

Artykuły

Zeszyty Naukowe KUL 67 (2024), nr 1 (265)

DOI: 10.31743/znkul.16983

JANUSZ MARIAŃSKI*

Księdza Profesora Jana Szymczyka narracja socjologiczna o wartościach

Professor Jan Szymczyk's Sociological Narrative on Values

Abstrakt

Ksiądz Jan Szymczyk prowadził swoje badania nad życiem społecznym z perspektywy socjologiczno-aksjologicznej. Idąc tropem jego rozważań, spróbujemy od strony teoretycznej zaprezentować jego socjologiczne rozumienie wartości, przedstawić teoretyczne aspekty modelu badawczego orientacji wartościujących oraz w skrócie zarysować koncepcję transformacji wartości w społeczeństwie polskim. Wartości rozumie się jako duchowe, moralne przekonania podstawowe, kierujące postawami i wzorami zachowań jednostek. Jeżeli zmieniają się wartości, zmieniają się również zależne od nich postawy i wzory zachowań. Wartości mają charakter bardziej ogólnych i trwałych orientacji, określających perspektywę życia codziennego, jego sens i znaczenie, a także wyznaczają pośrednio normy określające konkretne działania. Wartości pojmowane jako cele działań funkcjonują w świadomości jednostek, są uruchamiane i aktualizowane w określonych kontekstach i sytuacjach, kiedy pojawiają się odpowiednie racje, motywacje czy wyzwania. Odgrywają one szczególną rolę w systemie przekonań każdej osoby. Coś jest wartością dla kogoś albo coś ma wartość dla kogoś. Ostatecznie wartość jest wynikiem relacji doznającego i aktywnego podmiotu wobec pewnych przedmiotów świata zewnętrznego.

Perspektywa aksjologiczna, którą przyjmuje ks. Jan Szymczyk, stanowi jedno z najbardziej istotnych pojęć badawczych, umożliwiających oglądy i konstruowanie obrazów konkretnych podmiotów i fenomenów życia społecznego. Zastosowanie (aplikacja) tej perspektywy sprawia, że badania socjologiczne prowadzone z punktu widzenia wartości (ich deklarowanie, a zwłaszcza uznawanie i internalizowanie), dostarczają wielu cennych informacji na temat jakości i kondycji różnych form i struktur życia publicznego. Akceptowany zbiór czy układ wartości niejednokrotnie przekłada się na afirmowany styl życia, mentalność oraz określoną tożsamość społeczną i strategię działań jednostek i różnych aktorów społecznych. Często zamierzeniem badacza nie jest bezpośrednia charakterystyka wartości jako wartości, ale raczej odkrywanie ich w sposobach myślenia o polityce, gospodarce, życiu publicznym, w kulturze, czyli przy okazji omawiania zasadniczych kwestii, stanowiących przedmiot teoretycznych analiz i badań socjologicznych.

* Ks. prof. dr hab. Janusz Mariański – Instytut Nauk Socjologicznych, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Lublin, e-mail: januszm@kul.lublin.pl, ORCID: 0000-0002-0620-8000.



Perspektywa psychospołeczna czy relacjonistyczna, którą przyjmuje w swoich badaniach socjologicznych nad wartościami Jan Szymczyk, pozwala mu na relatywnie zintegrowany ogląd zróżnicowanych postaw, jakie podmioty (jednostki) zajmują wobec wartości. Wartości mogą być ujmowane jako istniejące w przedmiotach materialnych i niematerialnych (rozumienie przedmiotowe). Po drugie, utożsamia się je z działaniami, czyli związane są z samą relacją, jaka dokonuje się pomiędzy podmiotem a przedmiotem (rozumienie „pośrednie”). Po trzecie, kategorie aksjologiczne sytuują się w doświadczeniu człowieka (rozumienie podmiotowe).

Słowa kluczowe: wartości, taksonomia wartości, model badawczy orientacji wartościujących, wartości uznawane przez młodzież

Abstract

Father Jan Szymczyk researched social life from a sociological-axiological perspective. Following in the footsteps of his deliberations, we will try to present his sociological understanding of values from a theoretical standpoint, present the theoretical aspects of the values orientations research model and briefly outline the concept of value transformation in Polish society. In this regard, values are construed as spiritual and moral core beliefs that determine attitudes and behavioural patterns of individuals. If values change, so do the attitudes and behaviour patterns that depend on them. Values are more general and permanent orientations, defining the perspectives of everyday life and its meaning and significance and indirectly setting the norms that determine specific actions. Conceived as goals of action, values function in the consciousness of individuals and are activated and actualised in specific contexts and situations when appropriate reasons, motivations or challenges arise. They play a special role in each person's belief system. Indeed, something is always valuable or represents a value to someone. Ultimately, value results from the relation between the active, experiencing subject and certain objects of the external world.

The axiological perspective adopted by Fr. Jan Szymczyk constitutes one of the most essential research concepts that make it possible to view and construct images of concrete subjects and phenomena of social life. Applying this perspective allows sociological research – conducted from the point of view of values (their declaration, and especially their recognition and internalisation) – to provide a lot of valuable information on the quality and condition of various forms and structures of public life. An accepted set or arrangement of values often translates into an affirmed lifestyle, mentality, a specific social identity and action strategy of individuals and various social actors. The researcher's intention is often not to directly characterise values as such but rather to reveal them in the ways of conceiving politics, the economy, public life and culture, i.e. when discussing the fundamental issues at the core of theoretical analyses and sociological research.

The psychosocial and relationalist perspectives that Jan Szymczyk adopts in his sociological research on values afford him a relatively integrated view of the diverse attitudes that subjects (individuals) hold towards values. First, values can be seen as existing in tangible and intangible objects (objective understanding). Second, they are identified with actions, i.e. they are related to the very relationship that exists between a subject and an object (“indirect” understanding). Third, axiological categories fall within human experience (subjective understanding).

Keywords: values, taxonomy of values, research model of value orientations, values recognised by youth

Wartości w potocznym rozumieniu obejmują wszystko to, co ludzie cenią, obdarzają estymą. Na terenie nauki są one przedmiotem zainteresowania wielu dyscyplin. Ta wielość ujęć kategorii aksjologicznych jest – być może – jedną z przyczyn utrudniających sformułowanie takiej ich definicji, która zadowoliliby wszystkich lub przynajmniej większość badaczy. W tej sytuacji wysiłek

pojęciowania wartości najlepiej jest ograniczyć do jednej płaszczyzny analiz, np. płaszczyzny socjologicznej. W socjologii system wartości ma swoje ugruntowane miejsce zarówno w rozważaniach teoretycznych, jak i w badaniach empirycznych. Stąd coraz częściej podkreśla się, że perspektywa aksjologiczna stanowi w socjologii jedną z koncepcji badań nad życiem społecznym, świadomością, postawami jednostek względem określonych obiektów¹.

Ksiądz Jan Szymczyk prowadził swoje badania nad życiem społecznym z perspektywy socjologiczno-aksjologicznej. Idąc tropem jego rozważań, spróbujemy od strony teoretycznej zaprezentować jego socjologiczne rozumienie wartości, przedstawić teoretyczne aspekty modelu badawczego orientacji wartościujących oraz w skrócie zarysować koncepcję transformacji wartości w społeczeństwie polskim². Wartości rozumie się jako duchowe, moralne przekonania podstawowe, kierujące postawami i wzorami zachowań jednostek. Jeżeli zmieniają się wartości, zmieniają się również zależne od nich postawy i wzory zachowań. Wartości mają charakter bardziej ogólnych i trwałych orientacji, określających perspektywy życia codziennego, jego sens i znaczenie, a także wyznaczają pośrednio normy określające konkretne działania. Z orientacji na wartości można odczytać, co ludzie uznają za ważne, jak rozwiązują swoje problemy konfliktowe, na jakich drogach poszukują sensu życia, czy ten sens jest ugruntowany w ważnych wartościach, jak kierunkują swoje działania, jak kształtuje się ich kreatywność i partycypacja w życiu społecznym³.

