

Światowe Dni Młodzieży 2016

jako fenomen społeczny,
kulturowy i religijny

Światowe Dni Młodzieży 2016

jako fenomen społeczny,
kulturowy i religijny

Copyright © by Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Małopolski

Korekta: Marta Kołpanowicz

Recenzenci publikacji:

prof. dr hab. Grażyna Praweńska-Skrzypek

prof. dr hab. Bogusław Nierenberg

Projekt i skład: Paweł Krzywdziak

Kraków 2016

Światowe Dni Młodzieży 2016

jako fenomen społeczny,
kulturowy i religijny

Raport podsumowujący projekt badawczy „Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny”, realizowany przez Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Małopolski, we współpracy z Instytutem Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego i Instytutem Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego, dofinansowany przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu Obserwatorium kultury.

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

ISBN: 978-83-65644-20-6

Redakcja: Ewa Bogacz-Wojtanowska, Łukasz Gaweł, Anna Góral

7	Anna Góral Wprowadzenie
11	Ewa Bogacz-Wojtanowska Metodologia badań w projekcie Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny
25	Weronika Pokojńska, Agnieszka Pudełko Światowe Dni Młodzieży w liczbach. Podsumowanie
45	Anna Góral Organizacja Światowych Dni Młodzieży 2016
73	Anna Góral, Łukasz Gawęł Światowe Dni Młodzieży jako fenomen turystyczny
101	Weronika Pokojńska Analiza oferty kulturalnej i turystycznej
119	Agnieszka Pudełko Wykorzystanie wydarzeń kulturalnych w kreowaniu wizerunku miasta, regionu i państwa podczas Światowych Dni Młodzieży
137	Ewa Bogacz-Wojtanowska, Sylwia Wrona Światowe Dni Młodzieży jako fenomen społeczny. Spotkanie pielgrzymów i gospodarzy
195	Agnieszka Całek Kwerenda i kodowanie materiału: dr Anna Góral, mgr Weronika Pokojńska, mgr Agnieszka Pudełko Fenomen Światowych Dni Młodzieży w Krakowie na łamach polskiej prasy
233	Weronika Pokojńska, Agnieszka Pudełko Światowe Dni Młodzieży w mediach społecznościowych
251	Łukasz Gawęł Możliwości wykorzystania potencjału ŚDM do rozwoju turystyki pielgrzymkowej w Krakowie i w Polsce. Rekomendacje
257	Bibliografia

Wprowadzenie

Prezentowana monografia jest efektem projektu badawczego *Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny*, współfinansowanego ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu *Obserwatorium Kultury 2016*.

Przesłanką do podjęcia badań tego fenomenu było przekonanie, że Światowe Dni Młodzieży od początku swojego funkcjonowania były postrzegane przez badaczy nie tylko jako wydarzenie o charakterze *stricto* religijnym, ale przede wszystkim kulturowym. Nie chodziło wyłącznie o oczywiste zaliczenie sfery religii do kultury, ale również o fakt, że uczestnicy ŚDM wykazują nie tylko religijne motywacje udziału w kolejnych edycjach spotkań. Równolegle z motywacją podstawową występuje zainteresowanie odległymi w przypadku wielu uczestników krajami (kontynentami), ich kulturą, dziedzictwem oraz uwarunkowaniami społecznymi. Uczestnicy ŚDM wchodzi w bezpośrednie interakcje w ramach wszystkich wymienionych wyżej obszarów, stając się nie tylko biernymi obserwatorami miejsca, ale również w istotny sposób wpływając na jego środowisko społeczne. Tym sposobem dochodzi do wymiany kulturowej, której uczestnicy wzbogacają miejsce odwiedzin, jednocześnie będąc wzbogacanymi przez kulturę docelowej destynacji. Dotychczas nikt nie zbadał tych zależności w wymiarze oddziaływania kulturowego i społecznego, kształtowania postaw obywatelskich czy mimowolnie występującej otwartości na „obcych”.

Badacze zaangażowani w opisany projekt zjawisko Światowych Dni Młodzieży osadzili na tle głównego obecnie nurtu w rozwoju turystyki światowej – turystyki kulturowej, postrzeganej jako „zderzenie kultur”. Uznano to zagadnienie za szczególnie interesujące w perspektywie Polski, kraju odkrywanego przez obcokrajowców na nowo, do czego w dużej mierze przyczyniło się przystąpienie naszego kraju do Unii Europejskiej i strefy Schengen. Badanie, którego efektem jest prezentowana monografia, miało w swoich założeniach ukazać, jakie są główne potrzeby, aspiracje i oczekiwania odwiedzających, ale i odwiedzanych, aby w ten sposób określić swoje obszary krytyczne, a przez to stworzyć rekomendacje w kontekście rozwoju projektów z zakresu turystyki kulturowej w Polsce.

Publikacja składa się z 10 opracowań. Pierwsze z nich umożliwi czytelnikowi poznanie założeń metodologicznych, jakie stanowiły podstawę do podjęcia prezentowanych w monografii badań. Zaprezentowane w nich zostały cele, metody badań oraz paradygmat badawczy, w jakim badania zostały osadzone. W kolejnych dwóch tekstach zaprezentowane zostały Światowe Dni Młodzieży 2016. Starano się w nich ukazać specyfikę wydarzenia, zarówno pokazując jego skalę (*Światowe Dni Młodzieży w liczbach. Podsumowanie*), jak i specyfikę organizacyjną (*Organizacja Światowych Dni Młodzieży 2016*).

Kolejne trzy rozdziały poruszają problematykę Światowych Dni Młodzieży w kontekście ich potencjału turystycznego. W oparciu o wyniki prowadzonych badań opisany został fenomen turystyczny Światowych Dni Młodzieży 2016, a także szczegółowej analizie poddano dostępną dla uczestników ŚDM ofertę turystyczną i kulturalną oraz sposoby, w jakie starano się wykorzystać tę ofertę do kreowania wizerunku Krakowa, Małopolski i Polski podczas Światowych Dni Młodzieży.

W rozdziale pt. *Światowe Dni Młodzieży jako fenomen społeczny. Spotkanie pielgrzymów i gospodarzy* skupiono się na fenomenie spotkania. Przyjrano się zarówno motywacjom przyświecającym pielgrzymom uczestniczącym w ŚDM, jak i gospodarzy goszczących ich w swoich domach. Przedmiotem analizy były również sposoby uczestnictwa w Światowych Dni Młodzieży oraz wrażenia i wzajemnie opinie pielgrzymów o Polakach i Polaków o pielgrzymach.

Ostatnie dwa teksty poświęcono recepcji medialnej Światowych Dni Młodzieży. Zaprezentowano analizę treści polskiej prasy świeckiej w najbardziej gorącym okresie przygotowań do ŚDM, podczas jego trwania, a także po zakończeniu. Dodatkowo, w rozdziale pt. *Światowe Dni Młodzieży w mediach społecznościowych* przyjrano się obecności ŚDM na najpopularniejszych portalach społecznościowych.

Publikację kończy opracowanie, będące zestawieniem rekomendacji związanych z możliwościami wykorzystania potencjału ŚDM do rozwoju turystyki pielgrzymkowej w Krakowie i w Polsce.

Zapraszamy do lektury!

Metodologia badań w projekcie *Światowe Dni Młodzieży 2016* *jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny*

1. Kontekst teoretyczny i empiryczny

Niniejsza część opracowania jest dokumentem opisującym całość metodologii badań realizowanych w ramach projektu Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny. Projekt jest realizowany ze środków pozostających w dyspozycji ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego 2016, w ramach programu *Obserwatorium Kultury*, w ramach zadania *Ewaluacja projektów kulturalnych realizowanych w Polsce o znaczeniu międzynarodowym*.

Przed przystąpieniem do tworzenia założeń badawczych i kluczowych celów niniejszych badań, zarówno w trakcie przygotowania projektu, jak i pierwszych miesięcy jego realizacji, dokonano analizy literatury przedmiotu i przygotowano notatki zawierające omówienie istniejącej wiedzy, diagnozę sytuacji w zakresie organizacji Światowych Dni Młodzieży (ŚDM) na świecie oraz przykładów interesujących badań w tym obszarze w innych krajach.

Na podstawie analizy dostępnych badań i literatury przedmiotu opracowano kluczowe wnioski dla stworzenia głównych celów i pytań badawczych. Przede wszystkim zwrócono uwagę na następujące kwestie:

- ŚDM to fenomen chrześcijańskiej młodzieży, która w określonych interwałach (3–4 lata) gromadzi się na spotkaniach w różnych miejscach na świecie. Spotkania mają charakter modlitewny, ale także prezentacji własnej kultury (przyjmujący-gospodarze) oraz przyjęcia innej (pielgrzymi-przybywający).
- ŚDM przez ostatnie 20 lat stały się wyróżniającym społecznym fenomenem, w szczególności dlatego, że są powodem spotkania najliczniejszej grupy młodych ludzi na świecie, głównie o motywacjach religijnych i pielgrzymkowych.

- ŚDM od początku swojego funkcjonowania są postrzegane przez badaczy nie tylko jako wydarzenie o charakterze *stricte* religijnym, ale przede wszystkim kulturowym i społecznym (nie ma jednak zbyt wielu badań tego fenomenu). Uczestnicy ŚDM wykazują nie tylko religijne motywacje udziału w kolejnych edycjach spotkań. Równolegle występuje zainteresowanie odległymi w przypadku wielu uczestników krajami (kontynentami), ich kulturą, jak również chęć spotkania z innymi kulturami.
- Uczestnicy ŚDM wchodzą w bezpośrednie interakcje ze sobą, stając się nie tylko biernymi obserwatorami miejsca, ale również w istotny sposób wpływając na jego środowisko społeczne. Tym sposobem dochodzi do wymiany kulturowej, której uczestnicy wzbogacają miejsce odwiedzin, jednocześnie będąc wzbogacanymi przez kulturę docelowej destynacji.
- Dotychczas nikt nie zbadał tych zależności w wymiarze oddziaływania kulturowego i społecznego, kształtowania postaw obywatelskich czy mimowolnie występującej otwartości na „obcych”. Zjawisko to należy postrzegać na tle głównego obecnie nurtu w rozwoju turystyki światowej, a więc turystyki kulturowej, postrzeganej jako „zderzenie kultur”. Jest to zagadnienie szczególnie interesujące w perspektywie Polski, kraju odkrywanych przez obcokrajowców na nowo. Ta ponowna eksploracja niesie ze sobą też zagrożenia dla kultury miejsca – pauperyzację kulturową, mcdonaldyzację produktów, przyczyniając się niejednokrotnie do spłaszczenia, zatracania autentycznych cech kulturowych regionów i miejsc.

W opracowaniu zawarto uszczegółowienie celów badawczych projektu, wynikające z analizy literatury przedmiotu. W sposób gruntowny omówiono także podejście badawcze w projekcie, czyli pluralizm metodologiczny, nazywany także mieszaną metodologią. Wskazano również metody badawcze i doprecyzowano, które z nich będą realizować określone cele badań. Szczegółowo opisano także poszczególne metody, wskazując na ich cechy oraz pewne ograniczenia, wyjaśniające w efekcie konieczność triangulacji. Zaprezentowano także dobór próby w poszczególnych etapach badań, jak również sposób opracowania danych. Tę część opracowania zamyka opis faktycznej realizacji badań.

2. Cel i podmiot badań

Celem głównym badań jest charakterystyka i ocena fenomenu społecznego, kulturowego, religijnego i organizacyjnego, jakim są Światowe Dni Młodzieży, jak również ocena jego wpływu na rozwój turystyki kulturowej (w tym pielgrzymkowej) w Polsce.

Na cele szczegółowe badań w projekcie składają się:

- charakterystyka uczestników ŚDM jako uczestników turystyki kulturowej w Polsce;
- charakterystyka i ocena działań instytucji w obszarze organizacji ŚDM i wykorzystania potencjału imprezy do budowania turystyki kulturowej w Polsce;
- przygotowanie do ŚDM – w sferze organizacyjnej, instytucjonalnej i społecznej;
- korzyści społeczne, ekonomiczne i kulturowe z organizacji ŚDM;
- debata, dyskurs medialny i społecznościowy na temat ŚDM;
- identyfikacja priorytetowych kierunków turystyki kulturowej w Polsce;
- ocena wpływu imprez masowych (jaką jest ŚDM) na rozwój turystyki kulturowej w Polsce;
- charakterystyka i ocena dostępnej oferty z zakresu turystyki kulturowej w Krakowie i Małopolsce;
- ocena potencjału turystyki pielgrzymkowej w kontekście strategii rozwoju regionu.

Założono, że podmiotami badań w ramach projektu są:

- organizator Światowych Dni Młodzieży i prowadzone przez niego statystyki/dane na temat uczestników i przyjmujących w Polsce pielgrzymów;
- przyjmujący – gospodarze (osoby indywidualne i rodziny w Polsce, które będą przyjmować i przyjąć pielgrzymów);
- pielgrzymi – czyli uczestnicy ŚDM;
- organizacje/instytucje wspierające organizację ŚDM (m.in. urzędy miast i gmin, instytucje publiczne, w tym instytucje kultury, organizacje pozarządowe, organizacje katolickie);
- przedsiębiorstwa obsługujące ŚDM (hotele, restauracje, sklepy).

Prezentowane badanie miało wymiar wielowątkowy, obejmując swoim zasięgiem zarówno przybywających na Światowe Dni Młodzieży pielgrzymów, przyjmujących ich gospodarzy, obsługujących sektor usługowy (m.in. transport, gastronomia, hotelarstwo), organizatorów wydarzenia, jak i podmioty kulturalne działające w miejscu pobytu gości. Wyniki badań zostały opracowane zarówno w sposób jakościowy, jak i ilościowy.

3. Podejście badawcze i obszar badań

Zbieranie danych dotyczących organizacji i realizacji ŚDM w Polsce wymagało, ze względu na złożoność problematyki, zastosowania określonej strategii badawczej czy inaczej – odpowiedniego podejścia paradygmatycznego. Zastosowano tutaj mechanizm, który nazwano pluralizmem metodologicznym (zamiennie: badania mieszane). Stąd podstawowe założenie metodyczne w badaniu fenomenu ŚDM wynika ze stosowania różnych koncepcji, podejść i metod badawczych. Wielowątkowość wskazanego problemu badawczego, konieczność spojrzenia na zjawisko ŚDM zarówno od strony religijnej, organizacyjnej, jak i społecznej i kulturowej, ale także ekonomicznej i turystycznej uprawnia do zastosowania wielu różnych sposobów widzenia tego fenomenu społecznego.

Badania mieszane, czyli uwzględniające podejścia jakościowe i ilościowe, nie są nowością w badaniach społecznych. Do lat 30. ubiegłego wieku w naukach społecznych podejścia jakościowe i ilościowe były traktowane równoprawnie, często nawet przez tych samych badaczy¹. Od lat 30. XX w., wraz z rozwojem metod statystycznych i filozofii pozytywistycznej, kluczowe stały się metody ilościowe, a wśród nich badania ankietowe wśród socjologów, zaś eksperyment wśród psychologów. Metody jakościowe uznawano jako nienaukowe – dominująca stała się bowiem pozytywistyczna koncepcja metody naukowej, oparta na naukach przyrodniczych.

Od lat 70. ubiegłego wieku podejście jakościowe w naukach społecznych zaczyna odgrywać coraz większą rolę w badaniach empirycznych. Co charakterystyczne, wśród badaczy nie ma zgody, co do tego, czy można te dwa podejścia stosować razem, czy są one wyłączające. Zdaniem niektórych metody jakościowe można stosować jako uzupełnienie badań ilościowych, czy odwrotnie. Według innych zaś, należy dokonać wyboru pewnego podejścia, gdyż sposób postrzegania rzeczywistości, dochodzenia do teorii i rodzaj pozyskiwanych danych jest zupełnie różny, oparty na różnych paradygmatach.

W niniejszych badaniach, polegając na autorytecie P. Sztompki² i Ł. Sułkowskiego³, zdecydowano przyjąć perspektywę pluralistyczną. W związku z powyższym w ramach badania ŚDM wykorzystano tzw. metodologię mieszaną, czyli łączenie podejść i metod badawczych ilościowych i jakościowych.

Proponowany w niniejszym projekcie zestaw metod badawczych miał charakter komplementarny. Posłużenie się różnorodnymi (jakościowymi, ilościowymi) metodami badawczymi przyczyniło się do zebrania kompleksowych i wyczerpujących danych pozyskanych od szerokiego kręgu badanych i instytucji związanych z ŚDM. Pozwoliło również na uzyskanie efektu kumulowania się i wzajemnego uzupełniania danych pochodzących z różnych źródeł. Ten efekt kumulacji jest klasyczną triangulacją metod, która pozwala na głębsze i szersze poznanie przedmiotu badań i realizację celów badawczych.

W badaniu zastosowano następujące metody i techniki badawcze:

- analiza *desk research*, czyli analiza źródeł zastanych;
- pogłębione wywiady indywidualne;
- wywiady częściowo skategoryzowane (standaryzowane).

Opisano je szczegółowo dalej w opracowaniu, w tabeli 1 zaprezentowano natomiast powiązanie poszczególnych metod badawczych z celami badań.

1 P. Atkinson, M. Hammersley, *Metody badań terenowych*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2000, s. 13.

2 P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków 2012.

3 Ł. Sułkowski, *Epistemologia w naukach o zarządzaniu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.

Cel projektu	Metody badawcze
Charakterystyka uczestników ŚDM jako uczestników turystyki kulturowej w Polsce.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora; • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady z przyjmującymi pielgrzymów.
Charakterystyka i ocena działań instytucji w obszarze organizacji ŚDM i wykorzystania potencjału imprezy do budowania turystyki kulturowej w Polsce.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora i innych instytucji publicznych, analiza mediów (media społecznościowe, strony www); • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady z przyjmującymi pielgrzymów.
Przygotowanie do ŚDM – w sferze organizacyjnej, instytucjonalnej i społecznej.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora i innych instytucji publicznych, analiza mediów (media społecznościowe, strony www); • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady z przyjmującymi pielgrzymów.
Korzyści społeczne, ekonomiczne i kulturowe z organizacji ŚDM.	• wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady z przyjmującymi pielgrzymów.
Deбата, dyskurs medialny i społecznościowy na temat ŚDM.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora i innych instytucji publicznych, analiza mediów (media społecznościowe, strony www).

Tab. 1. Zestawienie celów badawczych i proponowanych metod badań

Cel projektu	Metody badawcze
Identyfikacja priorytetowych kierunków turystyki kulturowej w Polsce.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora i innych instytucji publicznych; • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych.
Ocena wpływu imprez masowych (jaką jest ŚDM) na rozwój turystyki kulturowej w Polsce.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych, organizatora i innych instytucji publicznych; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM.
Charakterystyka i ocena dostępnej oferty z zakresu turystyki kulturowej w Krakowie i Małopolsce.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora i innych instytucji publicznych, analiza mediów (media społecznościowe, strony www); • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady z przyjmującymi pielgrzymów.
Ocena potencjału turystyki pielgrzymkowej w kontekście strategii rozwoju regionu.	• <i>desk research</i> – analiza dokumentów organizacyjnych organizatora i innych instytucji publicznych, analiza mediów (media społecznościowe, strony www); • wywiady pogłębione z uczestnikami ŚDM; • wywiady z przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji publicznych; • wywiady z przyjmującymi pielgrzymów.

Źródło: Opracowanie własne

Do każdej z wybranych metod badawczych zostały w ramach działania opracowane narzędzia badawcze:

- klucze kategoryzacyjne do badań typu *desk research* (stworzone do analizy danych i opracowania baz danych);
- schematy wywiadów indywidualnych – o różnym stopniu kategoryzacji (albo jakościowe, albo ilościowo-jakościowe).

W ramach projektu zaplanowano trzy fazy badań:

1. Badania realizowane przed Światowymi Dniami Młodzieży:

- analiza dostępnych danych statystycznych (dane organizatorów ŚDM – statystyki rejestracyjne);
- analiza dokumentów, procedur, projektów i działań instytucji publicznych i organizacji pozarządowych w obszarze ŚDM (założenia, elementy polityki miasta, województwa, dokumenty wewnętrzne organizatora);
- analiza zawartości krakowskich/ogólnopolskich dzienników;
- analiza treści internetowych (fora, blogi, media społecznościowe) poświęconych ŚDM.

2. Badania zrealizowane w czasie Światowych Dni Młodzieży:

- badania pielgrzymów – wywiady jakościowe (częściowo skategoryzowane) na próbie 300 pielgrzymów z całego świata;
- analiza zawartości krakowskich/ogólnopolskich dzienników;
- analiza treści internetowych (fora, blogi, media społecznościowe) poświęconych ŚDM.

3. Badania zrealizowane po Światowych Dniach Młodzieży (maksymalnie trzy, cztery miesiące po ich zakończeniu):

- pogłębione wywiady jakościowe (częściowo skategoryzowane), tzw. *elite interviews* (50 wywiadów), z przedstawicielami podmiotów, które współuczestniczyły w organizacji ŚDM, w tym: wywiady z organizatorami ze strony Kościoła katolickiego (parafie), przedstawicielami władz miast i gmin, województwa i innych instytucji publicznych, wywiady z przedstawicielami instytucji pozarządowych;

- wywiady standaryzowane z przedsiębiorcami (100 wywiadów);
- pogłębione wywiady jakościowe z osobami przyjmującymi pielgrzymów (50 wywiadów);
- analiza zawartości krakowskich/ogólnopolskich dzienników;
- analiza treści internetowych (fora, blogi, media społecznościowe) poświęconych ŚDM.

4. Metody badań i dobór próby

W związku z tym, że założona wielość metod badawczych stanowi podstawę koncepcji metodologicznej projektu, należy przybliżyć poszczególne metody badawcze, którymi posługiwano się w projekcie. W dalszej części rozdziału zostanie pokrótce wyjaśniona ich specyfika w przypadku niniejszego projektu oraz sposoby ich zastosowania. Zaprezentowane zostaną także przyczyny i sposoby wyboru poszczególnych jednostek do badań.

4.1. Desk research

Podstawową metodą badawczą, którą stosowano w badaniach projektu dotyczącego fenomenu Światowych Dni Młodzieży, jest analiza *desk research*, inaczej zwana analizą danych zastanych. W badaniach społecznych są to źródła niewywołane przez badacza, jednocześnie utrwalone, będące wytworami społeczeństwa. Innymi słowy – są to badania zarejestrowanych ludzkich przekazów. Założono, że w przypadku badań w projekcie będą analizowane:

- dane zawarte w różnych dokumentach organizacji i instytucji publicznych;
- dane zawarte w dokumentach ogólnodostępnych i okolicznościowych, czyli w mediach;
- dane zawarte w przestrzeni internetowej, czyli na blogach, w mediach społecznościowych i na stronach internetowych.

Analiza *desk research* w ŚDM odbywała się na następujących zasadach:

- wyszukiwanie i gromadzenie odpowiednich źródeł zastanych, czyli danych odnoszących się do pytań badawczych;

- zastosowanie prostej analizy treści według przygotowanego klucza kategoryzacyjnego lub słów kluczowych;
- przeprowadzenie analizy dokumentów przez członków zespołu badawczego.

W ramach *desk research* wykonane zostały następujące badania:

- analiza dokumentów strategicznych i polityk publicznych Krakowa, województwa małopolskiego i Polski (np. Programu strategicznego promocji miasta Krakowa na lata 2016–2022, Programu strategicznego „Marketing terytorialny” województwa małopolskiego, Zasad komunikacji marki Polska);
- analiza oferty kulturalnej ŚDM polskich diecezji (Dni w Diecezjach) i Festiwalu Młodych – ocenie poddano 933 rekordy, czyli zapisy o wydarzeniach w diecezjach (strony internetowe i inne informatory);
- analiza treści na portalu Facebook (rejestracja i analiza postów udostępnianych przez oficjalny fanpage Światowych Dni Młodzieży oraz przez kilka innych profili, których tematyka ściśle wiązała się z obchodami: Światowe Dni Młodzieży, Bądź blisko – fanpage wolontariuszy ŚDM, Muzyka ŚDM/ Music WYD – oficjalny profil muzyki, Chóru i Orkiestry Światowych Dni Młodzieży Kraków 2016, Magis 2016, Be Like Frassati/ Bądź Jak Frassati #Krakow2016 – Młodzi Misjonarze Miłosierdzia) – analizie poddano 611 postów;
- analiza postów na oficjalnym Twitterze ŚDM – 381 postów (w języku polskim) oraz analiza ilościowa haseł/słów kluczowych na Twitterze, dotyczących ŚDM;
- analiza treści serwisu Instagram, oficjalnego profilu ŚDM na Instagramie, @wydkrakow2016 – badaniu poddano 150 rekordów;
- analiza stron internetowych według założonego klucza do badań (analizie poddano następujące strony internetowe: dziennikpolski24.pl, krakow.naszemiasto.pl, www.onet.pl, www.interia.pl, www.wp.pl, www.prasa24.pl, www.wiara.pl, www.tvn24.pl, www.ekai.pl, www.gazeta.pl, www.krakow.pl, lovekrakow.pl, www.deon.pl, www.pope2016.com, www.naszdziennik.pl) – badaniu poddano 5586 rekordów (wpisów);

- analiza prasy tradycyjnej o zasięgu krajowym („Metro”, „Gazeta Wyborcza”, „Fakt”, „Super Express”, „Tele Tydzień”, „Dziennik Polska-Europa-Świat”, „Rzeczpospolita”, „Puls Biznesu”, „Newsweek”, „Polityka”, „Angora”, „Twoje Imperium”, „Gala”, „Gość Niedzielny”, „Wprost”, „Tygodnik Powszechny”, „Nasz Dziennik”, „W Sieci”, „Do Rzeczy”, „Gazeta Polska”, „Gazeta Polska Codziennie”) – badaniu poddano 5893 wpisy/artykuły,
- analiza prasy tradycyjnej o zasięgu lokalnym, Kraków i województwo małopolskie („Gazeta Krakowska”, „Głos Krakowski”, „Gazeta Wyborcza – Kraków”, „Tygodnik Grodzki”, „Dziennik Polski”, miesięcznik „Kraków”, „Echo Miasta”, <http://www.wieliczakcity.pl/>, <http://www.wieliczka.eu/>, <http://www.wieliczka.pl/>, „Puls Wieliczki”, www.glos24.pl) – badaniu poddano 600 wpisów/artykułów.

Skonstruowano dwa narzędzia do badań *desk research*:

- narzędzie do badania mediów, w tym także mediów społecznościowych i stron internetowych, zwane arkuszem kwerendy;
- narzędzie do badania oferty kulturalnej.

4.2. Wywiady indywidualne

Wywiad to kierowana rozmowa, gdzie kierowanie jest uznane i zaakceptowane przez obie strony⁴, jest to także proces, w którym badający stara się wpływać na badanego poprzez zadawane pytania i skłonić go do udzielenia odpowiedzi na właściwy temat. Wywiad jest więc interakcją między prowadzącym wywiad a respondentem⁵.

Ze względu na stopień kategoryzacji pytań można wyróżnić trzy typy wywiadu: skategoryzowane, częściowo skategoryzowane i swobodne. Wywiady skategoryzowane nazywane są kwestionariuszowymi i mają najczęściej charakter ilościowy. W badaniach jakościowych kluczowe są pozostałe dwa typy wywiadów: częściowo skategoryzowane, w których prowadzący korzysta zwykle z zestawu problemów lub listy pytań, które należy zadać, lecz może to zrobić w dowolnej kolejności,

⁴ M. Kostera, *Antropologia organizacji*, PWN, Warszawa 2003, s. 121.

⁵ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2005, s. 327.

w zależności od toku przeprowadzanej rozmowy, oraz wywiady swobodne, zwane czasem nieskategoryzowanymi, czyli luźne rozmowy, w których badający kieruje się jedynie celem badania⁶.

W projekcie wykorzystano zarówno wywiady częściowo skategoryzowane jak i takie, które były bliższe wywiadom swobodnym:

- **Wywiady jakościowe (częściowo skategoryzowane) z pielgrzymami podczas Świątowych Dni Młodzieży** – badania zrealizowano w ostatnich dniach ŚDM (od 28 do 31 lipca), w Krakowie, w miejscach gromadzenia się pielgrzymów oraz w domach gospodarzy i przyjmujących pielgrzymów instytucji. Wstępnie zaplanowano 320 wywiadów, ale ostatecznie zrealizowano ich 368. Założono bowiem, że każdy z 18 badaczy zrealizuje co najmniej 3 badania tzw. rozgrzewkowe, służące zdobyciu pewnej wprawy. Ostatecznie, dzięki szkoleniom i przygotowaniu badaczy wywiady te okazały się być wysokiej jakości i w większości włączono je do analizy.
Celem wywiadów było poznanie wyobrażeń, opinii, sądów pielgrzymów o ŚDM i pielgrzymowaniu do Polski. Próbkę skonstruowano w oparciu o liczbę i strukturę zarejestrowanych pielgrzymów. Założono odzwierciedlenie proporcji największych grup pielgrzymów i uzupełnienie ich doбором pielgrzymów z innych kontynentów. W efekcie zaplanowano 190 wywiadów z pielgrzymami spoza Europy i 130 z Europejczykami. Założono także, że w grupach badanych pielgrzymów muszą znaleźć się liderzy grup, duszpasterze, wolontariusze, dziennikarze i zwykli pielgrzymi.
Rozmowy były rejestrowane, następnie transkrybowane i tłumaczone na język polski. Wywiady realizowano dzięki pomocy scenariusza narzędzia do badań pielgrzymów ŚDM.
- **Wywiady skategoryzowane z przedsiębiorcami po zakończeniu ŚDM** – celowo dobrana próba przedsiębiorców z branż, które mogły potencjalnie czerpać korzyści ze wzmożonego ruchu turystycznego podczas ŚDM, m.in. hotele, lokale gastronomiczne, sklepy z pamiątkami, biura podróży, sklepy spożywcze w miejscach popularnych turystycznie,

w szczególności Kraków i te gminy i miasta województwa małopolskiego, gdzie w czasie ŚDM mieszkali pielgrzymi. Ostatecznie w badaniach wzięło udział 106 przedstawicieli przedsiębiorców i samych przedsiębiorców. Wywiady przeprowadzono od 15 października do 15 listopada 2016 roku z wykorzystaniem narzędzia do badania przedsiębiorców świadczących usługi podczas ŚDM.

- **Wywiady jakościowe (częściowo skategoryzowane) z gospodarzami przyjmującymi pielgrzymów** – celowo dobrana próba mieszkańców-gospodarzy, którzy podczas ŚDM przyjęli w gościnę pielgrzymów ze świata. Badani byli mieszkańcami Krakowa lub gmin/miast przyjmujących pielgrzymów. W badaniach wzięło udział 53 gospodarzy. Wywiady przeprowadzono od 15 października do 15 listopada 2016 roku z wykorzystaniem narzędzia do badania gospodarzy ŚDM.
- **Wywiady jakościowe, częściowo skategoryzowane, z przedstawicielami instytucji publicznych wykonane po ŚDM** – celowo dobrana próba instytucji, przez które rozumiemy: instytucje kultury, organizacje pozarządowe, które przygotowały ofertę i/lub uczestniczyły w przygotowaniach i realizacji ŚDM, urzędy miast i gmin w Krakowie i w województwie małopolskim. W badaniach wzięło udział 50 przedstawicieli tych instytucji. Wywiady przeprowadzono od 15 października do 15 listopada 2016 roku z wykorzystaniem narzędzia do badania przedstawicieli instytucji publicznych zaangażowanych w ŚDM.

6 E. Bogacz-Wojtanowska, *Podejście jakościowe w badaniach organizacji obywatelskich*, „Kwartalnik Współczesne Zarządzanie” 2006, nr 4.

[illegible][illegible][illegible]

Số 6

Uczestnicy

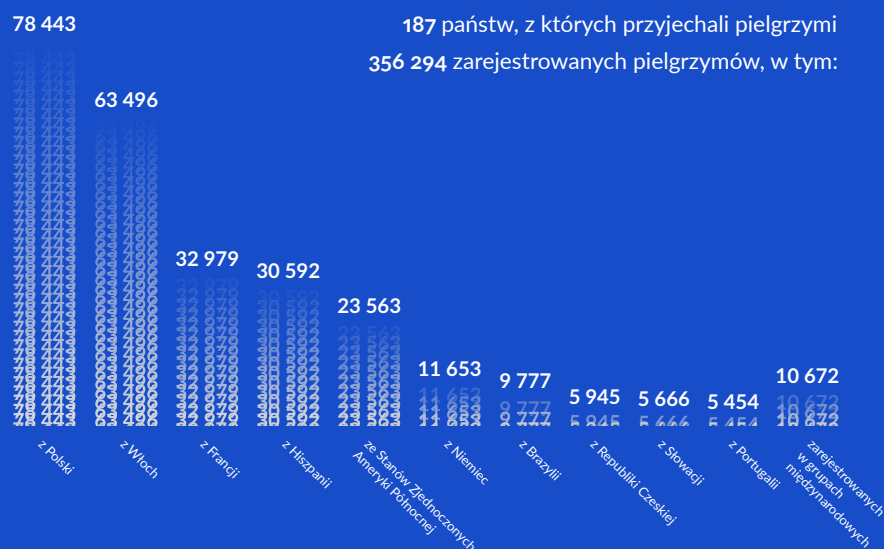
230 tys. _____ pielgrzymów wybrało pakiety z zakwaterowaniem
8 036 _____ rejestracji Last Minute
20 tys. _____ wolontariuszy było zaangażowanych w ŚDM
Dzienna norma żywieniowa wynosiła _____ 2630 kcal,
odpowiednio: śniadanie – 790 kcal, obiad – 1050 kcal, kolacja – 790 kcal.

356 294 pielgrzymów zarejestrowało się na Światowe Dni Młodzieży, z czego niewiele ponad 8000 skorzystało z opcji Last Minute.

Uczestnicy pochodzili aż z 187 państw. Najwięcej pielgrzymów było z Polski (78 443 osób) oraz z krajów europejskich: Włoch (63 496), Francji (32 979) i Hiszpanii (30 592). Jeśli chodzi o pozostałe kontynenty, to największą grupę stanowili młodzi ze Stanów Zjednoczonych (23 563 osób) oraz Brazylii (9 777). 10 672 osób zarejestrowało swoje uczestnictwo w ramach grup międzynarodowych.

Około dwóch trzecich pielgrzymów zdecydowało się na zakup pakietów wraz z zakwaterowaniem. Zgodnie z przepisami gościom przysługiwały posiłki obejmujące 2630 kcal.

Uroczystości wspierało 20 tys. wolontariuszy.



Wydarzenia religijne w ramach ŚDM

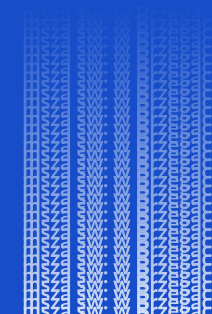
840 _____ kardynałów i biskupów 15 000 _____ szat liturgicznych
5 mln _____ hostii 16 tys. _____ ornatów
900 _____ katechez w 33 językach 12 000 _____ naczyń liturgicznych
100 konfesjonatów w Strefach Pojednania

Najwięcej pielgrzymów uczestniczyło w czuwaniu i mszy św. w Brzegach. Według różnych źródeł statystyki te są odmienne, ale liczba wiernych wahała się od 1,5 do 2,5 mln. Jest to frekwencja zbliżona do tej odnotowanej w Madrycie w 2011 roku (2 mln), ale niższa niż na poprzednich ŚDM w Rio de Janeiro (3,7 mln). W czasie Drogi Krzyżowej z papieżem modliło się 800 tys. osób. Najmniej zaś uczestników było w czasie mszy inauguracyjnej – zaledwie 200 tys.

Oprócz pielgrzymów w ŚDM uczestniczyli także duchowni – 840 kardynałów i biskupów. W czasie uroczystości wydano 5 mln hostii, a pielgrzymi mieli możliwość uczestniczenia w 900 katechezach prowadzonych w 33 językach. W trzech Strefach Pojednania rozmieszczono ponad 100 konfesjonatów do dyspozycji wiernych.

Do obsługi uroczystości religijnych koniecznych było kilkanaście tysięcy zestawów szat i ornatów, a także 12 tys. naczyń liturgicznych.

1,5–2,5 mln



msza św. w Brzegach

800 tys.



Droga Krzyżowa

200 tys.



inauguracja ŚDM

9 869 207 zł	koszty przygotowań do ŚDM
24 817 572 zł	koszt organizacji wydarzeń na Błoniach i w Parku Jordana
37 561 727 zł	koszty organizacji wydarzeń na Campusie Misericordiae
4 695 215 zł	koszty organizacji wydarzeń w Sanktuarium Bożego Miłosierdzia i Jana Pawła II
109 907 253 zł	koszty obsługi pielgrzymów
1 961 365 zł	koszty organizacji centrów informacyjno-rejestracyjnych oraz punktów informacyjnych
7 103 074 zł	koszty organizacji katechez i Festiwalu Młodych
4 696 780 zł	pozostałe koszty

142 737 835 zł	składki partycypacyjne od zarejestrowanych grup uczestników ŚDM
19 583 707 zł	ogólnopolskie składki wiernych we wszystkich parafiach i kościołach, w tym Archidiecezji Krakowskiej
17 903 659 zł	darowizny od osób prywatnych i firm wspierających KO ŚDM
1 600 000 zł	dochód spółki ŚDM 2016
19 443 912 zł	wsparcie z budżetu państwa dla działań z zakresu porządku i bezpieczeństwa publicznego

Finanse

200 612 193 zł	całkowity koszt ŚDM
550 000 000 zł	wydatki pielgrzymów przebywających w Krakowie
150–760 zł	koszt pakietów pielgrzyma
50–300 zł	koszt pakietów wolontariusza

Całkowity koszt organizacji ŚDM w Krakowie wyniósł 200 612 193 zł. Porównywalny jest on do wydatków poniesionych w trakcie organizacji tego wydarzenia w Sydney 2008 (250 000 000 zł) i Madrycie 2011 (220 000 000 zł) i jest dwukrotnie niższy od wydatków poniesionych w rekordowym pod względem kosztów Rio de Janeiro 2013 (475 000 000 zł).

Badacze z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie szacują, że pielgrzymi przebywający w Krakowie wydali 550 mln zł. Kwota ta nie obejmowała zakupów pakietów pielgrzyma, których koszt wahał się od 150 do 760 zł, w zależności od wybranej opcji, i pakietu wolontariusza, za który trzeba było zapłacić pomiędzy 50 a 300 zł.

Koszty przygotowań do ŚDM, w wysokości 9 869 207 zł, pochłonęły ok. 5% całego budżetu wydarzenia. Zostały one przeznaczone na zorganizowanie zjazdu delegatów, pokrycie kosztów pracowników Komitetu Organizacyjnego i wolontariuszy długoterminowych, obsługę *call centre*, a także organizację pre-wydarzeń (np. rekolekcji).

Organizacja Wydarzeń Centralnych w Krakowie pochłonęła 37% ogólnego budżetu. Były to uroczystości:

- na Błoniach i w Parku Jordana (24 817 572 zł) – msza inauguracyjna, powitanie Ojca Świętego, Droga Krzyżowa, Targi Powołaniowe i Strefa Pojednania;
- na Campus Misericordiae (37 561 727 zł) – czuwanie i Msza Postania;
- w Sanktuarium Bożego Miłosierdzia i Jana Pawła II (4 695 215 zł) – Pielgrzymka Miłosierdzia, Strefa Pojednania, msza dla osób konsekrowanych;
- organizacja katechez i Festiwalu Młodych (7 103 074 zł).

Największą część kosztów, bo ponad 50%, stanowiła obsługa pielgrzymów, w tym wolontariuszy (109 907 253 zł). Znaczną część tej kwoty wydano na niezbędny pielgrzymi (28 853 767 zł) i wyżywienie (55 271 531 zł). Mniejsze kwoty przeznaczono na zakwaterowanie (11 673 379 zł), transport (8 508 576 zł), ubezpieczenie (4 300 000 zł) i aplikacje mobilne (1 300 000 zł). Organizacja centrów informacyjno-rejestracyjnych oraz punktów informacyjnych kosztowała 1 961 365 zł. Pozostałe koszty zamknęły się w kwocie 4 696 780 zł. Należały do nich: obsługa medialna, stworzenie strony internetowej i zarządzanie nią, promocja, tłumaczenia i inne koszty.

Największym źródłem finansowania wydarzenia były składki partycypacyjne od uczestników ŚDM, czyli zakupione pakiety pielgrzyma. Łączne przychody uzyskane z tego tytułu wyniosły 142 737 835 zł. Dodatkowym źródłem finansowania były ogólnopolskie składki wiernych we wszystkich parafiach i kościołach, w tym w Archidiecezji Krakowskiej (19 583 707 zł) oraz wsparcie z budżetu państwa dla działań z zakresu porządku i bezpieczeństwa publicznego (19 443 912 zł). Darowizny od osób prywatnych i firm wspierających Komitet Organizacyjny ŚDM wyniosły 17 903 659 zł, zaś dochody spółki ŚDM 2016 stanowiły 1 600 000 zł. Łącznie udało się wypracować większy przychód, który zapewniał również rezerwę na nieprzewidziane wydatki w wysokości 656 920 zł.

Media

5700 _____ dziennikarzy ze 129 krajów relacjonowało ŚDM
5500 _____ materiałów prasowych w kontekście ŚDM (od 25 do 31 lipca 2016)
550 000 000 zł _____ ekwiwalent reklamowy w mediach zagranicznych
67 000 000 zł _____ ekwiwalent reklamowy w mediach polskich

Światowe Dni Młodzieży pod względem zainteresowania polskich i zagranicznych mediów można określić mianem największego wydarzenia w historii, większego nawet niż Mistrzostwa Europy w piłce nożnej Euro, organizowane w 2012 roku w Polsce i na Ukrainie.

Blisko 5,7 tys. dziennikarzy (w tym 2 tys. dziennikarzy z zagranicy) relacjonowało wydarzenia. Tylko w tygodniu Wydarzeń Centralnych (od 25 do 31 lipca) powstało 5,5 tys. artykułów (w tym 200 w mediach zagranicznych). Ekwiwalent reklamowy szacowany jest na 550 mln zł w mediach zagranicznych i 67 mln zł w mediach polskich.

Media społecznościowe¹

Równolegle do przestrzeni realnej ŚDM odbywały się w rzeczywistości wirtualnej. Szacuje się, że w związku z uroczystościami nastąpiło 3,5 mln interakcji w mediach społecznościowych.

Sam profil ŚDM na portalu Facebook śledzi blisko 2 mln użytkowników, a od początku 2016 roku do końca lipca internauci zamieścili tam 1 tys. postów. Dużą popularnością cieszył się także kanał ŚDM na YouTube, na którym ponad 3 mln razy obejrzano oficjalny teledysk.

W lipcu na Twitterze opublikowano 1,8 mln tweetów dotyczących samego wydarzenia, Polski i Krakowa. W szczytowym okresie publikowano 30 tys. tweetów dziennie. Oficjalny profil ŚDM na Twitterze śledziło 9364 osób, a na profilu opublikowano ponad 5 tys. postów.

¹ Stan na 29.12.2016 r.



3 500 000
interakcji

1 900 000
śledzących na Facebooku

1000
postów internauci umieścili
na oficjalnym profilu ŚDM na Facebooku



28 759
subskrybentów kanału ŚDM
na YouTube

3 261 856
razy obejrzano
oficjalny teledysk ŚDM



1 500 000
tweetów na temat Polski
i Krakowa w lipcu

300 000
tweetów na temat ŚDM w lipcu

30 000
tweetów dziennie (średnio)
publikowano w trakcie trwania ŚDM

9364
osoby śledziły profil ŚDM_PL na Twitterze

5348
tweetów opublikowano na profilu ŚDM_PL



24
godziny na dobę pracowała redakcja portalu krakow.pl



1044
komunikaty opublikowano w ciągu 7 dni



9 500 000
użytkowników zanotował portal miejski



74 500 000
pobranych plików internetowych



1230
użytkowników w ciągu minuty (średnio) obsługiwały serwery



58
materiałów wyprodukowała telewizja.krakow.pl



2 000 000
użytkowników zobaczyło treści opublikowane
na oficjalnych profilach miasta na Facebooku i Twitterze

Media miejskie

O tym, jak intensywny dla dziennikarzy był to czas, świadczy przykład mediów miejskich, w tym portalu internetowego Magiczny Kraków. Jego redakcja pracowała 24 godziny na dobę. W ciągu 7 dni opublikowano 1,04 tys. komunikatów, które dotarły do 9,5 mln użytkowników. Średnio w ciągu minuty serwery obsługiwały 1,23 tys. użytkowników. Pobrali oni łącznie 74,5 mln plików. Telewizja krakow.pl wyprodukowała 58 materiałów dotyczących wydarzenia. Dużą popularnością cieszyły się także treści publikowane na oficjalnych profilach Krakowa na Facebooku i Twitterze – dotarły one do 2 mln osób.

Wydarzenia kulturalne

Oficjalna wystawa Światowych Dni Młodzieży Kraków 2016, czyli odbywająca się w Muzeum Narodowym Maria Mater Misericordiae, dołączyła do grona najpopularniejszych wystaw organizowanych w XXI w. przez MNK. Większą popularnością cieszyły się tylko: „Od Moneta do Gauguina” (141 000 zwiedzających), „Turner. Malarz żywiołów” (67 000) oraz „Olga Boznańska” (64 500). Pod względem liczby osób chcących zobaczyć ekspozycję wyprzedziła ona m.in. „Skarby korony hiszpańskiej” (47 000 widzów) czy wystawę monograficzną „Stanley Kubrick” (43 500). Wszystkie oddziały MNK odwiedziło łącznie 12 000 turystów.

12 745 osób zdecydowało się na zwiedzanie Wawelu, z czego połowa gości wybrała Komnaty Królewskie (6029). Jednak w analogicznym okresie rok wcześniej turystów na Wawelu było więcej – ok. 20 000.

Muzeum Historyczne Miasta Krakowa odnotowało wzmożony ruch turystyczny w oddziałach znajdujących się bezpośrednio przy Rynku – Barbakan odwiedziło 5050 pielgrzymów, a Mury Obronne 3680 pielgrzymów. Z kolei na Kazimierzu dużym powodzeniem cieszyła się Stara Synagoga (4437 osób). Ponadto 3500 pielgrzymów skorzystało z możliwości bezpłatnego zobaczenia Fabryki Schindlera.

1668 osób zwiedziło MOC AK, z czego 450 legitymowało się identyfikatorem pielgrzyma.

Młodzi zwiedzali także poza Krakowem. Ponad 155 000 osób zobaczyło tereny byłego niemieckiego nazistowskiego obozu koncentracyjnego i zagłady Auschwitz. Rekord frekwencji został osiągnięty 26 lipca 2016 roku, gdy 21 000 pielgrzymów odwiedziło Miejsce Pamięci.

78 038 pielgrzymów zwiedziło kopalnię soli w Wieliczce, co oznacza, że średnio 6500 osób dziennie wędrowało podziemnymi trasami.

Aż 50 000 osób wzięło udział w wydarzeniach organizowanych w Mercy Centre w Tauron Arenie, a połowa wolontariuszy uczestniczyła tam w spotkaniu z papieżem Franciszkiem.

W ramach Festiwalu Młodych odbyło się 350 wydarzeń na 70 scenach w Krakowie i okolicznych miejscowościach. Jedno „wydarzenie” obejmowało często kilka pomniejszych, więc oferta dla pielgrzymów była jeszcze obszerniejsza, niż to wykazują liczby.

51 000 _____ osób odwiedziło wystawę Maria Mater Misericordiae w Muzeum Narodowym w Krakowie (w trakcie ŚDM 5500 widzów)

12 000 _____ osób odwiedziło wszystkie oddziały Muzeum Narodowego w Krakowie

12 745 _____ osób zwiedziło Wawel, w tym:

6029 _____ pielgrzymów obejrzało reprezentacyjne Komnaty Królewskie

3542 _____ Skarbiec i Zbrojownię

3174 _____ Damę z gronostajem

16 667 _____ osób odwiedziło wybrane oddziały Muzeum Historycznego Miasta Krakowa, w tym:

5050 _____ pielgrzymów zwiedziło Barbakan

3680 _____ Mury Obronne

4437 _____ Starą Synagogę

3500 _____ Fabrykę Schindlera

1668 _____ osób zwiedziło MOC AK (w tym 450 z identyfikatorem pielgrzyma)

155 000 _____ uczestników ŚDM zobaczyło tereny byłego niemieckiego nazistowskiego obozu koncentracyjnego i zagłady Auschwitz

21 000 _____ zwiedziło 26 lipca 2016 r. Miejsce Pamięci

78 038 _____ pielgrzymów zwiedziło kopalnię soli w Wieliczce

6500 _____ osób dziennie (średnio) w czasie ŚDM (od 23 lipca do 3 sierpnia 2016)

50 000 _____ osób wzięło udział w wydarzeniach organizowanych w Mercy Centre w Tauron Arenie

10 000 _____ wolontariuszy wzięło udział w spotkaniu z papieżem Franciszkiem w Tauron Arenie

350 _____ wydarzeń odbyło się w ramach Festiwalu Młodych na 70 scenach w Krakowie i okolicy

1 100 000 _____ pielgrzymów podróżowało koleją w trakcie ŚDM
550 000 _____ pasażerów odjechało z dworca w Krakowie tylko 31 lipca i 1 sierpnia
10 000 _____ pracowników kolei czuwało nad obsługą ŚDM
2994 _____ pociągi przewiozły uczestników ŚDM
700 _____ dodatkowych pociągów
375 m _____ miał najdłuższy skład złożony z dwóch pociągów Pendolino
co 7 minut _____ odjeżdżały pociągi w szczytowym okresie

2 000 000 _____ pasażerów przewiozło krakowskie MPK w rekordowym dniu
1888 _____ dodatkowych kursów autobusowych i tramwajowych
zrealizowano w trakcie ŚDM
15 000 _____ połączeń telefonicznych dotyczących komunikacji w trakcie ŚDM
odebrali pracownicy ZIKiT
8 000 000 _____ osób – nawet tyle osób dziennie korzystało ze strony internetowej MPK SA
45 000 _____ biletów okazjonalnych na komunikację miejską sprzedano w trakcie ŚDM
50,6% _____ pielgrzymów oceniło pozytywnie transport publiczny

Transport kolejowy

Światowe Dni Młodzieży są nazywane „największym wyzwaniem organizacyjnym dla kolei w ciągu ostatnich 25 lat”¹. W trakcie kilku lipcowych dni kolej przewiozła 1,1 mln pasażerów, czyli 1,5 razy więcej, niż podróżujących w ciągu jednego dnia w Polsce. Tylko 31 lipca i 1 sierpnia z dworca w Krakowie odjechało 550 tys. pasażerów. Ustanowiono specjalne strefy buforowe, a odjazdy rozłożono na kilka dworców znajdujących się w mieście, wszystko po to, żeby usprawnić ruch.

Za obsługę podróżnych odpowiadało 10 tys. pracowników kolei, w tym 200 informatorów i 100 mobilnych kasjerów. Część z nich wolontaryjnie pracowała na rzecz sukcesu wydarzenia.

Uruchomiono dodatkowe składy, połączono siły kolei regionalnych. Spółki zrzeszone w Grupie PKP oraz samorządowi przewoźnicy uruchomili blisko 700 dodatkowych pociągów dla pielgrzymów. Najdłuższy skład, złożony z dwóch pociągów Pendolino, miał 375 m i przewiózł 800 pasażerów. Łącznie pielgrzymi korzystali z 398 pociągów specjalnych oraz 1160 pociągów rozkładowych dowożących ich do Krakowa i 1436, którymi wyjechali z miasta. W szczytowym okresie (niedziela wieczorem) pociągi odjeżdżały nawet co 7 minut.

¹ ŚDM. Ponad milion pasażerów kolei, największe wyzwanie od 25 lat, dok. elektron., www.gazetakrakowska.pl/swiatowe-dni-mlodziezy-2016/a/sdm-ponad-milion-pasazerow-kolei-najwieksze-wyzwanie-od-25-lat,10480825/.

Transport publiczny w Krakowie

Ogromne wyzwanie organizacyjne stanęło także przed Miejskim Przedsiębiorstwem Komunikacyjnym oraz Zarządem Infrastruktury Komunikacyjnej i Transportu w Krakowie. W celu sprawnej obsługi pielgrzymów zwiększono częstotliwość funkcjonowania dotychczasowych rozkładowych linii oraz uruchomiono dodatkowe linie korytarzowe. Łącznie zrealizowano 935 dodatkowych kursów tramwajowych oraz 953 kursy autobusowe.

Liczba pasażerów krakowskiego MPK w szczytowym okresie była blisko dwa razy większa niż w normalnym. W rekordowym dniu krakowski przewoźnik obsłużył 2 mln pasażerów. W ciągu zaledwie 6 godzin w piątek przewieziono ok. 800 tys. osób, a więc tyle, ile kolej w 4 dni. Sprzedano 45 tys. biletów okazjonalnych za kwotę 15 zł, uprawniających do przejazdów w okresie od 26 do 31 lipca. Rekordową liczbę odwiedzin zanotowała strona MPK SA – między 6,1 a 8 mln osób dziennie (zwykle ok. 2 mln). Dużo pracy mieli także pracownicy ZIKiT obsługujący infolinię – odebrali 15 tys. połączeń dotyczących komunikacji w trakcie ŚDM.

Informacja turystyczna

11 _____ punktów InfoKraków (w tym 4 punkty specjalne)
70 _____ zaangażowanych pracowników Krakowskiego Biura Festiwalowego
6 _____ specjalnych wydawnictw przygotowanych w 9 językach
2 000 000 _____ rozdanych map dla turystów i pielgrzymów
54 000 _____ obsłużonych turystów i pielgrzymów w punktach InfoKraków
8064 _____ ustawione elementy dekoracyjne

W 11 punktach InfoKraków, w tym w 4 uruchomionych specjalnie na czas trwania ŚDM, 70 pracowników Krakowskiego Biura Festiwalowego (operatora InfoKraków) obsłużyło łącznie 54 tys. pielgrzymów. Rekord padł w piątek w punkcie przy ul. Szpitalnej. Tego dnia udzielono tam pomocy 2 tys. turystów.

Pielgrzymi mogli zaopatrzyć się w przygotowane w kilku językach wydawnictwa specjalne dotyczące zabytków, wydarzeń kulturalnych, historii Polski, a także w mapy, których łączny nakład sięgnął 2 mln egzemplarzy.

Na terenie Małopolski i innych miejscowości, w których przebywali pielgrzymi, ustawiono 8064 elementy dekoracyjne, w tym witacze, bilbordy, flagi oraz tzw. cuby, na których oprócz elementów identyfikacji wizualnej i logotypów organizatorów znalazły się informacje o najbliższych zabytkach.

Porządek

1220 _____ dodatkowych koszy na śmieci
2 000 000 _____ worków na odpady
2000 _____ osób i 483 _____ specjalistyczne jednostki sprzętowe dbały o czystość

Dużą wagę przywiązywano do zachowania czystości w mieście. W Krakowie pojawiło się 1,22 tys. dodatkowych koszy na śmieci. Rozdystrybuowano 2 mln worków na odpady, a o zachowanie porządku dbało 2 tys. zatrudnionych osób mających do dyspozycji 483 specjalistyczne jednostki sprzętowe.

Woda

100 _____ dodatkowych punktów poboru wody
1 190 000 m³ _____ wody zużyto
5 000 000 _____ butelek wody rozdano na Campus Misericordiae

W związku z wysokimi temperaturami w mieście ustawiono 100 dodatkowych punktów poboru wody, w tym kurtyny wodne. Łącznie w tym czasie zużyto 1 mln 190 tys. m³ wody. W czasie uroczystości na Campus Misericordiae rozdano pielgrzymom 5 mln butelek wody.

ŚDM zabezpieczało:

20 000
policjantów

146 000
strażników granicznych

10 000
strażaków
z Państwowej Straży Pożarnej

9000
strażaków
z Ochotniczej Straży Pożarnej

3500
pracowników medycznych

2100
pracowników
Służby Ochrony Kolei

2000
żołnierzy

1400
pracowników służby celnej

830
przedstawicieli
Biura Ochrony Rządu

600
funkcjonariuszy
Żandarmerii Wojskowej

307
strażników miejskich

39
dyżurnych

20
operatorów monitoringu

484 000
osób skontrolowano
na granicach

321
osób zatrzymano

27 000
osób skorzystało
z pomocy medycznej
(w tym **9000** pielgrzymów)

1193
służb patrolowych
wykonali krakowscy
strażnicy miejscy

400
razy w patrolach
straży miejskiej
wykorzystywano radiowozy

1500
wykroczeń, w większości
drobnych, odnotowali
strażnicy miejscy

10-krotnie
spadła liczba przestępstw

Bezpieczeństwo

Nad bezpieczeństwem uczestników Światowych Dni Młodzieży czuwali przybyli z całej Polski policjanci (20 tys.), strażacy (19 tys.), pracownicy medyczni (3,5 tys.), SOK-iści (2,1 tys.), żołnierze (2 tys.), służba celna (1,4 tys.), BOR-owcy (830), Żandarmeria Wojskowa (600) oraz strażnicy miejscy (307). Na ten czas przywrócono częściowe kontrole na granicach, za które odpowiadało 14,6 tys. pracowników Straży Granicznej, którzy skontrolowali 484 tys. osób, 321 zatrzymując.

Pracownicy medyczni interweniowali 27 tys. razy, z czego 9 tys. przypadków odnosiło się bezpośrednio do uczestników ŚDM.

Krakowscy strażnicy miejscy wykonali 1193 piesze służby patrolowe oraz 400 z użyciem radiowozu. Odnotowano 1500, w większości drobnych, wykroczeń. Policja szacuje, że w czasie trwania ŚDM liczba przestępstw spadła 10-krotnie.

Opinie i reakcje

Badania ankietowe wśród pielgrzymów przeprowadziła hiszpańska agencja GAD3, która podobne ankiety zorganizowała także wśród uczestników spotkania młodych w Madrycie w 2010 roku. Zdecydowana większość, aż 9 na 10 uczestników, oceniła swój udział w ŚDM pozytywnie. Ponad 90% uważa, że ŚDM przyczyniły się do poprawienia ich relacji z Bogiem. 89% ankietowanych pogłębiło swoją wiedzę o łasce miłosierdzia, 94% pozytywnie oceniło ludzi w kontekście gościnności, udzielanej pomocy itd.

Prawie połowa (47%) pielgrzymów uznała, że najbardziej podobało jej się wieczorne czuwanie, najmniej (16%) zaś Droga Krzyżowa, co może jednak wynikać z charakteru tego drugiego nabożeństwa. Bardzo wysoko pielgrzymi ocenili wszelkie aspekty usprawniające przebieg uroczystości – zaangażowanie wolontariuszy, organizację ceremonii, oferowane informacje oraz przewodnik.

Za najważniejszy wynik należy jednak uznać ten, że 99% uczestników poleciłoby znajomym uczestnictwo w kolejnych Światowych Dniach Młodzieży. Oznacza to, że w istotnych obszarach organizatorzy i wszystkie pozostałe zaangażowane podmioty wykonali pracę na najwyższym poziomie, a młodzi mogli cieszyć się obecnością papieża Franciszka, celebrować swoją wiarę oraz radować się z pokojowego współuczestnictwa w wielkim święcie.



9 na 10
pielgrzymów ocenia
ŚDM pozytywnie



92%
uważa, że ŚDM poprawiły
ich relację z Bogiem



89%
uważa, że ŚDM nauczyły
ich więcej o miłosierdziu



47%
najbardziej podobało się
wieczorne czuwanie (Evening Vigil)



15,6%
najbardziej podobała się
Droga Krzyżowa



W skali od 0 do 10
pracę wolontariuszy oceniono
na 8,3, tak samo pakiet pielgrzyma



Oferowaną informację
oceniono na 7,4



organizację ceremonii
na 7,1



użyteczność przewodnika
na 7,0

Ocena Krakowa:



94%
oceniło pozytywnie charakter
ludzi (gościnność, przyjazność itd.)



99%
zarekomendowałoby
uczestnictwo w ŚDM

Wprowadzenie

Celem tej części raportu z badań realizowanych w ramach projektu „Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen kulturowy, społeczny i religijny” jest:

- charakterystyka struktury organizacyjnej projektu Światowych Dni Młodzieży;
- poznanie, w jaki sposób uczestnicy oceniali organizację Światowych Dni Młodzieży w Krakowie;
- poznanie, w jaki sposób Polacy oceniali organizację Światowych Dni Młodzieży w Krakowie na różnych etapach realizacji tego przedsięwzięcia.

Ta część raportu powstała na podstawie następujących badań przeprowadzonych w ramach projektu¹:

- analiza doniesień medialnych, realizowana w okresie od maja do sierpnia 2016;
- analiza materiałów udostępnianych na stronach internetowych organizatorów, regulaminów, porozumień zawieranych pomiędzy różnymi podmiotami zaangażowanymi w organizację ŚDM;
- analiza regulacji prawnych w zakresie organizacji ŚDM w Polsce;
- wywiady pogłębione przeprowadzane z uczestnikami Światowych Dni Młodzieży w trakcie wydarzenia (lipiec 2016);
- wywiady pogłębione przeprowadzane po wydarzeniu (analiza ex-post) z przedstawicielami organizacji zaangażowanych w przygotowania samego wydarzenia, jak i towarzyszącej mu oferty kulturalnej; przedsiębiorcami oraz gospodarzami, którzy gościli pielgrzymów podczas wydarzenia.

1. Struktura organizacyjna ŚDM

Pomysłodawcą i gospodarzem pierwszych ŚDM był papież św. Jan Paweł II, który po raz pierwszy zgromadził młodych w Rzymie w roku 1984. Począwszy od tego roku papież spotkał się z młodzieżą 28 razy. Za rozwijanie i organizację Światowych Dni Młodzieży bezpośrednio odpowiada Papieska Rada ds. Świeckich. Do jej głównych zadań należy „gwarancja wierności początkowemu projektowi ŚDM, zgodnie z zamierzeniami Ojca Świętego Jana Pawła II. Papieska Rada ds. Świeckich, a szczególnie jej Sekcja Młodzi, koordynuje cały proces przygotowania, dbając o niezbędną więź między Komitetem Organizacyjnym (KO) w Kościele lokalnym a Stolicą Apostolską”². Natomiast za bezpośrednią realizację przygotowań do ŚDM

¹ Zob. rozdział „Metodologia badań w projekcie Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny”.

² Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016, http://www.krakow2016.com/organizatorzy_testowa.

w danym miejscu, w wymiarze organizacyjno-logistycznym i duchowym, odpowiada lokalny Komitet Organizacyjny, współpracujący ściśle z Papieską Radą ds. Świeckich.

Organizatorem Światowych Dni Młodzieży 2016 w Krakowie była Archidiecezja Krakowska. Komitet lokalny powoływany jest po ogłoszeniu kolejnego miejsca ŚDM i związany został wyłącznie na czas przygotowań i trwania ŚDM w danym miejscu. Składał się z reprezentantów diecezji-gospodarza i Konferencji Episkopatu Polski, którym przewodniczył biskup miejsca³. Archidiecezja Krakowska, ze względu na konieczność podejmowania licznych działań o charakterze prawnym, aby usprawnić proces zarządzania projektem Światowych Dni Młodzieży, powołała spółkę pod firmą ŚDM 2016 spółka z o.o. z siedzibą w Krakowie, która była wyłącznym podmiotem umocowanym do wykonywania zadań promocyjnych oraz gospodarczych związanych z organizacją Światowych Dni Młodzieży w Krakowie.

³ *Ibidem*.

PREZYDIUM

Przewodniczący Komitetu Organizacyjnego ŚDM Kraków 2016
Koordynator generalny
Zastępca koordynatora generalnego
Zastępca koordynatora generalnego
Zastępca koordynatora generalnego

SEKRETARIAT GENERALNY

Sekretarz generalny
Członek SG
Członek SG
Członek SG
Członek SG
Członek SG
Członek SG

BIURO KOMITETU

Departament Wolontariatu

Dyrektor
Koordynator departamentu

Departament Komunikacji

Dyrektor
Koordynator departamentu

Departament Logistyczny

Dyrektor
Koordynator departamentu
Koordynator departamentu

Departament Katechez

Dyrektor
Koordynator departamentu

Departament Wydarzeń Centralnych

Dyrektor
Koordynator departamentu

Sekcja Finansowa

Dyrektor
Koordynator departamentu

Departament Pastoralny

Dyrektor
Koordynator departamentu

Departament Festiwalu Młodych

Dyrektor
Koordynator departamentu

Komitet Organizacyjny ŚDM 2016 składał się początkowo z 37 osób. Został powołany do życia w grudniu 2013 roku, czyli 2,5 roku przed samym wydarzeniem. Na czele Zarządu Komitetu Organizacyjnego ŚDM stał kard. Stanisław Dziwisz. Koordynatorem generalnym był bp Damian Muskus OFM, a jego zastępcami ks. infułat Bronisław Fidelus i ks. prałat Jan Kabziński. Radę Zarządu stanowili Marszałek Województwa Małopolskiego, Wojewoda Małopolski i Prezydent Miasta Krakowa⁴.

Konieczność powołania tak dużego zespołu i z tak dużym wyprzedzeniem czasowym kard. Dziwisz uzasadniał ogromnym zainteresowaniem ze strony świata udziałem w ŚDM i związanymi z tym wyzwaniem organizacyjnymi: „Echo jest wielkie i wielkie pragnienie bycia razem i świętowania jedności Kościoła w Krakowie w 2016 r. Pragniemy się dobrze przygotować do tych dni, dlatego powołujemy komitet, który zajmie się nie tylko technicznym przygotowaniem, ale też duchowym i moralnym”⁵.

Warto zwrócić uwagę, że organizatorzy, uzasadniając konieczność tworzenia komitetu, uwzględniali nie tylko kwestie logistyczne wydarzenia, ale także obowiązki związane z przygotowaniem i realizacją programu duchowego, co również pokazuje złożoność tego przedsięwzięcia.

W skład Komitetu Organizacyjnego ŚDM wchodziło początkowo 28 duchownych i 9 świeckich. Księża byli zaangażowani w prace komitetu na zasadach wolontariatu, a część osób świeckich została zatrudniona. Liczba osób zaangażowanych przy organizacji ŚDM systematycznie się powiększała, gdyż wraz ze zbliżającą się datą wydarzenia, a tym samym coraz większą ilością pracy, koordynatorzy dobierali sobie współpracowników, którymi były przede wszystkim osoby świeckie.

Komitet Organizacyjny ŚDM 2016 w Krakowie nie był jednak jedyną jednostką odpowiedzialną za organizację ŚDM, mimo że większość informacji, zarówno w mediach, jak i w wypowiedziach badanych, odnosiła się właśnie do niego. Poza Komitetem Organizacyjnym na szczeblu centralnym funkcjonowało również Krajowe Biuro Organizacyjne Światowych Dni Młodzieży, które było kościelną jednostką organizacyjną powołaną przez Konferencję Episkopatu Polski; jej zasadniczym celem była koordynacja przygotowań, zgłoszeń i uczestnictwa pol-

skich grup w światowych spotkaniach młodzieży⁶. Krajowe Biuro Organizacyjne odpowiedzialne było przede wszystkim za przygotowanie programu duchowego wydarzenia, który realizowany był we współpracy z diecezjalnymi ośrodkami duszpasterstwa, przy bezpośrednim udziale duszpasterzy młodzieży, diecezjalnych koordynatorów ŚDM oraz różnych ruchów apostołskich działających w Polsce i na świecie. Ponadto Krajowe Biuro Organizacyjne ŚDM zajęło się również koordynacją pielgrzymki po Polsce Krzyża Światowych Dni Młodzieży i towarzyszącej mu ikony *Salus Populi Romani*. Odpowiadało również za organizację tzw. Tygodnia Misyjnego poprzedzającego bezpośrednio Światowe Dni Młodzieży w Krakowie, podczas którego ok. 300 tys. młodych z całego świata przebywało we wszystkich polskich diecezjach, włącznie z greckokatolickimi oraz Ordynariatem Polowym⁷.

