KULTURA I TURYSTYKA – W KRĘGU WYDARZEŃ
ISBN 978-83-61001-27-0 s. 75–87

Izabela SOŁJAN
Elżbieta BILSKA-WODECKA
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

RELIGIJNE WYDARZENIA MASOWE NA PRZYKŁADZIE SPOTKAŃ MŁODZIEŻY CHRZEŚCIJAŃSKIEJ

Wprowadzenie

Wydarzenia gromadzące dużą liczbę osób w jednym miejscu są nieodłącznym elementem współczesnego życia społecznego. Mogą być one organizowane z różnych powodów. Najczęściej związane są z imprezami sportowymi, kulturalnymi, różnego rodzaju festiwalami, rzadziej z wydarzeniami o charakterze politycznym. Od połowy lat 80. XX w. obecne są w przestrzeni publicznej również dzięki różnym związkom wyznaniowym, w tym Kościołowi katolickiemu.

Najbardziej znane i widoczne w przestrzeni publicznej religijne imprezy masowe (*mass events*) mają różny zasięg przestrzenny. Europejskie Spotkania Młodych i Światowe Dni Młodzieży mają zasięg międzynarodowy, natomiast spotkania lednickie są imprezą o charakterze krajowym. Przedmiotem naszej analizy są wydarzenia współcześnie organizowane (lub, jak Europejskie Spotkania Młodych, współorganizowane) przez Kościół rzymskokatolicki, skierowane z założenia do określonej grupy – młodzieży, z intencją pogłębiania jej duchowości i religijności. Można zastanawiać się, czy w erze postępującej desakralizacji życia publicznego i malejącego, zwłaszcza

wśród ludzi młodych, autorytetu Kościoła organizowanie takich imprez ma sens. Fakt, że tysiące młodych uczestniczy w tego typu spotkaniach stanowi odpowiedź pozytywną, jednak problem jest znacznie bardziej złożony. Przykładowo, w czasie Światowych Dni Młodzieży przywołać możemy różne obrazy: z jednej strony jest rozmodlona młodzież, z drugiej młodzi ludzie jedzący kanapki i pijący piwo podczas najważniejszych elementów liturgii mszalnej – jakby niewiele rozumiejący z tego, co się wokół nich dzieje. Jak zatem zaklasyfikować wspomniane wydarzenia, co stanowi o ich niesłabnącej popularności i jaką rolę odgrywają w życiu religijnym i społecznym. Masowe wydarzenia religijne z udziałem młodzieży są fenomenem dzisiejszych czasów, stanowiąc pole badawcze dla socjologów, kulturoznawców, religioznawców i geografów religii. Są pewną formą turystyki „eventowej", niezwykle dynamicznie rozwijającej się współcześnie. Dlatego też w tym opracowaniu spróbujemy znaleźć odpowiedź na pytanie, w jaki sposób imprezy i wydarzenia religijne wpisują się w tę formę turystyki? i przedstawić wstępny model młodzieżowych religijnych imprez masowych.

Podstawy teoretyczne

Imprezy masowe w badaniach naukowych

Problem obecności w przestrzeni miejskiej różnych imprez masowych został zauważony przez niemieckich socjologów w latach 90. XX w. (HÄUßERMANN, SIEBEL 1993, 1998). Obecnie w wielu pracach naukowych zwraca się uwagę na tendencję do „festiwalizacji" przestrzeni miejskiej (GETZ 2012, GETZ, SVENSSON, PETERSSEN, GUNNERVALL 2012, KARPIŃSKA-KRAKOWIAK 2009).

Zauważono też, że duże imprezy o charakterze masowym są organizowane przez Kościoły i związki wyznaniowe (OSTWAL 2003). Inspiracją do organizowania tego typu wydarzeń był: rozwój technik komunikacji oraz imprez kulturalnych o charakterze świeckim. Do najbardziej znanych wydarzeń o charakterze religijnym, które posłużą w niniejszym opracowaniu za egzemplifikację omawianego zjawiska, zalicza się m.in.: Światowe Dni Młodzieży, Europejskie Spotkania Młodych: „Pielgrzymka Zaufania przez Ziemię" oraz ogólnopolskie Spotkania Młodzieży „Lednica 2000". Spotkania te w kontekście turystyki „eventowej" mają formułę wydarzenia o charakterze religijnym, społecznym i kulturalnym. Zgodnie z podziałem A. Mi-

kosa von Rohrscheidta, należą one do imprez reprezentujących kulturę powszechną (RATKOWSKA 2010). Z kolei *Encyklopedia of Tourism,* pod redakcją J. JAFARI'EGO (2000), wśród siedmiu głównych kategorii „eventów" wyróżnia uroczystości kulturalne, do których zalicza m.in. uroczystości religijne.

