

Maria Rólkowska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

ORCID: 0000-0002-5473-9092

Lifestylowe media obywatelskie Warmii i Mazur. Twórcy, tematyka, odbiorcy

Streszczenie

W artykule przedstawiono lifestylowe media obywatelskie Warmii i Mazur uwzględnione w projekcie Centrum Monitoringu Internetowego Dziennikarstwa Obywatelskiego na Warmii i Mazurach, realizowanym w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie w latach 2022–2024. Analizie poddano sylwetki twórców tych mediów, różnorodność ich tematyki oraz grupę odbiorców.

Słowa kluczowe: lifestyle, media obywatelskie, Warmia i Mazury, internet, komunikacja.

Lifestyle citizens' media of Warmia and Mazury. Creators, topics, recipients

Abstract

The article presents lifestyle citizens' media from Warmia and Mazury included in the project of the Monitoring Center for Online Citizens Journalism in Warmia and Mazury, implemented at the Institute of Journalism and Social Communication at the University of Warmia and Mazury in Olsztyn in the years 2022–2024. The profiles of the creators of these media, the diversity of their topics and the group of recipients are analysed.

Keywords: lifestyle, citizens' media, Warmia and Mazury, internet, communication.

Wprowadzenie

Media obywatelskie to takie, które są tworzone przez niezawodowych dziennikarzy w interesie społecznym¹. Jak pisze Stefania Milan, powstają one oddolnie dzięki obywatelom i mają bardzo istotny wkład w procesy rozwojowe oraz odgrywają ważną rolę w demokracji². Są one dość nowym nośnikiem i działają jako trzeci sektor – obok mediów publicznych i prywatnych (komercyjnych)³. Krzysztof Wasilewski zwraca uwagę na tego rodzaju media na Warmii i Mazurach, pisząc:

¹ Zob. U. Doliwa, *Dziennikarstwo obywatelskie, czyli jakie?*, „Nowe Media” 2012, nr 3, s. 82.

² Zob. S. Milan, *Four steps to community media as a development tool*, „Development in Practice” 2009, No. 4/5, s. 598.

³ Zob. J. Prokopowicz, *Media obywatelskie – doświadczenia polskie i zagraniczne*. <https://publicystyka.ngo.pl/media-obywatelskie-doswiadczenia-polskie-i-zagraniczne> (dostęp: 1.10.2023).

Pewnym fenomenem wyróżniającym się na tle pozostałych regionów – utożsamianych z obecnymi województwami – są profile, strony i blogi poświęcone Warmii i Mazurom [...] Na tle pozostałych projektów regionalistycznych, te poświęcone Warmii i Mazurom wyróżniają się rosnącym profesjonalizmem i systematycznością w publikowaniu materiałów⁴.

Stały się one przedmiotem projektu Centrum Monitoringu Internetowego Dziennikarstwa Obywatelskiego realizowanego w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie w latach 2022–2024 pod kierownictwem dr hab. Urszuli Doliwy, prof. UWM. W okresie od czerwca 2021 roku do marca 2023 roku w ramach działań dziesięcioosobowego zespołu badawczego zgromadzono dane o 43 mediach obywatelskich badanego regionu i przeprowadzono ustrukturyzowane wywiady pogłębione z ich twórcami. Zebrane w dostępnym w internecie Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur (<https://cmidzo.uwm.edu.pl/>) media traktują o bardzo różnorodnej tematyce: lifestylowej, kulturalnej, historycznej, naukowej, społecznej i wielotematycznej. Najwięcej, bo 13 zebranych w zasobie do marca 2023 roku mediów, dotyczy tematyki lifestylowej i im właśnie poświęcono ten tekst. Autorka podejmuje próbę odpowiedzi na pytania: kim są twórcy mediów lifestylowych na Warmii i Mazurach?, jaką tematykę poruszają te media?, kim są ich odbiorcy?

Analizowane media lifestylowe

Poddane analizie media zaprezentowano w tabeli 1 (chronologicznie, w kolejności ich powstawania).

Tabela 1. Analizowane media lifestylowe

Medium	Data powstania	Twórca/twórcy
robiMypodróżę.pl	2012	Małgorzata i Kamil Kowalewiczowie
IamonlyAnia	2012	Anna Tyszka
Szalone Walizki	2016	Dorota i Jarosław Kowalscy
Lejdi Gada czyli kobiety przy mikrofonie	2018	Karolina Rogóż-Namiołko
jadenarowerze	2019	Jakub Hajduk
OlsztyniAnka	2019	Anna Jeglińska
Kulinarny Olsztyn	2021	Marcin Wójcik
wjakweterynaria	2021	Weronika Barbara Dankiewicz
Pani Etykieta	2021	Julia Gadomska
Warmia Bike	2022	Jakub Hajduk Przemysław Lenart
Periodista Marta	2022	Marta Wiśniewska

⁴ K. Wasilewski, *Regionalizm 2.0. Media hiperlokalne i małe ojczyzny*, Politechnika Koszalińska, Koszalin 2022, s. 66–67.

