

## KS. PROF. DR HAB. DHC JAN ZIMNY

General Tadeusz Kościuszko Military University of Land Forces in Wrocław (Poland)

Theologian, educator, ethicist, philosopher, and lecturer. Research interests: marketing and management, security, diplomatic etiquette, authority, educational dialogue, educational personalism, youth, leadership, leader, Catholic values, Catholic pedagogy, and military service.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4735-4175>

E-mail: [jzimny@przemysl.opoka.org.pl](mailto:jzimny@przemysl.opoka.org.pl)

CC-BY-NC-ND 4.0 Deed

### AUTHORITY AS A VALUE IN THE MANAGEMENT PROCESS

Autorytet jako wartość w procesie zarządzania

DOI: <https://doi.org/10.62266/PK.1898-3685.2025.38.02>

#### Wstęp

Stare tybetańskie przysłowie mówi, że „Wybór właściwej drogi życia, to podążanie za odpowiednim mędrce”. Myśl ta, winna stanowić punkt odniesienia nie tylko w procesie wychowania, kształcenia, ale również w procesie zarządzania. Spotkanie autorytetu i opowiedzenie się za autorytetem, czyli mędrce życiowym, jest istotnym czynnikiem w kształtowaniu danej organizacji. Docenianie znaczenia wzorów osobowych i autorytetów jako wartości jest szczególnie ważne w XXI wieku ze względu na rozwój społeczno-ekonomiczny poszczególnych państw oraz rewolucję informatyczno-techniczną, które niosą za sobą wiele zagrożeń. Rozwój cywilizacji sprawił, że rozumiana w szerokim znaczeniu gospodarka, przedsiębiorczość, musi podjąć wielu złożonym i trudnym zadaniom czy wyzwaniom. Z uwagi na to, że we współczesnej gospodarce coraz więcej uwagi poświęca się roli menadżera, ale takiego, który będzie posiadał autentyczny autorytet, stąd potrzeba określonych działań w tym obszarze. Dzisiaj takim osobom stawia się szczególnie wysokie wymagania zarówno osobowe, wiedzę, trzeźwego intelektu, umiejętności kierowania zespołem, rozwiązywania trudnych spraw, ale również posiadania moralnego poziomu<sup>1</sup>.

Tak więc problematyka autorytetu stanowi jedno z głównych zagadnień związanych z funkcjonowaniem społeczeństwa i ukazuje swoje zróżnicowanie w zależności od warunków w jakich się on przejawia. Niewątpliwie, czynnikiem kształtującym i kreującym autorytet jest społeczeństwo ponieważ to ono jest wyznacznikiem hierarchii wartości, ich zakresu i ważności<sup>2</sup>.

#### 1. „Sine qua non” autorytetu w zarządzaniu

Każda jednostka ludzka dla prawidłowego rozwoju własnej osobowości potrzebuje autorytetu, który stanowi dla niej wzorzec zachowań i postępowania. Wielu z nas szuka osobistego mentora, który wprowadził by nas w tajniki życia, jego funkcjonowania, przygotowania. Można śmiało powiedzieć, że autorytetu potrzebuje dzisiaj każdy człowiek bez względu na wiek, czy wykonywany zawód. Autorytetu najbardziej jednak poszukują ludzie młodzi, którzy szukają wzorców dla swojego przyszłego dorosłego życia.

---

<sup>1</sup> M. Wasylewicz, *Autorytety medialne – starcie czy wsparcie autorytetów realnych współczesnej młodzieży*, Lubelski Rocznik Pedagogiczny, 35(1), s. 99–109.

<sup>2</sup> B. Tuziak, *Autorytet jako aksjologiczna podstawa trwałości i rozwoju społeczeństwa oraz kształtowania ładu strukturalnego*, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, R. 2019, 59(3), 250–260.