Podstawowe pojęcia związane z przedmiotem badań

Współcześnie można wyróżnić w działalności kulturalnej kilka rodzajów imprez masowych. Najbardziej znane formy to festiwal i happening. Pod pojęciem „festiwal" należy rozumieć kilka wydarzeń artystycznych, przeważnie jednego typu (np. filmowych, muzycznych, teatralnych), stanowiących przegląd osiągnięć w danej dziedzinie, organizowanych w tym samym czasie, w jednym lub kilku (najczęściej blisko położonych) miastach lub miejscowościach i pod jedną nazwą. Zdarza się, że wydarzenia festiwalowe mogą być konkursem. Happening jest wydarzeniem o charakterze artystycznym organizowanym w otwartej przestrzeni. Pod względem artystycznym jest ograniczony czasowo, ma swoją dramaturgię i tworzy logiczną narrację. Do jego zalet zaliczyć można także wykorzystanie elementów improwizacji i technik aktywizujących widza.

W Kościele rzymskokatolickim można wyróżnić dwa rodzaje masowych uroczystości. Są to zgromadzenia o charakterze liturgicznym lub łączące elementy liturgiczne z kulturowymi (paraliturgiczne). Katolickie wydarzenia masowe są obecne w przestrzeni publicznej od średniowiecza, choćby w postaci różnych wydarzeń teatralnych o tematyce religijnej (średniowieczny teatr religijny) czy uroczystości liturgicznych, takich jak procesje, w tym procesja Bożego Ciała ulicami miasta. Procesje te są organizowane cyklicznie, co roku, zgodnie z kalendarzem liturgicznym. Mogą mieć charakter i zasięg lokalny, jak np. procesja ku czci św. Stanisława w Krakowie, lub zasięg krajowy – procesje Bożego Ciała. Zasięg międzynarodowy wydarzeń religijnych mają msze św. beatyfikacyjne i kanonizacyjne. Celebracje liturgiczne są modlitwą prowadzoną przez duchownych lub świeckich w oparciu o istniejące lekcjonarze lub zbiory modlitw. Wydarzenia takie, jak np. Światowe Dni Młodzieży czy Europejskie Spotkania Młodych, zaliczyć można do zgromadzeń o charakterze paraliturgicznym. Omawiane spotkania młodych gromadzą od kilkunastu do kilkuset tysięcy, a nawet kilku milionów uczestników i również dlatego stanowią swoisty fenomen wśród imprez o charakterze masowym.

Charakterystyka wybranych katolickich wydarzeń masowych

Światowe Dni Młodzieży

Dni Młodzieży to spotkania młodych katolików zapoczątkowane przez Jana Pawła II. Odbywają się one w dwóch przestrzeniach: diecezjalnej i globalnej (ogólnoświatowej). Co roku w Niedzielę Palmową młodzież spotyka się ze swoimi biskupami w diecezjach, a co dwa lub co trzy lata organizowane są Światowe Dni Młodzieży. Po raz pierwszy odbyły się w Rzymie w 1985 r. (tab. 1). Inspiracją do ich powstania było wydarzenie z 1984 r., kiedy na zaproszenie papieża entuzjastycznie odpowiedziała młodzież, licznie gromadząc się w Niedzielę Palmową na placu św. Piotra. Kardynał Carlo Confolonieri, który liczył wówczas 91 lat miał wtedy powiedzieć: „Najstarsi Rzymianie nie widzieli czegoś podobnego" (ZUCHNIEWICZ 2005, s. 25).