Medium	Data powstania	Twórca/twórcy
Klamka zapadła	2022	Jakub Kolberg Aleksander Chmarycz Maciej Sępiół Tomasz Zakrzewski Bartosz Niecikowski
Małomiasteczkowi	2022	Lena Melnyczok Marcjanna Rymszewicz Natalia Stępiak

Źródło: badania własne.

Twórcy

Podczas analizy sylwetek twórców mediów lifestylowych na Warmii i Mazurach, ujętych w katalogu, wzięto pod uwagę ich: płeć, wiek, wykształcenie, miejsce urodzenia i zamieszkania oraz motywacje do tworzenia medium. Wśród 22 osób (niektóre media tworzą zespoły dwu- lub trzyosobowe, por. tabela 2), znajduje się 11 mężczyzn i 11 kobiet, a więc pod względem płci liczba twórców i twórczyń jest równa.

Tabela 2. Twórcy mediów lifestylowych w podziale na płeć

Płeć	Kobiety	Mężczyźni
Liczba osób	11	11

Źródło: badania własne.

Rozpiętość wiekowa jest dość duża – od osób nastoletnich po osoby pięćdziesięcioletnie. Najmłodszymi twórczyniami są licealistki z Węgorzewa tworzące podcast Małomiasteczkowi (wiek: 16, 17 i 18 lat w roku 2023), a najstarszymi jest małżeństwo Jarosława i Doroty Kowalskich – autorów strony Szalone Walizki (wiek: 52 i 53 lata w 2023 roku). Natomiast najliczniej reprezentowani twórcy to: 20-latkowie – 8 osób, 30-latkowie – 4 osoby i 40-latkowie – 5 osób (por. tabela 3).

Tabela 3. Twórcy mediów lifestylowych w podziale na wiek

Przedział wiekowy	do 19 lat	20–29 lat	30–39 lat	40–49 lat	50–59 lat
Liczba osób	3	8	4	5	2

Źródło: badania własne.

Jeśli chodzi o wykształcenie twórców, to sześćcioro legitymuje się wykształceniem średnim (w tym 3 osoby jeszcze niepełnym średnim – uczennice liceum, podcast Małomiasteczkowi), a aż szesnastoro wykształceniem wyższym (w tym 7 osób jeszcze niepełnym – są to 2 studentki i 5 studentów UWM w Olsztynie) (por. tabela 4). Przeważają zatem osoby z wykształceniem wyższym, przy czym połowa osób z tej grupy, bo aż 8, ukończyła dziennikarstwo na UWM w Olsztynie: J. Kowalski – Szalone Walizki (studia podyplomowe), M. Wiśniewska – Periodista Marta, M. Wójcik – Kulinaryny Olsztyn lub studiuje dziennikarstwo na UWM w Olsztynie: J. Kolberg, A. Chmarycz,

A. Sępioł, T. Zakrzewski, B. Niecikowski – twórcy Klamka zapadła. Wśród tych osób są co najmniej 2 postaci rozpoznawalne w środowisku dziennikarskim i medialnym Warmii i Mazur. Jest to Jarosław Kowalski – pierwszy i wieloletni dyrektor olsztyńskiego oddziału Telewizji Polskiej (2005–2016) oraz Marta Wiśniewska – dziennikarka pracująca między innymi w Radiu Olsztyn, „Gazecie Olsztyńskiej”, Radiu UWM FM, portalu kolarskim Naszosie.pl.

Tabela 4. Twórcy mediów lifestylowych w podziale na wykształcenie

Wykształcenie	Średnie	Wyższe
Liczba osób	6 (w tym 3 osoby jeszcze niepełne – licealistki)	16 (w tym 8 osób dziennikarskie, 7 osób jeszcze niepełne wyższe – studenci)

Źródło: badania własne.

Miejscem urodzenia aż 68% osób z badanej grupy, czyli 15 twórców, jest Warmia i Mazury – 6 osób urodziło się w Olsztynie, 3 w Giżycku, po jednej w: Sztumie, Nidzicy, Pasymiu, Bartoszycach, Pisz i Morągu. Pozostałych 7 osób pochodzi z: Warszawy, Szczecina, Płocka, Torunia, Radomia oraz Suwałk i Łap. Obecnym miejscem zamieszkania 73% twórców, bo 16 osób, jest Olsztyn, pozostałych 6 osób mieszka w: Kozłowie, Morągu, Wipsowie, Kętrzynie, Trygornie i Węgorzewie, czyli na terenie województwa warmińsko-mazurskiego. Zatem poprzez miejsce zamieszkania wszyscy twórcy są związani z regionem Warmii i Mazur, a poprzez miejsce urodzenia prawie 70% z nich.