Socjologiczne rozumienie wartości

W badaniach socjologicznych wartości są pojmowane najczęściej jako zwerbalizowany przedmiot celów i dążeń, stosunkowo łatwo obserwowalnych.

¹ J. Szymczyk, *Wartości a zachowania i działania społeczne*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 9.

² Zob. *W kręgu wartości. Pamięci Księdza Profesora Jana Szymczyka*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2021, nr 1–2 (64), w szczególności: K. Motyka, *W służbie wartości. Ks. prof. Jan Szymczyk (1963–2020)*, s. 5–20; A. Jabłoński, *Jana Szymczyka rozumienie aksjologicznego wymiaru polskiej socjologii*, s. 37–54; Z. Zagała, *Ogrodnik w świecie demiurgów i barbarzyńców. O aksjologii posługi słowa ks. prof. Jana Szymczyka*, s. 107–119. Również M. Dobrogowska, M. Pabich, *Bibliografia publikacji ks. dr. hab. Jana Szymczyka, prof. KUL*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2021, nr 1–2 (64), s. 21–35, którą uzupełnić można o: J. Szymczyk, *Przedmowa*, w: J. Mariański, *Aforyzmy, myśli, sentencje i refleksje socjologiczne (Religia – Kościół – moralność – wartości – godność ludzka – sens życia)*, Wyższa Szkoła Nauk Społecznych z siedzibą w Lublinie, Lublin 2020, s. 7–9 i J. Szymczyk, *Socjolog na ambonie [Refleksje nad Logosem]. Refleksje, homilie, rozważania, wywiady*, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia Sandomierz, bmr [2023].

³ Tenże, *Przemiany wartości Polaków. Wybrane aspekty i tendencje*, w: *Społeczne i etyczne aspekty rozwoju społecznego*, red. W. Jedynek, J. Kinal, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, s. 7–34.

Funkcjonują one, jak i wszystkie wartości, w społeczeństwie jako pewne fakty i realizowane są w przestrzeni społecznej przez jednostki, które są ich podstawowymi i najważniejszymi nośnikami⁴. Wartości pojmowane jako cele działań odgrywają szczególną rolę w systemie przekonań każdej osoby. Coś jest wartością dla kogoś albo coś ma wartość dla kogoś. Ostatecznie wartość jest wynikiem relacji doznającego i aktywnego podmiotu wobec pewnych przedmiotów świata zewnętrznego⁵.

Wartości o normatywnym i powinnościowym charakterze pozwalają odróżnić rzeczy, stany rzeczy, zachowania słuszne od niesłusznych (tzw. wartości słusznościowo-powinnościowe). Wartości typu pragnieniowo-przyjemnościowego wskazują, jakie one są i jak są oceniane. Niezależnie od tego, czy wartości ujmować będziemy jako „przedmioty naszych dążeń”, czy jako „koncepcje tego, co godne pożądania”, „standardy orientacji” lub „kryteria tego, co powinno być przedmiotem pożądań”, cechą wyróżniającą podejście socjologiczne będzie umieszczanie uznawanych wartości w szerszym kontekście wpływów grup czy zbiorowości społecznych, a nawet społeczeństwa globalnego. W socjologicznej praktyce badawczej nie jest łatwo rozgraniczyć to, czego się pragnie, od tego, o czym się sądzi, że powinno się pragnąć. Socjologia nie mówi o wartościach prawdziwych, obiektywnych, właściwych, wiecznych. Mają one swoje odniesienia do kontekstu społeczno-kulturowego. W każdej grupie społecznej ludzie mają wyobrażenia o tym, co jest cenne, czegoś pragną lub unikają, o coś zabiegają⁶.

Ks. Jan Szymczyk pisał:

Wartości w sensie socjologicznym są zatem w pewnym zakresie społecznie usankcjonowane, charakterystyczne dla danej kultury, społeczności, niektóre z nich podlegają internalizacji przez jednostki i tym samym umożliwiają im dokonywanie wyborów, zajmowanie określonych postaw (stanowisk), ukierunkowują i wskazują cele, środki i motywacje dla ich działań, a także podtrzymują i wzmacniają ich aktywność w życiu społecznym⁷.

Wartości mają przede wszystkim podmiotowo-indywidualny charakter, gdyż to jednostka je odczuwa i uznaje, ale pełne ujęcie wartości wymaga jesz-

⁴ Tenże, *Odkrywanie wartości. Z problematyki socjologiczno-aksjologicznej*, Wydawnictwo POLIHYMNIA, Lublin 2004, s. 7.

⁵ J. Szymczyk, *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2019, nr 3, s. 36.

⁶ J. Mariański, *Socjologia i moralność. Czym jest i dokąd zmierza socjologia moralności?*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2019, s. 203–231.

⁷ J. Szymczyk, *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim*, w: *Odpowiedzialność społeczna w innowacyjnej gospodarce*, red. P. Kawalec, A. Błachut, Wydawnictwo KUL, Lublin 2011, s. 302.

cze odniesienia do różnego rodzaju społeczno-kulturowych uwarunkowań (aspekt przedmiotowy). Wartości mają swój podwójny fundament: są osadzone w podmiotowej rzeczywistości człowieka (np. w jego świadomości) oraz w pozapodmiotowo istniejących stanach rzeczy. Te ostatnie są obdarzane mianem wartości przez ludzkie doświadczenia, bo to ostatecznie człowiek dokonuje ich oceny⁸. Uwzględnienie społecznego kontekstu wartości stanowi specyfikę socjologicznego ujmowania kategorii aksjologicznych.

Zinternalizowane przez jednostki wartości tworzą swoistą hierarchię, pewien system. Za pomocą pojęcia systemu wartości jest określana struktura czy organizacja kategorii aksjologicznych na terenie socjologii.

System ten to układ kategorii poznawczych – służących człowiekowi do opisu i oceny świata – w którym pewne fakty, zjawiska, obiekty uważa on za szczególnie ważne dla siebie i innych. System odgrywa istotną rolę w strukturze osobowości jednostki, gdyż wyzwała określone emocje wobec otaczających ludzi i zjawisk; ma wpływ na kierunek i sposób zachowania w różnych sytuacjach życiowych. Stanowi jawny lub ukryty mechanizm działania człowieka. Nadaje jego zachowaniom i działaniom indywidualne piętno. Jest także pewnym schematem pojęciowym, konstruktem teoretycznym, który odzwierciedla organizację hierarchiczną (rangowe uporządkowanie) wszystkich wartości jednostki, choć uwzględnia również horyzontalny aspekt powiązań kategorii aksjologicznych między sobą nawzajem. Zatem system wartości to pewien zbiór wartości oraz określony typ powiązań między nimi (wszelkie związki i wzajemne zależności)⁹.