Jak potwierdza codzienność, autorytetu potrzebuje także każda organizacja, każde przedsiębiorstwo, każdy zakład pracy, każdy zespół, w tym zespoły personalne służb mundurowych. Co prawda jesteśmy świadkami pewnego kryzysu autorytetów, co nie oznacza, że nie istnieje na nie zapotrzebowanie. Potrzeba autorytetu jest dziś poważnym wyzwaniem wobec całego społeczeństwa.

Autorytety jako podmioty miarodajności potrzebne są ludziom, aby mogli z nich brać przykład, wzorować się na nich, uzyskiwać wskazówki i porady oraz rozstrzygać, jakie zachowania są właściwe, a jakie odbiegają od powszechnie przyjętych wzorców postępowania. Autorytet to żywy wzór kompetencji w sprawach mających znaczenie dla starań o urządzenie się w środowisku społecznym i zachowania tożsamości<sup>3</sup>. Zapewne wielu z nas miało to szczęście, spotkać na swojej drodze życia autorytet, który niejednokrotnie wspominamy przy każdej okazji. Wprawdzie w rozwoju osobowości młodego człowieka najważniejszą rolę spełnia rodzina, potem szkoła jako instytucja kształcąca i wychowująca, ale przychodzi czas, kiedy szukamy kogoś cieszącego się naszym zaufaniem.

Z reguły mówiąc o autorytecie mamy na uwadze konkretną osobę, postać z życia publicznego czy społecznego, której słowa i postępowanie są popierane przez innych ludzi i stanowią dla nich wzór nadający kierunek ich postępowaniu. Powszechnym jest fakt, iż autorytet to pewny wzór oczekiwania, który jest niekiedy przypisywany danej jednostce, realnej, idealnej w stosunku do określonych osobników. Krótko mówiąc, autorytet to nic innego jak przykład, wzór, wpływ kogoś, kto dla innych ma duże znaczenie ze względu na posiadanie osobiste wartości, cechy, umiejętności<sup>4</sup>.

Autorytet w zarządzaniu to połączenie władzy formalnej (wynikającej ze stanowiska) z autorytetem nieformalnym (opartym na osobistych cechach, kompetencjach i zaufaniu), który jest kluczowy dla efektywnego przywództwa; buduje się go przez empatię, spójność, kompetencje, dobrą komunikację, branie odpowiedzialności za zespół i motywowanie podwładnych, stając się wzorem do naśladowania.

Wypracowanie sobie własnego autorytetu osobistego znacząco ułatwia zarządzanie całym zespołem pracowników. Szacunek i zaufanie podwładnych sprawia, że stają się oni zdecydowanie bardziej zaangażowani w wykonywanie obowiązków oraz są mniej skłonni do kwestionowania ostatecznych decyzji kierownictwa. Równocześnie kierownicy cieszący się uznaniem często wyznają zasadę, że nie są nieomylni, chętnie słuchają wskazówek osób niżej postawionych oraz ułatwiają im współtworzenie przedsiębiorstwa.

Jedną z cech zarządzania według P. Druckera mówi o tym, że zarządzanie wymaga prostych i zrozumiałych wartości, celów działania i zadań. Elementy te pozwalają zjednoczyć wszystkich uczestników organizacji. Wartości, cele działania i zadania powinny być formułowane w taki sposób, aby wzbudzać entuzjazm i emocjonalne zaangażowanie, co mobilizuje ludzi do określonego wysiłku nawet wtedy, gdy ich osiągnięcie wydaje się być mało realne. Wspólne wartości dla wszystkich uczestników organizacji budują ducha zespołu i poczucie jedności, a także wzmacniają motywację do wykonywania różnorodnych zadań<sup>5</sup>.

## **2. Oczekiwania autorytetu w opinii badanych**

Na przestrzeni ostatnich trzech lat, piszący tekst przeprowadził kilka badań ankietowych zarówno w Polsce jak i za granicą na temat autorytetu i jego znaczenia w życiu młodego człowieka. W sumie przeprowadzonych zostało ponad 500 ankiet, w tym 65% badanych to

---

<sup>3</sup> Por. I. Wagner, *Stalość czy zmienność autorytetów. Pedagogiczno-społeczne studium funkcjonowania i degradacji autorytetu w zmieniającym się społeczeństwie*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2005.