Tematyka

Tematem największej liczby mediów lifestylowych w omawianej grupie są podróże – zarówno po różnych krajach świata i Polsce, jak i po regionie Warmii i Mazur. Najdłuższym działającym medium o tej tematyce (od 2016) jest blog Szalone Walizki – Doroty i Jarosława Kowalskich. Sami twórcy piszą:

To blog o podróżach na własną rękę. Narodził się z przygód, jakie przytrafiają się nam w podróżach od lat. [...] Na naszym blogu znajdziesz relacje z podróży, poradniki, recenzje, opisy kuchni wielu krajów, posty nurkowe, podwodne zdjęcia, a także sporo filmów i vlogów, które znajdziesz również na naszym kanale na Youtube⁵.

Na przykład wpisy na blogu z okresu wakacyjnego (lipiec–wrzesień) 2023 roku prezentują podróże po Europie oraz Warmii i Mazurach: Lidzbarku Warmińskim i szlaku Kopernikowskim, ale także czeskim Žatecu, węgierskim Tokaju i Teneryfie⁶.

Drugi blog o tej tematyce to robiMypodróżę.pl (od 2012) prowadzony również przez małżeństwo – Małgorzatę i Kamila Kowalewiczów. Przy czym zaznaczyć trzeba, że jest on w dużej mierze nakierowany na potrzeby podróżujących osób z niepełnosprawnościami: „Pokazujemy, że niepełnosprawność nie przeszkadza w zdobywaniu

⁵ Dorota i Jarek – O nas, <https://www.szalonedwalizki.pl/dorota-i-jarek-o-nas/> (dostęp: 2.09.2023).

⁶ Zob. Blog podróżniczy Doroty i Jarka. Świat z perspektywy czterech żywiołów, <https://www.szalonedwalizki.pl/> (dostęp: 2.10.2023).

Świata i realizacji marzeń. Na naszym blogu dzielimy się przeżyciami, doświadczeniem i informacjami praktycznymi⁷.

Najpopularniejsze wpisy to: *Łagów – atrakcje, perły lubuskiego. Co warto zobaczyć?*, *Atrakcje Barcelony: zobacz niezwykle miejsca w stolicy Katalonii*, *Gdzie wyjechać na długi weekend w Polsce – 19 pomysłów na podróż*, *9 pomysłów na wyjazd za granicę w długi weekend*⁸. Z oboma blogami związane są również podcasty o tematyce podróżniczej.

Trzy inne media lifestylowe są poświęcone również podróżowaniu, ale na rowerze, a ich twórcami są pasjonaci tej formy aktywnego spędzania czasu. Przedstawiają one podróżowanie na dwóch kołach nie tylko po terenach Warmii i Mazur, lecz także Europy. Pierwszym z nich jest blog Jakuba Hajduka *jadenarowerze.pl* (2019). Prezentuje on trasy rowerowe regionu, a także zawiera porady dla miłośników dwóch kółek. Autor bloga w przeprowadzonym z nim wywiadzie zwraca uwagę na związek medium z regionem: „[...] opisy tras mi się podobają. Może nie w formie treści, bo to za każdym razem, jak to czytam, to coś bym pozmieniał, ale jeżeli chodzi o to, że już udało mi się opisać tak duży region, taki duży obszar tak naprawdę naszego niewielkiego Olsztyna⁹. Latem 2023 roku zamieszczono na blogu następujące wpisy dotyczące podróży rowerowych: *Mazurska Pętla Rowerowa 286 km (12.06.2023)*, *Rowerem Po Kolei – Trasa Szczytno – Biskupiec (30.07.2023)*, *Kurhan i Dębowa Góra (26.08.2023)*.

Drugim medium jest działający od końca 2022 roku podcast *Warmia Bike*, przygotowywany przez Jakuba Hajduka i Przemysława Lenarta. Prezentuje on „jazdę na rowerze jako formę aktywności i sposobu na życie po warmińskich ścieżkach i trasach”¹⁰. Autorzy podcastu w udzielonym wywiadzie powiedzieli:

[...] mówimy, że nagrywamy w Olsztynie, że mieszkamy w Olsztynie i jakby eksplorujemy Warmię, ale i Mazury, bo Mazury są piękne. Natomiast ciężko by było objąć, w cudzysłowie mówiąc, rozumem cały ten obszar, więc skupiliśmy się na Warmii [...] eksplorujemy nawet rowerem granicę Warmii i Mazur, przejeżdżając koło Olsztynka chociażby, gdzie jest ta granica. I te regiony są nam bliskie¹¹.

Najnowsze podcasty na stronie, z lata 2023, to: *Ultramaratony rowerowe oraz Duktomania Singletrack Olsztyn*¹².

Trzecim medium traktującym o jeździe rowerem i kolarstwie, ale także o kulturze i sprawach społecznych, jest strona internetowa *Periodista Marta* (2022) prowadzona

⁷ *Kontakt*, <https://robimypodroze.pl/kontakt/> (dostęp: 2.10.2023).

⁸ Zob. Strona główna – RobiMy Podróże, <https://robimypodroze.pl/> (dostęp: 2.10.2023).

