

Adrian WOJTASZ

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
ORCID: 0000-0002-4023-6734

## Rola prasy harcerskiej we współczesnej komunikacji Związku Harcerstwa Polskiego

**Streszczenie:** Praca w swoim głównym założeniu bada współczesną rolę, jaką pełnią cztery główne tytuły prasowe należące do Związku Harcerstwa Polskiego. W publikacji scharakteryzowano najważniejsze istniejące wydawnictwa ZHP wyodrębniając ich deklarowaną tematykę oraz rzeczywisty profil redakcyjny. Praca zawiera także omówienie sposobu organizacji redakcji poszczególnych tytułów. W toku rozważań i badań przeprowadzonych na obecnie wydawanych czasopiśmie określono rolę prasy harcerskiej we współczesnej komunikacji Związku Harcerstwa Polskiego.

**Słowa kluczowe:** harcerstwo, Związek Harcerstwa Polskiego, prasa, media, komunikacja

---

### Wstęp

Ogólnonarodowy ruch, jakim jest Związek Harcerstwa Polskiego, od samego początku swojego powstania prowadził w sposób zorganizowany komunikację ze swoimi członkami. U jego początków w 1911 r. zaczęły powstawać redakcje specjalizujące się w tematyce harcerskiej, które przez cały okres istnienia organizacji prężnie się rozwijały, mając olbrzymi wpływ na kształtowanie postaw, nie tylko swoich członków, ale także młodzieży niezrzeszonej (Jarowiecki, 2015, s. 8). Prasa harcerska stanowi także dokument odzwierciedlający realia pracy stowarzyszenia, czego przykładem jest czasopismo „Skaut”, na którego łamach pojawił się protoplasta hymnu ZHP oraz konkurs na wzór odznaki, znanej dziś, jako Krzyż harcerski (Fiedkiewicz, 1988, s. 363, 426). W okresie Polski Ludowej, media prowadzone przez agendy Związku Harcerstwa Polskiego, podobnie jak organizacja w tamtym czasie, zostały skierowane do masowego odbiorcy, czego przykładem jest „Świat Młodych – harcerska gazeta nastolatków”, który w latach

70. XX wieku posiadał nakład 410 tysięcy egzemplarzy (Ciborska, 2000, s. 496) oraz Radiostacja Harcerska.

W myśl aktualnie obowiązującego statutu, Związek Harcerstwa Polskiego realizuje swoje cele m.in. poprzez prowadzone przez siebie media (§ 4 pkt 38 Statutu ZHP). Zgodnie ze statystykami prowadzonymi przez organizację, zrzesza ona prawie 100 tysięcy członków (*ZHP w liczbach*, 2022). Nie ulega więc wątpliwości, że organizacja ta odgrywa dzisiaj równie kluczową rolę w kształtowaniu młodego pokolenia, co u początków jej działania. Rola i metody uległy wprawdzie transformacji, lecz fundamenty pracy metodą harcerską pozostały te same.

### **Przedmiot analizy, cele oraz pytania badawcze**

Celem autora niniejszego artykułu jest przeanalizowanie mediów Związku Harcerstwa Polskiego w kontekście roli, jaką pełnią w jego współczesnej komunikacji społecznej. Stowarzyszenie to jest największą organizacją pozarządową w Polsce, której misją, jest „wychowywanie młodego człowieka, czyli wspieranie go we wszechstronnym rozwoju i kształtowaniu charakteru przez stawianie wyzwań” ([zhp.pl](http://zhp.pl) – *Misja ZHP*). Co należy podkreślić, ZHP określa siebie, jako ogólnopolskie, patriotyczne stowarzyszenie, prowadzące działalność pożytku publicznego (§ 1 pkt 1 Statutu ZHP). Prasa będąca od samego początku forum kształtowania ruchu skautowego i harcerskiego na ziemiach polskich, jest na tyle ważna historycznie, że pod analizę należy wziąć jej współczesnych następców. Władze centralne ZHP posiadają obecnie cztery tytuły prasowe, z których jeden jest portalem internetowym o charakterze wydawnictwa ciągłego ([zhp.pl](http://zhp.pl) – *Harcerskie magazyny i czasopisma*). Głównym problemem badawczym jest określenie charakteru komunikacji, który reprezentuje współczesna prasa harcerska. W celu jego analizy postawiono następujące pytania badawcze: W jaki sposób wydawane są media Związku Harcerstwa Polskiego? Jaka tematyka przeważa we współczesnej prasie ZHP? Jakie zadanie zostało postawione przed prasą harcerską w obecnych czasach?

Główną metodą badawczą jest opis, w którym autor szczegółowo poddał analizie obecne redakcje harcerskie, ich sposób zorganizowania, podległość oraz deklarowany profil wydawniczy. Pomocniczą metodą jest wybiórcza analiza zawartości, która posłużyła do zdiagnozowania przeważającej tematyki w poszczególnych artykułach (Pisarek, 1983,

s. 53–54). Autor skupił się na szczegółowym przedstawieniu tylko tych mediów, za które odpowiedzialna jest Główna Kwatera Związku Harcerstwa Polskiego. W poniższych sekcjach omówione zostały media, które kierowane są do odbiorcy ogólnopolskiego.