<sup>4</sup> A. Majewska-Kafarowska, *Współczesne procesy demograficzne jako wyzwanie dla edukacji dorosłych*, [w:] M. Gromadzka (red.), *Przestrzenie i miejsca edukacji dorosłych w Polsce*, Wyd. FRSE Warszawa 2020, s.70-93.

<sup>5</sup> A. Zakrzewska-Bielawska, *Istota procesu zarządzania*, [w:] *Podstawy zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, pod red. A. Zakrzewskiej-Bielawskiej, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012, s. 496.

kobiety, zaś 35% to mężczyźni. Najczęściej badanymi byli studenci kilku kierunków studiów, studiujących w Polsce, na Słowacji, w Ukrainie, na Węgrzech i w Czechach. Pomimo, iż były to osoby w różnym wieku, ponieważ badania prowadzone były wśród studentów studiów stacjonarnych jak i nie stacjonarnych, to odpowiedzi kształtowały się podobnie we wszystkich grupach wiekowych i specjalistycznych<sup>6</sup>. Z badań jasno wynika, że autorytet znów powraca do łask. Daje się to wyraźnie zauważyć wśród młodego pokolenia, przed którym jest wiele wyzwań osobistych i zawodowych. Kryzys moralny, negatywny wpływ mediów, brak właściwej troski rodziców o wychowanie dzieci, powoduje w młodym pokoleniu głód na wzorce osobowe. Pragnieniem młodego pokolenia jest to, aby na swej drodze spotkać osobę cieszącą się autorytetem, a tym samym będącą wzorem niemal we wszystkich aspektach życia. Interesującym jest to, że wielu respondentów wskazuje na potrzebę autorytetu moralnego<sup>7</sup>.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, autorytet w życiu młodego człowieka odgrywa istotną rolę w kształtowaniu poczucia jakości życia. Dzięki autorytetom młodzież dąży w swoim życiu do określonych wartości, celów. Autorytety pozwalają przygotować się młodzieży do prawdziwego życia<sup>8</sup>. Można zapytać, skąd się to bierze? Otóż powodem zapotrzebowania jest zapotrzebowanie na autorytet, którego brak w rodzinach czy w przestrzeni publicznej. Zapewne przyczyną tego stanu rzeczy jest „pogubienie się” młodego człowieka w wymiarze moralnym, zatracenie umiejętności rozróżniania dobra od zła, prawdy od fałszu, piękna od brzydoty.

W ostatnich latach pewną modą stało się chodzenie wielu osób, w tym głównie młodych, na siłownię, czy do klubów fitness, gdzie oprócz troski o swoją tężyznę, swój wygląd szuka się osoby, która by mogła stać się dla niej autorytetem. Przeprowadzone badania wyraźnie wskazują, że obok rodziców, bardzo często trenerzy stają się osobami znaczącymi dla młodych osób, a ich rola nie ogranicza się tylko do kwestii technicznych związanych z treningami, lecz stanowią oni bardzo ważne źródło wsparcia emocjonalnego<sup>9</sup>.

Jeśli chodzi o autorytet w zarządzaniu, to respondenci wskazują, że przygotowanie nowej osoby jako profesjonalisty do danego zawodu, wymaga obecności w ich życiu mistrza. Szczególnie ma to miejsce w zawodach rzemieślniczych, w których ceni się tajniki sztuki danej profesji, zaś wiedza i umiejętności przekazywane są przez doświadczonych rzemieślników adeptom stopniowo wchodzącym w sekrety rzetelnego wykonywania zawodu. Tych, którzy posiadli pożądane cechy i sprawności, zowie się mistrzami mającymi posłuch i autorytet<sup>10</sup>.