⁹ Wywiad przeprowadzony z J. Hajdukiem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

¹⁰ *Warmia Bike. Katalog Podcastów*, https://www.podcasty.info/katalog/podcast/9672-Warmia_Bike (dostęp: 4.10.2023).

¹¹ Wywiad przeprowadzony z J. Hajdukiem i P. Lenartem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

¹² Zob. *Warmia Bike. Katalog Podcastów...*

przez młodą dziennikarkę Martę Wiśniewską. Autorka jest osobą uwielbiającą kolarstwo, przejeżdżającą na rowerze kilka tysięcy kilometrów rocznie, lubiącą podróżować po Włoszech i Hiszpanii, uczyć się języków, słuchać muzyki i czytać książki¹³. Jej zainteresowania znajdują odzwierciedlenie w prezentowanych na stronie tematach – na przykład: *La Vuelta 2023: Komu nie podoba się wyścig?*, *Rowerem nad Jeziorem Garda – wiosna 2022*, *Agnieszka Ejsymont o kobietach w kulturze rowerowej (wywiad)*¹⁴. Warto dodać, że M. Wiśniewska prowadzi także kanał na YouTube pod tym samym tytułem. Stolicy Warmii i Mazur są poświęcone dwa blogi, które przedstawiają Olsztyn pod bardzo sprecyzowanym kątem i są skierowane do konkretnych grup odbiorców. Miasto od strony kulinarnej prezentuje Marcin Wójcik, który na blogu *Kulinarny Olsztyn* pisze: „Od samego początku chciałem, aby KO stało się miejscem, gdzie będzie można znaleźć informacje o nowościach i zmianach w lokalach. Przez te kilka lat starałem się wspierać lokalnych przedsiębiorców, promować ciekawe inicjatywy i wydarzenia”¹⁵. Na blogu można przeczytać raporty kulinarne, recenzje olsztyńskich restauracji (w tym położonych nad jeziorami i przyjaznych zwierzętom) oraz zapowiedzi wydarzeń związanych z gastronomią¹⁶. Z kolei Olsztyn jako miejsce dla rodzin małymi dziećmi przedstawia blog *OlsztyniAnka* (2019). Zawiera on „informacje o dostępnych w Olsztynie zajęciach, atrakcjach dla dzieci oraz miejscach przyjaznych rodzinom z dziećmi”¹⁷. Założyła go Anna Jeglińska, która o inspiracji do działalności medialnej wypowiada się następująco:

Aż przyszedł czas, że zostałam Mamą. W tamtym czasie szukałam miejsc, gdzie mogłabym pójść z dzieckiem na zajęcia lub spotkać się z przyjaciółką razem z Naszymi Szkrabami i okazało się, że nie było to łatwe. Część lokalizacji znalazłam w Internecie, a o innych dowiedziałam się od znajomych. Dlatego postanowiłam stworzyć stronę, w której będą te informacje w jednym miejscu¹⁸.

O innym mieście regionu Warmii i Mazur traktuje podcast *Małomiasteczkowi* na YouTube, zainicjowany w 2022 roku. Tworzoną go trzy młode osoby: Lena Melnychok, Marcjanna Rymszewicz i Natalia Stępiak – uczennice liceum z Węgorzewa. Medium przedstawia „cykl rozmów dotyczących życia młodych ludzi w małym mieście, jakim jest Węgorzewo”¹⁹, o czym świadczą tytuły przykładowych odcinków: *Wszędzie daleko*, *Brak anonimowości*²⁰.

¹³ Zob. *Periodista Marta – Artykuły, wywiady, przegląd prasy*, <https://www.periodistamarta.pl/> (dostęp: 5.10.2023).

¹⁴ Zob. *ibidem*.

¹⁵ *O nas – Kulinarny Olsztyn*, <https://kulinarny.olsztyn.pl/o-projekcie> (dostęp: 7.10.2023).

¹⁶ Zob. *ibidem*.

¹⁷ *OlsztyniAnka*, <https://olsztynianka.com/> (dostęp: 7.10.2023).

¹⁸ *O mnie – OlsztyniAnka*, <https://olsztynianka.com/o-mnie/> (dostęp: 7.10.2021).

¹⁹ *Małomiasteczkowi 1 – Wszędzie daleko*, <https://www.youtube.com/watch?v=g4F1gfuRmT4> (dostęp: 8.10.2023).

²⁰ Zob. *ibidem*.