2. Logistyka Światowych Dni Młodzieży

Warto zwrócić uwagę, że zarówno działający w Krakowie Komitet Organizacyjny, jak i Krajowe Biuro Organizacyjne ŚDM stanowiły tylko podstawę dla funkcjonowania niezwykle złożonej struktury organizacyjnej Światowych Dni Młodzieży. Cała logistyka wydarzenia oparta została bowiem o strukturę Kościoła katolickiego i jego podział na diecezje, dekanaty i parafie. Konieczność wprowadzenia tak rozbudowanej struktury organizacyjnej podyktowana została samym formatem Światowych Dni Młodzieży, które były zespołem wydarzeń podzielonych na trzy części:

1. **Dni w Diecezjach**, kiedy młodzież przebywała na terenie całego kraju, który był gospodarzem spotkania. Struktura Dni w Diecezjach zależała od charakterystyki i stylu goszczącej diecezji; był to czas na wzajemne poznanie, integrację, poznanie kultury i topografii danego regionu. Na tym etapie nie brakowało wycieczek turystycznych, wspólnych zabaw, a także zaangażowania społecznego w różne dzieła i projekty przygotowane przez organizatorów.

4 Kraków: powołano Komitet Organizacyjny ŚDM 2016, dok. elektr., <http://nowaewangelizacja.org/krakow-powolano-komitet-organizacyjny-sdm-2016/> [odczyt: grudzień 2016].

5 *Ibidem*.

6 Krajowe Biuro Organizacyjne Światowych Dni Młodzieży, <http://www.kdm.org.pl/zejdzzkanapy/index.php>.

7 *Ibidem*.

2. **Wydarzenia Centralne**, czyli tygodniowy pobyt młodzieży w głównym mieście organizacyjnym. Po zakończeniu Dni w Diecezjach wszyscy udali się do diecezji, którą Ojciec Święty wyznaczył jako miejsce przeżywania Wydarzeń Centralnych. W poniedziałek młodzież przyjechała do Krakowa, we wtorek uczestniczyła w ceremonii otwarcia, w środę, czwartek i piątek brała udział w katechezach i Festiwalu Młodych. Wydarzeniom Centralnym towarzyszyły specjalne strefy spotkań, zwane Strefą Pojednania oraz Expo-vocation.
3. **Spotkania z papieżem**. Ostatnie dni pobytu w głównym mieście organizacyjnym to czas spotkań z papieżem. W Krakowie były to cztery główne wydarzenia: powitanie Ojca Świętego na krakowskich Błoniach, Droga Krzyżowa na Błoniach, całonocne czuwanie z Ojcem Świętym oraz Msza Połania na Campo Misericordiae w Brzegach⁸.

Dzięki przyjęciu takiego rozwiązania organizatorzy pokryli cały kraj siecią koordynatorów regionalnych i lokalnych. Warto podkreślić, że logistyka Światowych Dni Młodzieży w przeważającej większości oparta była na pracy wolontarystycznej zarówno osób duchownych, jak i świeckich (głównie młodzieży). Posługując się językiem zarządzania, można powiedzieć, że na potrzeby realizacji ŚDM stworzona została rozbudowana struktura dywizjonalna, w której nastąpiła znaczna decentralizacja uprawnień i odpowiedzialności; jej koordynacją zajmował się Komitet Organizacyjny ŚDM 2016.

W poszczególnych dekanatach w Polsce już w okresie od czerwca do sierpnia 2014 roku powołani zostali koordynatorzy dekanalni odpowiadający za koordynację struktur parafialnych, które również zostały utworzone w roku 2014. Struktury te odpowiadały za przygotowania logistyczne i duchowe wydarzeń realizowanych na ich terenie. Komitety Organizacyjne w parafiach tworzyły osoby odpowiedzialne zarówno za przygotowania duchowe, jak i organizacyjne. Najczęściej ich podstawę stanowiły parafialne grupy młodzieżowe oraz społeczne komitety działające przy parafii, np. oddziały Caritasu, grupy oazowe, Akcje Katolickie czy Stowarzyszenia Rodzin Katolickich. Opiekę nad działaniami KO w parafiach sprawowali proboszczowie i duszpasterze młodzieży. Każdy parafialny Komitet Organizacyjny miał z góry

narzuconą strukturę organizacyjną, w której skład wchodził: szef – przewodniczący KO, lider animacji duszpasterstwa, szef zakwaterowania, szef wyżywienia, szef transportu, tłumacze, przewodnicy, koordynator zakwaterowania (najczęściej osoba delegowana przez szkoły, na terenie których mieszkali pielgrzymi)⁹. Zaraz po utworzeniu Komitetów Organizacyjnych otrzymywały one szczegółową instrukcję, która precyzowała m.in. zakres ich obowiązków, obowiązujące kanały komunikacji pomiędzy poszczególnymi komitetami i komórkami organizacyjnymi ŚDM, wytyczne w zakresie kontaktu z instytucjami publicznymi, zakres informacji podstawowych przekazywanych mieszkańcom poszczególnych parafii.

Powołane Komitety Parafialne odpowiadały, w kwestiach logistyki, za:

- rejestrację uczestników z terenu parafii;
- zakwaterowanie i wyżywienie pielgrzymów przebywających na terenie parafii podczas Dni w Diecezjach;
- utworzenie parafialnych Centrów Informacyjnych, które miały służyć wsparciem zarówno pielgrzymom zagranicznym podczas Dni w Diecezjach, jak i pielgrzymom z terenu parafii, którzy zdecydowali się na uczestnictwo w Wydarzeniach Centralnych i/lub spotkaniach z papieżem;
- za dekorację i wystrój miasta/miejscowości (we współpracy z samorządem lokalnym);
- organizację miejsc spotkań i Festiwalu Młodych na terenie parafii. Działanie to często realizowane było we współpracy z samorządem, lokalnymi instytucjami kultury i organizacjami pozarządowymi;
- opracowanie i koordynację systemu transportu uczestników i gości;
- zapewnienie centrów postojowych dla autokarów i samochodów prywatnych;
- opracowanie i wdrożenie systemów bezpieczeństwa i opieki medycznej na terenie parafii;
- organizację pobytu niepełnosprawnych (jeśli była taka potrzeba);
- system czystości i sprzątania;
- tłumaczenia;
- codzienną opiekę nad pielgrzymami¹⁰.

8 Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016, http://www.krakow2016.com/organizatorzy_testowa.

9 Prezentacja przygotowana przez Komitet Organizacyjny ŚDM dla parafii, dok. elektron., <http://www.parafia-swiatniki.cal.pl/prezentacjaśdm14.pdf>.

10 *Ibidem*.

W kwestiach duchowych powołane Komitety Parafialne odpowiadały za:

- realizację programu duchowego i organizację katechez;
- organizację Festiwalu Młodych na terenie parafii;
- organizację uroczystości religijnych¹¹.

Zakres działań w obszarze duchowym był indywidulanie opracowywany w parafiach we współpracy z opiekunami grup zagranicznych przebywających na terenie parafii podczas Dni w Diecezjach. W dużej mierze zależał też od własnych inicjatyw księży i grup religijnych działających w parafiach. Szczególną rolę w tym procesie odegrała również młodzież, która aktywnie włączyła się w przygotowanie programu duchowego dla uczestników ŚDM, np. przygotowując oprawę muzyczną czy choreografię dla organizowanych wydarzeń (czuwań, modlitw, spotkań duchowych).

Mimo często pojawiających się w mediach w okresie przygotowań do ŚDM informacji na temat problemów organizacyjnych, niejasnego podziału obowiązków i odpowiedzialności, kwestie te były od samego początku przygotowań bardzo precyzyjnie określone, a następnie systematycznie wdrażane w praktyce.

3. Wolontariat kluczem do sukcesu organizacyjnego ŚDM

Warto podkreślić, że podstawą organizacji ŚDM była praca wolontariuszy. W organizację ŚDM zaangażowali się:

- wolontariusze krajowi i międzynarodowi długoterminowi (rok, pół roku, 3 miesiące przed ŚDM);
- wolontariusze krajowi i międzynarodowi krótkoterminowi (tydzień przed i na czas trwania ŚDM);
- wolontariusze diecezjalni i parafialni (długo- i krótkoterminowi).

W trakcie ŚDM pracowało łącznie 19 tys. wolontariuszy, w tym 4 tys. z 67 krajów świata, dalsze 8,5 tys. wolontariuszy z Komitetów Parafialnych w całej archidiecezji krakowskiej oraz 3 tys. ze wszystkich polskich diecezji¹².

¹¹ *Ibidem*.

¹² Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016,

Wolontariusze zaangażowani bezpośrednio w Komitecie Organizacyjnym ŚDM 2016 w Krakowie odpowiadali za:

- logistkę podczas zakwaterowania pielgrzymów w trakcie Wydarzeń Centralnych;
- pomoc na lotniskach, dworcach, przy głównych drogach i parkingach;
- administrację centrów namiotowych i administracyjnych;
- przygotowanie pakietów pielgrzyma;
- organizację głównych wydarzeń;
- pomoc w przygotowaniach wydarzeń kulturalnych, liturgii, katechez i pomoc w działaniach duszpasterskich;
- tłumaczenia;
- pomoc zdrowotną;
- administrację;
- komunikację – tworzenie sieci komunikacji;
- pomoc niepełnosprawnym¹³.

Znaczny ciężar, jak już podkreślano, związany z realizacją działań na poziomie lokalnym przejęty na siebie Komitety Parafialne, których działalność opierała się na zaangażowaniu ludzi młodych działających na zasadzie wolontariatu. Do obowiązków wolontariuszy należały m.in.:

- pomoc w zakresie organizacji katechez, mszy św., Festiwalu Młodych;
- organizacja służby porządkowej i współpraca ze służbami policyjnymi;
- współpraca w zakresie organizacji pomocy medycznej doraźnej;
- współpraca w zakresie organizacji wyżywienia – parafie, miejsca centralne, dystrybucja wody mineralnej;
- pomoc w zakresie tłumaczeń przed ŚDM i w trakcie ich trwania;
- współpraca w zakresie utrzymania czystości;
- przygotowanie materiałów informacyjnych (pakietów, dystrybucja materiałów informacyjnych);
- wszelkie inne formy wymagające obecności młodych ludzi¹⁴.

http://www.krakow2016.com/organizatorzy_testowa.

¹³ Prezentacja przygotowana przez Komitet Organizacyjny ŚDM dla parafii, dok. elektron., <http://www.parafia-swiatniki.cal.pl/prezentacjaśdm14.pdf>.

¹⁴ *Ibidem*.

Zakres obowiązków był bardzo szeroki i wymagał od młodzieży poświęcenia sporej ilości czasu i zaangażowania, a od organizatorów umiejętności motywowania zespołu, co – jak pokazała praktyka – było jedną z najmocniejszych stron organizatorów. Swoją chęć do zaangażowania się i aktywnego uczestnictwa w przygotowaniach i później obsłudze Światowych Dni Młodzieży sami wolontariusze, w trakcie przeprowadzonych wywiadów¹⁵, podkreślali w następujący sposób:

Chciałam w tych dniach dążyć z pomocą osobom przebywającym w Krakowie podczas ŚDM i zobaczyć papieża Franciszka [WP-91].

Chciałam poznać nowych ludzi i pomagać w ŚDM jako wolontariusz [WP-103].

Jestem wolontariuszką z parafii Matki Bożej Nieustającej Pomocy w Bibicach. Zostałam poproszona o pomoc, a poza tym po prostu chciałam uczestniczyć, ponieważ jest to ciekawe przeżycie, które daje możliwość porozmawiania w obcym języku z ludźmi, którzy mają inną kulturę [WP-119].

Chciałbym pomagać ludziom, chciałbym udzielać się innym osobom, i wiem, że to sprawia innym osobom radość, a jeżeli komuś to sprawia radość, również sprawia to mi [WP-238].

Organizatorzy wydarzenia zadbali, aby oczekiwania wolontariuszy względem ŚDM zostały spełnione, m.in. oferując im specjalny program, który wzmacniał ich motywację oraz zaspokajał oczekiwania, a tym samym umożliwiał sprawne funkcjonowanie przyjętej struktury organizacyjnej. Program ten składał się z oferty szkoleniowej, spotkań formacyjnych, które miały na celu m.in. budowanie wspólnoty, a także specjalnego spotkania z papieżem ostatniego dnia ŚDM na Tauron Arenie¹⁶. Działania dla wolontariuszy tworzących podstawę struktury ŚDM realizowane były również regularnie po zakończeniu wydarzenia. Z jednej strony można je potraktować jako istotny element motywacji, kluczowej w działalności

wolontariackiej, z drugiej strony warto podkreślić znaczenie takiej działalności w budowaniu i we wzmacnianiu wspólnoty wiernych, co było ważnym celem przyświecającym organizatorom Światowych Dni Młodzieży.

4. Współpraca z sektorem publicznym

Ze względu na ogrom wydarzenia w jego organizację aktywnie włączył się również sektor publiczny; zarówno na poziomie rządowym, jak i samorządowym. Celem uregulowania zakresu odpowiedzialności poszczególnych podmiotów zaangażowanych w przygotowania do ŚDM Sejm RP uchwalił 18 marca 2016 roku Specustawę usprawniającą organizację wizyty papieża Franciszka oraz Światowych Dni Młodzieży w Krakowie. Specustawa zawiera specjalne przepisy związane z przygotowaniem i organizacją konkretnego przedsięwzięcia, którym w tym wypadku były ŚDM w Krakowie i związana z nimi wizyta papieża Franciszka. Wydarzenia te zgromadziły w stolicy Małopolski, według różnych szacunków, ok. 2,5 mln osób z Polski i zagranicą¹⁷. Ustawa ta opisuje procedury postępowania i zakres odpowiedzialności poszczególnych służb, zwyczajowo rozproszonych w różnych aktach prawnych. Specustawa określiła m.in. zadania administracji publicznej w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa i porządku publicznego oraz bezpieczeństwa medycznego i transportowego podczas zaplanowanych w trakcie Światowych Dni Młodzieży wydarzeń. W ustawie uregulowano również zasady współpracy organów administracji publicznej i organizatora ŚDM – Archidiecezji Krakowskiej. Konieczność wprowadzenia takich uregulowań argumentowana była faktem, iż do wydarzeń o charakterze religijnym nie stosuje się przepisów ustawy o bezpieczeństwie imprez masowych, co odnosiło się m.in. do zakresu odpowiedzialności i udziału policji w organizacji wydarzenia. „Specustawa przewidywała także m.in., że w określonych przypadkach, do zamówień na dostawy, usługi lub roboty budowlane realizowane w związku z organizacją ŚDM możliwe było niestosowanie zapisów ustawy Prawo zamówień publicznych. Chodziło o sytuacje, gdy przedmiot zamówienia jest związany z zapewnieniem bezpieczeństwa i zdrowia

15 Wywiady przeprowadzono w trakcie ŚDM 2016 w Krakowie, zob. rozdział „Metodologia badań w projekcie Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny”.

16 Zostań wolontariuszem, <http://www.krakow2016.com/zostan-wolontariuszem>.

17 Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016, http://www.krakow2016.com/organizatorzy_testowa.

publicznego, życia lub zdrowia ludzi albo wartość zamówienia publicznego jest mniejsza, niż kwoty zapisane w Prawie zamówień publicznych¹⁸. Na potrzeby koordynacji prac związanych z organizacją ŚDM, za które odpowiedzialna była strona rządowa, powołany został Rządowy Zespół ds. Organizacji ŚDM.

Ważnym aspektem organizacyjnym Świątowych Dni Młodzieży było nawiązanie ścisłej współpracy z Miastem Kraków oraz Województwem Małopolskim, które ze względu na fakt organizacji tego wydarzenia w Krakowie, aktywnie włączyły się w przygotowania. Zakres współpracy między nimi regulował list intencyjny podpisany 25 lutego 2015 roku. Porozumienie w ten sposób zawarte regulowało w szczególności kwestie dotyczące:

- a. opracowania i przyjęcia wspólnej strategii działania w zakresie organizacji ŚDM w obszarach logistyki, promocji oraz finansów;
- b. ustalenia zasad wdrożenia strategii, o której mowa w ppkt. a;
- c. określenia zasad zaangażowania urzędów i podmiotów im podległych w przygotowanie i organizację¹⁹.

W oparciu o porozumienie powstał międzyinstytucjonalny zespół, który był odpowiedzialny za realizację jego założeń.

Podobne porozumienia zawierane były również na szczeblu lokalnym pomiędzy poszczególnymi dekanatami a gminami, na terenie których przebywali pielgrzymi oraz realizowane były wydarzenia w ramach ŚDM (m.in. Festiwal Młodych). Gminy wyznaczały pełnomocników ds. ŚDM, którzy współpracowali z ks. dziekanem oraz Koordynatorami Dekanalnymi KO ŚDM w zakresie:

- udostępniania jednostek edukacji/szkół, sal, hal itp.;
- udziału w przygotowaniu organizacyjnym katechez, mszy św. oraz Festiwalu Młodych;
- współpracy w zakresie organizacji transportu, gospodarki odpadami itp.;
- pomocy z budżetu gminy na zadania związane z infrastrukturą²⁰.

W sposób szczególny w przygotowania Świątowych Dni Młodzieży, z racji tego, że na terenie gminy odbywała się Msza Połania – główne wydarzenie w ramach ŚDM, zaangażowany został samorząd lokalny w Wieliczce. Gmina musiała się bowiem przygotować na przyjęcie w krótkim czasie ponad 2 mln gości z całego świata, co było ogromnym wyzwaniem logistycznym. Jak podkreślała jedna z respondentek w trakcie wywiadu, podsumowując działania gminy w tym zakresie:

Tak. Jak już mówiłam z jednej strony było to przygotowanie Campusu Misericordiae (infrastruktura, stworzenie map dojazdu, oznakowania, punkty informacyjne). Campus to miejsce stworzone w zasadzie od zera, więc naprawdę dużo tutaj naszej pracy i wysiłku włożonego w przygotowanie tego miejsca. Z drugiej koordynacja działań w zakresie przyjmowania pielgrzymów w parafiach na terenie naszej gminy. Organizowaliśmy spotkania, zapraszaliśmy rodziny do tego, aby przyjmowały pielgrzymów, zapewnialiśmy im pomoc naszych wolontariuszy z gminy, służb. Stworzyliśmy ulotki, informatory, centra informacji czynne całą dobę, gdzie każdy mógł zadzwonić w potrzebie. Były telefony, zgłoszenia. Komuś coś zagięło, ktoś potrzebował transportu, raz osoba chora potrzebowała wózka inwalidzkiego, ktoś potrzebował pomocy w dotarciu na miejsce. Generalnie w te działania było zaangażowanych około 50 osób plus oczywiście rodziny. Samych Komitetów Parafialnych było 16 [WI-50].

Poziom zaangażowania instytucji publicznych dobrze ilustruje grafika, która została przygotowana na zlecenie Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016 w Krakowie oraz Ministerstwa Spraw Wewnętrznych (ryc. 2).

18 Zakończyło się 14. posiedzenie Sejmu, <http://www.sejm.gov.pl/Sejm8.nsf/komunikat.xsp?documentId=4883FC777651B9B2C1257F7A004C30FF>

19 List intencyjny w sprawie współpracy przy ŚDM, dok. elektron., <http://www.krakow2016.com/list-intencyjny-w-sprawie-wspolpracy-przy-sdm>.

20 Prezentacja przygotowana przez Komitet Organizacyjny ŚDM dla parafii, dok. elektron., <http://www.parafia-swiatniki.cal.pl/prezentacjaśdm14.pdf>.



ŚDM KRAKÓW 2016 W LICZBACH

onet.

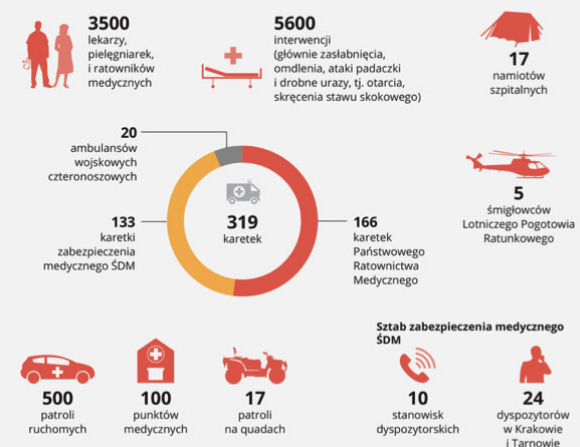
Światowe Dni Młodzieży, które odbyły się w Krakowie w dniach 26-31 lipca 2016 r., zgromadziły blisko 3 miliony wiernych. Oficjalnej rejestracji dokonały osoby ze 187 krajów świata, a o bezpieczeństwo uczestników dbało łącznie ponad 38 tys. funkcjonariuszy.



BEZPIECZEŃSTWO



OCHRONA ZDROWIA



Kolejne Światowe Dni Młodzieży odbędą się w **Panamie w 2019 r.**



Źródło: PAP, Komitet Organizacyjny ŚDM Kraków 2016, MSWiA

Infografika: Polska Grupa Infograficzna

5. Współpraca z partnerami

Poza władzami centralnymi i lokalnymi w organizację Światowych Dni Młodzieży zaangażowały się liczne podmioty: przeróżne organizacje, zarówno publiczne (głównie instytucje kultury), jak i prywatne, pozarządowe, a także grupy nieformalne.

Jednym z najważniejszych obszarów współpracy była oferta kulturalna i turystyczna dostępna dla uczestników ŚDM zarówno podczas Dni w Diecezjach, jak i w trakcie Wydarzeń Centralnych. W efekcie wspólnymi siłami w całej Polsce zorganizowano kilkaset różnych wydarzeń promocyjnych, kulturalnych i artystycznych. Warto zwrócić uwagę, że wiele z tych przedsięwzięć było finansowanych ze środków publicznych: przy udziale środków gminnych lub innych, przyznawanych w ramach dotacji celowych lub rozdzielanych na zasadzie konkursów. Wiele realizowanych było bez dodatkowych środków, w oparciu o zaangażowanie mieszkańców i ich stowarzyszeń, np. festyny wiejskie połączone z prezentacjami kuchni regionalnej, występy zespołów. Część organizacji zdecydowała się na przygotowanie specjalnej oferty dla pielgrzymów:

Tak, była to specjalnie przygotowana oferta. Zwiedzanie bez przewodnika z racji tego, że chciało jak najwięcej osób zobaczyć muzeum. No i dzięki temu zwiedzający otrzymywali też foldery ułatwiające poruszanie się po wystawie, one były przygotowane w obcych językach. Angielski, niemiecki, francuski, hiszpański, włoski, słowacki [WI-17].

Oferta była przygotowana dużo wcześniej pod kątem uczestników i była finansowana przez wydział kultury. Oferta była otwarta, każdy mógł przyjść, byli pielgrzymi i mieszkańcy. Dom Kultury organizował zajęcia, koncerty, wycieczki, poza tym nasze podległe jednostki też organizowały, mamy jednostki w tzw. osiedlach peryferyjnych, więc tam też była młodzież, która uczestniczyła w ŚDM. Myśmy tutaj zorganizowali dużo warsztatów artystycznych i brały w nich udział harcerki, ale nie tylko, wycieczki, na te wycieczki rzeczywiście dużo osób poszło. Były też warsztaty taneczne i warsztaty nauki tańców polskich dla skautów, którzy mieli zlot w Parku Bednarskiego. I mieliśmy koncert na Rynku Podgórskim „Podgórze dla ŚDM”, to był Grzegorz Turnau [WI-40].

Specjalna oferta – współpracowaliśmy z Festiwalem Młodych, z jedną ze scen, która w ramach tego festiwalu się odbywała. Niektóre z naszych zespołów, które w naszej instytucji działały, występowały na tej scenie. Użyczyliśmy festiwalowi, artystom występującym na tym festiwalu naszych przestrzeni, to zarówno przestrzenie na przebieralnie, jak i pokój do odpoczynku, ale część pomieszczeń zaadaptowaliśmy na sale noclegowe, obsługa tego Festiwalu Młodych u nas nocowała. Użyczyliśmy też naszej sceny plenerowej, która stoi tutaj przed budynkiem, na tej scenie odbywała się msza św. I ogólnie taka współpraca na miejscu w sytuacjach, powiedzmy, takich kryzysowych. Jeżeli mogliśmy pomagać, to pomagaliśmy [WI-42].

Część instytucji, mimo że nie zdecydowała się na przygotowanie dodatkowej oferty kulturalnej przygotowanej z myślą o pielgrzymach, to jednak wprowadziła ułatwienia umożliwiające uczestnikom ŚDM korzystanie z wydarzeń stałych:

[Muzeum] nie przygotowało specjalnej oferty. Osoby, które były uczestnikami ŚDM, za okazaniem identyfikatora, legitymacji potwierdzającej jej uczestnictwo, miały wejście za darmo do muzeum [WI-33].

[...] przez trzy dni w ramach ŚDM, w ramach Festiwalu Młodych, muzeum było udostępniane uczestnikom ŚDM bezpłatnie. Było udostępniane w godzinach dłuższych, bo było otwarte od godziny 9.00 do 20.00 wieczorem. No i w ramach tego te osoby mogły sobie tutaj zwiedzać. To była taka oferta [WI-16].

Wśród respondentów instytucjonalnych uczestniczących w wywiadach ewaluacyjnych po wydarzeniu odczuwalne było przekonanie, że włączenie się w organizację Światowych Dni Młodzieży było niejako ich obowiązkiem, który wynikał z jednej strony z przekonania, że po prostu tak powinno się postąpić, a z drugiej wydarzenie to było wyjątkową okazją do pokazania Polaków i Polski w jak najlepszym świetle, chęci poznania nowych ludzi i poczucia odpowiedzialności za gości przybywających do Krakowa.

Tzn. radio skupiło się przede wszystkim na relacjonowaniu wydarzeń, więc jeżeli mówimy o pielgrzymach, to chodzi o pielgrzymów, którzy są polskojęzyczni, którzy dostają informacje logistyczne: gdzie iść, gdzie nie iść. Gdzie są

jakieś utrudnienia, jak zachować się podczas spotkań z papieżem czy podczas spotkań modlitewnych, jak organizowany jest transport publiczny. Tak że to było wyciągnięcie ręki do pielgrzymów, uczestników [WI-18].

Pocztą przygotowała specjalne różne takie znaczki okolicznościowe, pamiątki tak samo, nawet mieliśmy takie swoje stoiska, np. na Wawelu, gdzie można było kupić różne pamiątki związane z ŚDM [WI-22].

Ważnym partnerem Komitetu Organizacyjnego podczas ŚDM były podmioty prywatne, zwłaszcza miejscowi restauratorzy, właściciele punktów gastronomiczno-usługowych, w tym m.in. prowadzący stołówki szkolne, akademickie, stołówki w domach zakonnych i parafiach, a także specjalnie powstałe pola gastronomiczne i mobilne punkty żywienia. Zgodnie z założeniami uczestnicy ŚDM w ramach wykupywanych pakietów mieli zapewnione wyżywienie. Komitet Organizacyjny ŚDM wymagał od restauratorów darmowej wody dla pielgrzymów, osobnej kolejki obsługi w swoich lokalach oraz odpowiedniej informacji w menu. Podpisanie umowy na zasadzie licencji z KO i realizowanie talonów ŚDM nie wykluczało restauratora z równoległej działalności komercyjnej. Sublicencja dająca punktom gastronomicznym prawo umieszczenia logo ŚDM w witrynie lokalu, na stronie internetowej i w menu kosztowała 1000 zł (lub z rabatem 600 zł). Ponadto wszyscy partnerzy żywieniowi ŚDM widnieli na oficjalnej stronie wydarzenia krakow2016.com, a pielgrzymi mieli te punkty zaznaczone na mapie mobilnej aplikacji, którą przygotował Komitet Organizacyjny. Ostatecznie z akredytacji skorzystało ok. 280 podmiotów²¹.

Mimo że w mediach pojawiały się informacje dotyczące niezadowolonych przedsiębiorców z organizacji ŚDM – zwłaszcza restauratorów, którzy liczyli na dużo większe zyski – wśród przedsiębiorców uczestniczących w wywiadach dominowały pozytywne odczucia względem organizacji:

Ja prostu, będąc w sklepie, nie zauważyłam nic takiego, żeby negatywnie ocenić, wręcz, wie pan, przeciwnie, pozytywnie, bardzo dobrze. Czy policja, prawda, czy służby, prawda, czy nawet, proszę pana, obcokrajowcy, którzy

21 Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016, <http://www.krakow2016.com/wyzywienie>.

przyjechali, zachowywali się normalnie. Nawet i nasi ludzie, nawet i nasi, mimo wszystko już nie posiadali tego uśmiechu, tak jak obcokrajowcy. Jak turyści, prawda, ale było wszystko w porządku [WPRZ-6].

Negatywnych nie widzę. Każde takiego typu spotkanie wiąże się z pewnymi kosztami, ale w tym przypadku nie przeliczam tego na koszty. Jak mówiłem o korzyściach płynących na kolejne lata, oni zaczną do nas wracać, mówimy tu o aspekcie finansowym pozytywnym nie tylko na sam Kraków, ale również i okolice. Jeżeli dobrze zostaniemy spostrzeżeni jako Kraków, to może dobrze zostaniemy spostrzeżeni jako kraj. I wszyscy w szerszym gronie będziemy mogli na tym skorzystać. Organizacyjnie w Krakowie z tego, co do mnie docierało, bardzo pozytywnie, natomiast to, co było na miejscu, mieszkam bardzo blisko domu parafialnego, to widziałem, że dużo młodych osób zaangażowało się w proces ŚDM. Z tego, co pamiętam, to było od wczesnych godzin porannych nawet do późnych godzin wieczornych. W związku z powyższym, to było coś, co naszej lokalnej społeczności bardzo się spodobało [WPRZ-23].

Myślę, że tak. Już po tych dniach mogę [...] [powiedzieć], że [klienci] bardziej się nastawili pozytywnie do świata. Zawsze narzekali, zawsze jakoś... A po dniach jakaś nowa energia w nich wstąpiła, więc myślę, że to przede wszystkim. I taka wiara, że będzie dobrze [WPRZ-31].

Niezwykle ważnym i często niedocenianym w mediach – zwłaszcza w fazie przygotowań – partnerem w organizacji Światowych Dni Młodzieży byli wszyscy Polacy, którzy zdecydowali się przyjąć w swoich domach pielgrzymów, czy też pomagali im na co dzień, choćby nawet udzielając informacji. Gospodarze włożyli bardzo dużo energii w przyjęcie pielgrzymów. Niejednokrotnie ich udział w organizacji wydarzenia nie ograniczał się tylko do przyjęcia pielgrzymów pod swój dach i przygotowania dla nich śniadania. Często podwozili oni pielgrzymów własnymi samochodami na miejsca zbiórek, przygotowywali dodatkowy prowiant, pokazywali okolicę, udzielali wszelkich informacji. Goszczenie pielgrzymów wielokrotnie wiązało się dla nich z koniecznością ponoszenia dodatkowych kosztów, ale – co warto podkreślić – żaden z respondentów nie traktował tego jako negatywny aspekt organizacyjny, a raczej rzecz naturalną, wynikającą z jego dobrowolnej decyzji o zaangażowaniu się w przedsięwzięcie.

[...] Tak się przygotowywaliśmy logistycznie, to wiadomo, czyli jakieś tam zapasy wody, materace, tego typu rzeczy, żeby było gdzie spać. No, na śniadanie żeby też przygotować. [...] Zgromadzenie odpowiedniej ilości ręczników i takie rzeczy [...]. Powiedziano nam, że rozmawiają po angielsku, my jakoś tam tym angielskim się też posługujemy, więc nie było jakiś [...] [WG-1].

Tak, zrobiliśmy większe zakupy, przygotowałam z mamą [...] więcej jedzenia, obiad żeby był. No i też, jako że mieszkamy pod Krakowem, to też była pewna logistyka z jeżdżeniem autem, ponieważ trochę dostosowałam mój czas też do tego, kiedy trzeba odebrać dziewczyny, zawieźć do domu, bo dojazd autobusami byłby kłopotliwy, więc w tym względzie [...]. No i oczywiście przygotowanie przestrzeni, żeby je ugościć, postanie łóżek, posprzątanie [WG-4].

Poczynając od tego, że jestem ze Śląska, a tam gościnność jest na najwyższym poziomie, to na pewno wycieczki. Zaczniemy bardziej kulturalnie... Na pewno były wycieczki, na pewno było na początku trochę gościnnej wódeczki z chlebkiem... Kurczę, staraliśmy się jakoś strasznie, żeby ich przyjąć. W ogóle każdy dostał od nas prezent, taki regionalny, taką paczkę dostał. Oni byli mega zszokowani. I sam fakt w ogóle, że zwiedzaliśmy to wszystko razem, było takim poświęceniem czasu, nie? Nie tylko, że gościmy ich i „idźcie sobie dalej”, tylko też to, że poświęciliśmy czas, sprawiło, że byliśmy jakoś tak... jedno. Razem [WG-16].

Zostałam wyeksportowana ze swojego pokoju, ale uznałam, że poświęcę się dla tak cudownych ludzi. Kupiliśmy materace i dużo jedzenia i to były całe przygotowania. [...] w zasadzie to, co dostawali na mieście, to było nic przy ich potrzebach, więc musieliśmy im zapewnić każdy posiłek [WG-41].

6. Organizacja Światowych Dni Młodzieży w opiniach uczestników i obserwatorów

Ze względu na powszechność dostępu do informacji przygotowaniom i realizacji Światowych Dni Młodzieży stale towarzyszyli dziennikarze, którzy na bieżąco raportowali i komentowali działania zarówno Komitetu Organizacyjnego, jak i władz publicznych. Również Komitet Organizacyjny ŚDM 2016, Urząd Miasta Krakowa oraz Urząd Wojewódzki regularnie podawały do publicznej wiadomości raporty na temat postępów w przygotowaniach do ŚDM.

W okresie od początku maja 2016 roku do rozpoczęcia Dni w Diecezjach zarejestrowano blisko 2,5 tys. artykułów o Światowych Dniach Młodzieży w polskich mediach. W okresie tym media zwracały uwagę przede wszystkim na kwestie:

- finansów (kto ma ponieść koszty, co ile kosztuje, na co miasto Kraków wydało pieniądze, a na co Komitet Organizacyjny itd.);
- bezpieczeństwa (czy impreza jest dobrze zabezpieczona, jakie są zabezpieczenia antyterrorystyczne, czy będą utrudnienia w ruchu i życiu codziennym mieszkańców Krakowa itd.);
- infrastruktury.

Jako problematyczne wskazywano np. kontrole policji w akademikach, co było przejawem troski o bezpieczeństwo podczas ŚDM, regularnie przygotowywane przez organizatorów raporty o stanie przygotowań i bezpieczeństwie w Brzegach, które budziły wątpliwości, czy brak noclegów dla zagranicznych pielgrzymów, w tym niechęć Polaków do przyjęcia pielgrzymów do swoich domów. Liczba negatywnych lub rodzących obawy komunikatów, mimo iż w większości (ok. 70%) była neutralna w treści, budziła wśród społeczeństwa polskiego swoisty niepokój, który wzmacniany był również tytułami niektórych artykułów pojawiających się w mediach w tym okresie:

- *Po Brzegi wątpliwości*, „Tygodnik Powszechny”, 24 kwietnia 2016.
- *Błaszczak: Musimy być przygotowani na wydarzenia, które – mam nadzieję – nie nastąpią*, „Gazeta Wyborcza”, 10 maja 2016;
- *Ochota wyda 250 tys. zł na Światowe Dni Młodzieży. „Dla katolików, nie mieszkańców”*, „Gazeta Wyborcza”, 10 maja 2016;

- *Operacja ŚDM. Czy Brzegi wytrzymają deszcz?*, „Gazeta Wyborcza”, 12 maja 2016;
- *Śląsk traci przez terrorystów! Pielgrzymi boją się przyjechać*, „Fakt”, 15 czerwca 2016;
- *Epidemia na Światowych Dniach Młodzieży? Są decyzje ministerstwa*, „Fakt”, 21 czerwca 2016;
- *ŚDM: BOR boi się zamachu na papieża*, „Super Express”, 24 czerwca 2016;

Do najaktywniejszych mediów w tym okresie należały: Centrum Prasowe Papież w Polsce – pope2016.com (14,3% wszystkich treści), Magazyn Katolickiej Agencji Informacyjnej – ekai.pl (12,5%), „Gazeta Wyborcza” (11%) oraz „Gazeta Krakowska” (8,6%). Należy zaznaczyć, że nie zawsze objęcie patronatu medialnego nad wydarzeniem wiązało się z publikacją większej ilości treści o nim. W kilku przypadkach patroni medialni opublikowali mniej artykułów o ŚDM, niż inne czasopisma o tej samej częstotliwości ukazywania się (np. „Wprost” i „DoRzeczy” a „Tygodnik Powszechny”).

Percepcja Światowych Dni Młodzieży ewoluowała wraz ze zbliżającym się terminem ich rozpoczęcia, aby w trakcie tygodnia Wydarzeń Centralnych eksponować głównie pozytywne aspekty organizacji ŚDM. W prasie dominowały doniesienia na temat doskonałej organizacji, pozytywne głosy na temat pracy służb porządkowych i bezpieczeństwa, a także klimatu i gościnności, którego współtwórcami byli wszyscy zaangażowani w przygotowania i realizację ŚDM. Świadczą o tym takie tytuły prasowe, jak:

- *ŚDM: pierwsza noc pielgrzymów w Krakowie – miasto ogarnęło szaleństwo*, onet.pl, 26 lipca 2016;
- *Prezentacja kultur – jedna wieś odzwierciedla cały świat*, dziennikpolski224.pl, 29 lipca 2016;
- *Nie zabrali namiotów, pogubili drogę, ale parafianie z Mogiły szybko przyszli z pomocą*, dziennikpolski24.pl, 27 lipca 2016;
- *ŚDM 2016. Przywieźli nam radość*, dziennikpolski24.pl, 30 lipca 2016;
- *Jak wielokulturowy karnawał ŚDM zmienia Kraków*, „Gazeta Wyborcza”, 28 lipca 2016.

Krytyczne publikacje na temat organizacji ŚDM powróciły po wydarzeniu, kiedy emocje związane bezpośrednio z doświadczeniami tego okresu opadły. Szczególną uwagę mediów przykuły kwestie związane z finansami ŚDM – ile ostatecznie organizacja wydarzenia kosztowała, jaki udział w wydatkach tych miały środki publiczne, a także jakie wymierne korzyści Polska odniosła w związku z organizacją ŚDM. Większość tych pytań w momencie przygotowania niniejszego raportu (grudzień 2016) pozostała bez odpowiedzi, zwłaszcza ze strony kościelnej. Miasto Kraków natomiast na początku grudnia 2016 roku opublikowało komunikat podsumowujący wydatki związane z organizacją wydarzenia.

Wydatki Miasta Krakowa na Światowe Dni Młodzieży

Na prawidłowe funkcjonowanie miasta podczas ŚDM wydano 27 mln 286 tys. 355 zł i 93 gr. Ze środków zewnętrznych, głównie z budżetu państwa, otrzymano na realizację tych zadań 19 mln 30 tys. 704 zł 98 gr, co oznacza, że wkład własny z budżetu miasta wyniósł ponad 8 mln 255 tys. zł. Rozliczenie to nie obejmuje przeprowadzonych w mieście inwestycji, takich jak chociażby remonty dróg i chodników.

Struktura wydatków:

utrzymanie czystości i porządku w mieście	10,5 mln zł;
zmiana organizacji ruchu i wyznaczenie dodatkowych parkingów	5,32 mln zł;
wzmocnienie komunikacji miejskiej	4,5 mln zł;
wynajem i utrzymanie toalet	2,6 mln zł;
oznaczenie ruchu pieszego i dekoracja miasta	1,46 mln zł;
zwiększone koszty działania Powiatowego Inspektoratu Nadzoru Budowlanego oraz Komendy Miejskiej Państwowej Straży Pożarnej	1 mln zł;
dodatkowe patrole strażników miejskich zabezpieczających wydarzenia ŚDM	129 tys. zł;
przygotowanie lądowiska przy stadionie Wisły, mapy dla pielgrzymów i ich obsługa informacyjna, koncerty Festiwalu Młodych na Rynku Głównym oraz rozszerzenie działalności Całodobowego Telefonu Informacji Medycznej	1,65 mln zł;
zakup radiowozów i środków łączności dla straży miejskiej	1,1 mln zł;
zakwaterowanie pielgrzymów w szkołach oraz wykonane tam przed ŚDM remonty	7 mln 814 tys. zł.

Szacunkowe wpływy do kasy Miasta Krakowa dzięki ŚDM:

ze sprzedaży biletów komunikacji miejskiej	3 mln 162 tys. 148 zł;
przy założeniu, że w ŚDM uczestniczyło 1,5 mln osób, zostawili oni w mieście	500 mln zł,
a 145 mln zł	wydali jeszcze przed przyjazdem, rezerwując różne usługi;
według danych Instytutu Monitorowania Mediów od poniedziałku 25 lipca do niedzieli 31 lipca w kontekście ŚDM Kraków pojawił się w ponad 5,5 tys. materiałów prasowych.	
Ekwiwalent reklamowy w mediach polskich wyniósł	67 mln zł,
a w mediach zagranicznych	ok. 500–550 mln zł.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie ŚDM: wydatki Krakowa rozliczone, dok. elektr., http://krakow.pl/aktualnosci/205912,29,komunikat_sdm__wydatki_krakowa_rozliczone.html

Warto zwrócić uwagę, że o ile informacje na temat finansów związanych z ŚDM przed wydarzeniem budziły spore zainteresowanie zarówno ze strony mediów, jak i społeczeństwa, o tyle w grudniu, kiedy opublikowano dane Urzędu Miasta Krakowa, nie wywołały szerokiej dyskusji w mediach.

Zdaniem respondentów uczestniczących w przeprowadzanych w ramach badań wywiadach pierwotny niepokój okazał się nieuzasadniony. Rozmówcy pytani o to, czy zmieniło się ich postrzeganie organizacji ŚDM po wydarzeniu, odpowiadali następująco:

Tak, myślę, że tak. Ponieważ jednak wcześniej chyba troszkę daliśmy się ponieść temu ogólnemu nastrojowi sceptycyzmu, że „a, coś się może stanie”, może się nie stanie... [...] że będzie bardzo dużo utrudnień [...] korki. [...] Tak sceptycznie do tego podchodziłem, a teraz rzeczywiście, no niesamowite przeżycia i w sumie chętnie byśmy się nawet wybrali na kolejne. No taki piękny tydzień w życiu [WG-2].

Tak. To znaczy na początku w ogóle nie wyobrażałam sobie tego, jeśli chodzi o kwestie organizacyjne. Nie wyobrażałam sobie tego. Powiedzmy sobie szczerze, wszystko, co jest związane z organizacją w Polsce, pewnie napawa nijakim optymizmem, obawą. No, kurczę... Zmieniło się bardzo. Począwszy od wspomnianej policji, przez gościnność polską, a właśnie się mówi o takim pseudo, jak to się mówi, nacjonalizmie, że jesteśmy ksenofobami, zmieniło się diametralnie. Gościnność się nam leje uszami wręcz [WG-16].

Negatywnie nie, natomiast pozytywnie mnie zaskoczyło to, bo, wie pan, jak to jest, przy tych organizacjach to tak różnie, można postrzegać, że tak powiem nasze, w sensie krajowym, organizacje. No, choćby organizację państwa, nie, różnie to możemy do tego podchodzić. Natomiast wydaje mi się, że te Światowe Dni Młodzieży były takim, to jestem przekonany, że to był przykład znakomitej organizacji. Przecież to był, no nie wiem, ile tych ludzi było, ale ponad milion. No tam napływali, były różne fale i to wydaje mi się, że nie ma powodu, możemy być dumni po prostu z tego, jak to zostało zorganizowane. Pewnie każdy też na swoim podwórku małym też to się do tego jakoś przyczynił [WI-4].

Również uczestnicy Światowych Dni Młodzieży w większości pozytywnie oceniali organizację imprezy. Warto jednak podkreślić, że podczas wywiadów koncentrowali się na emocjach i odczuciach, które im towarzyszyły:

[...] od pierwszego momentu niezwykle zachwyciła mnie gościnność ludzi, [...] goszczono nas jak królów, [...] złotówki, wszystko bardzo tanie, dobre i tanie jedzenie [WP-10].

Może to niezbyt niesamowite, co powiem, ale najbardziej zaskoczyły mnie drobiazgi, myślę o tym, że ludzie mówili, żebym nastawił się na to, że będę spał na podłodze i codziennie jadł to samo, a ostatecznie miejsce, w którym nocowałem, było bardzo, bardzo miłe [WP-31].

Respondenci, którzy odnosili się bezpośrednio do kwestii organizacyjnych, najczęściej zwracali uwagę na profesjonalną opiekę medyczną, miejsce, które postrzegali jako atrakcyjne i odpowiednie na realizację tak dużego wydarzenia, jakim były Światowe Dni Młodzieży, ofertę programową (koncerty, spotkania), również kwestie bezpieczeństwa.

[...] dziewczyna, która zastrzała (udar słoneczny, spadek ciśnienia), bardzo szybko uzyskała profesjonalną pomoc [WP-34].

[...] samo miejsce mszy było OK, dobrze zorganizowane, dużo przestrzeni, właściwie nie zabiorę żadnych złych wspomnień z Polski [WP-36].

Jestem bardzo pozytywnie zaskoczony. Organizacja jest świetna. Jest wiele, dużo wydarzeń. Jest świetnie. Jestem szczęśliwy, że tu jestem i mogę w tym uczestniczyć [WP-108].

Mam tylko pozytywne odczucia. Organizacja jest bardzo dobra, ludzie są wspaniali. Zabytki są wspaniałe. Cieszę się, że zobaczyłem papieża, to było wspaniałe. Całe Światowe Dni są wspaniałe [WP-110].

Jest bardzo spokojnie. Bałam się tego, że jak dziki tłum trafi do Krakowa, to będzie tak troszkę niebezpiecznie, a tutaj wracam codziennie koło

pierwszej w nocy do domu i jest bardzo fajnie. Czuję się bezpieczniej niż normalnie. Wracam sobie z różnymi grupami. Wczoraj trafiłam na Włochów. Szłam przez jakiś las, było ciemno. Myślałam, że będę sama, będę się bać, tutaj trafiłam na Włochów. Szliśmy, śpiewaliśmy, tak że jestem pozytywnie zaskoczona. Jest czysto. Wczoraj przez tę ulicę przeszło tysiące ludzi na Błonia. Jest czysto, jest bezpiecznie, tak że to jest ta największa niespodzianka. No i jeszcze organizacja – wcale nie jest tak źle, jak mówią. Na tramwaje i autobusy trzeba czasem poczekać, aczkolwiek da się dostać, nie trzeba iść na nogach, więc nie jest tak źle. Do łazienek też nie widziałam kolejek jeszcze sporych. Tak że organizacyjnie dość pozytywnie, póki co [WP-144].

Jestem pozytywnie zaskoczony gościnnością oraz spodniami, które ma grupa z Angoli, co więcej, jestem zaskoczony dobrą organizacją tego wydarzenia, policją, strażą miejską – to dość organizacyjnie jest mozolne, a myślę, że Kraków bardzo dobrze daje sobie radę, Myślenice również. Jestem zafascynowany wolontariuszami i wolontariuszkami. Przeciętni Polacy są bardzo przyjaźni i z taką dużą wyrozumiałością podchodzą. Jestem też zachwycony architekturą Krakowa, to piękne miasto [WP-190].

Przygotowanie jest dobre, ludzie są gościnni, mam bardzo dobre wrażenia z tego miejsca [WP-219].

Kiedy byli dopytywani o kwestie organizacyjne, trudno im było odnieść się do konkretnego aspektu. Najczęściej wypowiedzi, często poprzedzone chwilą refleksji lub pytaniami dodatkowymi ze strony badaczy, odnosiły się do bardzo ogólnych stwierdzeń:

[...] rozumiem, że kwestie organizacyjne są bardzo skomplikowane, logistyka, upały, kwestie tłumaczeń..., ale nie zostaje w mojej głowie nic negatywnego, to były tylko małe szczegóły, o których już zapomniałem [WP-22].

[...] bardzo dobra organizacja [WP-1].

[...] temat pociągów był bardzo źle zorganizowany, transport publiczny, bardzo długie oczekiwanie w pozycji stojącej, w deszczu [WP-6].

Jedzenie jest inne, duże kolejki do jedzenia [WP-254].

Nie ma rzeczy negatywnych, chociaż może jedzenie, bo nie zwykliśmy jeść kiełbasek ciągle albo pierogów, jest to pyszne, ale... [WP-259].

Nie wiem, czy jest jakieś negatywne, może to, że czasem, jak np. wczoraj w nocy, autobusy były zapchane, było wiele ludzi, autobusy były pełne, ale ja rozumiem, że jest bardzo wielu ludzi, więc to jest zrozumiałe, więc nie jest to taki wielki negatyw [WP-270].

Niektórzy badani po chwili zastanowienia zwracali jedynie uwagę na kwestie transportu, którego zrozumienie sprawiało im wiele trudności, co też często starali się usprawiedliwiać swoją niewiedzą lub nieumiejętnością radzenia sobie w dużym mieście, tak by jednak nie eksponować negatywnych aspektów organizacji. Odczucia pozytywne były dominujące.

Podsumowanie

Organizacja Światowych Dni Młodzieży była przedsięwzięciem niezwykle złożonym zarówno pod kątem liczby podmiotów zaangażowanych w realizację tego wydarzenia, jak i jego zakresu. Zagadnienie to, co już wielokrotnie zostało podkreślone, stanowiło przedmiot zainteresowania szerokiego grona obserwatorów. Co warto zauważyć, o ile w okresie przygotowań w przeprowadzanych analizach koncentrowano się na kwestiach *stricte* merytorycznych, o tyle w procesie ewaluacji często kluczowy wpływ na percepcję organizacji wydarzenia odegrały emocje oraz indywidualne doświadczenia uczestników i obserwatorów ŚDM związane z kontaktem z innymi ludźmi oraz panującą wówczas pozytywną atmosferą.

Światowe Dni Młodzieży jako fenomen turystyczny

Turystyka kulturowa jest obecnie dynamicznie rozwijającym się sektorem rynku usług turystycznych, coraz istotniejszym z punktu widzenia rozwoju miast czy regionów. Jak pisze Armin Mikos von Rohrscheidt: „Na progu XXI wieku turystyka jest w obszarze europejskim nie tylko coraz częściej wybieranym sposobem spędzania wolnego czasu, ale także ważną gałęzią gospodarki, przynoszącą w coraz liczniejszych krajach poważną część dochodu narodowego oraz tworzącą bezpośrednio lub pośrednio duży odsetek nowych miejsc pracy”¹. Turystyka religijna należy do najstarszych rodzajów turystyki kulturowej. Nic więc dziwnego, że jedną z najczęściej przywoływanych korzyści płynących z organizacji Światowych Dni Młodzieży w Krakowie, był ich wpływ na rozwój turystyki, zarówno w mieście, jak i w całej Polsce. Skupiano się przede wszystkim na tym, jaka będzie rola Światowych Dni Młodzieży w kontekście rozwoju turystyki pielgrzymkowej.

Celem tej części opracowania jest:

- charakterystyka potencjału turystycznego ŚDM;
- prezentacja ocen uczestników w odniesieniu do oferty turystyczno-kulturalnej dostępnej w czasie ŚDM;
- przedstawienie wyników badania uczestników ŚDM w kontekście ich ewentualnych powrotów do Polski w celach turystycznych;
- ocena potencjału turystycznego ŚDM w opinii Polaków.

¹ A. Mikos von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa. Fenomen. Potencjał. Perspektywy*, Wydawnictwo KulTur.pl, Poznań 2010, s. 8.

Prezentowana część opracowania powstała na podstawie następujących badań, przeprowadzonych w ramach projektu *Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny*²:

- analizy doniesień medialnych realizowanej w okresie od maja do sierpnia 2016;
- wywiadów pogłębionych przeprowadzanych z uczestnikami Światowych Dni Młodzieży w trakcie wydarzenia (lipiec 2016);
- wywiadów pogłębionych przeprowadzanych po wydarzeniu (analiza ex-post) z przedstawicielami organizacji zaangażowanych w przygotowania ŚDM oraz towarzyszącej im oferty kulturalnej, z przedsiębiorcami oraz gospodarzami, którzy gościli pielgrzymów podczas wydarzenia.

1. Uczestnicy ŚDM

Według różnych szacunków w Mszy Połania – centralnym wydarzeniu ŚDM, wzięło udział ok 2,5 mln pielgrzymów³. Część tej liczby stanowili tzw. pielgrzymi zarejestrowani, którzy korzystali z pakietów pielgrzyma i poszerzonej oferty. Na dzień 1 lipca 2016 roku zarejestrowanych było 562 640 osób (w I fazie systemu) oraz 358 442 osoby (w II fazie systemu)⁴. Poza tym w wydarzeniu wzięły udział rzesze uczestników niezarejestrowanych – osób indywidualnych lub grup, które zdecydowały się na w pełni samodzielną organizację swojego pobytu w Krakowie i okolicy podczas ŚDM lub przygotowywały go we współpracy z podmiotami niezwiązanymi bezpośrednio z organizatorem. Uczestnicy reprezentowali 187 krajów. Najwięcej pielgrzymów (zarejestrowanych i niezarejestrowanych), zgodnie z przedstawionymi danymi, przyjechało z Polski, Włoch, Francji, Hiszpanii, Stanów Zjednoczonych, Niemiec, Brazylii i Ukrainy. Wśród uczestników znaleźli

się również pielgrzymi m.in. z Ghany, Chin, Austrii, Mauretanii, Gujany, Kirgistanu, Fidżi, Samoa, Brytyjskich Wysp Dziewiczych, Omanu, Mongolii, Czarnogóry i Anguilli. Swój udział w ŚDM zadeklarowali przedstawiciele wszystkich krajów europejskich (z wyjątkiem Andory i San Marino)⁵, ale weryfikacja tych deklaracji – z powodu braku konieczności rejestracji swego pobytu podczas ŚDM – okazała się niemożliwa. „Wśród zarejestrowanych uczestników jest 800 biskupów i 47 kardynałów ze 107 krajów, w tym 111 biskupów i kardynałów z Polski. Swój udział zadeklarowało także ponad 10 tys. księży z całego świata”⁶. Bez wątpienia jednak Światowe Dni Młodzieży były pierwszym wydarzeniem w Krakowie i w Polsce, które zgromadziło tak dużą liczbę uczestników w jednym miejscu.

Dane dotyczące liczby pielgrzymów przybywających do Krakowa w czasie ŚDM warto zestawzić z liczbą turystów odwiedzających miasto w latach ubiegłych. W 2015 roku, według danych Małopolskiej Organizacji Turystycznej, Kraków odwiedziło 10,05 mln osób, z czego 7,43 mln to turyści krajowi, a 2,62 mln – zagraniczni. Spośród tej drugiej grupy najwięcej gości przyjechało do Krakowa z Wielkiej Brytanii (15,76%) oraz Niemiec (13,16%)⁷.

Według danych Urzędu Miasta Krakowa z dnia 1 grudnia 2016 roku, w 2016 roku Kraków odwiedziło aż 12,15 mln turystów. To ponad 2 mln więcej niż w roku ubiegłym⁸. Wpływ na taki wzrost miały niewątpliwie Światowe Dni Młodzieży, które odbyły się w ostatnim tygodniu lipca. Podczas pobytu w Krakowie w 2016 roku goście mieli wydać ok. 5 mld 400 mln zł. Aby poznać rząd wielkości tych wydatków, należy zestawzić je z danymi dotyczącymi budżetu miasta na rok 2016. Zgodnie z Uchwałą Nr XXXIV/549/15 Rady Miasta Krakowa z dnia 16 grudnia 2015 roku dochody budżetu Miasta Krakowa ustalono w łącznej kwocie 4 334 400 969 zł⁹ – dopiero to zestawienie uzmysławia, jak wielką siłą nabywczą dysponują przybywający do Krakowa turyści.

2 Zob. rozdział „Metodologia badań w projekcie Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny”.

3 Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016, <http://www.krakow2016.com/>.

4 Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016, <http://www.krakow2016.com/podsumowanie-rejestracji>.

5 *Ibidem*.

6 *Ibidem*.

7 K. Borkowski et al., *Ruch turystyczny w Krakowie w 2015 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków 2015.

8 *Rekordowy rok dla krakowskiej turystyki*, dok. elektron., http://krakow.pl/aktualnosci/205715,29,komunikat,rekordowy_rok_dla_krakowskiej_turystyki.html [dostęp: grudzień 2016].

9 Biuletyn Informacji Publicznej Miasta Kraków, dok. elektron., <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/149067/karta> [dostęp: styczeń 2016].

2. Oferta turystyczna dla uczestników ŚDM

Jedną z idei przyświecających organizacji Światowych Dni Młodzieży było opracowanie bogatej oferty turystycznej dla gości. W jej przygotowanie zaangażowały się liczne podmioty; praktycznie każda parafia i gmina za jeden z priorytetów związanych z goszczeniem pielgrzymów uznała konieczność jak najatrakcyjniejszej prezentacji swojego regionu, a tym samym przygotowanie atrakcyjnej oferty turystycznej. Dzięki takiemu podejściu pielgrzymi już w okresie poprzedzającym główne wydarzenia w Krakowie mogli w trakcie zorganizowanych Dni w Diecezjach dokładnie poznawać poszczególne regiony, miejscowości i miejsca w Polsce.

Przeprowadzona analiza pokazała, że w polskich gminach podczas Dni w Diecezjach przygotowano ponad 300 wydarzeń, które można zakwalifikować jako posiadające typowo turystyczny charakter. Analizując szczegółowo przygotowaną ofertę, można zastosować typologię porządkującą różnego rodzaju atrakcje:

- oprowadzanie pielgrzymów po miejscu ich pobytu, najczęściej w towarzystwie przewodnika. Spacerów takie obejmowały zarówno obiekty zabytkowe, jak i miejsca historyczne; nierzadko oferowano turystom wędrowkę specjalnie opracowanymi ścieżkami tematycznymi (np. spacer Ścieżką Pamięci w Warszawie, trasa Warszawa Powstania Warszawskiego, Szlakiem drewnianych kościołów w Pszczynie itp.);
- wycieczki umożliwiające poznanie największych atrakcji turystycznych znajdujących się w regionie pobytu pielgrzymów (np. rejsy statkami po Wiśle, wizyta w Ośrodku Chopinowskim w Szafarni, tematyczna oferta w Świdnicy: „Atrakcje regionów: Twierdza Srebrnogórska, Bazylika w Wambierzycach”);
- oferta w zakresie turystyki pielgrzymkowej – w różnych miejscach Polski przygotowano wizyty w najważniejszych dla poszczególnych regionach ośrodkach pielgrzymkowych (np. pielgrzymka do sanktuarium maryjnego w Krzeszowie, piesza pielgrzymka do Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej w Oborach, pielgrzymka do Sanktuarium Matki Bożej Różańcowej w Smardzewie);
- oferta krajoznawcza, której celem była prezentacja walorów krajobrazowych, dziedzictwa naturalnego regionów (np. rejs statkiem po Wiśle, zwiedzanie Poleskiego Parku Narodowego, zwiedzanie Pocysterskiego Zespołu Leśnego w Rudach Raciborskich, spływ kajakowy szlakiem Jana Pawła II);

- wizyty w okolicznych muzeach i instytucjach kultury (np. zwiedzanie obozu koncentracyjnego na Majdanku, zwiedzanie muzeów parafialnych, zwiedzanie Muzeum Edyty Stein, wizyta w Kopalni Srebra w Tarnowskich Górach);
- inne atrakcje turystyczne (np. zwiedzanie astrobazy w Toruniu).

O tym, z jak bogatego programu mogli korzystać goście zakwaterowani w danym miejscu, można się przekonać, przedstawiając atrakcje przygotowane z okazji Światowych Dni Młodzieży w konkretnej diecezji. Poniżej zaprezentowano „Ofertę turystyczną dla pielgrzymów biorących udział w »Dniach w Diecezjach« w Archidiecezji Warszawskiej w dniach 20–25 lipca 2016”. Specjalną ofertę dla gości ŚDM (wejścia grupowe) przygotowały następujące instytucje:

- Centrum Nauki Kopernik;
- Centrum Sztuki Współczesnej – Zamek Ujazdowski;
- Instytut Papieża Jana Pawła II w Warszawie;
- Muzeum Azji i Pacyfiku w Warszawie;
- Muzeum Fryderyka Chopina;
- Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie;
- Muzeum Kolejnictwa w Warszawie;
- Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie;
- Muzeum Łazienki Królewskie;
- Muzeum Narodowe w Warszawie;
- Muzeum Niepodległości w Warszawie;
- Muzeum Pałac w Wilanowie;
- Muzeum POLIN;
- Muzeum Powstania Warszawskiego;
- Muzeum Sportu i Turystyki w Warszawie;
- Muzeum Sztuki Nowoczesnej;
- Muzeum Warszawy (w tym oddziały: Muzeum Warszawskiej Pragi, Palmiry, Muzeum Ordynariatu Polowego, Centrum Interpretacji Zabytków);
- Muzeum Wojska Polskiego (w tym także Muzeum Katyńskie, Muzeum Polskiej Techniki Wojskowej);
- Muzeum Zamek Królewski;
- Państwowe Muzeum Archeologiczne w Warszawie;

- Państwowe Muzeum Etnograficzne;
- PASTA – Centrum Edukacji Historycznej Fundacja Polskiego Państwa Podziemnego;
- Sejm i Senat RP;
- Taras widokowy – Pałac Kultury i Nauki;
- Zachęta – Narodowa Galeria Sztuki.

Ponadto pielgrzymi mogli uczestniczyć w wycieczkach pieszych, rowerowych i autobusowych, „prezentujących miejsca ważne dla historii Polski i Warszawy”¹⁰.

Organizatorom bardzo zależało, aby w trakcie pobytu pielgrzymi mogli zobaczyć Polskę od jak najlepszej strony i być może wrócić do niej w przyszłości w ramach kolejnego pobytu turystycznego. Warto zwrócić uwagę, że nawet te gminy, którym trudno było znaleźć ważne z historycznego czy kulturowego punktu widzenia miejsca atrakcyjne turystycznie, starały się wykreować jak najatrakcyjniejszą ofertę. Dobrym tego przykładem jest gmina Jutrosin w województwie wielkopolskim, która w ramach atrakcji turystycznych zaproponowała pielgrzymom zwiedzanie firmy nasienne-hodowlanej oraz zgłębienie tajników robotyki Lego.

Inny charakter miały przygotowania z okazji przybycia pielgrzymów na Światowe Dni Młodzieży w Krakowie i okolicznych gminach. Goście przebywali tu nie tylko podczas Dni w Diecezjach, ale również w trakcie Wydarzeń Centralnych, co wiązało się z o wiele większą liczbą uczestników. Niektóre instytucje kultury przygotowały specjalną ofertę dla pielgrzymów, inne ograniczyły się do zwiększenia dostępności oferty bieżącej, np. zmieniając godziny otwarcia, wprowadzając bezpłatne bilety lub usługi przewodnickie, publikując foldery informacyjne w innych niż angielski językach obcych.

Tak, przygotowaliśmy. Nasza oferta była podzielona, były to materiały promocyjne, które dystrybuowaliśmy pielgrzymom m.in. w plecakach pielgrzyma. Były to materiały o św. Janie Pawle II, materiały historyczne. Podkreślaliśmy bardzo mocno, że Wadowice są miastem inicjatora ŚDM [WI-15].

10 Oferta turystyczna dla pielgrzymów biorących udział w „Dniach w Diecezjach” w Archidiecezji Warszawskiej w dniach 20–25 lipca 2016, dok. elektron., <http://sdm2016.waw.pl/pl/oferta-turystyczna/> [odczyt: grudzień 2016].

Przez trzy dni w ramach ŚDM, w ramach Festiwalu Młodych muzeum było udostępniane uczestnikom ŚDM bezpłatnie. Było udostępniane w godzinach dłuższych, bo było otwarte od godziny 9.00 do 20.00 wieczorem. No i w ramach tego te osoby mogły sobie tutaj zwiedzać. To była taka oferta [WI-43].

Tak, była to specjalnie przygotowana oferta. Zwiedzanie bez przewodnika z racji tego, że chciało jak najwięcej osób zobaczyć muzeum. No i dzięki temu zwiedzający otrzymywali też foldery ułatwiające poruszanie się po wystawie, one były przygotowane w obcych językach. Angielski, niemiecki, francuski, hiszpański, włoski, słowacki [WI-17].

Oferta była przygotowana dużo wcześniej pod kątem uczestników i była finansowana przez wydział kultury. Oferta była otwarta, każdy mógł przyjść, byli pielgrzymi i mieszkańcy. Dom Kultury organizował zajęcia, koncerty, wycieczki, poza tym nasze podległe jednostki też organizowały, mamy jednostki w tzw. osiedlach peryferyjnych, więc tam też była młodzież, która uczestniczyła w ŚDM. Myśmy tutaj zorganizowali dużo warsztatów artystycznych i brały w nich udział harcerki, ale nie tylko, wycieczki, na te wycieczki rzeczywiście dużo osób poszło. Były też warsztaty taneczne i warsztaty nauki tańców polskich dla skautów, którzy mieli zlot w Parku Bednarskiego. I mieliśmy koncert na Rynku Podgórskim „Podgórze dla ŚDM”, to był Grzegorz Turnau [WI-40].

Warto podkreślić, że większość ofert przygotowywanych zarówno w Krakowie, jak i w pozostałych gminach Polski była bezpłatnie dostępna dla uczestników ŚDM. Organizatorzy traktowali to jako swoistą inwestycję w przyszłość, której owocem będzie zwiększony ruch turystyczny.

3. Aktywność turystyczna uczestników ŚDM

Uczestnicy ŚDM nie wskazywali motywów turystycznych jako kluczowych w procesie podejmowania decyzji o udziale w Światowych Dniach Młodzieży, jednak po przyjeździe do Polski starali się zobaczyć jak najwięcej miejsc i w ten sposób poznać nasz kraj. Należy przy tym pamiętać, że czym innym jest typologia aktywności tury-

stycznej dokonywana przez naukowców badających zjawisko turystyki kulturowej, a czym innym świadomość samych turystów. Wielu pielgrzymów przybywających do miejsca kultu może w ogóle nie mieć świadomości, że są turystami, co nie zmienia faktu, że turystyka pielgrzymkowa jest jednym z rodzajów turystyki kulturowej.

Podczas wywiadów uczestnicy ŚDM pytani o to, czy skorzystali z dostępnej oferty (turystycznej, kulturalnej) Krakowa i Polski, koncentrowali się przede wszystkim na swoich doświadczeniach z Krakowa, jako że były im w danym momencie najbliższe. W związku z powyższym, prowadząc analizę aktywności turystycznej uczestników ŚDM, skupiono się głównie na ich odczuciach, wrażeniach i doświadczeniach turystycznych z okresu Wydarzeń Centralnych (od 25 do 31 lipca 2016).

Jeszcze przed rozpoczęciem Światowych Dni Młodzieży zwracano uwagę na ogromne zainteresowanie uczestników obozem koncentracyjnym Auschwitz-Birkenau. Pielgrzymi już na etapie rejestracji swojego uczestnictwa wstępnie deklarowali chęć odwiedzenia tego właśnie miejsca. Realizację tego zamiaru potwierdziły również wypowiedzi pielgrzymów z wywiadów.

Auschwitz, Wadowice, Częstochowa, Kalwaria... jak ona się nazywała? [WP-1].

Centrum Krakowa. Pojedziemy jutro do Wadowic i też jeszcze do Auschwitz. Nie byliśmy na żadnym koncercie ani w żadnym muzeum, bo nie było na to czasu, wszystko szło bardzo szybko. Chciałabym jechać do Częstochowy, ale mi teraz nie pozwalają, bo to wyjazd zorganizowany [WP-14].

Zwiedziliśmy Auschwitz, Wieliczkę, Zakopane, Łagiewniki [WP-20].

[...] byliśmy w Auschwitz, Wielicze, Wadowicach i Częstochowie; na dodatkową ofertę kulturalną nie było czasu; widziałam też Zalipie, ale to tydzień przed ŚDM [WP-38].