### **Związek Harcerstwa Polskiego jako organizacja medialna**

Liczba tytułów prasowych, jak również nakład i docelowy odbiorca są nieporównywalnie mniejsze, niż miało to miejsce u początków ZHP. Jednak w stosunku do kształtowania postaw członków działalność wydawnicza jest nadal bardzo istotna. W czasach, kiedy Związek Harcerstwa Polskiego był organizacją masową, udział treści prasowych dystrybuowanych przez organizację odgrywał znaczącą rolę w kształtowaniu młodego pokolenia. Od przemian ustrojowych na przełomie lat 80. i 90. XX wieku profil wydawniczy Związku przeszedł gruntowną zmianę. Zaczął być nakierowywany w szczególności na członków organizacji, a nie tak jak było dotychczas, do młodzieży jako ogółu. W niniejszym artykule przedstawione zostaną media Związku Harcerstwa Polskiego, które mają obecnie największy wpływ na kształtowanie obrazu organizacji (Głowacka-Sobiech, 2010, s. 184–186).

### **Materiał badawczy**

W zestawieniu ujęte zostały wszystkie tytuły prasowe będące w bezpośrednim zarządzaniu przez Główną Kwaterę Związku Harcerstwa Polskiego. Są to: „Czuwaj”, „Na Tropie”, „Z Perspektywy” i „Zuchowe Wieści”. Praca skupia się na nich, ponieważ są one jedynymi wydawnictwami prowadzonymi przez władze centralne z siedzibą w Warszawie.

W badaniu nie zostały uwzględnione media społecznościowe prowadzone przez Związek Harcerstwa Polskiego oraz kanał w serwisie YouTube i ZHP Podcast. Wynika to z faktu, że pełnią one zupełnie inną funkcję, niż ta prezentowana przez media drukowane. Konta ZHP w portalach takich jak Facebook, Instagram, Snapchat, czy TikTok zgodnie z deklaracją kierownictwa Wydziału Komunikacji i Promocji GK ZHP odpowiadają w głównej mierze za komunikację zewnętrzną, a więc PR organizacji. Są więc skierowane nie do członków stowarzyszenia, ale rodziców dzieci, potencjalnych członków, partnerów rządowych i biznesowych, innych

NGO oraz mediów. Pod względem została wzięta wyłącznie prasa zgodnie z definicją zawartą w ustawie z dnia 26 stycznia 1984 r. „Prawo prasowe” – „prasa oznacza publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej, jednorodnej całości, ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku, opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą [...]” (art. 7 ust. 2 pkt 1).

Pod analizę zostały wzięte cztery podmioty, będące głównymi kanałami dystrybucji treści wewnętrznych – czasopisma „Czuwaj”, „Z Perspektywy”, „Zuchowe Wieści” oraz portal internetowy o charakterze wydawnictwa ciągłego „Na Tropie”. Należy zwrócić uwagę, że badanie oparte jest o wybiórczą analizę ilościową. Jest to przede wszystkim ocena poruszanych w artykułach tematów oraz całokształt profilu czasopism. Analiza treści nie będzie również przeprowadzana na „ZHP”, jako zarejestrowanej redakcji. Instytucja ta jest rozwiązaniem prawnym, pod której egidą działają redakcje ZHP360 i ZHP Podcast. Jej charakter jest wyłącznie formalny i nie spełnia kryteriów wydawnictwa własnego, jako publikującego periodyczne treści tekstowe.

## **Metodologia przeprowadzonego badania**

Badanie poprzedzone zostało zbieraniem potrzebnych materiałów. Za ich źródło posłużyły przede wszystkim archiwa Związku Harcerstwa Polskiego, w których zgromadzone zostały wydania aktualnych czasopism wydawanych przez tę organizację. Jednymi z bardziej istotnych części tej pracy były kwerendy (wywiady) przeprowadzone z każdym z poszczególnych redaktorów naczelnych czasopism. Autor przeprowadził również rozmowę z ówczesną rzecznik prasową ZHP i zarazem kierowniczką Wydziału Komunikacji i Promocji GK ZHP hm. Martyną Kowacką. Kluczowe informacje zostały zaczerpnięte także od obecnego zastępcy redaktora naczelnego magazynu „Czuwaj” hm. Adama Czetwertyńskiego. Wszystkie sześć wywiadów przeprowadzonych zostało w maju 2021 r.

W pierwszej kolejności tytuły prasowe poddane zostały wybiórczej ilościowej analizie zawartości. Wspierano się przy tym definicją zaprezentowaną przez prof. Walentego Pisarka:

„Analiza zawartości jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: subiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie

skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce zwykle: ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zmierzającym przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego.” (cyt. za Pisarek, 1983, s. 45).

Treści zamieszczane w poszczególnych mediach zostały uszeregowane względem zamieszczanych w nich tematów. Oddzielny klucz kategoryzacyjny dla zawartości poszczególnych wydawnictw został skonstruowany świadomie, ponieważ ich tematyka jest znacząco zróżnicowana. Czasopisma adresowane są do różnych odbiorców, a więc ich treści są do nich dostosowane, stąd też kategorie w analizie zawartości nie są takie same dla każdego tytułu. Przy wystąpieniu danego tematu w poszczególnym numerze czasopisma przyporządkowano punkt za każdy jeden artykuł o danej tematyce. W ten sposób określona została przeważająca tematyka w gazetach Związku Harcerstwa Polskiego. Analizie poddane zostały tytuły z przedziału czasowego styczeń 2019–maj 2021. We wnioskach autor uogólnił przeważającą tematykę, a zawierając ponad dwuletni przedział chciał uniknąć wpływu pandemii SARS-CoV-2 na analizę treści gazet i na podstawie próby z roku wcześniejszego wnioskować, jak zmieniła się linia programowa poszczególnych redakcji. Tak więc sprawdzone zostanie jaka tematyka dominuje w poszczególnych tytułach medialnych, a następnie wszystkie po kolei zostaną poddane analizie porównawczej dotyczącej funkcji, jaką każdy z nich pełni w Związku Harcerstwa Polskiego.