Dwa blogi w omawianej grupie mediów są kierowane do kobiet. Głównym tematem istniejącego od 2012 roku blogu Anny Tyszki *IamonlyAnia* jest moda, choć nie tylko. Blogerka informuje: „Na moim blogu znajdziecie posty związane z modą, muzyką, fotografią, kolekcjonowaniem autografów, ale nie tylko. Inspiruję się wszystkim, co mnie otacza”²¹. Z kolei Karolina Rogóż-Namiołko na blogu *Lejdi Gada czyli kobiety przy mikrofonie* (2018) pisze przede wszystkim o nietuzinkowych kobietach, ale również o kulturze, sztuce i muzyce. Prezentowane kobiety przedstawia następująco: „Moimi bohaterkami są żołnierki, psycholożki, kucharki, krawcowe, przedsiębiorczynie, prezeski, księżde (próba znalezienia feminatywu do «ksiądz»), matki, etc. Nieważne, czym się zajmuje moja bohaterka, jeżeli robi to z pasją i zaangażowaniem, to jest w stanie zainspirować kolejne kobiety do zmiany na lepsze”²².

W skatalogowanej grupie mediów lifestylowych można wyróżnić także te, które są tworzone przez studentki i studentów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Julia Gadowska, studiująca filologię polską, prowadzi kanał na TikToku zatytułowany *Pani Etykieta* (2021), poświęcony dobrym manierom, elegancji i estetyce życia²³. Przykładowe tytuły jej filmów to: *5 zasad podróży komunikacją miejską*, *Jak elegancko ugościć przyjaciółkę?*, *Czego nie robić w pociągu?*, *Czego nie robić w centrum handlowym?*. Natomiast Weronika Dankiewicz, studentka weterynarii, założyła blog osobisty, studygram na Instagramie *wjakweterynaria* (2021), który traktuje nie tylko o nauce na tym kierunku, lecz także o studiowaniu jako doświadczeniu i wyzwaniu dla młodych ludzi²⁴. Z kolei pięciu studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej: Aleksander Chmarycz, Jakub Kolberg, Bartosz Niecikowski, Maciej Sępioł i Tomasz Zakrzewski, przygotowuje podcast lifestylowo-sportowy pod nazwą *Klamka zapadła* na YouTube: „Sport to przede wszystkim nasza pasja, ale rzadko jest pokazywana od strony dziennikarskiej, a tym chcemy zachęcić naszych widzów do oglądania”²⁵. Interesującą ich tematyką jest przede wszystkim piłka nożna, ale publikują także filmy o siatkówce i mieszanych sztukach walki. Zatem tematy poruszane przez studentów tworzących omawiane media lifestylowe to: zasady dobrego wychowania, studiowanie, sport.

Warto zaznaczyć, że różnorodność tematyczna przedstawionych lifestylowych mediów obywatelskich idzie jednocześnie w parze z ich wysokim lub średnim wskaźnikiem wysycenia lokalnością²⁶. Aż pięć spośród badanych mediów charakteryzuje się wysokim wskaźnikiem: *Warmia Bike*, *OlsztyniAnka*, *Kulinarny Olsztyn*,

²¹ *Just Look Good*, <http://iamonlyania.blogspot.com/> (dostęp: 10.10.2023).

²² Strona Główna – *Lejdi Gada*, <https://lejdigada.pl/> (dostęp: 10.10.2023).

²³ Zob. [tiktok.com/@pani.etykieta](https://www.tiktok.com/@pani.etykieta), <https://www.tiktok.com/@pani.etykieta> (dostęp: 11.10.2023).

²⁴ Zob. *wjakweterynaria*, <https://www.instagram.com/wjakweterynaria/> (dostęp: 12.10.2023).

²⁵ *Klamka Zapadła – YouTube*, <https://www.youtube.com/@klamkazapadla5/about> (dostęp: 12.10.2023).

²⁶ Wskaźnik wysycenia lokalnością był określany na podstawie danych: Warmia i Mazury lub miejscowość w tytule: 0/1, Warmia i Mazury lub miejscowość w opisie: 0/1, własna ocena twórcy 1–5. Maksymalna liczba punktów wynosiła 7, a minimalna 1. Wskaźnik wysycenia lokalnością mógł zatem być: 1–2 niski, 3–4 średni, 5–7 wysoki.

jadenarowerze, Małomiasteczkowi. Średni wskaźnik wysycenia lokalnością odnosi się do sześciu mediów: *robiMypodróże, Szalone Walizki, Lejdi Gada..., wjakweterynaria, Pani Etykieta, Periodista Marta*. Tylko jedno medium w grupie cechuje się niskim poziomem lokalności – jest to blog *IamonlyAnia*.

Odbiorcy

Podczas wywiadów z twórcami pytano również o odbiorców tworzonych przez nich mediów lifestylowych. Pytania dotyczyły ich liczby, wieku i płci, profilu, miejsca zamieszkania (odbiorca lokalny, translokálny, ponadnarodowy). Nie wszyscy tworzący badane media odpowiedzieli szczegółowo na zadane pytania, nie wszyscy też prowadzą statystyki. Na przykład Przemysław Lenart z *Warmia Bike* powiedział: „Te statystyki są dodatkowo płatne, więc na razie je odpuszczamy”²⁷. Na podstawie zebranych informacji podczas wywiadów oraz z samych mediów można jednak przedstawić pewne dane. Choć nie są one całościowe, pozwalają wskazać pewne cechy odbiorców mediów lifestylowych z regionu Warmii i Mazur. Wielokrotnie przy pytaniu, do kogo kierowane jest medium, padała odpowiedź, że do wszystkich, ale podawano też uściślenia. Niektóre z analizowanych mediów są adresowane do konkretnych, sprofilowanych grup odbiorców – wypowiedzi ich twórców podczas wywiadów przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Typ medium *versus* grupa docelowa