Można wskazać na trzy modelowe postacie powiązań między typami wartości: po pierwsze, powiązania wyłącznie pionowe (jest to wertykalny układ, w którym wartości znajdujące się wyżej w hierarchii dominują nad pozostałymi); po drugie, powiązania wyłącznie poziome (spójność tego układu gwarantują horyzontalne stosunki współrzędności istniejące między kategoriami aksjologicznymi); po trzecie, powiązania pionowe i poziome (na różnych poziomach tej hierarchii zlokalizowanych jest więcej niż jeden typ wartości, stąd istnieją między nimi stosunki równorzędności, ale także podporządkowania, czyli jedne z nich są bardziej cenione, a inne mniej istotne dla jednostki)¹⁰.

Wszystkie poziomy w uznanym systemie hierarchii czy „drabinie” wartości są – ze względu na integralne postrzeganie człowieka – potrzebne i ważne. Potrzebne są zatem wartości hedonistyczne, witalne, moralne i religijne. W warunkach zmian społecznych może nastąpić absolutyzacja któregoś ze szczebli tej „drabiny”. Absolutyzacja jakichś wartości sprawia, że pozostałe poziomy

⁸ Tenże, *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym...*, s. 37–38.

⁹ Tamże, s. 40.

¹⁰ Tamże.

aksjologiczne nie są na swoim, tj. właściwym miejscu. Pojawia się w ten sposób u ludzi zachwiana wrażliwość aksjologiczna, są oni wrażliwi na pewnego typu wartości, nie dostrzegając innych lub je pomniejszając. Mają skłonność, by uznawać za jedyne lub najwyższe te wartości, na które są szczególnie uwrażliwieni. Tzw. totalizm aksjologiczny może przejawiać się w różnych formach, np. jako hedonizm, witalizm, intelektualizm, moralizm czy estetyzm¹¹.

Podstawową kwestią, jeśli chodzi o ujmowanie wartości z perspektywy relacjonistycznej, jest problem ontologicznego statusu wartości, a więc czym one są, jaki jest ich charakter i sposób istnienia, jaka jest ich zależność lub niezależność od świadomości ludzkiej i od subiektywnych ocen. Chodzi o to, czy wartości istnieją obiektywnie w konkretnych przedmiotach jako ich własności, czy też tkwią w człowieku i mają swoje źródło w jego zróżnicowanych dążeniach i potrzebach. Według koncepcji obiektywistycznych wartości są autonomiczne w stosunku do ocen, urzeczywistniają się w życiu ludzkim, ale są od człowieka niezależne (na przykład dobro, piękno, prawda, sprawiedliwość). Istnieją niezależnie od aprobaty jednostkowej, a nasze wyobrażenia i doznania emocjonalne nie mają dla nich mocy konstruktywnej. Wśród etyków istnieje tendencja do uznawania tylko jednej obiektywnej hierarchii wartości, której przyznaje się cechę prawdziwości. Samo jednak pojęcie wartości, a jeszcze bardziej obiektywna hierarchia wartości, nie są dostatecznie opracowane przez filozofów moralności.

Wartości mają dla jednych jednostek charakter obiektywny (istnieją w przedmiotach, obiektach), dla innych – subiektywny (istnieją tylko w umyśle oceniającego podmiotu). Wartością – w sensie przedmiotowym – jest pewien zewnętrzny obiekt, ku któremu kierują się potrzeby, postawy czy pożądania podmiotu. Przy czym wartością może być ów przedmiot w całości bądź tylko pewne jego cechy, czyli te, do których odnosi się aktywność podmiotu. Czasem też wartością nazywa się nie przedmiot (cały albo jego część), ale znaczenie czy istotność, jakie ów przedmiot (bądź jego część) ma dla podmiotu (np. sens chleba jako chleba dla głodnego). Mówi się więc, że coś jest wartością dla kogoś albo że coś ma wartość dla kogoś. Przedmioty są obdarzane mianem „wartości” przez ludzkie doświadczenie, gdyż to ostatecznie człowiek dokonuje ich oceny, rangowania. Z kolei ujęcia kategorii aksjologicznych od strony podmiotowej specyfikują się tym, że wartość jest „osadzona” w stanach świadomości, przeżyciach, osobowości człowieka; jest pewnym faktem psychicznym o charakterze emotywno-poznawczym (rola uczyć, rozumu w ich internalizacji); specyficznym typem przekonań (odnoszącym się m.in. do tego, jak się powinno lub nie powinno postępować). Podmiotem „nosicielem” danej

¹¹ J. Szymczyk, *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim...*, s. 307.

wartości czy systemu wartości może być jednostka (jako podmiot pierwszorzędny), grupa, kultura (w sensie kultury etnicznej czy narodowej), czy nawet cały gatunek ludzki¹².

Przedmioty (obiekty) są obdarzane mianem „wartości” przez podmiotowe doświadczenie, gdyż to właśnie człowiek dokonuje ich oceny, rangowania. Wartość jest więc wynikiem relacji doznającego i aktywnego podmiotu wobec pewnych przedmiotów (obiektów). Takie podejście ontologiczne do analizy świata wartości Jan Szymczyk nazywa perspektywą psychospołeczną, relacjonistyczną (relacjonalną) lub podmiotowo-przedmiotową. Jest ona swoistą próbą poszukiwania kompromisu między zwolennikami subiektywnego i obiektywnego statusu wartości. W perspektywie relacjonistycznej można kłaść większy nacisk na podmiotowy albo przedmiotowy aspekt wartości¹³.

Niezależnie od trwającego sporu aksjologicznego o naturę wartości socjolog podkreśla, że w życiu jednostek i grup społecznych funkcjonują różne wartości i hierarchie wartości. Socjolog może stwierdzić ich istnienie i działanie w życiu ludzkim, może wyjaśniać i interpretować zjawiska moralne w świetle tych hierarchii, nie może jednak wypowiadać się na temat ich natury, prawdziwości czy fałszywości. Nie należy do niego wypowiadanie ocen o charakterze etycznym. Jest to zadanie etyka, który dzięki współpracy z socjologiem będzie mógł oprzeć się na materiale faktycznym, rzetelnie informującym o rzeczywistości moralnej, a nie tylko na własnych intuicjach i przypuszczeniach¹⁴.

Istnieje wiele propozycji klasyfikacji kategorii aksjologicznych. Wyróżnia się wartości konkretne (osobiste) i ogólne (abstrakcyjne); wartości codzienne, podstawowe i ostateczne; wartości-cele (autoteliczne) i wartości-środki (instrumentalne); wartości materialne i postmaterialne; wartości codzienne i uroczyste; wartości deklarowane, uznawane i realizowane; wartości obowiązku i wartości samorozwoju; wartości pragnieniowo-przyjemnościowe (wartości życiowe) i wartości słusznościowo-powinnościowe (wartości normatywne); wartości indywidualne i społeczne; wartości partykularne i uniwersalne. Wartości odróżnia się od interesów.

Warto podkreślić za Janem Szymczykiem, że uwzględnienie podejścia badawczego łączącego optykę aksjologiczną z pragmatyczną (wartości i interesy) umożliwi socjologowi ujmowanie różnych więzi społecznych, integracji, ale także dystansów, antagonizmów i konfliktów.

¹² Tenże, *Wartości a zachowania i działania społeczne...*, s. 11–12; J. Mariański, *Socjologia moralności*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2006, s. 333–346.

¹³ J. Szymczyk, *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym...*, s. 38.

¹⁴ J. Mariański, *Moralność w kontekście społecznym*, Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków 2014, s. 304–305.

