

## MARYJNOŚĆ PLAKATÓW PIELGRZYMEK NA JASNĄ GÓRĘ\*

Podjęty temat nasuwa pewien problem metodologiczny: czy można mówić o pielgrzymkowych plakatach w ścisłym tego słowa znaczeniu, czy raczej powinno się mówić o afiszach<sup>1</sup>. Dość powszechnie tych określeń używa się zamiennie. W naszym wypadku duszpasterzom chodziło przede wszystkim o przekazanie informacji związanych z zaproszeniem do udziału w organizowanej pielgrzymce: terminie i trasie przemarszu pielgrzymki, podejmowanym hasłem-temacie pielgrzymki, jak również możliwości zgłoszenia udziału w pielgrzymkach duchowych.

Uwagę skupimy przede wszystkim na plakatach związanych z diecezjalnymi pieszymi pielgrzymkami, które upowszechniły się w Polsce od lat siedemdziesiątych<sup>2</sup>. Będą to zaledwie śladowe obserwacje ze względu na trudności w dotarciu do zachowanych plakatów. Wiązało się to w pewnym zakresie z trudnościami w ich drukowaniu poza cenzurą. Nie bez znaczenia pozostawały rotacje kierowników – dyrektorów pieszych pielgrzymek diecezjalnych i co za tym idzie częsty brak systematycznej archiwizacji materiałów pielgrzymkowych. Przykładowo wymienimy, że współcześni organizatorzy Pieszej Pielgrzymki Szczecińskiej, obchodzącej 25-lecie istnienia, zgromadzili zaledwie siedem plakatów pielgrzymkowych z lat 1992, 2000-2005 w ramach internetowego archiwum<sup>3</sup>.

Nie dysponujemy również pełną liczbą drukowanych plakatów, ponieważ niektóre diecezjalne pielgrzymki piesze wędrują w grupach odrębnymi szlakami i wydają swoje plakaty. Stąd też przedłożona prezentacja musi być uznana za otwartą w nadziei jej dopełnienia.

---

\* Istotne dopełnienie podjętych informacji stanowi wybiórczy zestaw plakatów i znaczków pielgrzymkowych zamieszczony na załączonej do książki płycie DVD.

<sup>1</sup> Afisz, w: *Encyklopedia wiedzy o książce*, red. A. Birkenmajer, Warszawa-Wrocław-Kraków 1971, kol. 7-8. *Plakat*, w: tamże, kol. 1900.

<sup>2</sup> Por. Z. S. Jabłoński, *Pielgrzymowanie na Jasną Górę w czasie i przestrzeni*, Częstochowa 2000, s. 152n.

<sup>3</sup> <http://www.szczecinska.pl/index.php?link=news&id=130> (16.09.2009).

W kilku książkach wydanych w trzecim tysiącleciu, poświęconych pielgrzymkom diecezjalnym zamieszczono reprodukcje plakatów i znaczków pielgrzymkowych<sup>4</sup>.

Nim skoncentrujemy się na problematyce maryjności plakatów pielgrzymkowych, zauważmy ich pojawienie się w Polsce już w okresie międzywojennym. Były to typowe afisze, bowiem nie zawierały elementów graficznych. Tym sposobem informacji o wyruszeniu pielgrzymki posługiwano się m.in. w Krakowie i Warszawie. Korzystano jednak w przypadku dużych pielgrzymek przede wszystkim z prasy<sup>5</sup>.

W pierwszych latach po II wojnie światowej kontynuowano te formy informacji. Afisze-plakaty pielgrzymkowe były bardzo proste. Skupiały się na podaniu terminu zapisów i czasu trwania pielgrzymki<sup>6</sup>.

W miarę nasilania się walki władz państwowych z ruchem pielgrzymkowym nie można było nawet takich drukować. W Warszawie, w kościele Świętego Ducha, skąd wychodziła pielgrzymka, paulini przygotowywali je sposobem niejako domowym i ze zrozumiałych względów nie mogło być ich zbyt wiele. Były one ubogacane w odpowiednich latach podaniem ogólnego hasła, m.in. związanego z Wielką Nowenną poprzedzającą Millennium Chrztu Polski. Rozwieszano je w kościołach w stolicy<sup>7</sup>.