Medium	Odbiorcy
robiMypodróże	„[...] osoby z niepełnosprawnościami [...] ze szczególnym uwzględnieniem osób z niepełnosprawnością ruchową [...] jest spora grupa wspomnianych już tutaj rodziców z dziećmi w wózkach”.
Jadenarowerze	„Przede wszystkim do rowerzystów, do rowerzystów amatorów, takich jak ja, do takich osób, które – tak jak ja – poszukują odpowiedzi w sieci, na które nie znalazły nigdzie informacji”.
Warmia Bike	„Podcast jest skierowany do tych wszystkich, którzy się pasjonują jeżdżeniem na rowerze, ale nie tylko, bo właśnie chcielibyśmy w ten sposób popularyzować tę właśnie formę spędzania wolnego czasu”.
OlsztyniAnka	„Rodziny z dziećmi”.
W jak weterynaria	„[...] studenci weterynarii, którzy są na pierwszym roku [...] młodzi ludzie, którzy się uczą, można by powiedzieć, studenci, przed maturą”.

Źródło: badania własne.

Zatem część mediów lifestylowych Warmii i Mazur jest kierowana do sprofilowanych grup odbiorców. Są to: podróżujące osoby z niepełnosprawnościami, miłośnicy jazdy na rowerze, rodziny z małymi dziećmi, studenci i uczniowie szkół średnich. Najwięcej szczegółowych danych odnośnie do liczebności odbiorców podają autorzy bloga *Szalone Walizki*:

²⁷ Wywiad przeprowadzony z P. Lenartem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

W 2022 roku blog zaliczył 260 tysięcy UU i ponad 430 tysięcy odsłon [...] Na FB obserwuje nas 66 tysięcy osób, na IG – 24,7 tysięcy a miesięczne zasięgi Instagrama w trakcie podróży przebijają milion osób. A do tego jest YouTube i kilka mniejszych kont w Social Media. Łącznie obserwuje nas i wraca do nas 96 tysięcy osób. Za tymi liczbami kryją się realni ludzie ze swoimi emocjami, pasjami, których uwielbiamy i jak nam się wydaje – oni nas też [...] 82% naszych odbiorców to kobiety w przedziale wiekowym 25–45 lat²⁸.

Dane na ten temat są dostępne też na blogu *Kulinarny Olsztyn*:

2022: 9879 unikalnych użytkowników (+9,35% wzrostu), 14 678 odsłon (+10,61% wzrostu rok do roku)

2021: 9034 unikalnych użytkowników (+13% wzrostu), 13 270 odsłon (+6% wzrostu rok do roku)²⁹.

Także prowadząca studygram *wjakwetrynaria* Weronika Dankiewicz powiedziała:

Ja, zakładając ten profil, nawet nie myślałam o odbiorcach. Ja nie wiedziałam, że on w bardzo krótkim czasie zdobędzie tytuł obserwujących. Może się wydawać, że prawie trzy tysiące osób to nie jest dużo, ale dla mnie to jest ogrom, zwłaszcza, że to jest pierwsza tego typu działalność moja³⁰.

Również pięciu studentów UWM w Olsztynie, tworzących kanał *Klamka zapadła*, podaje, że po roku funkcjonowania medium (od listopada 2022 do końca października 2023) strona ma ponad 45 tysięcy wyświetleń³¹. Przedstawione dane, choć niepełne, wskazują, że zarówno odsłony, jak i liczba użytkowników mediów sięga od kilku do nawet kilkudziesięciu czy kilkuset tysięcy.

Płeć odbiorców przedstawiają w procentach twórcy trzech analizowanych mediów. Dorota i Jarosław Kowalscy (*Szalone Walizki*) podają, że 82% odbiorców to kobiety, 18% mężczyźni³². Również w przypadku kanału na TikToku *Pani Etykieta* algorytm wskazuje, że wśród odbiorców przeważają zdecydowanie kobiety – 85%, a panowie stanowią ich 15%³³. Z kolei kanał na YouTube *Periodista Marta* oglądają, jak mówi twórczyni, prawie w 100% mężczyźni³⁴. Zatem o płci odbiorców wydaje się decydować tematyka mediów, choć zdarzają się niespodzianki. Karolina Rogóż-Namietko, twórczyni bloga *Lajdi Gada...*, w wywiadzie powiedziała:

²⁸ *Współpraca – Szalone Walizki – blog o podróżach Doroty i Jarka*, <https://www.szalone-walizki.pl/wspolpraca-szalone-walizki/> (dostęp: 13.10.2023).