Zwiedziłam Auschwitz – to było dla mnie poruszające doświadczenie, ale dobrze było tam pojechać. Odwiedziliśmy wiele klasztorów, muzeów, np. Muzeum Jana Pawła II. Naprawdę fajnie to było zobaczyć, prześledziliśmy całe jego życie. Pierwszy tydzień spędziliśmy w Czechowicach, zwiedziliśmy miasto, ale w Krakowie nasz plan jest dość przepełniony. Przed przyjazdem naprawdę chciałam zobaczyć obóz w Auschwitz i to zrobiło na mnie wrażenie.

W książkach mówi się: to było tak, tak i tak, ale nie zdajemy sobie realnie sprawy z tego, co się tam działo, a kiedy jesteśmy na miejscu... miałam dreszcze, to było niesamowite, miałam wrażenie, że naprawdę... to było nie do uwierzenia. Zdałam sobie sprawę, co ci ludzie przeżyli [WP-153].

Mamy zaplanowane wyjazdy do kopalni w Wielicze, do Auschwitz, a w pierwszy dzień byliśmy w Częstochowie. Myślimy jeszcze o zobaczeniu dzielnicy żydowskiej i fabryki Schindlera, ale myślę, że to może się nie udać ze względu na dużą liczbę ludzi podróżującą teraz po Krakowie i ograniczony czas [WP-189].

W związku z ogromnym zainteresowaniem ze strony uczestników ŚDM Muzeum Auschwitz przygotowało specjalną ofertę. Aby umożliwić zwiedzenie muzeum jak największej liczbie chętnych, przygotowano specjalne wystawy i ograniczono czas zwiedzania dla poszczególnych grup. Muzeum dostępne było dla uczestników ŚDM od 20 do 28 lipca oraz od 1 do 3 sierpnia. Aby z jednej strony zapewnić zwiedzającym bezpieczeństwo, a z drugiej komfort zwiedzania, wprowadzono również ograniczenia co do liczby zwiedzających – co godzina na teren Miejsca Pamięci i Muzeum Auschwitz-Birkenau wchodziło 3 tys. osób. Ponadto – w związku z niemożnością zwiedzenia wnętrza budynków obozu przez tak ogromną liczbę zwiedzających – wzdłuż alejek przygotowano wystawy plenerowe oraz specjalne broszury dla pielgrzymów prezentujące historię miejsca¹¹.

W okresie ŚDM uruchomiono dodatkowe połączenia kolejowe na trasach Kraków Płaszów – Oświęcim, Tarnów – Oświęcim oraz Katowice – Oświęcim. Jak podano na stronie internetowej muzeum: „Ponad 155 tysięcy uczestników Światowych Dni Młodzieży zobaczyło w ostatnich dniach tereny byłego niemieckiego nazistowskiego obozu koncentracyjnego i zagłady Auschwitz. Najważniejszym wydarzeniem ŚDM w Miejscu Pamięci była obserwowana przez cały świat wizyta papieża Franciszka. Dla wszystkich pielgrzymów spotkanie z autentyzmem poobozowej przestrzeni było niezwykle doświadczeniem i lekcją historii, natomiast dla Muzeum było to największe organizacyjne i logistyczne wyzwanie w jego prawie siedemdziesięcioletniej historii”¹².

11 Co chcą zwiedzać pielgrzymi podczas ŚDM?, dok. elektron., <http://metro.gazeta.pl/metro/1,50144,20057679,co-chca-zwiedzic-pielgrzymi-podczas-sdm.html> [dostęp: grudzień 2016].

12 Pielgrzymi Światowych Dni Młodzieży oraz wizyta Papieża Franciszka w Miejscu Pamięci,

Równie popularnym miejscem na trasie pielgrzymów była kopalnia soli w Wieliczce. Podobnie jak w przypadku Muzeum Auschwitz-Birkenau, wprowadzono dla pielgrzymów dodatkowe udogodnienia, do których należały m.in. wydłużone godziny otwarcia. W związku z ogromnym zainteresowaniem rezerwacji biletów uczestnicy ŚDM musieli dokonywać za pośrednictwem systemu *online* z dużym wyprzedzeniem czasowym. Pomiędzy 23 lipca a 3 sierpnia podziemia zabytkowej kopalni soli w Wieliczce zwiedziło 78 036 pielgrzymów (było to o 2553 osoby, czyli 3,4% więcej niż w analogicznym okresie roku 2015)¹³. Warto podkreślić, że pielgrzymi zwiedzali kopalnię nie tylko w okresie trwania Świątowych Dni Młodzieży, ale również po ich zakończeniu. „2 sierpnia padł rekord w sprzedaży biletów: w ciągu jednego dnia zostało sprzedanych ich aż 9086. Pielgrzymi najczęściej decydowali się na wycieczkę podstawową Trasą turystyczną, bardzo chętnie wybierali też dedykowany specjalnie im Szlak Pielgrzymkowy »Szczęść Boże«. W komorze Barącza czekało na nich zanurzone w solankowym jeziorze logo ŚDM – od kwietnia zapowiadało uroczystość, a obecnie jest pamiątką po tym wydarzeniu. [...] Kopalnia rozdała też 15 tysięcy przewodników po historii Polski wydanych w 9 językach”¹⁴.

Byłem w kopalni soli w Wieliczce, niestety nie zdążyłem zobaczyć Auschwitz, bo niedługo wyjeżdżamy, ale liczę, że jeszcze się uda [WP-7].

Tak. Dzisiaj byliśmy w Wieliczce [...]. Wycieczka była po prostu super. Wszystko takie piękne, tak się nam podobało! Przewodnik idzie, a my tak dookoła niego. On coś opowiada, a my otoczyliśmy go we czworo i idziemy za nim jak pisklęta za kwoką. A w ogóle interesujące. On tak opowiadał wszystko fajnie. Nawet zapytał, kim jesteśmy, skąd przyjechalśmy. Bo my tam i pytania

dok. elektron., <http://www.auschwitz.org/muzeum/aktualnosci/pielgrzymi-swiatowych-dni-mlodziezy-oraz-wizyta-papieza-franciszka-w-miejscu-pamieci>, 1837.html [dostęp: grudzień 2016].

13 *Ilu pielgrzymów odwiedziło kopalnię w Wieliczce?*, dok. elektron., http://www.tur-info.pl/p/ak_id,47612,,swiatowe_dni_mlodziezy,kopalnia_soli,wieliczka,komora_baracza,trasa_turystyczna.html [dostęp: styczeń 2017].

14 *Ilu pielgrzymów odwiedziło kopalnię w Wieliczce?*, dok. elektron., http://www.tur-info.pl/p/ak_id,47612,,swiatowe_dni_mlodziezy,kopalnia_soli,wieliczka,komora_baracza,trasa_turystyczna.htm, [dostęp: styczeń 2017].

zadawaliśmy. Ale mamy już mało czasu, żeby jeździć. Ostrzegano nas, że wszystko będzie rozpisane, a potem już dalej nam dali trochę wolnego czasu, żebyśmy pojechali dotąd, dotąd. My staramy się wykorzystać ten czas maksymalnie, żeby wszystko zwiedzić. Gdzie byliśmy jeszcze? Spacerowaliśmy po Starym Mieście, byliśmy na Zamku, a jutro jedziemy do Kalwarii [WP-337].

Tak. Odwiedziłam muzea, których wcześniej nie udało mi się zobaczyć. Oczywiście Sukiennice. Byłam w Wieliczce, która zrobiła na mnie ogromne wrażenie. Myślę, że jeszcze skorzystam z oferty kulturalnej [WP-89].

Atrakcyjność dawnego niemieckiego obozu koncentracyjnego Auschwitz-Birkenau oraz zabytkowej kopalni soli w Wieliczce wynika bez wątpienia z jeszcze jednej okoliczności – są to miejsca wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO i należą do najczęściej odwiedzanych przez turystów obiektów w Polsce. Nic dziwnego, że przyjeżdżający do Krakowa chcieli zwiedzić tak blisko zlokalizowane obiekty z listy UNESCO. Nie można przy tym zapominać, że taki pakiet turystyczny stanowi jedną z najczęściej oferowanych atrakcji turystom przyjeżdżającym do historycznej stolicy Polski.

Na szlaku turystycznym nie zabrakło również Wadowic: miasta rodzinnego św. Jana Pawła II. Stało się ono celem wycieczek pielgrzymów nie tylko w trakcie Świątowych Dni Młodzieży, ale również w pierwszych tygodniach po ich zakończeniu. Część pielgrzymów bowiem, zwłaszcza tych z najodleglejszych zakątków świata, zdecydowała się na pozostanie w Polsce przez kilka dodatkowych dni w celach typowo turystycznych. W Wadowicach przygotowano dla gości wiele atrakcji, m.in. znalazła się tutaj jedna z największych scen Festiwalu Młodych, odbywały się liczne koncerty, funkcjonowało kino plenerowe, rozgrywano międzynarodowe mecze piłki nożnej. Według danych Komitetu Organizacyjnego ŚDM Kraków 2016 w Wadowicach oraz Urzędu Miejskiego w Wadowicach najczęściej odwiedzane atrakcje w tym mieście to:

- „Muzeum – Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II odwiedziło ponad 22 tysiące gości, którzy przybyli do Wadowic z kilkudziesięciu krajów świata;
- Bazylika Ofiarowania NMP w Wadowicach, a więc kościół, w którym Karol Wojtyła przyjął swoje pierwsze sakramenty, którą według szacunkowych danych odwiedziło ok. 30 tysięcy osób;

- Wadowickie Muzeum Miejskie, w którym urządzono stałą wystawę »Wadowice. Miasto, w którym wszystko się zaczęło«. Wystawę zobaczyło ok. 2,5 tysiąca turystów-pielgrzymów”¹⁵.

Zainteresowanie Wadowicami znalazło swoje odbicie w wywiadach udzielanych podczas prowadzonych badań.

Widziałem Wadowice, muzeum JP II, natomiast w Krakowie widziałem kościół Dominikanów, kościół św. św. Piotra i Pawła, zamek Wawel, dzielnicę żydowską, Stare Miasto, restaurację z bardzo dobrym jedzeniem, spacerowałem również wzdłuż rzeki Wisły. W planach mamy jeszcze kopalnię w Wieliczce, fabrykę Schindlera [WP-205].

Wielu spośród badanych deklarowało również, że odwiedzi Wadowice po zakończeniu Wydarzeń Centralnych.

Charakter wydarzenia sprawił, że wielu uczestników za cel swojej podróży stawiało sobie miejsca pielgrzymkowe. Takim właśnie była Częstochowa, którą w trakcie ŚDM odwiedziło, według szacunków Jasnej Góry, ok. 500–600 tys. pielgrzymów.

Podążam za programem grupy, programem „Śladami Jana Pawła II”, co pozwoliło nam zobaczyć przede wszystkim miejsca związane z religią, które były w propozycjach ŚDM. Program przygotowali dla nas liderzy grup, to pozwoliło nam też zwiedzić Kraków. Program wiąże turystykę i religię, bo podczas tego tygodnia nie mieliśmy za bardzo czasu, jeszcze z tymi tłumami, to było dość skomplikowane [WP-154].

Podczas ŚDM byłem na pielgrzymce do Tuchowa, na piechotę mogłem przejść pielgrzymkę i zobaczyć wasz kraj. To było prawdopodobnie 15 kilometrów, inni uczestnicy ŚDM dołączali do nas, do pielgrzymki [WP-208].

Byliśmy u siostry Faustyny, w sanktuarium Jana Pawła II, w Częstochowie u Czarnej Madonny. Mamy plan na pobyt w Krakowie na przyszłość [WP-264].

¹⁵ ŚDM Wadowice 2016, dok. elektron., <http://sdmwadowice2016.pl/swiatowe-dni-mlodziezy-wadowicach-czas-podsumowanie/#more-1387> [dostęp: styczeń 2017].

Pielgrzymowaliśmy w różne miejsca, byliśmy w Lublinie, na KUL-u, w obozie koncentracyjnym w Oświęcimiu, zwiedzaliśmy różne świątynie, np. pw. Maksymiliana Kolbego, klasztor Dominikanów. I byliśmy w tych wszystkich miejscach, żeby znaleźć chrześcijańskie tradycje. U nas wielu ludzi nie jest pewnych swojej wiary, dlatego chcieliśmy w ten sposób pogłębić naszą wiarę [WP-314].

Powyższe wypowiedzi dowodzą dużej świadomości religijnej uczestników Świątowych Dni Młodzieży – można analizować je pod różnymi kątami (turystycznym, ekonomicznym, organizacyjnym) – nie zmienia to jednak faktu, że dla wielu uczestników tych wydarzeń podstawową motywacją przyjazdu do Krakowa były względy religijne; to one przekładały się na chęć odwiedzenia miejsc kultu czy ośrodków pielgrzymkowych w Polsce.

Najwięcej czasu uczestnicy Świątowych Dni Młodzieży spędzili w Krakowie. W naturalny sposób tu właśnie znajdowało się ich największe skupisko, ponieważ w Krakowie i okolicach odbywały się Wydarzenia Centralne. Wielokrotnie pielgrzymi w wywiadach podkreślali, że ze względu na napięty program ŚDM nie mieli zbyt wiele czasu na zwiedzanie miasta, ale mimo wszystko starali się zobaczyć jak najwięcej. W sposób oczywisty na liście najczęściej odwiedzanych miejsc znalazły się Rynek Główny, krakowski Kazimierz oraz Wawel. Często ograniczano się do spacerowania i oglądania napotykanych po drodze zabytków, a ze względu na brak czasu rezygnowano ze zwiedzania muzeów.

[...] byliśmy w centrum, na tym, co się nazywa chyba „dużym rynkiem”, bez przewodnika, ale wcześniej przed przyjazdem trochę starałem się dowiedzieć o tym mieście. Mamy w planie jechać do Auschwitz, Katowic, tego klasztoru... Częstochowy? i pewnie gdzieś jeszcze, bo mamy tutaj dużo wolnych dni [WP-29].

[...] spacer po Krakowie z hiszpańskim przewodnikiem, który mieszka tu (został po Erasmusie) i opowiedział nam szczegóły historii i różne ciekawostki, pokazał, gdzie studiował JP II, opowiedział o murach i smoku, mówił, że polskie legendy są agresywne, pełne przemocy [WP-22].

Wczoraj widziałam waszego słynnego smoka pod zamkiem, zamek również zobaczyliśmy. Widzieliśmy groby polskich królów, to było niesamowicie klimatyczne [WP-54].

Dużo zwiedziliśmy, dużo spacerowaliśmy. Zwiedziliśmy zamek, dużą liczbę kościołów – to naprawdę podróż kulturalna. Mogliśmy zwiedzić inne kościoły, niekoniecznie polskie, niepodobne do tych we Francji. Widzieliśmy także groby królów polskich, to również było ciekawe [...] to było piękne. To dobra podróż [WP-159].

W Krakowie? Byliśmy w wielu kościołach. W Mariackim kościele byłam, zwiedziłam Rynek [...]. Galerie, oczywiście, bez tego dziewczyny nie mogą. Spacerowaliśmy po mieście [WP-334].

Muzeum, getto żydowskie (miejsca związane z nazizmem – interesuję się tym) [WP-124].

Jeśli pielgrzymi znajdowali czas na zwiedzanie muzeów, to najczęściej wybierali Muzeum Narodowe, w którym w tym czasie można było zobaczyć wystawę „Maria. Mater Misericordiae”, jedyną oficjalną wystawę Światowych Dni Młodzieży – w czasie ich trwania odwiedziło ją 5,5 tys. gości (przez cały czas trwania wystawy, od 24 czerwca do 9 października 2016 roku, zwiedziło ją ponad 51 tys. osób). Drugim pod względem popularności muzeum krakowskim w czasie ŚDM była Fabryka Emalia Oskara Schindlera, którą pomiędzy 24 a 26 lipca 2016 roku odwiedziło 3,5 tys. gości (muzeum to dla wszystkich posługujących się identyfikatorem Światowych Dni Młodzieży, podobnie jak inne muzea miejskie, dostępne było za darmo; w Muzeum Narodowym pielgrzymi musieli kupić specjalny bilet w cenie 4 zł).

Tak, poszedłem do muzeum Oskara Schindlera-fabryki, na zamek królewski, byłem w żydowskiej dzielnicy i dużo spacerowałem po Krakowie. Oczywiście, jak mówiłem, odwiedziłem również inne regiony Polski [WP-47].

Tak, zwiedziliśmy różne muzea, kościoły i bazyliki. Byliśmy w fabryce Schindlera. Jestem po prostu zdumiona kulturą [WP-95].

Pielgrzymi – co podkreślali w swoich wypowiedziach – byli pozytywnie zaskoczeni Krakowem. Oglądane miejsca budziły ich zachwyt, byli zainteresowani polską kulturą, o której wcześniej nie mieli żadnego wyobrażenia (wielu pielgrzymów nigdy przed przyjazdem na ŚDM nie słyszało o Polsce).

Wszystko tu, w tym mieście jest bardzo „antyczne”, bardzo piękne, podziwiam architekturę. Byliśmy też w muzeum, które pokazywało bardzo starą wioskę w Polsce, po drodze, jak tu jechaliśmy [WP-5].

Z wymienionych wcześniej powodów również w czasie wędrówek po Krakowie ważnym punktem były obiekty sakralne. Pielgrzymi byli zainteresowani zwiedzaniem kościołów, choć czynili to raczej przy okazji uczestniczenia w odbywających się w nich nabożeństwach i spotkaniach religijnych. Żywe zainteresowanie przybywających pielgrzymów budziły również miejsca związane z życiem świętych, zwłaszcza papieża Polaka – św. Jana Pawła II.

Byłem w wielu kościołach, jest ich tu naprawdę dużo, mieliśmy tam organizowane spotkania [WP-9].

W Krakowie byłam w jednym muzeum i wielu, wielu kościołach, widziałam też miejsce, gdzie żył Maksymilian Kolbe [WP-15].

Tak, planuję zwiedzić muzea w Krakowie, Wawel, wziąć udział w wydarzeniach Światowych Dni Młodzieży. W Krakowie jest wiele unikalnych miejsc, zabytków, które warto zwiedzić, zobaczyć. Planuję jechać do Częstochowy, zobaczyć obraz Maryi. Moim zdaniem to jedno z miejsc, które trzeba zobaczyć, będąc w Polsce. Co do Krakowa, to jest tu wiele pięknych kościołów i miejsc związanych z wiarą, z Janem Pawłem II, które trzeba zobaczyć. Dlatego też chciałbym się wybrać również do Wadowic [WP-103].

Niestety nie mamy wystarczająco dużo czasu, żeby np. pójść do muzeum czy na koncerty. Ale odwiedziliśmy dużo kościołów, przez kolejne dni chcielibyśmy zobaczyć jeszcze więcej [WP-167].

Zwiedziliśmy wiele kościołów i były piękne. Nie zwiedziliśmy wiele muzeów, byliśmy tylko w jednym, przedstawiono nam tam historię Krakowa. Było to naprawdę fascynujące i świetnie zorganizowane miejsce [WP-179].

Słuchając relacji pielgrzymów, łatwo odnieść wrażenie, że wiele wizyt w obiektach zabytkowych miało charakter przypadkowy, odbywały się one niejako przy

okazji, bez planu, podczas spontanicznego zwiedzania miasta. Nie zawsze udawało im się zapamiętać nazwy miejsc, które odwiedzali, ale starali się przywoływać te punkty, które w sposób szczególny zapadły im w pamięć. Podkreślali również, że chcieliby zobaczyć jak najwięcej.

Wczoraj miałem trochę czasu i – myślę, że to właśnie miasto to zorganizowało – widziałem wystawę mebli i obiektów służących do sprawowania liturgii. Wystawa była w małym muzeum. Jeśli chodzi o mnie, czuję się dość ograniczony przez język – jako że mówię po francusku i tylko trochę po angielsku, nie jestem dość dobrze poinformowany, czasem idę na oślep. Jeśli mogę gdzieś wejść, wchodzę, oglądam. Ale tamta wystawa była bardzo piękna, chyba to było u Franciszkanów. To na pewno nie zakonnicy to zorganizowali, ale miasto [WP-147].

Tak, zwiedziłem Wawel, zobaczyłem dużo zabytków w Krakowie, szczególnie kościoły, kościół Mariacki, Sanktuarium Bożego Miłosierdzia. Byłem w Wadowicach. Byłem też w Auschwitz. To miejsce zrobiło na mnie duże wrażenie, dużo tam myślałem, to miejsce skłania do przemyśleń. Jest tutaj wiele świętych miejsc, które warto zobaczyć. Oferta kulturalna jest bardzo duża [WP-115].

Tak, widzieliśmy pobieżnie niektóre obiekty. W ramach Festiwalu Młodych mamy różne przedstawienia teatralne, koncerty muzyczne. Korzystamy, czerpiemy zachłannie, po chrześcijańsku ze wszystkiego, co tylko się da [WP-187].

4. Ocena potencjału turystycznego ŚDM

Po zakończeniu Światowych Dni Młodzieży ze wzmożoną siłą powróciły pytania o potencjał turystyczny tej imprezy, o szanse na to, że pielgrzymi zechcą powrócić do Polski w celach turystycznych. Bez wątplenia uczestnicy ŚDM dzięki – co zgodnie podkreślano – doskonałej atmosferze panującej w Krakowie, poczuciu bezpieczeństwa, obfitości i różnorodności programu kulturalnego, otwartości i gościnności mieszkańców miasta oraz bogactwu obiektów zabytkowych wyjeżdżali

do swoich krajów z bardzo pozytywnym nastawieniem do Polski. W ten sposób stali się swoistymi ambasadorami naszego kraju, mogącymi mieć istotny wpływ na kreowanie pozytywnego wizerunku Polski i Polaków w świecie.

Znajduje to potwierdzenie w relacjach gospodarzy, którzy gościli pielgrzymów w swoich domach. Mieli oni możliwość bezpośredniego zapytania swoich gości o wrażenia na temat Polski oraz ewentualne plany powrotu. Podczas wywiadów można było odnieść wrażenie, że badani czuli się w obowiązku zadać te pytania pielgrzymom, a ich pozytywne odpowiedzi traktowali wielokrotnie jako ocenę swojej gościnności. Postrzegali Światowe Dni Młodzieży przez pryzmat licznych korzyści, które realizacja tego przedsięwzięcia przyniesie i Polsce, i Krakowowi. Warto podkreślić, że dużo częściej w ich wypowiedziach pojawiały się odniesienia do Krakowa niż do Polski. Światowe Dni Młodzieży w oczach gospodarzy były też szansą na przełamanie stereotypów na temat Polaków, które – w ich przekonaniu – do tej pory dla wielu turystów stanowiły barierę zniechęcającą do przyjazdu do naszego kraju.

Przyniesie to Krakowowi wiele korzyści. Były tutaj osoby, które pierwszy raz przyjechały do Polski. Rozmawiałam z nimi i byli zachwyceni. Wydaje mi się, że to przełamanie wielu stereotypów o Polsce. Zwiększy się turystyka [WG-41].

Na pewno wpłynie. Wiele osób pewnie nie wiedziało, gdzie jest Kraków, bo z reguły wiem, że jak się gdzieś jedzie za granicę, to o Polsce wiedzą niewiele, więc na pewno skoro wiedzą, gdzie ten Kraków jest, jak wygląda, że jest to piękne miasto. Na pewno mogli zobaczyć też naszą gościnność, bo tym się charakteryzujemy na tle wszystkich narodów. [...] i jako to miejsce bezpieczne, bo wiemy, jaka jest sytuacja na świecie, a tu naprawdę nic się nie stało i było bezpiecznie [WG-11].

Myślę, że największy wpływ będzie miała na turystykę. Gdy rozmawiałam z moją grupą, którą miałam pod opieką, to oni mówili, że bardzo podoba im się Polska, Kraków i bardzo chcieliby tu wrócić. Nie spodziewali się, że w Polsce jest tak pięknie. Większy napływ turystów będzie się również łączył ze zwiększeniem korzyści ekonomicznych [WI-7].

Przede wszystkim rozwój turystyki. To było mnóstwo młodych ludzi. To, że byli tutaj mile przyjęci i ugoszczeni. Turystyka, pielgrzymi będą chcieli wrócić, opowiedzą znajomym i będą chcieli z nimi wrócić. Jeszcze jedna rzecz. Rozmawiałem z ludźmi z Meksyku i Francji. Oni myśleli, że Polska to zapomniała kraj i że tutaj nic nie ma. Przywozili konserwy ze sobą, bo myśleli, że tutaj nic nie ma. Zobaczyli jednak, że to cywilizowany kraj, i byli pozytywnie zaskoczeni, że jest tutaj co zobaczyć [WI-37].

Wiele osób zwracało uwagę również na efekt skali, podkreślano, że pielgrzymi po powrocie do domów będą dzielić się z rodzinami i znajomymi swoimi doświadczeniami, tym samym promując Kraków i Polskę, w ten sposób zachęcając do przyjazdów kolejnych turystów.

Najazd następnych turystów, to wiadomo. Jeżeli pielgrzym poopowiadał rodzinie, że w Polsce i Krakowie jest super, to będą chcieli oni przyjechać do Polski. Pytaliśmy się pielgrzymów, jak podoba im się Kraków, byli bardzo zadowoleni. Jedyne, na co tu narzekali, to na komunikację miejską, ale to było wiadome, że przy takiej liczbie osób coś będzie nie tak [WG-39].

Myślę, że tak, na pewno to nie pozostanie bez echa. Myślę, że te osoby, które tutaj były, widziały Polskę i miasta, to na pewno o tym opowiadają, i jeżeli są to Europejczycy, to tym bardziej jest szansa na to, że wrócą razem ze swoimi znajomymi. Zresztą były już sygnały, że są osoby, które były na ŚDM i później znowu tu przyjechały, żeby znowu to poprzemyślać albo powspominać, jak to było. A to w sumie jest bardzo mały odcinek czasu. Też pewnie miasta w jakiś sposób będą obchodzić rocznicę tych ŚDM i to też pewnie przyciągnie jakichś nowych zwiedzających czy uczestników. To na pewno zapisze się później w kolejnych działaniach tych miast [WI-16].

W pierwszej kolejności zwracano uwagę na wizerunek Krakowa, który – jako że oceniany był pozytywnie – ma przyczynić się do rozwoju turystyki w mieście i w regionie, w konsekwencji przynosząc również korzyści ekonomiczne. Wielu ankietowanych świadomie wypowiadało się na temat wizerunku miasta, zdając sobie sprawę, że to wizerunek właśnie odgrywa podstawową rolę w podejmowaniu decyzji o odwiedzeniu bądź nieodwiedzeniu danego miejsca.

Na pewno wizerunkowo Kraków zyskał, wpływ na turystykę myślę, że to będzie miało. Często jest tak, że jak jakieś osoby wyjeżdżają na takie spotkania organizowane, chociażby ŚDM, to biorąc ze sobą bagaż doświadczeń i emocji, kiedyś będą chciały wrócić. I myślę, że to nie tylko Kraków na tym zyska, ale cała Małopolska, bo przecież młodzi byli rozlokowani w różnych diecezjach. To cała Polska zyska, tak? Wcześniej przed ŚDM był tydzień misyjny, później wszyscy ci uczestnicy zjechali do Krakowa i do okolicznych miejscowości. Więc cała Małopolska zyska na tym. W wielu instytucjach widać też to, że np. muzea odwiedziło dużo więcej osób, rekordy są na spływie Dunajca, więc to [...] szerszy kontekst. Szerszy kontekst tego wydarzenia [WI-18].

ŚDM przyniosły wiele korzyści. Kraków stanie się rozpoznawalny już nie tylko na mapie Europy, ale także świata. Tyle ludzi z innych kultur tutaj przyjechało i myślę, że Kraków miał dużo do zaoferowania w tym czasie [WG-24].

Na pewno turystyka, wizerunek i promocja. Kraków przygotował się bardzo dobrze. Wiele osób nie miało pojęcia, jak wygląda Polska, i właśnie przez organizację ŚDM można było nas rozpromować [WG-36].

Jeśli chodzi o kwestie wizerunkowe, to na pewno całkiem jest inne postrzeganie już teraz Polski jako kraju w Europie. Raczej stereotypy, które o naszej ojczyźnie były, również te negatywne, mam nadzieję, że młodzi zawieźli do swoich krajów już obraz pozytywny. Sam papież Franciszek zobaczył Polskę piękną, do tego wracał i sam powiedział, odjeżdżając: „Ja tu jeszcze wrócę”, więc coś jest, że nawet papież chce do nas wrócić. Intensywność każdego dnia podczas ŚDM, jestem przekonany, nie pozwoliła młodym dokładnie zobaczyć miasta, zabytków, poznać kultury Krakowa i Polski, ponieważ wcześniej były Dni w Diecezjach, a więc myślę, że wrócą, niektórzy mówili „do zobaczenia” [...], jeszcze się zobaczymy. Kwestia ekonomiczna idzie w parze z turystyką religijną, bo tak nazwijmy ŚDM, było to wydarzenie związane z turystyką religijną, a więc ta młodzież czy osoby dorosłe będą wracać, zostawiać też w sklepach pieniądze, będą płacili za hotele. Kwestie ekonomiczne będą tutaj ważne [...] [WI-9].

Potencjalne korzyści eksponowali zwłaszcza przedsiębiorcy z branży turystycznej. Mimo zauważalnego sceptycyzmu z ich strony, zarówno w okresie poprzedzającym Światowe Dni Młodzieży, jak i w czasie ich trwania (prezentowanego m.in. w wypowiedziach dla mediów, a potem powtarzanych w różnych doniesieniach medialnych), z perspektywy czasu (3 miesiące po zakończeniu wydarzenia) pozytywnie oceniali jego wpływ na sytuację branży turystycznej w chwili obecnej oraz perspektywy jej rozwoju w przyszłości. Zauważali również korzyści osobiste, pozytywny wpływ na kondycję ich firm – zjawisko to oceniali jako tzw. efekt ŚDM. Jednoznacznie stwierdzali, że Światowe Dni Młodzieży przełożyły się na wzrost zainteresowania Krakowem.

Myślę, że na pewno na turystów to wpłynęło. Było w zagranicznych mediach gdzieś, jak jest teraz reklama tramwaju, że jechał papież Franciszek, że tutaj coś tam się odbyło, że... Na pewno to będzie miało wpływ. Turystów jest bardzo dużo w Krakowie i oby było jak najwięcej. My żyjemy z tego. Więc ktoś, kto powie, że turystów w Krakowie nie powinno być, no to jest dla mnie gwoździem do trumny. No jak może nie być. No przecież tak naprawdę mówimy o centrum tutaj, tak? Tu jest milion restauracji, sklepy, hotele, hostele, z czegoś ten Kraków musi żyć, z turystyki żyjemy najwięcej [WPRZ-4].

Jako kraj turystyczny myślę, że Polska pokazała poziom. Otwartość na ruch turystyczny, zburzenie złych opinii gdzieś w świecie, negatywnych. Wrzesień był dla nas obłędny, masa ludzi przyjeżdżała do Polski i cały czas ci turyści są [WPRZ-19].

To na pewno turystyczne. Ogólnie na pewno bardzo dużo z tych przyjechało wcześniej, żeby poznać Kraków, żeby na Wawel pójść, nie wiem Sukiennice, muzeum czy coś. Tak że bardzo, bardzo wysokie zyski powinno przynieść [WPRZ-8].

Korzyści ekonomiczne związane z turystyką były wielokrotnie analizowane przez respondentów w połączeniu nie tylko z potencjalnymi korzyściami ekonomicznymi dla Krakowa w przyszłości, ale również realnymi, osiągniętymi w trakcie wydarzenia lub bezpośrednio po nim.

Więc ja myślę pod tym kątem turystycznym typowo. Ekonomicznym – na pewno. Te wszystkie kawiarnie, które ich przyjmowały, to też na pewno na tym zyskały. I z każdym wydarzeniem udowadniamy jako Polska, że dajemy radę. Tak samo było z tym Euro, teraz tak samo jest z tym Expo, mamy teraz coraz lepszą wystawę, w ogóle technologia powala. I powiem szczerze, że im więcej takich imprez..., niech one kosztują, bo one są kosztowne, nie oszukujmy się, ale jak inaczej się wypromować, jeśli nie w takich rzeczach. Takich prostszych, powiedzielibyśmy najprostszych, organizacyjnych typowo. Tak jak dobre wojsko. Organizacyjnie jak Rzymianie. Może nie mieli dobrych sprzętów, ale organizacyjnie byli super [WG-16].

Kraków już się wzbogacił przez duże ilości ludzi, którzy kupowali pamiątki itp. Zdecydowanie też nastąpił rozwój turystyki, gdyż w ciągu tygodnia pielgrzymi nie wykorzystali całego czasu na zwiedzanie i mówili, że chętnie by tutaj wrócili [WG-7].

Myślę, że część z tych turystów wróci do Krakowa. Nawiązali tutaj nowe znajomości. Tak więc korzyści turystyczne jak najbardziej. Również ekonomiczne, to powiązane jedno z drugim. Na pewno było to pozytywne wydarzenie, korzystne dla Krakowa [WG-53].

Pojawiały się jednak również głosy sceptyczne, podkreślające, że chwilowy entuzjazm związany z tym co „tu i teraz” przeminie po powrocie pielgrzymów do krajów rodzinnych. Będąc na ŚDM, byli bowiem pod wpływem intensywnych, pozytywnych emocji, które po powrocie do domu opadną, a sami pielgrzymi nabiorą dystansu do wydarzeń z Krakowa.

Wie Pani co, na początku może przyniesie, a potem i tak wszyscy zapomną, bo to jest tak, że „hura, hura”, a za chwileczkę już wszystko opada i emocje też opadają, ale może to wrażenie, które [...] było dobre wrażenie, zostaje na dłużej. I może spowoduje, że ludzie tutaj będą chcieli wracać. Ci akurat Litwini, którzy u nas byli, to jeżeli będą mieli ochotę, to mogą też przyjechać do nas, do Polski na wakacje czy kiedykolwiek indziej. Oni też byli inaczej do Polaków nastawieni, bo mówią, że na Litwie jest właśnie antypolska atmosfera itd. Dlatego zdziwieni byli, jak tutaj przyjechali, że wszyscy tutaj są otwarci

i w ogóle itd. No, ale jak to jest zawsze, w święta to wszyscy mają dobre humory i wszyscy się dobrze zachowują. Bo to było święto, nie? [WG-23].

Dostrzegano również w Światowych Dniach Młodzieży szansę na rozwój turystyki pielgrzymkowej, która obecnie jest w pewnym sensie branżą niszową. Duża część pielgrzymów przyjechała do Polski jednak z tego właśnie powodu, podczas pobytu dostrzegli wiele miejsc sakralnych, które warto zobaczyć. Badani postrzegali to jako atut Małopolski, który – odpowiednio animowany, rozwijany, zarządzany – może przyczynić się do wykreowania nowego produktu turystycznego w regionie.

Na pewno na wzrost turystyki, tej turystyki pielgrzymkowej – to jak najbardziej. Ona jeszcze jest taką trochę niszą. Akurat do Małopolski przyjeżdża, podejrzewam, największa liczba pielgrzymek w kraju, chociażby z racji tego, że mamy bardzo dużo sanktuariów, co prawda nie tak dużych jak Częstochowa, ale już takich depczących po piętach, jak Łagiewniki czy Kalwaria Zebrzydowska. Generalnie, widząc, jakie było zainteresowanie mediów, ile powstało materiałów, jak to zostało przeliczone na kwotę, jaką musielibyśmy wydać jako państwo na promocję za granicą, to było liczone w milionach złotych. A to była promocja tak na prawdę za darmo, bo ci ludzie są teraz naszymi ambasadorami, nawet mając kontakt z pielgrzymami, z którymi rozmawiałem, z którymi się później zaprzyjaźniłem, z którymi się wymieniliśmy adresami, część z nich podróżowała wcześniej lub później po Europie, zwłaszcza ci, którzy przyjechali z odległych kontynentów. Dla nich to nie był tylko wyjazd na dwa tygodnie do Polski, tylko na przynajmniej miesiąc do Europy, to mają porównanie. Jednak wszyscy wspominają, że w tej Polsce było najlepiej. Na pewno na tle Europy zbiliśmy dużo punktów i była to impreza zupełnie innego kalibru niż... nie wiem... Mistrzostwa Europy w piłce nożnej, które organizowaliśmy w Polsce. [WI-15].

5. Potencjał turystyczny ŚDM w oczach uczestników

Podczas Światowych Dni Młodzieży zapytano również samych pielgrzymów o ich ewentualne plany związane z powrotem do Polski, w tym również w celach turystycznych. Warto podkreślić, że pytanie to zadawane było pielgrzymom w trakcie ich pobytu w Krakowie, kiedy znajdowali się pod wpływem emocji związanych z samym wydarzeniem, spotkaniami z papieżem oraz interakcjami z innymi uczestnikami. Z tego powodu ich wypowiedzi nie traktowano podczas analizy jako bezwzględnych deklaracji, a raczej pewne punkty odniesienia do rozpoznania zjawiska i, w dalszej kolejności, do sformułowania rekomendacji w zakresie konstruowania strategii rozwoju turystyki w Krakowie, Małopolsce i w Polsce.

Większość badanych podkreślała, że chciałaby wrócić do Polski. Swoje deklaracje uzasadniali przede wszystkim chęcią głębszego poznania polskiej kultury, języka, ludzi, którzy wywarli na nich duże, pozytywne wrażenie.

Żeby poznać kulturę, zwiedzić muzea, poznać, co jecie [...]. Po to, by zostawić sferę religijną, a zająć się bardziej tą związaną z kulturą, czego mi tu brakuje. To, czego mi żal, to to, że wszystko tu jest po polsku – tablice... W miastach umieszcza się generalnie napisy w 2 językach, angielskim i polskim. Chęć wrócić tu z mamą, spróbujemy we wrześniu – nie tylko Kraków, ale i Polskę, inne miasta. W sumie nie zobaczyłam wszystkiego, co chciałam w Łodzi, a są też inne miasta – nie widziałam Warszawy. Są inne miasta, których się nie zna, a w sumie Polska jest duża, każdy region ma, być może, inną kulturę, jak we Francji, południe i północ... [WP-153].

Tak, z przyjemnością! Z kuzynami mamy tradycję, że w każde wakacje wyjeżdżamy do kraju na Wschodzie, na razie z Polską mamy ich 7, więc kiedy skończymy nasz tour, myślę, że wrócimy do Polski, to naprawdę piękny kraj, jedzenie nie jest drogie, dla nas dobrą rzeczą jest wyjechać do kraju, gdzie możemy mało wydać, ponieważ studentowi ciężko jest wyjechać na wakacje. Poznaliśmy ten kraj jako tak gościnny i tak piękny, że mamy tę jedną chęć – chęć powrotu. Jeśli wrócić, to na wakacje! Teraz jesteśmy tu dla religii, dla Jezusa, ale ja chciałbym wrócić tu na wakacje, na imprezy z Polakami. Jeśli chodzi o Łódź, myślę, że to trzecie co do wielkości miasto w Polsce? Spacerowaliśmy i spotkaliśmy wielu sympatycznych przechodniów,

Polaków, młodych, którzy mówili świetnie po angielsku, nawet niektórzy po francusku – to był czas szaleństwa, wróciliśmy o 4 nad ranem, byliśmy totalnie „odmóždzeni”, to było genialne – więc jak przyjadę tu następnym razem, to na wakacje i na zabawę z mieszkańcami [WP-156].

[...] bardzo mi się tutaj podobało, chciałbym iść na koncert muzyki klasycznej, chciałbym poczuć się częścią tej kultury [WP-201].

Tak, z dwóch powodów: dla turystyki i dla religii [WP-56].

Zwracali też uwagę na chęć podzielenia się swoimi pozytywnymi doświadczeniami z Polski z bliskimi, np. rodzicami czy znajomymi, których chcieliby zabrać do Polski i pokazać im miejsca, w których przebywali w trakcie Światowych Dni Młodzieży.

[...] o tak, chciałabym zabrać tutaj rodziców. Mam nadzieję, że przyjadę tutaj znowu jakimś sposobem [WP-232].

Głównie ze względu na przyjaciół, ale również chcę zobaczyć normalną Polskę, już po ŚDM [WP-58].

[...] chciałbym przyjechać na spokojnie z rodziną albo przyjaciółmi, bo teraz to jest bieganina w stylu 10 minut i szybko wracać do autobusu [WP-7].

Część badanych uzasadniała również chęć powrotu do Polski pragnieniem podtrzymania nawiązanych podczas ŚDM przyjaźni z Polakami, którzy ich gościli w swoich domach.

Tak, na pewno tutaj wrócę. Będę odwiedzał moich nowych przyjaciół. Na pewno też nie zwiedzę, nie zdążę zwiedzić wszystkich miejsc, jakie chciałbym zobaczyć, wszystkich zabytków, więc na pewno wrócę, żeby je zobaczyć. Na pewno Światowe Dni sprawiły ze zainteresowałam się polską kulturą i na pewno chcę się teraz dowiedzieć więcej o Polsce, o Polakach [WP-124].

Badani zwracali uwagę na chęć powrotu do stolicy Małopolski, w którym spędzili czas w trakcie najważniejszych wydarzeń Światowych Dni Młodzieży. Motywowali to chęcią zobaczenia czegoś więcej w Krakowie, gdyż krótki pobyt podczas ŚDM wzbudził ich zainteresowanie miastem. Spora grupa pielgrzymów zwracała również uwagę na to, że nie udało im się zwiedzić miasta w tygodniu ŚDM lub robili to bardzo pobieżnie, ale zarówno panująca podczas ŚDM atmosfera, jak i obrazy miasta widziane w biegu podczas przemieszczania się pomiędzy kolejnymi wydarzeniami ŚDM pozwoliły im na sformułowanie opinii i udzielenie wstępnych deklaracji dotyczących ewentualnego powrotu do Krakowa.

[...] wrócić do Krakowa; wrócić do Auschwitz, ale z przewodnikiem i na spokojnie; jeszcze raz Częstochowa [WP-3].

Osobiście przyjechałbym znów na 3–4 dni do Krakowa, potem na południe, w góry, do Wadowic, przeszedłbym po papieskich szlakach. I zawsze chciałem zrobić spływ tratwą – widziałem tylko zdjęcia, ale to chyba musi być cool. O, i do SPA bym tam na dole pojechał, tam jest SPA, prawda? [WP-64].

Tak, bardzo chętnie. Jak mówiłem, nie widziałem jeszcze za dużo samego miasta, ale to, co się widzi, mocno zachęca do tego, aby bliżej się przyjrzeć [WP-77].

Jeszcze może tutaj przyjadę, może za kilka lat, bo jeszcze niektórych muzeów nie widziałam i niektóre kościoły trzeba nieskończoną ilość razy odwiedzać, choćby kościół Mariacki. Zwiedzałam różne kościoły Europy i w końcu mówiłam „aa ten Mariacki no to taki owszem”, ale wczoraj, jak weszłam, to jednak trzeba powiedzieć, że jest światowej rangi. Nie byłam w katedrze, już nie zdążyłam, tylko u Karmelitów. Niektóre kościoły jeszcze trzeba odwiedzić, nie mówiąc już o ekspozycji na Wawelu. Tam to się w ogóle nie dostałam w takich dniach [WP-89].

Tak, zdecydowanie. Chciałabym móc ponownie zobaczyć rynek oraz zwiedzić więcej miejsc, takich jak np. muzea [WP-327].

Niektórzy badani wyrażali również chęć zwiedzenia innych miejsc w Polsce, poza Krakowem. Często słyszeli o nich od innych pielgrzymów, od poznanych Polaków lub gdzieś przeczytali, że są warte odwiedzenia. Najczęściej wskazywano na Warszawę, obóz koncentracyjny Auschwitz-Birkenau oraz na miejsca związane z turystyką religijną: Wadowice i Częstochowę.

Chciałabym tu wrócić, ale nie wiem, czy to będzie możliwe, ale jeśli tak, to chciałabym zobaczyć Wadowice i Częstochowę [WP-2].

Tak, bardzo. Kocham Częstochowę, naprawdę kocham, zakochałam się od razu, kiedy zobaczyłam bazylikę. Chciałabym zobaczyć dom Jana Pawła II i Auschwitz, ze względu na Maksymiliana Kolbego. To mój ulubiony święty [WP-4].

Tak, chciałbym, nie wiem, jak wyjdzie z Auschwitz, i chciałbym świętować z Polakami Wielkanoc [WP-8].

[...] zobaczyć Warszawę, bo niektórzy mówią, że jest ładna, a większość, że brzydka, więc chciałam sama sprawdzić [...] Częstochowa – wrócić tam i zostać kilka dni [WP-11].

Tak. Chcę odkrywać inne miasta, np. stolicę. Nie udało mi się pojechać do kopalni soli. Macie kościół Mariacki i chcę go odwiedzić. Chcę odwiedzić wszystkie inne miejsca, gdzie mogę dowiedzieć się więcej o mojej wierze [WP-96].

Tak. Jak już mówiliśmy jedziemy jeszcze dalej, ale jestem sobie w stanie wyobrazić ponowny przyjazd, w zależności od tego, jak mi się spodobać inne miasta. Jedziemy do Wrocławia, Warszawy, Torunia i Gdańska [WP-68].

Póki co, w nocy po ŚDM wracam do domu, ale już zaplanowałam, że przyjadę tutaj na urlop na kilka tygodni – bardziej na południe, w kierunku gór, trasy wodne, piesze i to wszystko, co teraz zauważyłem, raz jeszcze, jak będzie trochę spokojniej w mieście. Ale w najbliższych dniach nie mam raczej żadnych konkretnych planów [WP-64].

Warto zwrócić uwagę, że byli również tacy uczestnicy ŚDM, którzy chcieliby wrócić do Krakowa na dłużej, np. w ramach programów wymiany studenckiej.

[...] nie miałabym nic przeciwko powrotowi w ramach stypendium Erasmusa; Kraków nie jest zbyt znany w Hiszpanii [WP-1].

Podsumowanie

Światowe Dni Młodzieży były przedsięwzięciem wyjątkowym w skali globalnej. Jednym z ważniejszych – choć niebezpośrednio zamierzonym przez organizatorów – pól oddziaływania była i jest turystyka. W oczach badanych, zarówno przybyłych z zagranicy uczestników ŚDM, jak i zaangażowanych w ich realizację Polaków, rozwój turystyki można traktować jako jedną z kluczowych konsekwencji ŚDM. Potencjał ten, odpowiednio zarządzany, może przynieść wymierne, ekonomiczne korzyści w postaci przychodów, zwłaszcza w branży turystycznej.

Na szczególną uwagę zasługuje również potencjał ŚDM w zakresie rozwoju turystyki pielgrzymkowej w Polsce. Ta, jak określali ją badani, niszowa branża, ma szansę stać się jedną z kluczowych w Małopolsce.

Analiza oferty kulturalnej i turystycznej

Wprowadzenie

Światowe Dni Młodzieży to nie tylko uroczystość religijna, ale i wielkie wydarzenie kulturalne. Młodzi ludzie z całego świata, reprezentujący setki nacji i grup etnicznych, wspólnie celebrują swoją różnorodność, jednocześnie stanowiąc żywe świadectwo wspólnoty w wierze chrześcijańskiej.

Obok licznych wydarzeń o charakterze duchowym (spotkania z papieżem, msze św., katechezy, akcje przygotowane przez wspólnoty religijne, Centrum Powołaniowe, Droga Krzyżowa, Strefa Pojednania itd.) Światowym Dniom Młodzieży towarzyszyło wiele eventów kulturalnych i atrakcji turystycznych. Z jednej strony była to oprawa koordynowana przez Komitet Organizacyjny (KO), z drugiej przygotowywana „oddolnie” przez gminy i parafie goszczące pielgrzymów. Wówczas mocno zaangażowane były samorządy oraz organizacje trzeciego sektora.

Wydarzenia kulturalne i turystyczne zostały włączone w Dni w Diecezjach (20–25 lipca 2016 r.) albo w późniejszy Festiwal Młodych (26–29 lipca 2016 r.). Dni w Diecezjach to

czas, który pielgrzymi spędzają na terenie wybranych diecezji w kraju organizującym spotkanie młodych. [...] to zaproszenie do odkrywania bogactwa Kościoła i kraju, do którego przyjeżdżają, a także spotkanie z rodzinami i rówieśnikami, którzy chcą ich ugościć. Dla gospodarzy to szansa udziału w święcie wiary i radości razem z młodymi ludźmi ze wszystkich stron świata¹.

¹ *Idea Dni w Diecezjach*, dok. elektron., ŚDM Kraków 2016, www.krakow2016.com/idea-dni-w-diecezjach [odczyt: 21.12.2016].

Z kolei Festiwal Młodych to

program religijny i artystyczno-kulturalny, który odbywa się popołudniami i wieczorami w czasie trzech dni katechez, z wyjątkiem czasu przeznaczonego na Wydarzenia Centralne. [...] składa się z otwartych i bezpłatnych inicjatyw o charakterze artystycznym, religijnym oraz duchowym. [...] można wybrać się na różnorodne koncerty, wystawy, warsztaty, wydarzenia sportowe, teatralne etc.²

Szczególnie ważne jest to, że stworzenie takiej oferty było możliwe dzięki zaangażowaniu samych uczestników, Festiwal zorganizowany jest bowiem „dla pielgrzymów przez pielgrzymów – każdy ma szansę wziąć w nim udział nie tylko jako widz, ale także jako artysta czy organizator”³.

Ze względu na liczbę propozycji jako pomoc zaoferowano pielgrzymom aplikację na telefon oraz pliki ze szczegółowym programem do pobrania ze strony krakow2016.com (ryc. 1).

PORA DNIA	PONIEDZIAŁEK 25.07	WTOREK 26.07	ŚRODA 27.07	CZWARTEK 28.07	PIĄTEK 29.07	SOBOTA 30.07	NIEDZIELA 31.07
RANO	PRZYJAZD	KATECHEZY Z BISKUPAMI, KATECHEZA W DRODZE			PIELGRZYMKA NA MIEJSCE CZUWANIA		MSZA POSŁANIA
POŁUDNIE	PRZYJAZD	CENTRUM POWOŁANIOWE FESTIWAL MŁODYCH				SPOTKANIE WOLONTARIUSZY Z PAPIEŻEM	
WIECZÓR	PRZYJAZD	MSZA ŚW. CEREMONIA OTWARCIA (godz. 17.30)	FESTIWAL MŁODYCH	POWITANIE OJCA ŚWIĘTEGO	DROGA KRZYŻOWA	CZUWANIE Z OJCEM ŚWIĘTYM	

Ryc. 1. Harmonogram wydarzeń w czasie Światowych Dni Młodzieży

Źródło: www.krakow2016.com/program [odczyt: 21.12.2016]

Wiele informacji o wydarzeniach lokalnych nie było dostępnych publicznie, a jedynie bezpośrednio zainteresowanym pielgrzymom, w związku z tym ich analiza opiera się na jakościowej kwerendzie prasowej, w której zebrano doniesienia o programie przygotowanym w gminach, diecezjach i parafiach.

- 2 Program Festiwalu Młodych, dok. elektron., ŚDM Kraków 2016, www.krakow2016.com/program-festiwalu-mlodych [odczyt: 21.12.2016].
- 3 Ibidem.

1. Dni w Diecezjach

Podstawową bazą danych odnośnie do wydarzeń w ramach Dni w Diecezjach była zakładka na głównej stronie krakow2016.com. Udostępniono tam mapę Polski z zaznaczonymi poszczególnymi diecezjami, najważniejszymi danymi o nich oraz podano odległość od Krakowa, a także biblijne nazwy, które diecezje przyjęły na czas ŚDM (ryc. 2). Biblijne nazwy miały jak najlepiej oddać specyfikę danej miejscowości. Było to z jednej strony rozwiązanie praktyczne – uznano, że posługiwanie się znanymi zwrotami będzie łatwiejsze, niż wymówienie polskich, często trudnych, nazw miast. Z drugiej

to również wskazówka, czego mogą się spodziewać w danym miejscu i wspólnocie. Nazwy te nawiązują bowiem zarówno do historii, postaci, jak i ważnych miejsc lokalnego Kościoła. I tak np. archidiecezja poznańska i archidiecezja gnieźnieńska – miejsca tworzenia się na ziemiach polskich chrześcijaństwa i państwowości – za swoją nazwę wybrały Jordan⁴.

Pod mapą zamieszczono informacje kontaktowe poszczególnych koordynatorów Dni w Diecezjach.



Ryc. 2. Baza Dni w Diecezjach

Źródło: www.krakow2016.com/dni-w-diecezjach [odczyt: 21.12.2016]

- 4 ŚDM: jutro rozpoczynają się Dni w Diecezjach, dok. elektron., www.deon.pl/religia/swiatowe-dni-mlodziezy/art,161,sdm-jutro-rozpoczynaja-sie-dni-w-diecezjach.html [odczyt: 22.12.2016].

W ramach kwerendy prasowej zebrano ponad 300 rekordów wskazujących na wydarzenie kulturalne lub turystyczne w ramach Dni w Diecezjach. Nie oznacza to jednak, że jest to liczba wiążąca – raczej szacunkowa. Wynika to z faktu, że w doniesieniach prasowych nie zawsze była jasno wskazana „przynależność” danego wydarzenia do Dni w Diecezjach. Ponadto jedno „wydarzenie” obejmowało często kilka punktów odbywających się równocześnie lub tego samego dnia. Trudno też zakwalifikować takie działania, jak bezpłatne wejścia dla pielgrzymów do muzeów (w Warszawie np. Muzeum Powstania Warszawskiego, POLIN, Zamek Królewski, Pałac w Wilanowie, Centrum Nauki Kopernik). Niemniej zebrane dane pozwalają określić tendencje, jakie występowały w ofertach kulturalno-turystycznych skierowanych do pielgrzymów.

Przede wszystkim były to liczne koncerty zespołów religijnych, grających w różnej stylistyce. Drugim sposobem zagospodarowania czasu gościom było zwiedzanie turystyczno-krajoznawcze (wspólne spacer, spływy, wędrowki piesze) oraz oprowadzanie po zabytkach i ważnych miejscach. Czasami aktywności te były połączone z krótką pielgrzymką. Ponadto często odbywały się rozgrywki sportowe czy inne ruchowe formy integracji, jak nauka tańców czy gry terenowe (np. „Geocaching of Mercy” w diecezji siedleckiej, polegający na poszukiwaniu skrytki z sekretem św. Faustyny).

W zaledwie kilku miejscowościach zaproponowano tak oryginalne atrakcje, jak *flashmob* czy malowanie pamiątkowego muralu. Również stosunkowo rzadko przygotowywano widowiska czy inscenizacje. Miejscami np. urozmaicano msze św. elementami pantomimy. Większe przedstawienia były również utrzymane w tematyce religijnej, jak spektakl o Wydarzeniu Eucharystycznym w Sokółce, albo historycznej, np. „Chrzest Polski, czyli jak to być mogło” we Włocławku.

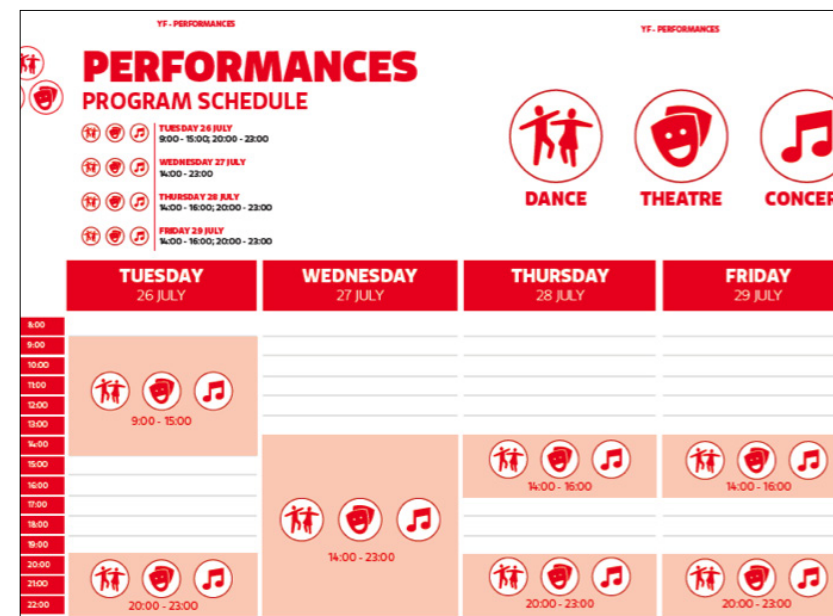
Generalnie gospodarze kładli nacisk na lokalne rękodzieło, kuchnię, tradycje i kulturę, prezentując je przybyszom także w formie warsztatów czy różnego rodzaju kiermaszów. Na przykład w diecezji radomskiej, w Muzeum Wsi Radomskiej pielgrzymi mogli wziąć udział w wydarzeniu „Posmakuj Polski”. Obok degustacji „Stowarzyszenia i Koła Gospodyń Wiejskich [zapoznały] pielgrzymów z tradycjami, folklorem, religijnością i historią Polski i regionu”⁵. W Dzierżonowie z kolei w czasie „Biesiady Polskiej” przybysze mieli również okazję do nauczania się poloneza.

Standardowym punktem programów w diecezjach były (auto)prezentacje gości, które zwykle cieszyły się dużą popularnością i pozwalały na szybkie zacieśnienie relacji i integrację z lokalną społecznością.

5 *Ibidem*.

2. Festiwal Młodych

Na Festiwal Młodych składało się ok. 200 wydarzeń w Krakowie i okolicy, uporządkowanych w programie według kategorii: taniec, teatr, koncert, film, spotkania (*gatherings & meetings*) i spotkania modlitewne (*prayer & worship*). W celu ułatwienia orientacji każda z nich została oznaczona inną grafiką⁶ (ryc. 3). W niniejszej analizie scharakteryzowane zostaną jedynie wydarzenia kulturalne.



Ryc. 3. Harmonogram Festiwalu Młodych

Źródło: www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/yf/program/Youth_Festival_Program_stages.pdf [odczyt: 21.12.2016]

Cały dokument został podzielony według lokalizacji (*venues*), w których odbywały się wydarzenia. W Krakowie były to m.in.: Błonia, Rynek Główny, pl. Jana Nowaka-Jeziorańskiego, Studium WF UJ (ul. Piastowska 26), pl. Szczepański, pl. Wolnica, Rynek Podgórski, pl. Centralny, Park Krowoderski, Barka przy Bulwarze

6 Youth Festival Performances, dok. elektron., www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/yf/program/Youth_Festival_Program_stages.pdf [odczyt: 21.12.2016].

Wołyńskim, Mały Rynek, pl. Marii Magdaleny, KS Wieczysta, Tauron Arena Kraków, Park Lotników Polskich, Nowohuckie Centrum Kultury, Sala Teatralna PWST. Poniżej zaprezentowano harmonogram wydarzeń na przykładzie Rynku Głównego w Krakowie (ryc. 4).

VENUES YF - PERFORMANCES OUTDOORS	Rynek Główny			
	TUESDAY 26 JULY	WEDNESDAY 27 JULY	THURSDAY 28 JULY	FRIDAY 29 JULY
MORNING				
AFTERNOON	BAROQUE THEATRE ASC - SPANISH 10.00 - 10.30 VIA ORCHESTRA MLZ - ENGLISH 10.00 - 10.30	FILIPINO BANG WFF - ENGLISH 10.00 - 10.30 CONCIERTO RCC - SPANISH 10.00 - 10.30 ARMINIUS TUNA APOTHEOSIS ZAKAWADA MLZ - POLISH 10.00 - 10.30 S. KALIN POL - POLISH 10.00 - 10.30	WISŁO POLSKIE POL - POLISH 10.00 - 10.30 HALLO POL - POLISH 10.00 - 10.30	FORMACJA KAWIENKI POL - POLISH 10.00 - 10.30
EVENING	GARTEN - JON OWEN MEINEL POL - POLISH 20.00 - 23.00 ENIGMA TOLSON FIA - ENGLISH 20.00 - 23.00	ANNEK 10.01 INTERNATIONAL FRENCH 10.00 - 10.30 POLSKA ST PROMOCJA POL - POLISH 10.00 - 10.30 VIETNAMESE KUALALUMPUR POL - POLISH 10.00 - 10.30 LES ARABES DU NORD POL - POLISH 10.00 - 10.30 JUNG KIMMIA DANCE KOREA KOR - KOREAN 20.00 - 23.00	ORCHESTRA BANDS OF THE CITY POL - POLISH 20.00 - 23.00 LINDA UK - ENGLISH 20.00 - 23.00	KIRKIN IN NOT DIVERSIFICATION POL - POLISH 20.00 - 23.00 KIRKIN IN NOT DIVERSIFICATION POL - POLISH 20.00 - 23.00

Ryc. 4. Harmonogram wydarzeń w ramach Festiwalu Młodych na przykładzie Rynku Głównego w Krakowie

Źródło: www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/yf/program/Youth_Festival_Program_stages.pdf [odczyt: 21.12.2016]

W większości miejsc odbywały się koncerty, które, znów, były jedną z popularniejszych form rozrywki – prawdopodobnie ze względu na łatwość jej odbioru. Nieco dziwić może kategoria „taniec”, ale ŚDM pokazały, jak wielu młodym bliskie jest wyrażanie siebie i swojej wiary właśnie poprzez ruch, co z polskiej perspektywy niekoniecznie jest oczywiste. Jeśli chodzi o zespoły i grupy prezentujące się na scenach, to pochodziły one praktycznie z całego świata – od Francji, Stanów Zjednoczonych, przez Meksyk, Kolumbię, aż po kraje arabskie i azjatyckie.

W Krakowie odbył się także **TIFF – The Inigo Film Festival**, oraz cykl pokazów filmowych w kinie Kijów, gdzie wyświetlano m.in. filmy dokumentalne o doświadczeniach mniejszości chrześcijańskich, pracy misjonarzy czy o życiu świętych⁷.

Kolejny segment oferty kulturalnej dla pielgrzymów stanowiły wystawy, których w samym Krakowie i okolicy odbyło się ponad 20, a przyświecała im następująca myśl św. Jana Pawła II:

W „twórczości artystycznej” człowiek bardziej niż w jakiegokolwiek inny sposób objawia się jako „obraz Boży” i wypełnia to zadanie przede wszystkim kształtując wspaniałą „materię” własnego człowieczeństwa, a z kolei także sprawując twórczą władzę nad otaczającym go światem⁸.

Wystawom poświęcony był osobny przewodnik, w którym obok opisu i informacji praktycznych przedstawiono także miniatury dzieł. Mimo że wszystkie wystawy i instalacje skupione były na tematyce religijnej, to różnorodność technik i interpretacji była bardzo duża. Pielgrzymi mogli zobaczyć m.in. fotografie, kolaże, mozaiki, a nawet rysunki komiksowe (ryc. 5). Do wielu projektów angażowano widzów, więc wystawy częściowo przekształcały się, poprzez wspólne doświadczenie i tworzenie, w happeningi.



Ryc. 5. Przykładowa strona z przewodnika po wystawach w ramach Festiwalu Młodych

Źródło: www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/yf/exhibitions/YF_-_Exhibition_-_PDF_Proof.pdf [odczyt: 21.12.2016]

7 Youth Festival Film, dok. elektron., www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/YF_-_Film_-_PDF_Proof.pdf [odczyt: 21.12.2016].
8 Wystawy, dok. elektron., www.krakow2016.com/wystawy-2 [odczyt: 21.12.2016].

Największym wydarzeniem w tej kategorii była z pewnością wystawa, określana nawet mianem „niebiańskiej”, „Maria Mater Misericordiae” w krakowskim Muzeum Narodowym. Goście mieli okazję zobaczyć ponad 90 wizerunków Marii Matki Miłosierdzia autorstwa Hansa Memlinga, Albrechta Dürera czy Petera Paula Rubensa. Są to dzieła uważane za tak doskonałe, że „wydają się nienamalowane ludzką ręką”⁹. Przez cały okres trwania wystawy odwiedziło ją 51 tys. zwiedzających¹⁰.

Obok oferty kulturalnej w samym Krakowie pielgrzymi mogli korzystać również z licznych propozycji w okolicznych miejscowościach – odbyło się ponad 60 różnych wydarzeń (często składających się z kilku pomniejszych), m.in. w Bochni, Brzesku, Chełmku, Dobczycach, Krzeszowicach, Mszanie Dolnej, Myślenicach, Proszowicach, Rabce, Trzebini, Wadowicach czy Wieliczce. Także w przypadku oferty poza Krakowem przygotowano osobny przewodnik¹¹.

Zaobserwowano bardzo dużą różnorodność imprez i wydarzeń zaproponowanych gościom – od wspólnych spacerów, wędrowek, rozgrywek sportowych, przez gry miejskie i wspólne tańce, po wystawy, spektakle i koncerty. Z przeprowadzonej kwerendy wynika, że najczęściej wymienione działania nie tyle miały na celu zapoznanie pielgrzymów z kulturą polską w szerokim rozumieniu, ile raczej były skupione na pokazaniu lokalnej historii i tradycji. Ponadto pielgrzymom oferowano dania uznawane za typowe dla kuchni polskiej, o czym często też wspominali w mediach czy w wywiadach.

Na przykład w Bochni pielgrzymi mogli m.in. wysłuchać koncertów Orkiestry Kopalni Soli Bochnia, zespołów Nazaret (z Polski), Ablaze (ze ZEA) czy Kayros (z Meksyku); wziąć udział w warsztatach tańca; zobaczyć filmowy przewodnik po mieście, mapping, wystawy (np. „Zabytkowe Podziemia Kopalni Soli Bochnia – materialne świadectwo religijności i trudnej pracy górników”) oraz skorzystać ze „Strefy rekreacji”, w której zaproponowano gry i zabawy sportowe (ryc. 6).

FM - Festiwal Młodych w Krakowie

FM - Festiwal Młodych w Krakowie

FESTIWAL MŁODYCH BOCHNIA

BOCHNIA

Rynek, Bochnia

WTOREK
26 LIPCA

ŚRODA
27 LIPCA

10:00
11:00
12:00
13:00
14:00
15:00
16:00
17:00
18:00
19:00
20:00
21:00
22:00
23:00
24:00

Transmisja Wydarzeń
Centralnych w Krakowie
TRANSMISJA NA ŻYWO
17:30

Uroczystość Rekonsecracji
Pielgrzymstwa Młodych

10:00
11:00

Koncert zespołu młodych
kompozytorów z okazji
Festiwalu Młodych w Krakowie

12:00
13:00

Koncert w kościele - Młodzi
kompozytorzy

14:00
15:00

Główny pokaz artystyczny - Młodzi
kompozytorzy

17:00
18:00

30 Mapping na budynek
Miłocza

23:00
24:00

Indywidualna Wystawa Sztuki Bochnia
Pierwsza Wystawa Sztuki Bochnia
Indywidualna Wystawa Sztuki Bochnia
Indywidualna Wystawa Sztuki Bochnia

10:00
11:00
12:00
13:00

Wystawa sztuki z
Siedlca

14:00
15:00

Wystawa sztuki z
Siedlca

16:00
17:00

NAZARET

18:00
19:00

ABLAZE
Dla Młodych (Dla Młodych)

20:00
21:00

KAYROS
(Dla Młodych)

22:00
23:00

Program artystyczny
Główny pokaz artystyczny

24:00
25:00

BOCHNIA

WYDARZENIA DODATKOWE

WYSTAWY

SPORT & REKREACJA

ADORACJA & UWIELBIENIE

WYSTAWY ARTYSTYCZNE

DATA

MIEJSCE

„Święci Ziemi Bocheńskiej”

26-29.07

ul.ka Barycz / Serpigo, Miłocza

„Zabytkowe Podziemia Kopalni Soli Bochnia – materialne świadectwo religijności i trudnej pracy górników”

26-29.07

Plac Skałny

„Pielgrzymi Bochni – skarbienie miłości i bogactwa serca”

26-29.07

ul. Kazimierza Wielkiego przy Starym Parku

SPORT I REKREACJA

DATA

MIEJSCE

Strefa rekreacji – możliwość gier i zabaw sportowych

26-29.07

Park Rozrywki Ułkonia

ADORACJA I UWIELBIENIE

DATA

MIEJSCE

JĘZYK

Koncert chóru Paoli Cantores Sancti Nicolai

19.30-20.07

Bazylika Serpigo, Miłocza

Polski

Koncert Chórów Salt Singers oraz Gaudium

19.45-20.07

Bazylika Serpigo, Miłocza

Polski

Ryc. 6. Fragment programu Festiwalu Młodych w Bochni

Źródło: www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/FM_Poza_Krakowem_Program_PL_1.pdf [odczyt: 21.12.2016]

Z kolei w Wadowicach pielgrzymi mieli okazję m.in. wysłuchać polskich artystów Tau i New Day; zobaczyć koncert muzyki filmowej granej przez Orkiestrę Symfoniczną Państwowej Szkoły Muzycznej w Wadowicach; wziąć udział w rozgrywkach piłki nożnej i siatkowej „Copa Wadowice – Nawet Święty kopął w piłkę”, spływie kajakowym na Skawie pod hasłem „Sport z Karolem Wojtyłą” albo odbyć wędrowkę z Janem Pawłem II po Beskidzie Małym; zobaczyć, w ramach Nocnego Kina Plenerowego, Festiwal Polskiego Filmu oraz przeżyć show muzyczne: „Święty z Wadowic – Jan Paweł II” (ryc. 7).