W Polsce Ludowej, w okresach „odwilży” politycznej po 1956 r., można było najwyżej relacjonować przebieg pielgrzymki w koncesjonowanej prasie religijnej, ewentualnie dzielić się refleksjami. Negatywnie oceniano ruch pielgrzymkowy w podporządkowanej władzom prasie laickiej, wydobywając ewentualne skandale, prowokowane lub wmawiane pielgrzymom<sup>8</sup>.

Jakość plakatów na przestrzeni prawie czterdziestu lat uległa znacznej zmianie. W latach siedemdziesiątych powielano je, w najlepszym wypadku, metodą

<sup>4</sup> Por. okładka książki: J. Wojtkowski, J. Szymko, J. Roslan, T. Płoski, *Wspomnienia z warmińskich pielgrzymek pieszych. Na Jasną Górę 1984-2003 i do Ostrej Bramy 1991-2003*, Olsztyn 2003; *W duchu dziękczynienia. 25 lat Przemyskiej Pieszej Pielgrzymki na Jasną Górę 1981-2005*, Przemyśl 2005, s. 193-200.

<sup>5</sup> Pielgrzymowanie Warszawy na Jasną Górę, „Kronika Warszawy” 28 (2000) nr 1-2, s. 134. Przykładowo wymienimy ogłoszenie o pielgrzymce z kościoła katedralnego św. Piotra i Pawła na Jasną Górę 23 maja 1931 r. Koszt udziału w niej wynosił 12 zł, „Gość Niedzielny” 9 (1931) nr 20, s. 11; *Masowa pielgrzymka Górnoślązaków na Jasną Górę*, „Nowy Czas” 1 (1920) nr 3, s. 4; *Jubileuszowa piesza pielgrzymka do Częstochowy*, „Czas” 85 (1933) nr 158, s. 2; A. Prus, *Andrychów – pielgrzymki*, „Dzwon Niedzielny” 9 (1932) nr 42, s. 649; *Pociąg – pielgrzymka*, „Dzwon Niedzielny” 10 (1933) nr 17, s. 270; *Wielka Pielgrzymka z Podhala*, „Dzwon Niedzielny” 12 (1935) nr 28, s. 639; nr 30, s. 689.

<sup>6</sup> Por. plakat: *Warszawska Piesza Pielgrzymka do Częstochowy* (1946), w: *Pielgrzymowanie Warszawy...*, dz. cyt., s. 134.

<sup>7</sup> Archiwum Pieszej Pielgrzymki Warszawskiej. Klasztor Ojców Paulinów, Warszawa, ul. Długa 3.

<sup>8</sup> T. D. Łukaszuk, *Jasna Góra w literaturze krytycznej do 1964 roku*, „Studia Claromontana” 24 (2006), s. 63n.

sitodrukową. Nie sposób ustalić ich autorstwa – często wykonywali je plastycy-amatorzy.

O tym, jakie trudności w drukarniach spotykały starających się o drukowanie informacji odnośnie do organizowanej pielgrzymki, przykładowo świadczą starania podjęte w 1986 r. przez ks. Władysława Partykę z Przemyśla, głównego plastyka Pieszej Pielgrzymki Przemyskiej. W Urzędzie Wojewódzkim w Przemyśle na jego podania nie odpowiadano negatywnie, ale nikt nie odważył się wyrazić zgody. Podobnie potraktowany został w Przeworsku i Zamościu. Dopiero w następnym roku Urząd Wojewódzki w Przemyśle zgodził się na druk<sup>9</sup>.

Po zlikwidowaniu cenzury w 1990 r. organizatorzy diecezjalnych pielgrzymek pieszych nie natrafiali na specjalne trudności. W miarę upowszechniania grafiki komputerowej, lepszej technologii druku, afisze przekształcały się w wielobarwne plakaty<sup>10</sup>.

W poszczególnych diecezjach nakład wydanych plakatów pozostawał zasadniczo uzależniony od liczby parafii i kościołów rektoralnych. Wydział Duszpasterstwa Diecezji Tarnowskiej drukuje plakaty pielgrzymkowe w nakładzie ok. 1000-1500 egzemplarzy<sup>11</sup>.