### **„Czuwaj” (od 1990 r.)**

Obecnie jedynym papierowym czasopismem Związku Harcerstwa Polskiego jest miesięcznik „Czuwaj – miesięcznik instruktorów ZHP”. W historii publikacji wydawanych przez harcerstwo istniało kilka o podobnym tytule, m.in. łomżyńska gazeta „Czuwaj” wydawana już od 1916 r. (Bauchrowicz-Tocka, 2015, s. 171). Omawiany w tej części tytuł powstał we wrześniu 1990 r. jako organ prasowy Głównej Kwatery ZHP. Był wówczas dwutygodnikiem. Powstał w związku z przemianami mającymi miejsce na przełomie lat 80. i 90. XX wieku. W swojej pierwotnej wersji miał on wspierać mentalne i strukturalne zmiany w Związku Harcerstwa Polskiego. Relacjonował je, a także wspierał na swoich łamach powrót

organizacji do Światowej Organizacji Ruchu Skautowego (WOSM) oraz Światowego Stowarzyszenia Przewodniczek i Skautek (WAGGGS)<sup>1</sup>. Ważnym elementem było także informowanie o zmianach metodycznych w związku z wprowadzaniem czwartej grupy metodycznej (wędrownicwa). W 2000 r. „Czuwaj” stało się czasopismem samofinansującym ze środków zebranych z prenumerat. Gazeta zmieniła swój charakter informacyjny na przełomie lat 2004 i 2005. Było to pokłosie upowszechnienia się Internetu w strukturach ZHP. Obecnie magazyn jest miesięcznikiem dostępnym za darmo w formie pliku PDF, natomiast w formie papierowej w cenie 7 złotych („Czuwaj” 2/2021). Dystrybucja czasopisma odbywa się za pośrednictwem poczty. Każda z 17 chorągwi ZHP otrzymuje tyle papierowych egzemplarzy, ile posiada hufców oraz jeden na stan własny. Następnie przekazywane one są do komend jednostek podległych. „Czuwaj” posiada także kilkudziesięciu prenumeratorów indywidualnych. Zgodnie z deklaracją ze strony redaktora naczelnego, w związku z malejącą liczbą osób prenumerujących czasopismo, redakcja utrzymuje się z pieniędzy pozyskanych z reklam, dotacji Rządowego Programu Wsparcia Rozwoju Organizacji Harcerskich i Skautowych na lata 2018–2030 oraz 15 tysięcy złotych rocznie, które przekazuje Główna Kwatera ZHP na ten cel. Czasopismo tworzone jest w formule wolontariatu. Redaktor naczelny zajmuje się osobiście składem gazety. Redakcja „Czuwaj” posiada niezależną od domeny zhp.pl stronę internetową. Posiada także wysoką autonomię względem innych organów Związku.

W każdym numerze „Czuwaj” znajduje się główny temat, którego omówienie zajmuje zazwyczaj 6, 8 lub więcej stron. W jego ramach zamawiane są teksty od osób, które współpracują z redakcją. Redakcja publikuje teksty, które uważa za ciekawe dla swoich odbiorców. Na łamach czasopisma publikowane są również artykuły autorów współpracujących. Są to przede wszystkim osoby realizujące próby instruktorskie, które jako jedno z zadań mają właśnie opublikować materiał prasowy. Istnieją jed-

---

<sup>1</sup> Powrót ZHP do WOSM (*World Organization of the Scout Movement*) miał miejsce 17 stycznia 1996 r., a do WAGGGS (*World Association of Girl Guides and Girl Scouts*) 17 lipca tego samego roku. Są to międzynarodowe organizacje skautowe założone w latach 20. XX wieku przez gen. Roberta Baden-Powella. ZHP było jedną z organizacji-założycieli tychże stowarzyszeń. Po II wojnie światowej ZHP w związku ze zmianami ideologicznymi zaniechało kontaktów ze światowym skautingiem. Przynależność do WOSM i WAGGGS daje możliwość realizacji misji ZHP dzięki wsparciu w zakresie szkoleń, programów rozwoju, wymiany informacji i materiałów edukacyjnych ze światową rodziną skautową (*25 lat temu ZHP powrócił do WOSM*, 2021; *Dziś obchodzimy 25 rocznicę powrotu ZHP do WAGGGS...*, 2021).

nak także stałe rubryki. Regularnie do miesięcznika pisze troje autorów – hm. Lucyna Czechowska, hm. Adam Czetwertyński oraz hm Grzegorz Całek, który obecnie pełni funkcję redaktora naczelnego. Ich teksty publikowane są w ramach stałych rubryk „Okieł WIP”, a także „Pół wieku” (Całek, 2016, s. 3).