Tabela 1. Miejsce i liczba uczestników Światowych Dni Młodzieży (1985–2013)

Rok	Czas trwania	Numer	Miejsce	Liczba uczestników (w mln)
1985	30–31 marca	I	Rzym, Włochy	0,25–0,35
1987	11–12 kwietnia	II	Buenos Aires, Argentyna	0,90–1,00
1989	15–20 sierpnia	IV	Santiago de Compostela, Hiszpania	0,40–0,60
1991	10–15 sierpnia	VI	Częstochowa, Polska	1,50–1,80
1993	10–15 sierpnia	VIII	Denver, USA	0,50–1,00
1995	10–15 stycznia	X	Manila, Filipiny	4,00–5,00
1997	19–24 sierpnia	XII	Paryż, Francja	1,10–1,20
2000	15–20 sierpnia	XV	Rzym, Włochy	2,00–2,50
2002	23–28 lipca	XVII	Toronto, Kanada	0,80
2005	16–21 sierpnia	XX	Kolonia, Niemcy	1,20
2008	15–20 lipca	XXIII	Sydney, Australia	0,35–0,50
2011	15–21 sierpnia	XXVI	Madryt, Hiszpania	1,50–2,00
2013	23–28 lipca	XXVIII	Rio de Janeiro, Brazylia	3,00–3,70

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych publikowanych przez organizatora.

Formuła spotkań światowych zawiera w sobie zarówno elementy liturgiczne (msze św., modlitwę, adorację), jak i świeckie (koncerty piosenek religijnych, przedstawienia teatralne, widowiska muzyczne, część artystyczna itp.). Wydarzenia te gromadzą młodych z całego świata, którzy chcą wspól-

nie bawić się i modlić. Rekordową liczbę uczestników odnotowano w Manili w 1995 r., gdzie przybyło blisko 5 mln osób. Cechą charakterystyczną imprezy jest jej silne umiędzynarodowienie, zazwyczaj biorą w niej udział reprezentanci 160–170 krajów. Podczas ostatniego Światowego Dnia Młodzieży w Brazylii biskupi wygłosili 800 katechez w 30 różnych językach. Organizatorzy zwracają uwagę, aby zawsze były reprezentowane wszystkie zamieszkałe kontynenty. Najczęściej Światowe Dni Młodzieży były organizowane w Europie, cztery razy w Ameryce i po jednym razie w Australii i Azji. Jedynym miastem, które dwukrotnie przyjmowało młodzież był Rzym: w 1985 r. i powtórnie w 2000, który w Kościele rzymskokatolickim został ogłoszony Rokiem Jubileuszowym. Również następcy Jana Pawła II zaaprobowali tę formę spotkań młodzieży, czego wyrazem był ich osobisty udział w imprezie.

Symbolem Światowych Dni Młodzieży jest prosty drewniany krzyż, który Jan Paweł II przekazał młodym ludziom w Niedzielę Palmową 1986 r. Wraz z ikoną Matki Bożej Salus Populi Romani pielgrzymuje on zawsze po wszystkich diecezjach kraju będącego gospodarzem Światowych Dni.

Światowe Dni Młodzieży są także zjawiskiem medialnym – w 2013 r. w Rio de Janeiro relacjonowało je 5500 dziennikarzy, w tym 2000 z zagranicy.

Europejskie Spotkania Młodych:„ Pielgrzymka Zaufania przez Ziemię"

Wspólnota Ekumeniczna Taizé swoją nazwę wzięła od burgundzkiej wioski, w której w 1940 r. zamieszkał jej założyciel brat Roger Schulz. Wkrótce dołączyli do niego współtowarzysze, a w 1949 r. śluby zakonne złożyło pierwszych siedmiu braci, w tym brat Roger. Wszyscy członkowie nowo powstałej wspólnoty byli protestantami. Ekumeniczny charakter ma ona od 1969 r., kiedy do wspólnoty przyjęto pierwszego brata katolika. W roku 1977 wstąpił do niej pierwszy Polak – brat Marek. Obecnie wspólnota liczy ponad stu braci (protestantów i katolików) z 25 krajów.

Od początku działalności na swą siedzibę bracia wybrali wioskę Taizé, jednak szybko ich działalność przekroczyła jej granice i rozprzestrzeniła się na cały świat. Już na początku lat 50. XX w. rozpoczęto działalność poza wioską, stopniowo na prawie wszystkich kontynentach założono fraternie, czyli miejsca, w których bracia organizują pomoc materialną i duchową dla najbiedniejszych.