Kierownictwo niektórych pielgrzymek diecezjalnych ogłasza konkursy na plakaty pielgrzymkowe. Przykładowo dla 25. Jubileuszowej Pieszej Pielgrzymki Tarnowskiej w 2007 r. zgłoszono 8 propozycji, a w 2009 r. na konkurs zgłoszono 11 propozycji<sup>12</sup>.

Zamieszczane na plakatach hasła w większości pielgrzymujących diecezji przypominały i nawiązywały do tematu duszpasterskiego roku Kościoła w Polsce, często w kontekście maryjnej ikonografii<sup>13</sup>.

Maryjność plakatów bywa wyrażana najczęściej hasłowo oraz ikonograficznie. Prezentowany jest wizerunek Matki Bożej Jasnogórskiej, niekiedy stylizowany graficznie lub wieża jasnogórska. Wśród plakatów pielgrzymek jasnogórskich bywają plakaty nie oznaczone ikonografią jasnogórską. Przykładowo wymienimy plakaty Pieszej Pielgrzymki Tarnowskiej. Spośród 24 plakatów z 24 lat, 12 zawiera odniesienia jasnogórskie. Ponadto dwa pla-

<sup>9</sup> K. Bełch, *Ćwierćwiecze pielgrzymowania w oczach organizatora pielgrzymki*, w: *W duchu dziękczynienia...*, dz. cyt., s. 29.

<sup>10</sup> W. Partyka, *Program rekolekcyjny w plastyce pielgrzymkowej*, w: *W duchu dziękczynienia...*, dz. cyt., s. 190.

<sup>11</sup> Informacja uzyskana od ks. Zbigniewa Szostaka, dyrektora Pieszej Pielgrzymki Tarnowskiej w czerwcu 2009 r.

<sup>12</sup> <http://www.ppt.lap.pl/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=86> (12.09.2009); <http://www.ppt.lap.pl/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=124> (12.09.2009).

<sup>13</sup> Por. K. Maciaszek, *Programy duszpasterskie: pomoc, czy przeszkoda?*, „Ateneum Kapłańskie” 85 (1993) t. 121, s. 75-78.

katy z ikoną Chrystusa naznaczone pozostają wezwaniem Maryi: „Z Maryją poznawać Chrystusa” (2000) i „Z Maryją umiłować Chrystusa” (2001)<sup>14</sup>.

W diecezji przemyskiej wśród 25 plakatów 11 zawiera odniesienia jasno-górskie<sup>15</sup>. Podobne proporcje znajdujemy w plakatach Pieszej Pielgrzymki Kieleckiej, z tym, że dla niektórych haseł roku pielgrzymki swoiste tło stanowi wizerunek jasnogórski: 1989 – „Jesteśmy Kościołem”, 1996 – „Nawróćcie się!”<sup>16</sup>

Inne diecezje na swoich plakatach zamieszczały niekiedy wizerunki Matki Bożej z sanktuariów diecezjalnych, m.in. kielecka (Matki Bożej Różańcowej w Smardzewicach)<sup>17</sup>, białostocka (Matka Boża Ostrobramska), rzeszowska (Matka Boża Rzeszowska).

Fakt peregrynacji figury Matki Bożej w znaku fatimskim w Polsce uwzględniały niektóre pielgrzymki w 1996 r. Hasła pielgrzymek w tym roku aktualizowały tematykę duszpasterską roku Kościoła w Polsce, związaną z sakramentem pokuty i pojednania. Od zawołania „Czyńcie pokutę” 285. Warszawskiej Pielgrzymki Pieszej poprzez biblijne wezwania XVI Pieszej Pielgrzymki Krakowskiej: „I pójdę do mego Ojca” (Łk 15,18); XV Pieszej Pielgrzymki Kieleckiej: „Nawracajcie się”; XVI Rzeszowskiej: „Wydajcie owoce godne nawrócenia” i I Młodzieżowej Łowickiej: „Kościół wspólnotą nawrócenia” odróżnia się hasło V Pieszej Pielgrzymki Diecezji Legnickiej: „Z Maryją w Trzecim Tysiącleciu” i XIV Pielgrzymki Tarnowskiej: „Niech dom twój będzie Kościołem”. Z plakatem ikonograficznym korespondują wydane przez większość diecezji pocztówki, a w niektórych wypadkach również znaczki pielgrzymkowe. Ta powtarzająca się ikonografia pełni ważną funkcję formacyjną, utrwała przesłanie pielgrzymki<sup>18</sup>.