Analiza ilościowa treści miesięcznika „Czuwaj” przeprowadzona została na dwudziestu siedmiu numerach i skupiła się na 8 kategoriach. Każdy z artykułów opublikowanych na łamach czasopisma od początku 2019 r. przyporządkowany został jednej z tych tematyk.

Najczęściej występującą kategorią w kolejności były: felieton harcerski (87 pkt), Centralne wydarzenia harcerskie; sprawozdania (67 pkt), metodyka (62 pkt), władze naczelne (36 pkt), Historia (27 pkt), Społeczne poza harcerskie (27 pkt), Felieton inny (18 pkt) oraz wywiad (12 pkt). Z analizy tej wynika, że czasopismo w znacznej mierze zajmuje się komentowaniem bieżących wydarzeń i tworzeniem opinii. Zajmuje się także omawianiem najważniejszych z punktu widzenia redakcji wydarzeń najwyższego szczebla oraz informowaniem o zmianach, które zachodzą w linii programowej stowarzyszenia.

## **„Na Tropie”**

Ważnym medium komunikacji wewnętrznej jest nakierowany na młodzież w wieku 16–25 lat miesięcznik „Na Tropie”. Na jego łamach publikowane są felietony oraz artykuły skoncentrowane na aktualnych wydarzeniach dziejących się wewnątrz organizacji. U podstaw istnienia tego tytułu jest zainteresowanie oraz skłonienie do działań takie grupy członków, jak wędrownicy i instruktorzy. Są one bardzo ważne ze względów strategicznych ZHP, ponieważ zapewniają one potrzebną kadre i wolontariuszy do funkcjonowania Związku. Historia tytułu sięga 1928 r., kiedy to założone zostało przez Zarząd Oddziału Śląskiego Związku Harcerstwa Polskiego (Rosiejka, 2017). Od 1931 r. częstotliwość ukazywania się czasopisma zwiększyła się z miesiąca do dwóch tygodni. Wznowione po II wojnie światowej przez Harcerskie Biuro Wydawnicze przetrwało do 1949 r., kiedy to połączone zostało z innym tytułem prasowym – „Światem Przygód” – tworząc nowy format o nazwie „Świat Młodych”. Wyodrębniło się ponownie dopiero w latach 80. XX wieku i stało się częścią czasopisma „Drużyna” stając się jedną z jej mutacji. Od 1991 r. ukazywał się jako „Na Tropie”. W 1996 r. z miesięcznika stał się kwartal-

nikiem. Przetrwiał w takiej formie do 2001 r., kiedy to ukazał się ostatni papierowy numer czasopisma (Rosiejka, 2017).

Internetowy Magazyn Wędrowniczy „Na Tropie” powstał w 2002 r. z intencją stworzenia osobnego medium dla tworzącej się nowej grupy metodycznej (wędrownictwa) (ibidem). Instruktorzy działający w internetowej redakcji skupieni byli wokół Zespołu Wędrowniczego Wydziału Metodycznego GK ZHP.

Pierwszym redaktorem naczelnym nowego formatu czasopisma został hm. Ryszard Polaszewski, który był aktywistą wędrowniczym i miał wkład w tworzenie tej metodyki (ibidem). Podczas tworzenia się nowej redakcji zdecydowano, że czasopismo będzie publikowane w Internecie, ze względu na upowszechniającą się tę formę dystrybucji wśród grupy docelowej. Do przełomu 2013 i 2014 r. magazyn był tak wydawany co miesiąc w formie prenumeraty przesyłanej pocztą elektroniczną. Był to zazwyczaj plik PDF lub DOC, a także spakowana strona HTML.

Wraz z objęciem stanowiska redaktora naczelnego przez Filipa Springera w 2006 r. zmieniła się forma pracy redakcji. Utworzono działy tematyczne oraz wprowadzono system pracy redaktorów odpowiadający temu w profesjonalnych instytucjach. W tamtym czasie zaczęto publikować artykuły na stronie internetowej w koncepcji miesięcznej, tzn. jednorazowe wstawianie materiałów w ilości od 8 do 10. Od tej formy odstąpiono dopiero w 2014 r. Wtedy zdecydowano o tym, aby „Na Tropie” stało się wydawnictwem ciągłym.

Kiedy w 2017 r. redaktorem naczelnym został Radosław Rosiejka na stronie zaczęto publikować podsumowanie artykułów opublikowanych w minionym miesiącu. W ten sposób redakcja spełnia wymóg rejestracyjny czasopisma, będącego oficjalnie miesięcznikiem. Obecnie jest to portal, na którego łamach można znaleźć artykuły dotyczące nie tylko tematów harcerskich, ale także traktujące o podróżach, stylu życia, kulturze oraz problemach społecznych. Wydawcą czasopisma jest Główna Kwatera ZHP. Redakcja posiada też własną aplikację na telefony komórkowe. Władze czasopisma, analizując dane wejść na stronę z Google Analytics, postanowiły rozszerzyć model dystrybucji treści o osobną usługę.

„Na Tropie” współcześnie klasyfikować można jako wydawnictwo ciągłe. Redaktorzy jednak co miesiąc publikują zestawienie wszystkich artykułów. Związane to jest z zachowaniem statusu redakcji przez deklarowaną periodyczność wydawnictwa w odstępie miesięcznym. W analizie zastosowano podział na miesiące proponowany przez redakcję internetowego magazynu. W klasyfikacji poszczególnych arty-



kułów zastosowano kategorie przystosowane do tematyki poruszanej na łamach portalu.