Od końca lat 70. XX w. z inicjatywy brata Rogera wspólnota rozpoczęła coroczne Europejskie Spotkania Młodych: „Pielgrzymka Zaufania przez Ziemię". Ich celem jest szerzenie idei jedności i pojednania między ludźmi

Tabela 2. Miejsce oraz liczba uczestników Europejskich Spotkań Młodych (1978–2014)

Rok	Miejscowość	Liczba uczestników (w tys.)		
		ogółem	w tym z Polski	
			tys.	odsetek ogółu (%)
1978/1979	Paryż	15	–	–
1979/1980	Barcelona	15	–	–
1980/1981	Rzym	30	–	–
1981/1982	Londyn	20	–	–
1982/1983	Rzym	bd.	–	–
1983/1984	Paryż	25	–	–
1984/1985	Kolonia	bd.	–	–
1985/1986	Barcelona	20	–	–
1986/1987	Londyn	19	–	–
1987/1988	Rzym	24–33	–	–
1988/1989	Paryż	33	–	–
1989/1990	Wrocław	50	–	–
1990/1991	Praga	80	40,0	50,0
1991/1992	Budapeszt	75–80	32,0	40,0
1992/1993	Wiedeń	105	70,0	66,6
1993/1994	Monachium	80	28,0	35,0
1994/1995	Paryż	100–105	48,5	48,5
1995/1996	Wrocław	70	18,5	26,5
1996/1997	Stuttgart	70	18,5	26,5
1997/1998	Wiedeń	80	25,5	32,0
1998/1999	Mediolan	100	31,5	–
1999/2000	Warszawa	70	18,0	–
2000/2001	Barcelona	80	20,0	–
2001/2002	Budapeszt	74	26,5	36,0
2002/2003	Paryż	80–82	28,0	32,0
2003/2004	Hamburg	55–60	14,0	23,0
2004/2005	Lizbona	40	6,0	31,5
2005/2006	Mediolan	50	12,0	22,5
2006/2007	Zagrzeb	40	8,0	20,0
2007/2008	Genewa	40	9,0	22,5
2008/2009	Bruksela	40–70	9,0	22,5
2009/2010	Poznań	30	–	–
2010/2011	Rotterdam	30	9,0	22,5
2011/2012	Berlin	28–30	6,0	20,0
2012/2013	Rzym	40	12,0	30,0
2013/2014	Strasburg	30	4,5	15,0

Źródło: A. KOPIŃSKA (2006), zmienione.

oraz modlitwa o pokój na świecie (WOJACZEK 2007). Organizowane są one w jednym z miast europejskich co roku na przełomie grudnia i stycznia i trwają pięć dni (tab. 2). Spotkania przeznaczone są głównie dla młodzieży w wieku od 18 do 35 lat, młodsi mogą w nich uczestniczyć za zgodą rodziców. Uczestnicy przyjmowani są przez parafie i tam też spędzają większość czasu na modlitwach i katechezach. Goszczeni są przez rodziny lub zostają zakwaterowani w przystosowanych do tego obiektach publicznych (np. w szkołach). W noc sylwestrową w parafiach ma miejsce modlitwa o pokój, a następnie odbywa się zabawa, zwana Świętem Narodów. Organizacja imprezy w znacznym stopniu opiera się na wolontariacie. Spotkania Młodych (będące swoistą pielgrzymką) poprzedzają kilkumiesięczne spotkania przygotowawcze w macierzystych diecezjach.

W latach 1978–2013 odbyło się 36 Europejskich Spotkań Młodych w 14 krajach kontynentu. Najczęściej na miejsce spotkań wybierano Paryż (pięć razy), Rzym (cztery razy) i Barcelonę (trzy razy). W Polsce młodych przyjmowano dwukrotnie we Wrocławiu oraz w Warszawie i Poznaniu. Analizując dane dotyczące liczby uczestników widać wysoki odsetek pielgrzymów z Polski, nawet do 66,6% w 1992 r. w Wiedniu. Istotną cechą spotkań jest ich ekumeniczny charakter i otwartość, także na osoby niewierzące. Impreza skupia wokół siebie młodych (katolików, protestantów, prawosławnych i niewierzących), dla których istotnym dobrem jest pokój na świecie. Przebywając ze sobą młodzi ludzie zapoznają się także z kulturą innych narodów, m.in. podczas zabawy sylwestrowej poszczególne grupy narodowe prezentują własne tradycyjne tańce i piosenki.