W wielu przypadkach akceptowany zbiór czy system wartości przekłada się – w takiej, czy innej postaci – na afirmowany styl życia, mentalność oraz określoną tożsamość społeczną i strategię działania jednostek czy różnych aktorów społecznych. Sens istnienia i funkcjonowania tych różnych podmiotów polega właśnie na wytwarzaniu, poprzez ich działalność, zróżnicowanych form tożsamości zbiorowej lub na wzmacnianiu istniejących już identyfikacji oraz na kształtowaniu solidarności w ramach danych struktur społecznych: wokół kontestowanych, krytykowanych albo aprobowanych przez nie wartości, norm, interesów¹⁵.

Ks. Jan Szymczyk wyróżnia i omawia szerzej dwa zasadnicze rodzaje wartości, z których jeden dotyczy osoby ludzkiej (wartości codzienne i wartości ostateczne), a drugi – społeczeństwa (wartości podstawowe).

Wśród wartości osobowych nie wszystkie mają jednakowe znaczenie dla jednostki. I tak, jedno z nich – „wartości ostateczne” – pełnią doniosłą rolę w życiu człowieka, decydują o jego przekonaniach, światopoglądzie i wyznaczają, w jakim duchu i w jakim kierunku rozwiązywane będą jego poszczególne problemy życiowe; upewniają jednostkę w jej identyfikacji osobowej, dostarczają sensu działania i powodują integrację wewnętrzną. Stanowią klucz do zrozumienia układu, hierarchii wartości i zachowań osoby ludzkiej. Natomiast wartości zorientowane bardziej na płaszczyznę funkcjonowania jednostki w społeczeństwie określane są jako „wartości życia codziennego”; są bardziej zewnętrzne, społecznie zdeterminowane, dostarczają sensu społecznej identyfikacji i przynależności, pozwalają osobie lepiej przystosować się do świata zewnętrznego¹⁶.

Można przyjąć, że wartości odgrywają podwójną rolę: są rzeczywistą racją, motywacją podejmowania działań, stymulują do aktywności z nimi zgodnej i powstrzymują od zachowań im przeciwnych. Wartości mogą pełnić funkcję symboliczną, więziotwórczą czy legitymizacyjną w społecznościach. Z tej racji wymagają one internalizacji w procesie socjalizacji poszczególnych jednostek oraz instytucjonalizacji, co w konsekwencji łączy się z mechanizmami kontroli społecznej. Instytucjonalizacja jest jednym z ważniejszych procesów pozwalających regulować życie społeczne, wiąże się ze względnie stałymi formami aktywności, ze społecznymi powinnościami, z sankcjami.

Ważną w końcu kwestią jest relacja między wartościami i zachowaniami ludzi. Jeżeli nawet wartości pełnią istotną funkcję w relacji do zachowań, postaw czy uwarunkowań światopoglądowych, to jednak nie muszą one automatycznie

¹⁵ J. Szymczyk, *Wartości a zachowania i działania społeczne...*, s. 17.

¹⁶ Tenże, *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim...*, s. 304; W. Piwoński, *ABC katolickiej nauki społecznej, część 1 (Wprowadzenie, podstawy, kierunki)*, Wydawnictwo Diecezjalne, Pelplin 1993, s. 73–77.

determinować zaangażowania, partycypacji osób w życiu społecznym czy chęci podjęcia przez jednostki konkretnych działań.

Wartości bowiem to nie są gotowe instrumenty, które można w bezpośredni i racjonalny sposób użyć do osiągnięcia zamierzonych celów. Nie są one dane jednostkom jako gotowe wytyczne ich życia, nie narzucają im jakiegoś wyraźnie ustalonego, skonkretyzowanego planu życiowego ani nie wytyczają drogi do sukcesów w społeczeństwie. Są one przez jednostki odkrywane, rozpoznawane, przyswajane, w indywidualny sposób realizowane, internalizowane. Wartości pełnią podwójną rolę: stymulują do działania z nimi zgodnego i powstrzymują od działań przeciwnych. Otwierają i ukierunkowują na pewien „horyzont możliwości”, który może, ale nie musi, być wykorzystany przez aktorów. Nie ma prostej zależności między deklarowanym poparciem dla jakichś działań zbiorowych – z perspektywy określonych wartości – a wzięciem w nich faktycznego udziału. To ostatnie zależy bowiem od wielu innych jeszcze czynników, uwarunkowań, np. oceny istniejących możliwości (okoliczności sprzyjających) i rozmaitych ograniczeń, a także indywidualnych i grupowych interesów¹⁷.

Perspektywa aksjologiczna jest jednym z najbardziej istotnych podejść badawczych, umożliwiających opis i konstruowanie obrazów konkretnych podmiotów i fenomenów życia społecznego.

W socjologii ogląd fenomenów życia społecznego z perspektywy systemu wartości ma już swoje ugruntowane miejsce, zarówno w rozważaniach teoretycznych, jak i w badaniach. Stąd coraz częściej się podkreśla, że „podejście aksjologiczne” stanowi jedną z koncepcji badań nad życiem społecznym, świadomością, postawami jednostek względem określonych obiektów. Z uwagi na znaczący już dorobek w tej dziedzinie zachodzi potrzeba nie tylko jego usystematyzowania, które przynajmniej w jakiejś części zostało już dokonane, ale również refleksji nad miejscem tej perspektywy eksploracyjnej wśród innych teorii i tradycji badawczych zajmujących się życiem społecznym¹⁸.

Model badawczy orientacji wartościujących

Teoretyczny model badawczy orientacji wartościujących zawiera w sobie takie segmenty (elementy) składowe, jak: podstawowe rozumienie wartości, w tym także komponenty postawy: kognitywny, afektywny i behawioralny; ogląd rzeczywistości społecznej z perspektywy orientacji indywidualnej i republikań-

¹⁷ Tenże, *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim...*, s. 303.

¹⁸ Tenże, *Zamiast wprowadzenia. O Katedrze Socjologii Makrostruktur i Ruchów Społecznych*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 7.

sko-konserwatywnej, kategorię wolności i równości, opcję materialistyczną i postmaterialistyczną, elementy kapitału społecznego (spajający i pomostowy), rodzaje zaufania (zagęszczone i rozproszone) oraz typologię orientacji życiowych. Model ten – zauważa Jan Szymczyk – nadaje się do aplikacji podczas przeprowadzania raczej badań jakościowych, przy wykorzystaniu wywiadu pogłębionego.

Celem modelu orientacji wartościujących jest próba uchwycenia relacji pomiędzy zmiennymi wzorcowymi a faktycznymi zachowaniami i działaniami jednostek czy przynajmniej ich deklaracji na temat określonych preferencji. Stąd główny problem poszukiwań badawczych zawiera się w pytaniu, jak przedstawia się system wartości działających podmiotów, tzn. jakimi wartościami kierują się, rozwiązując dylematy dotyczące podjęcia lub zaniechania określonych aktywności. Pomijając szczegółową prezentację całego modelu, zwrócimy uwagę na pierwszy i najważniejszy jego segment, którego istotę stanowi rudymenarne rozumienie wartości przez badanych. Chodzi tu o ich cele życiowe oraz o wartości-ideały czy typy idealne.