9 Maria. Mater Misericordiae – niebiańska wystawa, dok. elektron., www.krakow2016.com/ maria-mater-misericordiae-niebiaska-wystawa [odczyt: 21.12.2016].

10 Maria. Mater Misericordiae. Podsumowanie wystawy, dok. elektron., www.krakow2016.com/ maria-mater-misericordiae-podsumowanie-wystawy [odczyt: 21.12.2016].

11 FM poza Krakowem, dok. elektron., www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/ zalaczniki/FM_Poza_Krakowem_Program_PL_1.pdf [odczyt: 21.12.2016].



Ryc. 7. Fragment programu Festiwalu Młodych w Wadowicach

Źródło: www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/FM_Poza_Krakowem_Program_PL_1.pdf [odczyt: 21.12.2016]

W Rabce zaproponowano gościom np. odbycie spaceru po mieście z przewodnikiem, wzięcie udziału w grze terenowej; pokaz umiejętności GPR oraz możliwość spróbowania swoich sił w zawodach sprawnościowych na ścianie wspinaczkowej; uczestnictwo w warsztatach muzycznych „Muzeum dźwięków”; spotkanie z lutnikiem w jego pracowni; obejrzenie występów zespołów góralskich Robcusie oraz Robcanie, a także uczestnictwo we wspólnym muzykowaniu przy ognisku.

Z kolei w Suchoj Beskidzkiej, by podać jeszcze kilka przykładów, pielgrzymi mogli wybierać między warsztatami łuczniczymi a pokazem karate i technik walk Wschodu, a także wysłuchać koncertu Zespołu Muzyki Dawnej im. Gaspare Castiglione MOK.

3. Inne wydarzenia kulturalne

Pielgrzymi mieli również możliwość uczestniczenia w kilku innych większych imprezach, nie tylko tych wcześniej opisanych. Na przykład w ramach Magis odbył się „Festiwal Narodów”, czyli „prezentacja kultury, języka i talentów uczestników z każdego kraju obecnego na programie”¹².

Z kolei w Łodzi wspólnota Chemin Neuf przygotowała „Paradise in the City” – obok licznych spotkań, wykładów i programu *stricto* religijnego pielgrzymi zostali zaproszeni do udziału w warsztatach, rozgrywkach sportowych czy wieczorach artystycznych. Zachęcano ich również do zwiedzania miasta pod różnym kątem:

- miasto świętych („Odkryj miejsca życia, modlitwy i powołania największych polskich świętych. Dzięki ich życiu i poszczególnym charyzmatom możesz otrzymać wiele łask”);
- miasto naznaczone historią (*Łódź to miasto głęboko naznaczone wielkimi wydarzeniami historii: wojnami światowymi, eksterminacją ludności, komunizmem, który jeszcze 20 lat temu był tutaj obowiązującą wykładnią rzeczywistości. Te wszystkie wydarzenia pozostawiły w mieście trwałe ślady, które są dla nas świadectwem cierpienia*);
- miasto 4 kultur (*Łódź to miasto sztuki i kultury, dzięki bogactwu swojej historii jest nazywane „miastem 4 kultur”. Poznaj je w konkretnych miejscach! Kościoły, koncerty, wystawy, muzea*)¹³.

Niektóre diecezje włączały w programy wizyt pielgrzymów już istniejące wydarzenia kulturalne, np. w diecezji drohiczyńskiej zapraszano do uczestnictwa w Festiwalu Wielu Kultur i Narodów „Z wiejskiego podwórza”, V Międzynarodowym Festiwalu Kultura Bez Granic czy XI Międzynarodowych Siemiatyckich Targach Pogranicza.

¹² Gdzie i kiedy?, dok. elektron., <http://magis2016.org/gdzie-i-kiedy/> [odczyt: 21.12.2016].

¹³ Festiwal w Łodzi, dok. elektron., <http://paradiseinthecity.com/pl/home/festival?anchor=4> [odczyt: 21.12.2016].

4. Rola organizacji pozarządowych

Nie sposób pominąć roli organizacji pozarządowych w przygotowaniu wydarzeń kulturalnych w czasie ŚDM. Po części była to aktywność w ramach przyznawanych grantów (np. z funduszy Urzędu Miasta Krakowa), ale zdecydowana większość działań miała charakter oddolny, opierając się na własnej kreatywności i zdolności w pozyskiwaniu funduszy przez podmioty.

Największym wydarzeniem organizowanym przez instytucje trzeciego sektora było Mercy Centre w Tauron Arenie, przygotowane przez Zakon Rycerzy Kolumba wraz z partnerami. Odbывające się tam koncerty, katechezy, wystawy, konferencje czy celebracje liturgiczne były skierowane głównie do pielgrzymów anglojęzycznych¹⁴.

Dużą popularnością wśród uczestników ŚDM cieszyła się akcja „Wymaluj obraz”, przygotowana przez wspólnotę Chrystus w Starym Mieście oraz siostry z sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach. Polegała ona na stworzeniu obrazu Jezusa Miłosiernego z *selfie* przesłanych przez stronę image2016.pl. W akcji wzięło udział 15 tys. osób, a efekt ich pracy został wystawiony przy sanktuarium w Łagiewnikach¹⁵.

Bardziej refleksyjny charakter miała wystawa zorganizowana przez Stowarzyszenie Ślady Obecności wraz z Ruchem Komunia i Wyzwolenie w Pałacu Sztuki w Krakowie. Po przejściu poszczególnych sal ekspozycyjnych uczestnicy mieli możliwość zadania dowolnego pytania papieżowi, poprzez wpis do specjalnej książki, która następnie miała być przekazana Ojcu Świętemu. Szczegółowe informacje można też było uzyskać na stronie www.askthepope2016.com¹.

Wydarzeniem zakrojonym na szeroką skalę był spektakl „Kościół w Europie”, przygotowany przez Międzynarodowy Związek Przewodniczek i Skautów Europy. W przedstawieniu, ukazującym historię Kościoła w Europie od czasów Jezusa do współczesności, wzięło udział 150 aktorów z 5 krajów oraz kilkudziesięcio-

osobowa orkiestra skautowa. Przedstawiciele poszczególnych krajów byli odpowiedzialni za różne części projektu – Polacy za część przedstawiającą osobę św. Faustyny Kowalskiej¹⁶.

Wszystkie wymienione wyżej przykłady wydarzeń kulturalnych, przygotowanych przez organizacje pozarządowe, odbyły się w Krakowie, jednak z pewnością w mniejszych miejscowościach można było również zidentyfikować przykłady działań organizacji pozarządowych lub grup nieformalnych działających na rzecz organizacji czasu wolnego pielgrzymów. Chociaż wydarzenia te różniły się skalą działań i liczbą zaangażowanych w ich tworzenie osób, wszystkie miały wyraźny duchowy charakter, zazwyczaj przedstawiały dziedzictwo religijne w bardzo współczesnej formie.

5. Turystyka

Jeśli chodzi o ofertę turystyczną, to elementy przewodnika o zabytkach albo po miejscach związanych z wiarą można było odnaleźć np. w publikacjach należących do pakietu pielgrzymy czy w folderach przygotowywanych przez inne instytucje. Niektóre miejscowości wykorzystały przygotowania do ŚDM do stworzenia produktów (także pamiątek), które mogą być atrakcyjne w przyszłości również dla innych turystów. Na przykład w Brzesku wydano w kilku językach przewodnik po mieście¹⁷.

Ponadto na oficjalnej stronie ŚDM dostępne były zakładki „Poznaj Kraków” czy „Poznaj Małopolskę”, gdzie wymienione i opisane zostały najważniejsze atrakcje miasta, regionu i kraju (ryc. 8).

14 Rycerze Kolumba będą gospodarzami Międzynarodowego Centrum Anglojęzycznego podczas Światowych Dni Młodzieży 2016, dok. elektron., www.wydenglishsite.org/press/pl/informacja-prasowa-12-lipca.pdf [odczyt: 11.10.2016].

15 W Krakowie wystawiono obraz Jezusa Miłosiernego ze zdjęć *selfie*, dok. elektron., <http://www.pope2016.com/sdm2016/o-sdm/news,494401,w-krakowie-wystawiono-obraz-jezusa-milosierneho-ze-zdjec-selfie.html> [odczyt: 11.10.2016].

16 „Kościół w Europie” – spektakl Skautów Europy z udziałem 150 osób z 5 krajów, dok. elektron., EKA!, <https://ekai.pl/diecezje/krakowska/x102071/kosciol-w-europie-spektakl-skautow-europy-z-udzialem-osob-z-krajow/> [odczyt: 11.10.2016].

17 Zob. Przewodnik po gminie Brzesko, dok. elektron., www.brzesko.pl/wp-content/uploads/2016/06/Przewodnik_pl_OK.pdf [odczyt: 23.12.2016].



Ryc. 8. Przewodnik turystyczny na stronie krakow2016.com

Źródło: www.krakow2016.com/poznaj-malopolske/miejsca [odczyt: 21.12.2016]

Instytucje, które spodziewały się dużej liczby odwiedzających, wprowadziły wcześniejszą rejestrację i rezerwację wejść. Tak było w przypadku Miejsca Pamięci i Muzeum Auschwitz-Birkenau, które w ciągu kilku dni odwiedziło 155 tys. pielgrzymów, a cały świat śledził, odbywającą się w zupełnej ciszy, wizytę papieża Franciszka. Muzeum podaje, że rekord liczby zwiedzających padł 26 lipca, kiedy 21 tys. osób odwiedziło były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny. Dla pielgrzymów przygotowano specjalną trasę, aby

mogli poznać najważniejsze miejsca zarówno na terenie byłego obozu Auschwitz I, jak i Auschwitz II-Birkenau. Najistotniejsze zagadnienia z historii obozu przybliżyła przygotowana na tę okazję wystawa plenerowa. [...] stworzono także specjalną księgarnię, gdzie mogli oni nabyć przygotowane dla nich książki historyczne oraz wspomnieniowe w językach polskim, angielskim, hiszpańskim, włoskim, francuskim i niemieckim¹⁸.

18 *Pielgrzymi Światowych Dni Młodzieży oraz wizyta Papieża Franciszka w Miejscu Pamięci*, dok. elektr., www.auschwitz.org/muzeum/aktualnosci/pielgrzymi-swiatowych-dni-mlodziezy-oraz-wizyta-papieza-franciszka-w-miejscu-pamieci, 1837.html [odczyt: 21.12.2016].

Jak czytamy na stronie muzeum, „było to największe organizacyjne i logistyczne wyzwanie w jego prawie siedemdziesięcioletniej historii”¹⁹.

W ramach Dni w Diecezjach, Tygodnia Misyjnego czy innych wydarzeń poprzedzających ŚDM zaplanowane zostały „dni turystyczne” albo dni, które pielgrzymi mieli spędzić z przyjmującymi ich rodzinami. Często w programach te pozycje były sformułowane dość ogólnie, pozostawiając dowolność sposobu realizacji parafiom i rodzinom. Czasami dołączano sugestie dla gospodarzy, co warto w tym wspólnym czasie w okolicy zrobić, gdzie pójść, co zwiedzić, a „czas wolny” finalizowany był np. wspólnym ogniskiem dla wszystkich gości i „ich” rodzin.

Podsumowanie

Na podstawie analizy oferty kulturalnej i turystycznej przygotowanej dla pielgrzymów uczestniczących w Światowych Dniach Młodzieży wyciągnąć można kilka wniosków.

Przede wszystkim zwraca uwagę spójna koncepcja programów wydarzeń i związanych z nimi materiałów informacyjnych, za które odpowiadał Komitet Organizacyjny. Pielgrzymi, nawet z ograniczoną znajomością języków obcych, na podstawie symboli i kolorów mogli sprawnie zaplanować czas między uroczystościami religijnymi. Z pewnością bardzo dobrym ruchem było włączenie podkrakowskich miejscowości do obchodów Festiwalu Młodzieży i wydanie osobnego przewodnika.

Rozproszenie i olbrzymia liczba wydarzeń, a także widoczna kreatywność w parafiach i gminach, które mając czasem skromne możliwości, starały się jak najserdeczniej ugościć przybyszy i pokazać im choć odrobinę polskiej kultury, były imponujące. Pozytywne komentarze i relacje świadczą o tym, że integracja z pewnością się udała, a wspomnienia (po obu stronach) z wspólnie spędzonego czasu na długo pozostaną w pamięci. Nie do zmierzenia jest także „zysk” w postaci doświadczenia pokojowej międzykulturowości i zderzenia z „egzotyką” obcokrajowców. O ile dostęp do informacji na temat tych wyda-

19 *Ibidem*.

rzeń z perspektywy osoby z zewnątrz okazał się nieco utrudniony, o tyle na poziomie samych zainteresowanych przekaz był zapewne bezpośredni, bez wykorzystania w tym celu mediów. Wyraźne jest także zaangażowanie różnego rodzaju organizacji w przygotowanie pobytów gości.

Jeśli chodzi o typ, to dominujące były wydarzenia na świeżym powietrzu, czemu z pewnością sprzyjała letnia aura. Głównie były to koncerty oraz zajęcia rekreacyjno-sportowe – preferowane zapewne także ze względu na minimalne bariery językowe i kulturowe. Ponadto, jak już zostało wcześniej wspomniane, gospodarze kładli duży nacisk na zaprezentowanie polskiej kultury i tradycji pielgrzymom – chociażby w formie warsztatów czy degustacji potraw.

Wykorzystanie wydarzeń kulturalnych w kreowaniu wizerunku miasta, regionu i państwa podczas Światowych Dni Młodzieży

Wprowadzenie

Odbývające się od ponad 30 lat Światowe Dni Młodzieży są przede wszystkim świętem religijnym. Jednak z uwagi na liczbę uczestniczących w nich osób oraz reprezentowanych przez nie krajów nie sposób pominąć waloru promocyjnego tego wydarzenia. Składają się na nie nie tylko bezpośrednie doświadczenia osób uczestniczących w ŚDM, ale także informacje, którymi dzielą się ze swoimi rodzinami i przyjaciółmi po powrocie do miejsca zamieszkania (tzw. marketing szeptany) oraz wizerunek państwa-organizatora, jaki zostanie przedstawiony w prasie światowej, głównie na podstawie relacji pielgrzymów i reporterów będących na miejscu.

Dostrzegając potencjał tkwiący w tym wydarzeniu, na różnych szczeblach organizacyjnych podjęto działania zmierzające do promocji Krakowa, Małopolski i Polski, poprzez organizację różnorodnych wydarzeń.

Celem artykułu jest odpowiedź na poniższe pytania badawcze:

- jaki wizerunek miasta, państwa i regionu został zaprezentowany pielgrzymom podczas Światowych Dni Młodzieży;
- przez jakie wydarzenia był on budowany;
- czy obraz ten jest spójny wewnętrznie;
- czy wizerunek ten jest tożsamy z dokumentami strategicznymi.

Artykuł powstał na podstawie analizy dokumentów strategicznych odnoszących się do promocji (Programu strategicznego promocji miasta Krakowa na lata 2016–2022, Programu strategicznego „Marketing terytorialny” województwa małopolskiego, Zasad komunikacji marki Polska) oraz wydarzeń w ramach ŚDM

2016 organizowanych przez władze samorządowe i ogólnopolskie, a także innych inicjatyw finansowanych ze środków publicznych, ze szczególnym naciskiem na inicjatywy kulturalne i kampanie promocyjne inspirowane dziedzictwem kulturowym.

1. Kraków

Program strategiczny promocji miasta Krakowa na lata 2016–2020 został przyjęty Uchwałą Rady Miasta Krakowa już po zakończeniu ŚDM – 7 grudnia 2016 roku. Prace nad nim rozpoczęły się jednak przed organizacją wydarzenia, a perspektywa dokumentu obejmuje cały 2016 rok. Dlatego też wydarzenia w trakcie ŚDM 2016 analizowane będą w odniesieniu do tego programu. Głównym przekazem, który ma być zawarty we wszystkich przedsięwzięciach promujących Kraków, jest hasło: „Kraków dodaje znaczeń i porusza umysły”. W strukturze przedsięwzięć promocyjnych wyróżniono zadania horyzontalne (nieprzypisane do jednej grupy docelowej) oraz skierowane do konkretnych grup odbiorców, np. turystów. Do przedsięwzięć ogólnych zaliczono m.in.:

- Zadanie nr 1 „Koordynacja promocji Krakowa”;
- Zadanie nr 2 „Kraków porusza kulturą”;
- Zadanie nr 3 „Kraków porusza sportem i rekreacją”;
- Zadanie nr 4 „Kraków miastem wysokiej jakości życia”.

Szczególnie interesujący w kontekście organizacji ŚDM jest priorytet dotyczący kultury, którego celem jest:

Zadanie promocji unikalnych i wyjątkowych w skali kraju (czy nawet Europy) twórców i wydarzeń oraz przedsięwzięć kulturalnych, zarówno ze sfery kultury niezależnej, jak i kultury wysokiej, a także promocja postaw aktywnego uczestnictwa w kulturze. [...] Bazują one na trendzie „kultura jest wszystkim”, mówiącym o zwiększającym się zainteresowaniu dziedzictwem niematerialnym – kulturą ludową, popularną, tradycjami i zwyczajami, znaczeniem klasy kreatywnej oraz aktywnym, a nie pasywnym, uczestnictwie w kulturze. Przedsięwzięcia promocyjne ujęte w tym zdaniu mają prowadzić do wzmocnienia postrzegania Krakowa jako miasta kultury, miasta twórców [podkreślenia własne].

Wśród zadań skierowanych bezpośrednio do turystów wyróżniono:

- Zadanie nr 7 „Kraków porusza nowymi miejscami” – rozłożenie ruchu turystycznego poza centrum miasta i promocja nowych produktów;
- Zadanie nr 8 „Kreowanie atrakcyjnego wizerunku w kraju i zagranicą” – poprawa wizerunku miasta i zwrócenie uwagi na wysokiej jakości produkty turystyczne oferowane przez nie¹.

Podsumowując, wpływ na atrakcyjny i spójny wizerunek Krakowa mają mieć przede wszystkim: wysoka jakość życia w mieście, duża liczba różnorodnych wydarzeń kulturalnych oraz nastawienie na rozwój różnych form aktywności fizycznej. Wysokiej jakości oferta skierowana do turystów ma za zadanie zachęcenie ich do odwiedzenia nie tylko centrum miasta, ale także atrakcji turystycznych położonych na jego obrzeżach. Przy czym dominującym komunikatem przekazywanym odbiorcom jest nie tyle zobaczenie, ile doświadczenie miasta.

1.1. Kampania promocyjna „Kraków. Cradle of Genius”

Głównym działaniem wizerunkowym, realizowanym na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa, była kampania promocyjna „Kraków. Cradle of Genius” („Kraków. Kolebka geniuszu”), przygotowana przez Agencję Reklamową Delikatesy&Frykasy, w okresie od lipca do sierpnia 2016. Podstawowym celem kampanii było zachęcenie młodzieży do podjęcia nauki w Krakowie i związania swojego życia z tym miastem. Jako grupę docelową wyróżniono młodych ludzi odwiedzających Kraków w trakcie ŚDM. W kampanii wykorzystano postaci związane z Krakowem, ale mające znaczenie dla kultury światowej. Poprzez wybór „patronów”, wśród nich również obcokrajowców, starano się zwrócić uwagę na możliwość rozwoju na terenie królewskiego miasta w następujących dziedzinach: nauka (Mikołaj Kopernik), sztuka (Wit Stwosch, Andrzej Wajda), stosunki międzynarodowe (królowa Bona), sport (Rafał Sonik), życie duchowe (św. Jan Paweł II i papież Franciszek). Warto zwrócić uwagę na spójność wizualną z oprawą graficzną ŚDM oraz nawiązanie do hasła promującego wydarzenie. Na plakatach pojawił się bowiem slogan ŚDM „Czy jesteś gotowy, by...” zakończone opisem osiągnięć każdej z postaci (wygrać Dakar / zostać królową / dokonać rewolucji naukowej).

¹ Uchwała nr LIX/1297/16 Rady Miasta Krakowa z dnia 7.12.2016 r. w sprawie przyjęcia Programu Strategicznego Promocji Miasta Krakowa na lata 2016–2022.

Główny przekaz, jaki miał dotrzeć do odbiorców, dotyczył podkreślenia znaczenia Krakowa jako wyjątkowego miasta, gdzie z powodzeniem można realizować swoje pasje. Komunikaty wizualne w języku angielskim znalazły się na *citylightach*, umieszczonych w strategicznych punktach miasta (w tym na przystankach), na tramwajach oraz były wyświetlane w Tauron Arenie, w której odbywała się część wydarzeń w ramach ŚDM². Powstał także film promocyjny podsumowujący tę kampanię³.

1.2. 9. Noc Cracovia Sacra

Kolejną inicjatywą podjętą przez Urząd Miasta Krakowa, we współpracy z Archidiecezją Krakowską, była 9. Noc Cracovia Sacra (przesunięta specjalnie z uwagi na ŚDM). Tym razem odbyła się pomiędzy 24 a 27 lipca 2016 roku pod hasłem „Cracovia Altera Roma”. W ramach wydarzenia zorganizowano liczne koncerty, wystawy, oprowadzania po obiektach sakralnych (różnych wyznań) i prezentujących sztukę religijną. Spośród 25 miejsc biorących udział w wydarzeniu 7 mieściło się poza ścisłym centrum (Stare Miasto do Alei Trzech Wieszczów i Kazimierz)⁴.

1.3. Muzea miejskie na ŚDM

Kolejną atrakcją zaplanowaną z myślą o uczestnikach ŚDM był darmowy wstęp do wybranych muzeów miejskich dla osób zarejestrowanych jako pielgrzymi w Komitecie Organizacyjnym ŚDM. Identyfikator umożliwiał wstęp na wybrane wystawy, zarówno w trakcie wydarzenia, jak i po jego zakończeniu (co mogło stanowić dodatkowy bodziec dla pielgrzymów do tego, żeby na dłużej zatrzymać się w Krakowie). Do akcji włączono: Muzeum Historyczne Miasta Krakowa (Pałac Krzysztofory, Fabrykę Schindlera, Starą Synagogę, Mury Obronne wraz z Barbakanem, Dom Zwierzyniecki i Oddział Dzieje Nowej Huty), Muzeum Inżynierii Miejskiej (wraz z oddziałem Ogród Doświadczeń), Muzeum Sztuki

Współczesnej MOCAK, a więc instytucje znajdujące się w różnych częściach miasta⁵. Dodatkowo w dniach od 26 do 31 lipca wstęp do krakowskiego zoo zarówno dla turystów, jak i dla mieszkańców był darmowy⁶.

1.4. Wydarzenia wzbogacające ofertę kulturalną Krakowa na czas ŚDM – otwarty konkurs grantowy

Dodatkowa oferta została przygotowana także przez miejskie domy kultury. Mogły one starać się o dofinansowanie swoich działań w ramach konkursu grantowego. W ten sposób Urząd Miasta nie tylko zwiększył pulę wydarzeń dostępnych dla pielgrzymów i mieszkańców, ale także – poprzez wybór najlepszych projektów – miał aktywny wpływ na tematykę i jakość poszczególnych wydarzeń. Były to przede wszystkim wydarzenia promujące kulturę regionalną (występy zespołów regionalnych w Nowohuckim Centrum Kultury), zwracające uwagę na historię danego miejsca (wystawa „Tu był Solvay...”, projekcja filmu „Śladami historii Podgórze”), mające na celu wymianę międzykulturową i aktywizację odbiorców (spotkania z tańcami świata w Parku Bednarskiego, koncerty z udziałem pielgrzymów w ARTzonie, warsztaty), promocję kultury polskiej (koncerty „Polska Muzyka Filmowa” i mazurków polskich, projekcja filmów nagrodzonych na OFAFA⁷) oraz podkreślające religijny aspekt ŚDM (koncert „Nuty góralskie o św. Janie Pawle II”, wystawa „Papież, Franciszek naszych czasów”)⁸.

Podobny konkurs grantowy został przeznaczony dla organizacji pozarządowych. Do realizacji wybrano sześć wydarzeń, koncentrujących się głównie na osobie św. Jana Pawła II (Stowarzyszenie Podgórze.pl – wystawa na Rynku Podgórskim prezentująca jego związki z poszczególnymi miejscami w Krakowie; Stowarzyszenie „Prawy Brzeg” – spektakl prezentujący biografię i twórczość papieża Polaka; Stowarzyszenie Artystyczno-Edukacyjne „Jazzowy Kraków” – prezentacja kantaty Joachima Mencla do poezji Karola Wojtyły *Miłość mi wszystko wyjaśniła*).

2 Opis kampanii promocyjnej „Kraków. Cradle of Genius”, dok. elektron., <https://infowire.pl/generic/release/321227/opis-kampanii-promocyjnej-krakow-cradle-of-genius/> [dostęp: 10.10.2016].

3 Zob. *Kraków Cradle of Genius*, <https://www.youtube.com/watch?v=Em-rq0oz43E>.

4 Program – Noc Cracovia Sacra 2016, dok. elektron., http://krakowskienoce.pl/noc_cracovia_sacra/201697,0,1,program.html [dostęp: 10.10.2016].

5 *Kulturalne Światowe Dni Młodzieży*, dok. elektron., http://krakow.pl/najnowsze/202189,1845,komunikat,kulturalne_swiatowe_dni_mlodziy.html [dostęp: 10.10.2016].

6 *Odwiedz krakowskie ZOO za darmo podczas ŚDM*, dok. elektron., http://krakow.pl/aktualnosci/202241,29,komunikat,odwiedz_krakowskie_zoo_za_darmo_podczas_sdm.html [dostęp: 10.10.2016].

7 OFAFA – Ogólnopolski Festiwal Autorskich Filmów Animowanych.

8 Stan przygotowań Gminy Miejskiej Kraków do Światowych Dni Młodzieży 2016 (stan na dzień 31.05.2016), dok. elektron., <http://krakow.pl/zalacznik/259339> [dostęp: 15.07.2016].

W dofinansowanym gronie inicjatyw znalazł się także spektakl plenerowy Teatru Nicoli (Stowarzyszenie Teatralno-Artystyczne „Samsara”), koncert muzyki renesansowej (Fundacja dla realizacji siedziby Capellae Cracoviensis) i gospel (Stowarzyszenie Gospel i Stowarzyszenie Rotunda)⁹.

1.5. Juliada i Copa Católica

Na promocji aktywności fizycznej skupiała się Juliada, organizowana przez Urząd Miasta Krakowa i Stowarzyszenie Siemacha. Wydarzenie to odbywa się od ponad 15 lat pod hasłem „Kraków ufa młodym”, jednak w tym roku z uwagi na ŚDM przybrało specjalną formę. Pielgrzymi mogli rywalizować w kilku dyscyplinach. Jedną z nich była piłka nożna – zorganizowano turniej Copa Católica, który od kilku lat rozgrywany jest na całym świecie. Zawody trwały dwa dni (26–27 lipca), wzięło w nich udział 48 drużyn. Ponadto pielgrzymi mogli wykazać się w następujących dyscyplinach: streetball, breakdance oraz rugby. Zawody rozgrywane były w Centrum Rozwoju Com-Com Zone Nowa Huta¹⁰.

Podsumowując organizację miejskich wydarzeń kulturalnych i kampanii promocyjnej w ramach Światowych Dni Młodzieży, można stwierdzić, że wszystkie te działania wpisywały się w Program strategiczny promocji miasta Krakowa. Działania skierowane były głównie do jednej z grup wyróżnionych w dokumencie – turystów, i realizowały jego hasło przewodnie „Kraków dodaje znaczeń i porusza umysły”, pokazując stolicę Małopolski jako miasto kreatywne, posiadające swoisty *genius loci*, z bogatą ofertą kulturalną. W ramach podejmowanych działań widoczna była koncentracja na realizacji zadań horyzontalnych, szczególnie tego dotyczącego kultury. Starano się pokazać pielgrzymom Kraków jako miasto o bogatych tradycjach, mogące poszczycić się wybitnymi postaciami, które tworzyły jego historię, z licznymi zabytkami – w szczególności muzeami i obiektami sakralnymi. Oprócz promocji wybitnych przedstawicieli i dzieł kultury polskiej koncentrowano się także na kulturze ludowej (m.in. pokazy zespołów regionalnych) i aktywnym włączaniu uczestników w jej tworzenie (bogata oferta warsztatowa) oraz na aktywności sportowej. W ramach Zadania 7 położono nacisk na rozłożenie wydarzeń kulturalnych poza ścisłym centrum miasta (zarówno w trakcie Nocy Cracovia Sacra, jak i podczas wydarzeń oferowanych przez miejskie instytucje kultury). Widoczne

⁹ Ibidem.

¹⁰ B. Opach, *Międzynarodowa Juliada, Kraków.pl*, nr 12 (181), 13.07.2016, s. 25.

były działania zmierzające do wypromowania Nowej Huty jako ważnej atrakcji turystycznej, ponieważ w tej dzielnicy koncentrowała się duża część wydarzeń. Ogólnie proponowana oferta kulturalna skierowana do pielgrzymów była bardzo bogata i różnorodna, przyczyniała się do kreowania wizerunku miasta jako atrakcyjnego ośrodka miejskiego.

2. Małopolska

Program strategiczny „Marketing terytorialny” został przyjęty uchwałą Zarządu Województwa Małopolskiego w październiku 2015 roku, a więc na kilka miesięcy przed Światowymi Dniami Młodzieży w Krakowie. W dokumencie zidentyfikowano korzyści wynikające z organizacji wydarzenia na terenie województwa małopolskiego. Zaliczono do nich m.in. wzrost poczucia dumy lokalnej i solidarności społecznej (tzw. *civic pride*) oraz znaczenia Krakowa jako ważnego ośrodka turystyki religijnej, szczególnie z uwagi na postać św. Jana Pawła II. Sugerowano także wykorzystanie marki, jaką są Światowe Dni Młodzieży, do promocji subobszaru „turystyka i baza” w późniejszych latach. W programie strategicznym dostrzeżono znaczenie ŚDM dla budowy pozytywnego wizerunku Małopolski, zarówno w krótkim, jak i w długim okresie.

W strategii promocji wyróżniono cztery filary marki Małopolska, będące zestawieniem jej kluczowych cech i wartości:

1. region, w którym równowaga historii i teraźniejszości, tradycji i innowacyjności, kreatywności i wiedzy jest źródłem rozwoju ekonomicznego i ludzkiego szczęścia,
2. region inteligentny, szanujący dziedzictwo i tradycję, na których buduje swą siłę mentalną teraz i na przyszłość,
3. region nonkonformistyczny i eklektyczny, słynący z awangardowego połączenia nowych form i idei z historią i tradycją,
4. region utalentowany, w którym korzenie dziedzictwa, historii i tradycji rodzą nowoczesne idee i nowatorskie pomysły¹¹.

¹¹ Uchwała nr 1445/15 Zarządu Województwa Małopolskiego z dnia 22.10.2015 r. w sprawie przyjęcia Programu strategicznego „Marketing terytorialny”.

Podsumowując, marka województwa opartego na wyróżnionych filarach miałyby korzystać z bogatego dziedzictwa kulturowego regionu, kreatywnie je przetwarzać, traktować jako impuls do rozwoju i budować w oparciu o nie nową rzeczywistość.

2.1. Kampania promocyjna „Młodość to stan ducha”¹²

Największym wydarzeniem wizerunkowym, przygotowanym na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, była kampania promocyjna „Młodość to stan ducha” (ang. *Youth is a state of mind*) realizowana w lipcu i sierpniu 2016 roku. Główny przekaz skierowany był do pielgrzymów i turystów odwiedzających Małopolskę w trakcie ŚDM oraz mieszkańców regionu. Miał ukazać województwo jako obszar nietuzinkowy, w którym można przełamywać bariery i odnaleźć młodość ducha.

Twarzą kampanii został 86-letni benedyktyn z Tyńca, ojciec Leon Knabit, który na plakatach promujących akcję pozował w habicie, małopolskich koralach oraz w koszulce z napisem „*Keep calm and ora et labora*” (łączącej łańciskiej przysłówie z internetowymi memami). W miejscu Wydarzeń Centralnych ŚDM – Krakowie, ustawionych zostało 60 billboardów w języku polskim i angielskim oraz tyle samo podświetlanych tablic z lustrami, przy których każdy mógł zrobić sobie *selfie* z ojcem Knabitem. Reklama prezentowana była także na tramwajach i autobusach jeżdżących po mieście. Same billboardy zawisły w 19 miastach regionu, w których spotkać można było największe grupy turystów. Dodatkowo w punktach informacyjnych na pielgrzymów czekały upominki – koronki do Miłosierdzia Bożego wykonane z czerwonych paciorków, nawiązujących do małopolskich koralów.

W ramach kampanii powstał kilkusekundowy spot promocyjny emitowany na antenie telewizji TVN (14 dni) i TVP (5 dni), w sumie obejrzało go 35 mln osób. W spocie przedstawiono aktywnych seniorów (wioślarz, bluesman, maratonka, instruktorka fitness) na tle małopolskich zabytków. W reklamie wzięły także udział skaczący ze spadochronem ojciec Knabit¹³.

12 Rozdział oparty na danych pochodzących ze strony Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego: *Kampania „Młodość to stan ducha” trafiła w sedno*, dok. elektron., www.malopolska.pl/aktualnosci/promocja/kampania-malopolski-na-sdm-trafila-w-sedno [dostęp: 10.10.2016].

13 Zob. *Młodość to stan ducha* – spot promocyjny, www.youtube.com/watch?v=6V_wlKF5Zul.

Uzupełnieniem kampanii były akcje w mediach społecznościowych (Facebook, Snapchat, Instagram, Youtube) – na profilu Małopolski i Światowych Dni Młodzieży, przygotowane w dziewięciu oficjalnych językach (angielskim, niemieckim, francuskim, hiszpańskim, włoskim, portugalskim, rosyjskim, ukraińskim i polskim).

Publikowano posty z cytatami z wypowiedzi byłego przeora tyńskich benedyktynów, a także materiały wideo (np. pielgrzymi czytają nazwy małopolskich miejscowości¹⁴), konkursy i akcje specjalne. Dużym zainteresowaniem cieszyła się jedna z nich – „Podróż za jeden uśmiech”. Mógł do niej dołączyć każdy, komu udało się złapać specjalną taksówkę przemieszczającą się po ulicach Małopolski, z wyjątkowym pasażerem – o. Leonem. Bieżącą relację z podróży prezentowano na Snapchacie.

Snapy związane z akcją w ciągu jednego dnia wyświetlono ponad 2,5 tys. razy, a w ciągu całej kampanii 45 tys. razy. Reklama telewizyjna zgromadziła przed odbiorcami 35 mln widzów, odnotowano także 6 mln odsłon internetowych poszczególnych komunikatów, 130 tys. odtworzeń na Youtube, a reklamę na tramwajach i w autobusach, według szacunków, zobaczyło w sumie 3 mln osób. Nie tylko zasięg, ale przede wszystkim jakość komunikatów i ich pomysłowość sprawiły, że kampania promocyjna Małopolski otrzymała Grand Prix Kryształów PR-u za najlepszą kreatywną kampanię promocyjną i wyróżnienie za najlepszy wizerunek w mediach społecznościowych¹⁵.

2.2. Miniserial „Świętość i miłosierdzie”

Serial powstał dzięki koprodukcji Narodowego Centrum Kultury, Komitetu Organizacyjnego Światowych Dni Młodzieży oraz Małopolskiej Organizacji Turystycznej, przy wsparciu finansowym Województwa Małopolskiego (wkład wyniósł 641 tys. zł)¹⁶. Filmy emitowane były na początku czerwca na antenie TVP. Ich celem miało być zainteresowanie tematyką turystyki religijnej szerokiego grona odbiorców, ze szczególnym uwzględnieniem młodzieży przygotowującej się

14 Zob. Pielgrzymi z całego świata czytają nazwy małopolskich miejscowości, // WYD2016, www.youtube.com/watch?v=byLfQ35UV2k&index=7&list=PLW7bK84gXVpGriwWBe5tJ3hGZ33woQfm.

15 #Małopolska Kryształem PR-u!, dok. elektron., www.malopolska.pl/aktualnosci/promocja/malopolska-krysztalem-pru [dostęp: 10.10.2016].

16 *Ruszyła emisja miniserialu „Świętość i miłosierdzie”*, dok. elektron., www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/ruszyla-emisja-miniserialu-swietosc-i-milosierdzie [dostęp: 10.10.2016].

do Światowych Dni Młodzieży. Poszczególne odcinki dotyczyły znaczenia takich miejsc, jak: Kraków, Wieliczka, Zakopane czy Kalwaria Zebrzydowska, w życiu św. Jana Pawła II i św. Faustyny¹⁷.

2.3. Szlak Bożego Miłosierdzia

Szlak kulturowy wiodący przez Kraków i okolicę ścieżkami miłosierdzia powstał dzięki współpracy Małopolskiej Organizacji Turystycznej i Narodowego Centrum Kultury. Łączy on miejsca związane z postaciami świętych i błogosławionych, którzy w swoim życiu kierowali się ideą miłosierdzia. W kilku miejscowościach ustawiono specjalne tablice, powstał także papierowy przewodnik i portal internetowy. Ciekawą ideą jest tworzenie „mapy emocji” poprzez zakładkę dostępną na stronie szlaku. Pielgrzymi mogą podzielić się swoimi odczuciami dotyczącymi świętych i ich miejsc na Szlaku Bożego Miłosierdzia¹⁸.

2.4. Promocja lokalnej kuchni na lotnisku w Balicach

Na lotnisku w podkrakowskich Balicach w okresie największego nasilenia ruchu turystycznego (od 22 lipca do 5 sierpnia) wśród pasażerów promowano kuchnię regionalną. Organizatorami akcji byli: Województwo Małopolskie, MPL Kraków-Balice, MPL Services i Małopolska Szkoła Gościnności w Myślenicach. Część lotniskowych restauracji serwowała specjalne menu składające się z potraw regionalnych, m.in. grillowanego pstręga z Ojcowa, żurku po krakowsku podawanego w chlebie czy sałatki z buncem lub bryndzą. Dla tych, którzy ciągle są w biegu, przygotowano kanapki z lokalnymi wędlinami czy oscypkiem. Można było także za darmo skosztować lokalnych smakotyków i uzyskać informacje na temat kuchni regionalnej na specjalnie przygotowanym w tym celu stoisku¹⁹.

17 Cykl filmowy „Świętość i Miłosierdzie” w TVP1, dok. elektron., <http://nck.pl/institucja/317680-cykl-filmowego-swietosc-i-milosierdzie-w-tvp1> [dostęp: 21.12.2016].

18 Szlak Bożego Miłosierdzia, <http://misericordiae.net/> [dostęp: 22.12.2016].

19 ŚDM: *Zakochaj się w małopolskich smakach*, dok. elektron., www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/sdm-zakochaj-sie-w-malopolskich-smakach [dostęp: 10.10.2016].

2.5. Wojewódzkie instytucje kultury w trakcie ŚDM

W trakcie ŚDM część muzeów zarządzanych przez urząd marszałkowski wprowadziła darmowy wstęp za okazaniem identyfikatora ŚDM (Muzeum Etnograficzne w Krakowie, Cricoteka) lub wydłużyła godziny otwarcia (Muzeum Okręgowe w Tarnowie). W większości wojewódzkie instytucje kultury prezentowały w tym czasie swoją stałą ofertę. Pielgrzymi mieli okazję zobaczyć wystawy koncentrujące się na następujących wydarzeniach i osobach: Jan Paweł II (muzeum Jana Pawła II w Wadowicach, Muzeum Lotnictwa Polskiego – historia śmigłowca papieskiego Mi-8, Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Krakowie – wystawa „Wspomnienia o Janie Pawle II”), postaci ważne dla kultury polskiej (Tadeusz Kantor, Witkiewiczowie), historia Polski (Muzeum Lotnictwa – Bitwa o Anglię), kultura ludowa (Muzeum Etnograficzne w Krakowie).

Część wojewódzkich instytucji kultury przygotowała z okazji ŚDM ofertę specjalną. W Muzeum Archeologicznym w Krakowie można było zobaczyć wystawę „Chrzest 966 – oblicza chrystianizacji”. Teatr STU przygotował spektakl „Noa Ain Joanna d’Arc Opera sacra na sopranistkę i dźwięk otaczający” w przestrzeni kościoła św. św. Piotra i Pawła w Krakowie, w ramach Nocy Cracovia Sacra. Ofertę realizowaną poza swoją siedzibą przygotowała także Opera Krakowska, prezentując „Symfonię pieśni żałosnych” – III Symfonię op. 36 Henryka Mikołaja Góreckiego w Kopalni Soli w Wieliczce. Z kolei teatr im. Juliusza Słowackiego oferował oprowadzanie z przewodnikiem i rozmowy o tradycji w teatrze. Wydarzeniem skoncentrowanym na wymianie międzykulturowej był koncert zespołów z Polski, Kostaryki, Brazylii, Indonezji i Pakistanu, przygotowany przez Instytut Dialogu Międzykulturowego im. Jana Pawła II²⁰.

Podsumowując tematykę wydarzeń zorganizowanych specjalnie z uwagi na ŚDM, można stwierdzić, że mocno koncentrowały się one na dziedzictwie kulturowym, prezentując jego materialny wymiar (kościół, kopalnia soli w Wieliczce, teatr Słowackiego), jak i skupiając się na wybitnych postaciach (H.M. Górecki) oraz aspektach niematerialnych (tradycje operowe, zespoły folklorystyczne).

Oceniając wydarzenia kulturalne i kampanie wizerunkowe pod kątem realizacji założeń Programu strategicznego „Marketing terytorialny”, należy stwierdzić, że w największym stopniu realizowała je kampania promocyjna „Młodość to stan ducha”. W sposób niestandardowy przedstawiała ona region jako miejsce bazujące na dziedzictwie kulturowym, kreatywne, przełamujące bariery, miejsce, w którym

20 ŚDM: Wyjątkowa oferta małopolskich instytucji kultury, www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/sdm-wyjatkowa-oferta-malopolskich-institucji-kultury [dostęp: 10.10.2016].

liczy się wysoka jakość życia. Kampania realizowała wszystkie cztery filary marki Małopolska. W przypadku pozostałych wydarzeń kulturalnych widoczna jest ich duża koncentracja na dziedzictwie regionalnym (kultura, gastronomia) oraz skierowanie działań do turystów religijnych, jakimi z pewnością są uczestnicy Światowych Dni Młodzieży. Widoczne było silne ukierunkowanie na przedstawienie postaci św. Jana Pawła II, zarówno poprzez emisję serialu o turystyce pielgrzymkowej, wytyczenie szlaku kulturowego, jak i w trakcie realizowanych wydarzeń kulturalnych, nacisk na ten aspekt został wskazany w programie strategicznym. Jednak w przeciwieństwie do wspomnianej kampanii promocyjnej w mniejszym stopniu, w stosunku do założeń wskazanych w strategii, skupiały się one na twórczym wykorzystaniu dziedzictwa, raczej je przedstawiając, niż przetwarzając.

3. Polska

W zapisach „Strategii promocji marki Polska” wyraźnie podkreślono, że nośnikiem pozytywnego wizerunku naszego kraju mają być przede wszystkim mieszkańcy, to poprzez nich marka najlepiej dociera do obcokrajowców. Jako główną istotę przekazu sformułowano hasło „Polska zasila”, które – w zamyśle twórców strategii – nie powinno być dokładnie powielane, ale winno stanowić podstawową obietnicę marki, ideę, wokół której kreowane są wszystkie działania promocyjne. Sformułowano następujące wyróżniki marki:

- Polska zasila przeżyciami – turysta, mówiąc językiem współczesnego marketingu, znajduje się na rynku doznań, powinien nie tylko zoba-
czyć, ale przede wszystkim doświadczyć, przeżyć;
- Polska zasila wyobraźnią – zwrócenie uwagi na ogromną kreatywność
mieszkańców, szczególnie w obszarze kultury (nie tylko jej tworzenia,
ale także odbioru);
- Polska zasila przedsiębiorczością – podkreślenie pomysłowości przy
tworzeniu i rozwoju przedsiębiorstw oraz umiejętności radzenia sobie
w każdych warunkach;
- Polska zasila inicjatywami – zaznaczenie roli Polski jako ważnego
aktora na scenie politycznej, zarówno w kontekście regionalnym,
jak i europejskim.

Do kluczowych założeń i ram marki Polska zaliczono mówienie o miejscach z perspektywy zamieszkujących je osób; wykorzystywanie wydarzeń z przeszłości tylko w odniesieniu do tego, w jaki sposób kształtują one naszą teraźniejszość; promocję marki w sposób bezpośredni, poprzez jej ambasadorów, którymi są wszyscy Polacy; oraz budowę pozytywnego wizerunku Polski nie tylko w oczach obcokrajowców, ale także mieszkańców kraju po to, aby umocnić ich poczucie dumy z własnej narodowości²¹.

3.1. Publikacja Ambasador Polskości²²

Ministerstwo Spraw Zagranicznych wraz z Fundacją Reduta Dobrego Imienia wydały publikację dystrybuowaną wśród rodzin przyjmujących pielgrzymów. Był to krótki poradnik w formie zestawu odpowiedzi dla gospodarzy, dotyczących tego, jakie informacje o Polsce warto przekazać zagranicznym pielgrzymom. Został on wydany w nakładzie 250 tys. egzemplarzy. Publikacja wpisywała się w założenia „Strategii promocji marki Polska”, szczególnie przez nastawienie na budowanie wizerunku kraju poprzez bezpośredni kontakt zagranicznych pielgrzymów z mieszkańcami. Jednak niepokój niektórych komentatorów wzbudzało, ich zdaniem, zbytnie zideologizowanie broszury (tygodnik „Polityka”: *Kuriozalny przewodnik MSZ na Światowe Dni Młodzieży: Nie narzekaj, nastaw ogórki małosolne*; „Newsweek”: *Rządowy poradnik na ŚDM, czyli ambasador przemilczeń i półprawd*).

3.2. Pawilon Polski

U stóp Wawelu, dzięki staraniom Narodowego Centrum Kultury, Polskiej Agencji Infrastruktury i Inwestycji Zagranicznych oraz Polskiej Organizacji Turystycznej, powstał pawilon z interaktywną ekspozycją mającą na celu promocję polskich innowacji, dziedzictwa, kultury i gospodarki. Odwiedzający mieli okazję obejrzeć, w specjalnym kinie 3D, film „Krótka historia animowana Polski” autorstwa Tomasza Bagińskiego, zapoznać się z nowymi technologiami produkowanymi w Polsce (od aplikacji mobilnych po drony i łaziki marsjańskie), skosztować plonów polskich gospodarstw produkujących zdrową żywność czy uczestniczyć w koncertach

21 Uchwała nr 21 Rady Promocji Polski z dnia 25.10.2013 r. w sprawie przyjęcia „Zasad komunikacji marki Polska”.

22 Jeśli nie podano inaczej, to dane dotyczące wydarzeń kulturalnych w niniejszym rozdziale pochodzą z informacji udostępnionych dzięki uprzejmości Narodowego Centrum Kultury.

organizowanych na pobliskiej scenie. Ideą przyświecającą organizacji pawilonu była chęć pokazania Polski jako kraju innowacyjnego i zachęcenie zagranicznej młodzieży do studiowania w naszym kraju²³.

3.3. Szkolenia dotyczące promocji kultury polskiej podczas ŚDM

Narodowe Centrum Kultury w maju i czerwcu 2016 roku zorganizowało cykl szkoleń „Promocja kultury polskiej, marka narodowa, marka regionalna podczas Światowych Dni Młodzieży”. Szkolenia skierowane były do przedstawicieli instytucji kultury i Kościoła. Ich celem było pokazanie, jak w atrakcyjny sposób można promować kulturę swojego regionu i kraju pośród obcokrajowców.

3.4. Widowisko muzyczne „Jan Paweł II – Święty z Wadowic”

Koprodukcja Narodowego Centrum Kultury i fundacji Pełni Kultury opierała się na tekstach utworów poetyckich i homiliach Jana Pawła II. Autorem scenariusza był Michał Zabłocki. Widowisko wystawiane było dwukrotnie: w Operze Krakowskiej (26 lipca) i na rynku w Wadowicach (28 lipca). Na scenie można było podziwiać gwiazdy polskiej muzyki i estrady, m.in. Natalię Niemen, Kubę Badacha, Andrzeja Lamperta, Magdę Steczkowską, Czesława Mozila czy Jana Nowickiego. Była to próba opowiedzenia biografii papieża w sposób odbiegający od dotychczasowych przedstawień – językiem teatru, muzyki i multimediiów, jednocześnie z próbą znalezienia odpowiedzi na pytanie o znaczenie jego myśli i pontyfikatu dzisiaj.

3.5. Koncert „Strefa Chwały – Polska 1050”

Koncert zorganizowało Narodowe Centrum Kultury we współpracy z Archidiecezją Krakowską. Odbył się on w piątek (29 lipca) na krakowskich Błoniach, bezpośrednio po zakończeniu Drogi Krzyżowej. Celem wydarzenia była prezentacja wiodących twórców współczesnej muzyki chrześcijańskiej, którzy czerpiąc z ponad 1000-letniego dziedzictwa chrześcijaństwa, tworzą dla współczesnych pokoleń. W koncercie udział wzięli m.in. Tomasz Budzyński, Robert „Litza” Friedrich, New Life’em, Deus Meus, Tymoteusz; jako konferansjerzy wystąpili: Dorota Chotecka-Pazura, Radosław Pazura oraz Dariusz Kowalski. Koncert spotkał się z tak gorącym przyjęciem zgromadzonej publiczności, że trwał dwa razy dłużej, niż zaplanowano (łącznie 4 godz.).

23 Pawilon Polski dla pielgrzymów, www.krakow2016.com/pawilon-polski-dla-pielgrzymow [dostęp: 11.08.2016].

Podsumowując, sama idea organizacji w Polsce Światowych Dni Młodzieży dobrze wpisywała się w założenia promocji marki Polska. Pielgrzymi poznawali poszczególne miejsca naszego kraju przez pryzmat życia świętych i błogostawionych, ich przewodnikami byli mieszkańcy, którzy z zapałem i oddaniem ukazywali im bliską sobie kulturę. Poprzez zamieszkanie w poszczególnych parafiach pielgrzymi mieli okazję zetknąć się z polską gościnnością i na podstawie swojego doświadczenia sformułować własne zdanie o Polakach. Wyniki badań jakościowych przedstawionych w pozostałych częściach tego raportu wskazują, że pielgrzymi odwiedzający nasz kraj mają pozytywne wspomnienia z czasów pobytu, głównie dzięki osobom, z którymi mieli bezpośredni kontakt (np. gospodarze, którzy udzielili im noclegu). Po Światowych Dniach Młodzieży zmienił się także sposób postrzegania naszego narodu przez nas samych. W myśl złożonej strategii promocji marki Polska, ŚDM dało więc spodziewane, pozytywne efekty.

Odnosząc się do elementów „Strategii promocji marki Polska”, należy przede wszystkim wspomnieć, że podstawowe jej założenie, czyli promocja kraju poprzez jego mieszkańców, było realizowane. Starano się dotrzeć do osób będących ambasadorami marki Polska, czyli gospodarzy goszczących pielgrzymów (wydanie publikacji *Ambasador Polskości*) oraz osób zarządzających instytucjami kultury i organizacjami kościelnymi (szkolenia przygotowane przez NCK). W Pawilonie Polskim pokazywano kraj jako innowacyjny, przedsiębiorczy, w którym kreatywność, zarówno w zakresie kultury, jak i nowych technologii, odgrywa dużą rolę. Liczne wydarzenia kulturalne zwracały uwagę nie tylko na dziedzictwo regionu, ale także na jego obecne znaczenie. Pokazywały, jak współcześni artyści, czerpiąc z historii, tradycji, myśli wielkich Polaków, wykorzystują te wątki w swojej twórczości, podkreślając ich aktualność. Uczestnictwo w licznych koncertach było także okazją dla pielgrzymów do doświadczenia, pokazania swojej żywiołowości w interakcji z artystami (co dobrze można pokazać na przykładzie koncertu „Strefa Chwały – Polska 1050”), a więc jedno z podstawowych założeń promocji marki było realizowane.

Podsumowując organizowane na poziomie lokalnym, regionalnym i ogólnokrajowym wydarzenia w ramach Światowych Dni Młodzieży 2016, należy stwierdzić, że większość z nich realizowała zapisy strategii promocji. Wydaje się, że zarówno na poziomie poszczególnych jednostek terytorialnych, jak i w skali całego kraju wizerunek ten jest spójny. Opiera się przede wszystkim na dziedzictwie kulturowym, ze szczególnym uwzględnieniem myśli chrześcijańskiej i postaci

Jana Pawła II (co w odniesieniu do grupy docelowej tych wydarzeń – turystów religijnych, jest odpowiednią praktyką). Wydarzenia realizowane w ramach ŚDM nie zatrzymywały się jednak na poziomie prezentacji dziedzictwa, ale ukazywały jego współczesne znaczenie.

Warto również wspomnieć, że ważnym partnerem w organizacji tych wydarzeń były organizacje pozarządowe, zapewniające po części zaplecze merytoryczne projektów. Podstawową strategią, która pojawiała się w wielu programach promocji (choć nie zawsze w sposób dosłowny), było umiejscowienie wszystkich działań na rynku doznań, a więc nie tylko wykreowanie produktów turystycznych, ale także oddziaływanie na emocje odbiorców.

Światowe Dni Młodzieży

Ewa Bogacz-Wojtanowska

Sylwia Wrona

Światowe Dni Młodzieży jako fenomen społeczny. Spotkanie pielgrzymów i gospodarzy

Wprowadzenie

Światowe Dni Młodzieży to fenomen spotkania. Spotkania, które miało różnorodny, czasem niespotykany i zaskakujący przebieg. Podczas Światowych Dni Młodzieży w Krakowie obok siebie, w ciągu jednego tygodnia stanęli przybysze-pielgrzymi z całego świata i polscy gospodarze. Ci ostatni uczestniczyli w ŚDM w różnych rolach – jako uczestnicy wydarzeń religijnych, ale również jako gospodarze przyjmujący pielgrzymów, przedstawiciele instytucji publicznych, organizacji pozarządowych i wreszcie przedsiębiorców. Spotkanie to zaowocowało pewnymi wyobrażeniami lub zmianami wyobrażeń zarówno o gospodarzach, jak i pielgrzymach, oraz wyobrażeniami i sądami o Polsce jako miejscu tego spotkania. W opracowaniu prezentujemy fenomen spotkania w wymiarze społecznym, w szczególności:

- motywacje, jakimi kierowali się pielgrzymi, przybywając na ŚDM w Krakowie, jak również powody, jakie przyświecały gospodarzom przyjmującym pielgrzymów w swoich domach;
- przygotowania w polskich domach, instytucjach i przedsiębiorstwach do przyjęcia pielgrzymów;
- sposoby uczestnictwa w ŚDM, zarówno pielgrzymów, jak i gospodarzy – przypadek spotkań nie tylko modlitewnych;
- Polskę i jej postrzeganie przez pielgrzymów oraz wzajemne opinie – Polaków o przyjeźdźnych, przyjeźdźnych o gospodarzach;
- wydarzenia podczas ŚDM, które inspirowały zarówno pielgrzymów, jak i gospodarzy;

- wrażenia pielgrzymów-uczestników ŚDM podczas ich trwania, jak również opinie po wydarzeniach, wyrażone przez gospodarzy, przedstawicieli instytucji publicznych, pozarządowych i przedsiębiorstw.

Ta część opracowania powstała na podstawie badań jakościowych przeprowadzonych w trakcie trwania Światowych Dni Młodzieży, jak również trzy miesiące po ich zakończeniu. Pierwsze z nich przeprowadzono podczas Światowych Dni Młodzieży w Krakowie, od 28 do 31 lipca 2016 roku. Na próbie 368 pielgrzymów, ze wszystkich kontynentów, przeprowadzono 300 wywiadów jakościowych częściowo skategoryzowanych. Drugie, także wywiady, częściowo skategoryzowane – w okresie od 20 października do 15 listopada 2016 roku z przedstawicielami instytucji publicznych, przedsiębiorców i gospodarzy przyjmujących pielgrzymów (razem 200 osób)¹.

1. Motywacje uczestnictwa pielgrzymów i przygotowania gospodarzy

1.1 Motywacje uczestników-pielgrzymów Światowych Dni Młodzieży w Krakowie
W Światowych Dniach Młodzieży uczestniczyli pielgrzymi o różnych motywacjach. Możemy się im przyjrzeć z perspektywy ról, które sami określali i wskazywali dla siebie podczas badań. Role te to pielgrzym (uczestnik), wolontariusz, duszpasterz, lider (opiekun grupy), dziennikarz i inne, określone przez badanych.

Wśród grupy wolontariuszy badanych podczas ŚDM główne motywacje wiązały się z poczuciem służby, chęcią wsparcia w organizacji spotkania, pomocy pielgrzymom i innym uczestnikom w trakcie spotkań, mszy św. i innych uroczystości. Czasem było to związane także z powtórным doświadczeniem tego wydarzenia, chęcią oddania czegoś dobrego innym.

Pierwszy powód to służba, o którą mnie proszono. Służba młodym. Przybycie do Polski, w której nigdy nie byłem, sprawiło mi radość [WP-152].

¹ Szczegółowy opis metodologii badań znajduje się w rozdziale „Metodologia badań w projekcie Światowe Dni Młodzieży 2016 jako fenomen społeczny, kulturowy i religijny”.

Jestem wolontariuszem i chciałam tutaj służyć ludziom. A także by dzielić się z ludźmi innymi kulturami oraz doświadczeniem na temat Boga [WP-50].

Uczestniczyłem wcześniej w ŚDM w Madrycie i tym razem miałem ochotę przeżyć ŚDM inaczej i stać się użytecznym – moja „pożyteczność” stała się pierwszym powodem partycypacji, po drugie, miałem urlop w pracy i chciałem wykorzystać go na ŚDM [WP-158].

Czasem ta chęć pomocy była niejako wywołana apelem duszpasterza, organizacji katolickiej czy osób bliskich, niekiedy to „wywołanie” było pośrednie, gdyż ktoś bliski był uczestnikiem ŚDM i wolontariusz chciał mu towarzyszyć w tych wydarzeniach.

Pierwszym najważniejszym powodem jest to, że nasz ksiądz wikary z parafii powiedział mi, że jest coś takiego, jak Komitet Organizacyjny Światowych Dni Młodzieży, i spytał, czy nie chciałabym w nim być. Ja stwierdziłam, że spoko, dlaczego nie [WP-217].

Moja żona tutaj przyjechała i nie chciałem, żeby była sama [WP-324].

Bywało też tak, że służba i chęć niesienia pomocy były równoległe ze świadomością posiadania pewnych kompetencji, które mogłyby być przydatne dla pielgrzymów i organizacji ŚDM, np. znajomość języka obcego czy znajomość miasta Krakowa.

Umiem trochę mówić po polsku, pomyślałam sobie, że mogłabym pomóc w przyjęciu Francuzów tutaj, potłumaczyć [WP-145].

Poza chęcią służby innym najważniejsze motywacje odnosiły się do różnorodnie opisywanej potrzeby religijnej. Niektórzy chcieli uczestniczyć w programie ŚDM, inni opisywali motywacje związane z pogłębieniem wiary oraz jej manifestacją. Ważne były także: duchowe przeżycie, uczestnictwo, integracja z innymi wierzącymi, jak również powrót do Kościoła i korzeni, odnowienie wiary i konieczność, moralne zobowiązanie do uczestnictwa w najważniejszym katolickim wydarzeniu.

W sumie pracujemy tutaj jako wolontariusze, więc zostaliśmy wezwani, ponieważ w innym razie bylibyśmy pielgrzymami. No i przyjechaliśmy pogłębiać naszą wiarę [WP-18].

To sposób powrotu do Kościoła – ŚDM. To jest mój powód. Uczestnictwo w ŚDM jest również wyrażeniem wiary, miłości do Jezusa Chrystusa, a także papieża [WP-133].

Istotne dla wolontariuszy było także spotkanie z papieżem. Poza tym wspominano kwestie wspólnoty, grupowej zabawy i radości oraz dość częste w wypowiedziach spotkanie, poznanie ludzi z różnych krajów i kontynentów.

Wiedziałem, że przyjedzie dużo ludzi, będzie wyjątkowa atmosfera, i bardzo chciałem to poczuć. No i jako osoba młoda chciałem spróbować swoich sił w tego typu pracach społecznych oraz zobaczyć, jak żyją ludzie w Europie [WP-138].

Chciałam zobaczyć dużo młodych ludzi, dużo ludzi z różnych krajów z różnych kultur i z różnymi tradycjami, różnymi przyzwyczajeniami modlitewnymi. Zobaczyć, jak młodzież może współistnieć w takiej przestrzeni [W-310].

Przeprowadzone badania jakościowe na uczestnikach ŚDM, a zarazem liderach grup pielgrzymkowych także pozwalają zaprezentować ich najważniejsze motywacje uczestnictwa. Przede wszystkim udział w Światowych Dniach Młodzieży wiązał się z ich głęboką wiarą, spotkaniami religijnymi, nie tylko z papieżem Franciszkiem, ale także tymi, którzy kształtowali postawy religijne liderów grup pielgrzymkowych (np. inicjatorzy wspólnot). Ważne były także chęć spotkania, modlitwy oraz odwiedzenia miejsc związanych z postacią papieża Jana Pawła II.

Moim pierwszym powodem jest wiara, chciałam też zobaczyć miejsca, gdzie pracował i studiował Jan Paweł II [WP-13].

Chciałabym umocnić swoją wiarę, jest to także moje pierwsze spotkanie z papieżem Franciszkiem [WP-123].

Bardzo ważną motywacją liderów było także poczucie wspólnoty, bycie częścią lokalnego i zarazem globalnego spotkania, chęć zjednoczenia się z ludźmi, którzy wyznają tę samą wiarę i wartości, jak również świadomość i potrzeba zaprezentowania pewnej deklaracji i siły moralnej zjednoczenia katolików.

Jestem członkiem Kościoła katolickiego, bardzo chciałem zostać katolikiem, to była długa droga, chciałem tu być, żeby poznać mój Kościół, ludzi z całego świata, którzy wierzą w to, co ja [WP-333].

Liderzy mieli także poczucie reprezentacji kraju, z którego pochodzili (zwłaszcza ci, którzy przyjechali w niewielkiej grupie), dla innych motywacją było zebranie się grupy towarzyszy podróży, co uatrakcyjniało spotkanie w Krakowie.

Przede wszystkim przyjechałam tutaj, ponieważ z Gabonu nie ma generalnie zbyt wielu pielgrzymów i chciałam reprezentować swój kraj [WP-155].

Pierwszym powodem jest towarzystwo ze Stanów Zjednoczonych, z mojej parafii, z Miami, Florydy. Drugim powodem jest bycie na jednych ze Światowych Dni Młodzieży [WP-177].

Sporą grupę stanowili pracownicy administracji kościelnej czy duszpasterze diecezjalni, którzy opiekowali się swoimi grupami, nierzadko dość licznymi. Mieli oni głęboką misję do wypełnienia, ale także silną chęć prowadzenia swoich podopiecznych i opiekowania się nimi.

Moim powodem uczestnictwa jest przywiezienie młodych tutaj, ponieważ jestem organizatorem, liderem grupy [WP-51].

Po pierwsze jestem chrześcijańskim księdzem, [...] Kenii. Przywiozłem młodych ludzi, żeby mogli doświadczyć spotkania z innymi młodymi, poznać sposoby myślenia innych, żeby im dodać odwagi. Zabrałem 12 młodych. To mój główny powód przybycia [WP-219].

Często motywacje liderów były zbliżone do ogółu pielgrzymów – chęć spotkania, doświadczenia i przeżycia wydarzeń w ramach ŚDM, bycie razem z młodymi

ludźmi z całego świata. Byli też i tacy, którzy podkreślali możliwość podróżowania, poznania nowych miejsc i ludzi.

Liderzy grup uczestniczących w Światowych Dniach Młodzieży w Krakowie wykazywali się także pewną aktywnością. Przede wszystkim zwiedzali ważne miejsca i zabytki Krakowa i województwa małopolskiego. W szczególności były to kościoły i muzea, ale także inne miejsca. To, ile udało im się zobaczyć, zależało często od znajomości miasta.

Byliśmy w kościele Bożego Miłosierdzia, sanktuarium, kościele Jana Pawła II. Wybieraliśmy się gdzieś tylko wówczas, gdy mogliśmy się do kogoś dołączyć. Ponieważ wszystko jest dla nas nowe, nie znam Krakowa, więc było ciężko [WP-63].

Niektórzy liderzy zwracali uwagę na aktywność w ramach wspólnej zabawy, na taniec i śpiew, uczestnictwo, wraz z grupami, które były pod ich opieką, w koncertach i festiwalach z oferty ŚDM.

Na pewno już wcześniej zarezerwowaliśmy sobie czas na festiwal w Bibicach, to było dla nas ważne, żeby wziąć udział w tym festiwalu w gminie, w której mieszkamy [WP-72].

Jeszcze inni mówili, że nie mieli kiedy skorzystać z oferty kulturalnej czy turystycznej, gdyż ich czas został w całości wypełniony przez program ŚDM.

Mieliśmy tylko czas, żeby przebiec przez centrum miasta. I tyle. Dużo czasu zabrał bezpośredni program światowych dni [WP-279].

Dla wielu liderów, którzy uczestniczyli w Światowych Dniach Młodzieży, jednocześnie opiekując się swoimi grupami, najistotniejszym obszarem aktywności był jednak udział w wydarzeniach religijnych, otwarcie się na przeżycia duchowe, których można doświadczyć tylko podczas takich spotkań młodzieży. Aktywność religijna była więc dla nich najważniejsza, to jej podporządkowywali wszystkie pozostałe, możliwe działania.

Ale raczej nic więcej, żadnych koncertów ani wydarzeń, bo przyjechałem tu z powodów religijnych [WP-121].

Nie, nie po to tu przyjechałem, ale uczestniczę w czuwaniach i modlitwach, byłem w Muzeum w Oświęcimiu, muzeum holokaustu, to bardzo wstrząsające [WP-305].

Powody uczestnictwa w ŚDM duszpasterzy (często zarazem w roli liderów grup) były przede wszystkim dwojakie. Po pierwsze, chęć opieki nad młodymi pielgrzymami, których przywiedli do dalekiego kraju (w szczególności byli to duszpasterze z innych kontynentów), towarzyszenie im, wspieranie i współuczestniczenie w ich doświadczeniu. Po drugie, wskazywali na pewien aspekt służbowy, który nie wykluczał motywacji własnych, ale podkreślali, że reprezentują konkretny kościół czy diecezję.

Powodem jest głównie młodzież, jestem tu dla młodzieży, by jej towarzyszyć. To jedyny powód. Wiem, że dla wielu powodem jest zobaczyć Kościół powszechny, podzielić się wiarą, ale tym jako ksiądz żyję na co dzień [WP-144].

Jako duszpasterz diecezjalny młodzieży przyjechałem tutaj z grupą 280 osób z diecezji Eichstätt i Bamberg, aby uczestniczyć w Światowych Dniach Młodzieży [WP-204].

By umożliwić młodym ludziom podróż na ŚDM i im w tym towarzyszyć [WP-105].

