczne odwołania do nich w przypisach.

Struktura rozprawy

Dysertacja liczy 503 strony, składa się z pięciu rozdziałów poprzedzonych spisem treści i Wstępem oraz zakończonych Zakończeniem, wykazem bibliografii i źródeł internetowych, Aneksem oraz streszczeniami w języku polskim i angielskim.

Rozprawę rozpoczyna bardzo poprawnie napisany pięciostronicowy Wstęp dobrze wprowadzający w tematykę rozprawy i uzasadniający jej wagę naukową oraz wkład w rozwój dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Zawarto w nim również wstępne wyjaśnienia dotyczące metodologii oraz materiału badawczego, które rozwinięte zostały w rozdziale metodologicznym (czwartym), a także przedstawiono strukturę pracy, czyli wszystko to, co we Wstępie powinno się znaleźć.

Rozdział pierwszy zawiera definicje i wyjaśnienia pojęć istotnych dla pracy, przedstawia stan badań oraz ustalenia teoretyczne dotyczące zagadnień i wątków rozwijanych w dalszych częściach pracy. W kolejnych podpunktach omówiono w nim rolę i funkcje mediów oraz zmiany w komunikacji społecznej wynikające z rozwoju technologii. Szczególną uwagę Autor poświęcił procesom cyfryzacji, konwergencji i datafikacji i te części tego rozdziału uważam za jego mocną stronę, gdyż stanowią dobrą podstawę teoretyczną i ramę pojęciową do dalszych części pracy. Rozdział ten uważam za zbyt obszerny (110 stron!), niektóre wątki można było przedstawić bardziej syntetycznie, zwłaszcza te z początku rozdziału, świadczące co prawda o wiedzy medioznawczej Autora, ale niekoniecznie istotne dla zadania badawczego, a przynajmniej nie w tak rozbudowanej formie (np. funkcje mediów czy klasyczne modele komunikowania).

Rozdział drugi zatytułowany „Przedsiębiorstwo medialne w dobie cyfrowej” poświęcony został ekonomice mediów, zarządzaniu przedsiębiorstwem medialnym, specyfice rynku medialnego, organizacji oraz modelom przedsiębiorstwa medialnego. Rozdział ten, sprawnie i klarownie napisany, świadczy o dobrej orientacji Autora w problematyce

organizacyjnych i ekonomicznych uwarunkowań funkcjonowania koncernów medialnych w warunkach transformacji cyfrowej.

Do treści tego rozdziału mam tylko dwie drobne uwagi, obie dotyczą strony 122. W drugim akapicie Autor pisze o gospodarce usługowej i jej rozwoju „w minionych dwóch dekadach XX wieku” (czy aby nie chodzi o XXI wiek?) oraz niezrozumiałe zdanie w ostatnim akapicie: „Konwergencja wymusza na firmach medialnych ponowne przemyślenie istniejących koncepcji, czym aktualnie jest konsumpcja mediów – koncepcji kształtujących zarówno programowe, jak i marketingowe.”

Ponad stustronicowy rozdział trzeci, zawiera charakterystykę współczesnego polskiego rynku medialnego. W pierwszej jego części opisano tradycyjne i nowe jego segmenty: telewizyjny i streamingowy, prasowy wydawniczy, radiowy, internetowy oraz aplikacje mobilnych. W części drugiej dokonano analizy działalności wybranych do badań funkcjonujących w Polsce koncernów medialnych. Część trzecia jest poświęcona wpływowi na rynek mediów pandemii COVID-19, co okazało się dobrym uzupełnieniem poprzednich części oraz źródłem cennych informacji dotyczących zmian, jakie okres pandemii spowodował w działalności przedsiębiorstw medialnych i praktykach odbiorczych.

Rozdział czwarty zawiera wyjaśnienia dotyczące metodologii. Przedstawiono w nim założenia i przebieg procesu badawczego, zawarto wyjaśnienia dotyczące pytań badawczych i hipotez, wyboru materiału badawczego i okresu którego badania dotyczą, opisano wykorzystane metody i techniki badawcze oraz przekonująco i poprawnie uzasadniono ich wybór. Nie mam zastrzeżeń merytorycznych do tego rozdziału, poza uwagą, że mógłby on być mniej rozbudowany.

Ostatni i najdłuższy piąty rozdział (133 strony) stanowi część empiryczną pracy. Autor przedstawił w nim wyniki badań własnych dotyczących procesów konwergencji występujących w wybranych do badań koncernach medialnych. Szczegółowym analizom poddane zostały zmiany dotyczące zarządzania kontentem, rozwoju segmentów wideo i audio, transformacji cyfrowej, wykorzystania technologii, projektów rozwojowych, odbiorców oferty cyfrowej, modeli monetyzacji oraz znaczenia danych w działalności współczesnych organizacji medialnych. W ostatnim podrozdziale Autor podsumował swoje badania i sformułował płynące z nich wnioski, dokonał pozytywnej weryfikacji hipotez oraz udzielił odpowiedzi na pytania badawcze.

W kilkustronicowym, sprawnie napisanym Zakończeniu, Autor podsumował kluczowe ustalenia poszczególnych części pracy oraz zaproponował kierunki dalszych badań nad procesem konwergencji na polskim rynku medialnym. Zakończył swoją rozprawę jakże słusznym stwierdzeniem, że konwergencja stanowi trwałą cechę współczesnego systemu medialnego, „a jej dalsze badanie pozostaje uzasadnione dla zrozumienia kierunku, w jakim zmierzają media oraz praktyki komunikacyjne w społeczeństwie cyfrowym”.