W badaniach rozumienia wartości poszukujemy odpowiedzi na pytanie, czym są dla badanych te wartości, co jest ich istotą, jakie czynniki miały wpływ na ich zaistnienie w życiu jednostek, jakie są ich osobiste motywacje, by je urzeczywistnić, oraz które z nich uznają (preferują) i w jaki sposób je internalizują (odczuwają i uznają). Przedmiotem poznania w sferze wartości można uczynić m.in. stan wiedzy potocznej badanych czy znajomość faktów na temat wartości w ogóle. Z tej racji na wartości poznawcze składają się: a) opis i diagnoza stanu, kondycji badanego obiektu czy aktora społecznego oraz postaw i zachowań innych jednostek, a także swojej własnej sytuacji życiowej; b) etiologia (wyjaśnianie), tj. postrzeganie przyczyn stanu, kondycji badanego obiektu czy podmiotu społecznego; c) prognoza dotycząca szans i barier rozwojowych badanego obiektu czy aktora społecznego, jak i własnej przyszłości jednostki¹⁹.

Z kategorią rozumienia czy stanem wiedzy odnoszącej się m.in. do faktów łączy się pytanie: Jak być powinno? Chodzi tu o określenie subiektywnych wartości-ideałów (typów idealnych) w odniesieniu do badanego realnego obiektu czy podmiotu społecznego, jak również faktycznej sytuacji życiowej jednostki.

Innymi słowy, chodzi nam tu o to, by uzyskać od zainteresowanych odpowiedzi na pytanie: jak wyobrażają sobie oni „idealne” urządzenie pewnych obiektów, funkcjonowanie podmiotów społecznych, czy własnego życia (jego aspektów) z perspektywy aksjologii? Zależy nam tu na wskazaniu przez nich oczekiwanych i pożądanых sposobów i form urządzania życia społecznego (państwowego, samorządowego, publicznego), jego aktorów (Kościołów, partii, organizacji ruchów społecznych itp.) oraz na uchwyceniu ideacyjnych

¹⁹ Tenże, *Wartości a zachowania i działania społeczne...*, s. 27–28.

i pożądaných przezeń stanów, pozycji uznawanych za optymalne dla nich. Owe typy idealne traktujemy jako kryteria wartościowania, oceny, porównywania z „ideałem” danych przedmiotów, aktorów społecznych, zdarzeń sytuacyjnych. Ale również na tej podstawie istnieje możliwość stwierdzenia ewentualnego stopnia odchylenia realnego obiektu czy podmiotu, będącego przedmiotem eksploracji, od owego typu idealnego. Za pomocą wartości-ideałów zatem jednostki oceniają, w jakim stopniu percypowany obraz rzeczywistości społecznej odpowiada ich potrzebom czy wyobrażeniom, oraz porównują pod tym względem poszczególne przedmioty między sobą. Podejście takie umożliwia uchwycenie stosunku danej osoby do rzeczywistości społecznej czy jej sektorów²⁰.

Rozumienie i wiedza na temat wartości-ideałów wiąże się z afektywnym komponentem postawy, na który składają się emocje i oceny (ewaluacje) podmiotu. Przejawiają się one w postaci pozytywnej (akceptującej czy nawet afirmującej) lub negującej, a nawet neutralnej, niesprecyzowanej czy dysonansowej postawy jednostki wobec takiego, czy innego obiektu. Emocje te i oceny wynikają z porównywania obrazu rzeczywistości społecznej, czyli tego „jak jest” z deklarowanymi wartościami-ideałów, a więc tego „jak być powinno”. Z perspektywy typów idealnych można na przykład oceniać aktualną rzeczywistość polityczną czy stan demokracji w danym państwie. Zestawiając percypowany obraz rzeczywistości społecznej („jak jest”) i deklarowane wartości-ideały („jak być powinno”), można określić tzw. kontrideały (wartości negatywne, antywartości), a więc obiekty, zdarzenia, wizje uznawane za niewłaściwe czy niechciane, zarówno w życiu społecznym, jak i jednostkowym²¹.

Model orientacji wartościującej Profesor Szymczyk rozbudowywał przez wiele lat i weryfikował go w badaniach empirycznych swoich magistrantów i doktorantów²². Niektóre wyniki z badań socjologicznych prowadzonych w Katedrze Makrostruktur i Ruchów Społecznych zostały opublikowane²³.

²⁰ Tamże, s. 28.

²¹ Tamże, s. 28–29.

²² Niepełny wykaz prac magisterskich i doktorskich przygotowanych pod kierunkiem ks. dra hab. Jana Szymczyka znajduje się w jego artykule *Zamiast wprowadzenia...*, s. 10–14.

²³ Przykładowo podaję kilka takich prac: M. Pabich, *Elementy kultury politycznej w świadomości częstochowskiej młodzieży ponadgimnazjalnej*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 101–124; M. Bobrek, *Elementy systemu wartości działaczy podziemnej „Solidarności”*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 223–238; J. Jung, *Przejawy aktywności społecznej lubelskich studentów*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 125–138; J. Kubińska, *Socjologiczno-aksjologiczny wymiar aktywności sportowej na przykładzie fitness*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 155–172; A. Kłóś, *Naczelne wartości uczestników wypraw wysokogórskich*, w: *Segmenty*

Transformacje wartości w społeczeństwie polskim

Od ponad trzech dekad społeczeństwo polskie doświadcza procesów transformacji w różnych dziedzinach życia społecznego. Ks. Jan Szymczyk pisał:

Przemiany te dotyczą także sfery aksjologicznej i świadomościowej. Wartości pojmowane jako cele działań funkcjonują w świadomości jednostek i są traktowane jako przekonania potencjalne, uruchamiane i aktualizowane w adekwatnych sytuacjach i kontekstach, kiedy pojawiają się odpowiednie racje, motywacje czy wyzwania. Zwłaszcza wartości naczelné (preferowane lub też uznawane za cele życiowe) odgrywają szczególną rolę w systemie przekonań każdej osoby. Wprawdzie pierwszorzędnymi podmiotami, „noscicielami” wartości są jednostki, to jednak kategorie aksjologiczne w socjologii ujmowane są w społecznym kontekście. Traktuje się je jako w pewnym zakresie społecznie usankcjonowane i charakterystyczne dla danej społeczności, kultury²⁴.

Badania socjologiczne wśród dorosłych Polaków i wśród młodzieży szkolnej w różnych środowiskach społecznych – które analizował Profesor – potwierdziły trwałą obecność orientacji na rodzinę.

W okresie transformacji systemowej te więzi rodzinne i przyjacielskie ciągle stanowią – mimo wszystko – wielką wartość dla Polaków. Poziom satysfakcji z życia rodzinnego i towarzyskiego jest nadal – jak wynika z różnych badań socjologicznych – wysoki i znów, jak wiele razy w przeszłości, grupy te pomagają przetrwać różne zmiany społeczne, „oswoić” się z nową rzeczywistością okresu transformacji. Rodzina stanowi dla nas podstawowe środowisko działania i samorealizacji, a satysfakcjonujące życie rodzinne staje się najważniejszą wartością i celem Polaków na początku XXI wieku²⁵.

aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 267–284; M. Pabich, *Idea społeczeństwa obywatelskiego a aktywność społeczna częstochowskiej młodzieży ponadgimnazjalnej*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 211–229; F. Pruszkowski, *Aspekty postaw politycznych lubelskiej młodzieży ponadgimnazjalnej*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 231–243; J. Słoniewska, *Preferowane wartości członków organizacji AIESEC Lublin*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 301–322; G.W. Wróblewski, *Walor dalekowschodnich sztuk walki w świadomości zawodników Lubelskiego Klubu Karate Tradycyjnego*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 247–266; J.M. Zabielska, *Przestrzeń w mieście – jej wartość i znaczenie*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. Jan Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 287–300.

²⁴ J. Szymczyk, *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym...*, s. 36.