W 1998 r. w plakatach akcentowano Osobę Ducha Świętego jako stanowiącą temat duszpasterskich przedsięwzięć, aktualnego roku przygotowań do Trzeciego Tysiąclecia Chrześcijaństwa. Niektóre z nich wyrażają specyfikę lokalnych kościołów diecezji, m.in. jedna z najstarszych pielgrzymek pieszych, z Kalisza, na swoim plakacie zamieściła obraz św. Józefa z miejscowego sanktuarium. Hasła zasadniczo pozostawały formułowane modlitewnie: „Duchu Święty, wołam, przyjdź” (XVI Gnieźnieńska); „Duchu Święty, prowadź nas” (X Włocławska); „Pozwólcie prowadzić się Duchowi Świętemu” (XVIII Przemyska); „Do świętości w mocy Ducha Świętego” (CCCLI Kaliska); „Żyć Duchem Świętym” (XIV Szczecińska); „Duch Święty nauczyciel was wszystkie-

<sup>14</sup> <http://www.ppt.lap.pl/emblematy/index.html> (22.09.2009).

<sup>15</sup> W. Partyka, *Program rekolekcyjny...*, dz. cyt., s. 193-200.

<sup>16</sup> M. Janus, P. Nowak, *Piesze pielgrzymowanie: Diecezjalna Piesza Pielgrzymka Kielecka na Jasną Górę 1982-1999*, Kielce 2000.

<sup>17</sup> Tamże.

<sup>18</sup> Z. S. Jabłoński, *Pielgrzymka się niesie*, w: *25 lat narad pastoralnych księży przewodników pieszych pielgrzymek w Niepokalanowie 1980-2004*, Częstochowa 2004, s. 98.

go” (XVII Płocka); „Przez Moc Ducha Świętego” (LXIV Poznańska); „Przyjdź Światłości sumień” (XII Białostocka).

Z afiszami korespondują pocztówki, również kolorowe, wzbogacone często wizerunkiem Matki Bożej Jasnogórskiej, ewentualnie zdjęciami grup wędrujących pielgrzymów<sup>19</sup>.

W perspektywie Wielkiego Jubileuszu Chrześcijaństwa, w roku 1999, poświęconym Bogu Ojcu, ikonografia plakatów związana z Bogiem Ojcem nie wypracowała zbyt oryginalnych przedstawień, nawiązując do tradycyjnych ujęć. Jedynie plakat XVI Pielgrzymki Pieszej Warmińskiej ukazuje, w witrażowym przedstawieniu, Maryję Świętą Bożą Rodzicielkę wpisaną w Trójcę Świętą. Pielgrzymki wrocławska i wrocławska na swoich plakatach zamieściły reprodukcję obrazu Rembrandta *Syn marnotrawny*, gdzie artysta przedstawił Boga Ojca jako posiadającego dłonie – męską i żeńską, które wyrażają, że miłość Boga Ojca jest również miłością macierzyńską<sup>20</sup>.

W roku Wielkiego Jubileuszu większość plakatów zawierała logo Jubileuszu 2000-lecia Chrześcijaństwa. Niektóre znaki pielgrzymkowe zawierały transformację tego jubileuszowego symbolu. I tak plakat V Jubileuszowej Łowickiej Pielgrzymki Młodzieży wypełniało logo Pielgrzymki Jubileuszowej Młodzieży do Rzymu, uznany za najbardziej dopracowany artystycznie. Wprowadzono do niego stylizowany wizerunek Matki Bożej Jasnogórskiej. Podobną pomysłowość wykazali autorzy plakatów i znaczków pielgrzymek z Tych i Rybnika. Oryginalnie prezentował się afisz XVIII Archidiecezjalnej Pielgrzymki Gnieźnieńskiej prezentujący otwarte Drzwi Gnieźnieńskie i ukazującą się w nich ikonę Matki Bożej Jasnogórskiej. Większość plakatów zawierała wezwanie: „Ciebie, Boga, wychwalamy!” Jak zwykle treściom plakatów pielgrzymek poszczególnych diecezji odpowiadały pocztówki i znaczki pielgrzymkowe. Kolorowe koszulki, chusty licznych grup pielgrzymek także były znaczone jubileuszowym logo wraz z wydrukiem nazwy miejscowości. „Gadżety” różnego rodzaju miały w świadomości wiernych aktualizować treści związane z Wielkim Jubileuszem Chrześcijaństwa<sup>21</sup>.

