

Ks. Marek Łuczak*

Katowice

PIELGRZYMKI JANA PAWŁA II W ŚWIETLE SONDAŻY OBOP

Pontyfikat Jana Pawła II od lat w dużej mierze kojarzony jest z pielgrzymkami. Od samego początku odgrywały one bardzo ważną rolę dla samego papieża, jak i całego Kościoła. Były jednym z najistotniejszych elementów jego duszpasterskiej strategii. Niewątpliwie miały one charakter pastoralny.

Program duszpasterski Kościoła kształtowany był w Polsce m.in. przez wizyty apostolskie papieża. Z jednej strony można upatrywać w nim swoistego programiście Kościoła w Polsce, z drugiej – on sam był faktorem tego programu, któremu zawsze towarzyszył określony kontekst. W niniejszym opracowaniu autor jako cel refleksji wyznaczył sobie analizę wspomnianego kontekstu. Ograniczył się przy tym do sondaży, jakie były publikowane przy okazji kolejnych wizyt papieskich w OBOP – najstarszym instytucie badawczym w Polsce.

W badaniach podejmuje się często refleksję opartą na analizie relacji prasowych. Z punktu widzenia metodologii możemy w tym przypadku mówić o analizie dokumentów¹. W ten nurt badawczy wpisuje się także poznawcze penetrowanie raportów z badań opinii publicznej. One także, podobnie jak inne zapisy dokumentujące określone wydarzenia, są zwierciadłem ukazującym społeczne reminiscencje papieskiego pielgrzymowania do Polski. Z jednej strony są źródłem wiedzy na temat przebiegu pielgrzymek, ich znaczenia i skutków, z drugiej – dostarczają informacji na temat klimatu panującego wówczas w związku z totalitarnym systemem władzy. Ankieterzy

* **Marek Łuczak**, ks. dr – ur. w 1972 roku; doktorat z nauk humanistycznych z zakresu socjologii na Uniwersytecie Śląskim w 2002 roku; publikacje z zakresu socjologii i katolickiej nauki społecznej. Jest także publicystą „Tygodnika Powszechnego” i „Gościa Niedzielnego”.

¹ Por. J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice 1995, s. 140 n.

OBOP ograniczali się w swej badawczej aktywności jedynie do niektórych kwestii, skrzętnie pomijając inne. Na pierwszy plan wysunęły się dla nich pytania o ocenę telewizyjnej obsługi wizyt apostolskich czy próby oszacowania liczby bezpośrednich uczestników spotkań z papieżem. W miarę upływu czasu wśród kategorii, którymi posługiwali się badacze, zaczęły dochodzić do głosu zagadnienia religijne. Zawsze jednak sondaże nie tylko odzwierciedlały kształt pielgrzymek i charakter ich społecznych odniesień, ale także ówczesne zapotrzebowanie na konkretną wiedzę. Tak więc obok próby odpowiedzi na pytanie o kształt społecznych nastrojów towarzyszących papieskim wizytom w ojczyźnie, w niniejszym opracowaniu znajdzie się także próba metodologicznej oceny sondaży. Socjologowie badają ten instrument pod względem jego zdolności do manipulowania społeczeństwem. Sondaże są przecież zamawiane przez określone podmioty, więc wspomniane zapotrzebowanie jest zwykle przez nie zdeterminowane. Ryszard Dyonizak w swoim opracowaniu na ten temat zaznacza:

W Polsce po II wojnie światowej sondaże socjologiczne przyjmowały się stopniowo. W latach 1948–1956 władze państwowe wręcz zabraniały tego typu badań. Ale nawet po 1957 roku sondaże przeprowadzane były (poza ośrodkiem badań opinii przy rozgłośni Polskiego Radia, a później również Telewizji) tylko na określone tematy [...] wybiórczo i pod cenzurą².