W przedziale czasowym styczeń 2019–maj 2021 otrzymano następujące wyniki ilościowej obecności tematów: Felieton harcerski (38 pkt), Felieton inny (35 pkt), Tematyka społeczna (30 pkt), Metodyka (19 pkt), Poradnik (19 pkt), Informacje z ZHP (16 pkt), Wywiad (15 pkt), Inicjatywy drużyn (9 pkt), Wydarzenia ogólnozwiązkowe (8 pkt) oraz Wydarzenia lokalne (8 pkt). Wyniki ukazują, że w bardzo dużej części treści na portalu „Na Tropie” są opiniotwórcze i ze swojej natury mogą wpływać na kształtowanie poglądów co do społeczeństwa i funkcjonowania w nim zgodnie z zasadami harcerskimi w grupie odbiorców, jaką jest młodzież w wieku 16–21 lat (por. Uchwała nr 83/XXXVI Rady Naczelnej ZHP z dnia 5 października 2013 r. w sprawie systemu metodycznego ZHP). Następnie autorzy tekstów swoją uwagę skupiają na omawianiu pracy metodyką wędrowniczą oraz przedstawiając porady jak skutecznie ją realizować. Charakteryzuje się ona działaniami, które koncentrują się na znajdowaniu pola służby oraz realizowaniem wyczynu. Ten z kolei powinien być ambitny (fizycznie lub intelektualnie) i znajdować się na krawędzi możliwości. Zadania prowadzone w tego typu drużynach prowadzone są indywidualnie lub zespołowo (*Wędrowniczki i wędrownicy: zarys metodyki*, 2003, s. 4–5).

### **„Z Perspektywy”**

Instrumentem Związku Harcerstwa Polskiego mającym na celu pobudzenie do kreatywności instruktorów pracujących z młodzieżą szkolną jest czasopismo „Z Perspektywy. Harcerski Punkt Widzenia”. W szczególności adresowane jest do drużynowych oraz przybocznych. Wydawane jest od grudnia 2015 r. jako kwartalnik. Inicjatorką założenia takiego typu czasopisma była ówczesna rzeczniczka prasowa Związku Harcerstwa Polskiego hm. Monika Kubacka. Jego numery ukazywały się cyklicznie aż do września 2017 r., kiedy to redakcja zaprzestała swojej działalności. Zaprzestanie działalności redakcji było spowodowane wielością obowiązków rzeczniczki prasowej ZHP w tamtym czasie. Czasopismo wznowiono w lipcu 2019 r. i od tamtej pory ukazuje się regularnie („Z Perspektywy. Harcerski Punkt Widzenia”, 2020). Jego redaktorem naczelnym jest pracowniczka Wydziału Komunikacji i Promocji Marta Jeżak, w której kompetencjach jest jego prowadzenie. Wydział jest bezpośrednio odpowiedzialny za redakcję i sprawuje nad nią nadzór.

Magazyn publikowany jest w Internecie w formacie PDF. Głównym serwisem, w którym zamieszczane są kolejne numery tytułu jest strona „Centralny Bank Pomysłów ZHP” oraz [isuu.com](http://isuu.com) (ibidem). Jest ona bazą danych, w której upowszechniane są inspiracje i gotowe konspekty zajęć do prowadzenia podczas zbiórek harcerskich. W tym przypadku „Z Perspektywy” wpisuje się tematycznie w profil portalu. Celem czasopisma jest opisanie perspektyw z punktu widzenia programu oraz indywidualnego rozwoju drużynowego. Treści zamieszczane na jego łamach mają być użyteczne dla drużynowych i dla nich rozwijające. Z założenia mogą je wykorzystać zarówno w pracy z drużyną, jak i do samorozwoju. Tematy artykułów zależą od numeru i co kwartał wprowadzana jest główna tematyka. Autorzy publikujący w „Z Perspektywy” działają w formie wolontariatu. Czasopismo wydawane było w formie papierowej od czasu kiedy Marta Jeżak została redaktor naczelną, ale od początku pandemii COVID-19 ukazuje się wyłącznie w formie elektronicznej. Jego dystrybucja odbywała się podobnie do miesięcznika „Czuwaj”. Grupą docelową „Z Perspektywy” jest kadra pracująca z dziećmi i młodzieżą we wszystkich metodykach. Składem gazety zajmuje się grafik ZHP lub inny wolontariusz zaangażowany w promocję organizacji.

Analiza zawartości czasopisma została przeprowadzona od wydania lipcowego z 2019 r., ze względu na to, że od tamtej pory ukazuje się on cyklicznie po przerwie z 2017 r. Badaniu podlegało 7 wydań, które odpowiadają działalności obecnej redaktor naczelnej po reaktywacji kwartalnika.