Po lekturze dysertacji uważam, że przyjęta koncepcja metodologiczna i struktura pracy okazały się właściwe dla realizacji zadania badawczego. Podział treści na poszczególne rozdziały i podrozdziały jest logiczny i prawidłowy, choć niektóre fragmenty w części teoretycznej uważam za zbyt obszerne i zawierające zbyt rozwinięte wątki poboczne dla pracy. Uwaga ta dotyczy przede wszystkim rozdziału pierwszego. Tytuły poszczególnych rozdziałów i podrozdziałów odpowiadają ich zawartości. Pierwsze trzy rozdziały stanowią część

teoretyczną pracy dowodzą dobrej orientacji Autora we współczesnej wiedzy medioznawczej uzupełnionej o ustalenia nauk ekonomicznych, zwłaszcza teorii zarządzania.

Uwagi krytyczne i pytanie do Doktoranta, na które spodziewam się usłyszeć odpowiedź na obronie

Poza wskazaną powyżej uwagą krytyczną dotyczącą objętości pracy i błędnych zapisów niektórych pozycji w bibliografii, mam trzy uwagi krytyczne. Pierwsza z ich dotyczy braku konsekwencji w przypisach, wiele z nich jest niepoprawnie zapisanych.

Druga to brak konsekwencji w pisowni tytułów prasowych: raz są one pisane jak należy w cudzysłowie, często pojawiają się bez cudzysłowu, a bywa, że bez cudzysłowu i dużymi literami.

Trzecia dotyczy błędnej numeracji stron w spisie treści rozdziału czwartego i piątego - od strony 275, której numeru nie ma w spisie treści (podrozdział 4.1.) do strony 380 (podrozdział 5.2.2.).

Pytanie do Doktoranta, na które chciałabym usłyszeć odpowiedź na obronie, dotyczy opinii Autora w kwestii wpływu konwergencji na autonomię zawodową dziennikarzy i przestrzeganie etyki mediów.

Merytoryczna i formalna ocena całej rozprawy

Rozprawę Pana mgra Łukasza Kołodzieja oceniam jednoznacznie **pozytywnie** ze względu na wysoki poziom merytoryczny całej rozprawy, a przede wszystkim zaprezentowane w niej oryginalne badania, dzięki którym Autor dowiódł, że konwergencja stanowi trwały oraz strategiczny element funkcjonowania współczesnych koncernów medialnych w Polsce, choć jej rodzaj i postęp nie jest jednolity, gdyż zależy od specyfiki i historii organizacji medialnej, dywersyfikacji jej działalności, zaplecza technologicznego oraz jej pozycji rynkowej. Dowiódł także, że konwergencja w badanych koncernach jest procesem obejmującym integrację treści, kanałów dystrybucji, zespołów, technologii oraz modeli biznesowych. Ważnym wnioskiem płynącym z przeprowadzonych badań jest stwierdzenie, że „z jednej strony umożliwia ona utrzymanie produktów, które w warunkach analogowych mogłyby utracić zdolność do dalszego funkcjonowania. Pozwala bowiem ona wydłużać życie treści, zwiększać ich dostępność, a także daje szansę na poszukiwanie dodatkowych źródeł przychodów. Z drugiej strony, proces ten może sprzyjać koncentracji kapitału, unifikacji formatów oraz standaryzacji przekazu w obrębie dużych grup medialnych. Oznacza to, że konwergencja ma wymiar podwójny: bywa narzędziem postępu, ale równocześnie może ograniczać różnorodność oferty, jeżeli podporządkowana zostaje wyłącznie logice skali i komercjalizacji”.

Na łamach swojej rozprawy Autor wykazał się umiejętnościami syntezy w częściach teoretycznych oraz analizy w części empirycznej, a także dojrzałością badawczą i skrupulatnością w prowadzeniu badań i interpretowaniu ich wyników. Autor właściwie posługuje się terminologią naukową, precyzyjnie definiuje pojęcia, sprawnie i logicznie prowadzi narrację. Praca napisana została bardzo ładnym i poprawnym językiem, a jej korekta wykonana została starannie, choć zdarzają się drobne potknięcia (literówki) i niestety dość

liczne błędy w przypisach. Na pozytywną ocenę zasługuje również staranna strona techniczna i graficzna pracy.

Wniosek końcowy

Wszystkie przedstawione powyżej pozytywne oceny dotyczące poziomu merytorycznego dysertacji, metodologii przedstawionych w niej badań oraz jej strony technicznej i językowej powodują, że całą rozprawę oceniam jednoznacznie pozytywnie. Rozprawa mieści się w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach. Autor wykazał się w niej rozległą wiedzą teoretyczną dotyczącą przedmiotu swoich badań oraz umiejętnością samodzielnego prowadzenia pracy naukowej, gdyż precyzyjnie sformułował oryginalny problem badawczy i dzięki swoim badaniom doprowadził do jego rozwiązania. Tym samym Jego rozprawa wzbogaca nauki o komunikacji społecznej i mediach o nowe, aktualne i ważne ustalenia.

Ponieważ w mojej opinii recenzowana praca spełnia wszystkie kryteria stawiane rozprawom doktorskim określone w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, z pełnym przekonaniem wnioskuję o dopuszczenie Pana mgra Łukasza Kołodzieja do dalszych etapów postępowania.

Kraków, 23 lipca 2026 r.