To selektywne podejście do wiedzy w przypadku poszczególnych badań nie zawsze musi być źródłem metodologicznego nieporządku. Wszystkie badania są podporządkowane określonym założeniom. W pewnym sensie więc mają one charakter selektywny. Nie musi to jednak powodować błędów metodologicznych, a jedynie prowadzi do fragmentaryzacji wiedzy.

W niniejszym opracowaniu poprawność badań przeprowadzonych przez OBOP nie jest przedmiotem analizy. Same raporty jednak mogą być źródłem informacji na temat znaczenia papieskich wizyt do Polski. Oprócz rezultatów badań, autora interesowało, jakie pytania stawiali ankieterzy, o co chodziło im w sondażach? Niezależnie od powyższej kwestii, także wyniki badań z dzisiejszej perspektywy mogą być bardziej interesujące. Upływ czasu bowiem stworzył dystans, który umożliwia lepszą interpretację papieskiego pielgrzymowania do Polski.

ZAINTERESOWANIE PIELGRZYMKĄ I PRZYGOTOWANIE WIERNYCH

Przed każdorazowym przybyciem Jana Pawła II do Polski wśród raportów OBOP pojawiało się najwięcej analiz dotyczących zainteresowania Polaków wizytą papieża. Im starsze raporty, tym więcej uwagi poświęca się w nich relacjom telewizyjnym. Pytania stawiane były według stałego szablonu: od ogółu (czy jesteś zainteresowany

² R. Dyonizak, *Sondaże a manipulowanie społeczeństwem*, Kraków 1997, s. 7.

pielgrzymką?) do kwestii bardziej szczegółowej: (czy obejrzysz transmisję z uroczystości?, względnie: czy osobiście weźmiesz w niej udział?).

W raportach widoczny jest także silny związek rezultatów badań z kontekstem sytuacyjnym pielgrzymki. Na przykład w Skoczowie największe zainteresowanie było wśród mieszkańców południowej Polski.

Pierwsze badania opinii publicznej przeprowadzone przez OBOP w związku ze zbliżającym się przyjazdem Jana Pawła II do Polski ograniczały się głównie do kwestii telewizyjnej obsługi tego wydarzenia. Ankieterzy pytali przy tej okazji także o ewentualny bezpośredni udział Polaków w spotkaniach z papieżem.

Wybór Karola Wojtyły na papieża musiał być zaskoczeniem dla polskich władz. Relacja z kształtu społecznych nastrojów przedstawiona przez OBOP w raporcie nie podejmowała zbyt wielu kwestii. Co ciekawe, wysoki odsetek respondentów, deklarujących swoją wiedzę na temat pielgrzymki, choć mógł być interpretowany jako wskaźnik dużego zainteresowania tym wydarzeniem, przez komentatorów OBOP został potraktowany jako wskaźnik dobrej pracy dziennikarzy. Napisali oni w raporcie:

Poinformowanie badanych o planowanej wizycie papieskiej jest powszechne: słyszało o niej 98%, dotychczas nie słyszało 2% ogółu. Niemal cztery piąte badanych potrafiło dokładnie określić termin pobytu papieża w Polsce, pozostali nie orientowali się lub podawali błędny termin wizyty³.

Bardzo ciekawa jest także analiza danych szacunkowych, dotyczących ewentualnej obecności na uroczystościach. Raport wspomina o 12% osób chcących wziąć udział we wspomnianych uroczystościach, ale jednocześnie zastrzega ewentualne zmiany.

Zamiany badanych dotyczące bezpośredniego udziału w uroczystościach związanych z pobytom papieża mogą w ciągu 6 tygodni [...] ulegać zmianom w zależności od wielu czynników, między innymi takich, jak stanowisko i propaganda Kościoła, sam przebieg wizyty oraz zachowania zdeterminowane „psychologią tłumu”⁴.