W wyniku przeprowadzonego badania określono najczęściej pojawiającą się tematykę w czasopiśmie. W kolejności od najczęściej poruszanej są to: Poradniki/Program zbiórek (22 pkt), Rozwój/Samorozwój (15 pkt), Informacje z ZHP (15 pkt), Tematyka społeczna (9 pkt), Kulinaria (6 pkt), Wywiad (1 pkt). Najwięcej treści w kwartalniku „Z Perspektywy” poświęconych jest inspiracjom dotyczącym prowadzenia zbiórek harcerskich. Czyni to z niego periodyk skupiający się na tworzeniu treści mających za zadanie pobudzić kadrę harcerską do pracy z dziećmi i młodzieżą. W drugiej kolejności artykuły dotyczyły szeroko pojętego rozwoju osobistego, a także bieżących informacji z życia organizacji.

## **„Zuchowe Wieści”**

Kierowanym czasopismem dla kadry i instruktorów pracujących z zuchami (dzieci w wieku 6–10 lat) są „Zuchowe Wieści”. Podobnie jak „Z Per-

spektywy” magazyn ukazuje się w odstępach kwartalnych z podziałem na pory roku. Jego historia sięga 1957 r., kiedy to był częścią „Motywów”. Publikowany był w formie wkładki tematycznej dla instruktorów działających w metodyce wychowej. Od 1969 r. magazyn zmienił nazwę na „Drużyna”, a wraz z nią pojawiła się nowa koncepcja wydawnicza. Przyjęto model wydawnictwa w trzech mutacjach ukazujących się jedna po drugiej w odstępach tygodniowych, tak aby każda pojawiła się raz w miesiącu (Fiedkiewicz, 1988, s. 75).

Magazyn powrócił w nowej odsłonie wiosną 2017 r. z inicjatywy ówczesnej szefowej Zespołu Wychowego Wydziału Wsparcia Metodycznego hm. Magdaleny Turbasy. Zajęła ona również wtedy stanowisko redaktora naczelnego. Swoją tematyką czasopismo ma pobudzać zuchmistrzów do pracy z najmłodszą grupą w Związku Harcerstwa Polskiego, dając przydatne rady od innych instruktorów, którzy posiadają duży dorobek wychowawczy. Wydawcą czasopisma jest Główna Kwatera ZHP. Redakcja podlega bezpośrednio Zespołowi Wychowemu Głównej Kwatery ZHP oraz jej szefowej. Jednak istnieje nieformalna współpraca z Wydziałem Komunikacji i Promocji. Redakcja nie jest zarejestrowana w sądzie, a gazeta nie posiada numeru ISSN. „Zuchowe Wieści” dystrybuowane są za pośrednictwem platformy isuu.com. Zgodnie z jej statystykami każde wydanie czyta ok. 1500 osób.

Magazyn zawiera również szereg innych potrzebnych treści z punktu widzenia kadry wychowej. Każdy numer zawiera także praktyczne wskazówki co do prowadzenia gromady pod względem teoretycznym. Są to m.in. kwestie związane z organizacją kolonii wychowej („Zuchowe Wieści” wiosna 2019), czy też wyjaśnienie reformy instrumentów metodycznych („Zuchowe Wieści” jesień 2019). Na łamach „Zuchowych Wieści” ukazują się także rubryki poświęcone przeprowadzaniu prób sprawności grupowych.

Klasyfikacja tematyczna poszczególnych artykułów czasopisma „Zuchowe Wieści” odbyła się w 8 kategoriach. Badanie treści prasy rozpoczęło się, podobnie jak miało to miejsce w innych przypadkach, na numerze z początku 2019 r. – przy kwartalniku „Zuchowe Wieści” był to numer „Zima 2019”.

Po przeprowadzeniu badania ilościowego treści 10 kolejnych wydań udało się nakreślić przeważającą tematykę w magazynie „Zuchowe Wieści”. Wyniki prezentują się następująco od najczęściej poruszanej tematyki: felieton harcerski (31 pkt), inspiracje (29 pkt), instruktorska praktyka (26 pkt), pomysły i poradniki (22 pkt), informacje z ZHP (22 pkt), praca

z dziećmi/program (19 pkt), zuchmistrz numeru (10 pkt), felieton inny (3 pkt). Można z tego wywnioskować, że „Zuchowe Wieści” są kwartalnikiem, który skupia się w głównej mierze na kształceniu kadry zuchowej i tworzeniu miejsca wymiany myśli między instruktorami. Trzy najbardziej przeważające kategorie ukazują edukacyjny charakter gazety jako tworzonej specjalnie do zwiększania kreatywności osób pracujących z najmłodszą grupą członkowską w Związku Harcerstwa Polskiego.

## Podsumowanie

Internet we współczesnej komunikacji stał się codziennością. Wiele gazet i czasopism musiało przenieść się właśnie tam, aby spełniać swoją funkcję informacyjną. Na przykładzie Związku Harcerstwa Polskiego można zauważyć stopniowy zanik prasy tradycyjnej, która zaczęła ustępować miejsca nowym mediom. Jednak do czasów współczesnych w strukturze organizacji pozostały cztery tytuły prasowe. Po zmianach ustrojowych w 1989 r. zarówno w ustroju Rzeczypospolitej Polskiej, jak i samego Związku Harcerstwa Polskiego prasa harcerska przeszła ogromną zmianę z nakierowanej na masowego odbiorcę i o szerokiej tematyce w *stricte* informatory związkowe. Dopiero później doszło do kolejnej reformy profilu wydawniczego. Większość obecnych mediów prowadzonych na najwyższych szczeblach organizacji działa w formie wolontariatu.