Ogólnopolskie Spotkania Młodzieży „Lednica 2000"

Pierwsze spotkanie młodych na Lednicy zorganizowano w 1997 r. z inicjatywy dominikanina o. Jana Góry oraz duszpasterstwa dominikanów z Poznania. „Lednica 2000" to inicjatywa realizująca początkowo program przygotowań do Wielkiego Jubileuszu (2000 r.) poprzez liturgię trzech nabożeństw: do Boga Ojca, do Syna i do Ducha Świętego. Od tego czasu wydarzenie to stało się największym corocznym spotkaniem religijnym młodzieży w Polsce (tab. 3). Opiekunem duchowym całego przedsięwzięcia jest papież Jan Paweł II, który jeszcze za życia łączył się myślami z Lednicą i corocznie przesyłał młodym swe przesłanie. Inicjatywa ta kontynuowana była przez Benedykta XVI, a obecnie przez papieża Franciszka. Wybór Lednicy jako miejsca spotkań jest bardzo symboliczny i nawiązuje do miejsca chrztu Mieszka I w 966 r. Impreza zawsze odbywa się w pierwszą sobotę

czerwca na Polach Lednickich (wieś Imiołki), będących własnością ojców dominikanów.

Tabela 3. Liczba uczestników i tematyka Spotkań Młodych na Lednicy (1997–2014)

Rok/data		Liczba uczestników (w tys.)	Hasło
1997	2 czerwca	20	Trzeba iść...
1998	30 maja	40	Nigdy sami...
1999	4 czerwca	70	Zobaczyć cel...
2000	10 czerwca	70	Wybierz Chrystusa!
2001	2 czerwca	90	Musisz tam być, aby dać się zapisać...
2002	18 maja	100	Wesele w Kanie Galilejskiej!
2003	7 czerwca	130	Nabożeństwo talentów
2004	29 maja	160	Daj się złowić w sieć Miłości!
2005	4 czerwca	150	Spotkajmy się u Źródła
2006	3 czerwca	70	Chrystus drogą
2007	2 czerwca	45	Poślij mnie!
2008	7 czerwca	70	Nazwałem Was Przyjaciółmi!
2009	6 czerwca	97	Rozpoznaj czas!
2010	5 czerwca	80	Kobieta- dar i tajemnica
2011	4 czerwca	80	JP II – liczy się świętość!
2012	2 czerwca	60	Miłość Cię znajdzie!
2013	1 czerwca	80	W imię Ojca
2014	7 czerwca	70	W imię Syna

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych organizatora.

Kulminacyjnym punktem spotkania jest zawsze przejście przez Bramę Tysiąclecia – tzw. bramę rybę, kończące nocny program modlitewny. Całodniowy program wypełniony jest nabożeństwami oraz wieloma atrakcjami, dzięki którym „Lednica 2000" coraz bardziej przypomina widowiska czy festiwale religijne. Przykładowo w 2014 r. miała miejsce Procesja Orłów, której uczestnicy odziani w białe szaty w tanecznym rytmie przemierzali lednickie łąki, a całość zamykali ułani na koniach. Kilkuset harcerzy organizowało tańce, uczestnicy mogli także podziwiać spektakl baletowy. Odbył się również pokazowy przelot samolotu, z którego na spadochronie wyskoczył skoczek z Biblią w ręku. Taka formuła imprezy z wyraźnymi elementami rozrywkowymi sprawia, że ewangelizacja przebiega w radosnej atmosferze i jest nią zainteresowanych wielu młodych ludzi. W ostatnich latach coraz częściej przybywają także uczestnicy z zagranicy: z Włoch, Niemiec, Francji, Irlandii czy Australii.