Do dziś w niektórych środowiskach zawodowych nadal funkcjonuje pojęcie mistrz. Jak wiemy, mistrzem można być uznanym przez jedną osobę, ale można także być mistrzem dla wielu, podobnie jak jedna osoba może mieć kilku mistrzów równocześnie w kilku dziedzinach lub nawet w tej samej dziedzinie na przestrzeni wieków. Mistrza można podziwiać, naśladować, mistrza można także prześcignąć, ale zdarza się, że uczeń zawiedzie swego nauczyciela mistrza. Słusznie kiedyś Jan Paweł podkreślił, że w dzisiejszych czasach bardziej potrzeba świadków jak nauczycieli. Czy współczesne tendencje jakie zarysowały się w przestrzeni publicznej dadzą pełną odpowiedź na wyzwania w kierunku kreowania, poszukiwania, uszanowania autorytetów.

---

<sup>6</sup> I. Jazukiewicz, *Autorytet nauczyciela akademickiego*, [w:] K. Jaskot (red.), *Wprowadzenie do pedagogiki szkoły wyższej*, Oficyna In Plus, Szczecin 2006, s.359–370.

<sup>7</sup> Por. J. Jaroszyński, *Edukacja medialna w kontekście roli autorytetów moralnych w życiu społecznym: Studium teologiczno-pastoralne*, Polskie Stowarzyszenie Pastoralistów i Duszpasterzy im. Jana Pawła II, Warszawa 2010.

<sup>8</sup> J. Kata, *Rola autorytetu w kształtowaniu jakości życia młodego człowieka*, [w:] A. Chrapusta, I. Skoczeń i S. Wronka (red.), *Pomiędzy szacunkiem a odpowiedzialnością. Rola autorytetu w rozwoju osobowym człowieka*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II, Kraków 2021, s. 215.

<sup>9</sup> M. Kuźnik, *Kulturowe wzorce osobowe a wychowanie współczesnego dziecka*, *Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce*, R. 2021, 16(4/62), s. 27–40.

<sup>10</sup> Por. K. Olbrycht, *O roli przykładu, wzoru, autorytetu i mistrza w wychowaniu osobowym*, Toruń 2007.

### 3. Etyka rękomią autorytetu

Związek etyki z autorytetem jest oczywisty. Natomiast pogodzenie biznesu z etyką może wydawać się trudne. Przede wszystkim przedsiębiorca musi uświadomić sobie, czym jest etyczne postępowanie i zrozumieć, że dla niego samego, jak i całego społeczeństwa bezpieczniej jest, gdy działa w zgodzie z prawem, a nawet ponad to. Zrozumienie i wprowadzenie zasad etyki do strategii firmy to pokazanie, że jest się odpowiedzialnym przedsiębiorcą, poważnie traktuje się innych i tego samego wymaga się od nich. Brak etyki powoduje wewnętrzny chaos, wpływa na zmniejszenie motywacji pracowników, pogorszenie jakości ich pracy oraz poczucie bezkarności i demoralizację całego społeczeństwa. Przedsiębiorca często nie jest świadomy, że jego nieetyczne zachowania mogą powodować szkody i generować olbrzymie koszty<sup>11</sup>.

Poziom stopnia przestrzegania zasad moralnych przez przedsiębiorstwa jest kluczowym czynnikiem jego długookresowej konkurencyjności. Z powyższego względu ważną kwestią jest dostarczenie wszystkim jego podmiotom wiedzy dotyczącej systemu wartości, przyjętych wzorów i kryteriów wartościowania zachowania ludzi w prowadzonych przedsięwzięciach biznesowych oraz wkomponowanie tych elementów w system zarządzania<sup>12</sup>.

Etyka w biznesie zyskuje coraz bardziej na popularności głównie ze względu na to, że przedsiębiorcy zaczynają dostrzegać płynące z niej korzyści. Wzrasta też świadomość etyczna i zmienia się spojrzenie na misję przedsiębiorstwa, która zaczyna przyjmować postać odpowiedzialności społecznej jako zestawu zobowiązań do ochrony oraz umacniania społeczeństwa, w którym funkcjonuje<sup>13</sup>.