Harcerska działalność wydawnicza jest zdaniem autora obecnie nakierowana na publicystykę, a nie informację. Dzięki przeprowadzonej analizie ilościowej można stwierdzić, że obecne cztery magazyny Związku Harcerstwa Polskiego wpisują się w dwa nurty komunikacyjne – opiniotwórczy oraz inspirujący. Zauważyć należy, że zgodnie z linią programową wszystkie tytuły kierowane są wyłącznie do członków organizacji. Tak więc współczesny profil wydawniczy periodyków ZHP nakierowany jest wyłącznie na komunikację wewnętrzną. Można więc spostrzec, że miesięcznik „Czuwaj” oraz portal „Na Tropie” są w głównej mierze nastawione na tworzenie światopoglądu, a tym samym zaliczyć je należy do magazynów opiniotwórczych. W przypadku tego pierwszego są to kwestie związane z polityką władz centralnych Związku Harcerstwa Polskiego, zmianami metodycznymi oraz komentarzami i rozważaniami dotyczącymi przyszłości organizacji. Ze względu na swój zakres tematyczny i profil redakcyjny czasopismo nastawione jest na bardziej dojrzałego odbiorcę z już sprecyzowanym poglądem na działalność ZHP.

W przypadku „Na Tropie” grupa docelowa jest młodsza, a co za tym idzie, treści kształtujące poglądy mają zupełnie inny wymiar. Dotyczą one odnalezienia siebie w społeczeństwie oraz wskazania zasad wprowadzania metodyki wędrowniczej w życie. Treści te wpisują się w ogólnie przyjęte zasady pracy wędrowniczej, których filarami są praca nad sobą, rozumiana jako samorozwój duchowy, intelektualny i fizyczny, a także kształtowanie systemu własnych wartości, przygotowanie do pełnienia roli w społeczeństwie jako jego dorosły członek oraz służby wprowadzającej do podejmowania bezinteresownych aktywności w duchu odpowiedzialności za powierzony wycinek rzeczywistości (*Wędrowniczki i wędrownicy: zarys metodyki*, 2003, s. 4–5).

Osobną kategorię klasyfikacyjną stanowią kwartalniki „Z Perspektywy” oraz „Zuchowe Wieści”. W ich przypadku mamy do czynienia z przeważającą liczbą artykułów dotyczących pracy w drużynie. Są to przede wszystkim teksty będące inspiracjami do twórczego przeprowadzania zajęć z dziećmi. W zawartości „Z Perspektywy” możemy doszukać się bardzo dużej ilości poradników dotyczących nie tylko zbiórek, ale także tekstów o charakterze rozwojowym, tzn. takich, z których informacje mogą posłużyć do poznawania siebie, a także zmiany, realizacji swojej osoby i rozwijania swoich umiejętności. Te kwestie są również rozwijane poprzez zastosowanie tych metod w pracy drużynowej. Gdy spojrzymy na „Zuchowe Wieści” dostrzeżemy, że znaczną część swoich artykułów poświęcają na edukowanie instruktorów w tematyce pracy pedagogicznej. W magazynie wypowiadają się doświadczeni zuchmistrzowie, którzy przekazują potrzebne wskazówki młodym czytelnikom w kwestiach pracy z najmłodszą grupą wiekową w Związku Harcerstwa Polskiego. Należy również zauważyć, że w drugiej kolejności treści kwartalnika dotyczą sposobów przeprowadzania zbiórek, a więc zawierają poradniki i inspiracje.

Wygląd obecnych mediów Związku Harcerstwa Polskiego jest zdeterminowany historią, jaką przeszły od początku XX wieku. Podwaliny istnienia redakcji skautowych dały początek różnego rodzaju tytułom, które w mniejszym lub większym stopniu przetrwały próbę czasu. Treści, które zamieszczane są obecnie w gazetach harcerskich, są odpowiedzią na proces przenoszenia wielu dziedzin życia do Internetu. Nie dziwi więc, że jedynym wydawanym na papierze czasopismem jest miesięcznik „Czuwaj”, który zgodnie z linią programową redakcji, ma pełnić również rolę fizycznego archiwum treści w opozycji do znikających z sieci informacji. Media te nie skupiają się więc na informowaniu o bieżących inicjaty-

wach, ale są raczej mediami omawiającymi i komentującymi problemy oraz wydarzenia zaistniałe w organizacji. Stanowią też bazę wydawanych periodycznie inspiracji do pracy w drużynie i są miejscem wymiany poglądów dotyczących teje działalności.

Współczesna prasa harcerska zdaniem autora jest rzeczywistością przechodzącą w sferę wirtualną. Mimo prób przeciwdziałania temu procesowi pandemia SARS-CoV-2 spowodowała wstrzymanie wydawania papierowego kwartalnika „Z Perspektywy”. Wszystkie czasopisma przechodząc do Internetu z czasem nabiorą charakteru portali internetowych, w których treści agregowane są w sposób charakterystyczny dla stron internetowych, a nie gazet. Tak więc diagnozując rolę prasy harcerskiej we współczesnej komunikacji Związku Harcerstwa Polskiego należy zwrócić uwagę na trzy kwestie: opiniotwórczość, pobudzanie kreatywności oraz funkcję archiwizującą. Te trzy kluczowe elementy stanowią o istocie komunikacji wewnętrznej organizacji.

