

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

Streszczenie rozprawy doktorskiej

*Procesy konwergencji w strategiach rynkowych polskich koncernów
medialnych*

mgr Łukasz Kołodziej

Promotor
dr hab. Sławomir Gawroński, prof. WSB Merito

Rzeszów 2026

Streszczenie

Niniejsza rozprawa doktorska poświęcona została analizie procesów konwergencji występujących w strategiach rynkowych polskich koncernów medialnych. Jej głównym celem było rozpoznanie charakteru konwergencji w funkcjonowaniu przedsiębiorstw medialnych, a także określenie sposobów jej implementacji w praktyce rynkowej.

Rozprawa zbudowana jest w oparciu o zestaw pytań badawczych, odnoszących się do typów konwergencji obecnych w badanych podmiotach, sposobów przygotowywania i dystrybucji treści, znaczenia konwergencji dla budowania oferty produktowej oraz realizacji strategii korporacyjnych. Istotnym problemem badawczym była również identyfikacja czynników wpływających na dynamikę analizowanych procesów. W pracy sformułowano hipotezy zakładające, że konwergencja, szczególnie w wymiarze technologicznym i treściowym, stanowi kluczowy element funkcjonowania współczesnych mediów, wpływając przy tym na realizację ich założeń rynkowych.

Rozprawa ma charakter teoretyczno-empiryczny. W części badawczej zastosowano podejście mieszane, łączące metody jakościowe i ilościowe. Wykorzystano analizę danych zastanych, obejmującą materiały branżowe i dokumenty korporacyjne, a także wywiady pogłębione z przedstawicielami badanych organizacji. Uzupełnieniem była analiza porównawcza modeli działalności oraz rozwiązań technologicznych stosowanych przez wybrane koncerny medialne. Badania przeprowadzono na przykładzie siedmiu podmiotów funkcjonujących na polskim rynku mediów, należą do nich: Grupa ZPR Media, Ringier Axel Springer Polska, TVN Warner Bros. Discovery, Wirtualna Polska Holding, Polska Press Grupa, POLITYKA oraz Grupa Agora.

Rozprawa składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów oraz zakończenia. W rozdziale pierwszym przedstawiono teoretyczne podstawy współczesnego komunikowania, ze szczególnym uwzględnieniem procesów mediatyzacji, cyfryzacji i konwergencji. Rozdział drugi koncentruje się na przedsiębiorstwie medialnym w warunkach transformacji cyfrowej, ukazując jego uwarunkowania organizacyjne, ekonomiczne, a także strategiczne. W rozdziale trzecim scharakteryzowano rynek mediów w Polsce oraz działalność wybranych koncernów medialnych. W tym rozdziale uwzględniono także wpływ pandemii COVID-19 na jego funkcjonowanie. Rozdział czwarty zawiera założenia metodologiczne pracy, natomiast rozdział piąty prezentuje wyniki przeprowadzonych badań oraz analizę poszczególnych koncernów.

Przeprowadzone badania wykazały, że konwergencja stanowi wielowymiarowy element funkcjonowania współczesnych koncernów medialnych. Obejmuje ona integrację technologii, treści, kanałów dystrybucji, struktur organizacyjnych oraz modeli biznesowych. W badanych podmiotach szczególnie widoczne są procesy związane z wieloplatformową dystrybucją treści, optymalizacją wykorzystania kontentu, rozwojem segmentów audio i wideo, a także rosnącym znaczeniem danych w zarządzaniu organizacją. Jednocześnie stopień zaawansowania konwergencji pozostaje zróżnicowany, będąc zależnym od specyfiki danego koncernu medialnego.

Wnioski z pracy wskazują, że konwergencja stanowi kluczowy mechanizm transformacji współczesnych mediów, wpływający na ich strukturę organizacyjną oraz strategie rynkowe. Procesy te będą w kolejnych latach ulegać dalszemu pogłębieniu, szczególnie w kontekście rozwoju platform cyfrowych, automatyzacji oraz analityki danych. Rozprawa stanowi wkład w rozwój badań nad współczesnymi mediami, wskazując na potrzebę dalszych analiz procesów konwergencji w zmieniających się praktykach komunikacyjnych i rynku medialnym.