Retoryka niniejsza jest dostatecznym przykładem traktowania przez ówczesnych socjologów kwestii odnoszących się do wiary. Propaganda – jako pojęcie – wywodzi się wprawdzie z kościelnego obszaru kulturowego (*propaganda fidei* – rozkrzewianie wiary), jednak w kontekście raportów badań, jego konotacja zdecydowanie odbiegała od pierwotnej i miała pejoratywny oddźwięk. Jest paradoksem, że praktyka propagandy imputowana Kościołowi przez analityków jest traktowana *par excelances* jako owoc systemu totalitarnego. „Po II wojnie światowej upowszechniła się świadomość negatywnych konotacji, ujemnego wartościowania

³ Archiwum OBOP, sygnatura K07/157/79, s. 1.

⁴ Tamże, s. 3, 4.

słowa »propaganda«, głównie ze względu na pamięć praktyk totalitarnych”⁵. W cytowanym wyżej fragmencie raportu OBOP widać także symptomy wartościowania, które z metodologicznego punktu widzenia jest niewłaściwe na gruncie badań społecznych. Jest to niewątpliwie echo ideologizacji socjologii, która w systemach totalitarnych zawsze narażona jest na tego typu negatywny rys charakterystyczny.

Kwestie dotyczące przekazu telewizyjnego w kolejnych latach schodzą na plan dalszy. W 1983 roku w badaniach na ten temat nie ma już prawie mowy, a przynajmniej jest inna proporcja. Nie tylko więc pojawia się szersza perspektywa spraw, o które pytają ankieterzy, ale pozostałe kwestie stają się bardziej zasadnicze.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że wspomniana pielgrzymka odbywała się w roku, w którym silne jeszcze było echo stanu wojennego. Cenzura i szykany spowodowały głód wolności słowa. Ta prawidłowość uwidoczniła się niewątpliwie w wynikach badań dotyczących oczekiwania Polaków pod względem relacji telewizyjnej. W tym właśnie roku głód informacji na temat pielgrzymki w TV był rekordowo wysoki i wynosił – 51% wskazań na odpowiedź: „Telewizja powinna poświęcić wizycie jak najwięcej czasu, choćby kosztem całego programu”⁶. Nigdy później, ani wcześniej, nie było tak wielkiego zainteresowania Polaków telewizyjną relacją.

Mimo trwającego w 1987 roku systemu totalitarnego, w pytaniach ankieterów pojawiły się kategorie religijne. Sposób stawiania pytań dał też okazję ukazania wiernych w pozytywniejszym świetle. Respondenci na przykład w 44% specjalnie śledzili wiadomości na temat tej wizyty, a w 50% w ogóle przyznali się do napotykania informacji w mediach na wspomniany temat. W tym samym badaniu respondenci wskazywali także na najistotniejsze powody swego zainteresowania pielgrzymką: 47% deklaruje, że będzie ona miała dla nich charakter głębokiego przeżycia religijnego; 21% wyraża zainteresowanie tym, co papież powie w swoich homiliach⁷.

Po raz pierwszy w badaniach z 1987 roku widać zainteresowanie ankieterów zagadnieniami religijnymi na większą skalę. Dla OBOP wskaźnikiem zainteresowania pielgrzymką staje się na przykład spowiedź czy przyjęcie Komunii św.⁸ W 1987 roku widać więc już zdecydowanie na przykładzie sondaży OBOP powiew zbliżającej się wolności.

Spadek zainteresowania pielgrzymką można zauważyć w 1991 roku. Wtedy też społeczeństwo polskie ponosiło, jeśli nie największe, to z całą pewnością najbardziej szokujące koszty przemian. Prawdopodobnie też wówczas dochodziły do głosu postawy antyklerykalne.

W raporcie z 1997 roku w temacie przygotowania wiernych do pielgrzymki podjęto kwestie ich przystąpienia do Komunii św. i do spowiedzi, udziału w spotkaniach organizowanych

⁵ B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 5.

⁶ Por. Archiwum OBOP, sygnatura K/23/283/83, s. 3.