Modele katolickich młodzieżowych imprez masowych

Powyżej przedstawione imprezy młodzieżowe posłużą próbie wypracowania ogólnego modelu tego typu wydarzeń religijnych. Jako wzorzec wykorzystano model dotyczący tzw. markowych wydarzeń turystycznych – *hallmark events* (GETZ, SVENSSON, PETERSSEN, GUNNERVALL 2012). W modelu tym autorzy wyróżnili trzy podstawowe cele oraz trzy najważniejsze procesy służące osiągnięciu tych celów. Za cele te uznano wykreowanie: 1) atrakcyjności wydarzenia, 2) stosownego wizerunku i marki produktu oraz 3) korzyści płynących dla miejscowej wspólnoty i inwestorów. Za najistotniejsze procesy zapewniające sukces omawianym działaniom uznano: trwałość zjawiska, odpowiednio prowadzony marketing oraz zapewnienie właściwej organizacji i pozyskanie źródeł finansowania. Model ten nie może być wprost przeniesiony do analizowanych wydarzeń religijnych, gdyż produkty flagowe (markowe) w tym modelu ściśle wiążą się z określonym miejscem – miejscowością, miastem czy regionem, i jego lokalną społecznością, podczas gdy – jak wiadomo – Światowe Dni Młodzieży i Spotkania Wspólnoty Taizé mają różny charakter, organizowane są cyklicznie, ale ze zmienną lokalizacją. Wymóg stałości miejsca spełniony jest natomiast w przypadku spotkań na Lednicy, jednak tutaj główny pion organizacyjny tworzy nie miejscowa wspólnota, ale grupa młodzieży związana z duszpasterstwem dominikanów w Poznaniu. W samej grupie rozpatrywanych wydarzeń zachodzą też istotne różnice dotyczące skali zjawiska. Światowe Dni Młodzieży można uznać za „megaeventy", spotkania wspólnoty Taizé mają wymiar międzynarodowy, ale w znacznie mniejszej skali, zaś Lednica ma przede wszystkim wymiar krajowy. Wydaje się jednak, że w istocie w przebiegu samego zjawiska można wskazać wspólne elementy oraz podobne procesy gwarantujące ich trwanie i rozwój. W zmodyfikowanej formie wpisują się też one w przytoczony wyżej model, a dwa podstawowe cele zostają zachowane i można je rozpisać następująco:

1. **Atrakcyjność**

Jest to cel, a zarazem warunek konieczny pomyślności wydarzenia. Ponieważ mamy do czynienia z wydarzeniami religijnymi, podstawowym ich przesłaniem jest ewangelizacja młodzieży. Przekazywane nauki w treści nie różnią się zatem od oficjalnej nauki Kościołów i związków chrześcijańskich. W programie spotkań centralną rolę odgrywa Eucharystia lub modlitewne czuwanie. Jednak ta niezmienna treść podawana jest w innej aniżeli tradycyjna formie. Dlatego za podstawowe czynniki religijne należy

uznać odpowiednie duszpasterstwo oraz wiodącą rolę charyzmatycznych przywódców. Kulminacyjny moment Światowych Dni Młodzieży to liturgia i spotkanie z papieżem, a w przypadku spotkań młodych w Taizé – wspólna modlitwa z przewodniczącym wspólnoty, natomiast za Lednicą, związaną duchowo także z Janem Pawłem II, stoją wieloletnie wysiłki ojca Jana Góry. Atrakcyjność formy zapewniają widowiska muzyczne i baletowe (o treści religijnej), wspólne śpiewy i tańce, dialog prowadzących z młodzieżą, powietrzne pokazy i inne przedsięwzięcia.

Ważne znaczenie ma również miejsce, zazwyczaj duże i ciekawe turystycznie miasto. Nie bez znaczenie jest także sposób zapewnienia noclegów i wyżywienia. Poza Lednicą, uczestnicy zatrzymują się w domach goszczących ich rodzin. Jest to istotne także ze względów finansowych, młodzież może spędzić kilka dni w atrakcyjnym mieście ponosząc niewielkie koszty.

W sferze przeżyć dla części będzie to spełnienie duchowe, spotkanie z *sacrum*, dla wielu przygoda i możliwość kontaktu z rówieśnikami. Dla wszystkich poczucie wspólnoty i radosnej zabawy, jednak zaprogramowanej na ukazywanie i utrwalanie określonych wartości. Atrakcyjność omawianych zgrupowań młodzieży powoduje, że uczestniczą w nich także młodzi ludzie poszukujący własnego miejsca i wiary, a nawet niewierzący.