Młodzi klerycy i księża wskazywali także na konieczność uczestnictwa w ŚDM, potrzebę rozwoju swojego życia duchowego, celebrowanie wiary z papieżem Franciszkiem, możliwość spotkania z innymi wiernymi. Niektórzy mówili także o swoich polskich korzeniach.

Przede wszystkim sama formuła Światowych Dni Młodzieży i to, jak wspólnota młodych ludzi się zbiera, żeby razem celebrować ten dzień. Poza tym tak jak papież Franciszek pochodzi z Argentyny i przy okazji Polska jest ojczyzną mojej mamy, więc po prostu chciałem odwiedzić to miejsce [WP-107].

To ważne dla mnie przeżycie. Światowe Dni są ważne, bo tutaj młodzi ludzie mogą poznać Jezusa, poznać Boga, mogą też zobaczyć papieża Franciszka. Chciałem poznać nowych ludzi, dlatego tu jestem [WP-308].

W badanej grupie tylko kilku pielgrzymów było dziennikarzami. Wskazywali motywy zawodowe – prowadzenie studia telewizyjnego czy pracę w projekcie medialnym.

Jestem tutaj służbowo z ramienia Konferencji Episkopatu Niemiec ze względu na działalność dziennikarską oraz znajomość języka polskiego [WP-169].

W przypadku pilotów i przewodników, których także było tylko troje, motywacje były albo biznesowe, albo religijne.

Najliczniejszą grupę stanowili zwyczajni pielgrzymi, pochodzący z różnych krajów i kontynentów. Przytłaczająca większość wskazywała motywy religijne jako powody przyjazdu na Światowe Dni Młodzieży do Krakowa. Pamiętając o kwestiach pewnych nieprecyzyjności językowych, definiowali swoje potrzeby uczestnictwa w wydarzeniu religijnym w następujący sposób:

- Poznanie własnej drogi religijnej, pielgrzymowanie jako element wiary:

Jestem tu, bo chcę rozpoznać swoją ścieżkę. Chcę znaleźć drogę, którą pójdę w przyszłości i poznać wielu przyjaciół, którzy wyznają taką samą wiarę jak ja. Jestem też ciekawa, jak wygląda wiara młodych katolików w Europie [WP-39].

Ostatecznie naszą drogą okazało się nie tylko samo spotkanie papieża, ale droga, podczas której uczysz się i przeżywasz doświadczenia, które pomagają ci w kwestiach osobistych, pomagają ci urosnąć, iść dalej... [WP-128].

- Spotkanie z miłosierdziem Boga:

Motywacją była religia, bo to ja organizowałam tę podróż. Bardzo chciałam odwiedzić Sanktuarium Bożego Miłosierdzia – jestem „fanatyczką” Bożego Miłosierdzia [WP-66].

Chciałbym odwiedzić sanktuarium Miłosierdzia Bożego. Miałem ostatnio dużo doświadczeń, wierzę, że moje problemy się rozwiążą, gdy tu przyjadę [WP-299].

Do motywacji religijnych należy także dodać wszystkie te, które wiązały się z chęcią pójścia drogą Jana Pawła II, odwiedzenia miejsc jego młodości, miasta, w którym żył, jak również przejście jego ścieżkami.

Bardzo czczę św. Jana Pawła II, więc przyjechałam, aby chodzić po tych samych ulicach, po których on stąpał [WP-18].

Istotna była także motywacja spotkania z papieżem Franciszkiem, chęć zobaczenia go, posłuchania, towarzyszenia mu w drodze.

Chciałam posłuchać nauk i zobaczyć papieża Franciszka [WP-199].

Ale naprawdę jestem tu z powodu papieża – ponieważ jest Argentyńczykiem. Bardzo go lubimy [WP-139].

Przede wszystkim chciałem poznać papieża, zobaczyć go, gdy będzie tak blisko. To specyficzne doznanie, bardzo duchowe. Bardzo to przeżywam, to dla mnie ważne, że przywódca kościoła jest tak blisko [WP-263].

Bardzo wielu uczestników ŚDM to weterani tego typu wydarzeń, którzy zachwycili się wcześniejszymi dniami młodzieży, atmosferą i wspólnotą, sposobem przeżywania wiary i w związku z tym chcieli kolejny raz uczestniczyć w tego typu wydarzeniu.

Dodatkowo uczestniczyłam w minionych ŚDM i uważam, że to bardzo dobre i mocne doświadczenie, i dlatego chciałam ponownie to poczuć [WP-200].

Ponieważ to dla mnie drugie ŚDM. Byłem wcześniej w Madrycie. To piękne doświadczenie, ponieważ można zobaczyć ludzi z całego świata [WP-188].

Myszę, że głównym powodem, dla którego chciałem tutaj przyjechać, jest odnowienie mojej wiary. To niesamowite być tutaj. Miałem okazję być w Rio de Janeiro w 2013, to jak sen, który stał się prawdą [WP-94].

Inni z kolei usłyszeli o ŚDM od rodziców, bliskich czy przyjaciół i chcieli sami doświadczyć tych wydarzeń.

Kiedy byłem małym chłopcem, słyszałem o Światowych Dniach Młodzieży, mój brat w nich uczestniczył. Teraz jestem starszy, mój kościół bardzo zachęcał do wzięcia udziału w Dniach Młodzieży, żeby dać świadectwo swojej wiary w Boga, Jezusa. To mi pomogło w podjęciu decyzji o przyjeździe [WP-156].

Zdecydowałem się przyjechać tutaj, bo jestem katolikiem, mój brat był w Brazylii na ostatnich ŚDM i powiedział mi, że to bardzo dobre doświadczenie [WP-253].

W wypowiedziach pielgrzymów wyraźnie pojawia się także chęć spotkania – podobnych sobie, wierzących, młodych, zaangażowanych. To oprócz motywacji religijnych drugi powód przybycia na ŚDM; często równolegle wymieniany. Światowe Dni Młodzieży były dla badanych platformą, miejscem i obszarem spotkania, samo spotkanie było głównym powodem przybycia. Zbudowanie wspólnoty z drugim człowiekiem, jakkolwiek go opisywano, było bardzo mocnym ogniwem spinającym motywacje pielgrzymów.

Chciałem być bliżej papieża Franciszka, spotkać go i poznać nowych ludzi, z różnych krajów, kultur, mówiących w różnych językach [WP-20].

Powodem uczestnictwa w Światowych Dniach Młodzieży było spotkanie młodych katolików z całego świata, przeżycie wspólnie z nimi wspólnych momentów i pomoc innym ludziom oraz modlitwa do Jezusa [WP-113].

Byłem ciekawy ludzi z innych krajów, którzy są tu razem [WP-29].

Aby poznać innych ludzi i spędzić czas z katolikami, bo to rodzaj wydarzenia, w którym spotykają się wspólnie katolicy. Przyszedłem tutaj poznać katolików z innych krajów, z którymi możemy praktykować naszą wspólną wiarę [WP-77].

Prócz chęci poznania innych młodych ludzi oraz oczywiście motywacji religijnych, istotna była również motywacja turystyczna, czyli chęć poznania nowego

kraju. Dla tych, którzy nigdy nie byli w Polsce, często był to dodatkowy motywator. Z kolei ci, którzy już kiedyś odwiedzili nasz kraj, chcieli tu powrócić.

Główny powód, żeby pogłębić swoją wiarę, a poza tym mam znajomych, którzy przyjeżdżają, więc, siłą rzeczy, chcę ich zobaczyć, chcę z nimi przeżyć miłe chwile. Co więcej, jest też aspekt turystyczny – zwiedzić Polskę, ponieważ jestem tu po raz pierwszy. Więc sumując – była to okazja [WP-222].

Byłam wcześniej na wolontariacie w Polsce, cztery lata temu, z grupą z Madrytu, to był wolontariat w miejscu dla ludzi chorych psychicznie, więc wtedy trochę poznałam Polskę i chciałam tu jeszcze wrócić [WP-19].

Powód uczestnictwa – wiara i możliwość zwiedzenia odległych miejsc [WP-40].

1.2. Motywacje przyjęcia pielgrzymów w domach gospodarzy

Motywacje przyjęcia pielgrzymów we własnych domach i chęć zaangażowania się w działania ŚDM były różne wśród badanych polskich gospodarzy. Przede wszystkim była to kwestia poczucia wspólnoty, bycia chrześcijaninem i wynikające z tego poczucie pewnego obowiązku, zobowiązanie, które trzeba wypełnić.

[...] chęcią wzięcia udziału w tej właśnie wspólnocie Kościoła, jak gdyby jesteśmy chrześcijanami i myślę, że – to trudno powiedzieć – poczucie obowiązku, bo chcieliśmy to zrobić. Nie tak, że musimy, więc wypada [WG-5].

Inni podkreślali raczej chęć niesienia pomocy, szczególnie młodym ludziom, empatycznie wyobrażali sobie, że przybysze będą mieć kłopoty z odnalezieniem się w obcym dla nich kraju. Inni twierdzili, że chęć pomocy wynika z posiadanych warunków lokalowych i znajomości języka obcego. Byli też i tacy, którzy wierzyli we wzajemność, że pomagając, kiedyś oni otrzymają pomoc.

Kierowałam się chęcią pomocy dla tych młodych ludzi. Dla nich to też było na pewno bardzo duże wyznawanie, wybrali się do obcego kraju, jechali w ciemno, bez dużej ilości pieniędzy [WG-15].

Kierowałem się tym, że po prostu była taka potrzeba – przyjąć pielgrzymów. Miałem warunki, wolny pokój, znamy języki, tak że mogliśmy się porozumieć z tymi pielgrzymami. Chcieliśmy pomóc, skoro mieliśmy takie warunki i była taka potrzeba [WG-22].

Chęcią pomocy. Jednak tak sobie myślę, że jak ja będę chciał kiedyś nocleg, bo mam w planach za 3 lata lecieć do Panamy. Więc jeżeli ja pomagam, to jakoś mi się to zwraca [WG-30].

Ta wzajemność, różnie pojmowana i rozumiana, pojawiała się stosunkowo często w wypowiedziach gospodarzy. Szczególną grupę stanowili ci, którzy kiedyś doświadczyli gościnności i schronienia za granicą. Zostali obdarzeni gościną, zaufaniem, wsparciem, w związku z tym za naturalny odruch uznawali ofiarowanie własnej gościnności. Byli też uczestnicy Światowych Dni Młodzieży, którzy chcieli pomóc, pamiętając o swoich doświadczeniach.

Sama korzystałam kiedyś z takiej gościnności za granicą, właśnie na takim wydarzeniu chrześcijańskim sama doświadczyłam gościnności, jakiej się nie spodziewałam, że ludzie byli bardzo otwarci i tak bardzo nam ufali, kiedy u nich mieszkaliśmy. I po prostu było to dla mnie naturalne, że sama teraz mogę się odwdziżyć [WG-44].

Sama byłam kiedyś na Światowych Dniach Młodzieży. Też byłam przyjęta przez pewną rodzinę we Włoszech, więc chciałam tak jakby oddać to, co ja kiedyś miałam. By dobro procentowało [WG-29].

Ten odruch wzajemności był także związany z pielgrzymkami i pielgrzymowaniem gospodarzy. Duża grupa badanych miała własne doświadczenia pielgrzymowania, zwłaszcza na Jasną Górę. Pamiętając troskę i wsparcie, jakimi obdarzali ich po drodze gospodarze, postanawiali uczynić to samo. Niektórzy podkreślali własne doświadczenia, inni zwracali uwagę na pielgrzymowanie swoich dzieci i chcieli się za okazaną im pomoc odwdziżyć. Jeszcze inni zwracali uwagę na potrzebę otwarcia na drugiego człowieka, której sami doświadczyli.

Tak jak wspomniałam, przeżycia z pielgrzymek. Sami uczestniczyliśmy w pielgrzymkach pieszych i nocowaliśmy po drodze u różnych gospodarzy, więc jak było hasło Światowe Dni Młodzieży i że przyjmujemy pielgrzymów, nie było się nad czym zastanawiać [WG-21].

Moja córka uczestniczyła w ŚDM w Madrycie i jeździ z Taizé [...] i tam też ludzie przyjmują ją z otwartymi rękami [WG-27].

Dla mnie to działa tak, że jak jadę do innego kraju na wakacje, to jestem goszczona przez kogoś, i po prostu chciałam się zachować w ten sam sposób tutaj. Ponadto to, że jestem religijną osobą, powoduje, że otwieram serce dla drugiego człowieka. I nie było ani chwili zastanowienia, żeby ich przyjąć [WG-19].

Pojawiająca się w wielu wypadkach kwestia rodziny i decyzji o przyjęciu pielgrzymów miała także silny wyraz motywacyjny. W przypadku wielu motywacji gospodarzy istotne były bowiem wspólne, rodzinne decyzje, wynikające z bycia we wspólnocie parafialnej, posiadania takich, a nie innych przekonań, wyznawania określonych wartości, jak również chęci pokazania Polski i polskiej kultury. Niektórzy podkreślali także, że niebagatelną rolę odgrywały dzieci, które uczestniczyły w różnych typach wolontariatu oraz były zaangażowane w przygotowania w ramach ŚDM. Co ciekawe, część gospodarzy podkreślała, że posiada odpowiednie warunki, inni zaś byli zdania, że mimo iż ich nie mają, powinni przyjąć pielgrzymów.

Rodzice powiedzieli: „A, wiesz, ksiądz był po kolędzie i się pytał, czy przyjmujemy, no to przyjmujemy”, ale [...] to było bardzo naturalne dla nas, bo też od lat właściwie u nas przebywają ludzie z różnych części świata i też mieszkali dłużej [...]. Tak że dla moich rodziców to też nie było nie wiadomo jakie tam... Nie był to powód, żeby się zastanawiać długo [WG-39].

Wspólnie z rodzicami doszliśmy do wniosku, że mamy dość duży dom, dużo miejsca, więc warto przyjąć pielgrzymów, żeby pokazać im troszkę Polski. [...] doszliśmy do wniosku, że warto ich przyjąć i ugościć, wedle przysłowia „gość w dom, Bóg w dom” [WG-18].

Myślę, że do tego przyczyniła się moja młodsza córka, która była bardzo aktywnie zaangażowana w działania podczas ŚDM, już dużo wcześniej się przygotowywała do tego i poprosiła mnie, czy i my moglibyśmy przyjąć pielgrzymów, bo jest takie zapotrzebowanie. Stwierdziłam, że warunków nie mamy za dobrych, ale postaramy się jej jakoś pomóc [WG-36].

Rodzinnie także podkreślano potrzebę bycia gościnnym. Potrzeba przyjęcia pielgrzymów w wielu badanych rodzinach miała wymiar gościnności, chęci okazania tej cechy, która wyróżnia Polaków. Niektórzy podkreślali rodzinne tradycje gościnności, pewne rytuały, które mają miejsce w polskich rodzinach i wiążą się przyjmowaniem gości, przygotowywaniem dla nich domu.

Jak tylko padło hasło, że Światowe Dni Młodzieży będą miały miejsce w Krakowie i padły liczby spodziewanych pielgrzymów, to właśnie była w rodzinie [narada], no, że trzeba jakoś wziąć udział [...] i okazać gościnność tym ludziom, którzy przyjadą [WG-47].

Sławną polską gościnnością w zasadzie. Przyjeżdżali do nas z daleka, trzeba było ich ugościć i pomyślałam sobie: w sumie czemu nie ja. Również po prostu chęcią pomocy [WG-48].

Warto wskazać także na wspomniane kwestie znajomości, które posiadali gospodarze. Byli bezpośrednio proszeni o pomoc, dzieci ich znajomych przyjeżdżały do Polski w związku z ŚDM, więc starali się pomóc. Z innych, rzadziej pojawiających się motywacji gospodarze wskazywali możliwość poznania innych ludzi, a także zachętę ze strony instytucji kościelnych, w szczególności parafii i własnych proboszczów, którzy apelowali o pomoc ludzi, także władających językami, jak również przełamywali pewne wahania, niepokój i brak pewności co do podjęcia konkretnego działania w ramach ŚDM. Wyraźnie więc można dostrzec, że w wielu wypadkach aktywność księży w parafiach przynosiła określony skutek.

Apelem naszego księdza, który potrzebował kogoś, kto troszkę włada angielskim. Wcześniej miałem u siebie różnych gości, i z Meksyku, i pomyślałem, dlaczego by nie przyjąć. Miesiąc wcześniej dowiedziałem się, że to będą Hindusi. Więc pomyślałem, że to nowe doświadczenie [WG-15].

Moment, w którym się przełamalam, żeby ich gościć, to był ten, kiedy ksiądz powiedział: „gość w dom, Bóg w dom”, i że nie można ich nie przyjmować. Wtedy uruchomiłam te działania [WG-51].

1.3. Przygotowanie do wydarzeń ŚDM – gospodarze, instytucje i przedsiębiorcy
Światowe Dni Młodzieży to wydarzenie i spotkanie, które wymagało określonego przygotowania ze strony gospodarzy – czy to rodzin, instytucji, czy przedsiębiorców.

Gospodarze opisywali w badaniach różne przygotowania. Przede wszystkim chodziło o przygotowanie domów czy mieszkań na przyjęcie pielgrzymów. Robiono porządki w oferowanych pokojach, opróżniano półki czy szafy, przygotowywano miejsca do spania czy łazienkę. Dodatkowo, zwłaszcza ci, którzy mieszkali gdzieś dalej od wydarzeń ŚDM, oferowali swoim pielgrzymom transport.

Przygotowałam dla nich pokoje, miejsce do spania, odpoczynku oraz posiłki i transport samochodem [WG-18].

To też była pewna logistyka z jeżdżeniem autem, ponieważ trochę dostosowałam mój czas do tego, kiedy trzeba odebrać dziewczyny, zawieść do domu, bo dojazd autobusami byłby kłopotliwy, więc w tym względzie... No i oczywiście przygotowanie przestrzeni, żeby je ugościć, postanie łóżek, posprzątanie [WG-28].

[...] posprzątaaliśmy. I gdzieś tam przygotowałam pokój. Jak już wiedzieliśmy, że to będą trzy osoby, no to przygotowałam tak, żeby np. mogli z walizek wyjąć rzeczy, i gdzieś tam półki, takie rzeczy [WG-34].

W niektórych domach przygotowanie noclegu było bardziej skomplikowane, gdyż następowały przesunięcia w pokojach, zmiana układu przestrzeni w domu, opuszczenie przez domowników piętra czy salonu. Wymagało to pewnych poświęceń od gospodarzy. Inną kwestią to zmiana trybu życia domowników – pielgrzymi często wracali późno w nocy, co powodowało dodatkową reorganizację i konieczność przestawiania się na tryb nocny. Wymagało to od gospodarzy pewnej elastyczności.

Na pewno zmienił się u nas czas chodzenia do spania. To funkcjonowało raczej wieczorami. Staraliśmy się im udostępnić tak, żeby mieli swoją łazienkę, pokój... Myślę, że tak jak każdy... [WG-29].

Troszeczkę musieliśmy jakby zmienić układ w domu, bo trzeba było upchać jakoś wszystkich domowników. Ale mieszka z nami babcia i ta babcia przeniosła się do drugiej babci na ten czas. Pielgrzymi mieli jeden wolny pokój w naszym domu, gdzie spali [WG-49].

Drugi aspekt przygotowań to były zakupy żywieniowe, gdyż większość badanych gospodarzy oferowała pielgrzymom posiłki. Nie chodziło tylko o to, żeby zrobić zakupy i przygotować jedzenie, ale też i o to, by dowiedzieć się, co goście lubią i jakie mają przyzwyczajenia żywieniowe. Prowadzono różne konsultacje, nie tylko w parafiach, ale także wśród sąsiadów i znajomych, również tych, którzy przyjmowali innych pielgrzymów.

Starłam się poinformować parafię, jakimi warunkami dysponuję i przygotować się pod kątem wyżywieniowym. Dowiedziałam się, co mniej więcej pielgrzymi/pielgrzymki preferują do jedzenia, i starałam się im przygotowywać śniadania takie, jakie lubiły. Miejsce do spania też [WG-19].

Zaopatrzenie lodówki i oczywiście rozmowy, konsultacje ze znajomymi, z sąsiadami, jak oni do tego podchodzą, jak oni to widzą. Takie wspólne rozmowy na ten temat [WG-16].

Co ciekawe, gospodarze zwracali uwagę na to, żeby pielgrzymi mieli swobodny dostęp do jedzenia, przygotowywali im rano śniadania, jak również dawali możliwość korzystania z posiłku wieczorem. Część próbowała dawać gościom wybór w kuchni – proponując albo śniadania polskie, albo właściwe dla ich kraju. Inni z kolei twierdzili, że serwowali tylko polskie dania, po to także, aby zaprezentować polski obyczaj i kulturę jedzenia.

Staraliśmy się dowiedzieć, co pielgrzymi będą jedli, gościliśmy pielgrzymów z Włoch. Trzeba było przygotowywać śniadania, więc staraliśmy się przygotowywać śniadania włoskie i polskie. Jednak pielgrzymi woleli włoskie, włoską kuchnię, śniadania [WG-29].

Zwiększyliśmy ilość zakupionych towarów. Pielgrzymów częstowaliśmy polskim jedzeniem (rosół etc.). [...] Wszystko było normalne i naturalne [WG-19].

Ale tak to jakoś bardziej nie przygotowywaliśmy się, bo stwierdziliśmy, że dziewczyny muszą spróbować polskich obyczajów, polskiego jedzenia, jakoś specjalnie tych produktów z Ameryki czy z Hiszpanii to nie szukaliśmy, żeby jedli to, co u siebie, ale właśnie chcieliśmy ich poczęstować naszym, polskim jedzeniem [WG-47].

Trzeci aspekt przygotowań to nauka języka, przygotowanie domu i rodziny na przyjęcie gości – przygotowanie kulturowe, zrozumienie potrzeb, zachowań i zwyczajów, ustalenie określonego postępowania.

Poprzez przygotowanie pokoi, poprzez odpowiednie zakupy i przygotowanie też dzieci, jak mają przyjmować tych gości, jak z nimi rozmawiać [WG-33].

Przygotowań było dość sporo – pierwszym z nich była nauka języka, drugim zapewnienie pożywienia [WG-34].

Część badanych gospodarzy starała się w szczególny sposób uprzyjemnić czas pielgrzymom, przygotowując dla nich dodatkowe atrakcje kulturalne, prezenty regionalne i poświęcając swój czas.

Wsparcie w procesach przygotowawczych oferowały gospodarzom parafie. Przy czym to wsparcie nie było takie proste. Były komunikaty dla przyjmujących, ale niektórzy długo nie wiedzieli, kto do nich przyjedzie, często informacje ulegały zmianom i zniekształceniom, stąd gospodarze nie czuli się pewni. Parafie oferowały także modlitwę i spotkania pielgrzymkowe.

Były modlitwy, były pielgrzymki, m.in. do Kalwarii Zebrzydowskiej poszliśmy z tą intencją, żeby jak najlepiej się do tego przygotować [WG-24].

Kilka osób zwróciło uwagę na potrzebę rozszerzenia wiedzy na temat kraju pochodzenia gości, których przyszło im przyjmować w domu.

Oprócz takich rzeczy organizacyjnych, typu przygotowanie spania czy posiłku, to oczywiście, ponieważ wiedziałam, z jakiego kraju będę gościć dziewczynki konkretnie, to poczytałam sobie w internecie o tym kraju i jego kulturze. Coś bliżej chciałam wiedzieć na ten temat [WG-19].

Byli także i tacy gospodarze, którzy w badaniach stwierdzali, że nie poczynili żadnych dodatkowych przygotowań. Bądź to ze względu na dobre warunki mieszkaniowe, posiadanie dużego domu, bądź ze względu na łatwość przystosowania domu i pewną bezproblemowość w organizacji życia pielgrzymom, podkreślali, że przyjęcie gości nie było dla nich problemem. Drobne zakupy, zmiana pościeli czy dodatkowe porządki nie stanowiły, ich zdaniem, specjalnych przygotowań.

Generalnie warunki bytowe mam dobre – duży dom, dużo miejsca, więc specjalnie nie musiałam się przygotować. W podobnym czasie byłam na urlopie i bałam się, czy zdążę na ich przyjazd, ale wszystko się udało [WG-11].

Niespecjalnie, może trochę gotowanie [WG-39].

W przypadku instytucji publicznych i organizacji pozarządowych, czyli podmiotów niekomercyjnych, nienastawionych na zysk, także nastąpiły pewne przygotowania przed ŚDM. W szczególności ofertę swoją przygotowały parafie, w zależności od przydzielonych zadań. Niektóre przygotowały miejsca noclegowe i wyżywienie, inne miały za zadanie zorganizować pielgrzymom czas, a jeszcze inne zajmowały się wolontariuszami i logistyką, stąd przygotowania były długotrwałe i precyzyjne.

Część instytucji publicznych, szczególnie urzędy miast i gmin, przygotowała wraz z parafiami wiele sportowych i kulturalnych inicjatyw, zwłaszcza w ramach Festiwalu Młodych. Działań, wydarzeń, koncertów i konkursów nie sposób zliczyć.

Nasza oferta była podzielona, były to materiały promocyjne, które dystrybuowaliśmy pielgrzymom m.in. w plecakach pielgrzyma. Były to materiały o św. Janie Pawle II, materiały historyczne. Podkreślaliśmy bardzo mocno, że Wadowice są miastem inicjatora ŚDM. [...] Dodatkowo na pl. Jana Pawła II od wtorku do niedzieli organizowaliśmy wydarzenia w ramach Festiwalu Młodych. Były to koncerty muzyki chrześcijańskiej. Była to premiera widowiska muzycznego pt. „Św. Jan Paweł II. Papież z Wadowic”. [...]

Przygotowaliśmy zawody sportowe, spływy kajakowe rzeką Skawą. Można było wyjść na piesze wycieczki w góry [WI-15].

Niektórzy zwracali uwagę, że wiele grup miało już zaplanowane konkretne działania i aktywności, dlatego nie zawsze korzystali z przygotowanej lokalnie (w miastach woj. małopolskiego) oferty.

Inne instytucje, szczególnie kulturalne i edukacyjne, przygotowały specjalne programy, które miały przede wszystkim promować polską kulturę i integrować młodych.

[...] konferencje naukowe, program kulturowy – spotkanie z kulturą polską, który cieszył się bardzo dużą popularnością, był specjalnie zaproszony zespół folklorystyczny i te osoby prowadziły tańce, uczyły śpiewać [WI-29].

Natomiast również Akademia Ignatianum miała swój program, nie tylko przyjmując pielgrzymów i będąc cały czas, kierując młodzież tutaj przebywającą, ale również mieliśmy taki punkt programu: spotkanie z kulturą polską, gdzie też próbowaliśmy – i myślę, że się nam udało – zaangażować pielgrzymów, razem integrować z naszą młodzieżą, a także coś naszego, coś charakterystycznego dla Polski, co podobało się [WG-22].

Muzea były otwarte szerzej, uczestnicy ŚDM mieli darmowy wstęp, pojawiły się dodatkowe foldery, przewodnicy w obcych językach itp.; instytucje kultury przygotowały ofertę różnorodnych warsztatów, spotkań i koncertów.

Przez trzy dni w ramach ŚDM w ramach Festiwalu Młodych muzeum było udostępniane uczestnikom ŚDM bezpłatnie. Było udostępniane w godzinach dłuższych, bo było otwarte od godziny 9.00 do 20.00 wieczorem. No i w ramach tego te osoby mogły sobie tutaj zwiedzać. To była taka oferta [WI-43].

Część muzeów nie przygotowała specjalnej oferty, ale pielgrzymi mieli możliwość wejścia za darmo i zwiedzania ekspozycji.

Były też takie instytucje, które przez własne sieci i kontakty zagraniczne zdecydowanie wcześniej podpisały konkretne umowy i poczyniły ustalenia, które

zmuszały organizacje odpowiedzialne za nocleg i wyżywienie do opieki nad pielgrzymami na zdecydowanie wyższym niż przeciętny poziomie. Dotyczyło to głównie pielgrzymów brytyjskich i niemieckich.

Ofertą trudno to nazwać. My z racji swojego zakresu obowiązków byliśmy właściwie od momentu ogłoszenia Krakowa, czyli trzy lata przed wydarzeniem, w kontakcie z instytucjami niemieckimi zajmującymi się pielgrzymami z Niemiec, więc jakby i nasze zadanie wynikające z racji naszej pracy polegało na tym, żeby zapewnić maksymalną, optymalną opiekę ze strony konsularno-prawnej, to była ta nasza rola [WI-34].

Część przedstawicieli instytucji i organizacji pozarządowych deklarowała, że nie było specjalnych przygotowań związanych z wydarzeniami ŚDM. Jednakże niektóre z nich były gotowe na zwiększenie liczby klientów, zwłaszcza te, które odpowiadały za transport i ruch pielgrzymów.

Moja instytucja zajmuje się zarządzaniem ruchem i drogami na terenie miasta Krakowa. Nie było żadnej oferty dla pielgrzymów, ale [...] przygotowaliśmy wszystkie drogi, parkingi i organizację ruchu, transport publiczny, wszystko. Tak że nie wiem, czy to dużo, czy mało [WI-26].

Inni przygotowali nieco więcej wydawnictw, zwiększyli swoje działania promocyjne, ale generalnie ich oferta była niezmienna, bo zawsze jest skierowana do turystów lub gości Krakowa i Polski.

To jest oferta kierowana do naszych gości, ale, no, w tych czasach, w tych dniach do pielgrzymów adresowana, no, bo były plakaty, były zapowiedzi w telewizji, tak że było to jakby adresowane dla tych ludzi, którzy tu chcieli się zapoznać nie tylko z Polską i Krakowem, ale też z historią Polski od strony tego wydarzenia [WG-44].

W świetle przeprowadzonych badań nieco inaczej sytuacja prezentowała się u przedsiębiorców. Blisko 39% badanych przedsiębiorców nie przygotowało się w żaden sposób do wydarzeń ŚDM. Tłumaczyli to ofertą skierowaną do mieszkańców i specyfiką usługi czy produktu. Niektórzy deklarowali, że dokonali analizy

przed wydarzeniami i podjęli decyzję, że nie ma potrzeby, konieczności ani możliwości, by dokonać jakichś zmian, gdyż one nie przyniosą spodziewanych korzyści.

Nic z tych rzeczy. Żadnych pamiątek, gratisów, nic, co by się kojarzyło. Tylko stały asortyment mieliśmy cały czas dostępny. To nie jest branża, którą ja prowadzę. To jest kawiarnia skierowana na konkretnego klienta, na coś, co nie jest ani krakowskie przede wszystkim, ani polskie, i z jakością slow food. To jest jakby cel działania tej kawiarni i dlatego nie widziałam takiej potrzeby. Nie chciałam sobie zamawiać krówek z Polski czy kaszanków, czy ptasiego mleczka. Bo to jakby nie ma żadnego znaczenia dla nas. Wszystkie sklepy pamiątkowe, mocno okupowane w tym czasie – to OK. Ale to nie o to chodzi generalnie, żeby coś na siłę wciskać pielgrzymom. Nie, bez sensu. Niech sobie znajdą coś, co będą chcieli kupić [WPR-29].

Byli też i tacy, którzy twierdzili, że ich logistyka, promocja i zasoby kadrowe miały wystarczyć i wystarczyły do ewentualnego wzrostu liczby klientów.

Nie, niespecjalnie się przygotowywaliśmy, ponieważ jesteśmy dość szeroko działającą firmą, mamy rozwiniętą promocję. Spodziewaliśmy się nadwyżki klientów, ale nie prowadziliśmy jakichś akcji promocyjnych pod pielgrzymów czy jakichś nowych produktów profilowanych pod pielgrzymów. Mieliśmy jedynie przygotowanych w odwodzie ludzi, gdyby było konieczne zwiększyć liczbę personelu, ale nawet nie było to konieczne. Mamy dobrą kadrę, najlepszą :) [WPR-100].

Inni podobnie, twierdząc, że oferta jest wystarczająca bądź jedyna możliwa, przygotowywali się tylko kadrowo na wzrost liczby klientów w krótkim czasie.

Uznaliśmy, że ta oferta, którą mamy, wystarczy i spełni potrzeby. Jedynie przygotowaliśmy się na wzmożony ruch, czyli były zatrudnione dodatkowe osoby – siła robocza [WPR-99].

Blisko 22% badanych przedsiębiorców deklaroowało w badaniach, że nie poczyniło żadnych przygotowań, gdyż założyli, że to będzie nieopłacalne. Nie zakładali większego wzrostu liczby klientów ze względu na specyfikę działalności, wielkość biznesu czy położenie lokalu.

Wydaje mi się, że działalność, którą prowadzę, nie jest na tyle duża, żeby w jakiś szczególny sposób była możliwość zwiększenia naszej oferty [WPR-65].

Uznaliśmy, że nie jest to trasa przelotowa; mało pielgrzymów wchodziło do sklepu [WP-75].

Ci przedsiębiorcy, którzy deklarowali aktywność w zakresie przygotowania się do ŚDM, w ramach uatrakcyjniania oferty firmy przygotowali różnorodne propozycje w obszarze prowadzonej działalności, przede wszystkim:

- specjalne pakiety noclegów, korzystnych ekonomicznie;
- obniżki cen kolekcji (ubrania);
- ofertę produktów przygotowanych dla pielgrzymów (dewocjonalia, biżuteria, przewodniki, proporczyki, kubki i inne gadżety);
- specjalne menu w restauracjach;
- zwiększenie liczby pracowników (usługi przewodnickie).

Część badanych przedsiębiorców wprowadziła na rynek nowe produkty i usługi: gadżety z Krakowem i ŚDM (kubki i koszulki), produkty cukiernicze i żywnościowe przygotowane na ŚDM, specjalne wydarzenia dla pielgrzymów (turnieje, wycieczki po regionie).

To były pamiątki związane z Krakowem, ponieważ przyjechała tu młodzież z całego świata, więc były to pocztówki związane z Krakowem, pocztówki związane z miejscami Jana Pawła II, Sanktuarium Bożego Miłosierdzia, no i jakieś takie wszystkie „souveniry”, które mogli wywieźć stąd z Krakowa i mile to miasto wspominać [WP-41].

Tak, bo normalnie mamy wycieczki do Auschwitz i Wieliczki i one się nazywają po prostu „Auschwitz standars tour” albo „Wieliczka super standard tour”, wtedy to zmieniło nazwę na ŚDM Auschwitz i po prostu w inny sposób zrobiliśmy odbiory z hoteli, bo wiadomo, cały teren był zamknięty o innych godzinach i inaczej ta wycieczka wyglądała, nie mieliśmy wtedy przewodników, oni nocowali w Auschwitz. I tym podobne [WP-44].

Niektórzy rozszerzali swoją działalność i podejmowali dodatkowe działania promocyjne, w efekcie pojawiły się nowe punkty obsługi, nowi kontrahenci, wzrosły obroty dzięki zwiększonym zamówieniom, ale także niektórzy musieli wzmocnić ochronę swoich punktów sprzedaży.

Powstały nowe stoiska, ksiądz w parafii w Dobczycach udostępnił nam miejsce i tam postawiliśmy dwa namioty, dla osób, które były zakwaterowane w Dobczycach, żeby mogły z tego korzystać [WP-10].

Na pewno korzyści takie, że była sprzedana jakaś ilość tego surowca, choćby do dwóch czy do trzech punktów. Spowodowało to większy obrót [WP-16].

2. Sposób uczestnictwa w Światowych Dniach Młodzieży

Uczestnicy Światowych Dni Młodzieży brali w nich udział z różnych powodów. Różny też był sposób ich uczestnictwa w tym wydarzeniu – niewątpliwie zależał od motywacji, indywidualnych potrzeb i oczekiwań. Dla wielu osób był to czas szczególny – dla pielgrzymów okazja do spotkania z papieżem, doświadczenia różnych przeżyć religijnych, duchowych i kulturowych, a dla wszystkich uczestników także sposobność do zobaczenia innego kraju, poznania narodu, który ma odmienne tradycje i historię, podjęcia próby jego zrozumienia. To spotkanie kultur oraz wspólnota wiary zdecydowały, że uczestnicy na rozmaitych poziomach i w różnych formach angażowali się w wydarzenie, jakim były ŚDM.

Jako pielgrzymi, przybywający głównie z okazji obchodów ŚDM, decydowali się przede wszystkim korzystać z programu, jaki został specjalnie przygotowany przez organizatorów na tę okazję.

Przeważnie korzystam z wydarzeń związanych ze Światowymi Dniami Młodzieży – festiwale, msze, katechezy. Również przechadzamy się, robimy zdjęcia z innymi, rozmawiamy. Cieszę się, że mogę tego doświadczać [WP-243].

Odwiedzamy muzea, kościoły, uczestniczymy w koncertach. Spędzamy czas na katechezach różnych formacji, słuchamy różnych nauk, uczestniczymy w Festiwalu Młodych. Wszystko to, co znajduje się w programie [WP-174].

Tym samym uczestnicy towarzyszyli papieżowi m.in. na Błoniach, w Łagiewnikach i podczas Mszy Połania w Brzegach, ale nie tylko – bo także podczas każdej jego podróży. Przemieszczali się razem z nim, korzystając z każdej nadarzającej się okazji, aby go spotkać i zobaczyć.

Brałam udział w wydarzeniach typu ta msza święta w Łagiewnikach. Byłam też na Drodze Krzyżowej na Błoniach. I przy oknie papieskim, gdy papież wyszedł do ludzi [WPRZ-55].

Na pewno chciałbym uczestniczyć w spotkaniu z papieżem Franciszkiem, w Drodze Krzyżowej, no i oczywiście na Campus Misericordiae w niedzielę obowiązkowo [WP-117].

[...] jak papież przyjeżdżał, to staliśmy tam na ulicy Lipskiej, prawda, i oczywiście byłam nie na Błoniach, tylko w Brzegach [WPRZ-2].

Przyjechali, aby wziąć udział w wydarzeniach religijnych, skupiając się na przeżyciach duchowych. Obok wydarzeń przewidzianych w programie ŚDM pielgrzymi szukali religijnych i duchowych doznań, m.in. zwiedzając różne kościoły i modląc się w nich.

Byłem w Bazylice Mariackiej na Rynku, był tam obraz „Jezu, ufam Tobie” i obraz św. Faustyny. Zwiedziłem też pobliski kościół, później kościół św. Jacka. Zwiedzałem głównie kościoły [WP-152].

Kościół Miłosierdzia, kościół Jana Pawła II, kościół, w którym znajdują się relikwie Piera Giorgia Frassatego, ponieważ jestem z Włoch, a w kościele blisko centrum, w kościele Dominikanów, znajdują się relikwie Piera Giorgia Frassatego [WP-228].

Tak, byłam zachwycona każdym kościołem, jaki widziałam w Krakowie. Widziałam ich tu mnóstwo wczoraj, kiedy zwiedzałam miasto, ale każdy kościół jest unikatowy i piękny wewnątrz, to niesamowite. Zupełnie inne, niż katolickie kościoły w Azji. Te tutaj są bardzo stare, bardzo piękne [WP-8].

Wśród instytucji religijnych dużym zainteresowaniem cieszyły się Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach, Sanktuarium św. Jana Pawła II i Centrum Jana Pawła II „Nie lękajcie się!” Celem turystyczno-religijnym wielu pielgrzymów były także inne, poza Krakowem, miasta, jak Wadowice, Kalwaria Zebrzydowska, Tychy, Częstochowa, Legnica. To te miejsca uczestnicy ŚDM najczęściej włączali w swój plan pobytu w Polsce.

Zwiedzałem kościoły, kościół Mariacki, Sanktuarium Miłosierdzia, Błonia, Częstochowa, Gorzów i Wadowice, dom Jana Pawła II [WP-258].

Wszyscy pielgrzymujący mogli także uczestniczyć w ŚDM, biorąc udział w licznych wydarzeniach kulturalnych, organizowanych zarówno w Krakowie, jak i w miejscach zakwaterowania. Specjalnie dla nich przygotowano m.in. wystawy w muzeach, zorganizowano koncerty, imprezy sportowe, warsztaty, katechezy, pokazy tańców, wieczory integracyjne w parafiach.

Myśmy tutaj zorganizowali dużo warsztatów artystycznych i brały w nich udział harcerki, ale nie tylko, wycieczki, na te wycieczki rzeczywiście dużo osób poszło. Były też warsztaty taneczne i warsztaty nauki tańców polskich dla skautów, którzy mieli zlot w Parku Bednarskiego. I mieliśmy koncert na Rynku Podgórskim „Podgórze dla ŚDM”, to był Grzegorz Turnau [I-40].

Na Rynku Głównym organizowaliśmy koncert Pieśni i Tańca Mazowsze, w kościołach były koncerty chóru Hejnał, chóru Canticum Novum, organowy i wokalny muzyków z Włoch i Francji. I zespół Kroke śpiewał na Kazimierzu. Noc Sakralna jest organizowana przez gminę Kraków każdego roku. Zawsze się odbywa 14–15 sierpnia, natomiast w tym roku specjalnie na ŚDM ta Noc Sakralna została przesunięta [...] [WI-41].

Polacy uczestniczyli w ŚDM na różne sposoby. Przede wszystkim jako gospodarze, osoby przyjmujące pielgrzymów, zapewniające im nocleg i wyżywienie, dbające o ich komfort. Była to dla nich rola ważna, wymagająca odpowiedzialności i poświęcenia, lecz dzięki niej mieli poczucie, że uczestniczą w tych dniach w sposób szczególny, oferując potrzebującym wsparcie i pomoc.

Tak, bo pracuję w szkole i nasza szkoła przyjmowała pielgrzymów. Byli to pielgrzymi z Włoch. Mieliśmy dyżury w szkole, wszyscy pracownicy i nauczyciele, w tym czasie, kiedy ta młodzież przebywała, aby zapewnić im tam pewną pomoc, opiekę [WG-13].

Tutaj nie było jakiegoś szczególnego sposobu, po prostu tak, by mieli gdzie się przespać, umyć się, zjeść coś po całym dniu, i musiałam ich też odwozić na miejsca spotkań, tam u nas w Tenczynie koło kościoła, i też musiałam po nich jeździć. No, najgorsze to było to, że oni wracali późno w nocy, jeżeli była to 23, to było to w miarę, ale wracali również o 1 w nocy. Jeszcze najgorsze było to, że nie wszyscy wracali o jednakowej porze, więc jeden wracał mi o 23, jeden z tych drugich o północy, dwóch jeszcze o 1, więc cały czas byłam pod telefonem i jeździłam po nich [WG-12].

[...] staraliśmy się jakoś strasznie, żeby ich przyjąć. W ogóle każdy dostał od nas prezent, taki regionalny, taką paczkę dostał. Oni byli mega zszokowani. I sam fakt w ogóle, że zwiedzaliśmy to wszystko razem, było takim poświęceniem czasu, nie? Nie tylko, że gościmy ich i „idźcie sobie dalej”, tylko też to, że poświęciliśmy czas, sprawiło, że byliśmy jakoś tak... jedno. Razem [G-16].

Polacy uczestniczyli w wydarzeniach religijnych także za pośrednictwem mediów. Transmisja telewizyjna ŚDM była szczególnie istotna dla tych, którzy nie mogli wziąć czynnego udziału w spotkaniu z papieżem, np. ze względu na stan zdrowia lub obowiązki zawodowe.

Oczywiście obserwowaliśmy za pomocą mediów ogólnodostępnych. Spotkania, które były organizowane dla pielgrzymów goszczących u nas, a także w spektakle, które oni przedstawiali. Głównie wydarzenia lokalne [WG-44].

Wielu przebywających w tym czasie w Krakowie uczestniczyło w ŚDM jako liderzy grupy i wolontariusze. W ten sposób chcieli pokazać swoje zaangażowanie oraz wiarę. Czasami obowiązki wynikające z odgrywanej przez nich roli nie pozwalały im uczestniczyć w spotkaniach z papieżem.

W wydarzeniach nie brałam udziału, bo byłam wolontariuszem w parafii, w Komitecie Organizacyjnym i byłam cały czas tu. Odbieraliśmy pielgrzymów, wysłaliśmy, kwaterowaliśmy w mieszkaniach, dbaliśmy o ich wyżywienie i transport tutaj, na terenie parafii [WG-17].

Zdarzało się, że właśnie brak czasu, praca i inne obowiązki nie pozwalały Polakom aktywnie uczestniczyć w ŚDM. Jednak mieli oni okazję pomiędzy tymi działaniami i przy ich okazji obserwować i chłonąć atmosferę ŚDM.

Nie. Nie uczestniczyłam w żaden sposób oprócz tego, że widziałam, co się dzieje na ulicy. Byłam w pracy cały czas [WPRZ-8].

Różnego typu instytucje i ich pracownicy uczestniczyli w ŚDM jako organizatorzy. Były to podmioty odpowiedzialne za przygotowanie, a następnie realizację celów i założeń związanych z działaniami w ramach ŚDM. Ich uczestnictwo koncentrowało się na zapewnieniu sukcesu temu wydarzeniu, w związku z tym starali się odpowiednio przygotować na wizytę pielgrzymów i papieża. Osoby te angażowały się m.in. w organizację wydarzeń kulturalnych i religijnych, opiekę nad pielgrzymami, zapewnienie im noclegu, wyżywienia i transportu, koordynację i kontrolę podejmowanych działań (np. marketingowych i promocyjnych), informowanie o wydarzeniach przy pomocy tradycyjnych i nowych mediów, relacjonowanie tych wydarzeń.

Myśmy tu mieli bardzo dużo różnych wydarzeń. Po pierwsze, mieliśmy komitet parafialny, który zajmował się organizacją i przyjmowaniem pielgrzymów na terenie parafii, mieliśmy zorganizowane katechezy w dwóch językach: w górnym kościele były po portugalsku, w dolnym – po angielsku. Mieliśmy Festiwal Młodych w Parku Krowoderskim i w ramach tego festiwalu mieliśmy warsztaty ekologiczne w sali teatralnej. Mieliśmy jeszcze CIR, czyli Centrum Informacyjno-Rejestracyjne, które pracowało 24 godziny na dobę,

w tym czasie wydawali tam pakiety. I mieliśmy jeszcze takie zaplecze komercyjne, czyli były rozprowadzone gadżety ŚDM przez pocztę [W1-15].

Sklepik był otwarty 24 godziny na dobę i także mieli tutaj zapewnione picie i słodczy, takie podstawowe rzeczy, które mogli sobie ze sobą zabrać, prawda, jak szli na cały dzień... [...] oni przecież nie tylko byli tutaj na mszy, ale uczęszczali także na jakieś spotkania, w tych ośrodkach takich, sanktuariach itd. Tak że tylko tyle mogłam im zaoferować, że mieli tutaj otwarte i co chcieli mieć, to starałam się to zabezpieczyć [WPRZ 1].

Część instytucji wykorzystała nadarzającą się okazję, aby m.in. spopularyzować własne działania, zainteresować pielgrzymów polską kulturą, tradycją i historią, a także jak najlepiej ich ugościć, i w tym celu przygotowała dla nich specjalną ofertę.

Nasza oferta był podzielona, były to materiały promocyjne, które dystrybuowaliśmy pielgrzymom m.in. w plecakach pielgrzyma. Były to materiały o św. Janie Pawle II, materiały historyczne. [...] organizowaliśmy wydarzenia w ramach Festiwalu Młodych. Były to koncerty muzyki chrześcijańskiej. Była to premiera widowiska muzycznego pt. „Św. Jan Paweł II. Papież z Wadowic” – przygotowana specjalnie na ŚDM, w której brali udział artyści typu: Czesław Mozil, Natalia Niemien. Przygotowaliśmy zawody sportowe, spływy kajakowe rzeką Skawą. Można było wyjść na piesze wycieczki w góry [W1-16].

3. Gospodarze i pielgrzymi – wzajemne opinie po spotkaniu

Jednym z najbardziej zauważalnych zachowań Polaków, w opinii pielgrzymów ŚDM, jest gościnność. Była ona szeroko opisywana, w szczególności robiła wrażenie na pielgrzymach, gdyż była skierowana do obcych, nieznajomych. Przybysze czuli się niezwykle zaopiekowani, przyjmowani rodzinnie, na ogół nie spodziewali się tak olbrzymiej troski wynikającej z polskiej gościnności.

Przed wszystkim gościnność – wielka, wielka! Młodzież opowiadała, od Gdańska po Opole, że na obiad nie dostają jednego kotleta, tylko dziesięć czy dwadzieścia, i że rodziny starały się wszystko umożliwić, że mieli piękne

miejsca zamieszkania, że zawsze o nich dbano, że była ogromna życzliwość – mimo że nie zawsze mówiono w tym samym języku, albo gdy w ogóle nie można było się porozumieć mową [WP-55].

Ale to jest chyba to, co teraz najbardziej wiąże z Polską – że gdziekolwiek się przyjedzie, wszędzie jest się mile widzianym. Jest chyba też takie przysłowie „gość w dom, Bóg w dom”, prawda? To jest naprawdę tak [WP-101].

Co ciekawe, ta gościnność miała powszechnie komentowany wydźwięk kulinarny – gospodarze pielgrzymów dokarmiali ich na każdym kroku, podobnie jak mieszkańcy na ulicach czy starsi ludzie. Gościnność polska bowiem była (i zapewne jest) w szczególny sposób powiązana z chęcią nakarmienia głodnego, dostarczenia wszystkiego, co powinno mu uprzyjemnić pobyt, sprawić, by był zadowolony i czuł się jak u siebie.

W drodze na kampus obcy ludzie wychodzili ze swoich domów na ulice nie tylko po to, żeby sobie wyjść – dawali nam wodę, jedzenie, chłodzili nas... [WP-200].

Wszyscy mi mówią: jedz, jedz, jedz. Ale tak czy inaczej jest to przyjemne, jest OK [...]. Polska gościnność jest najlepsza. Nigdzie nie widziałam takiej gościnności [W-99].

Tej zaobserwowanej, szczególnej gościnności towarzyszyły także, zdaniem pielgrzymów, zadowolenie, życzliwość i radość mieszkańców Krakowa. Inne zaobserwowane przez pielgrzymów cechy Polaków to opiekuńczość i chęć niesienia pomocy. Troska okazywana na każdym kroku, nawet w sytuacji bariery językowej.

Są to bardzo pomocni ludzie, zapytasz się kogokolwiek o cokolwiek i będą próbowali ci pomóc, nawet jeśli nie umieją mówić po angielsku. Będą szukać kogoś, kto mówi, sprawdzać na mapie, telefonie, aż dopilnują, że w pełni ci pomogli [WP-77].

Opiekuńczość Polaków okazywała się bardzo potrzebna, gdyż uczestnicy ŚDM często gubili się w mieście, ale wsparciem – prócz faktycznej pomocy (podwożenia

samochodem, doprowadzania do określonego punktu, narysowania czy podarowania mapy) – były także postawa, uśmiech, mowa ciała, nastawienie na „tak”, na pielgrzymia i jego zadowolenie.

Zauważyłem, że kiedy ludzie widzą pielgrzymów na ulicy, uśmiechają się. Do mnie wielu ludzi się uśmiecha i dają mi radość. Polacy lubią spotykać się z ludźmi z innych miejsc, np. z Afryki [WP-67].

Pielgrzymi dostrzegali także polską religijność, głębokie zaangażowanie w praktyki religijne, co jednocześnie dawało komfort tym, którzy być może obawiali się odrzucenia własnej religijności w niektórych sytuacjach. Jeszcze inni dostrzegali różnice w praktykach religijnych, jednocześnie dowodząc, że religijność i wiara mają wiele subtelnych odmian, które wymagają rozmów i spotkań.

Zazwyczaj myślimy, że ludzie z północnej Europy są kulturowo nieco zbliżeni do Niemiec, jednak tutaj jest inaczej. Polska stanowi granicę pomiędzy Wschodem a Zachodem. To granica pomiędzy prawosławiem a religią rzymskokatolicką. Polska ma bardzo specyficzną religijność, nie jest prawosławna, fanatyczna, znajduje się gdzieś pośrodku, w równowadze. Docenia wagę sakramentów, czego nie można powiedzieć o wielu krajach europejskich [WP-79].

Inną cechą zaobserwowaną przez zagranicznych pielgrzymów było charakterystyczne dla nas, ich zdaniem, podejście do rzeczywistości i wpływ historii. Okrutne doświadczenia, nie tylko wojny, ale także wielu lat zniewoleń, zbudowały w nas (Polakach) cierpliwość, brak kapryśności i umiejętność adaptacji.

[...] państwa doświadczane przez historię i wojny, te, które wycierpiały więcej, łatwiej adaptują się do trudności; państwa kapitalistyczne mają mniej cierpliwości, ich mieszkańcy są bardziej kapryśni [...]. Kiedy byliśmy w Chorwacji, też to widzieliśmy [WP-95].

Niektórzy pielgrzymi odbierali te cechy jako przejaw pewnej polskiej sztywności, życia według zasad, reguł, dyscypliny, zasadniczości, uporządkowania czy zorganizowania, jako dziedzictwo komunizmu, pewną metodyczność i porządek w działaniu. Zwracali na to uwagę pielgrzymi z południa Europy, a także z Ameryki Południowej.

Wy, Polacy, macie wciąż jeszcze bardzo sztywną mentalność, bardzo typową dla krajów Wschodu; policja, obsługa w hotelu czy restauracji, sklepach – wszystko jest bardzo sztywne, metodyczne, ustrukturyzowane; myślę, że to spadek po Europie Wschodniej, ta cała sztywna mentalność, wszystko musi być zaszufelkowane i nie może wychodzić poza margines, bo wtedy się gubicie; nie macie własnej inicjatywy [WP-167].

Z innych cech i zachowań Polaków pielgrzymi zwracali uwagę na szczerość i autentyczność naszych rodaków, pogodne zachowanie, otwartość na pielgrzymów, na „innych”, z dalekich krajów, zarówno wśród młodych, jak i starszych.

Kiedy ktoś z Tobą rozmawia, patrzy Ci w oczy, między ludźmi jest interakcja. Polacy są bardzo przyjaźni, kiedy się komunikują [WP-29].

Przede wszystkim pogodność wśród młodych, ale i również starszych osób, którzy do nas podchodzą, witają się i mówią, co wiedzą o naszym kraju. Poznałam starszego Pana z Polski, który opowiadał mi, jak mieszkał kilka lat w Toronto, i to było bardzo miłe [WP-157].

Polacy są bardzo otwarci na obcych, na ludzi z zagranicy. Jestem tym bardzo pozytywnie zaskoczony. Są bardzo gościnni. Polacy traktują innych z uczuciem, są radosni [...]. Ja widzę w Krakowie ludzi szczęśliwych, uśmiechniętych. Jest w nich radość, cieszą się razem z nami z tego, co się tutaj dzieje [WP-237].

Spotkanie kultur dotyczy także i tych, którzy są gospodarzami, mieszkają w miejscu spotkania. Stąd w prowadzonych badaniach w czasie Światowych Dni Młodzieży w Krakowie prosiłmy o opinie Polaków-pielgrzymów czy uczestników tego wydarzenia. Zwracaliśmy się do nich o wyrażenie opinii na temat współuczestników, pielgrzymów z innych krajów. Co było najważniejsze podczas tego spotkania? Co zachwycało, wywołało wrażenie na naszych rodakach, jeśli chodzi o pielgrzymów i samo wydarzenie?

Przede wszystkim Polacy zauważali otwartość uczestników Światowych Dni Młodzieży. Rozumianą tutaj jako całkowite zniesienie dystansu pomiędzy pielgrzymami, pozwalające na komunikację pomimo różnic językowych i barier

kulturowych. To robiło wielkie wrażenie na naszych rodakach, gdyż spotkania były autentyczne, pełne energii, wzajemnej życzliwości i wspólnej zabawy.

Otwartość tych ludzi, nie wiedziałam, że będzie aż tak wesoło, że będzie tyle pozytywnej energii. Nie wiedziałam, czego się spodziewać, jestem tak pozytywnie zaskoczona, naprawdę super jest [WP-1].

Bardzo się cieszę, że jest okazja spotkać ludzi z innych krajów i ludzie są bardzo otwarci, serdeczni. Jak wracaliśmy z tej wycieczki [do Tyńca – przyp. aut.], witaliśmy się właśnie tutaj razem z grupą niemiecką, bardzo serdecznie z innymi grupami. Jak mieliśmy Światowe Dni w Łodzi, w diecezjach, to byliśmy w Atlas Arenie. Tam również się dobrze bawiliśmy, muzyka była wspaniała, koncert był, tańczyliśmy wszyscy razem, więc naprawdę Światowe Dni są super [WP-14].

Zanikał strach przed innym, obcym, nowym, obawy, zresztą wcale nierzadkie, jak będzie wyglądało spotkanie tłumów. Obawy przed wielokulturowym spotkaniem w jednym miejscu, pewien strach przed innością były zastępowane otwartością, życzliwością, braterską miłością.

Zaskoczyła mnie otwartość ludzi między sobą, mimo że spotykają się w jednym miejscu ludzie z całego świata, to jest taka otwartość między nimi. I, można powiedzieć, ten dystans się tak zmniejsza, te bariery wszystkie. To mnie zaskoczyło, bo myślałem, że jest to niemożliwe, żeby tak w jednym miejscu tyle ludzi, że to tak będzie wyglądać [WP-21].

Otwartość ludzi – jestem bardzo zaskoczony tym, nie spodziewałem się, że aż tak. Spotykam tutaj grupy, które przechodzą obok mnie, i miłość taką braterską czuję od nich, nie muszę się obawiać wielokulturowości [WP-11].

Otwartość pielgrzymów miała wymiar często nie tylko wspólnej modlitwy i zabawy, ale – jak dostrzegali Polacy – przejawiała się także chęcią niesienia pomocy, wsparcia, wzajemną życzliwością, wyzwoleniem wspólnej, dobrej energii, często przez Polaków namacalnej.

Otwartość ludzi! Głównie otwartość ludzi, wszyscy się uśmiechają do wszystkich, są pełni energii, no i jest wesoło bardzo. Myślę, że będzie się to mile wspominać. Szukałem wózka dla niepełnosprawnych dla pani z Argentyny, która bardzo go potrzebowała, i chodziłem po Błoniach, pytając się ludzi. Pomogli mi ludzie z innej narodowości i znaleźliśmy ten wózek. Udało nam się podjechać pod okno autem i potem kobieta weszła na wózek i zwieźliśmy ją tam, gdzie potrzebowała dotrzeć [WP-15].

Wspomniana już obawa przed wielokulturowym tłumem okazała się dla naszych rodaków jednym z mocniej doświadczanych przeżyć w ramach Światowych Dni Młodzieży. Okazało się bowiem, że spotkania z ludźmi z różnych, w opinii Polaków często bardzo egzotycznych miejsc czy państw, były wydarzeniami niezwykle budującymi i mile zaskakującymi, ubogacającymi nie tylko samo spotkanie, ale także późniejsze doświadczenia.

Na przykład spotkałam osoby z Zimbabwe, zainteresowała mnie ich flaga i zapytałam, skąd są. W Zimbabwe byłam kilka lat temu. Nawet mam tam znajomego. Zrobiliśmy zdjęcie i mu pošlemy, że nawet tutaj dotarli. Rozmawiałam z innym znajomym i mówił, że nawet z Wysp Cooka, z wyspy Reunion, z Hawaï. W zasadzie prawie wszystkie kraje świata, co mile zaskakuje. Filipiny, Indonezja, nie mówiąc już o Europie i Ameryce Północnej [WP-16].

Spotkanie różnorodnych kultur obfitowało w poznawanie innego kraju, wspólną modlitwę i śpiew czy spontaniczne uczestnictwo we wspólnych wydarzeniach. Zanikało całkowicie poczucie wrogości, pomimo istniejących barier językowych pojawiała się wspólnota, oparta często na bardzo prostych symbolach – przytulaniu, uścisku ręki czy wspólnym tańcu.

To, że nikt nie jest do siebie wrogo nastawiony, że wszyscy, chociaż się tak naprawdę nie znamy, nawet nie znamy niektórych języków, to potrafimy się ze sobą witać, organizować razem. Szczególnie wczoraj, kiedy wracałam z tych Błoi, szliśmy do okna papieskiego i po prostu tłumy ludzi szły z różnych kultur i wszyscy razem się tak świetnie bawili, to była jedna z lepszych imprez, na których byłam [WP-18].

Dużo narodowości. Również miałem okazję zatańczyć z przyjezdnymi z Libanu – bardzo ciekawa grupa – grali na lutni, jeden grał na bębnie i tańczyliśmy w kółku. Również miałem okazję usłyszeć Szkotów, jak grali na kobzach. Ogólnie bardzo pozytywnie. Różnorodność narodowa, rozmawianie z innymi ludźmi, taka otwartość. Wszyscy przybijają sobie high five albo przytulanie, albo nawet modlili się tutaj za nas, za wolontariuszy [WP-15].

Polacy bardzo dobrze reagowali na budującą się **wspólnotę** między uczestnikami Światowych Dni Młodzieży w Krakowie i doceniali ją. Powodowała ona poczucie jedności, budziła radość i entuzjazm, tworzyła szczególną atmosferę radości i spotkania, które buduje człowieka.

Radość wszystkich młodych ludzi i poczucie, że każdy dobrze się tutaj czuje, każdy chce tutaj być, i że jesteśmy właśnie taką jednością, wspólnotą [WP-22].

Nasi rodacy obserwowali rodzenie się, powstawanie tej wspólnoty na ulicach, na spotkaniach, konferencjach czy podczas duchowych wydarzeń, typu msza św. czy Droga Krzyżowa. Co ważne, poczucie wspólnoty było odczuwalne w dużych grupach i w tłumie, powodowało też, że mieszkańcy współuczestniczyli w wydarzeniach.

Radosna atmosfera, gdzie ludzie chodzą, śpiewają, przybijają sobie piątki, machają, skandowane są różne rzeczy, wspólnie z innymi coś robimy, np. śpiewamy [WP-23].

Pozytywne to, gdy wszyscy pielgrzymi jadą jednym tramwajem i się cieszą, razem śpiewają, i to jest takie wspaniałe, bo ludzie, mieszkańcy tutejsi, są na to otwarci i zawsze się uśmiechają, kiedy wszyscy pielgrzymi śpiewają, i czasami nawet tańczą, i to jest takie wspaniałe [WP-35].

Charakterystyczną cechą zbudowanej wspólnoty – w oczach naszych rodaków – była radość, która rozszerzała się na obecnych, mieszkańców. Wyraźnie odczuwalne było „przejęcie” miasta przez radosnych pielgrzymów. Wspólna modlitwa i zabawa rozszerzały się poza centrum i miejsca spotkań, które wyznaczali organizatorzy Światowych Dni Młodzieży.

[...] byłem parę razy za granicą, w Chorwacji czy w Anglii, ale nigdy nie miałem okazji zobaczyć, jak ci ludzie dzielą się, radują się swoją wiarą, a tutaj mogę to zobaczyć. Na pewno zaskoczyło mnie to, jak dużo śpiewają, tańczą [...] po prostu widać, jak oni radują się tym, cieszą się i żyją tym [WP-34].

Przede wszystkim ta radość ludzi. Wczoraj byłam na Błoniach i to było niesamowite, jak wszyscy klęczeli, skakali, śpiewali. Czuło się tę wspólnotę międzynarodową [WP-18].

Na przykład w tych pierwszych dniach, kiedy przyjeżdżali pielgrzymi, Francuzi, Hiszpanie krzyczeli, wychodzili na pomnik, to jest tyle radości. Mam takie wrażenie, że chrześcijanie przejmują miasto i to jest takie bardzo pozytywne i tę wspólnotę bardzo się czuje [WP-28].

Tymczasem kilka miesięcy po zakończeniu ŚDM gospodarze, czyli przyjmujący pielgrzymów, także mieli dość sprecyzowane opinie na ich temat. Wszyscy goście-pielgrzymi byli mili, sympatyczni, otwarci, raczej niewymagający, spokojni (czasem nawet, w opinii gospodarzy, za bardzo).

Były to bardzo życzliwe osoby, otwarte, uśmiechnięte, zawsze dziękowały za posiłki, zawsze potrafiły się, można powiedzieć, zachować, w sensie, że nie było z nimi żadnych problemów, żadnych negatywnych sytuacji, same pozytywy, zawsze grzecznie o coś prosiły, zawsze dziękowały, jakby starały się też jakoś nam to wynagrodzić [WG-51].

Niektórzy przywieźli gospodarzom prezenty, co było dla nich bardzo dużym zaskoczeniem, inni do tej pory utrzymują kontakt ze swoimi gośćmi.

Hindusi, Indie. Byli bardzo uprzejmi, dali nam mnóstwo prezentów. Ja byłem zszokowany, że w ogóle coś przygotowali dla nas jako rodzin goszczących. Brali udział w życiu codziennym rodziny. Wyjście wieczorne z psem na spacer, przygotowanie śniadania – nie było żadnego problemu [WG-13].

Okazało się, że w naszym wieku stosunkowo są, mniej więcej, więc no fajnie, naprawdę fajnie i ciągle mamy z nimi kontakt właściwie. Dzwonią do nas czy wysyłają maile. Zresztą prawdopodobnie nas odwiedzają też [WG-15].

Było naprawdę super, na sam koniec w ostatnim dniu bardzo nam dziękowali. Każdy nam przywiózł jakąś słodkość i od całej grupy dostaliśmy figurkę Matki Bożej, i powiedzieli, że to jest taka jak u nas Matka Boska z Częstochowy [WG-9].

Niektórzy gospodarze podkreślali ciekawość pielgrzymów, chęć, by zobaczyć w Polsce jak najwięcej. Często ich oczekiwania, a także zachwyt dla spraw, które dla Polaków są oczywiste, budziły zaciekawienie, chęć zrozumienia.

To były praktycznie już kobiety i były ciekawe wszystkiego, co jest u nas, i były zdziwione, że do lasu można wejść. One się zachwycaly np. całym spacerem, [...] jakieś tam drzewa inne, i chciały się przejść po okolicy po prostu [WG-44].

4. Polska w oczach pielgrzymów

Trudno opisać obraz Polski przedstawiany przez badanych uczestników ŚDM w Krakowie. Przede wszystkim dlatego, że jest to obraz wielowymiarowy, o różnych barwach i różnym nacechowaniu. Jednakże można uchwycić kilka wspólnych rysów czy wyobrażeń o naszym kraju, wyłaniających się z wypowiedzi pielgrzymów.

Po pierwsze, Polska w czasie ŚDM to kraj ludzi z określoną duchowością, z dziedzictwem chrześcijaństwa, jako pewną częścią dumy narodowej, która, co zauważają pielgrzymi, nie jest zwykle przez nas doceniana.

Kiedy spotykam obywateli z Polski, mówią, że kraj nie jest dobry, że nie jest dobrze rozwinięty. I ja wtedy mówię im: nie. W obecnych czasach Kraków i Polska stały się dziedzictwem chrześcijaństwa znanym na całym świecie. I są teraz spuścizną, którą powinniście chronić i być z niej dumni [WP-265].

Z duchowością wiąże się także głęboka religijność. Polska kojarzy się pielgrzymom z religijnością, która jest autentyczna i zaangażowana, rozszerzająca się także na czynienie dobra w praktyce, uczynność czy dobroczynność.

Tak, oczywiście pozytywnie! Nie spodziewałam się czegoś takiego, to przechodzi moje oczekiwania. Dobrzy ludzie, religijni [WP-63].

Myślę, że kojarzy mi się z dobroczynnością, uczynnością, z dobrymi ludźmi, ludźmi Boga, tak myślę. Można poczuć Boga w każdym człowieku. To jest to, co ja głównie odczuwam odnośnie do Europejczyków, w większości europejskich krajów ludzie są przyjaźni [WP-177].

Kolejny rys Polski, który wyraźnie wskazują pielgrzymi, to tolerancyjność – ich zdaniem Polska jest krajem tolerancyjnym. Rzadkie są uprzedzenia, także w stosunku do osób o innym kolorze skóry.

Ludzie, z którymi obecnie żyjemy, witali nas z radością, z troską, bez płaczu, bez uprzedzeń. Nie patrzyli na kolor mojej skóry. To bardzo trudne, mieszkający wielu krajów, kiedy patrzą na kolor mojej skóry, od razu pytają: skąd przyjechałam, jaka jest moja historia... [WP-188].

Jednocześnie niektórym uczestnikom Światowych Dni Młodzieży Polska kojarzy się z systemem nakazów i zakazów, pewną statycznością i stabilnością młodych ludzi, ale także przywiązaniem do wartości rodzinnych.