⁷ Por. Archiwum OBOP, sygnatura K/16/436/87, s. 1–5.

⁸ Por. tamże.

przez parafie, manifestacji religijnych i patriotycznych, homilii, wiary, systemów wartości, sporów politycznych. W tych też badaniach pojawiła się kwestia religijności Polaków: czy czytają Pismo Święte, dokumenty papieskie. Wówczas też nastąpił wzrost wskazań na kategorie o charakterze religijnym⁹.

Po wizycie Jana Pawła II w Polsce z 1999 roku, zainteresowanie przesłaniem papieża było, według wyników badań OBOP, jeszcze większe. Prawie dwie piąte Polaków (37%) twierdziło, że słuchało wszystkich lub prawie wszystkich przemówień i homilii Jana Pawła II, a ponadto przeszło dwie piąte (45%) deklarowało, że słuchało niektórych z nich. Prawie co ósma osoba (13%) przyznała, że słuchała tylko nielicznych wystąpień, a co dwudziesta (5%) – że w ogóle ich nie słuchała¹⁰.

OCZEKIWANIA I OCENY

Głód informacji widoczny na przykładzie raportów OBOP prawdopodobnie wiązał się ze wzrostem społecznego znaczenia papieskich pielgrzymek. Ankieterzy pytali w 1983 roku, jakie są zamiary i oczekiwania dotyczące wizyty papieża w Polsce. W jednym z sondaży pytali o to, co przyniesie krajowi i społeczeństwu wizyta papieża Jana Pawła II. Warto zauważyć, że to pytanie nie obejmowało osobistych, indywidualnych oczekiwań, a jedynie kwestie ogólnopaństwowe. Odpowiednio, według malejącego odsetka wypowiedzi, respondenci wymieniali: zwiększenie optymizmu społecznego, spokój w kraju i osiągnięcie stabilizacji życia społecznego, jedność społeczeństwa polskiego, poprawa stosunków międzyludzkich w kraju. Znamienne, że na końcu pojawiły się tutaj takie kategorie wypowiedzi: umocnienie wiary katolickiej w Polsce oraz poprawa stosunków państwo-Kościół¹¹.

W raportach OBOP pojawiały się także próby oceny społeczeństwa polskiego przez pryzmat osoby Jana Pawła II. Ankieterzy pytali, w jaki sposób papież oceniłby kierunek zmian w Polsce. Które dziedziny życia społecznego uznałby za pozytywne, a które oceniłby krytyczniej? Niemal we wszystkich zestawieniach najlepiej Polacy oceniali swoją religijność, kształt życia rodzinnego, stosunek Polaków do innych narodowości. Na ostatnim miejscu w rankingu pojawiały się odpowiednio – troska rządzących o dobro całego społeczeństwa, relacje między Polakami o różnych poglądach politycznych oraz przestrzeganie przez ludzi zasad moralnych.

Podczas niemal wszystkich wizyt apostolskich Jana Pawła II przedmiotem zainteresowania sondaży była także percepcja jego nauczania. Ankieterzy stawiali badanym pytania o to, jak zapamiętali przesłanie Jana Pawła II. Po ostatniej pielgrzymce (2002 rok), słowa papieża zapisały się w pamięci zdecydowanej większości Polaków (76%).

⁹ Por. Archiwum OBOP, sygnatura K/066/97, s. 1–12.

¹⁰ Por. Archiwum OBOP, sygnatura K 088/99, s. 1, 2.

¹¹ Por. Archiwum OBOP, sygnatura K/23/283/83, s. 1.