Etyka zarządzania obejmuje normy zachowania menedżerów, którymi kierują się oni wykonując swoją pracę. Istotny jest sposób traktowania pracowników przez organizację i ważny jest stosunek pracowników do organizacji. Te obszary niosą ze sobą wiele kontrowersji związanych ogólnie z zarządzaniem zasobami ludzkim (warunkami płacy i pracy, rozpowszechnianiem poufnych informacji o współpracownikach, ingerowaniem w sferę prywatną czy też wyjawianiem tajemnic firmy itp.). Przedsiębiorstwa dążąc do maksymalnego zysku, wyzyskują pracowników i przyznają astronomiczne wynagrodzenia szefom, a etyka jako nauka jest sprowadzana jedynie do analizy terminów etycznych i moralnych<sup>14</sup>.

Prowadzenie biznesu z uwzględnieniem wartości etycznych, prawa, szacunku do pracowników, klientów, dostawców i całego społeczeństwa oraz środowiska naturalnego ma dzisiaj szczególne znaczenie. W świecie biznesu, gdzie często króluje korupcja i kłamstwo, firmy postępujące uczciwie, stają się bardziej wiarygodne i cieszą się większym zaufaniem społecznym. Etyka biznesu to doskonała strategia firmy i mocny atut jej wizerunku. Bardzo często etyka decyduje o powodzeniu bądź klęsce danej organizacji w perspektywie długofalowej.

### Podsumowanie

Ze społecznego punktu widzenia ważne jest określenie powodów, dla których podporządkowujemy się autorytetom. Uznanie kogoś za autorytet ze względu na takie wartości jak szacunek, czy uznanie prowadzi do podporządkowania się woli autorytetu. Przedstawione

---

<sup>11</sup> Por. M. Mroziowski, *Etyka w zarządzaniu. Wybrane problemy w aspekcie inteligencji moralnej i konkurencyjności przedsiębiorstw*, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2014.

<sup>12</sup> A. Szablewski, *Maksymalizacja wartości a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, [w:] *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, pod red. A. Szablewskiego, R. Tuzimka, Wyd. POLTEXT, Warszawa 2004, s. 28-29.

<sup>13</sup> A. Szablewski, *Maksymalizacja wartości a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, [w:] *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, pod red. A. Szablewskiego, R. Tuzimka, Wyd. POLTEXT, Warszawa 2004, s. 28-29.

<sup>14</sup> R. Walkowiak (red.), *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania im. Prof. T. Kotarbińskiego w Olsztynie, Olsztyn 2008.

powyżej zagadnienia dotyczące autorytetu stanowią punkt wyjścia do rozważań związanych z autorytetem jako wartością w procesie zarządzania<sup>15</sup>.

Na znaczenie autorytetu w życiu młodych ludzi wielokrotnie zwracał uwagę Jan Paweł II, który otwarcie wskazywał na to, że młodzież potrzebuje przewodnika, który powinien być dla niej autorytetem, ale nade wszystko przewodnik ten powinien być człowiekiem bliskim, który potrafi pomóc młodemu człowiekowi odnaleźć sens życia, tą właściwą drogę, którą będzie podążać ku dorosłości<sup>16</sup>.

Zarówno właściwa etyka zarządzania jak i autorytet stanowią istotną wartość danej organizacji. Aksjologia danej jednostki jest fundamentem racji bytu jej istnienia. Główną kategorią aksjologii jest wartość, oznaczająca wszystko to, co cenne i godne pożądaniami, co stanowi cel dążeń ludzkich<sup>17</sup>. Zarządzanie jest procesem obejmującym planowanie i podejmowanie decyzji, organizowanie, motywowanie, przewodzenie i kontrolowanie. Do podstawowych wartości w globalnej korporacji należą: uczciwość, wyzwania i radość ze zmian, sprostanie oczekiwaniom klienta, pracowitość, szybkość działania, wiara we własne siły, umiejętność uczenia się.