Polska kojarzy mi się z ludźmi. Ludzie w Polsce są bardzo rodzeni [WP-195].

Dla wielu uczestników Światowych Dni Młodzieży zetknięcie z Polską, spotkanie w Krakowie i w innych miejscach w naszym kraju okazały się przełomowe i stały się okazją nie tylko do zmiany zdania o Polsce, ale także do przekonania o wielu istotnych wartościach, z którymi Polska będzie się kojarzyć. Przede wszystkim ludzie wyjeżdżali z obrazem Polski jako kraju ludzi pomocnych i gościnnych, skłonnych poświęcić swój czas dla innych, jak również dzielących się tym, co posiadają.

Spotkałem pana, powiedziałem: dobry wieczór, gdzie jest bazylika floriańska. Poszedł ze mną (szedł 10 minut) i pokazał mi ją. Szliśmy razem, rozmawialiśmy, chociaż mój polski jest bardzo ograniczony. Ludzie są tutaj bardzo pomocni [WP-199].

Jutro minie tydzień, odkąd tu przyjechałam, i ludzie do mnie podchodzą, pytają skąd jestem. Bardzo mili ludzie. Dają ci prezenty, pamiątki, zapraszają do domu. Dziel się ogromem miłości [WP-155].

Co ciekawe, wśród pielgrzymów niektórych krajów przekonanie o Polsce i Polakach było dość uproszczone i spotkanie w Krakowie okazało się dla nich pewnego rodzaju odkryciem. Postrzegani jako chłodni i zamknięci w sobie, okazaliśmy się ciepłi i otwarci, raczej weseli i serdeczni niż poważni i bez polotu, bardziej otwarci niż powściągliwi.

Tak, przede wszystkim dlatego, że gdy spotykałem ludzi z Polski, odbierałem ich z rezerwą, jako powściągliwych. A tutaj są niesamowicie gościnni, otwarci, serdeczni, czuli [W-181].

Słyszałem, że Polacy są bez polotu, poważni, tak jak Niemcy mniej więcej, ale nie, prawda jest taka, że jest tak jak wszędzie, że są ludzie smutni i weseli, spotkał się tu ludzi i poważnych, i otwartych [WP-188].

To lustro, w którym mogliśmy się przejrzeć, okazało się dla nas bardzo korzystne. Wśród badanych pielgrzymów byli oczywiście też tacy, którzy zauważali zróżnicowane cechy Polski i Polaków, ale w większości formułowane opinie o naszym kraju były bardzo pozytywne. Istotne było także poczucie bezpieczeństwa w Polsce, które było istotne dla niektórych pielgrzymów – notowano obecność policji i innych służb porządkowych, zaangażowanie lokalnych społeczności, podkreślano także dobrą kuchnię, urodę polskich miast i dziedzictwo kulturowo-historyczne, na które wielu pielgrzymów było już wcześniej przygotowanych.

5. Interesujące wydarzenia odbywające się w trakcie Światowych Dni Młodzieży

Podczas Światowych Dni Młodzieży wszyscy uczestnicy i mieszkańcy Krakowa oprócz udziału w spotkaniach z papieżem Franciszkiem mogli także skorzystać z oferty kulturalnej Krakowa i Małopolski. Przede wszystkim jednak uczestnicy

ŚDM pragnęli zobaczyć Ojca Świętego, posłuchać jego słów, uczestniczyć w mszach św. przez niego odprawianych. Program wizyty papieża był zarazem programem uczestników ŚDM.

Najważniejsze jest spotkanie tutaj Ojca Świętego [WP-63].

Jednym z najczęściej wspominanych i docenianych wydarzeń religijnych była Droga Krzyżowa.

[...] byłem w ostatnim sektorze, w ostatniej chwili ze znajomą żeśmy się zdecydowały, że pojedziemy na tę Drogę Krzyżową, było trudno, ponieważ nie było już biletów na pociąg, jechaliśmy już z Jurkowa. Tam, na miejscu, mimo że człowiek zmęczony, było takie, ja wiem... może przypomnienie pielgrzymek naszego Ojca Świętego Jana Pawła II. I jeśli chodzi o takie przeżycia, odczucia, bo trzeba było wracać, a z tym jeszcze były przygody, mimo że był to ostatni sektor, oglądałyśmy na telebimie całą przedstawianą Drogę Krzyżową, bo była piękna [WG-18].

Ponadto niejednokrotnie postać Jana Pawła II, jego historia i autorytet, były impulsem do zwiedzania miejsc z nim związanych.

Podążam za programem grupy, programem „Śladami Jana Pawła II”, co pozwoliło nam zobaczyć przede wszystkim miejsca związane z religią, które były w propozycjach ŚDM. Program przygotowali dla nas liderzy grup, to pozwoliło nam też zwiedzić Kraków. Program wiąże turystykę i religię [...] [WP-154].

Odwiedziliśmy miejsce narodzin Jana Pawła II, gdzie on mieszkał, w Wadowicach [...] [WP-342].

W świątyniach organizowane były różnego typu spotkania, podczas których wszyscy uczestnicy mogli się wzajemnie poznać. Kościoły w tym czasie stały się kolebką spotkań wielu kultur i tradycji, otwarcia się ludzi na siebie, swoją inność i historię.

Byłem w wielu kościołach, jest ich tu naprawdę dużo, mieliśmy tam organizowane spotkania [WP-14].

Jesteśmy tutaj przede wszystkim ze względu na Światowe Dni Młodzieży. Zwiedzaliśmy kościoły. Podobało mi się to, że msza św. była codziennie w innym kościele. Wspaniałe jest to, że jest w nich (kościółach) tak międzynarodowo, że ludzie różnych kultur rozumieją obrazy, wspólnie się modlą [WP-234].

Pielgrzymi chętnie zwiedzali, w drodze do i z Krakowa, inne miasta w Polsce. Spacerowali po rynkach, odwiedzali muzea oraz kościoły. Podziwiali przestrzeń, krajobrazy, architekturę.

Pielgrzymowaliśmy w różne miejsca, byliśmy w Lublinie, na KUL-u, w obozie koncentracyjnym w Oświęcimiu, zwiedzaliśmy różne świątynie, np. pw. Maksymiliana Kolbego, klasztor Dominikanów. I byliśmy w tych wszystkich miejscach, żeby znaleźć chrześcijańskie tradycje. U nas wielu ludzi nie jest pewnych swojej wiary, dlatego chcieliśmy w ten sposób pogłębić naszą wiarę [WP-314].

Ja jeszcze przed Krakowem byłem tydzień w Warszawie, uczestniczyłam w Kongresie Polonijnym, to trwało trzy dni. Potem jeszcze zwiedzaliśmy różne miejsca w Warszawie [...] [WP-340].

Myślę, że jest to kraj, który długo był zaniedbany, ale który jest przepiękny. W czasie poszczególnych Dni w Diecezjach – w Gdańsku, w Opolu, Katowicach, mogliśmy to zobaczyć, było to imponujące, jak piękny jest ten kraj, jaki nowoczesny [WP-68].

Oświęcim i muzeum w Auschwitz-Birkenau oraz Wieliczka i znajdująca się tam kopalnia soli były kolejnymi popularnymi destynacjami pielgrzymów. Często to właśnie te miejsca uznawali oni, obok kościołów, jako obowiązkowe do odwiedzenia podczas ŚDM. Ich zwiedzanie dostarczało pielgrzymom wielu wrażeń i emocji, zarówno tych smutnych, jak i radosnych.

Byłem też w Auschwitz. To miejsce zrobiło na mnie duże wrażenie, dużo tam myślałem, to miejsce skłania do przemyśleń [WP-115].

Byłam w Auschwitz. To nie było dobre uczucie, było złe. Kiedy tam przyjechałam, chciało mi się płakać, ale nie wiem, jak to wytłumaczyć [WP-280].

Tak. Dzisiaj byliśmy w Wieliczce [...]. Wycieczka była po prostu super. Wszystko takie piękne, tak się nam podobało! Przewodnik idzie, a my tak dookoła niego. On coś opowiada, a my otoczyliśmy go we czworo i idziemy za nim jak pisklęta za kwoką [WP-337].

Sam Kraków był często obiektem spacerów, podczas których pielgrzymi podziwiali różnego typu zabytki. Spacerowali po Starym Mieście, podziwiając Rynek Główny, Sukiennice, Wawel, Barbakan, a także dzielnicę Kazimierz i krakowskie zoo. Zapoznawali się z architekturą i atmosferą miasta.

Dużo zwiedziliśmy, dużo spacerowaliśmy. Zwiedziliśmy zamek, dużą liczbę kościołów – to naprawdę podróż kulturalna [WP-159].

Bardzo dużo spacerujemy po Krakowie, patrzymy na ludzi, dużo śpiewamy [WP-186].

[...] natomiast w Krakowie widziałem kościół Dominikanów, kościół św. św. Piotra i Pawła, zamek Wawel, dzielnicę żydowską, Stare Miasto, restaurację z bardzo dobrym jedzeniem, spacerowałem również wzdłuż rzeki Wisły [WP-205].

Dużym powodzeniem cieszyły się wydarzenia kulturalne, muzyczne i sportowe, takie jak koncerty, turnieje, spływy kajakowe i zwiedzanie muzeów oraz wystaw. Dzięki muzeom pielgrzymi mogli zapoznać się z polską kulturą i historią, lepiej zrozumieć Polskę i Polaków, a także ich losy. To spotkanie z inną kulturą i jej losami było dla nich nowym doświadczeniem oraz okazją do refleksji.

Odwiedziliśmy także polskie muzea, to bardzo smutne, jakie historie tam usłyszeliśmy, nie do uwierzenia... Będziemy się modlić za te miliony ludzi, które zginęły. Będziemy zawsze pamiętać o polskich bohaterach. To bardzo smutne, co wydarzyło się ze strony Niemców, nie przypuszczaliśmy... To wszystko jakby kino, film, nieprawda. Kiedy odwiedziliśmy muzeum, to było

niesamowite i bardzo wzruszające. Smutne, bardzo smutne, zabijali ludzi w czasie miesiąca miodowego. Wielki szacunek dla ludzi, którzy walczyli. Niech Bóg im wszystko wybaczy. My nigdy nie zapomnimy, pamięć o nich nigdy się nie zmienia. Mam nadzieję, że wszystkie te miejsca przetrwają, dowiedzą się o nich kolejne pokolenia [WP-186].

Uczestnicy ŚDM równie chętnie brali udział w koncertach i wydarzeniach kulturalnych, dostarczając sobie rozrywki. Większość uczestniczyła w specjalnie przygotowanym na tę okazję Festiwalu Młodych. Wydarzenia muzyczne odbywały się na terenie parafii, która gościła pielgrzymów, i to tam uczestnicy ŚDM mieli okazję do lepszego poznania się nawzajem, okazywania radości poprzez taniec i śpiew.

Na pewno już wcześniej zarezerwowaliśmy sobie czas na festiwal w Bibicach, to było dla nas ważne, żeby wziąć udział w tym festiwalu w gminie, w której mieszkamy [W-117].

Byliśmy na bardzo wielu koncertach: we Wrocławiu, Legnicy, tam byliśmy pięć dni, mieszkaliśmy w internacie, byłem klasztorze zakonnicy, i tam codziennie był inny program – specjalnie dla nas przygotowywali utwory. Byliśmy w Częstochowie, w Rzeszowie, tam uczyliśmy się tradycyjnych polskich tańców i to było naprawdę super. Nie mamy planów, damy się ponieść [WP-83].

[...] przyjmowałam pielgrzymów lokalnie, brałam udział w różnych wydarzeniach, które były tutaj lokalnie organizowane. Były msze, były wydarzenia, koncerty, wieczory chwały [WG-46].

Interesującymi i wartymi zaznaczenia wydarzeniami były te, podczas których uczestnicy sami obserwowali i przeżywali zderzenie kultur. Były to momenty zdziwienia, zaskoczenia, fascynacji i niedowierzenia. Takie spotkania kultur dotyczyły np. obrządków religijnych.

Zwiedziliśmy miejscowy cmentarz, zaskoczył nas jego stan, że ludzie tak bardzo dbają o miejsca swoich zmarłych, są świeczki, kwiaty... w Hiszpanii cmentarze są dużo bardziej wygäste [WP-27].

Światowe Dni Młodzieży były także okazją do zaobserwowania różnych cech charakteru i nawyków Polaków, o których możemy dowiedzieć się dzięki spostrzeżeniom ludzi odbierających nas z własnej, sobie właściwej perspektywy.

To jest śmieszne, ale powiedziano nam, że samochody u nas, tak jak w Niemczech, zatrzymują się przed pieszymi, a we Francji przechodzimy sobie przez ulicę, kiedy chcemy. Jest tu „50” o wiele bardziej surowych zasad, np. nie można pić piwa na ulicy... Są tu po prostu bardziej surowe reguły, ale... Nie połączyłabym do końca tego „surowego” charakteru z Krakowem, tamto raczej nas bawi. Ten surowy charakter w gruncie rzeczy skrywa tę „fajność” [WP-155].

Często to zderzenie kultur jest powodem głębszej refleksji, pochylenia się nad drugim człowiekiem, wywołującym emocje, takie jak empatia, wdzięczność i szacunek. Jest okazją, aby przystanąć i zastanowić się nad własnym miejscem i własną sytuacją życiową.

Na przykład to, że jak z Wenezuelczykami poszłam na kolację i oni mieli te bony żywnościowe, to mi oddawali te bony. Znaczący o tyle to było dla mnie takie przeżycie, że Wenezuela teraz jest w fatalnej sytuacji, i oni też, żadna z osób z Wenezueli, nie przyjechali za swoje pieniądze, tylko mieli po prostu gdzieś tam, od rodziny, która mieszka za granicą. I oni naprawdę cierpią głód, tak autentycznie, i to, że ktoś mi daje swój bon, to było takie wzruszające [WG-3].

6. Skojarzenia i wrażenia pielgrzymów podczas wydarzeń Światowych Dni Młodzieży

Pielgrzymi dzielili się z badaczami swoimi skojarzeniami i wrażeniami dotyczącymi ich pielgrzymki i różnych aspektów ŚDM. Dla niektórych już sam przyjazd do Krakowa był ogromnym przeżyciem. Przede wszystkim zaś bardzo przeżywali możliwość spotkania z papieżem Franciszkiem i cieszyli się z niej.

Myszę, że wszystkich łączy papież [WP-124].

Wszyscy są podekscytowani wizytą papieża. Kiedy się pojawił, wszyscy zaczęli płakać. Ten rodzaj miłości – nie sądziłam, że można tak kochać kogoś, kogo nie znasz, ale wiesz, że jest z tobą. To dziwne [WP-56].

Słowa i wartości, które przekazywał papież Franciszek podczas swoich kazań i przemówień, pielgrzymi oceniają jako ważne i potrzebne. Przyjechali usłyszeć i zobaczyć Ojca Świętego, dlatego pragną zatrzymać jego słowa i refleksje im towarzyszące na dłużej.

Franciszek mówił wczoraj ważne słowa o podejmowaniu inicjatywy, wzięciu sprawy w swoje ręce, byciu odważnym, a nie siedzeniu w jednym miejscu, że to jest bardzo ważny przekaz dla młodych i całego społeczeństwa [WP-39].

ŚDM były okazją do pogłębienia wiary i religijności, ludzie mieli poczucie, że są akceptowani we wspólnocie, w której przebywają, mogli przyjrzeć się wierze innych pielgrzymów, zastanowić się nad własnymi działaniami.

Sposób, w jaki ludzie przeżywają eucharystię, tak na 100%, klęczą, przyjmują komunię. W Hiszpanii sens eucharystii się zatracił, a powinien być przecież centrum naszej wiary [WP-29].

Bycie tu wspólnie z młodymi katolikami z całego świata, dzielenie się tym doświadczeniem – to ważne i niesamowite [WP-18].

Doświadczenie jedności i wspólnoty było często tym, czego poszukiwali podczas tej pielgrzymki, cieszyli się, że mogą razem, choć każdy na swój sposób, uczestniczyć w wydarzeniach religijnych.

Jestem też pod wrażeniem, ponieważ podczas tych dni czuję się jak w Kościele, czuję, jakbym przyjechał do jednego wielkiego Kościoła, gdzie chwali się Boga. Czuję, że ci wszyscy ludzie na ulicach tworzą prawdziwy Kościół, prawdziwą wspólnotę. I to wszystko jest blisko nas. Również to, że jest tutaj z nami papież,

jest wyjątkowe. To wszystko sprawia, że widzę, jak piękny jest Kościół, jak Kościół, wiara zwycięża w ludziach i we mnie [WP-108].

Ten moment, kiedy dzielimy wiarę z nowymi, poczucie, że my wszyscy, różni ludzie, różne narody jesteśmy jednym ciałem, jednym sercem i jedną duszą, ponieważ wszyscy jesteśmy częściami tego samego Kościoła [WP-38].

Szczególną postacią, łączącą Kraków z wydarzeniem, jakim były ŚDM, był Jan Paweł II, który wciąż żyje w pamięci pielgrzymów. Jego wspomnienie wywoływało falę wzruszeń, pielgrzymi pragnęli zobaczyć jak najwięcej miejsc związanych z jego biografią.

[...] niesamowitą moc miało słuchanie słów Franciszka na ziemi Jana Pawła II, którego bardzo kochamy, który był papieżem naszej młodości i za którego jesteśmy bardzo wdzięczni Polsce; być w miejscu, które jest pełne historii, kultury, sztuki, każdy zakątek miasta ma historię do opowiedzenia... i przede wszystkim, że to jest ziemia bardzo ważna dla Jana Pawła II, jak wysiadłam z samolotu, miałam ochotę pocałować błogosławioną ziemię tak, jak on to robił [WP-21].

Pielgrzymi cieszyli się z możliwości spotkania z innymi młodymi ludźmi, którzy przybyli tutaj z wielu różnych krajów. Budziło to ich ciekawość i radość ze spotkania. Tym, co było dla nich szczególnie zaskakujące i zarazem inspirujące, była wielokulturowość, którą zobaczyli i której doświadczyli podczas ŚDM.

Przed wszystkim osoby, które brały udział w innych spotkaniach, stwierdziły, że jest naprawdę prawie pełna reprezentacja krajów świata i to mnie też mile zaskoczyło. Na przykład spotkałam osoby z Zimbabwe, zainteresowała mnie ich flaga i zapytałam skąd są. W Zimbabwe byłam kilka lat temu. Nawet mam tam znajomego. Zrobiliśmy zdjęcie i mu poślemy, że nawet tutaj dotarli. Rozmawiałam z innym znajomym i mówił, że nawet z Wysp Cooka, z wyspy Reunion, z Hawaii. W zasadzie prawie wszystkie kraje świata, co mile zaskakuje. Filipiny, Indonezja, nie mówiąc już o Europie i Ameryce Północnej [WP-93].

Mieszkam na wyspie, to jednorodna społeczność, przyjechałem, żeby zobaczyć tych wszystkich młodych ludzi z całego świata, cieszę się, że tu jestem, bo to niesamowite, myślę, że znalazłem tu mnóstwo inspiracji do tego, jak mam żyć w przyszłości [WP-10].

Ta radość, atmosfera i poczucie jedności były często podkreślane w wypowiedziach pielgrzymów. ŚDM były dla nich przeżyciem wielowymiarowym: religijnym, turystycznym, kulturowym. Mogli oni w poczuciu szacunku i akceptacji wyrażać swój entuzjazm w dowolnie wybrany przez siebie sposób. Atmosfera ta udzielała się wszystkim pielgrzymom, dzięki temu czuli się oni swobodnie, ciesząc się, tańcząc i śpiewając.

Radość wszystkich młodych ludzi i poczucie, że każdy dobrze się tutaj czuje, każdy chce tutaj być, i że jesteśmy właśnie taką jednością, wspólnotą [WP-144].

Radosna atmosfera, gdzie ludzie chodzą, śpiewają, przybijają sobie piątki, machają, skandowane są różne rzeczy, wspólnie z innymi coś robimy np. śpiewamy [WP-190].

Dużo narodowości. Również miałem okazję zatańczyć z przyjezdnymi z Libanu – bardzo ciekawa grupa – grali na lutni, jeden grał na bębnie i tańczyliśmy w kółku. Również miałem okazję usłyszeć Szkotów, jak grali na kobzach [WP-297].

Radości, otwartości i przeżyciu duchowemu sprzyjała atmosfera Krakowa, jego wyjątkowy klimat i historia. Bardzo duże wrażenie wywarła na nich także trudna historia i skomplikowane losy narodu polskiego.

Myślę, że to jeden z ostatnich krajów w Europie, gdzie ludzie żyją prawdziwie swoją wiarą, w większości. Widzę, że we Francji jesteśmy hipokrytami, jeśli chodzi o naszą wiarę, podczas gdy tutaj czuje się, że jest coś takiego, jest przekonanie [...]. Co więcej, jak to powiedzieć, to kraj, który wiele wycierpiał w swojej historii. Fakt postrzegania tego kraju jako zamkniętego i z poczuciem strachu – z punktu widzenia historii, którą przeżyliście, a dziś zobaczenie,

że ten kraj się otwiera, że chce, żeby ludzie przybywali, że jest tu otwartość umysłu, to po prostu wyjątkowe [WP-160].

Spędziliśmy tutaj kilka dni, poznaliśmy trochę historii Polski, byliśmy w katedrze w Krakowie, zobaczyliśmy wiele muzeów w Lublinie. Prawdą jest, że żyliśmy i żyjemy w trudnych czasach. To realne cierpienie, ze strony innych religii, Niemców... Nie wiem... Rosjan. Oni naprawdę atakowali Polaków. Zaskakujące jest, że Polacy są bardzo silni. Po tych wszystkich atakach, po uformowaniu ziem wschodnich jesteście w bardzo trudnej sytuacji, tak samo jak Afrykanie [WP-177].

Pielgrzymi byli także pod ogromnym wrażeniem Polski i Polaków. Doceniali naszą gościnność, religijność, chęć niesienia pomocy, twierdzili, że jesteśmy narodem życzliwym i uczynnym, a także zdyscyplinowanym.

To, co może mnie nie „zszokowało”, ale zaskoczyło, to przychylność, otwarcie Polaków. Nie chodzi tu nawet o ludzi z ŚDM, ale o lokalną społeczność. Są bardzo uśmiechnięci [WP-156].

Raz zgubiłem się na rynku. Spotkałem pana, powiedziałem: dobry wieczór, gdzie jest bazylika floriańska. Poszedł ze mną (szedł 10 minut) i pokazał mi ją. Szeliśmy razem, rozmawialiśmy, chociaż mój polski jest bardzo ograniczony. Ludzie są tutaj bardzo pomocni [WP-134].

Szukałem wózka dla niepełnosprawnych dla pani z Argentyny, która bardzo go potrzebowała, i chodziłem po Błoniach, pytając się ludzi. Pomogli mi ludzie z innej narodowości i znaleźliśmy ten wózek. Udało nam się podjechać pod okno autem i potem kobieta weszła na wózek i zwieźliśmy ją tam, gdzie potrzebowała dotrzeć [WP-242].

Mogli tym samym skonfrontować to, czego doświadczili, ze stereotypowymi wyobrażeniami na temat Polski i Polaków, które mieli przed przyjazdem. Pokazuje to, jak wiele nowych i ważnych wrażeń każda podróż dostarcza otwartemu na świat człowiekowi. I że każde spotkanie z nową kulturą jest okazją do podjęcia próby jej zrozumienia.

Chyba rozpoznanie, że ludzie tu są inni, ponieważ w Brazylii mówi się, że ludzie w Polsce nie są zbyt przyjaźni, nie uśmiechają się dużo, są raczej smutni, a kiedy tu przyjechałem, rodzina, u której gościłem, była bardzo miła i wesoła. Traktowali nas jak rodzinę [WP-28].

Spodziewałem się, że Polska jest państwem bardziej biednym, postkomunistycznym, a jest zadbana, czysta, zorganizowana [WP-31].

Ponadto pielgrzymi chętnie zwiedzali i oglądali zabytki, spacerowali podziwiając architekturę i korzystali z czasu spędzonego w Krakowie, żeby lepiej poznać miasto.

Myślę, że Kraków jest ładnym miastem. Spodobała mi się architektura, ponieważ często zwracam na to uwagę: kolory... to zostanie mi w pamięci. Poza tym odkryłam – i myślę, że nie jestem jedyna – że Polacy są bardzo gościnni, bardzo mili dla wszystkich [WP-153].

Pielgrzymi dzielili się także wrażeniami dotyczącymi organizacji ŚDM – ich oceny były różne. Poszczególne aspekty budziły kontrowersje, jedne były oceniane jako pozytywne, np. ogólne wrażenie dotyczące sprawności organizacyjnej oraz kwestie bezpieczeństwa i ochrony pielgrzymów.

Jest to dobrze zorganizowane. Wszystko jest ładne, jest miło. Wszystko mi się podoba. Czuję się bezpiecznie, nikt mnie nie okradł. Mam tylko pozytywne odczucia [WP-107].

A inne jako negatywne, np. transport i obsługa gastronomiczna.

Złe oznaczenia na przystankach transportu publicznego – nauczyliśmy się poruszać transportem publicznym na podstawie własnych błędów... [WP-29].

Długo czekaliśmy na jedzenie w restauracji, to było trochę denerwujące [WP-159].

7. Skojarzenia i reminiscencje o Światowych Dniach Młodzieży kilka miesięcy po wydarzeniach

Z perspektywy czasu badani Polacy (gospodarze, pracownicy instytucji i przedsiębiorcy) dobrze wspominają i oceniają wydarzenie, jakim były Światowe Dni Młodzieży. W ich pamięci utkwiła przede wszystkim bardzo duża liczba osób przebywających w tym czasie w Krakowie i skala tego wydarzenia, którą oceniają jako światową.

[...] dużym wydarzeniem na skalę światową i wydaje mi się, że takiego, no, już nie będzie czegoś takiego w Krakowie, na taką skalę, żeby ludzie rzeczywiście z całego świata przyjechali i była możliwość spotkania tylu osób [WG-1].

Badani Polacy wspominają młodych ludzi, zauważając, że to dla nich zorganizowane było to wydarzenie. Dostrzegają ich entuzjazm, zaangażowanie i otwartość. Wydarzenia i atmosfera podczas ŚDM sprzyjały ich integracji.

Przede wszystkim ze spotkaniem młodych, ze świętem młodych, ze świadectwem z różnych kontynentów i z tym, że Kościół wciąż jest młody i wciąż jest żywy [WG-30].

Z przeżyciem wiary. Wiary młodego pokolenia, młodych ludzi, z niesamowitym entuzjazmem wiary, wybuchem radości i pokazaniem, że ta nasza wiara chrześcijańska jest właśnie wiarą pełną radości... I właśnie pokazują te ŚDM jedność Kościoła. Wielką jedność Kościoła, że z różnych kontynentów i z różnych państw chrześcijanie, młodzież, tutaj przyjeżdżają i są jedno. Wspólnie śpiewają, gromadzą się, wspólnie się modlą [WI-15].

ŚDM były jednak głównie doświadczeniem religijnym i duchowym. Pielgrzymi ze wszystkich stron świata zjechali w jedno miejsce, aby poczuć jedność i bliskość wspólnoty chrześcijańskiej, aby razem się modlić, śpiewać i tańczyć. Aby móc celebrować własną wiarę i religię, a także ją umacniać.

Z wielkim świętem młodzieży z całego świata, wielkim świadectwem wiary, nadziei i miłości w duchu chrześcijańskim [WG-52].

Światowe Dni Młodzieży kojarzą mi się ze zjazdem głównie młodych ludzi, ponieważ jednak jest to skierowane do młodych z całego świata, którzy przyjeżdżają, spotykają się w jednym miejscu, aby celebrować swoją wiarę, spotkanie z papieżem, poznawanie się wzajemnie, utwierdzanie się w swojej wierze, w swoich przekonaniach [WG-4].

Na pewno z wydarzeniem religijnym, z młodzieżą, która chciała zobaczyć i spotkać się z papieżem, z pokazaniem ich religijności i ogólnym zachęceniem do religii – chrześcijaństwa – innych osób [WG-15].

Najwyżej zaś cenią te wydarzenia, podczas których wszyscy uczestnicy ŚDM mogli zobaczyć i usłyszeć Ojca Świętego. Jego słowa, czyny i osobowość wydały się dla nich przekonujące i autentyczne.

Największe wrażenie zrobiła na mnie osoba papieża Franciszka, wielkiego, skromnego, świętego człowieka. Jestem pod ogromnym wrażeniem [WPRZ-18].

Bardzo podobała mi się postać papieża Franciszka, który ma bardzo fajne podejście do pełnienia tej funkcji, to znaczy jest taki otwarty na ludzi, co jest bardzo istotne – to, że jeździł tramwajem itp. [WG-9].

Ale ŚDM według badanych Polaków były także okazją do poznania osób pochodzących z różnych kultur i narodowości. Wiazało się to z różnymi przeżyciami, które w pewien sposób otwierały na drugiego człowieka, pokazywały perspektywę przeżywania tego święta. Było to wyjątkowe i niecodzienne.

No była taka sytuacja, że przyszła Pani, która zaczęła mówić po angielsku i pytała o toaletę. Ja zrozumiałam, jaki ona ma problem, ale ona mówiła takim dziwnym angielskim, że on się wydawał w ogóle jakiś taki niespotykany. No i zapytaliśmy tę Panią skąd jest. Ona powiedziała, że jest z Alaski. No i to było dla nas takie ciekawe przeżycie i zdałam sobie sprawę z tego, z jak

daleka ci ludzie przyjeżdżają. To mnie tak uderzyło. I ta jej mowa taka inna, niż angielski brytyjski, który się częściej słyszy [WI-17].

Wielu badanych uczestników wspomina ten czas jako kulturowe święto, podczas którego młodzi ludzie mogli w sprzyjającym otoczeniu zachowywać się spontanicznie i manifestować symbole swojej kultury i narodu.

Z dużym przeżyciem religijnym i kulturowym, bo bardzo ciekawie to wyglądało. Jeśli chodzi o młodzież, to dla nich było to na pewno bardzo ciekawe wydarzenie, w sensie spotkania innych kultur. Było bardzo różnie, bardzo kolorowo, bardzo dużo osób z różnych części świata. Wszyscy na tym skorzystali [WG-9].

Wciąż żywe jest również wspomnienie wszechobecnej radości, wspaniałej atmosfery i nastroju, które towarzyszyły wydarzeniom i spotkaniom podczas ŚDM. Ludzie oraz ich umiejętność budowania przyjaznej i życzliwej aury świętowania jest tym, co większość badanych uczestników zapamięta na długo. ŚDM kojarzą im się przede wszystkim z radością.

Radością, szczęściem, rozprzestrzenieniem miłości i radości przez ludzi z całego świata. Kojarzą mi się bardzo dobrze, ponieważ te przyjaźnie, które powstały podczas ŚDM, pozostaną do końca życia w moim sercu. Ponadto poddawaliśmy się na Facebooku i do teraz mamy kontakt [WG-41].

Z wielką radością, taką spontaniczną radością i zadowoleniem tych młodych ludzi, którzy tu przyjechali. Tak, było tu tak kolorowo, tak właśnie wesoło, tak beztrosko, no, naprawdę super [WPRZ-1].

Ale radość i beztroska to tylko jedno z oblicz ŚDM, niektórym badanym uczestnikom te dni kojarzą się bowiem z ciężką pracą. Wielu z nich w tym czasie nie przebywało na urlopie, ale z racji charakteru wykonywanej pracy bądź też z własnego wyboru musiało pracować i wypełniać swoje codzienne obowiązki zawodowe. Ze względu na wagę i zasięg wydarzenia oraz liczbę turystów niejednokrotnie musieli pracować znacznie wydajniej.

Pod względem organizacyjnym, bo akurat miałem możliwość pracy w parafialnym Komitecie Organizacyjnym, więc ten czas szczególnie kojarzy mi się z czasem wielkiej pracy, zaangażowania, ale pracy w pozytywnym tego słowa znaczeniu [WI-9].

Pracując tutaj, w tej restauracji, no, powiem szczerze, że był bardzo duży ruch, więc [ŚDM] kojarzą mi się, powiem szczerze, ze zmęczeniem [WPRZ-57].

Na pewno z bardzo dużą ilością pracy i... No, nie mieliśmy tutaj nigdy takiego obłożenia jak w trakcie tych Światowych Dni Młodzieży [...] [WPRZ-7].

Badani uczestnicy zapamiętali także różne aspekty organizacyjne, które wpływały w pewnym stopniu na jakość i postrzeganie ŚDM. Wymieniali zarówno dobre rzeczy, które udało się w tym czasie wykonać, jak i te złe, które utrudniły sprawną organizację wydarzenia, i tym samym pozostawiły niezbyt dobre wrażenia.

Chyba to, że to się udało przeprowadzić bez dużych problemów logistycznych, wiadomo te problemy były, bo przy takiej liczbie osób, jaka się tu przewalała, być musiały. Natomiast jestem pod dużym wrażeniem, że to się udało zrobić sprawnie i bezpiecznie. Duży plus też za dosyć szybkie wysprzątanie tych miejsc, w których to się wszystko odbywało [WI-43].

Najmocniejsze to, takie rzeczy się pamięta, to negatywne. Jest to zdarzenie tego typu, że udostępniłszy kurii w lokalu organizacji bezpłatne miejsca dla wolontariuszy, to było kilkaset miejsc w lipcu, i z tych miejsc w bardzo małym stopniu kuria skorzystała, no nie rezygnując w ogóle wcześniej, nie zwalniając miejsc dla innych zainteresowanych, to mnie najbardziej zabolęło, bo tu się powtarza zasada, że jak jest coś za darmo, to się tego nie szanuje, a jak się zapłaci, to idą za tym pieniądze i każdy chce zaoszczędzić [WI-4].

Wśród badanych uczestników byli także i tacy, których miło zaskoczyła reakcja na pielgrzymów i obchody ŚDM zarówno społeczności lokalnej, jak i ogólnie Polaków. Zapamiętali życzliwość, otwartość i wyrozumiałość, która była okazywana pielgrzymom. To, jak chętnie i sprawnie zaangażowane osoby

poradziły sobie ze sprawami organizacyjnymi ŚDM, a następnie z dużą sympatią odbierały wizytę pielgrzymów.

[...] uwolniło się tak dużo energii w mieszkańcach Wadowic, czego nigdy wcześniej nie obserwowaliśmy. Już pierwszego dnia, 25 lipca, kiedy przyjechali pielgrzymi i zrobiliśmy takie nieoficjalne rozpoczęcie ŚDM i imprezę integracyjną, już wtedy było widać, że dużo mieszkańców, zwłaszcza tych, którzy gościli u siebie pielgrzymów, przyszło razem z nimi na rynek i świetnie się bawili do godzin wieczornych [WI-16].

Podobało mi się bardzo to, że krakowianie stanęli na wysokości zadania, to znaczy, że wszystko było dobrze przygotowane – część z nich wyjechała, czyli pozwoliła się tej młodzieży przemieszczać, było to fajnie zorganizowane. [...] Podobało mi się to, że ludzie chcieli uczestniczyć w tym wydarzeniu, że było tak tłumnie, że wszyscy się cieszyli, mieli uśmiechy na twarzach [WG-9].

Nie bez znaczenia był także fakt, że miejscem odbywania się większości zaplanowanych uroczystości w ramach ŚDM był Kraków. Mimo wcześniejszych wątpliwości, związanych z decyzją o ulokowaniu ŚDM właśnie w Krakowie, i wiążących się z tym zobowiązań, a tym samym niepewności co do posiadanego odpowiedniego potencjału organizacyjnego – z perspektywy czasu uczestnicy są zadowoleni, że Kraków był gospodarzem takiego znaczącego przedsięwzięcia.

Tak, wydawało mi się, że to będzie okropne, że Kraków nie podoła. Jednak okazało się, że wszystko było spokojne i bardzo dobrze zorganizowane [WPRZ-73].

Uważają, że oprócz tego, że jest to sukces wizerunkowy i marketingowy dla Krakowa, to mogli spojrzeć na swoje miasto z innej perspektywy, upewnić się w przekonaniach na jego temat bądź je zmienić.

No byłem dumna. Byłem bardzo dumna, bo kocham to miasto, jestem krakowianką i byłem dumna, że jest to tu, że są miejsca pokazane na cały świat, z którymi mam do czynienia na co dzień [WPRZ-23].

Całkowicie zmieniony wizerunek Krakowa, który stał się po prostu mekką pielgrzymów. To jest coś zupełnie niespotykanego [WPRZ-56].

Dla mnie jedyne, to, że mogłam być dumna z Krakowa, że Kraków był we wszystkich mediach na świecie w danym dniu i to było fajne, to było ważne [WPRZ-8].

W wypowiedziach badanych uczestników pojawia się także warty podkreślenia wątek oprawy i przekazu medialnego, formy i treści nadawanych komunikatów. Doceniają oni estetyczną i kreatywną stronę relacjonowania wydarzeń podczas ŚDM. Z dużym zainteresowaniem spotkały się zarówno profesjonalnie publikowane materiały przy pomocy tradycyjnych mediów, jak i treści publikowane przez samych pielgrzymów na platformach społecznościowych.

Przede wszystkim z tymi wspaniałymi filmikami, co były wszystkie montowane. Piękne, wzruszające... Na Facebooku mnóstwo tego było, że jest jakaś muzyka wzruszająca, zwolnione tempo. Ale to mówię specjalnie, bo dla mnie to jest taki symbol tego nastroju, który był. I jakiegoś takiego optymizmu, i... I dobrej takiej nowiny, którą można, wiesz, w sposób taki nowoczesny też przekazywać, nie? [WPRZ-6].

Podsumowanie

W tej części publikacji starano się dokonać charakterystyki i oceny fenomenu społecznego, jakim były Światowe Dni Młodzieży. Wyniki badań jakościowych uczestników ŚDM – pielgrzymów oraz Polaków, pozwalają na przedstawienie następujących wniosków:

- Uczestnicy ŚDM, przyjeżdżając do Krakowa, kierowali się różnorodnymi motywacjami, choć najważniejsze z nich wiązały się oczywiście z kwestiami religijnymi i duchowymi (chęć chrześcijańskiego przeżycia wydarzeń duchowych) oraz chęcią spotkania papieża Franciszka. Ważne były również motywacje poznawcze, związane z ciekawością świata, ludzi i innych krajów, pewnymi potrzebami turystycznymi, ale także możliwościami reprezentowania własnego kraju i kultury.

Byli wśród pielgrzymów także altruści, którzy wyraźnie deklarowali potrzebę służenia ludziom i realizowali misję krzewienia miłości chrześcijańskiej.

- Gospodarze, którzy przyjęli pielgrzymów do swoich domów i zaangażowali się tym samym w działania ŚDM, robili to z dwóch, dość jasno zarysowanych powodów:
 - poczucia obowiązku, wynikającego z faktu przynależenia do tej samej wspólnoty chrześcijańskiej co osoby przybywające, a czasem także zachęty ze strony instytucji kościelnych;
 - chęci niesienia pomocy młodym ludziom i wiary w „powracające dobro”, a także pragnienia odwzajemnienia kiedyś otrzymanej pomocy i możliwości okazania gościnności.
- Przygotowania przedsiębiorców, instytucji publicznych i organizacji pozarządowych były dość różnorodne – część badanych deklarowała przygotowanie nowej oferty, rozszerzenie podstawowej, ale także zwiększenie działań promocyjnych czy dodatkowe projekty. Byli także i tacy, którzy ŚDM potraktowali jak każde inne wydarzenie w przestrzeni miasta czy województwa i nie przygotowali specjalnej oferty lub nie prowadzili działalności, gdyż uznali to za nieopłacalne.
- Uczestnicy ŚDM w różny sposób starali się przygotować do tych wydarzeń, np. poprzez zorganizowanie noclegu w domu lub mieszkaniu. Czasami, aby właściwie ugościć pielgrzymów, dokonywano odpowiednich remontów oraz reorganizowano dotychczasowy rytm dnia. Większość gospodarzy częstowała pielgrzymów domowymi posiłkami, dbając o ich odpowiedni dobór i swobodę w dostępie do jedzenia. Część gospodarzy przygotowywała się także na tę okazję, ucząc się języka, szukając informacji na temat kultury i zwyczajów przyjmowanych gości. Ponadto niektórzy urozmaicali pielgrzymom czas pobytu dodatkowymi rozrywkami. Wśród badanych gospodarzy byli też tacy, którzy nie podejmowali żadnych dodatkowych działań, poprzestając na już posiadanych zasobach. Część parafii oferowała gospodarzom pomoc w przygotowaniach.
- Uczestnicy ŚDM na różne sposoby brali udział w wydarzeniu. Przede wszystkim pielgrzymi z zagranicy uczestniczyli w praktykach religijnych: korzystali z programu przygotowanego przez organizatorów ŚDM,

brali udział w spotkaniach z papieżem, zwiedzali krakowskie i małopolskie kościoły i modlili się w nich, jak również odwiedzali małopolskie miasta posiadające sanktuaria. Uczestniczyli także w przygotowanych dla nich wydarzeniach kulturalnych. Z drugiej strony Polacy gościli pielgrzymów w swych domach, prowadzili grupy na ŚDM, byli wolontariuszami, organizowali wydarzenia, przygotowywali specjalną ofertę i realizowali cele wyznaczone w ramach ŚDM. Istotny był też przekaz medialny – wielu badanych zwracało uwagę na możliwość uczestnictwa w obchodach ŚDM dzięki relacji telewizyjnej.

- Pielgrzymi podczas ŚDM chętnie dzielili się swoimi spostrzeżeniami na temat zachowania Polaków. Najczęściej wymieniali gościnność, opiekuńczość i chęć niesienia pomocy, także religijność i praktykowanie obrzędów religijnych. Zwracali uwagę na doświadczenie Polaków i wpływ historii na dzisiejsze społeczeństwo, jak również – przedstawiciele bardziej swobodnych nacji – na skłonność do dyscypliny i przestrzeganie zasad. Podkreślano także naszą szczerą, autentyczność i otwartość.

Z drugiej strony Polacy, pytani o wrażenia na temat pielgrzymów i innych uczestników ŚDM, opowiadali, że tym, co szczególnie zwróciło ich uwagę, była otwartość, energia, życzliwość i wspólna radość. Podkreślali porzucenie barier kulturowych i poczucie wspólnoty i zainteresowania inną kulturą.

W opinii pielgrzymów Polska to kraj chrześcijański z określoną duchowością, kraj ludzi zaangażowanych religijnie, jednocześnie tolerancyjnych, bardzo pomocnych i gościnnych. ŚDM były okazją do zrewidowania wielu stereotypów o Polsce i Polakach.

- Do najbardziej interesujących wydarzeń odbywających się podczas ŚDM należały:
 - wydarzenia bezpośrednio związane z obchodami religijnymi, czyli: spotkania z papieżem Franciszkiem i realizacja programu ŚDM, Droga Krzyżowa, Msza Połania, spotkania w kościołach;
 - aktywność turystyczna, czyli zwiedzanie miejsc związanych z Janem Pawłem II, zwiedzanie innych polskich miast, w tym

wizyty w Oświęcimiu i muzeum Auschwitz-Birkenau oraz kopalni soli w Wieliczce, ale także spacer po Krakowie;

- wydarzenia kulturalne, muzyczne i sportowe czy wydarzenia i imprezy parafialne.

Pielgrzymi podkreślali także spotkania kultur – ukazujące różnice i podobieństwa kulturowe uczestników ŚDM.

- Ogólne wrażenie i ocena organizacji ŚDM były bardzo pozytywne. Chwalono sprawność organizatorów, atrakcyjność programu, panującą atmosferę. Przede wszystkim uczestnicy czuli się zaopiekowani, chronieni i bezpieczni. Wśród kontrowersyjnych aspektów organizacyjnych – co do których uczestnicy zgłaszali uwagi, chociaż często podchodzili do tego ze zrozumieniem i wyrozumiałością – były: komunikacja, transport oraz obsługa gastronomiczna. W nielicznych przypadkach podnoszona była kwestia czystości i porządku.
- Pielgrzymi uczestniczący w ŚDM dzieli się różnymi przemyśleniami na temat tego święta i jego obchodów. Warty przytoczenia skojarzeniami i wrażeniami były te, które odnosiły się do szczęścia związanego z możliwością spotkania i posłuchania słów papieża Franciszka, możliwości pogłębienia wiary i religijności, doświadczenia jedności i wspólnoty oraz wspomnienia autorytetu Jana Pawła II. Istotne było także spotkanie z młodymi ludźmi i wielokulturowością oraz radość i niezapomniana atmosfera. Ważne okazały się również klimat i historia Krakowa i Polski, a także podziwianie i zwiedzanie polskich zabytków oraz gościnność, życzliwość i otwartość Polaków.
- Z perspektywy czasu gospodarze ŚDM, wspominając to religijne święto, mówili przede wszystkim o:
 - skali, randze i prestiżu wydarzenia, jak również udanym, kreatywnym przekazie medialnym oraz rosnącym potencjale i popularności Krakowa;
 - fenomenie spotkania, czyli entuzjazmie i spontaniczności młodych ludzi oraz wspaniałym nastroju, wesołej atmosferze i pozytywnej reakcji Polaków (krakowian) na obecność pielgrzymów;
 - doświadczeniu duchowym i religijnym, a także wartości słów i czynów papieża Franciszka;
 - poznaniu innych kultur i narodowości;
 - ciężkiej pracy gospodarzy.

Fenomen Światowych Dni Młodzieży

Agnieszka Całek

Kwerenda i kodowanie materiału:

dr Anna Góral, mgr Weronika Pokojńska, mgr Agnieszka Pudełko

Fenomen Światowych Dni Młodzieży w Krakowie na łamach polskiej prasy

Światowe Dni Młodzieży w Polsce budziły emocje jeszcze przed oficjalnym ogłoszeniem przez papieża Franciszka w Rio de Janeiro w 2013 roku miejsca następnego spotkania z młodymi. Tuż po ogłoszeniu polskie świeckie media przekazywały tę wiadomość, ale nie poświęcały zagadnieniu wiele uwagi i nie podgrzewały szczególnie atmosfery wokół planowanego wydarzenia. Początkowo ton był neutralny. W mediach katolickich i sympatyzujących z Kościołem katolickim materiały były entuzjastyczne, wręcz radosne. Niewielu wówczas myślało o konsekwencjach decyzji papieża o organizacji ŚDM w Polsce. Nieliczni dziennikarze podejmowali kwestie logistyki, finansów, bezpieczeństwa, wielokulturowości, mieszkańców Krakowa i ich funkcjonowania w czasie spotkania młodych.

Sytuacja zaczęła się zmieniać wraz z upływem czasu. Im bliżej rozpoczęcia wydarzenia, tym większe i bardziej skrajne emocje zaczęły się pojawiać wokół ŚDM. Budżet, odpowiedzialność za poszczególne obszary organizacyjne, szacunki w sprawie liczby młodych pielgrzymów, którzy mieli przybyć do Polski, obawy o kwestie bezpieczeństwa i komunikacji w okresie wydarzenia zaczęły elektryzować dziennikarzy i czytelników.

W niniejszym opracowaniu zaprezentowano analizę zawartości polskiej prasy świeckiej w najbardziej gorącym dla ŚDM okresie. Prasy katolickiej nie brano pod uwagę w analizie ze względu na fakt, iż jest ona wprost zależna od głównego organizatora wydarzenia i najczęściej jest po prostu jego głosem. Nie jest więc zaskoczeniem, że przeważają w niej materiały entuzjastyczne, a główne zagadnienia koncentrują się wokół duchowego i wspólnotowego aspektu wydarzenia, przy marginalizowaniu innych kwestii. Stąd znacznie ciekawsze wydaje się przesłanie, w jaki sposób o Światowych Dniach Młodzieży pisały w najgorętszym okresie największe gazety świeckie.

Szczegółowej analizie poddano następujące dzienniki ogólnopolskie: „Gazetę Wyborczą”, „Rzeczpospolitą”, „Gazetę Polską Codziennie”, dzienniki tabloidowe „Fakt” i „Super Express”, a także „Dziennik Gazetę Prawną” oraz „Puls Biznesu”. W grupie dzienników lokalnych zbadano: dodatek krakowski do „Gazety Wyborczej”, „Dziennik Polski” i „Gazetę Krakowską”. Wśród tygodników opinii w analizowanym materiale znalazły się: „Newsweek”, „Polityka”, „Do Rzeczy”, „W Sieci” i „Wprost”. Za okres badania przyjęto czas od 3 maja do 31 sierpnia 2016 roku. W wymienionych tytułach ukazało się wówczas ponad 2,2 tys. tekstów dotyczących ŚDM.

1. Światowe Dni Młodzieży na łamach dzienników ogólnopolskich

0.1. „Fakt”

„Fakt” jest dziennikiem tabloidowym o nakładzie prawie 280 tys.¹ Aktualnie jest najczęściej czytana gazetą w Polsce². W badanym okresie na łamach „Faktu” ukazały się 84 teksty dotyczące Światowych Dni Młodzieży. Pierwszy został opublikowany 3 maja, ostatni 20 sierpnia.

Papież, jego działalność, gesty i słowa były tematem aż 17 tekstów. Jego obecność w Polsce komentowali też celebryci. Opisywano, co robi, jak mieszka, gdzie śpi, jak podróżuje. Po ŚDM wspomniano też o aukcji papieskich samochodów. Pisano również o wpadkach z tłumaczeniem papieskich wypowiedzi.

O ŚDM wypowiadali się także aktorzy, dziennikarze, celebryci i inne znane osoby. Na łamach „Faktu” wydarzenie komentowali m.in.: Marcin Meller, Małgorzata Kożuchowska i Maciej Musiał. Opisywano też, co robią na ŚDM znane osoby, m.in. córka prezydenta, Kinga Duda.

1 „Fakt”, „Gazeta Wyborcza”, „Super Express” i „Rzeczpospolita” z najniższą sprzedaż w historii (dane za maj), Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/fakt-gazeta-wyborcza-super-express-i-rzeczpospolita-z-najnizsza-sprzedaza-w-historii-dane-za-maj> [dostęp: 10.12.2016].

2 *Ibidem*.

Bezpieczeństwo było kluczowym zagadnieniem w tym tabloidzie aż 16 razy i dodatkowym wątkiem w kilku materiałach poświęconych innym zagadnieniom. Sześć tekstów zostało opublikowanych przed wydarzeniem i dotyczyły one przygotowań różnych służb, m.in. ćwiczeń jednostek GROM na wypadek ataku terrorystycznego. Jeden tekst został poświęcony kontrowersyjnemu pomysłowi Ministerstwa Obrony Narodowej na rekonstrukcję odsieczy wiedeńskiej podczas ŚDM. W czasie trwania imprezy opublikowano 4 teksty, dotyczyły one incydentów z naruszeniem bezpieczeństwa, a także potencjalnego zagrożenia terrorystycznego. Jeden materiał poświęcony był przygotowaniu Brzegów na punkt kulminacyjny ŚDM.

Jedenaście materiałów poświęcono niemal w całości uczestnikom. Przed ŚDM pojawiały się teksty dotyczące tego, kto się wybiera na to wydarzenie i jakie są oczekiwania miejscowych i przyjezdnych. W czasie ŚDM pisano, jak goście zostali przyjęci przez Polaków, a po ŚDM donoszono, jak pielgrzymi wracali do siebie, jakie mieli odczucia, ale też co po sobie pozostawili. Nie chodziło jedynie o wrażenia i międzykulturowe więzi, ale także o zagubione podczas imprezy rzeczy.

Przygotowania były najważniejszym zagadnieniem 8 tekstów. Były wśród nich materiały bardzo poważne, dotyczące np. ćwiczeń służb przed ŚDM, ale także teksty lżejsze, np. o tym, jak powstały tóžko, na którym spał papież, oraz ramoneska, którą otrzymał w prezencie. W „Fakcie” opublikowano też tekst o logo ŚDM i wydarzeniu, w czasie którego zostało ono zatopione w jeziorze solnym w kopalni soli w Wieliczce.

Tematykę wiary i religii poruszały 4 teksty. Jeden dotyczył symboli ŚDM, drugi apelu kard. Stanisława Dziwisza o gościnność dla pielgrzymów, trzeci programu imprezy, a w czwartym o swoim nawróceniu dzięki Janowi Pawłowi II opowiadał pielgrzym z Indii.

Wolontariusze byli bohaterami 3 materiałów, z czego 2 dotyczyły wolontariatu przed ŚDM, a trzeci obiadu papieża z przedstawicielami wolontariuszy.

Dwa teksty o charakterze lokalnym omawiały temat klimatu i gościnności osób przyjmujących pielgrzymów w Ostrowie Tumskim i w Katowicach jeszcze przed rozpoczęciem ŚDM w Krakowie.

Cztery teksty dotyczyły infrastruktury podczas Światowych Dni Młodzieży. Materiały opublikowane przed rozpoczęciem wydarzenia dotyczyły warunków, jakie miały zostać zapewnione pielgrzymom na Pomorzu, oraz o możliwościom robienia zakupów w czasie imprezy. Tekst, który ukazał się w czasie trwania ŚDM, poświęcono temu, gdzie można dobrze zjeść, a artykuł opublikowany po zakoń-

czeniu imprezy dotyczył kontrowersji wokół wyżywienia służb mundurowych w czasie trwania wydarzenia. Cztery teksty poświęcono logistyce i transportowi. Były to głównie ciekawostki dotyczące tego, jak i czym będą podróżowali po Polsce pielgrzymi.

Tyle samo materiałów dotyczyło oferty kulturalnej podczas ŚDM. Pisano o Warszawie, Katowicach i Wrocławiu. Informowano też o muzeum figur woskowych w Krakowie, gdzie można zobaczyć także woskowego Franciszka.

W kilku materiałach pojawił się wątek turystyki, również pielgrzymkowej. Pisano o ofercie dla pielgrzymów, ale też o tym, jakie atrakcje pozostaną dla turystów po ŚDM. Jedną z głównych był tramwaj papieski, który funkcjonuje w taborze Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacji na stałe.

Dwa teksty poświęcono finansom, rozumianym jako pieniądze wydane przez pielgrzymów na zakupy – głównie dewocjonaalia – w Polsce. Szacowano też, jak Kraków i miejscowi przedsiębiorcy będą mogli zarobić w czasie ŚDM.

Jeden materiał dotyczył rodzin przyjmujących pielgrzymów w czasie ŚDM. Pojawił się również tekst promujący publikację o Światowych Dniach Młodzieży w Polsce.

Zagadnienie organizacji i planowania imprezy pojawiło się w materiałach „Faktu” 39 razy. W tym kontekście pisano głównie o służbach, ale również o sklepach czy lokalach gastronomicznych.

Motyw turystyki kulturowej pojawił się na łamach „Faktu” zaledwie 3 razy, a pielgrzymkowej jedynie raz. Zagadnienie wydatków pojawiło się dwukrotnie. O gościach na ŚDM pisano w 37 tekstach, w tym w 18 o samym Franciszku. Wymieniono pielgrzymów jako kategorię ogólną, a także poszczególne grupy, np. pątników goszczących w Łodzi. Z imienia i nazwiska byli wskazywani aktorzy i celebryci, a także głowy państw. Wspomniano również o Annie Marii Jacobini z włoskiej telewizji RAI, która zmarła w czasie ŚDM.

Wypowiedzi osób publicznych pojawiły się na łamach „Faktu” 19 razy, z czego 6 razy były to słowa papieża. Wypowiadały się również osoby odpowiedzialne za organizację wydarzenia ze strony rządowej. Cytowano także osoby pracujące przy przygotowaniu ŚDM i w czasie ich trwania, byli to m.in. rzemieślnicy budujący ołtarz i motorniczowie obsługujący papieski tramwaj. Publikowano też wypowiedzi kard. Stanisława Dziwisza, prezydenta Andrzeja Dudy oraz aktorów i celebrytów.

Informacje, które można uznać za kulturotwórcze, pojawiły się na łamach „Faktu” sześciokrotnie. Dotyczyły one m.in. dewocjonaaliów i książki o ŚDM. Informacje o charakterze religijnym zidentyfikowano w tekstach 7 razy, dotyczyły one głównie nauczania papieża Franciszka i św. Jana Pawła II.

1.1. „Gazeta Wyborcza”

„Gazeta Wyborcza” jest drugim najczęściej czytany dziennikiem ogólnopolskim, którego nakład to nieco ponad 240 tys. egzemplarzy³. W badanym okresie na jej łamach ukazało się 113 tekstów związanych ze Światowymi Dniami Młodzieży. Pierwszy został opublikowany 3 maja, ostatni 11 sierpnia.

Papieżowi poświęcono w sumie 31 tekstów. Najczęściej były to artykuły stanowiące analizę, komentarz lub omówienie działań i słów Franciszka. Przed ŚDM publikowano również materiały z przewidywaniami na temat tego, jak Ojciec Święty zachowa się w Polsce, co jego przyjazd zmieni i jaka będzie jego wizyta. W czasie trwania wydarzenia teksty dotyczące papieża były głównie relacjami z przebiegu wizyty. Pojawiały się w nich liczne cytaty oraz przedruki wystąpień. Kilka tekstów opartych było na opinii autorytetu, który komentował fakty związane z obecnością Franciszka w Polsce. Komentowali m.in.: kard. Kazimierz Nycz, ks. Rafał Pastwa, dziennikarz katolicki i teolog, ojciec prof. Jan Andrzej Kłoczowski, teolog, ks. prof. Alfred Wierzbicki, wykładowca KUL.

Powstał też tekst poświęcony przywitaniu papieża przez prezydenta Andrzeja Dudę oraz inny, dotyczący cieszących się dużą popularnością wśród internautów relacji z ŚDM autorstwa bpa Marka Solarczyka.

Przygotowania były głównym tematem 23 publikacji. Pisano przede wszystkim o kwestiach związanych z logistyką i zabezpieczeniem imprezy. Dużo miejsca poświęcono prawodawstwu związanemu z ŚDM, informowano o działaniach – głównie strony rządowej – związanych z organizacją wydarzenia, raportowano o spotkaniach roboczych Komitetu Organizacyjnego, omawiano działania hierarchii w kontekście ŚDM. Pojawiło się też kilka tekstów na temat przygotowań formacyjnych, które miały miejsce w różnych miejscach w Polsce i na świecie.

3 „Super Express” zwiększył przewagę nad „Gazetą Wyborczą”, która straciła najwięcej (sprzedaż dzienników w listopadzie), Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/super-express-zwiekszy-przewage-nad-gazete-wyborcza-ktora-stracila-najwiecej-sprzedaz-dziennikow-w-listopadzie> [dostęp: 10.12.2016].

Nastroje społeczne były tematem 18 materiałów. Przed wydarzeniem publikowano teksty dotyczące przewidywań, jak wizyta Ojca Świętego w Polsce wpłynie na Polaków, katolików, elity polityczne i intelektualne kraju. Pisano również o oczekiwaniach w stosunku do Franciszka i Światowych Dni Młodzieży. W czasie trwania imprezy relacjonowano, jak Polacy reagują na słowa i działania Ojca Świętego, a także na obecność pielgrzymów z różnych stron świata. Po zakończeniu wydarzenia rozważano, jakie społeczne efekty w dłuższej perspektywie przyniosą Światowe Dni Młodzieży oraz wizyta papieża w Polsce. Pisano m.in. o pozytywnym wpływie osobowości Franciszka na Polaków, w tym szczególnie na młodzież.

Bezpieczeństwu podczas ŚDM poświęcono 12 tekstów. Materiały publikowane przed wydarzeniem dotyczyły głównie zabezpieczenia imprezy i ograniczania zagrożeń. W czasie trwania Światowych Dni Młodzieży informowano o incydentach naruszających bezpieczeństwo oraz o interwencjach i działaniach służb, m.in. medycznych.

Zagadnienia religii i wiary zdominowały 5 tekstów. Dwa ukazały się przed ŚDM. Pierwszy dotyczył relikwii błogosławionego Piera Giorgia Frassatiego, które peregrynowały po Polsce z okazji spotkania młodych. Drugi zaś modlitewnego czuwania na Jasnej Górze, które odbyło się w maju z okazji ŚDM i Roku Miłosierdzia w Kościele. Pozostałe teksty koncentrowały się wyłącznie na wydarzeniach religijnych w trakcie trwania imprezy.

Cztery materiały zostały poświęcone samym uczestnikom. Początkowo były to przewidywania na temat ich liczby i krajów, z których przyjadą, a także relacje dotyczące stanu rejestracji na wydarzenie. Tuż przed rozpoczęciem ŚDM i w czasie ich trwania informowano o przybywających do Polski grupach.

Oferta kulturalna była głównym tematem 3 tekstów. W pierwszym autor – przed imprezą – z ulgą donosił, że podczas ŚDM jednak nie odbędzie się rekonstrukcja odsieczy wiedeńskiej. Kolejny tekst pojawił się w ostatnim dniu wydarzenia i dotyczył muzeów najczęściej odwiedzanych przez pielgrzymów. Ostatni został opublikowany tuż po zakończeniu ŚDM i dotyczył akcji młodych artystek z ASP. W Krakowie wisały bowiem flagi z wizerunkami siostry Faustyny i Jana Pawła II. Studentki, zdziwione brakiem obecnego papieża na flagach, wykonały flagę z jego wizerunkiem i powiesiły w miejsce jednej z flag umieszczonych na Rynku Głównym w Krakowie.

Tyle samo tekstów poświęcono ofercie turystycznej. Pisano o tym, co w Polsce będą zwiedzać przyjezdni pielgrzymi, prezentowano szacunki dotyczące tego, ile osób odwiedzi były obóz koncentracyjny Auschwitz-Birkenau, Wadowice oraz Ostrów Tumski.

Również trzykrotnie pojawiły się artykuły dotyczące promocji. W tym kontekście pisano o symbolach Światowych Dni Młodzieży, o obsłudze medialnej imprezy oraz o tym, jak papież promuje kraj pochodzenia. Autorem ostatniego materiału był John L. Allen – amerykański dziennikarz watykańista. „Gazeta Wyborcza” opublikowała tłumaczenie jego tekstu w swoim „Magazynie Świątecznym”. Autor w obszernym materiale porównywał Jana Pawła II i Franciszka.

Transportowi i logistyce poświęcono zaledwie 2 teksty. Pierwszy z nich dotyczył zwiększenia liczby połączeń kolejowych na czas wydarzenia, a drugi planowanej przejażdżki papieża tramwajem. Dwa teksty dotyczyły też wolontariuszy. Jeden przybliżał temat trwającej rekrutacji wolontariuszy, drugi zaś stanowił podsumowanie ŚDM z cytowanymi opiniami wolontariuszy na temat owoców tego wydarzenia.

W sumie na temat planowania i organizacji ŚDM opublikowano 38 tekstów. Dotyczyły one przede wszystkim zabezpieczenia imprezy i minimalizowania szans wystąpienia niepożądanych zdarzeń. Dużo pisano o organizacji na poziomie mniejszych jednostek administracji terytorialnej i kościelnej. Relacjonowano działania Komitetu Organizacyjnego, a także strony rządowej. Wiele miejsca poświęcono antyterrorystycznej specustawie. Informowano również o sprawach mniejszej wagi, ale istotnych ze względu na charakter imprezy. Stąd też pisano np. o wybraniu hymnu ŚDM czy o planach różnych zaangażowanych grup na dni bezpośrednio poprzedzające imprezę.

Turystyce kulturowej poświęcono jedynie 6 tekstów i dotyczyły one głównie atrakcji czekających na pielgrzymów w Polsce. Z kolei temat turystyki pielgrzymkowej w ogóle nie znalazł miejsca na łamach „Gazety Wyborczej”.

Na temat wydatków na ŚDM pisano zaledwie trzykrotnie. I dotyczyło to kosztów ponoszonych przez samych uczestników, a także dodatkowych wydatków polskich kolei oraz planów budżetowych Komitetu Organizacyjnego.

O gościach na ŚDM donoszono zaś 60 razy, przy czym aż 54 razy odnosiło się to do papieża Franciszka. Pozostałe teksty traktowały o pielgrzymach jako całości i o poszczególnych ich grupach. Wśród gości wymieniano również polityków, w tym m.in. prezydenta Andrzeja Dudę i premier Beatę Szydło.

Wypowiedzi osób publicznych cytowano lub prezentowano 36 razy. W większości przypadków dotyczyło to samego Ojca Świętego. Kilkakrotnie głos na łamach dziennika oddawano też premier Beacie Szydło oraz przedstawicielom rządu zaangażowanym w pracę przy organizacji ŚDM. Pojawiały się również wypowiedzi hierarchów i duchownych, przedstawicieli samorządu i Komitetu Organizacyjnego imprezy.

Informacje, które można by uznać za kulturotwórcze, opublikowano 31 razy. Dotyczyły one międzykulturowego charakteru wydarzenia, wypowiedzi i gestów papieża, a także kolejnych ŚDM w Panamie. Informacje religijne pojawiły się 20 razy i związane były przede wszystkim z nauczaniem papieskim.

1.2. „Super Express”

„Super Express” jest dziennikiem tabloidowym o nakładzie rzędu 227 tys. egzemplarzy⁴. W badanym okresie na łamach tej gazety ukazało się 90 tekstów dotyczących ŚDM. Pierwszy został opublikowany 11 maja, ostatni zaś 24 sierpnia.

Papież był głównym tematem prawie 30 tekstów w tabloidzie. Przed ŚDM opublikowano m.in. tekst o jego chorobie i ewentualnych trudnościach z przyjazdem do Polski. Zamieszczano też wiele opinii osób publicznych na temat Ojca Świętego, m.in. szefa Katolickiej Agencji Informacyjnej Marcina Przeciszewskiego oraz dziennikarki „Rzeczpospolitej” Ewy Czaczkowskiej. W czasie trwania ŚDM wielokrotnie cytowano papieża Franciszka oraz publikowano omówienia jego homilii. Pojawiło się też wiele tekstów, w których przytaczano wypowiedzi polityków, celebrytów, artystów i sportowców. Na łamach „Super Expressu” w kontekście ŚDM pojawili się m.in.: Kinga Duda, córka pary prezydenckiej, Edyta Górniak, piosenkarka, Kuba Błaszczykowski, piłkarz, oraz Maciej Musiał, aktor.

Logistyka i transport były głównymi tematami 13 tekstów w „Super Expressie”. Większość dotyczyła przygotowań transportu lotniczego, samochodowego i kolejowego na obsługę pielgrzymów. W czasie trwania ŚDM informowano również o utrudnieniach, z jakimi mogą się spotkać uczestnicy wydarzenia i mieszkańcy miejsc, w których zaplanowano kluczowe punkty imprezy. Pojawiły się też 2 teksty zawierające ciekawostki o pojazdach, którymi papież miał podróżować w Polsce.

4 *Ibidem*.

Bezpieczeństwu poświęcono 8 tekstów. Wszystkie dotyczyły zagrożenia zamachami terrorystycznymi. Te opublikowane przed wydarzeniem omawiały zabezpieczenia i kwestie odpowiedzialności za bezpieczeństwo, zaś w trakcie i po ŚDM informowano o incydentach, jakie miały miejsce.

Infrastruktura zdominowała 6 tekstów na łamach „Super Expressu”, z czego 3 dotyczyły otwarcia sklepów sieci Biedronka przez całą dobę w trakcie trwania ŚDM. Trzy pozostałe były o papieskim apartamencie, przygotowaniu jednego z ołtarzy i o problemach z zakwaterowaniem dla pielgrzymów.

Tyle samo tekstów poświęcono na omówienie przygotowań do ŚDM. Pisano m.in. o koniecznych w czasie wydarzenia zabezpieczeniach, o przedłużonej rejestracji oraz o odnowieniu pomnika Chrystusa w Świebodzinie, specjalnie na Światowe Dni Młodzieży.

Religia i wiara były głównymi tematami 5 tekstów. Informowano w nich o wydarzeniach religijnych poprzedzających ŚDM. Publikowano również materiały dotyczące nauczania papieskiego oraz komentarze po zakończeniu wydarzenia.

Tyle samo tekstów poświęcono uczestnikom spotkania młodych. Tabloid donosił m.in. o tym, co jedli pielgrzymi oraz jak wielu ich było w poszczególnych miejscach. Poinformowano też o śmierci włoskiej dziennikarki w czasie ŚDM.