²⁵ Tenże, *Przemiany wartości Polaków. Wybrane aspekty i tendencje...*, s. 25–26.

Dorośli i młodzi Polacy przypisują rodzinie ważne znaczenie w swoim życiu, jest to jednak aprobata ogólna, która nie musi przekładać się na akceptację szczegółowych wartości i norm prorodzinnych. Może to także dotyczyć rodziny w kontekście innych wartości życiowych. W procesie przyspieszonej transformacji społeczeństwa polskiego sukces i kariera zawodowa stają się nową i poniekąd osobliwą wartością życiową młodych Polaków, do pewnego stopnia konkurującą z wartością rodziny. Sukces „tu i teraz” coraz wyraźniej jest artykułowany w dążeniach i celach życiowych młodzieży²⁶.

Profesor Jan Szymczyk bardzo dokładnie analizował w swoich artykułach i książkach wyniki z badań empirycznych nad wartościami uznawanymi przez Polaków. Do końca pierwszej dekady XXI wieku niewiele zmieniła się hierarchia wartości codziennych cenionych przez dorosłych Polaków, jednak niektóre z nich zyskały nieco na znaczeniu, inne trochę straciły. Rodzina i szczęście rodzinne oraz zdrowie jako wartości sytuowały się na szczycie tej hierarchii. Orientację na rodzinę można uznać za „oś systemu wartości” Polaków. Szczęście rodzinne jako podstawową wartość życia codziennego częściej deklarowały kobiety, osoby starsze, legitymujące się niższym stopniem wykształcenia, mieszkające na wsi lub w małych miastach, wierzące i regularnie praktykujące.

Autentyczne więzi rodzinne są dla wielu Polaków rodzajem obrony przed różnymi formami zmarginalizowania, wykluczenia, osamotnienia itp. oraz w ciągu ostatnich sześciu lat skala bliskich kontaktów w ramach rodziny nie zmieniła się znacząco. Więzy rodzinne w Polsce cechują się dużą siłą i stabilnością. Wpływa na to częstotliwość spotkań z bliskimi (utrzymująca się na wysokim poziomie) oraz skala zażyłych, przyjacielskich relacji między krewnymi. Również poziom satysfakcji z życia rodzinnego jest u Polaków nadal wysoki. Osoby, na wsparcie których można liczyć, to niezmiennie przede wszystkim członkowie najbliższej rodziny [...]. Nic też dziwnego, że ponad połowa eksplorowanych (54%) za najważniejszą wartość uznaje rodzinę, która stanowi dla nich podstawowe środowisko działania i samorealizacji, nadaje sens ich życiu²⁷.

Szczęście rodzinne, wielka miłość, zdobycie ludzkiego zaufania i szacunek innych ludzi stanowiły podstawę systemu aksjologicznego w perspektywie poszukiwania sensu życia. Te wartości afiliacyjno-stabilizacyjne utrzymywały swoją naczelną pozycję. Wartości dotyczące współżycia z ludźmi mają uniwersalny charakter i w niewielkim stopniu podlegają modyfikacji. Są one zawężone do prywatno-rodzinnego kręgu, zapewniającego bezpieczne życie bez kłopotów i konfliktów. Dorośli Polacy cenią wyżej niż młodzież spokojne

²⁶ Tenże, *Wokół wartości i więzi społecznych Polaków. Wybrane aspekty i tendencje*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2010, nr 4, s. 3–22.

²⁷ Tenże, *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym...*, s. 40.

życie bez kłopotów, szczęśliwe życie rodzinne, życie zgodne z zasadami religii, natomiast młodzi Polacy bardziej doceniają miłość i uczucie, a także komfort życia i wykształcenie.

Trudno jest rozstrzygnąć, w jakim stopniu dokonywane przez młodzież i ludzi dorosłych wybory wartości wskazują na obecność idei centralnych. Są to raczej pewne wybijające się tendencje w różnorodnych syndromach wartości nacechowanych konkretną sytuacją życiową młodzieży i jej dotychczasowymi doświadczeniami. Wartością porządkującą, do pewnego stopnia dominującą nad pozostałymi, jest szczęście rodzinne i miłość. Wydaje się, że dla wielu młodych ludzi i dorosłych Polaków odnajdywany i deklarowany sens życia wiąże się z celami bliższymi, nie dosięga metafizycznej głębi ludzkiej egzystencji. Wartości afiliacyjne i potrzeby samorealizacji poprzez bezpośrednie kontakty z ludźmi w małych grupach nabierają niejednokrotnie charakteru wartości naczelnych. W sytuacji wielości sensów związanych z konkretnymi wartościami nie jest łatwo ukształtować koherentną strukturę sensu w swoim życiu²⁸.

Przeprowadzone analizy socjologiczne potwierdzają konstatacje sformułowane przez J. Szymczyka:

Niewątpliwie procesy transformacji systemowej w naszym kraju, globalizacji, integracji europejskiej, relatywizacji społecznych grup odniesienia, detradycjonalizacji, homogenizacji lub hybrydyzacji społeczno-kulturowej, szeroko pojętego pluralizmu, rozwoju nowych mediów – mają wpływ na jakość preferowanych wartości i kształtowanie więzi społecznych, tożsamości Polaków. Niektóre kategorie aksjologiczne w wyniku tych procesów zmieniły w świadomości badanych swoje miejsce w hierarchii ich preferencji, inne uległy pewnej przemianie, reinterpretacji czy też kontestacji. Generalnie jednak można skonstatować, że w świecie wartości Polaków, także młodych, bardziej daje się dostrzec – mimo wszystko – pewną stabilność niż gwałtowną fluktuację, rekonstrukcję niż rozpad wartości, kontynuację niż totalne przerwanie ich ciągłości. Jednak ta optymistyczna konstatacja nie może implikować jakiegoś nieuzasadnionego samozadowolenia i nieostrzeżenia zjawisk determinujących przetasowania w świecie wartości naszych rodaków²⁹.

Badania socjologiczne wskazują na zróżnicowane postawy Polaków, zwłaszcza młodzieży, wobec różnych wartości. Analizując wiele wyników z badań empirycznych, ks. Jan Szymczyk podkreślał, że młode pokolenie doświadcza rozmaitych transformacji i kryzysów, ale pewne tendencje utrzymują się już od dłuższego czasu. Rodzina, miłość, przyjaźń, praca, spokojne życie i religia należą do preferowanych wartości, ale Polacy, zwłaszcza młodzież, doświadczają

²⁸ J. Baniak, *Kondycja współczesnej rodziny polskiej – jaka ona jest naprawdę i co jej zagraża?*, w: *Między nakazem a wyborem. Dylematy moralne małżeństw i rodzin w Polsce*, red. J. Baniak, Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków 2012, s. 7–28.

²⁹ J. Szymczyk, *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim...*, s. 317–318.

coraz bardziej zjawiska konkurencyjności, reguł rynku, wielości opcji w sferze pracy, kultury, edukacji, a także w dziedzinie moralnej i religijnej. Jeżeli nawet nie należy spodziewać się „rewolucyjnego przełomu”, to transformacje w sferze wartości dokonują się i będą dokonywać się w przyszłości.

Wprost przeciwnie, Profesor Szymczyk nawoływał do troski o wartości, w ramach wychowania ku wartościom.