2. **Wizerunek i marka produktu**

Bez odpowiedniej polityki władz kościelnych i duchownych oraz bez promocji omawianych wydarzeń w mass mediach nie byłyby one z pewnością tak popularne wśród młodzieży. Każde z wydarzeń można już dzisiaj uznać za produkt markowy, rozpoznawalny szeroko w świecie lub kraju. Każdy Światowy Dzień Młodzieży ma swoje logo, hymn, patronów i wiodące hasło. Na zakończenie tego święta przekazywany jest krzyż przedstawicielom miasta, w którym zorganizowane zostanie kolejne spotkanie. Własne symbole ma również Lednica, np. w 2014 r. były to pierścień synostwa i banknot wdzięczności. Na spotkania ekumeniczne przewodniczący Taizé co roku przygotowuje okolicznościowy list do młodych. Wydawane są okolicznościowe foldery czy koszulki lub inne tego typu pamiątki.

W oryginalnym modelu przywołanym powyżej cel trzeci zorientowany jest na korzyści dla lokalnej wspólnoty i inwestorów. Ze względu na religijną specyfikę omawianych wydarzeń i ich jednokrotny w danym miejscu charakter, korzyści płynące z imprez dla lokalnych społeczności mają przede wszystkim wymiar wizerunkowy i promocyjny. Ekonomicznie odnotowywane są raczej straty aniżeli profity finansowe. Dlatego też w naszym modelu za trzeci cel przyjęłyśmy:

3. **Organizowanie określonych wspólnot skupionych wokół wydarzeń**

Dotyczy to zarówno organizatorów, uczestniczącej młodzieży, jak i miejscowej społeczności. Wspólnoty te realizują zadania pozwalające na zorganizowanie i przeprowadzenie imprezy oraz jej trwanie w dłuższym czasie. Są to przede wszystkim komitety organizacyjne różnych szczebli oraz szerokie grono wolontariuszy. Wolontariusze organizują się w określone sekcje, np. porządkową, ratownictwa medycznego, służby liturgicznej. Wielu uczestników spotyka się także w mniej lub bardziej formalnych grupach między imprezami, na rekolekcjach, spotkaniach katechetycznych czy towarzysko. W ten sposób dany Kościół czy dana wspólnota religijna realizuje też cele formacyjne i skupia młodych wokół siebie.

Procesy wymienione w modelu markowych wydarzeń turystycznych są również istotne w funkcjonowaniu masowych wydarzeń religijnych. Trwałość tych wydarzeń pozwala im na stałe wpisać się w życie religijne Kościoła i wspólnot religijnych. Dzięki temu stają się one znanym i stabilnym produktem religijnym, kojarzonym z odpowiednią jakością. Wyrobiona marka przyciąga nowych uczestników i zapewnia grono stałych sympatyków. Wszystko to nie byłoby możliwe bez odpowiednich działań marketingowych oraz pozyskania sponsorów i innych źródeł finansowania oraz bez bardzo aktywnego wolontariatu. W marketingu, co wyraźnie podkreślają autorzy modelu, należy dbać o utrzymanie bliskich relacji turystyki i turystów z sektorem gospodarzy. W przypadku młodzieżowych imprez religijnych ten problem jest wyjątkowo istotny i organizatorzy powinni być świadomi jego ważności. Młodzież w wielu sytuacjach korzysta bowiem z gościnności gospodarzy, mieszka u rodzin, bierze udział w życiu parafii czy lokalnych wspólnot religijnych. Wprawdzie budowanie wydarzenia religijnego o szerokim zasięgu oddziaływania – w przeciwieństwie do hallmarków – w niewielkim stopniu opiera się na tożsamości i wartościach wspólnoty lokalnej, jednak z racji samego charakteru wydarzenia można tu mówić o pewnych wartościach uniwersalnych tworzących społeczne zaplecze i pozwalających wypracować spójny wizerunek imprezy. Dlatego też w zadaniach promocyjnych i marketingowych nie sposób pominąć znaczenia czynnika ludzkiego i społecznego.