W 2009 r. 16 pieszych pielgrzymek diecezjalnych zmodyfikowało hasło roku: „Otoczmy troską życie”, a pięć spośród nich w hasło odwoływało się do Maryi: „Z Maryją w trosce o każde życie” (opolska); „Maryjo, ucz nas pięknego życia” (rybnicko-katowicka); „Matko żyjących, chroń” (rzeszowska); „Matko,

<sup>19</sup> Z. S. Jabłoński, *Unoszeni Duchem Świętym*, w: tamże, s. 92.

<sup>20</sup> Z. S. Jabłoński, *Polskimi szlakami do Domu Boga Ojca*, w: tamże, s. 89.

<sup>21</sup> Z. S. Jabłoński, *Jubileuszowe spotkanie przewodników pieszych pielgrzymek bez jubileuszowych toastów*, w: tamże, s. 104.

dziękujemy” (stalowowolsko-sandomierska); „Z Maryją chrońmy życie” (zielenogórska)<sup>22</sup>.

Afisz i plakaty stanowią źródło zasadniczych informacji zarówno dla pielgrzymów, jak i tych, którzy pielgrzymkom towarzyszą jako obserwatorzy, a także gospodarzy. Umieszczony nieraz na plakatach przebieg trasy pątniczego szlaku z nazwami miejscowości oraz daty przemarszu przekazują wiadomość o przechodzeniu pielgrzymki. W ten sposób mieszkańcy danej miejscowości dowiadują się, z którego kierunku piesza pielgrzymka nadejdzie i w którą stronę pójdzie dalej. Tego rodzaju informacje z afiszów pielgrzymkowych są również pożyteczne dla przygotowujących się na przyjęcie pielgrzymów, jak też i prowadzących katechizację, dając okazję do przeprowadzenia katechezy na temat pielgrzymowania<sup>23</sup>.

Plakatu pielgrzymkowego nie można oddzielać od innych znaków ikonografii pielgrzymki, m.in. tzw. znaczków pielgrzymkowych, które otrzymuje pielgrzym przy okazji zapisu. Z zasady znaczek powiela hasło i motyw graficzny plakatu. Przyjęcie znaczka stanowi jedną z okoliczności formacyjnych pielgrzymów, bowiem najczęściej pątnikom przed wyruszeniem pielgrzymki towarzyszą intencje indywidualne.

Małe znaczki pielgrzymkowe przypominają uczestnikom, że świadomie i odpowiedzialnie postanowili być pielgrzymami, w pewnym zakresie taka refleksja może pomagać w przezwyciężaniu słabości, kryzysu wywołanego zmęczeniem, przeżywaniu duchowego wymiaru pielgrzymki. Umieszczone na nich hasła, będące tematami pielgrzymki, stanowią wyzwanie do refleksji, a równocześnie niosą pytanie, na ile zaproponowany temat organizuje przestrzeń duchową pielgrzyma. Najczęściej zawierają one również symbole dopełniające ten temat<sup>24</sup>.

Odczytanie przesłania maryjności plakatów pielgrzymkowych wymaga również uwzględnienia faktu, że na okładkach materiałów duszpasterskich przygotowanych dla przewodników grup, a także modlitewnikach i śpiewnikach, powielana jest ikonografia plakatów, najczęściej z hasłami roku.