Dwa materiały dotyczyły finansów. Jeden traktował o szacunkowych przychodach dla turystyki wynikających z organizacji ŚDM w Polsce. W drugim natomiast omawiano kwestię licytacji papieskich butów i samochodów, które zostały po Światowych Dniach Młodzieży.

Tyle samo tekstów poświęcono nastrojom społecznym. Jeden dotyczył grupy tańczących zakonnic i atmosfery, jaką budują swoją obecnością na ŚDM. Drugi poświęcono analizie uczestników spotkania młodych wykonanej przez eksperta od wizerunku.

Również w 2 artykułach pisano o wolontariuszu Macieju Cieśli, który zmarł przed rozpoczęciem ŚDM. Jeden tekst dotyczył oferty kulturalnej – był to szczegółowy program Światowych Dni Młodzieży.

Organizacji i planowania dotyczyło w sumie 30 tekstów opublikowanych na łamach „Super Expressu”. Pisano m.in. o przygotowaniach Komitetu Organizacyjnego i służb zabezpieczających imprezę, o działaniach logistycznych i kwestiach transportu. Sporo miejsca poświęcono również kwestii funkcjonowania sklepów.

Jeden materiał poświęcono turystyce kulturowej, a dokładnie możliwym wpływom z tejże w trakcie ŚDM. Raz poruszono też kwestię turystyki pielgrzymkowej, a ściślej potencjalnych pielgrzymek do Świebodzina.

O gościach na Światowych Dniach Młodzieży pisano 50 razy, z czego w 32 przypadkach dotyczyło to samego papieża. Wśród innych gości pojawiła się para prezydencka wraz z córką, celebryci, sportowcy i aktorzy. Kilkakrotnie pisano też w tym kontekście o wszystkich pielgrzymach i o poszczególnych grupach.

Osoby publiczne cytowano na łamach tabloidu 18 razy, w tym czterokrotnie Ojca Świętego. Autorami pozostałych wypowiedzi byli głównie hierarchowie kościoła, publicyści katoliccy i politycy.

Informacje, które można uznać za kulturotwórcze, opublikowano w „Super Expressie” 21 razy. Dotyczyły one m.in. wydarzeń kulturalnych podczas ŚDM, papieskich zwyczajów, prezentów dla Franciszka, jadłospisu papieża i pielgrzymów, a także wytycznych dotyczących stosownego ubioru na spotkanie z głową Kościoła. Informacje religijne opublikowano w 15 tekstach i dotyczyły one głównie papieskiego nauczania, ale też np. dyspensy na piątek przypadający w czasie ŚDM.

1.3. „Rzeczpospolita”

„Rzeczpospolita” jest dziennikiem ogólnopolskim o nakładzie prawie 62 tys. egzemplarzy⁵. W badanym okresie w tej gazecie ukazało 158 tekstów, pierwszy 3 maja, zaś ostatni 31 sierpnia.

Papież i jego wypowiedzi były głównym tematem materiałów na łamach „Rzeczpospolitej” 34 razy. Pojawiały się cytaty z jego homilii i omówienia, ale także bardzo obszerne i liczne komentarze polskich hierarchów. Kilkakrotnie publikowano przeglądy prasy zagranicznej, w tym włoskiej i niemieckiej, która pisała o wizycie Franciszka w Polsce.

Bezpieczeństwu poświęcono 19 tekstów, które traktowały przede wszystkim o zabezpieczeniu Światowych Dni Młodzieży przed potencjalnym atakiem terrorystycznym. W czasie trwania imprezy donoszono zaś o incydentach związanych z naruszeniem bezpieczeństwa, m.in. o kilku aresztowaniach osób podejrzanych o próby spowodowania zagrożenia dla uczestników.

Przygotowaniom do wydarzenia poświęcono 18 tekstów. Dotyczyły one m.in. procedur bezpieczeństwa, opieki medycznej, infrastruktury, żywienia i łączności, zarówno podczas Wydarzeń Centralnych w Krakowie, jak i w czasie wcześniejszych spotkań formacyjnych w diecezjach.

5 *Ibidem.*

Uczestnicy ŚDM byli głównym tematem 12 tekstów. Przed ŚDM pisano przede wszystkim o ogólnych szacunkach dotyczących liczby osób, które przyjadą do Polski na to wydarzenie. Później donoszono o kolejnych grupach przybywających w różne rejony kraju na spotkania formacyjne. W czasie trwania ŚDM informowano, jaka atmosfera panuje wśród pielgrzymów i co dzieje się w poszczególnych grupach. Jedną z opisywanych na łamach „Rzeczpospolitej” grup byli pielgrzymi zaangażowani w ruch „Wiara i Tęcza”.

Zagadnieniom wiary i religii poświęcono 10 tekstów. Pisano głównie o nauczaniu papieskim podczas ŚDM, ale również o spotkaniach modlitewnych i formacyjnych odbywających się tuż przed spotkaniem młodych na terenie całego kraju. Wspomniano m.in. o wydarzeniu modlitewnym – Litani Narodów, która zgromadziła tłumy młodzieży w Gdańsku. Trzy osobne teksty poświęcono również historii Światowych Dni Młodzieży.

Dziesięć materiałów poświęcono transportowi i logistyce. Pisano o transporcie lotniczym, samochodowym i kolejowym podczas ŚDM oraz o jego ograniczeniach i zmianach. Donoszono także o utrudnieniach komunikacyjnych związanych z trwaniem imprezy.

Cztery teksty poświęcono finansom. Dotyczyły one kosztów kwater dla pielgrzymów, zarobków hotelarzy oraz tego, jak państwo partycypuje finansowo w przygotowaniu Światowych Dni Młodzieży. Dwa materiały opisywały infrastrukturę gastronomiczną i medyczną w czasie trwania imprezy.

Atmosferze ŚDM i gościnności poświęcono cztery 4 teksty. Trzy z nich były komentarzami abpa Wiktora Skorca, bpa Henryka Tomasika i dziennikarki Brygidy Grysiak na temat klimatu panującego wśród uczestników ŚDM. Ostatni tekst był mniej entuzjastyczny, bo autor sugerował nim, by przed przyjęciem u siebie pielgrzymów rozważyć ubezpieczenie mieszkania.

Opublikowano również 3 materiały dotyczące nastrojów panujących podczas ŚDM. Pojawiły się opinie na ten temat kard. Stanisława Dziwisza oraz kard. Kazimierza Nycza. Zamieszczono także fotoreportaż o spotkaniu młodych.

Jedenaście tekstów poświęcono ofercie kulturalnej, jaka czekała na pielgrzymów w Krakowie i w różnych ośrodkach na terenie całego kraju. Omawiano propozycje przygotowane dla uczestników ŚDM oraz opisywano, z których pielgrzymi najchętniej korzystali. Ofercie turystycznej poświęcono 6 tekstów, w tych opublikowanych przed ŚDM spekulowano, gdzie pielgrzymi będą jeździć, a w trakcie imprezy i po jej zakończeniu omawiano, które miejsca goście odwiedzali podczas pobytu w Polsce. Pisano m.in. o wizytach w Auschwitz-Birkenau, w kopalni soli w Wieliczce oraz o spływach Dunajcem.

Osiem razy w dzienniku prezentowano opinie hierarchów kościelnych, w tym m.in.: kard. Stanisława Dziwisza, abpa Stanisława Gądeckiego i bpa Artura Mizińskiego. Przytaczano też wypowiedzi prezydenta Andrzeja Dudy, premier Beaty Szydło i szefa MON Antoniego Macierewicza.

Tyle samo tekstów pojawiło się na temat promocji. Dotyczyły one przede wszystkim promocyjnego charakteru samych Światowych Dni Młodzieży, ale także wydarzeń towarzyszących, które były okazją do tego, by promowali się miejscowi twórcy i rzemieślnicy.

Tylko raz napisano o wolontariuszach i było to w kontekście zmarłego przed ŚDM Macieja Cieśli. Brat chłopaka podczas spotkania wolontariuszy z papieżem odczytał jego przesłanie i ono właśnie było głównym tematem materiału w dzienniku.

Spośród wszystkich tekstów w „Rzeczpospolitej” 60 dotyczyło organizacji i planowania Światowych Dni Młodzieży. Traktowały one o działaniach Komitetu Organizacyjnego, jednostek rządowych, kościelnych i samorządowych, które włączały się w przygotowanie wydarzenia. Pisano o kwestiach zabezpieczania imprezy, a także o kwestiach transportu, logistyki czy rozwiązań komunikacyjnych w czasie ŚDM.

O turystyce kulturowej pisano 13 razy. Poza informacjami o ofercie dla pielgrzymów oraz relacjami dotyczącymi tego, jakie miejsca odwiedzają najchętniej, pojawiły się również doniesienia o tym, że w Hiszpanii dzięki ŚDM zwiększyło się zainteresowanie Polską. Z kolei o turystyce pielgrzymkowej napisano jedynie raz. Tekst dotyczył szacunków, ile osób zwiedzi Jasną Górę w czasie spotkania młodych.

Goście byli tematem tekstów blisko 60 razy, z czego nieco ponad 30 razy sam papież Franciszek. Pisano również o pielgrzymach jako całości, a także o ich poszczególnych grupach. Informowano też o udziale polityków w ŚDM.

Wypowiedzi osób publicznych cytowano lub omawiano w 56 tekstach, w tym w 10 dotyczyło to wystąpień papieskich. Przytaczano wypowiedzi Franciszka, pojawiały się również streszczenia i omówienia jego tekstów. Cytowano także wypowiedzi licznych dostojników kościelnych, księży i dziennikarzy katolickich. Mniej licznie pojawiały się odniesienia do wypowiedzi polityków i rzeczników różnych organizacji.

Wśród analizowanego materiału 23 teksty można uznać za zawierające treści kulturotwórcze. Dotyczyły one m.in. programu kulturalnego towarzyszącego ŚDM, ale także ciekawostek, takich jak powitanie papieża przez polarnika Marka Kamińskiego na Giewoncie. Z kolei 20 tekstów zawierało informacje religijne. Głównie dotyczyły one nauczania papieskiego oraz wspólnot, które brały udział w Światowych Dniach Młodzieży.

1.4. „Gazeta Polska Codziennie”

„Gazeta Polska Codziennie” jest ogólnopolskim prawniczym dziennikiem wydawanym przez spółkę akcyjną Forum. Średni nakład to prawie 60 tys. egzemplarzy⁶. Na łamach tej gazety ukazało się ogółem 25 tekstów. Pierwszy ukazał się 27 maja, ostatni zaś 18 sierpnia.

Bezpieczeństwo było głównym tematem 8 tekstów opublikowanych na łamach „Gazety Polskiej Codziennie”, z czego 5 poświęconych zostało problemowi zagrożenia terrorystycznego oraz próbom minimalizowania tego zagrożenia w czasie ŚDM. Przed wydarzeniem pisano o ataku hakerskim na lubelskie strony spotkania młodych. Po zakończeniu imprezy informowano o wzroście liczby zgłoszeń na numer alarmowy oraz opublikowano tekst o spotkaniu Ministra Obrony Narodowej Antoniego Macierewicza z papieżem.

Logistyce i transportowi poświęcono 5 tekstów. Trzy z nich dotyczyły ruchu samochodowego, raz pisano o funkcjonowaniu portów lotniczych w okresie ŚDM i szczytu NATO i raz o zawieszeniu przesyłek konduktorskich na czas trwania wydarzenia.

Czterokrotnie na łamach tego dziennika zamieszczono homilie papieża lub omówienie wygłoszonych przemówień. Trzy materiały dotyczyły głównie zagadnień wiary i religii, w tym Strefy Pojednania podczas ŚDM, nabożeństwa Koronki do Miłosierdzia Bożego oraz modlitewnego czuwania na Jasnej Górze, zorganizowanego dla osób zaangażowanych w przygotowanie ŚDM.

Jeden materiał poświęcono zagadnieniu finansów, a dokładnie roszczeń ZAKS-u w stosunku do organizatorów ŚDM. Raz pisano o infrastrukturze, przedstawiając historię papieskich sediliów, czyli siedzeń, z których papież korzysta w trakcie celebracji. Wątek Światowych Dni Młodzieży pojawił się na marginesie.

Pojawiły się również teksty dotyczące przygotowań do ŚDM, było to omówienie sprawozdania z działań zaprezentowane przez Marszałka Małopolski Józefa Pilcha podczas jednego ze spotkań Klubów „Gazety Polskiej”. We wcześniejszym numerze opublikowano zapowiedź tego spotkania.

6 „Gazeta Polska Codziennie” ze wzrostem sprzedaży o 15 proc. „Gazeta Wyborcza” traci najwięcej, Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/gazeta-polska-codziennie-ze-wzrostem-sprzedaży-o-15-proc-gazeta-wyborcza-traci-najwiecej> [dostęp: 10.12.2016].

Spośród wszystkich opublikowanych materiałów 15 dotyczyło organizacji i planowania wydarzenia. Pisano m.in. o zabezpieczeniu imprezy, incydentach naruszających bezpieczeństwo, o potencjalnym zagrożeniu atakiem terrorystycznym oraz o kwestiach transportu i komunikacji. Żaden z tekst nie dotyczył turystyki kulturalnej i pielgrzymkowej. Sześciokrotnie wspomniano natomiast o gościach, w tym pięciokrotnie o Ojcu Świętym, raz o szefie MON Antonim Macierewiczu i raz ogólnie o pielgrzymach.

Wypowiedzi osób publicznych pojawiły się w 17 tekstach, przy czym 4 razy były to wypowiedzi papieża. Pozostałe teksty zawierały cytaty, komentarze i opinie osób reprezentujących rząd, instytucje publiczne rządowe i samorządowe oraz osoby związane z Komitetem Organizacyjnym ŚDM.

Informacja kulturowa pojawiła się na łamach „Gazety Polskiej Codziennie” tylko raz i dotyczyła papieskiej sedilii. Z kolei informacje religijne publikowano 6 razy, z czego 4 dotyczyły nauczania papieskiego, pozostałe zaś sakramentu pojednania, wizyty organizatorów na Jasnej Górze, modlitewnego czuwania oraz nabożeństwa.

1.5. „Dziennik Gazeta Prawna”

„Dziennik Gazeta Prawna” wydawany jest przez INFOR, ma charakter przede wszystkim prawno-gospodarczy⁷. Jego średni nakład wynosi blisko 80 tys. egzemplarzy⁸. W badanym okresie na łamach tej gazety ukazało się 79 tekstów, pierwszy 3 maja, zaś ostatni 14 sierpnia.

Aż 22 teksty zostały poświęcone zagadnieniu bezpieczeństwa podczas ŚDM, z czego 13 materiałów opublikowano przed samym wydarzeniem. Były to głównie teksty o przygotowaniu zabezpieczenia imprezy, objaśniające zasady bezpieczeństwa oraz funkcje i zakres obowiązków różnych podmiotów podczas Światowych Dni Młodzieży, pojawiły się również porady dla uczestników. Cztery teksty ukazały się w czasie trwania wydarzenia. Trzy dotyczyły interwencji służb odpowiedzialnych za bezpieczeństwo podczas ŚDM. Tekst opublikowany w pierwszym dniu imprezy stanowił poradnik dla rodziców, jak zadbać o bezpieczeństwo najmłodszych.

7 „Dziennik Gazeta Prawna”, Infor, dok. elektron., <http://holding.infor.pl/index.php/Oferta/prasa-i-wydawnictwa/Dziennik-Gazeta-Prawna> [dostęp: 10.12.2016].

8 Statystyki, Gazetaprawna.pl, dok. elektron., <http://www.gazetaprawna.pl/reklama/prasa/statystyki> [dostęp: 10.12.2016].

Materiały, które ukazały się po 31 lipca, zawierały informacje o incydentach i zagrożeniach, jakie pojawiły się w czasie trwania wydarzenia. Siódmego sierpnia opublikowano również tekst z wypowiedzią szefa Biura Ochrony Rządu na temat bezpieczeństwa samego papieża.

Franciszkowi poświęcono na łamach „Dziennika Gazety Prawnej” 18 tekstów. Były to m.in. przedruki papieskich wystąpień podczas ŚDM, omówienia jego homilii i wypowiedzi, relacje z wydarzeń, w których brał udział, w tym np. z wizyty w byłym obozie koncentracyjnym Auschwitz-Birkenau. W kontekście wizyty Ojca Świętego w naszym kraju pojawiły się również osoby znaczące dla świata polityki i Kościoła katolickiego w Polsce. Relacjonowano m.in. powitanie Franciszka przez prezydenta Andrzeja Dudę, odnotowano, że na powitaniu papieża nie pojawił się były prezydent Lech Wałęsa. W jednym z tekstów poświęconych przygotowaniom do wizyty Franciszka wypowiedziała się premier Beata Szydło, która doceniła pracę swoich współpracowników odpowiadających za organizację wydarzenia ze strony rządowej. Czwartego sierpnia ukazał się też tekst, w którym znalazło się podziękowanie dla papieża abpa Stanisława Gądeckiego – przewodniczącego Konferencji Episkopatu Polski. Dwa teksty poświęcono Franciszkowi i motoryzacji, materiał przed ŚDM dotyczył tego, czym będzie jeździł papież w czasie wizyty w Polsce. Artykuł, który ukazał się po ŚDM, poruszał temat aukcji charytatywnej samochodów papieskich używanych w czasie wydarzenia.

Ośiem tekstów dotyczyło różnych aspektów przygotowań do ŚDM. Na łamach „Dziennika Gazety Prawnej” omawiano m.in. spotkania robocze organizatorów, w tym wspólnego rządowo-kościelnego zespołu odpowiadającego za przygotowanie imprezy. Były też lżejsze teksty, dotyczące np. diety pielgrzymów w trakcie wydarzenia, przygotowania mebli, z których papież korzystał w czasie pobytu w Polsce, oraz ciekawostki dotyczące tego, w jaki sposób papamobile zostało przywiezione do kraju.

Kolejne często poruszane na łamach „Dziennika Gazety Prawnej” zagadnienia to logistyka i transport. Tej kwestii poświęcono 6 tekstów i dotyczyły one głównie ruchu samochodowego na autostradach i drogach krajowych oraz potencjalnych utrudnień w czasie ŚDM. Trzy teksty ukazały się przed wydarzeniem, a 2 w pierwszym jego dniu. Jeden stanowił rodzaj informatora dla uczestników, drugi miał nieco lżejszy charakter i poświęcony był papamobile, które przyjechało do Polski razem z Franciszkiem. Materiał opublikowany po imprezie omawiał trudności, jakie mieli pielgrzymi z Iraku z powrotem do domu.

Zagadnieniom religii i wiary poświęcono 6 materiałów. Zawierały one m.in. opinie uczestników i ludzi Kościoła o wpływie ŚDM na tę sferę życia. W niektórych tekstach widoczny też był wątek katolickiego dziedzictwa Polski, m.in. w materiale poświęconym wizycie papieża na Jasnej Górze.

Pięć tekstów dotyczyło uczestników spotkania młodych. Były to głównie materiały, gdzie byli oni obficie cytowani. Pojawiły się też teksty dotyczące konkretnych grup uczestników, np. pielgrzymów z dotkniętego konfliktem Aleppo, a także osób homoseksualnych z grupy „Wiara i Tęcza”.

Wśród innych wątków poruszanych na łamach „Dziennika Gazety Prawnej” pojawił się wolontariat, raz w kontekście spotkania wolontariuszy z papieżem i raz przy wspomnieniu Maćka Cieśli – wolontariusza zmarłego na nowotwór przed rozpoczęciem ŚDM. Niewiele pisano o klimacie ŚDM, kulturze czy promocji. Nie pojawiło się w ogóle zagadnienie turystyki, również pielgrzymkowej.

Zagadnienia szeroko rozumianej organizacji i planowania wydarzenia oraz gości były opisywane w 34 tekstach. Najczęściej jako gościa traktowano samego Franciszka, pielgrzymów z całego świata, a także konkretne grupy pątników, w tym przybyłych z Aleppo i z Iraku oraz osoby z grupy „Wiara i Tęcza”. Wspomniano też o Annie Marii Jacobini – zmarłej w czasie ŚDM włoskiej dziennikarce z telewizji RAI, oraz o prezydencie Panamy Juanie Carlosie Vareli w kontekście incydentu, podczas którego jego ochroniarz został zatrzymany przez polskie służby. Co znamienne dla dziennika o profilu prawnogospodarczym – w żadnym tekście nie wspomniano o wydatkach na ŚDM.

W 38 tekstach pojawiły się wypowiedzi osób publicznych. Najczęściej, aż 13 razy, cytowano papieża. O ŚDM wypowiadali się również przedstawiciele rządu i instytucji publicznych, a także przedstawiciele Kościoła.

Materiały, które można by uznać za zawierające informacje kulturotwórcze, pojawiły się 8 razy. Pisano m.in. o fenomenie Franciszka, o motywacjach uczestników i o ich żywieniu. Informacje religijne pojawiły się w 12 materiałach i dotyczy głównie zagadnienia papieskiego nauczania.

1.6. „Puls Biznesu”

„Puls Biznesu” jest dziennikiem ogólnopolskim o profilu ekonomicznym. Jego średni nakład wynosi prawie 13 tys. egzemplarzy⁹. W badanym okresie na łamach tego dziennika ukazało się 17 tekstów dotyczących Światowych Dni Młodzieży, pierwszy 6 maja, ostatni zaś 1 sierpnia.

Tematyce bezpieczeństwa poświęcono 3 materiały. Dwa ukazały się przed ŚDM i omawiały zabezpieczenie imprezy, trzeci stanowił podsumowanie wszystkich interwencji służb podczas wydarzenia. Tyle samo tekstów dotyczyło finansów. Pisano o budżecie pielgrzyma oraz o tym, jak wyglądają koszty przygotowania imprezy. Trzy materiały poświęcono logistyce i transportowi. Jeden dotyczył ogólnie wyzwań logistycznych, jakie miały się pojawić w związku z ŚDM, pozostałe traktowały o połączeniach kolejowych.

Na łamach „Pulsu Biznesu” raz pojawiło się omówienie papieskiej wizyty w Polsce. Opublikowano też podsumowanie imprezy przez prezydenta Krakowa Jacka Majchrowskiego. Dwa teksty poświęcono uczestnikom i turystyce związanej z ich przyjazdem do Polski. Jeden tekst dotyczył wiary i religii, traktował on o poświęceniu przez papieża ikony patronki Wołynia – była to ciekawostka historyczna.

Organizacji i planowaniu ŚDM poświęcono 4 teksty. Raz pisano o turystyce kulturowej i raz o pielgrzymkowej. Dwukrotnie mówiono o wydatkach dotyczących wydarzenia oraz o gościach rozumianych jako pielgrzymi ogólnie.

Na łamach „Pulsu Biznesu” nie opublikowano żadnych tekstów, które zawierałyby informacje kulturotwórcze. Raz pojawiła się informacja religijna i dotyczyła ona wspomnianej wcześniej ikony.

9 Średnia sprzedaż ogółem dzienników ogólnopolskich w 2015 i 2016 roku (dane ZKDP), Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/super-express-zwiekszy-przewage-nad-gazete-wyborcza-ktora-stracila-najwiecej-sprzedaz-dziennikow-w-listopadzie> [dostęp: 10.12.2016].

2. ŚDM w dziennikach lokalnych

2.1. „Gazeta Krakowska”

„Gazeta Krakowska” jest dziennikiem lokalnym o nakładzie nieco ponad 26 tys. egzemplarzy. Na łamach tej gazety ukazało się w badanym okresie 326 tekstów dotyczących ŚDM, pierwszy 5 maja, a ostatni 11 sierpnia.

Spośród wszystkich materiałów 5 dotyczyło polityki miasta w związku z wydarzeniem. Jeden tekst, z maja, dotyczył finansów, a ściślej spornej kwestii opłat za zużycie energii elektrycznej w miejscach noclegu pielgrzymów na terenach podległych samorządom Bochni i Wadowic. Miejscowi urzędnicy domagali się, by koszty pokrył rząd. Problem został podniesiony w czasie spotkania Komitetu Organizacyjnego ŚDM w Krakowie. Pozostałe 4 teksty dotyczyły transportu i logistyki w mieście. Ukazały się już w czasie trwania ŚDM. W materiałach informowano o utrudnieniach, sytuacji komunikacyjnej w mieście i możliwości ominięcia najbardziej problematycznych miejsc.

Papież Franciszek, jego słowa i działania były tematem blisko 70 materiałów „Gazety Krakowskiej”. Były to teksty informujące o planach Ojca Świętego na każdy dzień pobytu w Polsce, zapisy homilii i przemówień oraz teksty o lżejszym charakterze, dotyczące np. papieskiego menu. W przypadku kilku artykułów kluczową postacią był również kard. Stanisław Dziwisz. Spośród duchownych na łamach tego dziennika wspomniano także o kard. Franciszku Macharskim i przywoływano postać Jana Pawła II. Jako twarz kampanii promującej ŚDM pojawił się ojciec Leon Knabit. Zaznaczono też udział w ŚDM siostry Cristiny, wokalistki, oraz muzyka Muńka Staszczyka. Dwa materiały poświęcono postaci Macieja Cieśli, zmarłego na nowotwór wolontariusza, oraz włoskiej dziennikarki, która zmarła w Krakowie podczas ŚDM.

Uczestnicy Światowych Dni Młodzieży byli bohaterami aż 62 tekstów. Przed rozpoczęciem wydarzenia na łamach „Gazety Krakowskiej” informowano głównie o tym, co, jak i gdzie jest przygotowywane dla uczestników. Przed rozpoczęciem Wydarzeń Centralnych relacjonowano przyjazdy pielgrzymów i ich działania w diecezjach, do których trafili. Opisywano, jak zostali przyjęci przez miejscowych oraz jak spędzają czas pozostały do rozpoczęcia ŚDM. W czasie trwania imprezy dziennik bardzo obficie relacjonował przeżycia uczestników i panującą wśród nich atmosferę. Po zakończeniu ŚDM pojawiły się teksty informujące o grupach uczestników, którzy zdecydowali się jeszcze w Polsce zostać. Pisano też o grupie pielgrzymów z Iraku, którzy mieli problemy z powrotem do domu.

Zagadnieniu wiary i religii poświęcono aż 36 tekstów. Wiele z nich dotyczyło przeżywania przez uczestników spotkań z papieżem. Kilka traktowało o strefie spowiedzi zorganizowanej w Parku Jordana. Jeszcze przed Światowymi Dniami Młodzieży grupy pielgrzymów przybyłe do Polski odbywały spotkania formacyjne w różnych miejscach. W związku z tym w dzienniku pojawiło się wiele relacji z małopolskich miast i miejscowości, w których organizowano Dni w Diecezjach.

Bezpieczeństwo imprezy było głównym tematem 22 materiałów. Większość z nich dotyczyła potencjalnych zagrożeń i ich neutralizacji, zabezpieczenia miejsc spotkań z Franciszkiem, a także przygotowania służb do obsługi Światowych Dni Młodzieży. W czasie trwania wydarzenia informowano o drobnych incydentach, jakie miały miejsce. Publikowano również prośby o bezpieczne zachowania, a w szczególności o niepozostawianie bagażu bez opieki.

Różnym aspektom przygotowań do ŚDM poświęcono 20 tekstów. Niektóre materiały dotyczyły spraw tak ważkich, jak zabezpieczenie miejsc przejazdu papieża czy budowa koniecznej infrastruktury. Inne natomiast stanowiły rodzaj ciekawostki, jak np. materiał o papieskim apartamencie. Wśród tego rodzaju artykułów pojawił się również taki, w którym spekulowano na temat tego, czym papież Franciszek zaskoczy podczas wizyty w Polsce.

Zagadnienie oferty kulturalnej w czasie ŚDM zdominowało 17 tekstów. Pisano głównie o rozmaitych atrakcjach, jakie przygotowano dla pielgrzymów w różnych częściach Małopolski. Opisywano koncerty, spektakle, przeglądy i projekcje filmów. Wspominano również, jakie instytucje kultury odwiedzali chętnie pielgrzymi, pisano m.in. o krakowskich muzeach i miejscach związanych z życiem Jana Pawła II. Z kolei informacje na temat oferty turystycznej pojawiły się dwukrotnie. Pisano o tym, gdzie wybierają się pielgrzymi, którzy dotarli do Polski, opisywano m.in. wyprawę nad Morskie Oko.

Klimat i gościnność podczas Światowych Dni Młodzieży były najważniejszymi zagadnieniami 15 materiałów. Były to głównie teksty poświęcone wrażeniom uczestników imprezy – zarówno pielgrzymów, jak i osób obsługujących wydarzenia podczas ŚDM. Wiele o atmosferze i gościnności pisano również w kontekście samych przygotowań do przyjęcia przyjezdnych.

Pogoda była tematem 13 tekstów w tym dzienniku lokalnym. Tuż przed rozpoczęciem ŚDM pisano o prognozach na czas wydarzenia. W czasie ich trwania pojawiały się alerty pogodowe i relacje dotyczące bardziej gwałtownych zjawisk oraz tego, jak radzili sobie z nimi pielgrzymi.

O przygotowaniach duchowych, logistycznych i infrastrukturalnych w Krakowie pisano w 9 tekstach. Wszystkie one zostały opublikowane przed ŚDM i dotyczyły różnych działań podejmowanych w mieście, a związanych z imprezą. Pisano m.in. o budowach poszczególnych ołtarzy, o spotkaniach modlitewnych w miejscach związanych z Janem Pawłem II.

Tyle samo tekstów omawiało działania promujące Światowe Dni Młodzieży jeszcze przed ich rozpoczęciem. Pisano o tym, kto będzie ambasadorem wydarzenia, promowano hymn, logo i wydarzenia przygotowujące do ŚDM. Pojawiały się też teksty informujące o tym, kto i w jakim zakresie wesprze organizację finansowo lub rzeczowo.

Dziewięć tekstów poświęcono logistyce i transportowi. Jeden materiał, z zapowiedziami utrudnień, ukazał się dzień przed rozpoczęciem ŚDM, pozostałe miały charakter czysto informacyjny (donoszono np. o przybyciu poszczególnych grup pielgrzymów) lub poradnikowy (informowano, w jaki sposób można się dostać w poszczególne miejsca).

Wolontariusze byli tematem 7 tekstów, z czego 5 zostało opublikowanych przed ŚDM. Dotyczyły one promocji wolontariatu, rekrutacji wolontariuszy, ich szkoleń i działań podejmowanych przed wydarzeniem. Dwa materiały powstały w czasie trwania ŚDM. Jeden dotyczył zmarłego Macieja Cieśli, a drugi spotkania przedstawicieli wolontariuszy. W materiale, który pojawił się po zakończeniu wydarzenia, opisywano, jak wolontariusze pomagali pielgrzymom znaleźć zgubione przedmioty.

Dwa teksty dotyczyły nastrojów społecznych związanych ze Światowymi Dniami Młodzieży. W pierwszym kard. Stanisław Dziwisz wypowiedział się w sprawie uspokojenia nastrojów wokół ŚDM, zaś drugi materiał poświęcony był mobilnym ambulansom, na które krakowska Caritas zbierała środki wśród młodych. Samochody miały zostać po ŚDM przekazane do Syrii, by służyć poszkodowanym w wyniku trwającej tam wojny.

Cztery teksty poświęcono Festiwalowi Młodych. W tekstach, które ukazały się przed ŚDM, dwukrotnie informowano o ofercie kulturalnej i gwiazdach, które miały wziąć udział w imprezie. W trzecim materiale napisano o strefie ciszy, jaka powstała w związku z Festiwałem Młodych w jednym z krakowskich kościołów, a w ostatnim poruszono temat efektów wydarzenia. Donoszono m.in. o wspaniałej atmosferze i wymianie międzykulturowej wśród uczestników Festiwalu Młodych.

Tylko raz opublikowano tekst dotyczący infrastruktury, ściślej jej demontażu po zakończeniu spotkań z papieżem.

W 213 materiałach „Gazety Krakowskiej” mówiono o gościach. Najważniejszym i najczęściej wymienianym był Ojciec Święty. Bardzo często pisano też ogólnie o pielgrzymach, również w kontekście zmieniających się szacunków dotyczących tego, ile osób przybędzie, a po ŚDM – wyliczeń, ilu pątników faktycznie przyjechało do Polski. Wymieniano również grupy uczestników związanych z różnymi wspólnotami, przybyłych z różnych krajów lub zakwaterowanych w konkretnych diecezjach. Jako goście ŚDM wymieniani byli również politycy i przedstawiciele innych państw przybyli do Polski specjalnie na tę okazję.

W 174 tekstach pojawiły się wypowiedzi osób publicznych zaangażowanych w ŚDM. Najczęściej cytowany był papież – 20 razy. Kilkakrotnie zostały przytoczone słowa kard. Stanisława Dziwisza, a także ks. Federica Lombardiego – papieskiego rzecznika. Na łamach dziennika opublikowano także wypowiedzi biskupów krakowskich Damiana Muskusa i Grzegorza Rysia oraz rzecznika Konferencji Episkopatu Polski ks. Pawła Rytel-Andrianika. Cytowano również wielu księży, zakonników i osoby świeckie zaangażowane w prace Komitetu Organizacyjnego. Prezentowano też wypowiedzi przedstawicieli rządu, polityków, rzeczników i pracowników instytucji publicznych i kościelnych. Powoływano się na osoby działające we wspólnotach religijnych oraz organizacjach trzeciego sektora. Wreszcie, cytowano artystów uświetniających wydarzenia towarzyszące ŚDM oraz pielgrzymów z różnych stron świata.

W sumie z wszystkich materiałów opublikowanych przez „Gazetę Krakowską” 148 dotyczyło jakiegoś aspektu organizacji i planowania imprezy. Pisano o działaniach Komitetu Organizacyjnego, instytucji i osób reprezentujących władze miejskie, samorządowe i rządowe. Informowano o działaniach jednostek kościelnych, wspólnot, stowarzyszeń i harcerstw. Pojawiły się również teksty dotyczące organizacji i planowania sklepów, punktów usługowych i gastronomicznych, a także różnych firm sponsorujących i wspierających przygotowanie ŚDM.

Zagadnienie turystyki kulturowej omawiano w 24 tekstach, które dotyczyły głównie miejsc odwiedzanych przez pielgrzymów. Opisywano ofertę kulturalną dla przybyłych, a także ułożone specjalnie dla nich trasy turystyczne po mieście. W jednym z tekstów omówiono także działanie aplikacji, która miała ułatwić pielgrzymom aktywność turystyczną. Kwestia turystyki pielgrzymkowej pojawiła się w 26 materiałach. Oprócz działań związanych bezpośrednio z czasem trwania ŚDM i obecnością w Polsce zagranicznych pielgrzymów, opisywano w tym kontekście również pielgrzymkę motocyklistów z Krakowa do Watykanu, która poprzedziła kluczowe wydarzenie.

O finansach wspomniano na łamach „Gazety Krakowskiej” jedynie kilkakrotnie. Raz pisano o kwestii kosztów za prąd w miejscach, gdzie spali pielgrzymi. Pośrednio była o nich mowa w materiałach poświęconych wsparciu rzeczowemu i finansowemu imprezy przez różne instytucje i firmy. Wspomniano m.in. o zaangażowaniu Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi w zapewnienie częściowego wyżywienia pielgrzymów. Pojawił się także tekst o rozczarowaniu brakiem zainteresowania ofertą krakowskiego Kazimierza.

W 119 tekstach można dostrzec informacje kulturotwórcze. Dotyczyły one m.in. spotkań wielu kultur w czasie poprzedzającym ŚDM oraz w Wydarzeniach Centralnych. Wiele materiałów było poświęconych kulturze Polski, jej prezentacji i promocji w czasie spotkania młodych. Publikowano też teksty dotyczące przygotowań do ŚDM z zaznaczeniem elementów polskiej kultury i tradycji, m.in. przy budowie ołtarzy czy opracowaniu atrakcji dla pielgrzymów. Informacje religijne pojawiły się w 90 tekstach. Są to materiały dotyczące przede wszystkim nauczania Franciszka, ale również dziedzictwa pozostawionego przez Jana Pawła II.

2.1. „Dziennik Polski”

„Dziennik Polski” jest gazetą lokalną o nakładzie nieco ponad 23 tys. egzemplarzy. W badanym okresie w dzienniku ukazało się 312 tekstów. Z czego pierwszy 5 maja, a ostatni 19 sierpnia.

Do zagadnień w obszarze miasta Krakowa ograniczyło się 20 tekstów. Jeden materiał dotyczył infrastruktury, a dokładnie dostępności krakowskich aptek w czasie ŚDM. Kilka tekstów poświęcono zagadnieniom logistyki i transportu, w tym utrudnień dotyczących parkowania w mieście, organizacji objazdów i wyłączenia z ruchu niektórych ulic. Raz pojawiła się kwestia kosztów ponoszonych przez miasto na organizację wydarzenia. W okresie trwania ŚDM informowano o organizacji ruchu w mieście i możliwościach komunikacyjnych. Donoszono też o tym, gdzie logistyka zawiodła. Kilkakrotnie pojawił się temat wizerunku Krakowa w kontekście zarówno jego poprawy przed ŚDM, jak i jego odbioru podczas imprezy.

Papież – jego słowa i działania – były głównym tematem blisko 40 tekstów. Wśród nich znalazły się całe przedruki papieskich wystąpień, a także omówienia poszczególnych punktów wizyty w Polsce, komentarze wypowiedzi Ojca Świętego oraz analizy gestów. Informowano też, co Franciszek je, jaka jest zawartość jego teczek i jakie otrzymał prezenty.

Kilka tekstów poświęcono ambasadorom ŚDM, w tym m.in. ojcu Leonowi Knabitowi i muzykowi Muńkowi Staszczukowi. Miejsce na łamach znaleźli również kard. Dziwisz i para prezydencka.

Głównym tematem 36 tekstów byli uczestnicy Światowych Dni Młodzieży. Pisano o nich jako o całej zbiorowości, ale także relacjonowano przybywanie do Polski konkretnych grup. Informowano o tym, jak pielgrzymi sobie radzą podczas punktów kulminacyjnych imprezy. Wielokrotnie pisano o ich spontanicznej radości i dobrym wrażeniu, jakie zrobili na goszczących ich gospodarzach.

Przygotowania do ŚDM zostały omówione w 33 tekstach. Materiały opublikowano przed rozpoczęciem wydarzenia i dotyczyły one przede wszystkim infrastruktury dla pielgrzymów oraz miejsc, w których miały się odbyć najważniejsze wydarzenia ŚDM. W tekstach o przygotowaniu informowano również o postępie prac Komitetu Organizacyjnego, zwłaszcza w Brzegach, gdzie pojawiły się rozmaite trudności.

Bezpieczeństwo było tematem głównym 32 tekstów w „Dzienniku Polskim”. Przed rozpoczęciem ŚDM często informowano o działaniach związanych z zabezpieczeniem wydarzenia, o minimalizowaniu zagrożenia terrorystycznego, przygotowaniach służb, pracach Komitetu Organizacyjnego oraz instytucji rządowych i samorządowych. Z kolei w czasie ŚDM i bezpośrednio po ich zakończeniu pojawiły się informacje o incydentach związanych z naruszeniem bezpieczeństwa. Pisano nie tylko o aresztowaniach potencjalnych terrorystów, ale też o przypadkach omdleń na krakowskim dworcu oraz o wypadkach komunikacyjnych.

Religii i wiary dotyczyło 27 tekstów. Najwięcej materiałów poświęcono papieskiemu nauczaniu, część spotkaniom modlitewnym. Kilka tekstów traktowało o przeżywaniu swojej religijności przez młodych ludzi. Jeden tekst poświęcono zagadnieniu spowiedzi podczas ŚDM.

Logistyka i transport znalazły się w centrum 26 materiałów. „Dziennik Polski” na bieżąco informował o zmianach dotyczących ruchu samochodowego, kolejowego i powietrznego podczas ŚDM. Często tematy były kontynuowane w kolejnych wydaniach gazety. Donoszono o utrudnieniach i zmianach planów. Podczas trwania ŚDM publikowano szczegółowe dane dotyczące tego, jak poruszać się w najbardziej obleganych przez pielgrzymów rejonach, informowano na bieżąco o tym, jak przebiega ruch i jak radzą sobie z wyzwaniem pracownicy komunikacji miejskiej, kolei oraz służby dbające o bezpieczeństwo uczestników.

Atmosferze i gościnności poświęcono 24 teksty. Opisywano w nich m.in., jak Małopolska i jej mieszkańcy przygotowują się na przyjęcie gości. W czasie trwania spotkań formacyjnych poprzedzających Światowe Dni Młodzieży i w trakcie Wydarzeń Centralnych szeroko opisywano nastroje w miejscach, gdzie zatrzymali się pielgrzymi. Relacjonowano też spotkania młodych z papieżem. Z kolei w tekstach podsumowujących ŚDM pojawiały się optymistyczne głosy mieszkańców, którzy przyjęli pod swój dach pielgrzymów, a po zakończeniu wydarzenia mieli nadzieję na utrzymanie kontaktów z gośćmi.

Oferta kulturalna była tematem 19 tekstów. Najwięcej materiałów dotyczyło atrakcji czekających na pielgrzymów w Małopolsce. Informowano m.in. o możliwości darmowego wejścia do niektórych obiektów, prezentowano specjalne oferty dla pielgrzymów. W czasie ŚDM relacjonowano wydarzenia artystyczne, które miały miejsce tam, gdzie odbywały się spotkania modlitewne i formacyjne pielgrzymów. Wiele tekstów dotyczyło również polskiego jedzenia, którego kosztowali goście z zagranicy. Ofercie turystycznej poświęcono 5 tekstów, 3 z nich dotyczyły Krakowa jako ważnego punktu na mapie turystyki pielgrzymkowej, pozostałe zaś traktowały o miejscach, które przy okazji ŚDM odwiedzali uczestnicy.

Nastroje społeczne wokół ŚDM opisano w 13 materiałach. Większość z nich dotyczyła festiwalu radości, jaki pojawiał się w każdym miejscu, do którego docierali pielgrzymi. Informowano też o zadowolonych mieszkańcach miasta, którzy uznali, że w czasie ŚDM w mieście żyje się łatwiej niż w normalnym okresie. Wśród krytycznych tekstów opublikowano materiały dotyczące głodujących w czasie służby policjantów i grupy funkcjonariuszy, która ucierpiała przez zatrucie pokarmowe.

Promocja była głównym tematem 8 materiałów. Informowano w nich m.in. o akcjach związanych z promowaniem spotkania młodych, o mediach stworzonych przez Komitet Organizacyjny, a także o materiałach promocyjnych, które w Krakowie i okolicach powstały specjalnie na ŚDM.

Infrastrukturze poświęcono 8 tekstów, w których informowano m.in., gdzie i w jakich warunkach będą mieszkali pielgrzymi oraz jak miasto poradzi sobie z kwestią odbioru i wywozu śmieci. Donoszono też o włączeniu się w przygotowania ŚDM krakowskich uczelni, a także o przedłużonym czasie obsługiwanym infolinii ŚDM.

Teksty dotyczące wolontariuszy ukazały się w „Dzienniku Polskim” czterokrotnie. Raz jeszcze przed ŚDM. Tematem materiału było szkolenie zorganizowane dla nich przez pracowników pogotowia. Dwukrotnie pisano o pracy

wolontariuszy podczas ŚDM i tego, jakie owoce im przyniosła. Jeden artykuł poświęcono mieszkance Andrychowa, która wraz z grupą wolontariuszy była na obiedzie z papieżem.

Finanse były głównym tematem tekstu zaledwie 4 razy. Raz dotyczył on pesymistycznej analizy potencjalnych zarobków wśród krakowskich kupców, a raz stanowił podsumowanie wydatków miasta na organizację i zabezpieczenie ŚDM. W pozostałych tekstach mowa była o koszcie noclegów dla pielgrzymów oraz o budżecie niezbędnym do zabezpieczenia imprezy o tak dużej skali.

W sumie organizacji i planowaniu podczas ŚDM poświęcono 71 tekstów. Dotyczyły one prac Komitetu Organizacyjnego, jednostek samorządowych, kościelnych i rządowych, a także zaangażowania różnych służb w zabezpieczenie tego wydarzenia.

Oferta kulturalna pojawiła się w zaledwie 8 tekstach. Większość z nich dotyczyła tego, co pielgrzymi mogą zobaczyć w Małopolsce i co zdecydowali się odwiedzić w czasie ŚDM. Z kolei o turystyce wspomniano 4 razy, przede wszystkim w kontekście Krakowa.

O gościach pisano 118 razy, w tym aż 44 razy określenie to dotyczyło papieża Franciszka. W pozostałych przypadkach mowa była przede wszystkim o pielgrzymach jako całości, a także o poszczególnych grupach uczestników, którzy przybywali z najróżniejszych zakątków świata. Wśród pojedynczych gości na ŚDM wymieniono ambasadorów tego wydarzenia i artystów.

Cytaty i wypowiedzi osób publicznych prezentowano w „Dzienniku Polskim” prawie 60 razy. Samego Ojca Świętego przywoływano 14 razy. W tekstach pojawiły się fragmenty jego wypowiedzi lub omówienia tego, co zrobił lub mówił. Publikowano również całe wystąpienia. Oprócz papieża wśród cytowanych osób publicznych pojawiali się hierarchowie Kościoła katolickiego, politycy, przedstawiciele rządu i Komitetu Organizacyjnego, rzecznicy i dziennikarze.

Informacje, które można uznać za kulturotwórcze, ukazały się na łamach „Dziennika Polskiego” 42 razy. Dotyczyły one głównie wymiany międzykulturowej wśród uczestników spotkania. Tekstów zawierających informację religijną opublikowano 43, najczęściej były to materiały dotyczące nauczania papieskiego oraz spotkań modlitewno-formacyjnych.

2.2. „Gazeta Wyborcza – Kraków”

„Gazeta Wyborcza – Kraków” to regionalna wkładka do dziennika ogólnopolskiego. Jej średni nakład wynosi ok. 30 tys. egzemplarzy¹⁰. W badanym okresie w tym tytule ukazało się 276 tekstów dotyczących ŚDM. Pierwszy opublikowano 8 maja, ostatni zaś 21 sierpnia.

Blisko 60 tekstów poświęcono osobie papieża. Wśród nich znalazły się m.in. przewidywania na temat tego, jak będzie wyglądała papieska wizyta w Polsce, oraz ocena wcześniejszych działań głowy Kościoła w kontekście sytuacji w Polsce. W czasie trwania ŚDM często przytaczano słowa Franciszka lub publikowano całe jego wystąpienia. Wielokrotnie na łamach dziennika pojawiały się też opinie i komentarze ekspertów, którzy śledzili na bieżąco ŚDM. Byli to głównie watykańscy, teologowie, przedstawiciele duchowieństwa, ale również politycy i różne osoby publiczne.

Kilka tekstów dotyczyło innych osób w kontekście Światowych Dni Młodzieży. Pisano m.in. o politykach, w tym o prezydencie Andrzej Dudzie, premier Beacie Szydło i przedstawicielach rządu oraz o liderze Polskiego Stronnictwa Ludowego Władysławie Kosiniak-Kamyszu, który opowiedział dziennikarzom o swoich aktywnościach podczas ŚDM. W kilku tekstach omawiano też opinie lub wystąpienia osób znaczących dla polskiego Kościoła, w tym m.in. kard. Stanisława Dziwisza, ojca Jacka Prusaka, dziennikarza katolickiego, oraz ojca prof. Jana Andrzeja Kłoczowskiego, teologa.

W 41 tekstach pisano przede wszystkim o uczestnikach ŚDM. W tej grupie znalazły się materiały dotyczące pielgrzymów rozumianych jako całość, najczęściej pisano jednak o poszczególnych grupach uczestników. W tekstach publikowanych przed Światowymi Dniami Młodzieży donoszono, ilu pielgrzymów i skąd przyjdzie oraz jak będzie wyglądał ich pobyt w Polsce. Tuż przed wydarzeniem i w jego trakcie informowano o przybywających grupach oraz ich aktywności. W materiałach po ŚDM podsumowywano informacje o pielgrzymach, którzy odwiedzili Polskę, donoszono także o powrotach do domów poszczególnych grup. O pojedynczych pielgrzymach pisano rzadko i najczęściej były to osoby znane, jak artyści czy hierarchowie.

Bezpieczeństwo było głównym tematem 25 tekstów, które pojawiły się na łamach krakowskiego dodatku „Gazety Wyborczej”. Materiały dotyczyły przede wszystkim zabezpieczania imprezy, przeciwdziałaniu zagrożeniu terrorystycznemu. Pojawiały się również teksty dotyczące pracy różnych służb w czasie ŚDM, m.in. służb medycznych, straży pożarnej i policji. W czasie spotkania młodzieży donoszono o incydentach naruszających bezpieczeństwo oraz o tym, jak poszczególne służby radziły sobie z tak dużą liczbą pielgrzymów. Ukazywały się też teksty o charakterze poradnikowym, dotyczące tego, jak dbać o bezpieczeństwo w trakcie ŚDM i jak reagować, gdy pojawi się problem, np. ze zgubieniem dokumentów czy karty bankomatowej.

Przygotowaniom do ŚDM na różnych polach poświęcono 23 teksty. Pisano przede wszystkim o przygotowaniach technicznych związanych z infrastrukturą, a więc m.in. o budowie ołtarzy. Wspominano o zabezpieczeniu imprezy. Pojawiły się także materiały dotyczące przygotowania apartamentu, posiłków i pojazdów dla papieża. Podawano, jaki jest stan przygotowań według Komitetu Organizacyjnego. Informowano o rozwiązaniach logistycznych, o przygotowaniu oferty kulturalnej, miejsc dla pielgrzymów oraz systemowego wsparcia w razie trudności. Dotyczyło to np. rekrutowania do pracy z pielgrzymami osób ze znajomością języków obcych.

Religia i wiara były głównym tematem 21 materiałów, dotyczyły one głównie papieskiego nauczania oraz wydarzeń o charakterze religijnym, które poprzedzały ŚDM. Na przykład kilkakrotnie wspomniano o pielgrzymce motocyklowej z Krakowa do Rzymu. Opublikowano również tekst z omówieniem historii Światowych Dni Młodzieży oraz materiał porównawczy o ŚDM w roku 1981 w Częstochowie i w roku 2016 w Krakowie, który ukazał się po zakończeniu imprezy.

Oferta kulturalna była tematem 19 tekstów. W tych materiałach informowano, jakie atrakcje czekają na przybyłych pielgrzymów, donoszono też o najrozmaitszych zespołach artystycznych z różnych stron świata, którzy miały uświetnić swoimi występami Światowe Dni Młodzieży. W czasie ŚDM i w tekstach podsumowujących wydarzenie pojawiły się informacje, z jakich atrakcji kulturalnych najchętniej korzystali goście.

O logistyce i transporcie pisano w 13 tekstach. Informowano o planach dotyczących organizacji transportu i komunikacji w czasie trwania Światowych Dni Młodzieży. Donoszono o kwestiach organizacji żywienia, noclegów czy oferty kulturalnej dla uczestników. Podawano także instrukcje, jak najlepiej dostać się w poszczególne miejsca, gdzie miały się odbyć ważne punkty imprezy.

¹⁰ O nas, Wyborcza.pl, dok. elektron., <http://wyborcza.pl/centrumpomocygw/o,134955.html> [dostęp: 10.12.2016].

Nastroje społeczne zdominowały 10 materiałów. Pisano m.in. o atmosferze panującej wśród Polaków, którzy mieli przyjąć pielgrzymów, a także o poczuciu bezpieczeństwa w związku z imprezą. W czasie samych Światowych Dni Młodzieży relacjonowano zarówno odczucia gospodarzy, jak i osób przybyłych z różnych zakątków świata. Publikowano także materiały dotyczące uspokajania negatywnych emocji związanych z potencjalnym zagrożeniem terrorystycznym.

Tyle samo tekstów poświęcono tematowi wolontariuszy. Przed wydarzeniem pisano głównie o rekrutacji wolontariuszy oraz o zapotrzebowaniu na nich, a później o ich szkoleniu oraz o działaniach, których mieli się podjąć w czasie ŚDM. W czasie trwania wydarzenia pojawiały się teksty o obiedzie przedstawicieli wolontariuszy z papieżem, a także o zmarłym na nowotwór wolontariuszu – Macieju Cieśli, o którym wspomnieli Franciszek.

Osiem tekstów poruszało tematykę gościnności i atmosfery związanej z ŚDM. Pisano przede wszystkim o odczuciach młodych pielgrzymów, którzy przybyli do Polski z różnych stron świata. Relacjonowano ich opinie w czasie Światowych Dni Młodzieży, ale również podczas poprzedzających je spotkań formacyjnych w różnych polskich diecezjach. W tyluż materiałach głównym tematem był Kraków, rozumiany jako ważne miejsce, w którym toczą się przygotowania do ŚDM i gdzie odbędą się kluczowe dla tej imprezy wydarzenia.

W 5 materiałach pisano o ofercie turystycznej. Aż trzy z nich dotyczyły Muzeum Auschwitz-Birkenau. Pisano o tym, że jest ono odwiedzane przez pielgrzymów, ale jego dostępność będzie zdecydowanie ograniczona, gdy przyjdzie tam Ojciec Święty. Pozostałe 2 teksty dotyczyły zwiedzania przez uczestników Małopolski oraz opuszczania przez pielgrzymów Krakowa i podsumowania tego, co obejrzeli w trakcie swojego pobytu.

Cztery teksty poświęcono promocji. W tym kontekście informowano np. o kolejnych elementach wyposażenia pielgrzyma oraz o źródłach prezentów dla papieża. Była to więc głównie promocja firm, instytucji, organizacji i rzemieślników zaangażowanych w przygotowanie ŚDM. W 2 tekstach promowano także ideę wolontariatu.

O Festiwalu Młodych pisano trzykrotnie. Dwa razy były to zapowiedzi wydarzenia prezentujące ofertę kulturalną i raz krótko omówiono sam Festiwal Młodych.

Głównym tematem 3 tekstów była pogoda. Przed ŚDM i w trakcie informowano o prognozach. Ostrzegano też przed ulewami, które mogą utrudnić życie pielgrzymom.

Tematykę polityki miasta poruszono raz. W materiale zastanawiano się, jak papież odbierze Kraków i co zdąży zobaczyć, przedstawiono również głównie plany dotyczące wizyty Franciszka. Jeden tekst poświęcono infrastrukturze. Dotyczył on demontażu tejsze w Brzegach po zakończeniu imprezy.

W sumie zagadnieniu organizacji i planowania ŚDM poświęcono 160 tekstów. Poruszały one głównie kwestie bezpieczeństwa, eliminacji zagrożeń, rozwiązań technicznych i logistycznych, transportu i komunikacji. Pisano o działaniach Komitetu Organizacyjnego, instytucji rządowych, kościelnych i samorządowych, które włączały się w przygotowanie imprezy. Wspomniano o zaangażowaniu w przygotowania organizacji trzeciego sektora, grup i wspólnot religijnych oraz organizacji, takich jak ZHR, ZHP czy skauci.

Kwestie związane z turystyką kulturową omawiano na łamach krakowskiego dodatku „Gazety Wyborczej” 26 razy. Najczęściej pisano o ofercie kulturalnej, jaka czekała na pielgrzymów, oraz o tym, jakie miejsca i instytucje kultury goście odwiedzali w czasie swojego pobytu w Polsce. Z kolei o turystyce pielgrzymkowej pisano 34 razy, głównie w kontekście miejsc odwiedzanych przez uczestników w czasie Światowych Dni Młodzieży oraz bezpośrednio przed nimi.

Siedem tekstów zawierało informacje dotyczące wydatków. Wśród nich znalazły się materiały o kosztach wyżywienia, zapewnienia sanitariatów czy transportu. Kilka dotyczyło akcji charytatywnych, które miały miejsce podczas ŚDM. Wspomniano m.in. o akcji „Bilet dla brata”, w ramach której zbierano pieniądze dla najuboższych pielgrzymów, by mogli wziąć udział w wydarzeniu, oraz o zakupionej dzięki akcji Caritas klinice mobilnej, która ostatecznie trafiła do Syrii.

W 181 materiałach wskazywano na gości ŚDM, przy czym w tym kontekście papież pojawił się ponad 50 razy. Pisano także o pielgrzymach ogólnie oraz o poszczególnych grupach. Wspomniano również o politykach i gościach z zagranicy, np. o zaprzyjaźnionym z Franciszkiem rabinie Abrahamie Skórcie, który przybył na ŚDM z Argentyny.

Cytaty lub omówienia wypowiedzi osób publicznych pojawiły się w 233 tekstach. Cytaty papieskie znalazły się na łamach krakowskiego dodatku do „Gazety Wyborczej” 16 razy, a jego słowa i działania były omawiane przez dziennikarzy i poproszonych o komentarze ekspertów kilkadziesiąt razy. Często cytowano też kościelnych hierarchów, głównie kard. Stanisława Dziwisza i kard. Kazimierza Nycza, a także inne osoby duchowne. Przytaczano wypowiedzi polityków – najczęściej

premier Beaty Szydło i prezydenta Andrzeja Dudy, a także licznych przedstawicieli rządu, samorządów, instytucji i organizacji zaangażowanych w przygotowanie ŚDM. Wielokrotnie powoływano się na wypowiedzi członków Komitetu Organizacyjnego, dziennikarzy oraz rzeczników różnych służb.

Informacje, które można uznać za kulturotwórcze, pojawiły się 111 razy. Dotyczyły one głównie oferty kulturalnej dla uczestników ŚDM oraz wydarzeń kulturalnych, które odbyły się przed Wydarzeniami Centralnymi lub w ich trakcie. Informacje religijne opublikowano w 85 tekstach i najczęściej dotyczyły one nauczania papieskiego oraz wydarzeń religijnych.

3. ŚDM w tygodnikach opinii

3.1. „Do Rzeczy”

„Do Rzeczy” to tygodnik opinii z nakładem prawie 60 tys. egzemplarzy¹¹. Na jego łamach ukazały się 4 teksty dotyczące Światowych Dni Młodzieży, z czego pierwsze 2 w numerze z 16 maja. Jeden z materiałów miał charakter informacyjny, dotyczył wizyty premier Beaty Szydło w Watykanie i spotkania z Franciszkiem. Szefowa polskiego rządu rozmawiała z papieżem m.in. o przygotowaniach do ŚDM. Drugi tekst poświęcony był bezpieczeństwu, organizacji i planowaniu wydarzenia. Był to wywiad z Mariuszem Kamińskim, koordynatorem służb specjalnych, na temat zabezpieczenia antyterrorystycznego w czasie imprezy oraz na temat ustawy antyterrorystycznej.

W tygodniu trwania wydarzenia ukazał się artykuł poświęcony historii ŚDM i dziedzictwu, jakie w tej materii pozostawił Jan Paweł II. W tekście rozważano, czy Franciszek jest w stanie kontynuować to dziedzictwo. Materiał zawierał informacje dotyczące pontyfikatu Jana Pawła II.

Po zakończeniu ŚDM, na łamach „Do Rzeczy” z 8 sierpnia opublikowano ostatni tekst, który dotyczył wypowiedzi papieża podczas wizyty w Polsce i ich rozbieżności z nauczaniem Kościoła. Zawierał więc informację religijną.

11 *Rekordowo niska sprzedaż „Wprost”. „Do Rzeczy” z największym wzrostem*, Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/rekordowo-niska-sprzedaz-wprost-do-rzeczy-z-najwiekszym-wzrostem> [dostęp: 10.12.2016].

3.1. „Newsweek”

„Newsweek” należy do segmentu tygodników opinii. Jego nakład to blisko 125 tys. egzemplarzy¹². W badanym okresie na łamach tego czasopisma ukazało się 16 tekstów dotyczących ŚDM, pierwszy 6 maja, ostatni zaś 18 sierpnia.

Trzy teksty poświęcono bezpieczeństwu. Dwa z nich ukazały się numerze z 6 maja i dotyczyły przygotowań do ŚDM i szczytu NATO w Warszawie. Pisano m.in. o ćwiczeniach służb przed tymi wydarzeniami. Ostatni tekst na ten temat ukazał się 25 lipca, a więc tuż przed rozpoczęciem Światowych Dni Młodzieży, i był informacją o aresztowaniu w Łodzi Irakijczyka podejrzanego o terroryzm.

Na temat oferty kulturalnej pisano dwukrotnie. Pierwszy materiał dotyczył kontrowersyjnego pomysłu zorganizowania inscenizacji odsieczy wiedeńskiej jako jednej z atrakcji ŚDM, a drugi był wywiadem z prof. Piotrem Krasnym, kuratorem wystawy „Maria Mater Misericordiae”, zorganizowanej w Muzeum Narodowym w Krakowie m.in. w związku ze spotkaniem młodych i jego tematem przewodnim.

Sześć tekstów poświęcono osobie papieża. Przed ŚDM były to analizy jego działań i słów, w trakcie imprezy pojawiły się relacje ze spotkań z Franciszkiem oraz ich ocena. O Ojcu Świętym na łamach tygodnika mówili m.in. między innymi amerykański jezuita James Martin, publicysta Sławomir Sierakowski i prezydent Słupska Robert Biedroń.

Pięć artykułów dotyczyło uczestników Światowych Dni Młodzieży. Pisano m.in. o grupie „Wiara i Tęcza”, niemieckich pielgrzymach usiłujących tłumaczyć Polakom problem uchodźców oraz o tym, jak wygląda wiara współczesnej młodzieży.

Jeden materiał poświęcono literom, które promowały ŚDM w przestrzeni miejskiej. W „Newsweeku” zaprezentowano, jak bawią się nimi kreatywnie mieszkańcy Krakowa.

Organizacji i planowania dotyczyły pośrednio 2 teksty dotyczące zabezpieczenia imprezy. Nie było w tygodniku mowy o turystyce kulturowej i pielgrzymkowej. O gościach ŚDM pisano 8 razy, z czego 5 razy o papieżu, raz ogólnie o przyjeżdżających na wydarzenia i dwukrotnie o grupach.

Sześć tekstów można uznać za zawierające informacje kulturotwórcze, dotyczyły one m.in. religijności młodych oraz przystani LGBT podczas ŚDM. Z kolei informacje religijne pojawiły się w 3 tekstach i dotyczyły papieskiego nauczania.

12 *„Newsweek” numerem jeden wśród tygodników opinii*, „Newsweek”, dok. elektron., <http://www.newsweek.pl/polska/newsweek-polityka-sprzedaz,artykuly,377947,1.html> [dostęp: 10.12.2016].

3.2. „Polityka”

„Polityka” jest tygodnikiem opinii o nakładzie prawie 112 tys. egzemplarzy. W badanym okresie na łamach tego czasopisma ukazało się 7 tekstów dotyczących ŚDM, wszystkie w czasie trwania wydarzenia lub bezpośrednio po nim. Pierwszy materiał opublikowano w numerze z 28 lipca, a ostatni z 7 sierpnia.

Cztery teksty dotyczyły papieża, jego wystąpień i działań w czasie Światowych Dni Młodzieży. W omówieniu aktywności Franciszka pojawił się m.in. wątek wielokulturowości. Czytelnikom zaprezentowano też wybór cytatów z papieskich przemówień.

Jeden materiał poświęcono Maciejowi Cieśli – zmarłemu wolontariuszowi, o którym w czasie pobytu w Polsce mówił Ojciec Święty. Po zakończeniu imprezy pojawił się też tekst podsumowujący ŚDM oraz statystyki o tym wydarzeniu w ujęciu historycznym.

Żadnego tekstu nie poświęcono organizacji i planowaniu imprezy. W materiale statystycznym znalazły się odniesienia do turystyki kulturowej, brak natomiast odniesień do turystyki pielgrzymkowej. O gościach ŚDM mówiono sześciokrotnie, z czego pięciokrotnie na temat papieża, a raz pielgrzymów jako ogółu. Jeden tekst można uznać za zawierający informacje kulturotwórcze, z kolei cztery za zawierające informacje religijne pojawiły się czterokrotnie i głównie dotyczyły nauczania papieskiego.

3.3. „W Sieci”

„W Sieci” jest tygodnikiem opinii. Jego nakład to 148 tys. egzemplarzy¹³. W badanym okresie na łamach tego czasopisma opublikowano w sumie 3 teksty w 3 sierpniowych numerach z 1, 16 i 22 sierpnia.

Pierwszy tekst dotyczył papieskiej homilii wygłoszonej na Wawelu. Drugi stanowił ocenę wizyty papieża w Polsce oraz przebiegu ŚDM, pojawiły się tam więc informacje religijne dotyczące papieskiego nauczania. Ostatni tekst traktował o finansach i dotyczył roszczeń ZAIKS w stosunku do organizatorów Światowych Dni Młodzieży.

13 „Newsweek” wyprzedził „Politykę”. Zyskują „W Sieci” i „Do Rzeczy”, Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/newsweek-wyprzedzil-polityke-zyskuja-w-sieci-i-do-rzeczy> [dostęp: 10.12.2016].

3.4. „Wprost”

„Wprost” jest tygodnikiem opinii o nakładzie nieco ponad 100 tys. egzemplarzy. Na łamach tego czasopisma w badanym okresie ukazało się 57 materiałów. Pierwszy na początku czerwca, a ostatni 26 sierpnia.

Bezpieczeństwu poświęcono 16 tekstów. Były wśród nich zarówno artykuły dotyczące zagrożenia terrorystycznego i działania służb w czasie wydarzenia, jak i materiały dotyczące np. aplikacji, która miała ułatwić poruszanie się po Krakowie w czasie ŚDM.

Papież jego działania i słowa były głównymi tematami 15 artykułów. Pisano przede wszystkim o papieskich homiliach, ale także o drobnych incydentach, jak upadek w Częstochowie czy menu Franciszka w Polsce. Kilkakrotnie tematem tekstów był także prezydent Andrzej Duda, który brał udział w ŚDM i m.in. witając głowę Kościoła w kraju.

Tematyka przygotowań do Światowych Dni Młodzieży pojawiła się na łamach tygodnika „Wprost” ośmiokrotnie, głównie w kontekście zabezpieczenia imprezy i organizacji poszczególnych jej etapów. Cztery teksty poruszały tematykę logistyki i transportu, w tym m.in. ograniczeń ruchu powietrznego w czasie ŚDM i ostrzeżeń przed złodziejami, którzy mogą grasować wśród pielgrzymów. Dwa materiały traktowały o nastrojach społecznych, z czego jeden dotyczył porównania Franciszka i Jana Pawła II, a drugi poczucia zagrożenia terroryzmem. Jeden artykuł poświęcono uczestnikom, była to relacja z ich pierwszego spotkania z Franciszkiem.

W sumie zagadnienie organizacji i planowania imprezy było tematem tekstów we „Wprost” 23 razy. Najczęściej dotyczyły one służb, działań Komitetu Organizacyjnego i procedur bezpieczeństwa. Ani turystyka kulturowa, ani pielgrzymkowa nie znalazły się wśród tematów opisywanych w tygodniku. O wydatkach napisano tylko raz, w kontekście sprawy z ZAIKS.

Goście Światowych Dni Młodzieży byli tematem 23 materiałów, z czego 17 razy określenie to dotyczyło Ojca Świętego. Pozostałe przypadki to prezydent Polski i prezydent Panamy oraz włoska dziennikarka, która zmarła w czasie ŚDM. O gościach rozumianych jako pielgrzymi w sensie ogólnym pisano w 2 tekstach.

Wypowiedzi papieża były cytowane lub omawiane na łamach „Wprost” osiem razy. Wśród innych osób publicznych, których wypowiedzi przywoływano w tekstach znaleźli się: prezydent Andrzej Duda i jego żona, politycy, kard. Stanisław Dziwisz i wiceszef BOR.

Pośród wszystkich tekstów 9 można uznać za zawierające treści kulturotwórcze, zaś za zawierające treści religijne, w tym dotyczące nauczania papieskiego i rytuałów religijnych.