Wartości podstawowe Polaków, jak i więzi społeczne rozwijane na wyższym ponadfamilistycznym poziomie, domagają się niewątpliwie większego zaangażowania i partycypacji określonych podmiotów, a nieraz i solidnej obrony, porządkowania, redefinicji, odkłamania i przywracania im w życiu społecznym i indywidualnym należytej hierarchii, rangi. Wartości – jak delikatne rośliny – aby się zakorzeniły i wrosnąć w grunt ludzkiego życia, wymagają wielu usiłowań i starań. Nie rosną one bez sprzyjających im upodobań, umiłowań i innych podmiotowych okoliczności sprzyjających. Bez uwzględnienia wartości i jakości więzi społecznych, tożsamości, charakterystycznych dla danej grupy społecznej, czy np. ruchu społecznego, nasza wiedza o nich byłaby zbyt uboga, statyczna, pozbawiona rozumienia najgłębszych mechanizmów i czynników ich funkcjonowania³⁰.

Uwagi końcowe

Socjologowie wskazują na różnicę między tym, co jest upragnione, a tym, czego powinno się pragnąć. W szeroko rozumianych wartościach życiowych mieszczą się wartości moralne związane z kategoriami dobra i zła, tego, co powinno się czynić i czego należy zaniechać, tego, co szlachetne i godne człowieka jako człowieka, jak i tego, co jest sprzeczne z godnością osobową człowieka. Mogą być one rozumiane jako obowiązujące w danej grupie społecznej czy w całym społeczeństwie przekonania co do ważności pożądanego pewnych dóbr i hierarchii rzeczy pod określonym kątem widzenia, nie tylko w sensie pragnieniowo-przyjemnościowym (wartości życiowe), ale przede wszystkim słusznościowo-powinnościowym (wartości moralne). Wartości moralne są bardziej stabilne, bardziej zakorzenione w strukturze osobowości jednostki niż wartości życiowe.

Perspektywa psychospołeczna czy relacjonistyczna, którą przyjmuje w swoich badaniach socjologicznych nad wartościami Jan Szymczyk, pozwala na

relatywnie zintegrowany ogląd zróżnicowanych postaw (stanowisk), jakie podmioty zajmują wobec wartości. Dla przykładu wartości mogą być ujmowane, po pierwsze, jako istniejące w przedmiotach materialnych i niematerialnych (rozumienie przedmiotowe).

³⁰ Tamże, s. 318.

Po drugie, utożsamia się je z działaniami, czyli związane są z samą relacją, jaka dokonuje się pomiędzy podmiotem a przedmiotem (rozumienie „pośrednie”). Po trzecie, kategorie aksjologiczne sytuuje się w doświadczeniu człowieka (rozumienie podmiotowe)³¹.

Przyjęcie relacjonistycznej (psychospołecznej, podmiotowo-przedmiotowej) perspektywy w odniesieniu do problematyki aksjologicznej implikuje aktywistyczną koncepcję wartości. Z tej racji socjologiczne badania nad wartościami – dokonywane z relacjonistycznego punktu widzenia – dostarczają wiele cennych informacji na temat aktywności podmiotów, transformacji i rekonstrukcji struktury fenomenów życia publicznego. Oznacza to, że nie można zrozumieć specyfiki badanych zjawisk, jeżeli nie uwzględni się problematyki wartości. Umożliwia ona socjologowi badanie i analizowanie faktycznych, a nie tylko deklarowanych werbalnie zachowań i działań podmiotów funkcjonujących w sieci różnych interakcji.

Wspólne wartości pełniące funkcje regulatorów i modyfikatorów są jednym z istotnych czynników kreowania poczucia „my”, a także intencjonalnego współdziałania. Kategorie aksjologiczne pojawiają się między innymi w sposobie mówienia i myślenia o rzeczywistości, określają typy i jakość dyskursu, są *modulem* definiowania swojej tożsamości indywidualnej i zbiorowej, obroną bądź podwyższaniem samooceny. Pozwala także na opisanie roli (funkcji) wartości w procesach integracji społecznej³².

Perspektywa aksjologiczna, którą przyjmuje ks. Jan Szymczyk, stanowi jedno z najbardziej istotnych pojęć badawczych, umożliwiających oglądy i konstruowanie obrazów konkretnych podmiotów i fenomenów życia społecznego. Zastosowanie (aplikacja) tej perspektywy sprawia, że badania socjologiczne prowadzone z punktu widzenia wartości (ich deklarowanie, a zwłaszcza uznanie i internalizowanie), dostarczają wielu cennych informacji na temat jakości i kondycji różnych form i struktur życia publicznego³³.

Warto jeszcze na koniec wspomnieć o zapoczątkowanej przez Profesora Szymczyka serii wydawniczej pt. „Studia nad wartościami. Perspektywa socjologii makrostruktur społecznych i ruchów społecznych”. W ramach tej serii ukazały się następujące pozycje pod jego redakcją: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym* (T. 1, 2010); *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka* (T. 2, 2012), *Zaufanie społeczne. Teoria – idee – praktyka* (T. 4, 2016) oraz napisana wspólnie z Arkadiuszem Jabłońskim monografia *Elements of the Application of*

³¹ Tenże, *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym...*, s. 40–41.

³² Tamże, s. 52.

³³ Tenże, *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim...*, s. 303–304.

the Complementarity Principle. Issues of the Sociology of Subjectivity and Social Structures (T. 3, 2014).

W tytule serii wydawniczej występuje kategoria „ruchy społeczne”. Ruchy społeczne znajdują się pomiędzy sferą „makro” i „mikro” (makro- i mikrostrukturami). Wskazują one na powiązania pomiędzy jednostkami oraz większymi i mniejszymi grupami, całościami społecznymi, czyli łączą w sobie swoistą dwustronność rzeczywistości społecznej. Ruchy społeczne są zatem kluczowymi komponentami pola jednostkowo-społecznego. Są taką areną, na której można obserwować, jak czynniki społeczne wpływają na działające jednostki i *vice versa*. Wiele zjawisk współczesnego życia jest implikowanych przez działalność ruchów społecznych, a obszar życia społecznego, w którym występują te fenomeny, określa się mianem „sektora ruchów społecznych”³⁴.

Seria wydawnicza „Studia nad wartościami”, jak i wiele prac ks. prof. Szymczyka, przyjmowała perspektywę makrostrukturalną (orientacja na społeczeństwo). Chodzi tu o ogląd działalności różnych form i kategorii życia społecznego przez pryzmat specyfiki ich zaangażowania społecznego, mobilizacji i realizacji podmiotowości sprawczej. Podejście to nie wyklucza oczywiście aplikacji – podczas eksploracji – orientacji na jednostkę, czyli doszukiwania się u badanych osób konkretnych przejawów i form ich aktywności, partycypacji społecznej, wartościowania, a także poszukiwania odpowiedzi na pytanie o przyczynę i skutki takich, a nie innych – dokonywanych przez określone podmioty – opcji aksjologicznych i ich funkcji. Zarówno w podejściu makrostrukturalnym, jak i zorientowanym na jednostkę chodzi o rekonstrukcję wartości dostrzeganych w postawach i zachowaniach osób, w funkcjonowaniu aktorów społecznych.

Obie te perspektywy są zatem komplementarne wobec siebie. W pewien sposób korespondują z nim dwa inne ujęcia wartości: socjocentryczne (postrzeganie rzeczywistości w kontekście aksjologii przez pryzmat systemów i grup społecznych) i allocentryczne (punktem wyjścia do oglądu świata jest inny człowiek jako jednostka, autonomiczna całość, mająca swoje ideały i dążenia). Kategorie aksjologiczne są oczywiście zróżnicowane według poszczególnych grup i kultur. Owo zróżnicowanie wartości pojawia się także w sytuacji „doświadczenia aksjologicznego” jednostki (ich poznania, internalizacji, aplikacji). Każdy z nas bowiem, poza elementami wspólnymi łączącymi mnie z innymi jednostkami, we właściwy dla swojej osobowości sposób poznaje, odczuwa i realizuje wartości³⁵.