Wskazane byłoby, aby organizatorzy imprez religijnych w większym stopniu aniżeli dotychczas zwracali uwagę na następujące problemy podkreślane przez autorów modelu w odniesieniu do prawidłowego przebiegu omawianych procesów:

- marketing: działania mające na celu poprawę jakości imprezy (program, usługi, komunikacja społeczna), silna promocja, zacieśnianie więzi z miejscową wspólnotą, wprowadzanie nowych elementów;
- organizacja imprezy: prowadzenie działań aktywujących różne własnościowo podmioty – organizacje charytatywne, użytku publicznego, wolontariaty, przedsiębiorstwa komercyjne oraz władze religijne, samorządowe i krajowe, kalkulacja kosztów i szukanie najbardziej optymalnych rozwiązań, właściwe przygotowanie wolontariuszy, nagradzanie rozwiązań innowacyjnych;
- zapewnienie trwałości imprezy: zawieranie stosownych umów z podmiotami odpowiedzialnymi za przygotowanie i realizację imprezy, uświadomienie określonym podmiotom ewentualnych korzyści i ryzyka strat, monitorowanie i prognozowanie trendów w dłuższych okresach, zatrudnienie wysokiej klasy specjalistów w celu przygotowania właściwej strategii, zwrócenie uwagi na problemy środowiskowe, zwłaszcza ochronę środowiska.

Podsumowanie

Wydarzenia religijne dla wielu młodych ludzi mogą być atrakcyjną formą spędzania czasu. Niektóre z nich mają charakter masowy, gromadząc tysiące czy miliony uczestników. Należą do nich również młodzieżowe spotkania o charakterze religijnym. Można uznać je za znaki czasu, bowiem pojawiły się wraz z rosnącym zapotrzebowaniem na nowe formy ewangelizacji i duchowości. Pomimo dominującego czynnika religijnego w ich formie i mechanizmach działania można znaleźć wiele elementów wspólnych z innymi imprezami turystycznymi. Wielu zarzuca im zbyt silną komercjalizację i kościelny marketing, co na pewno nie mija się z prawdą. Można to jednak odebrać jako kolejny znak naszych czasów, w których określenie „produkt religijny" czy „rynek religijny" coraz rzadziej ma wymiar pejoratywny. Zaprezentowane w tym opracowaniu wydarzenia religijne z pewnością można uznać z wielu względów za wartościowe produkty religijne. Są one wartością dla młodzieży, spełniają jej oczekiwania, wprowadzając zupełnie nowe, stosowne do czasu, formy życia religijnego.

BIBLIOGRAFIA

GETZ D., 2012, *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Routledge, London.

GETZ D., SVENSSON B., PETERSSEN R., GUNNERVALL A., 2012, *Hallmark events: definition, goals and planning process*, „International Journal of Event Management Research", 7, 1–2, s. 47–67, www.ijemr.org.

HÄUßERMANN H., SIEBEL W., 1993, *Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik*, [w:] W. Siebel (red.), *Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte, Opladen, Westdt*, Verl., s. 7–31.

HÄUßERMANN H., SIEBEL W., 1998, *Festivalisierung der Stadtentwicklung, Werk, Bauen, Wohnen*, Juni, s. 20–29.

JAFARI J. (red.), 2000, *Encyklopedia of tourism,* Routledge, London.

KARPIŃSKA-KRAKOWIAK M., 2009, *Festivalization of the city. Contemporary examples,* „The Urban People Magazine", 11, 2, http://lidemesta.cz/index.php?id=607; 20.06.2014 r.

KOPIŃSKA A., 2006, *Udział Polaków w Europejskim Spotkaniu Młodych w Lizbonie 2004/2005*, „Peregrinus Cracoviensis", 17, s. 101–112.

OSTWAL C., 2003, *Secular Steeples. Popular Culture and the Religious Imagination*, Trinity Press International, Harrrisburg–London–New York.

RATKOWSKA P., 2010, *O festiwalu w kontekście turystyki kulturowej, czyli turystyka eventowa raz jeszcze,* „Turystyka Kulturowa", 6, www.turystykakulturowa.org.

WOJACZEK M., 2007, *Ekumeniczny sylwester*, „Posłaniec Serca Jezusowego", 12, 42.

ZUCHNIEWICZ P., 2005, *Szukałem was. Jan Paweł II i Światowe Dni Młodzieży*, Krajowe Biuro Organizacyjne ŚDM, Siedlce.