Tematem przewodnim ówczesnej pielgrzymki było miłosierdzie i w spontanicznych odpowiedziach badanych stosunkowo najczęściej przywoływane były wypowiedzi odnoszące się do miłosierdzia Bożego (21%) i miłosierdzia wobec ubogich (13%). Samo hasło: *Bóg bogaty w miłosierdzie* zapamiętało 2% ankietowanych. W tym przypadku można mówić o niewielkim odsetku, skoro badania przeprowadzone były 24–26 sierpnia 2002 roku, więc w niedługim czasie po spotkaniu z Janem Pawłem II¹². Zdecydowana większość Polaków zapamiętała jednak treści związane z papieskimi pielgrzymkami.

W 1999 większość społeczeństwa uważała, że przyjazd Jana Pawła II do Polski wpłynie na podniesienie Polaków na duchu – 79% oraz że umocni się pozycja Kościoła katolickiego w Polsce – 70%.

Niewiele ponad połowa respondentów twierdziła, że dzięki tej wizycie wzmocnią się i uaktywnią chrześcijańskie ruchy i partie polityczne – 54%, wzrośnie znaczenie Polski na arenie międzynarodowej – 51%, zwiększy się zaufanie do Kościoła – 51%.

Znamienne, że najmniej osób twierdziło wówczas, iż pod wpływem papieskiej wizyty zmniejszy się pijaństwo 14%, że Polacy będą lepiej pracować – 18%. W porównaniu z badaniami sprzed dwóch lat, o 10% wzrosło przekonanie, że papieska pielgrzymka spowoduje umocnienie pozycji Kościoła w społeczeństwie¹³.

W spontanicznych odpowiedziach na pytanie o słowa Jana Pawła II, które szczególnie mocno utkwiły w pamięci, stosunkowo najczęściej, bo prawie przez jedną trzecią (31%) społeczeństwa, przywoływane były wypowiedzi papieża odnoszące się do stosunków międzyludzkich – wezwania do miłości, wzajemnego szacunku, solidarności i zgody między ludźmi. W pamięci co dziesiątego Polaka dobrze zapisały się również wezwania Ojca Świętego do rządzących w państwie, by troszczyli się o los słabszych grup społecznych (biednych, bezrobotnych, rolników) i zwracali uwagę na problemy społeczne, a także na koszty reform. Prawie tyle samo ankietowanych (8%) zapamiętało wypowiedź „nie ma solidarności bez miłości”.

Niemal powszechne – wyrażone przez 90% badanych – było w naszym społeczeństwie przekonanie, że papież pozytywnie oceniłby religijność Polaków. Stosunkowo najbardziej negatywnie – w opinii prawie połowy respondentów (49%) – oceniłby troskę rządu o dobro całego społeczeństwa, a szczególnie ludzi biednych. Zdaniem badanych, Jan Paweł II zadowolony mógłby być również z rodaków pod względem takich aspektów, jak życie rodzinne, sposób wychowywania dzieci i młodzieży, tolerancja w sferze religijnej i narodowościowej, kierunek zmian zachodzących w Polsce i patriotyzm. Znacznie słabiej papież oceniłby w naszym społeczeństwie przestrzeganie norm moralnych i uczciwość w życiu codziennym, relacje między ludźmi o różnych poglądach politycznych, czy stosunki międzyludzkie: zyczliwość i wzajemną pomoc¹⁴.

¹² Por. Archiwum OBOP, sygnatura K/114/02, s. 2 n.

¹³ Por. Archiwum OBOP, sygnatura K/88/99, s. 1.

¹⁴ Tamże.

* * *

Analiza raportów OBOP realizowanych w związku z papieskimi wizytami w Polsce wskazuje na ich duże znaczenie społeczne. Było ono zauważalne od samego początku pontyfikatu Jana Pawła II, choć bezpośrednio powody coraz poważniejszego traktowania pielgrzymek przez autorów badań były różne. Im starsze sondaże, tym większy akcent kładziony był na medialną stronę zagadnienia. Prawdopodobnie też badania w tamtym czasie były zamawiane przez Komitet ds. Radia i Telewizji i miały służyć legitymizacji tej instytucji w oczach ówczesnych władz. Stąd też ankieterzy skupiali się w tamtym okresie na stopniu poinformowania społecznego o terminie pielgrzymki, ewentualnie o miejscach spotkań z papieżem.