²⁹ *O nas – Kulinarny Olsztyn...*

³⁰ Wywiad przeprowadzony z W. Dankiewicz – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

³¹ *Zob. Klamka Zapadła – YouTube...*

³² *Współpraca – Szalone Walizki ...*

³³ Dane z wywiadu przeprowadzonego z J. Gadomską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

³⁴ Dane z wywiadu przeprowadzonego z M. Wiśniewską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

Głównie kobiety się z tym identyfikują, no bo jakby rozmawiam z kobietami i o kobietach, i o kobiecości [...] jak myślałam, że to będzie tylko dla kobiet, to się okazuje, że to też jest dla mężczyzn. I to chyba mnie najbardziej zaskoczyło, że facetów interesuje to, co kobiety mają do powiedzenia, więc myślę, że coś się zmienia na lepsze³⁵.

Również twórcy kanału *Klamka zapadła* powiedzieli: „To tutaj mamy to zaskoczenie, że mamy duży odsetek kobiet [...] już wyszliśmy naprzeciw im i będziemy tworzyli treści nie tylko takie typowo sportowe”³⁶.

Najczęściej podawany wiek odbiorców lifestylowych mediów obywatelskich Warmii i Mazur to przedział 18–50 lat³⁷. Jednak są to również osoby młodsze – na przykład twórczyni kanału Pani Etykieta powiedziała: „[...] ja mam naprawdę przeróżny przekrój wieku na swoim kanale, bo to jest od osób, które mają na przykład 11 lat”³⁸, a licealistki – autorki podcastu Małomiasteczkowi kierują go „do ludzi młodych, uczniów naszej szkoły”³⁹. W grupie tej są także osoby starsze – ponad 50-letnie, a nawet 80-latkowie. Autorka bloga *Lajdi Gada...* mówi o odbiorcach: „nawet ludzie 50 plus”⁴⁰, Jakub Hajduk wiek odbiorców *jadenarowerze* określił: „to jest zakres: 18 – 80 parę”⁴¹. Wydaje się więc, że wiek autorów mediów przekłada się grupę wiekową odbiorców. Media tworzone przez najmłodszych twórców są odbierane przez osoby młodsze, a media przygotowywane przez osoby dojrzałe znajdują odbiorców wśród osób w zbliżonym do ich wieku, a także seniorów.

Zasięg mediów powstających w regionie Warmii i Mazur jest również szeroki i związany z ich treścią. W przypadku tematu lokalnego (charakteryzują się nim dwa media w grupie), również tacy są odbiorcy – twórczyni bloga OlsztyniAnka powiedziała: „Osoby mieszkające w Olsztynie i okolicy”⁴². Pozostałe media mają zasięg translokalny, a nawet międzynarodowy – odbiorcami są osoby w Polsce, Europie i na świecie. Autor bloga *jadenarowerze* o odbiorcach wypowiedział się następująco:

[...] cała Polska. Najczęściej jest to południe Polski, to jest Poznań, jest to Wrocław, jest to Kraków. Nie wiem, dlaczego stamtąd mam najwięcej informacji, stamtąd mam najwięcej wejść, plus Warszawa [...] A jeżeli chodzi o świat, to chyba najwięcej Niemcy, Wielka Brytania i Stany Zjednoczone⁴³.

³⁵ Wywiad przeprowadzony z K. Rogóz-Namiołko – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

³⁶ Wywiad przeprowadzony z J. Kolbergiem, A. Chmaryczem i M. Sepiołem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

³⁷ Dane zebrane z wywiadów z twórcami mediów.

³⁸ Wywiad przeprowadzony z J. Gadomską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

³⁹ Wywiad przeprowadzony z L. Melnyczok, M. Rymaszewicz, N. Stępiak – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

⁴⁰ Wywiad przeprowadzony z K. Rogóz-Namiołko...

⁴¹ Wywiad przeprowadzony z J. Hajdukiem...

⁴² Wywiad przeprowadzony z A. Jeglińską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

⁴³ Wywiad przeprowadzony z J. Hajdukiem...

Także Marta Wiśniewska (Periodista Marta) stwierdziła, że odbiorcami są w większości mieszkańcy dużych miast w Polsce⁴⁴, a tworzące blog robiMypodróże małżeństwo Kowalewiczów powiedziało: „[...] między innymi czyta się nas w Stanach Zjednoczonych, we Włoszech, w Wielkiej Brytanii, w Australii, Nowej Zelandii, w Niemczech”⁴⁵.

Podsumowanie

Jeśli chodzi o twórców mediów lifestylowych Warmii i Mazur objętych badaniem, są to w równej części kobiety i mężczyźni, w większości w przedziale wiekowym od 20 do 50 lat (20 osób), choć są także osoby poniżej 20. roku życia (uczennice liceum) i powyżej 50 lat. Przeważają osoby z wykształceniem wyższym (16), w tym połowa z nich legitymuje się wykształceniem dziennikarskim oraz są to osoby z wykształceniem średnim. Poprzez miejsce zamieszkania wszyscy twórcy są związani z regionem Warmii i Mazur, a poprzez miejsce urodzenia prawie trzy czwarte z nich.