<sup>22</sup> Pielgrzymka białostocka – „Życ warto”; bielsko-podlaska – „Żyjemy dla Boga”; gliwicka – „Życie w obfitości”; kaszubska – „Bądźmy uczniami Chrystusa”; kielecka – „Jezus źródłem życia”; plocka – „Życiu... Miłości... Bogu... Tak!”; podlaska – „Ja jestem życiem”; tarnowska – „Otoczmy troską życie”; warmińska – „Bóg kocha życie”; warszawska (17) – „Wybieram życie”; warszawska akademicka – „W Nim jest życie”; zamojska – „Jesteśmy Kościołem życia”. Plakaty w zbiorach autora.

<sup>23</sup> [J. Pawlik], *Tematyka narad pastoralnych, w: 25 lat narad pastoralnych...*, dz. cyt., s. 30.

<sup>24</sup> Ikonografia pielgrzymkowa w ostatnich latach zostaje zwielokrotniona dzięki Internetowi. Każda niemal pielgrzymka diecezjalna posiada własną stronę internetową lub jest uwzględniona w diecezjalnych portalach – niemal wszystkie w winiecie zamieszczają obraz Matki Bożej Jasnogórskiej lub sylwetkę Jasnej Góry z Maryją.



Treść graficzna i hasło z plakatów informacyjnych najczęściej bywa zamieszczana również na różnego rodzaju pocztówkach, przygotowanych przez organizatorów. Przesyłane z trasy przez pielgrzymów pozdrowienia w pewnym stopniu pełnią również funkcję formacyjną wobec odbiorców. Większość pieszych pielgrzymek diecezjalnych wydaje kalendarze pielgrzymkowe z hasłem, często ze zdjęciami biskupów, duszpasterzy przewodników grup, a także wędrujących.

Pielgrzymka Łowicka zdecydowała się na wydanie oryginalnych pocztówek z wydrukowanymi tekstami pozdrowień do rodziców, a nawet do parlamentarzystów, skierowane na adres marszałka Sejmu: „Szanowni Państwo Parlamentarzyści. Zdążając do Matki Bożej w Jubileuszowej V Pielgrzymce Młodzieżowej na Jasną Górę, modłę się i ofiaruję mój trud w intencji naszej Ojczyzny. Swoją ofiarą pragnę wesprzeć Parlamentarzystów w ich służbie dla dobra i rozwoju wolnej, sprawiedliwej i praworządnej Polski. Szczęść Boże!”<sup>25</sup>

Na podstawie prezentowanych obserwacji należy zauważyć stosunkowo oszczędną ikonografię maryjną wpisaną w plakaty pielgrzymkowe. Pełniejsze poznanie maryjności pielgrzymek jasnogórskich wymaga studium duszpasterskich materiałów pielgrzymkowych, a także homilii wygłaszanych w czasie pielgrzymek. Wówczas też udałoby się uzyskać odpowiedź, czy zawarta w nich mariologia jest eklezjotypiczna czy chrystotypiczna.

Aktualizowanie haseł duszpasterskich Kościoła w Polsce w jasnogórskim ruchu pątniczym pełni niewątpliwie funkcję ewangelizacyjną nie tylko wobec wierzących. Chociaż nie jesteśmy w stanie ustalić ich oddziaływania, byłoby uproszczeniem minimalizowanie, a tym bardziej negowanie ich roli. Plakatów pielgrzymkowych nie można zaliczyć do marketingowych materiałów reklamowych. Podkreśłmy, że zarówno Paweł VI jak i Jan Paweł II, jak również Papieska Rada ds. Spraw Społecznego Przekazu podkreślają, że: „obecność w sferze środków przekazu, w tym także w reklamie, jest dla Kościoła dziś niezbędnym elementem ogólnej strategii duszpasterskiej”<sup>26</sup>.

Otwartym problemem pozostają badania recepcji przekazywanych treści przez plakaty w środowiskach wyruszenia pielgrzymki, a także w miejscowościach przemarszu, postoju i noclegów.

<sup>25</sup> Z. S. Jabłoński, *Jubileuszowe spotkanie przewodników...*, dz. cyt., s. 104.

<sup>26</sup> Cyt. za: E. Skwarska, *Reklama społeczna w duszpasterstwie*, „Warszawskie Studia Pastoralne” 2009 nr 10, s. 90.