³⁴ Tenże, *Specyfika nowych ruchów społecznych*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne*, s. 33–82; tenże, *Ruchy społeczne*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 17, red. E. Gigiliewicz, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2012, kol. 535–538; W. Szymczak, J. Szymczyk, *Socjologia partycypacji społecznej i Nowych Ruchów Społecznych*, w: *100 lat socjologii w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. Idee – teorie – badania*, red. W. Szymczak, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2018, s. 291–315.

³⁵ J. Szymczyk, *Wartości a zachowania i działania społeczne...*, s. 12–13.

Perspektywa psychospołeczna (albo inaczej podmiotowo-przedmiotowa) jest najbardziej właściwym podejściem do analizy świata wartości. Często zamierzeniem badacza nie jest bezpośrednia charakterystyka wartości jako wartości, ale raczej odkrywanie ich w sposobach myślenia o polityce, gospodarce, życiu publicznym, w kulturze, czyli przy okazji omawiania zasadniczych kwestii, stanowiących przedmiot teoretycznych analiz i badań socjologicznych. Analiza sfery społeczno-kulturowej, społeczno-politycznej i gospodarczej pozwala stwierdzić, że wartości istnieją w przestrzeni społecznej, chociaż mogą one doświadczać zarówno wzrostu, jak i spadku znaczenia³⁶.

Wśród badaczy życia społecznego istnieją i wydaje się, że będą istnieć spory na temat definicji wartości, ich taksonomii, hierarchii, poznawalności itp. Z tej racji, co niektórzy będą w dalszym ciągu konstruować koncepcje podważające zasadność wprowadzania do nauki (np. socjologii) kategorii „wartości”. Jednak świat bez wartości to świat silnie sformalizowany, zmatematyzowany i zredukowany do zjawisk fizycznych. Oczywiście, mamy trudności z definiowaniem wartości w ogóle, jednak te same kłopoty pojawiają się i przy określaniu innych pojęć socjologicznych. Zresztą są one charakterystyczne w każdej dziedzinie życia i w każdej dyscyplinie naukowej. Ale przecież trudności w rozstrzygnięciach nie niweczą niczego, a więc także wartości. Człowiek uświadamia sobie, że pewne fenomeny sprzyjają jego życiu, pomagają mu przetrwać, zachować „twarz”, a inne szkodzą mu, dezintegrują jego osobowość, przynoszą mu wstyd. I właśnie te, które mają charakter pozytywny, jednostka ceni je – traktuje jako „wartości”, „dobra”. Żyje według nich, cierpi i oddaje życie w ich imię³⁷.

Bibliografia

- Baniak J., *Kondycja współczesnej rodziny polskiej – jaka ona jest naprawdę i co jej zagraża?, w: Między nakazem a wyborem. Dylematy moralne małżeństw i rodzin w Polsce*, red. J. Baniak, Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków 2012, s. 7–28.
- Dobrogowska M., Pabich A., *Bibliografia publikacji ks. dr. hab. Jana Szymczyka, prof. KUL*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2021, nr 1–2 (64), s. 21–35.
- Jabłoński A., *Jana Szymczyka rozumienie aksjologicznego wymiaru polskiej socjologii*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2021, nr 1–2 (64), s. 37–54.
- Jabłoński A., Szymczyk J., *Elements of the Application of the Complementarity Principle. Issues of the Sociology of Subjectivity and Social Structures*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2014.
- Mariański J., *Moralność w kontekście społecznym*, Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków 2014.
- Mariański J., *Socjologia i moralność. Czym jest i dokąd zmierza socjologia moralności?*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2019.
- Mariański J., *Socjologia moralności*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2006.

³⁶ Tenże, *Pomiędzy marzeniami a faktami. Szkice socjologiczne*, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2005; tenże, *Zamiast wprowadzenia...*, s. 8.

³⁷ Tenże, *Odkrywanie wartości...*, s. 253–254.

- Motyka K., *W służbie wartości. Ks. prof. Jan Szymczyk (1963–2020)*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2021, nr 1–2 (64), s. 5–20.
- Piowowski W., *ABC katolickiej nauki społecznej, część 1 (Wprowadzenie, podstawy, kierunki)*, Wydawnictwo Diecezjalne, Pelplin 1993.
- Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012.
- Szymczak W., Szymczyk J., *Socjologia partycypacji społecznej i Nowych Ruchów Społecznych, w: 100 lat socjologii w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. Idee – teorie – badania*, red. W. Szymczak, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2018, s. 291–315.
- Szymczyk J., *Odkrywanie wartości. Z problematyki socjologiczno-aksjologicznej*, Wydawnictwo POLIHYMNIA, Lublin 2004.
- Szymczyk J., *Pomiędzy marzeniami a faktami. Szkice socjologiczne*, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2005.
- Szymczyk J., *Przedmowa*, w: J. Mariański, *Aforyzmy, myśli, sentencje i refleksje socjologiczne (Religia – Kościół – moralność – wartości – godność ludzka – sens życia)*, Wyższa Szkoła Nauk Społecznych z siedzibą w Lublinie, Lublin 2020, s. 7–9.
- Szymczyk J., *Przemiany wartości i więzi we współczesnym społeczeństwie polskim*, w: *Odpowiedzialność społeczna w innowacyjnej gospodarce*, red. P. Kawalec, A. Błachut, Wydawnictwo KUL, Lublin 2011, s. 299–319.
- Szymczyk J., *Przemiany wartości Polaków. Wybrane aspekty i tendencje*, w: *Społeczne i etyczne aspekty rozwoju społecznego*, red. W. Jedynak, J. Kinal, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, s. 7–34.
- Szymczyk J., *Ruchy społeczne*, w: *Encyklopedia katolicka*, t. 17, red. E. Gigiliewicz, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 2012, kol. 535–538.
- Szymczyk J., *Socjolog na ambonie [Refleksje nad Logosem]. Refleksje, homilie, rozważania, wywiady*, Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia Sandomierz, bmr [2023].
- Szymczyk J., *Socjologiczne rozumienie wartości w aspekcie relacjonistycznym*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2019, nr 3, s. 35–54.
- Szymczyk J., *Specyfika nowych ruchów społecznych*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu społecznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 33–82.
- Szymczyk J., *Wartości a zachowania i działania społeczne*, w: *Segmenty aktywności społecznej a wartości. Idee i praktyka*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo KUL, Lublin 2012, s. 9–35.
- Szymczyk J., *Wokół wartości i więzi społecznych Polaków. Wybrane aspekty i tendencje*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2010, nr 4, s. 3–22.
- Szymczyk J., *Zamiast wprowadzenia. O Katedrze Socjologii Makrostruktur i Ruchów Społecznych*, w: *Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010, s. 5–15.
- Wartości – interesy – struktury społeczne. Uwarunkowania ludzkiej kreatywności i partycypacji w życiu publicznym*, red. J. Szymczyk, Wydawnictwo Norbertinum, Lublin 2010.
- Zagała Z., *Ogrodnik w świecie demiurgów i barbarzyńców. O aksjologii posługi słowa ks. prof. Jana Szymczyka*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2021, nr 1–2(64), s. 107–119.