### **Bibliografia:**

1. Bolesta-Kukułka K., *Świat organizacji*, [w:] *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, pod red. Koźmińskiego A. K., Piotrowskiego W., Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 130-131.
2. Herman A., *Aksjologiczne aspekty teorii i praktyki zarządzania wartością*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2015/2, s. 27.
3. Jaroszyński J., *Edukacja medialna w kontekście roli autorytetów moralnych w życiu społecznym: Studium teologiczno-pastoralne*, Polskie Stowarzyszenie Pastoralistów i Duszpasterzy im. Jana Pawła II, Warszawa 2010.
4. Jazukiewicz I., *Autorytet nauczyciela akademickiego*, [w:] K. Jaskot (red.), *Wprowadzenie do pedagogiki szkoły wyższej*, Oficyna In Plus, Szczecin 2006, s.359–370.
5. Kata J., *Rola autorytetu w kształtowaniu jakości życia młodego człowieka*, [w:] A. Chrapusta, I. Skoczeń i S. Wronka (red.), *Pomiędzy szacunkiem a odpowiedzialnością. Rola autorytetu w rozwoju osobowym człowieka*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II, Kraków 2021, s. 215.
6. Kuźnik M., *Kulturowe wzorce osobowe a wychowanie współczesnego dziecka*, *Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce*, R. 2021, 16(4/62), s. 27–40.
7. Majewska-Kafarowska A., *Współczesne procesy demograficzne jako wyzwanie dla edukacji dorosłych*, [w:] M. Gromadzka (red.), *Przestrzenie i miejsca edukacji dorosłych w Polsce*, Wyd. FRSE Warszawa 2020, s.70-93.
8. Mroziewski M., *Etyka w zarządzaniu. Wybrane problemy w aspekcie inteligencji moralnej i konkurencyjności przedsiębiorstw*, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2014.
9. Olbrycht K., *O roli przykładu, wzoru, autorytetu i mistrza w wychowaniu osobowym*, Toruń 2007.
10. Szablewski A., *Maksymalizacja wartości a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, [w:] *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, pod red. A. Szablewskiego, R. Tuzimka, Wyd. POLTEXT, Warszawa 2004, s. 28-29.

---

<sup>15</sup> A. Herman, *Aksjologiczne aspekty teorii i praktyki zarządzania wartością*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2015/2, s. 27.

<sup>16</sup> J. Zimny, *Wartość autorytetu w procesie pedagogicznym*, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Stalowa Wola 2008; J. Zimny, *Współczesny model autorytetu nauczyciela*, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Stalowa Wola 2006.

<sup>17</sup> K. Bolesta-Kukułka, *Świat organizacji*, [w:] *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, pod red. Koźmińskiego A. K., Piotrowskiego W., Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 130-131.

11. Tuziak B., *Autorytet jako aksjologiczna podstawa trwałości i rozwoju społeczeństwa oraz kształtowania ładu strukturalnego*, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, R. 2019, 59(3), s.250–260.
12. Wagner I., *Stalość czy zmienność autorytetów. Pedagogiczno-społeczne studium funkcjonowania i degradacji autorytetu w zmieniającym się społeczeństwie*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2005.
13. Walkowiak R. (red.), *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Olsztyńska Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania im. Prof. T. Kotarbińskiego w Olsztynie, Olsztyn 2008.
14. Wasylewicz M., *Autorytety medialne – starcie czy wsparcie autorytetów realnych współczesnej młodzieży*, *Lubelski Rocznik Pedagogiczny*, 35(1), s. 99–109.
15. Zakrzewska-Bielawska A., *Istota procesu zarządzania*, [w:] *Podstawy zarządzania. Teoria i ćwiczenia*, pod red. A. Zakrzewskiej-Bielawskiej, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012, s. 496.
16. Zimny J., *Wartość autorytetu w procesie pedagogicznym*, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Stalowa Wola 2008.
17. Zimny J., *Współczesny model autorytetu nauczyciela*, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Stalowa Wola 2006.