Perspektywa czasowa przeprowadzania sondaży związanych z wizytami apostołskimi ukazuje także proces doskonalenia instrumentarium badawczego. Im młodsze raporty, tym więcej pytań w kwestionariuszu oraz dalszych korelacji czy innych zestawień statystycznych. Z jednej strony dowodzi to wzrostu znaczenia pielgrzymek, z drugiej pokazuje postęp w metodologii badań empirycznych.

Stopniowe wyzwalanie się spod panowania ideologii totalitarnej odbiło się także na jakości i kształcie badań. Wśród pytań stawianych respondentom stopniowo pojawiały się kategorie ściśle religijne. Pielgrzymka papieska była coraz mniej ważnym wydarzeniem wagi państwowej, a coraz bardziej źródłem religijnych i duchowych przeżyć.

Na podstawie dostępnych materiałów byłoby trudno dokonać wiarygodnej oceny pod względem poprawności przeprowadzanych badań. Wydaje się, że dane publikowane nawet w najdawniejszych czasach nie budzą większej wątpliwości. Jedynym zarzutem jest selektywność materiału. Im później przeprowadzano sondaż, tym szersza była perspektywa badawcza.

Jeśli chodzi o poziom religijności, którego wskaźnikiem był udział wiernych w pielgrzymkach oraz percepcja papieskiego nauczania – na podstawie badań można się wypowiadać głównie o późniejszych wizytach Jana Pawła II w ojczyźnie. Wczesniejsze analizy nie były dostatecznie obszerne pod względem podejmowanych zagadnień. Polskie społeczeństwo można scharakteryzować pod tym względem następująco: od wzrostu zainteresowania nauczaniem i osobą papieża w latach osiemdziesiątych, przez spadek z początkiem lat dziewięćdziesiątych, do następnego wzrostu, który odnotowano później.

Różnice w podejściu ankietowanych do papieskich pielgrzymek wynikały po części z różnic ich charakteru. W 1979 roku papież starał się umocnić rodaków w wierze, dokonywał zarazem gigantycznych wysiłków ku obudzeniu w nich nowego dynamizmu apostołskiego. Apelowwał wciąż o dialog ze współczesną kulturą i o harmonię między duchowym dziedzictwem Polaków a wyzwaniem liberalnego świata. O ile w latach 80. nauczanie Jana Pawła II owocowało wyzwoleniem sumień Polaków z totalitarnego zniewolenia, o tyle później przyczyniło się do wyzwolenia Polaków

z partykularnego zamknięcia ku odkryciu odpowiedzialności nie tylko za własną tożsamość, lecz także za duchowy kształt Europy.

Prawdopodobnie ostateczny bilans pielgrzymek Jana Pawła II do ojczyzny będzie możliwy do oszacowania po wielu latach, jednak już sama analiza raportów OBOP pozwala na dostrzeżenie systematycznego wzrostu ich społecznego znaczenia. Dalsze badania z pewnością będą się skupiały na trwałości postaw Polaków wobec nauczania i osoby Jana Pawła II.

LAS PEREGRINACIONES DE JUAN PABLO II A LA LUZ DE LOS SANDEOS DE OPINIÓN PÚBLICA

Resumen

Las peregrinaciones del Papa Juan Pablo II tuvieron no sólo el valor eclesiástico-pastoral. Muchos de los extractos sociales también mostraban su interés hacia tales fenómenos. Lo confirma, entre otras cosas, la práctica de publicar los informes de las encuestas realizadas con estos motivos. Con el tiempo, tales informes se convirtieron en una fuente de las informaciones sobre la importancia de las peregrinaciones para las autoridades, al mismo tiempo presentando la actitud de la sociedad polaca ante el fenómeno de las visitas del Papa a su patria.