"Fakt" (84 teksty)	Liczba tekstów	"Super Express" (90 tekstów)	Liczba tekstów	"Gazeta Wyborcza" (113 tekstów)	Liczba tekstów	"Rzeczpospolita" (158 tekstów)	Liczba tekstów	"Gazeta Polska Codziennie" (25 tekstów)	Liczba tekstów	"Dziennik Gazeta Prawna" (79 tekstów)	Liczba tekstów	"Puls Biznesu" (17 tekstów)	Liczba tekstów
Papież	17	Papież	30	Papież	31	Papież	34	Bezpieczeństwo	8	Bezpieczeństwo	22	Bezpieczeństwo / finanse / logistyka i transport	3
Bezpieczeństwo	16	Logistyka i transport	12	Przygotowania	23	Bezpieczeństwo	19	Logistyka i transport	5	Papież	18	Uczestnicy / turystyka	2
Uczestnicy	11	Bezpieczeństwo	8	Nastroje społeczne	18	Przygotowania	18	Papież	4	Przygotowania	8	Wiera i religia	1
Przygotowania	8	Infrastruktura / przygotowania	6	Bezpieczeństwo	12	Uczestnicy	12	Wiera i religia	3	Logistyka i transport / religia i wiara	6	-	-

Tab. 1. Najważniejsze zagadnienia dotyczące ŚDM poruszane na łamach dzienników ogólnopolskich
Źródło: Opracowanie własne

"Dziennik Polski" (312 tekstów)	Liczba tekstów	"Gazeta Krakowska" (326 tekstów)	Liczba tekstów	"Gazeta Wyborcza – Kraków" (276 tekstów)	Liczba tekstów
Papież	39	Papież	70	Papież	59
Uczestnicy	36	Uczestniczy	62	Uczestnicy	41
Przygotowania	33	Wiera i religia	36	Bezpieczeństwo	25
Bezpieczeństwo	32	Bezpieczeństwo	22	Przygotowania	23

Tab. 2. Najważniejsze zagadnienia dotyczące ŚDM poruszane na łamach dzienników regionalnych
Źródło: Opracowanie własne

Podsumowanie

Wspólne dla wszystkich przeanalizowanych tytułów jest to, że zakres tematyczny zmieniał się z czasem. Przed Światowymi Dniami Młodzieży najważniejszym tematem, wręcz obsesją, było bezpieczeństwo, najczęściej rozumiane jako zabezpieczenie przed ewentualnym atakiem terrorystycznym. Inne obszary również były widoczne – zwłaszcza w dziennikach regionalnych – jednak kwestia minimalizowania zagrożenia atakiem była bardzo wyraźna.

Dziennikarze wiele pisali o przygotowaniach, logistyce, transporcie i infrastrukturze, co jest zupełnie zrozumiałe wobec takiej skali zjawiska. Te zagadnienia dominowały do połowy lipca. Później, wraz z przyjazdem pielgrzymów, tematyka stopniowo przesuwiała się z powyższych zagadnień ku wspólnocie, atmosferze, wymianie międzykulturowej. Od pierwszego dnia trwania ŚDM materiały o tym wydarzeniu zdominowały teksty dotyczące papieża i uczestników.

Z kolei po ŚDM prasę wypełniały analizy, opinie i retrospekcje dotyczące wizyty Franciszka w Polsce oraz samego spotkania młodych. Co interesujące, mimo obsesji na punkcie bezpieczeństwa przed Światowymi Dniami Młodzieży po ich zakończeniu rzadko wracano do tego zagadnienia. Pojawiały się podziękowania dla służb i podsumowania działań, jednak sprowadzały się one raczej do incydentalnych interwencji o niewielkim znaczeniu dla bezpieczeństwa.

Kwestia finansów budziła w mediach duże emocje, ale temat ten w prasie był niemalże marginalny. Tylko kilka razy pojawiły się szacunki dotyczące wydatków na ŚDM na szczeblu centralnym lub samorządowym.

Najbardziej ubogie w materiały o ŚDM były tygodniki, co – zważywszy na ich charakter – jest całkowicie zrozumiałe. Chociaż w tej grupie prasy wyraźnie wybija się „Wprost”, który pod względem liczby tekstów i poruszanej w nich tematyki bliższy jest dziennikom ogólnopolskim niż tygodnikom.

Jeśli chodzi o natężenie tematów związanych z ŚDM w prasie, ostateczny bilans wskazuje, że najważniejszy w czasie tego wydarzenia był papież. Tak było w 4 spośród 7 analizowanych dzienników ogólnopolskich: „Fakcie”, „Gazecie Wyborczej”, „Super Expressie” i „Rzeczpospolitej”, a także we wszystkich analizowanych dziennikach regionalnych. Wielokrotnie publikowano wystąpienia Ojca Świętego, cytowano jego słowa, omawiano działania. Drukowano także wiele lekkich tekstów o Franciszku, m.in. o jego preferencjach kulinarnych czy motoryzacyjnych.

W dziennikach ogólnopolskich innymi ważnymi tematami były: bezpieczeństwo, logistyka i transport oraz przygotowania do ŚDM. W dziennikach regionalnych natomiast bardzo ważne miejsce zajmowali uczestnicy spotkania młodych. Pisano o nich bardzo dużo i niemal zawsze w pozytywnym kontekście. *Inny*, który przewijał się w początkowych materiałach o zabezpieczeniu imprezy przed potencjalnym atakiem terrorystycznym (doniesienia o zatrzymaniach obco-krajowców podejrzanych o planowanie zamachu), został zastąpiony *Innym*, który jest pogodny, otwarty i wnosi radość w życie miejscowych.

W ogólnym bilansie można stwierdzić, że na łamach prasy uwidocznił się fenomen Światowych Dni Młodzieży. Dowodzi tego zmiana tematyki, czyli przejście od obsesji na punkcie bezpieczeństwa i obaw do radości spotkania. Potwierdzają to również ostateczne wyniki dotyczące natężenia poszczególnych tematów, które wskazują jednoznacznie, że kwestie zagrożeń zostały zepchnięte na dalszy plan przez działalność papieską i aktywność uczestników w dniach kulminacji ŚDM.

Światowe Dni Młodzieży w mediach społecznościowych

Wprowadzenie

Światowe Dni Młodzieży to przede wszystkim święto młodych. Na co dzień korzystają oni z mediów społecznościowych po to, by się komunikować, wyrażać swoje myśli i odczucia, dzielić się przeżywanymi wrażeniami. Media społecznościowe stają się coraz ważniejszym narzędziem nowej ewangelizacji, ścieżkę tę wskazuje sam papież poprzez swoją dużą aktywność w tym zakresie (np. na profilu Pontifex na Twitterze). Do analizy znaczenia Światowych Dni Młodzieży w kontekście mediów społecznościowych wybrano trzy oficjalne platformy cieszące się największą popularnością – Facebook, Twitter i Instagram. Badanie miało na celu odpowiedź na pytanie, czy ŚDM były obecne w mediach społecznościowych, do jakich celów je wykorzystywano i jaka była treść przedstawianych komunikatów.

1. Facebook

Badanie treści na portalu Facebook polegało na zarejestrowaniu i analizie postów udostępnianych przez oficjalny *fanpage* Światowych Dni Młodzieży oraz przez kilka innych profili, których tematyka ściśle wiązała się z obchodami, ale były one skierowane do węższych grup odbiorców:

- *Światowe Dni Młodzieży* – oficjalny profil ŚDM, 1 846 844 polubienia;
- *Bądź blisko* – fanpage wolontariuszy ŚDM, 12 558 polubień;
- *Muzyka ŚDM/ Music WYD* – oficjalny profil muzyki, Chóru i Orkiestry Światowych Dni Młodzieży Kraków 2016, 2289 polubień;
- *Magis 2016* – strona przeznaczona dla osób zainteresowanych duchowością ignacjańską;

- *Be Like Frassati/ Bądź Jak Frassati #Krakow2016* – profil poświęcony pielgrzymce relikwii bł. Piera Giorgia Frassatiego do Krakowa, 1027 polubień;
- *Młodzi Misjonarze Miłosierdzia* – profil projektu działającego w ramach przygotowań do ŚDM, 1400 polubień¹.

Rozproszenie profili na osobne dla wolontariuszy czy poświęcone tylko muzyce związanej z ŚDM wydaje się nieco utrudniające poszukiwanie informacji. Poza tym nie zgromadziły one wielu zainteresowanych oraz zwykle nie generowały nowych treści, a jedynie udostępniały gotowe materiały – przeważnie z oficjalnego profilu ŚDM.

W ramach analizy zarejestrowano łącznie 611 postów. Należy jednak zaznaczyć, że jest to jedynie liczba orientacyjna, celowo pomijano bowiem udostępnienia linków czy innych postów, a także posty będące jedynie zdjęciami i transmisjami. Jedynie w przypadku oficjalnego profilu ŚDM rejestrowano wszystkie.

Podana liczba polubień czy komentarzy powinna być traktowana jedynie jako przybliżona wartość. Wynika to ze specyfiki badanego medium, cechującego się zmiennością i ciągłą interakcją z użytkownikami. Statystyki były aktualne w momencie zarejestrowania wpisu – w międzyczasie mogły ulec zmianie. Taka sama sytuacja występuje w przypadku serwisu Instagram. Badanie prowadzono od początku maja do końca sierpnia 2016 roku.

Podczas porównywania interakcji występującej na pięciu wybranych profilach pozytywnie wyróżniała się działalność moderatorów oficjalnego profilu ŚDM, którzy nie tylko szybko reagowali na komentarze i pytania (w tym często powtarzające się, np. o możliwość wejścia na czuwanie i mszę św. w Brzegach, bilety wstępu, dojazd), ale i na bieżąco monitorowali próby wywołania kontrowersji i „hejtu”.

Ponadto zaobserwowano, że w czasie ŚDM twórcy kontentu z zapałem korzystali z różnych możliwości oferowanych przez portal. W celu podtrzymania uwagi użytkowników angażowano ich m.in. poprzez:

- wspólne odliczanie czasu pozostałego do rozpoczęcia ŚDM;
- zachęcanie do wspólnej modlitwy;
- wywoływanie dyskusji – zachęcano do podzielenia się opiniami, doświadczeniami w wierze;

- zachęcanie do pochwalenia się etapem przygotowań do ŚDM w parafii czy wspólnocie;
- regularne „emisje” nowych odcinków „Młodzi o Miłosierdziu” czy „Minutę z ŚDM”;
- przedstawianie sylwetek wolontariuszy, księży, uczestników itd.

Poniżej wymieniono kilka przykładów „angażujących” postów z oficjalnego profilu ŚDM:

Każdy z nas miał takie momenty w życiu, że jedyne, co zostało do powiedzenia, to: „Jezu, ufam Tobie”. Może miałeś w życiu chwile trudne, wymagające pełni ufności? A może tak radosne, że dziękowałeś Bogu ze wszystkich sił? Odważni – wpiszcie te momenty w komentarzach! [F-2].

Jeśli jeszcze nie tęczyłeś się z nami w modlitwie #PrayForMercy, to dziś najlepsza okazja! Złap za różaniec ze swoim rodzeństwem, wspólnotą, kolegami z klasy – modlitwa o pokój i w intencji dzieł ewangelizacyjnych pilnie potrzebna! [F-15].

Jeszcze tylko 4 dni do #ŚDM w Krakowie Jesteśmy ciekawi, jak wyglądają Dni w Waszych diecezjach! :) [F-434].

Na rowerze, na rolkach czy może na deskorolce – czym przybędziesz do Krakowa na spotkanie z Ojcem Świętym i z nami? Czekamy na Wasze zdjęcia z przygotowań do #ŚDM! Zamieszczajcie je w komentarzach! Pokażmy innym młodość, która uśmiecha się bez powodu! [F-383].

Oczywiście, w zależności od tego, komu dedykowany był profil, różna była treść postów. Na przykład na *Be Like Frassati/ Bądź Jak Frassati #Krakow2016*, obok przybliżenia osoby bł. P.G. Frassatiego, relacjonowano, praktycznie na bieżąco, pielgrzymkę relikwii do Krakowa. Wykorzystywano w tym celu transmisje na żywo, możliwość udostępniania albumów zdjęć czy nagranych wywiadów i wypowiedzi.

Niezależnie od tematu przewodniego, na wszystkich badanych profilach dominujące treści dotyczyły spraw wiary i religii. Zaskakująca była jednak ilość treści religijnych, cytatów, „opakowanych” w nowoczesny, entuzjastyczny sposób, np.:

¹ Wszystkie polubienia: stan na 29.12.2016 r.

Zaufajcie Panu, a zobaczycie, że odzyskacie siły i będziecie biec bez zmęczenia... najlepiej na #ŚDM [F-429]

Ojciec Św. Jan Paweł II mówił: „Wymagajcie od siebie, choćby inni od Was nie wymagali”. Papież Franciszek podtrzymuje te słowa! Bądźcie odważni w byciu Chrześcijaninem [F-366]

Większość postów opatrzona była oficjalnymi hasztagami, #ŚDM albo #kraków2016, oraz „własnymi” poszczególnych profili, np. #beMAGIS #liveMAGIS (Magis 2016); #badzciejakFrassati #belikefrassati (Be Like Frassati/ Bądź Jak Frassati #Krakow2016). W zależności od treści, wiadomości opatrywano także hasztagami uniwersalnymi, już istniejącymi, albo wręcz wymyślano nowe na potrzeby ŚDM, np. #IskraMiłosierdzia, #MinutaSDM, #4tygdoŚDM, #AmbasadorŚDM, #DrzwiOtwarteŚDM.

Interesująco przedstawiają się reakcje użytkowników na posty – w zasadzie wahały się one od całkowitego zignorowania (brak jakichkolwiek aktywności: polubień, udostępnień, komentarzy), po dużą aktywność wyrażoną w 3–4 tys. polubień i setkach udostępnień. Rekordowy okazał się jeden z postów oficjalnego profilu ŚDM – 27 lipca opublikowano zdjęcie papieża Franciszka w oknie papieskim, opatrzone cytatem. Zebrało ono aż 23 tys. reakcji użytkowników (ryc. 1).



Ryc. 1 Rekordowy post z oficjalnego profilu ŚDM

Źródło: www.facebook.com/swiatowydzienmłodziezy/?fref=ts [dostęp: 1. 11. 2016]

Obok oficjalnego profilu ŚDM oraz pozostałych poddanych szczegółowej analizie funkcjonowało też wiele innych, związanych z wydarzeniem, ale skupionych wokół jednego, wybranego jego aspektu albo wokół miejscowości. W większości próbowano zachować wizualne nawiązanie do charakterystycznych kolorów i logo ŚDM. W tabeli poniżej zaprezentowano przykładowe zdjęcia profilowe innych „podstron” związanych z przygotowaniem do ŚDM organizacji albo parafii².



ŚDM u Brata

ŚDM u Brata to strona poświęcona przygotowaniom do Światowych Dni Młodzieży w parafii św. Brata Alberta w Krakowie-Nowej Hucie³



ŚDM 2016 Zielonka parafia M.B. Częstochowskiej
Strona poświęcona Światowym Dniom Młodzieży, które odbędą się w 2016 w Krakowie, w tym informacje związane z przygotowaniem do ŚDM w Zielonce⁴



Światowe Dni Młodzieży 2016 Oleśnica

Punkt przygotowań do Światowych Dni Młodzieży 2016 w Oleśnicy⁵



ŚDM Parafia w Woli Batorskiej

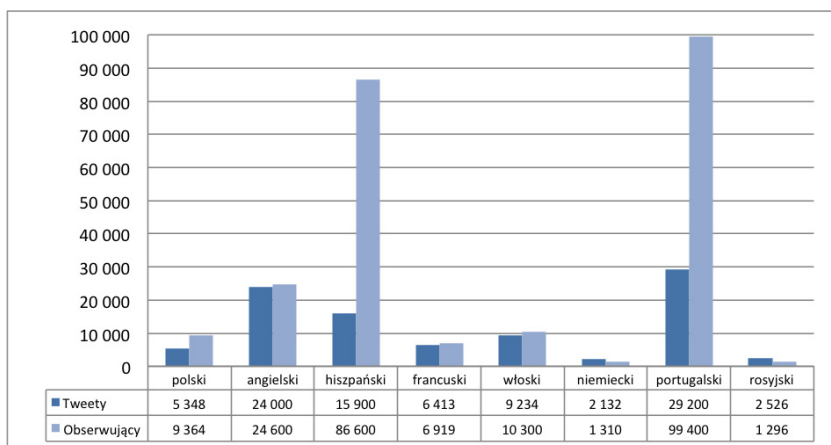
Strona poświęcona jest przygotowaniom w parafii do ŚDM 2016, które odbędą się w Krakowie :)
Zapraszamy do włączenia się w to ważne wydarzenie!⁶

Tab. 1. Przykłady profili związanych z ŚDM na portalu Facebook, źródło: Opracowanie własne

- Zdjęcia profilowe i opisy pochodzą z informacji umieszczonych na poszczególnych fanpage'ach. Pisownia oryginalna.
- www.facebook.com/SDMuBrata/?fref=ts [dostęp: 28.12.2016].
- www.facebook.com/SDM2016ZIELONKAParafiaM.B.Czestochowskiej/?fref=ts [dostęp: 28.12.2016].
- www.facebook.com/sdm2016olesnica/?fref=ts [dostęp: 28.12.2016].
- www.facebook.com/SDMWolaBatorska/?hc_ref=SEARCH&fref=nf [dostęp: 28.12.2016].

2. Twitter

Oficjalne profile ŚDM na Twitterze prowadzone były w kilku językach – polskim, angielskim, hiszpańskim, francuskim, włoskim, niemieckim, portugalskim i rosyjskim. Największą popularnością cieszył się profil w języku portugalskim (99,4 tys. obserwujących), na którym opublikowano także największą liczbę tweetów (29,2 tys.). Niewiele mniejszą liczbą obserwujących mogli pochwalić się zarządzający profilem w języku hiszpańskim (86,6 tys.), jednak opublikowali oni znacznie mniej tweetów (15,9 tys.). Trzeci pod względem popularności był profil w języku angielskim. Liczba obserwujących go osób była jednak czterokrotnie niższa (24,6 tys.) niż w przypadku profilu portugalskojęzycznego. Opublikowano tam za to więcej tweetów (24 tys.) niż na profilu hiszpańskojęzycznym. Nie występuje jednak bezpośrednia korelacja pomiędzy narodowością osób przybywających na Światowe Dni Młodzieży do Krakowa a popularnością oficjalnych profili na Twitterze w ich rodzimych językach. Warto zwrócić uwagę, że treści publikowane na profilach prowadzonych w różnych językach powielają się. Najczęściej były to informacje o stanie przygotowań w poszczególnych parafiach oraz zdjęcia z cytatami religijnymi, które cieszyły się największą popularnością. Jednak w przypadku profili portugalsko- i hiszpańskojęzycznych te same treści zdobywały dużo większą popularność.



Wyk. 1. Oficjalne profile ŚDM w poszczególnych językach

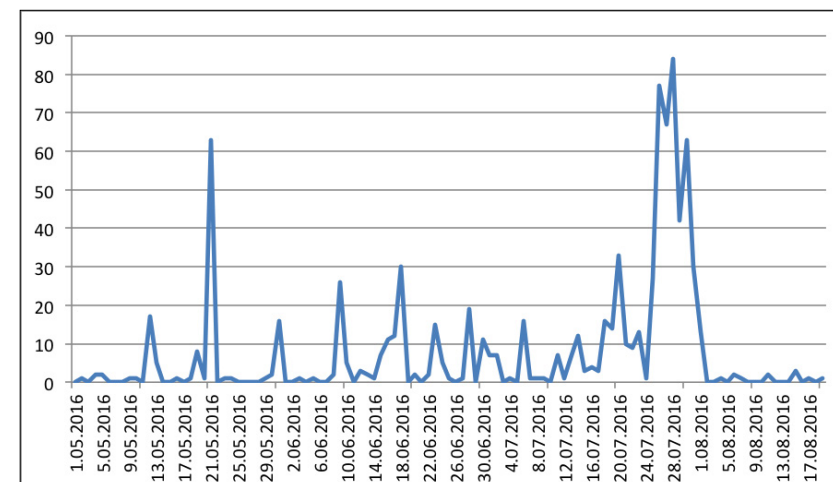
Źródło: Opracowanie własne

2.1. Profil ŚDM PL

Do szczegółowej analizy wybrano profil w języku organizatora Światowych Dni Młodzieży 2016, czyli polskim. W badanym okresie (od maja do sierpnia 2016) na profilu ŚDM PL opublikowano łącznie 753 tweety. Zamieszczano tam relacje z konferencji prasowych organizowanych zarówno w trakcie przygotowań do ŚDM, jak i w czasie ich trwania. Dużą część prezentowanych treści stanowiły także sprawozdania z bieżących postępów organizacyjnych, przygotowań duchowych (rekolekcje, modlitwy) lub informacje o kolejnych krajach, które będą reprezentowane w trakcie ŚDM w Krakowie.

Dużym zainteresowaniem wśród odbiorców, wywołującym najwięcej ich interakcji, cieszyły się zdjęcia z cytatami z przemówień papieża i świętych. Największą liczbę polubień zyskały posty dotyczące: przejęcia symboli ŚDM przez Panamę (472), wideo, w którym para prezydencka zaprasza do przyjazdu do Krakowa (147), oraz cytat z wypowiedzi papieża o tym, że radość jest obowiązkiem każdego chrześcijanina (132).

Do relacjonowania wydarzeń religijnych wykorzystywano aplikację służącą do przeprowadzania transmisji na żywo – Periscope. Za jej pomocą odmawiano Koronkę do Bożego Miłosierdzia i prowadzono relacje ze Światowych Dni Młodzieży w Krakowie, dzięki czemu łatwiej było oddać atmosferę panującą w mieście.



Wyk. 2. Liczba tweetów w poszczególnych dniach na profilu ŚDM PL

Źródło: Opracowanie własne

Największą liczbę tweetów zanotowano w okresie pomiędzy 18 lipca a 1 sierpnia 2016 roku, a więc w czasie mniej więcej pokrywającym się z Dniami w Diecezjach oraz Wydarzeniami Centralnymi w Krakowie. Duża częstotliwość publikowania tweetów poza wskazanym okresem związana była z ważnymi wydarzeniami, które miały miejsce w tych dniach. Były to m.in. rekolekcje w Łagiewnikach (21 maja, 18 czerwca), konferencje prasowe (9 czerwca, 6 lipca) czy otwarta debata o ŚDM w Radiu Kraków (28 czerwca). Wydarzenia związane ze Światowymi Dniami Młodzieży były na bieżąco relacjonowane na oficjalnym profilu na Twitterze. Przy publikacji nie zawsze jednak używano oficjalnych hashtagów – #ŚDM i #krakow2016. W trakcie trwania ŚDM zamieszczano obszerne relacje z konferencji prasowych, wydarzeń na Błoniach (rozpoczęcie ŚDM, powitanie papieża, Droga Krzyżowa) oraz w Brzegach (czuwanie, Msza Połania), dużo mniej uwagi poświęcono pozostałym wydarzeniom, np. wystąpieniu papieża z okna na ul. Franciszkańskiej. Koncentrowano się więc na prezentacji wybranych wydarzeń, przy czym ich ranga nie zawsze była tożsama z liczbą postów na ich temat.

Dużym echem na oficjalnym profilu ŚDM PL odbiły się wtorkowe wydarzenia, czyli ceremonia rozpoczęcia święta młodych i konferencje prasowe zorganizowane w tym terminie (26 lipca – 77 tweetów). Środa była również dniem wzmożonej aktywności w mediach społecznościowych (27 lipca – 67 tweetów), szczególnie dużo uwagi poświęcono wtedy katechezie bp. Grzegorza Rasia na stadionie Cracovii, konferencji Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji oraz przywitaniu papieża na lotnisku w Balicach. Największą liczbę tweetów opublikowano w czwartek (28 lipca – 84 tweety), w szczególności były to informacje dotyczące ceremonii powitania papieża na Błoniach oraz konferencji prasowych dotyczących przebiegu ŚDM. Zdecydowanie mniej uwagi poświęcano wydarzeniom niezwiązanym bezpośrednio z ŚDM, ale będącym częścią wizyty apostolskiej papieża w Polsce, np. spotkaniu na Wawelu, mszy na Jasnej Górze czy wizycie w Auschwitzu.

2.2. #ŚDM i #krakow2016

W szczegółowy sposób przeanalizowano dwa oficjalne hashtagi #krakow2016 i #śdm. Niewielka liczba postów była opatrzona oboma znacznikami # naraz. Tweety z powyższymi hashtagami w zdecydowanej większości dotyczyły ŚDM, niewielka liczba innych oznaczeń nie zaburza wyników. Na oficjalnym koncie ŚDM PL na Twitterze nie wszystkie wypowiedzi oznaczane były powyższymi hashtagami, nie zawsze stosował je także rzecznik prasowy ŚDM. Według

szacunków IBM w lipcu na Twitterze pojawiło się 300 tys. wiadomości dotyczących ŚDM⁷. Z zebranych do tej części opracowania danych wynika, że ok. 43 tys. wiadomości opublikowanych w lipcu zostało opatrzonych oficjalnymi hashtagami, co stanowi niecałe 15%. Zebrane dane nie są więc wszystkimi informacjami, jakie pojawiły się na Twitterze odnośnie do ŚDM, ale stanowią bogaty materiał do analizy jakościowej, pokazujący, o czym pisali w kontekście ŚDM użytkownicy Twittera.

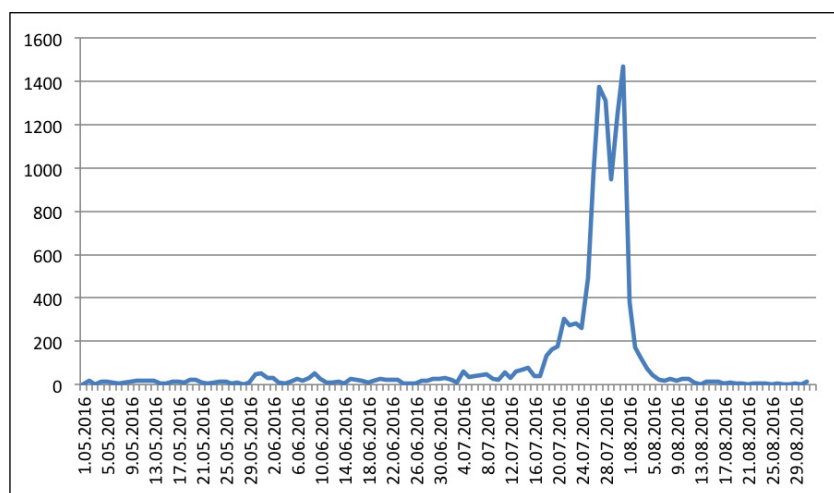
W okresie od maja do sierpnia 2016 #śdm został użyty nieco ponad 12 tys. razy, co statystycznie daje 100 tweetów dziennie. Nie rozkładały się one jednak równomiernie – w czasie poprzedzającym ŚDM i następującym bezpośrednio po nim publikowano ok. 30 tweetów dziennie. Zdecydowany wzrost wykorzystania #śdm nastąpił od 18 lipca, a więc dwa dni przed rozpoczęciem Dni w Diecezjach, kiedy większość pielgrzymów przygotowywała się do drogi, a parafie łączyły wysiłki, by ich należycie przyjąć.

W okresie poprzedzającym Światowe Dni Młodzieży w tweetach pojawiały się głosy krytykujące zasadność całego wydarzenia, jednak zwykle nie były one komentowane ani udostępniane, po zakończeniu ŚDM głosy te praktycznie nie były widoczne. Przed wydarzeniem najczęściej komentowano stan przygotowań oraz kwestie bezpieczeństwa, zdawano także relacje z ważnych uroczystości, jak peregrynacja symboli ŚDM czy katechezy przygotowujące duchowo do święta. Przedstawiano uczestników wydarzenia – poprzez ich osobiste relacje lub przy użyciu statystyk dotyczących zarejestrowanych pielgrzymów. Dość często pojawiały się także kwestie związane z budową infrastruktury oraz logistyką całego wydarzenia. W przypadku #śdm stosunkowo rzadko wspomniano o kwestiach religijnych. Tematyka związana z finansami czy osobistościami mającymi zaszczyścić wydarzenie swoją obecnością nie była eksponowana. Częstotliwość publikowania postów zdecydowanie wzrosła od 18 lipca – najczęściej poruszano wtedy kwestie bezpieczeństwa, stanu przygotowań, komunikacji w trakcie wydarzenia, oferty kulturalnej dla pielgrzymów. Dużym echem odbiły się zamachy w Monachium (dyskutowano o nich w kontekście zapewnienia bezpieczeństwa pielgrzymom) oraz organizacja przystani LGTB na ŚDM. Relacjonowano także wizyty pielgrzymów podczas Dni w Diecezjach.

7 IBM – analiza wydźwięku podczas Światowych Dni Młodzieży, dok. elektron., www-03.ibm.com/press/pl/pl/pressrelease/50362.wss [dostęp: 29.12.2016].

Im bliżej Wydarzeń Centralnych, tym bardziej rosła liczba tweetów – od wtorku 26 lipca do niedzieli 31 lipca oscylowała ona w okolicach 1 tys. wiadomości dziennie. Rekordowy pod tym względem był ostatni dzień ŚDM, kiedy to odbyła się Msza Połania – opublikowano wtedy blisko 1,5 tys. tweetów z #śdm. W kluczowym okresie publikowano zwykle informacje uzupełniane zdjęciami i filmami, oddające charakter święta, dotyczące jego uczestników oraz papieża. Często pojawiały się cytaty z wypowiedzi głowy Kościoła katolickiego oraz wiadomości od osób żałujących, że nie mogą być w tym momencie w Krakowie i uczestniczyć w wydarzeniach. Wiele razy udostępniano te same zdjęcia pochodzące z relacji telewizyjnych lub własnych zasobów, w większości publikowane były one w czasie rzeczywistym, np. podczas przemówień papieża.

Po zakończeniu Światowych Dni Młodzieży liczba postów wyraźnie się zmniejszyła i w ciągu niecałego tygodnia osiągnęła poziom sprzed wydarzenia. Widać wyraźnie, że jego uczestnikom przede wszystkim zależało na oddaniu „chwili”, a nie analizie i wspomnianiu przeszłych wydarzeń. Po zakończeniu ŚDM na ogół publikowano podsumowania dotyczące uczestników, bezpieczeństwa, organizacji oraz kwestii związanych z duchowymi owocami.



Wyk. 3. Liczba tweetów z #ŚDM

Źródło: Opracowanie własne

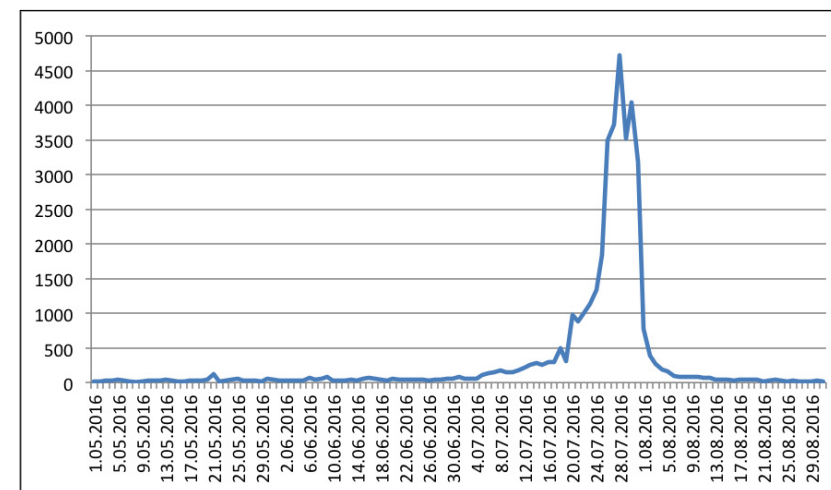
W odróżnieniu od #śdm, #krakow2016 był wykorzystywany głównie przez użytkowników posługujących się innymi językami niż polski. W okresie od maja do sierpnia 2016 roku został użyty blisko 39 tys. razy, co średnio daje ponad 300 tweetów w ciągu jednego dnia. Podobnie jak w wypadku poprzedniego hasztaga, wzmożona aktywność użytkowników obserwowana była wraz ze zbliżaniem się terminu wydarzenia. W maju i czerwcu publikowano ok. 30–50 tweetów dziennie. Najczęściej były to grafiki z cytatami z wypowiedzi świętych i błogosławionych oraz papieża, publikowane przez różne profile, w kilku wersjach językowych. Treści tego typu było tutaj zdecydowanie więcej, niż tych publikowanych z #śdm. Warto zaznaczyć, że te same treści publikowane w wersji hiszpańsko- lub portugalskojęzycznej zwykle wywoływały więcej interakcji niż tweety w innych językach. Użytkownicy często relacjonowali swoje przygotowania do ŚDM (indywidualne, w parafiach lub grupach modlitewnych) i odliczali dni, jakie pozostały do przyjazdu do Krakowa. Udostępniano informacje i statystyki dotyczące bezpieczeństwa, stanu przygotowań, liczby zarejestrowanych pielgrzymów itp. W porównaniu do #śdm relacje miały bardziej osobisty charakter – pisano nie tyle o samym wydarzeniu, ile o udziale w nim poszczególnych użytkowników mediów społecznościowych. Stosunkowo często pojawiały się także informacje promocyjne dotyczące atrakcji turystycznych Krakowa i Małopolski.

Wzrost liczby tweetów obserwowany był nieco wcześniej niż w przypadku #śdm, jeszcze w pierwszym tygodniu lipca, wtedy też zaczęło się zbiorowe odliczanie dni pozostałych do przyjazdu do Polski. W tym czasie publikowano 100–200 tweetów dziennie. Liczba ta zaczęła się stopniowo zwiększać wraz z przybyciem pierwszych pielgrzymów do kraju i rozpoczęciem Dni w Diecezjach i oscylowała wokół 1 tys. tweetów dziennie. Wtedy też zaczęło pojawiać się zdecydowanie więcej komunikatów dotyczących samych uczestników, drogi, jaką przebyli, jadąc do Polski, wydarzeń kulturalnych i religijnych, w których brali udział, oraz odwiedzanych miejsc, w szczególności Auschwitz. Często pojawiały się relacje z domów rodzin goszczących pielgrzymów, zwłaszcza ze wspólnie spożywanego śniadania.

W czasie Wydarzeń Centralnych opublikowano największą liczbę tweetów – ok. 3,5 tys. dziennie. Komentowano najczęściej te wydarzenia, w których pielgrzymi brali udział, chociaż zdarzały się także relacje z wydarzeń, których nie mieli oni okazji bezpośrednio doświadczyć. W szczególny sposób starano się, głównie za pomocą zdjęć i wideo, oddać atmosferę panującą na ulicach miasta. Zwykle relacje prowadzone były na bieżąco, często przy użyciu aplikacji Periscope.

We wtorek (26 lipca) najczęściej pisano o mszy inauguracyjnej ŚDM. W środę (27 lipca) zwracano uwagę na przyjazd papieża – powitanie na lotnisku w Balicach, wizytę na Wawelu, przejazd ulicami Krakowa i przemówienie z okna na ul. Franciszkańskiej. Czwartek (28 lipca) był zdecydowanie najbardziej aktywnym dniem na Twitterze, opublikowano wtedy ponad 4,7 tys. wpisów, które dotyczyły katechez (w tym wydarzeń w Mercy Centre), wizyty papieża u sióstr Prezentek, ceremonii powitania na Błoniach, przemówienia z okna przy ul. Franciszkańskiej i wizyty w Częstochowie (choć wydarzenie odbywało się poza Krakowem, to relacje z niego oznaczano #krakow2016). Piątek (29 lipca) był również dniem relacji z wydarzeń w Mercy Centre oraz wizyty papieża w Auschwitz, w szpitalu w Prokocimiu, a także z Drogi Krzyżowej na Błoniach. W sobotę (30 lipca) pielgrzymi koncentrowali się głównie na relacjonowaniu swojej drogi do Brzegów, gdzie docierali w większości pieszo. Chwalili ofiarność mieszkańców, którzy na trasie np. rozdawali darmowe poczęstunki. Relacjonowano także wydarzenia z łagiewnik, wspólny obiad papieża z młodzieżą i czuwanie w Brzegach. Niedziela (31 lipca) była dniem relacji z Mszy Pośłania, spotkania papieża z wolontariuszami w Tauron Arenie, ostatniego przemówienia na Franciszkańskiej i pożegnania na lotnisku. Podobnie jak w przypadku treści opatrzonych #śdm, publikowano zarówno zdjęcia, screeny z relacji telewizyjnych, jak i same cytaty z wypowiedzi papieża. W relacjach dominowały zdjęcia grupowe, oddające to, co działo się na ulicach miasta, w zasadzie nie pojawiały się portrety pojedynczych osób, co wskazuje na wspólnotowy charakter wydarzenia – wydaje się, że dla uczestników ważniejsze od samej obecności na ŚDM było przeżywanie ich razem z innymi katolikami. Sfery *sacrum* i *profanum* wzajemnie się przenikały – relacje z katechez w kościołach, mszy św. czy nawet zdjęcia w miejscach kultu, takich jak sanktuarium na Jasnej Górze, pojawiały się wielokrotnie, pielgrzymi nie mieli oporów przed wyciągnięciem smartfona w przestrzeni sakralnej, wręcz przeciwnie, chcieli jak najszerzej publiczności pochwalić się wizytą w tym miejscu i refleksją na temat usłyszanego słowa.

Po zakończeniu wydarzenia liczba tweetów drastycznie spadła. Ich tematyka koncentrowała się głównie na podsumowaniu wydarzenia – część użytkowników tworzyła krótkie filmy będące relacją ze święta. Bezpośrednio po zakończeniu ŚDM relacjonowano powroty pielgrzymów do domów. Składano także podziękowania dla organizatorów i rodzin goszczących. Udostępniano wypowiedzi papieża dziękującego za udział w ŚDM i ich przygotowanie. Część osób wyrażała żal spowodowany tym, że wydarzenie już się skończyło, oraz chęć powrotu w kolejnych latach.



Wyk. 4. Liczba tweetów z #krakow2016

Źródło: Opracowanie własne

3. Instagram

Do analizy mediów włączono także oficjalny profil ŚDM na Instagramie, @wydkrakow2016. W czasie badania zebrano 150 rekordów. Postem, zgodnie ze specyfiką medium, jest w tym wypadku grafika lub fotografia opatrzona komentarzem oraz hashtagami.

Wszystkie posty zostały oznaczone tagiem #krakow2016 oraz w większości #śdm (85% przypadków). Podobnie jak w przypadku Facebooka, zaobserwowano także inne rodzaje hashtagów związanych z ŚDM (np. #śdm2016, #areyouready, #campusmisericordiae) oraz wiarą (m.in. #vocation, #priest, #pray, #mercy, #holyspirit), jak i konkretnie z osobą papieża Franciszka (np. #pope, #popefrancis). Z kulturoznawczego punktu widzenia ciekawe jest łączenie „religijnych” hashtagów z tymi powszechnie stosowanymi, np. #instagood, #young, #polishgirl, #city, #instafood, #sunday. Niekiedy stosowano hashtagi w języku polskim, nadając im lokalny wymiar, jak np. #rosół, #jedzonko.

W przypadku serwisu Instagram trudno mówić o treści postów w formie tekstu, gdyż głównym nośnikiem przekazu jest obraz. Wszystkie grafiki i fotografie cechowały się bardzo dobrą jakością, były „chwytliwe” i emanowały pozytywną atmosferą. Także w komentarzach rzadko występowały wypowiedzi negatywne czy kontrowersyjne, tak częste w innych mediach społecznościowych.

Analizując „treść” obrazów, można zauważyć kilka przeważających motywów. W początkowej fazie badania przede wszystkim były to zdjęcia pokazujące przygotowania do ŚDM (także przesyłane od grup z zagranicy) i sygnalizujące pozytywną atmosferę oczekiwania (ryc. 2).



Ryc. 2. Przykład postu pokazującego przygotowania do ŚDM

Źródło: www.instagram.com/p/BHfg-FRDoXD/?taken-by=wydkrakow2016&hl=de [dostęp: 29.12.2016]

Kolejną obszerną grupę postów stanowiły nastrojowe fotografie oddające w głównej mierze nastrój towarzyszący wydarzeniu oraz klimat Krakowa (ryc. 3).



Ryc. 3. Przykład postu pokazującego klimat panujący w czasie ŚDM w Krakowie

Źródło: www.instagram.com/p/BIM9BlgDxD/?taken-by=wydkrakow2016&hl=de [dostęp: 29.12.2016]

Podobnie jak na Facebooku, wspólnie odliczano dni do rozpoczęcia ŚDM oraz angażowano użytkowników do reagowania na posty. Przykładem takiej akcji jest post z czerwca 2016 roku, w którym poproszono użytkowników o opowiedzenie historii związanej z ŚDM za pomocą jedynie trzech słów (ryc. 4).



Ryc. 4. Post mający zachęcić użytkowników do opowiedzenia historii związanej z ŚDM za pomocą trzech słów

Źródło: www.instagram.com/p/BGWkPpcgvul/?taken-by=wydkrakow2016&hl=de [dostęp: 29.12.2016]

Oczywiście pojawiło się także dużo wiadomości religijnych – relacjonujących przebieg ŚDM, z cytataми, albo przypominających o świętach i uroczystościach kościelnych. Regularnie składano także życzenia dobrej niedzieli.

Posty z początkowego etapu badania praktycznie nigdy nie osiągały poziomu 1 tys. polubień, jednak od końca czerwca 2016 roku zainteresowanie ŚDM, i tym samym liczba reakcji, wzrastały. Wówczas posty otrzymywały od ok. 1,5 tys. do ok. 4,3 tys. polubień. Rekordowe liczby pojawiły się w przypadku najbardziej „medialnych” momentów ŚDM, np. przejazd papieża tramwajem na Błonia polubiono aż 7806 razy⁸. Z komentarzami sytuacja była nieco bardziej skomplikowana, ponieważ część z nich nie miała językowej treści, a zawierała jedynie tagi czy emotikony. Liczba komentarzy, podobnie jak w przypadku Facebooka, wahała się od zera do zwykle kilkudziesięciu. Zdarzały się wyjątki, np. ogłoszenie następnych ŚDM w Panamie skomentowano 180 razy (oraz polubiono 6,7 tys. razy)⁹.

Podsumowanie

Podsumowując materiał zebrany na trzech portalach społecznościowych, można wysunąć jeden podstawowy wniosek – Światowe Dni Młodzieży odbywały się, równoległe do przestrzeni realnej, w rzeczywistości wirtualnej.

Przede wszystkim media społecznościowe umożliwiały lepszą bieżącą komunikację z pielgrzymami. Za pośrednictwem nowych technologii szybko przekazywano informacje oraz reagowano w razie problemów czy kontrowersji. Co jednak nie mniej istotne, pielęgnowano także pozytywną atmosferę oczekiwania, a potem trwania święta.

Poza tym media stanowiły środek przekazu informacji w czasie rzeczywistym dla osób, które nie chciały lub nie mogły uczestniczyć w uroczystościach. Można więc wyjść z założenia, że liczba „uczestników” śledzących ŚDM na całym świecie zdecydowanie przewyższała faktyczną liczbę pielgrzymów, którzy przyjechali do Krakowa. Ciągła interakcja *online* wydaje się być zatem dopełnieniem wrażeń duchowych i przeżyć na miejscu.

8 Stan na 30.12.2016 r.

9 Stan na 30.12.2016 r.

Możliwości wykorzystania potencjału ŚDM do rozwoju turystyki pielgrzymkowej w Krakowie i w Polsce. Rekomendacje

Jednoznaczny sukces tak wielkiego wydarzenia, jakim były Światowe Dni Młodzieży, każe zastanowić się, jakie korzyści dla Krakowa, Małopolski i całego kraju mogą płynąć zarówno ze zdobytych doświadczeń, jak i faktu, że na ŚDM przybyło do Polski ok. 3 mln pielgrzymów ze 187 krajów świata.

Kwestią zasadniczą pozostaje pytanie, w jakich obszarach turystyki można zdyskontować sukces ŚDM. W naturalny sposób wydaje się, że podstawowym kręgiem budzącym zainteresowanie będą obiekty o charakterze sakralnym (sanktuaria, zabytkowe świątynie, centra pielgrzymkowe). Prawdziwym sukcesem w obszarze rozwoju rynku usług turystycznych byłoby przełożenie sukcesu ŚDM na wzrost zainteresowania nie tylko turystyką religijną czy pielgrzymkową, ale wszystkimi atrakcjami turystycznymi kraju. Osiągnięcie tego celu wymaga jednak współpracy wielu środowisk i działań na różnych poziomach zarządzania (od gmin i regionów po ogólnokrajowy).

1. Wydaje się, że naturalnym sposobem konsumowania owoców wypracowanych w czasie Światowych Dni Młodzieży powinno stać się opracowanie komplementarnej, zwartej kampanii promującej atrakcje turystyczne Polski. W tym celu powinno się wybrać kilkanaście wizerunków związanych z dziedzictwem kulturowym i naturalnym znajdującym się w bezpośredniej bliskości znaczących obiektów o charakterze sakralnym. Pomysłów w tym względzie może być wiele: Podhale czy Tatry mogą być promowane poprzez powiązanie ich z unikatowym pięknem drewnianych kościołów zrębowych wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO, zaś Wadowice mogłyby się stać „promocyjną lokomotywą” Babiogórskiego Parku Narodowego, a także oddalonych nieco bardziej Gorceńskiego Parku Narodowego i Beskidu Śląskiego.

2. W związku z rosnącym znaczeniem różnego rodzaju sieci współpracy, poza wieloma różnymi korzyściami dającymi również efekt synergii w zakresie budowania pozycji pojedynczych obiektów zabytkowych czy miejsc, bardzo istotnym działaniem powinno stać się systemowe wsparcie dla najważniejszych szlaków dziedzictwa kulturowego wytyczonych w Polsce. Są one doskonałym medium, umożliwiającym promocję dziedzictwa kulturowego rozlanego na dużym obszarze, np. województwa. Doskonałym przykładem takiego typu struktury jest Szlak Architektury Drewnianej województwa małopolskiego, łączący swym przebiegiem wszystkie powiaty Małopolski i obejmujący ponad 250 obiektów. Ponieważ duża część spośród nich to obiekty sakralne, szlak wydaje się wręcz stworzony do budowania zainteresowania atrakcjami turystycznymi kraju wśród uczestników niedawnych Światowych Dni Młodzieży.
3. Sukces w obszarze rozwoju rynku usług turystycznych wymaga współpracy różnych środowisk – konieczne jest odrzucenie polityki izolacjonizmu, dbania wyłącznie o własne interesy. Podjęcie współpracy może przynieść korzyści na wielu polach (im szersza współpraca, tym lepiej) – przy czym najbardziej oczywistym działaniem jest wzajemne wsparcie w zakresie promocji. Turyści przybywający do danego miejsca bardzo często nie mają pojęcia o innych atrakcjach, niekiedy występujących w bezpośredniej bliskości docelowego miejsca ich podróży. Prawdziwie efektywna współpraca musi obejmować również inne formy kooperacji: można np. wprowadzić bilet łączony, uprawniający do zwiedzenia dwóch różnych miejsc, wspólny transport czy pakiety usług.
4. Dla rozwijania rynku usług turystycznych niezbędne są działania podejmowane przez samorządy, dotyczące nie tyle bezpośredniego świadczenia usług, ile budowania infrastruktury okołoturystycznej (wiat wypoczynkowych, przenośnych toalet, węzłów sanitarnych, parkingów, koszy na śmieci). To właśnie ta infrastruktura pozwala na rozwijanie usług związanych bezpośrednio z obiektami zabytkowymi, atrakcjami naturalnymi czy miejscami historycznymi. Tego typu inwestycje muszą być realizowane systemowo, prawie zawsze przerastają one możliwości finansowe właścicieli poszczególnych obiektów.
5. Specyficznym rodzajem inwestycji podejmowanych przez władze samorządowe są różnego rodzaju ciągi komunikacyjne (rowerowe, piesze, konne, wodne) umożliwiające realizowanie turystyki kwalifikowanej. Tego typu atrakcje w znaczący sposób mogą poszerzać grupę odbiorców poznających dziedzictwo kulturowe i naturalne regionu. Jest to sposób zwłaszcza na ściągnięcie ludzi młodych, szukających różnego rodzaju przeżyć, łączenia różnych form pozwalających na aktywne spędzanie wolnego czasu.
6. Działaniem pozornie niezwiązanym z rozwojem turystyki jest wzmacnianie społeczności lokalnych. Tymczasem to właśnie te społeczności są nie tylko naturalnymi spadkobiercami dziedzictwa regionu, ale również jego wytwórcami, zapewniającymi mu trwanie i rozwój. Pielgrzymi przybywający na Światowe Dni Młodzieży wielokrotnie podkreślali pozytywne reakcje gospodarzy, nie tylko gościnnych, ale również towarzyskich, żywo zainteresowanych przybyszami i ich odmiennością kulturową. Z tego powodu warto wzmacniać społeczności lokalne, bo to one – z punktu widzenia turystów – mogą stanowić przewagę konkurencyjną, przesądzającą o ostatecznym wyborze tego, a nie innego celu podróży.
7. W przypadku Krakowa – ośrodka o ugruntowanej marce turystycznej – szczególnie istotne wydaje się dopracowanie produktów turystycznych pozwalających na dywersyfikację ruchu turystycznego. Obecnie koncentruje się on na obszarze Starego Miasta (wewnątrz Plant), Wawelu i Kazimierza. Tymczasem Kraków posiada wiele atrakcyjnych miejsc mogących zainteresować przybywających do miasta turystów. Przede wszystkim muszą się o nich dowiedzieć. Po drugie potrzebne są działania porządkujące otoczenie (oraz wyposażenie w podstawową infrastrukturę) tych atrakcyjnych, a oddalonych od Starego Miasta miejsc. Można do nich zaliczyć: Nową Hutę, rozrzucone na terenie całego miasta elementy Twierdzy Kraków, Wzgórze św. Bronisławy, krakowskie kopce, klasztory w Bielanych, Tyńcu i Mogile czy kompleks na Wzgórzu św. Benedykta. Patrząc na Kraków w wymiarze metropolitalnym, zakładając ścisłą współpracę z ościennymi gminami oraz gminami powiatu krakowskiego, można wypromować wiele atrakcji o różnym charakterze – np. zamki w Korzkwi, Pieskowej Skale i Ojcowie, Ojcowski Park Narodowy, dwór w Modlnicy itp.

Zarysowane powyżej rekomendacje dotyczące zagospodarowania potencjału turystycznego wykreowanego w czasie Światowych Dni Młodzieży należy traktować wyłącznie jako wstępne rozpoznanie tematu. Bez wątpienia jednak jeden z wymienionych wyżej elementów należy uznać za kluczowy – dla autentycznego i trwałego wzrostu potencjału turystycznego Polski i Krakowa konieczna jest współpraca międzysektorowa, pozwalająca na wychodzenie poza ciasne granice pojedynczych obiektów czy miejsc.

Bibliografia

Opracowania

Atkinson P., Hammersley M., *Metody badań terenowych*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2000.

Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2005.

Bogacz-Wojtanowska E., *Podejście jakościowe w badaniach organizacji obywatelskich*, „Kwartalnik Współczesne Zarządzanie” 2006, nr 4.

Borkowski K. et al., *Ruch turystyczny w Krakowie w 2015 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków 2015.

Kostera M., *Antropologia organizacji*, PWN, Warszawa 2003.

Mikos von Rorhcheidt A. *Turystyka kulturowa. Fenomen. Potencjał. Perspektywy*, Wydawnictwo KulTur.pl, Poznań 2010, s. 8.

Sułkowski Ł., *Epistemologia w naukach o zarządzaniu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.

Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków 2012.

Źródła internetowe

#Małopolska Kryształem PR-u!,
www.malopolska.pl/aktualnosci/promocja/malopolska-krysztalem-pru.

„Dziennik Gazeta Prawna”, Infor, dok. elektron.,
<http://holding.infor.pl/index.php/Oferta/prasa-i-wydawnictwa/Dziennik-Gazeta-Prawna>

„Fakt”, „Gazeta Wyborcza”, „Super Express” i „Rzeczpospolita” z najniższą sprzedażą w historii (dane za maj), Wirtualne Media, dok elektron.,

„Gazeta Polska Codziennie” ze wzrostem sprzedaży o 15 proc. „Gazeta Wyborcza” traci najwięcej, Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/gazeta-polska-codziennie-ze-wzrostem-sprzedazy-o-15-proc-gazeta-wyborcza-traci-najwiecej>.

„Kościół w Europie” – spektakl Skautów Europy z udziałem 150 osób z 5 krajów, <https://ekai.pl/diecezje/krakowska/x102071/kosciol-w-europie-spektakl-skautow-europy-z-udzialem-osob-z-krajow/>.

„Newsweek” numerem jeden wśród tygodników opinii, „Newsweek”, dok. elektron., <http://www.newsweek.pl/polska/newsweek-polityka-sprzedaz-artykuly,377947,1.html>.

„Newsweek” wyprzedził „Politykę”. Zyskują „W Sieci” i „Do Rzeczy”, Wirtualne Media, dok. elektron.,

„Niech płomień miłości ogarnie nasz świat”, TVN24, 26.07.2016, <http://www.tvn24.pl/krakow,50/krakow-msza-inaugurujaca-sdm,663672.html> www.tvn24.pl/krakow,50/krakow-msza-inaugurujaca-sdm,663672.html.

„Super Express” zwiększył przewagę nad „Gazetę Wyborczą”, która straciła najwięcej (sprzedaż dzienników w listopadzie), Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/super-express-zwiekszy-przewage-nad-gazete-wyborcza-ktora-stracila-najwiecej-sprzedaz-dziennikow-w-listopadzie>.

Biuletyn Informacji Publicznej Miasta Kraków, dok. elektron., <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/149067/karta>.

Co chcą zwiedzać pielgrzymi podczas ŚDM?, dok. elektron., <http://metro.gazeta.pl/metro/1,50144,20057679,co-chca-zwiedzic-pielgrzymi-podczas-sdm.html>.

Cykl filmowy „Świętość i Miłosierdzie” w TVP1, <http://nck.pl/institucja/317680-cykl-filmowego-swietosc-i-milosierdzie-w-tvp1>.

Domagała-Szymonek, K., Światowe Dni Młodzieży 2016 w liczbach PODSUMOWANIE, dok. elektron., „Dziennik Zachodni”, 1.08.2016, www.dziennikzachodni.pl/swiatowe-dni-mlodziezy/a/swiatowe-dni-mlodziezy-2016-w-liczbach-podsumowanie,10465682/.

Dziennikarze z całego świata relacjonują ŚDM, 30.07.2016, www.polskieradio.pl/7/129/Artykul/1649277,Dziennikarze-z-calego-swiata-relacjonuja-SDM, Polskie Radio.

www.polskieradio.pl/7/129/Artykul/1649277,Dziennikarze-z-calego-swiata-relacjonuja-SDM.

Festiwal w Łodzi, <http://paradiseinthecity.com/pl/home/festival?anchor=4>

FM poza Krakowem, www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/FM_Poza_Krakowem_Program_PL_1.pdf.

Gdzie i kiedy?, <http://magis2016.org/gdzie-i-kiedy/>.

Grzesiczak, Ł., ŚDM. Pielgrzymi zwiedzali Fabrykę Schindlera i Muzeum Narodowe, dok. elektron., „Gazeta Wyborcza”, 2.08.2016, <http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,20487470,sdm-pielgrzymi-zwiedzali-fabryke-schindlera-i-muzeum-narodowe.html>.

<http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/fakt-gazeta-wyborcza-super-express-i-rzeczpospolita-z-najnizsza-sprzedaza-w-historii-dane-za-maj>.

<http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/newsweek-wyprzedzil-polityke-zyskujaw-sieci-i-do-rzeczy>.

IBM – analiza wydźwięku podczas Światowych Dni Młodzieży, dok. elektron., 2.08.2016, www-03.ibm.com/press/pl/pl/pressrelease/50362.wss.

Ilu pielgrzymów odwiedziło kopalnię w Wieliczce?, dok. elektron., http://www.tur-info.pl/p/ak_id,47612,,swiatowe_dni_mlodziezy,kopalnia_soli,wieliczka,komora_baracza,trasa_turystyczna.html.

Ilu pielgrzymów w trzy dni zwiedziło dawną fabrykę Schindlera?, dok. elektron., „Gość Niedzielny”, 21.08.2016, <http://gosc.pl/doc/3395646.Ilu-pielgrzymow-w-trzy-dni-zwiedzilo-dawna-fabryke-Schindlera>.

InfoKraków w służbie pielgrzymom!, dok. elektron., Magiczny Kraków, 27.07.2016, http://krakow.pl/najnowsze/202417,1845,komunikat,infokrakow_w_sluzbie_pielgrzymom_.html.

Kampania „Młodość to stan ducha” trafiła w sedno, www.malopolska.pl/aktualnosci/promocja/kampania-malopolski-na-sdm-trafila-w-sedno.

Krajowe Biuro Organizacyjne Światowych Dni Młodzieży,

<http://www.kdm.org.pl/zejdzkanapy/index.php>.

Krakow's 2016 WYD survey to pilgrims - Results & pictures, dok. elektron., GAD3,

30.12.2016, <https://animoto.com/play/oAcvmbHIAT77fxueLy9WWQ>.

Krakowskie instytucje kulturalne podsumowują ŚDM 2016, dok. elektron., Onet,

pl, 2.08.2016, <http://krakow.onet.pl/krakowskie-instytucje-kulturalne-podsumowuja-sdm-2016/frd1r5>.

Kraków „stroi się” na Światowe Dni Młodzieży, dok. elektron., Małopolska,

pl, 3.06.2016, www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/krakow-stroi-sie-na-swiatowe-dni-mlodziezy.

Kraków Cradle of Genius, <https://www.youtube.com/watch?v=Em-rq0oz43E>

Kraków: powołano Komitet Organizacyjny ŚDM 2016, dok. elektr.,

<http://nowaewangelizacja.org/krakow-powolano-komitet-organizacyjny-sdm-2016/>.

Kulturalne Światowe Dni Młodzieży,

http://krakow.pl/najnowsze/202189,1845,komunikat,kulturalne_swiatowe_dni_mlodziezy.html.

Kuś, Ł., ŚDM sukcesem polskich kolei, dok. elektron., Rynek Kolejowy, 4.08.2016,

www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/sdm-sukcesem-polskich-kolei-77653.html.

List intencyjny w sprawie współpracy przy ŚDM, dok. elektron.,

<http://www.krakow2016.com/list-intencyjny-w-sprawie-wspolpracy-przy-sdm>.

Maria. Mater Misericordiae – niebiańska wystawa, dok. elektron.,

www.krakow2016.com/maria-mater-misericordiae-niebiaska-wystawa.

Maria. Mater Misericordiae. Podsumowanie wystawy, dok. elektron., ŚDM

Kraków 2016, 12.10.2016, www.krakow2016.com/maria-mater-misericordiae-podsumowanie-wystawy.

Maria. Mater Misericordiae. Podsumowanie wystawy, dok. elektron.,

www.krakow2016.com/maria-mater-misericordiae-podsumowanie-wystawy.

O nas, Wyborcza.pl, dok. elektron.,

<http://wyborcza.pl/centrumpomocygw/0,134955.html>.

Odwiedź krakowskie ZOO za darmo podczas ŚDM,

http://krakow.pl/aktualnosci/202241,29,komunikat,odwiedz_krakowskie_zoo_za_darmo_podczas_sdm.html.

Oferta turystyczna dla pielgrzymów biorących udział w „Dniach w Diecezjach”

w Archidiecezji Warszawskiej w dniach 20–25 lipca 2016, dok. elektron.,

<http://sdm2016.waw.pl/pl/oferta-turystyczna/>.

Oficjalna strona internetowa Komitetu Organizacyjnego ŚDM 2016,

http://www.krakow2016.com/organizatorzy_testowa.

Opach B., Międzynarodowa Juliada, Kraków.pl, nr 12 (181), 13.07.2016.

Opis kampanii promocyjnej „Kraków. Cradle of Genius”, <https://infowire.pl/generic/release/321227/opis-kampanii-promocyjnej-krakow-cradle-of-genius/>.

Pakiet pielgrzymą, dok. elektron., ŚDM Kraków 2016,

<http://archive.krakow2016.com/pakiet-pielgrzymy.html>.

Pawilon Polski dla pielgrzymów, www.krakow2016.com/pawilon-polski-dla-pielgrzymow.

Pielgrzymi Światowych Dni Młodzieży oraz wizyta Papieża Franciszka w Miejsu

Pamięci, dok. elektron., Muzeum Auschwitz-Birkenau, 4.08.2016,

www.auschwitz.org/muzeum/aktualnosci/pielgrzymi-swiatowych-dni-mlodziezy-oraz-wizyta-papieza-franciszka-w-miejsu-pamieci,1837.html.

Pielgrzymi Światowych Dni Młodzieży oraz wizyta Papieża Franciszka w Miejsu

Pamięci, dok. elektron.,

<http://www.auschwitz.org/muzeum/aktualnosci/pielgrzymi-swiatowych-dni-mlodziezy-oraz-wizyta-papieza-franciszka-w-miejsu-pamieci,1837.html>.

Pielgrzymi Światowych Dni Młodzieży oraz wizyta Papieża Franciszka w Miejsu

Pamięci, www.auschwitz.org/muzeum/aktualnosci/pielgrzymi-swiatowych-dni-mlodziezy-oraz-wizyta-papieza-franciszka-w-miejsu-pamieci,1837.html.

Podsumowanie Światowych Dni Młodzieży, dok. elektron., ŚDM Kraków 2016,

www.krakow2016.com/podsumowanie-swiatowych-dni-mlodziezy.

Prezydent wstępnie podsumował światowe dni młodzieży, Telewizja Kraków,

2.08.2016, <http://telewizja.krakow.pl/?videos=prezydent-wstepnie-podsumowal-swiatowe-dni-mlodziezy>.

Program – Noc Cracovia Sacra 2016,
http://krakowskienoc.pl/noc_cracovia_sacra/201697,0,1,program.html.

Przewodnik po gminie Brzesko,
www.brzesko.pl/wp-content/uploads/2016/06/Przewodnik_pl_OK.pdf.

Rekordowo niska sprzedaż „Wprost”. „Do Rzeczy” z największym wzrostem,
Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/rekordowo-niska-sprzedaz-wprost-do-rzeczy-z-najwiekszym-wzrostem>.

Rekordowy rok dla krakowskiej turystyki, dok. elektron.,
http://krakow.pl/aktualnosci/205715,29,komunikat,rekordowy_rok_dla_krakowskiej_turystyki.html.

Ruszyła emisja miniseriale „Świętość i miłosierdzie”, www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/ruszylo-emisja-miniseriale-swietosc-i-milosierdzie.

Ryccerze Kolumba będą gospodarzami Międzynarodowego Centrum Anglojęzycznego podczas Światowych Dni Młodzieży 2016, www.wydengishsite.org/press/pl/informacja-prasowa-12-lipca.pdf.

Stan przygotowań Gminy Miejskiej Kraków do Światowych Dni Młodzieży 2016
(stan na dzień 31.05.2016), <http://krakow.pl/zalacznik/259339>.

Statystyki, Gazetaprawna.pl, dok. elektron.,
<http://www.gazetaprawna.pl/reklama/prasa/statystyki>.

Szlak Bożego Miłosierdzia, <http://misericordiae.net/>.

ŚDM 2016. Festiwal Młodych: koncerty, wystawy i festiwal filmowy, dok. elektron.,
Naszemiasto.pl, 5.08.2016, krakow.naszemiasto.pl/artykul/sdm-2016-festiwal-mlodych-koncerty-wystawy-i-festiwal,3805206,artgal,t,id,tm.html.

ŚDM 2016. Pielgrzymi opanowali na wiele dni Wieliczkę. Padł rekord zwiedzających,
<http://krakow.naszemiasto.pl/tag/sdm-kopalnia-wieliczka.html>.

ŚDM Kraków 2016 w liczbach, dok. elektron.,
Światowe Dni Młodzieży Kraków 2016 / World Youth Day #krakow2016,
www.youtube.com/watch?v=UhyP4rXSg.

ŚDM Wadowice 2016, dok. elektron., <http://sdmwadowice2016.pl/swiatowe-dni-mlodziezy-wadowicach-czas-podsumowanie/#more-1387>.

ŚDM wielkim sukcesem na skalę międzynarodową, dok. elektron., „Gość Niedzielny”, 06.09.2016, <http://gosc.pl/doc/3430505.SDM-wielkim-sukcesem-na-skale-miedzynarodowa>.

ŚDM. Organizatorzy: Na mszy w Brzegach było 2,5 mln wiernych, dok. elektron., „Gazeta Krakowska”, 31.07.2016,
www.gazetakrakowska.pl/swiatowe-dni-mlodziezy-2016/a/sdm-organizatorzy-na-mszy-w-brzegach-bylo-25-mln-wiernych-zdjecia,10463928/.

ŚDM. Ponad milion pasażerów kolei, największe wyzwanie od 25 lat, dok. elektron., „Gazeta Krakowska”, 4.08.2016,
www.gazetakrakowska.pl/swiatowe-dni-mlodziezy-2016/a/sdm-ponad-milion-pasazerow-kolei-najwieksze-wyzwanie-od-25-lat,10480825/.

ŚDM: 27 tys. osób otrzymało pomoc medyczną, dok. elektron., „Gazeta Krakowska”, 1.08.2016, www.gazetakrakowska.pl/swiatowe-dni-mlodziezy-2016/a/sdm-27-tys-osob-otrzymalo-pomoc-medyczna,10467236/.

ŚDM: happening „Zadaj pytanie Papieżowi”,
<http://niedziela.pl/artykul/23712/SDM-happening-%E2%80%9EZadaj-pytanie>.

ŚDM: jutro rozpoczynają się Dni w Diecezjach, www.deon.pl/religia/swiatowe-dni-mlodziezy/art,161,sdm-jutro-rozpoczynaja-sie-dni-w-diecezjach.html.

ŚDM: trzy Strefy Pojednania, ponad 100 konfesorów, dok. elektron., KAI, 6.07.2016, <http://archwwa.pl/aktualnosci/sdm-trzy-strefy-pojednania-ponad-100-konfesorow/>.

ŚDM: wydatki Krakowa rozliczone, dok. elektr., http://krakow.pl/aktualnosci/205912,29,komunikat,sdm__wydatki_krakowa_rozliczone.html.

ŚDM: Wyjątkowa oferta małopolskich instytucji kultury, www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/sdm-wyjatkowa-oferta-malopolskich-instytucji-kultury.

ŚDM: Zakochaj się w małopolskich smakach, www.malopolska.pl/aktualnosci/sdm/sdm-zakochaj-sie-w-malopolskich-smakach.

Średnia sprzedaż ogółem dzienników ogólnopolskich w 2015 i 2016 roku (dane ZKDP), Wirtualne Media, dok. elektron., <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/super-express-zwiekszyl-przewage-nad-gazete-wyborcza-ktora-stracila-najwiecej-sprzedaz-dziennikow-w-listopadzie>.

W Krakowie wystawiono obraz Jezusa Miłosiernego ze zdjęć selfie,
<http://www.pope2016.com/sdm2016/o-sdm/news,494401,w-krakowie-wystawiono-obraz-jezusa-milosierneho-ze-zdjec-selfie.html>.

Wystawy, www.krakow2016.com/wystawy-2.

Youth Festival Exhibitions, www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/yf/exhibitions/YF_-_Exhibition_-_PDF_Proof.pdf.

Youth Festival Film, www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/YF_-_Film_-_PDF_Proof.pdf.

Youth Festival Performances, www.krakow2016.com/media/files/page_attachments/zalaczniki/yf/program/Youth_Festival_Program_stages.pdf.

Zostań wolontariuszem, <http://www.krakow2016.com/zostan-wolontariuszem>

Akty prawne

Uchwała nr 1445/15 Zarządu Województwa Małopolskiego z dnia 22.10.2015 r.
w sprawie przyjęcia Programu strategicznego „Marketing terytorialny”.

Uchwała nr 21 Rady Promocji Polski z dnia 25.10.2013 r. w sprawie przyjęcia
„Zasad komunikacji marki Polska”.

Uchwała nr LIX/1297/16 Rady Miasta Krakowa z dnia 7.12.2016 r.
w sprawie przyjęcia Programu Strategicznego Promocji Miasta Krakowa
na lata 2016–2022.

Ustawa z dnia 18 marca 2016 r. o szczególnych rozwiązaniach
związanych z organizacją wizyty Jego Świątobliwości Papieża Franciszka
w Rzeczypospolitej Polskiej oraz Światowych Dni Młodzieży – Kraków 2016,
Dz.U. 2016 poz. 393.