## Bibliografia

- 25 lat temu ZHP powrócił do WOSM (2021), <https://zhp.pl/2017/25-lecie-powrotu-zhp-do-wosm>, 23.06.2023.
- Bauchrowicz-Trocka M. (2015), *Wydawcy i redaktorzy gazet i czasopism międzywojennej Łomży*, „Bibliotekarz Podlaski: Białystok, Łomża, Suwałki”, nr 2, s. 171–186.
- Ciborska E. (2000), *Leksykon polskiego dziennikarstwa*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa.
- Dziś obchodzimy 25 rocznicę powrotu ZHP do WAGGGS (2021), <https://www.facebook.com/ZHPpl/photos/a.10150205001264466/10161526476789466/?type=3>, 23.06.2023.
- Fietkiewicz O. (1988), *Leksykon harcerstwa*, Młodzieżowa Agencja Wydawnicza, Warszawa.
- Głowacka-Sobiech E. (2010), *Prasa harcerska jako źródło w warsztacie badawczym historia edukacji (wybrane problemy)*, w: *Czasopiśmiennictwo okresu Drugiej Rzeczypospolitej jako źródło do historii edukacji*, pod red. I. Michalskiej, G. Michalskiego, Łódź.
- Jarowiecki J. (2015), *Prasa harcerska w Polsce w latach 1911–1939 (szkie przeglądowy)*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, t. XVIII, z. 1(37), s. 5–40.
- Laskowska J. (2013), *Czytelnictwo młodzieży w dobie informacji cyfrowej*, w: *Bibliotekarze i czytelnicy w dobie nowych technologii i koncepcji organizacyjnych bibliotek*, red. M. Wojciechowska, Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej, Gdańsk.

- O lepsze harcerstwo. Felietony z miesięcznika „Czuwaj” 2014–2016*, (2016), red. G. Catek, Warszawska Fundacja Skautowa, Warszawa.
- Pisarek W. (1983), *Analiza zawartości prasy*, Kraków.
- Rosiejka R. (2017), *Na Tropie bez i z internetem*, <https://natropie.zhp.pl/index.php/na-tropie-bez-i-z-internetem/>, 11.05.2021.
- Statut Związku Harcerstwa Polskiego.
- Uchwała nr 83/XXXVI Rady Naczelnej ZHP z dnia 5 października 2013 r. w sprawie systemu metodycznego ZHP.
- Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe, Dz. U. 2018, poz. 1914.
- Wędrowniczki i wędrownicy: zarys metodyki* (2003), Główna Kwatera Związku Harcerstwa Polskiego, Harcerskie Biuro Wydawnicze „Horyzonty”, ISBN 83-89037-51-3.
- Z perspektywy. Harcerski punkt widzenia. #11* (2020), <https://cbp.zhp.pl/tag/z-perspektywy/>, 20.05.2021.
- ZHP w liczbach* (2022), <https://hib.zhp.pl/zhp-w-liczbach/>, 23.06.2023.
- zhp.pl – Harcerskie magazyny i czasopisma*, <https://zhp.pl/harcerskie-magazyny-i-czasopisma/>, 23.06.2023.
- zhp.pl – Misja ZHP*, <https://zhp.pl/odkryj/misja-zhp>, 23.06.2023.
- „Zuchowe Wieści”, lato 2020, [https://cbp.zhp.pl/poradniki/zuchowe-wiesci-lato-2020/?fbclid=IwAR1FWGrEcRYcWEfhrE8qyL2vf\\_wlVz2yyTiWyqvm-S1m3GCh132xPGZAG1wY](https://cbp.zhp.pl/poradniki/zuchowe-wiesci-lato-2020/?fbclid=IwAR1FWGrEcRYcWEfhrE8qyL2vf_wlVz2yyTiWyqvm-S1m3GCh132xPGZAG1wY), 20.05.2021.
- „Zuchowe Wieści”, zima 2020/2021, [https://issuu.com/zuchyzhp/docs/zuchowe\\_wiesci\\_zima-2021\\_\\_?fbclid=IwAR3m-IOGBTbk31JdFVjLqWk9JaU2gqHblSxirbMXTwRdE7-iZR4D2tSrUMI](https://issuu.com/zuchyzhp/docs/zuchowe_wiesci_zima-2021__?fbclid=IwAR3m-IOGBTbk31JdFVjLqWk9JaU2gqHblSxirbMXTwRdE7-iZR4D2tSrUMI), 20.05.2021.

---

## **The role of the scout press in modern communication of the Polish Scouting and Guiding Association**

### **Summary**

The work in its main assumption examines the modern role played by the four main press titles belonging to the Polish Scouting and Guiding Association. The publication characterizes the most important existing publications of the organisation, distinguishing between their declared topics and the real editorial profile. The work also includes an overview of the editorial system of the titles. In the course of considerations and research conducted on currently published magazines, the role of the scout press in the modern communication of the Polish Scouting and Guiding Association was determined.

**Key words:** scouting, Polish Scouting and Guiding Association, press, media, communication

## **Informacja o autorze**

**Adrian Wojtasz** [wojtasz.adrian@gmail.com] – absolwent studiów magisterskich na kierunku nowe media w komunikacji oraz dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Swoje zainteresowania badawcze koncentruje wokół systemów prasowych oraz ich powiązań z organizacjami medialnymi. Instruktor Związku Harcerstwa Polskiego w stopniu przewodnika.