

Kreft Jan

#### STRESZCZENIE

Krajowy i zagraniczny rynek mediów przeżywa wraz z cyfryzacją bezprecedensowe zmiany określane mianem konwergencji. Dla firm medialnych oznaczają one konieczność nowego podejścia do strategii marketingowych uwzględniających aktywność dotychczas pasywnych odbiorców. Stają się oni bowiem nie tylko twórcami mediów, ale migrują pomiędzy medialnymi platformami na niespotykaną dotychczas skalę. Podążając za odbiorcami i starając się zachować dotychczasowe wpływy z kampanii marketingowych działające już na rynku media obierają strategię konwergencji, a jednocześnie bronią swoich pozycji. Naturalnym stanem tak nowo kreowanego medialnego środowiska marketingowego jest nieustanna zmiana i wyjątkowy z historycznej perspektywy brak poczucia stabilizacji

#### EVOLUTION OF MEDIA COMPANIES STRATEGY IN THE ERA OF CONVERGENCE

Due to the digitization, domestic and foreign media market is experiencing unprecedented changes known as convergence. For media companies, they represent the need for new approach to marketing that provide for activity of hitherto passive audience. Not only do they become the creators of media, but also migrate between media platforms at an unprecedented rate. Media adopt the strategy of convergence in order to follow the customers, retain existing revenue from marketing campaigns and defend their market positions. The natural state of the newly created media marketing environment is constant change and- unique from a historical perspective- lack of a sense of stability.