Tematyka mediów jest bardzo różnorodna. Można podzielić je na następujące grupy tematyczne: podróże, w tym jazda na rowerze (5), tematyka kobieca – o kobietach i modzie (2), Olsztyn – ukazany od strony aktywności dla rodzin z dziećmi i kulinarnej (2), media tworzone przez młode osoby dla młodych osób (4) – dobre maniery, studiowanie, sport, życie w małym miasteczku. Informacje o odbiorcach analizowanych mediów nie są kompletne, ale na podstawie uzyskanych danych można stwierdzić, że ich liczba sięga od kilku do nawet kilkudziesięciu czy kilkuset tysięcy osób. Niektóre obywatelskie media lifestylowe są kierowane do konkretnych grup odbiorców, co wynika z ich tematyki, inne zaś są adresowane do wszystkich, którzy do nich sięgną. Odbiorcami mediów tworzonych na terenie Warmii i Mazur są nie tylko mieszkańcy tego regionu, gdyż ich zasięg jest translokalny i międzynarodowy – docierają one do mieszkańców Polski, lecz także Europy i świata.

Bibliografia

- Blog podróżniczy Doroty i Jarka. Świat z perspektywy czterech żywiołów*, <https://www.szalonewalizki.pl/> (dostęp: 2.10.2023).
- Doliwa U., *Dziennikarstwo obywatelskie, czyli jakie?*, „Nowe Media” 2012, nr 3, s. 81–100.
- Dorota i Jarek – O nas*, <https://www.szalonewalizki.pl/dorota-i-jarek-o-nas/> (dostęp: 2.09.2023).
- Just Look Good*, <http://iamonlyania.blogspot.com/> (dostęp: 10.10.2023).
- Klamka Zapadła – YouTube*, <https://www.youtube.com/@klamkazapadla5/about> (dostęp: 12.10.2023).
- Kontakt*, <https://robimypodroze.pl/kontakt/> (dostęp: 2.10.2023).

⁴⁴ Wywiad przeprowadzony z M. Wiśniewską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

⁴⁵ Wywiad przeprowadzony z M. i K. Kowalewiczami – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.

Maria Rótkowska

- Małomiasteczkowi 1 – Wszędzie daleko*, <https://www.youtube.com/watch?v=g4F1gfuRmT4> (dostęp: 8.10.2023).
- Milan S., *Four steps to community media as a development tool*, „Development in Practice” 2009, No. 4/5, s. 598–609.
- OlsztyniAnka*, <https://olsztynianka.com/> (dostęp: 7.10.2023).
- O mnie – OlsztyniAnka*, <https://olsztynianka.com/o-mnie/> (dostęp: 7.10.2021).
- O nas – Kulinaryny Olsztyn*, <https://kulinaryny.olsztyn.pl/o-projekcie> (dostęp: 7.10.2023).
- Periodista Marta – Artykuły, wywiady, przegląd prasy*, <https://www.periodistamarta.pl/> (dostęp: 5.10.2023).
- Prokopowicz J., *Media obywatelskie – doświadczenia polskie i zagraniczne*, <https://publicystyka.ngo.pl/media-obywatelskie-doswiadczenia-polskie-i-zagraniczne> (dostęp: 1.10.2023).
- Strona główna – *Lejdi Gada*, <https://lejdigada.pl/> (dostęp: 10.10.2023).
- Strona główna – *RobiMy Podróże*, <https://robimypodroze.pl/> (dostęp: 2.10.2023).
- tiktok.com/@pani.etykieta*, <https://www.tiktok.com/@pani.etykieta> (dostęp: 11.10.2023).
- Warmia Bike. Katalog Podcastów*, https://www.podkasty.info/katalog/podkast/9672-Warmia_Bike (dostęp: 4.10.2023).
- Wasilewski K., *Regionalizm 2.0. Media hiperlokalne i małe ojczyzny*, Politechnika Koszalińska, Koszalin 2022.
- wjakwetrynaria*, <https://www.instagram.com/wjakwetrynaria/> (dostęp: 12.10.2023).
- Współpraca – Szalone Walizki – blog o podróżach Doroty i Jarka*, <https://www.szalonedwalizki.pl/wspolpraca-szalone-walizki/> (dostęp: 13.10.2023).
- Wywiad przeprowadzony z W. Dankiewicz – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z J. Hajdukiem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z J. Hajdukiem i P. Lenartem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z A. Jeglińską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z J. Kolbergiem, A. Chmaryczem i M. Sepiołem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z M. i K. Kowalewiczami – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z J. i D. Kowalskimi – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z P. Lenartem – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z K. Rogóz-Namietko – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.
- Wywiad przeprowadzony z M. Wiśniewską – w materiałach wewnętrznych Katalogu Mediów Obywatelskich Warmii i Mazur.