

ks. **Piotr
Pawlukiewicz**

10^{*Lat*}
RTCK



**jesteś
marką**

Ty jesteś MARKĄ

ks. Piotr Pawlukiewicz dla RTCK

ks. Piotr Pawlukiewicz

Produkcja: RTCK

Nowy Sącz 2019

ISBN: 978-83-65927-97-2

Wydanie I

Redakcja: Krystyna Sadecka

Korekta: Seiton, www.seiton.pl

Opieka redakcyjna: Renata Czerwicka

Skład: Barbara Wrzos, Graphito, www.graphito.pl

Projekt okładki: Jakub Kosakowski

Rysunki: Cudaki Karo – Karolina Brodowska

Druk: Drukarnia Skleniarz

Książka zawiera zapis audiokonferencji „Prosto z serca” ks. Piotra Pawlukiewicza wydanej w RTCK, szeroko uzupełniony przez autora o nowe wątki i historie.



RTCK

ul. Zielona 27, WSB, bud. C

33-300 Nowy Sącz

tel. 531 009 119

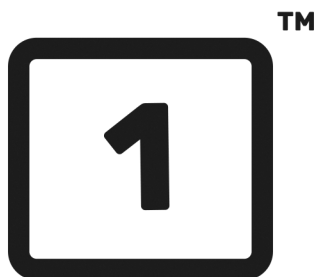
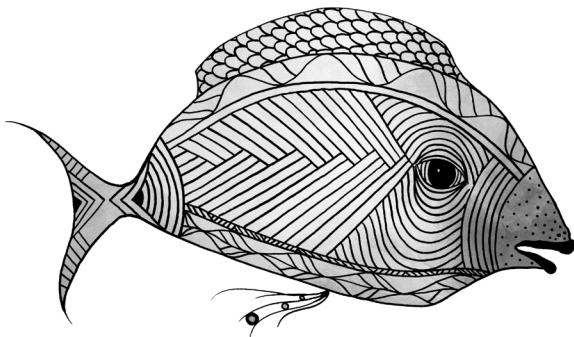
sklep@rtck.pl

www.rtck.pl

Dołącz do społeczności ludzi, którzy chcą robić to, co kochają.

www.rtck.pl

Zapisz się, a będziemy Cię wspierać na tej drodze,
wysyłając wartościowe materiały!



Ryba lubi pływać

Dla kogo oklaski są niebezpieczne?

Czy można utonąć i mieć się dobrze?

Kto pożyczy śrubokrętu?

Każda firma chce mieć swój znak, swoją markę. Na wykreowanie firmowego logo idą kolosalne pieniądze, za splagiatowanie znaku nakładane są ogromne kary, a procesy o naruszenie praw autorskich potrafią trwać latami. Dyskusje nad krojem pisma, ba... nad każdą kropką, ciągną się w nieskończoność, zaś honoraria autorskie grafików osiągają zawrotne sumy. Jesteśmy świadkami niekończącej się walki o to, żeby być widocznym i rozpoznawalnym – czy to przez głos, czy przez symbol, czy przez zachowanie.

Z drugiej strony są też ludzie, a nawet całe firmy, którzy umiarkowanie chcą się reklamować. Mój kolega razem z żoną grywał w zespole weselnym. Zaproponowałem mu kiedyś, że ich rozreklamuję, a on mi na to, że nie trzeba, bo mają rezerwacje na dwa lata do przodu.

Istnieją w końcu na świecie instytucje czy stowarzyszenia, które swoje znaki celowo ukrywają. Nie chcę wchodzić głębiej w to zagadnienie, bo nie to jest tematem tej książki, ale tak właśnie funkcjonuje np. masoneria – symbole, którymi się posługuje, potrafią rozszyfrować tylko wtajemniczeni, osoby z najwyższych szczebli tej struktury. Konieczność ukrywania swojego znaku zachodzi także podczas wojny. Kryptonimy, tajne hasła zapewniają bezpieczeństwo członkom podziemnych organizacji walczącym z agresorem. (Pamiętacie z pewnością naszego dzielnego Hansa Kłosa, czyli J-23, prawda?).

Chrześcijanie, jak i całe chrześcijaństwo – struktura, która zaczęła powstawać po śmierci i zmartwychwstaniu Chrystusa – też potrzebowało dla siebie znaku, jakiejś nazwy, czegoś, co czyniłoby markę rozpoznawalną.

Na początku chrześcijanie robili to bardzo dyskretnie. Dlaczego? Naturalnie pewnie dlatego, że żyli w nieprzyjaznych dla swojej religii czasach. Ale zwróćcie też uwagę, że pewnego rodzaju dyskrecja towarzyszyła już samemu Chrystusowi, kiedy dokonywał cudów. Jasne... bywały spektakularne momenty, jak nakarmienie pięciu tysięcy ludzi, ale zwykle po uczynieniu cudu Jezus... oddalał się, na przykład szybko wsiadał do łodzi i odpływał z apostołami do innej miejscowości.

Często też zakazywał tym, których uzdrawiał, żeby rozpowiadali o Nim. Dlaczego tak robił? Przecież teraz był najlepszy moment, żeby pokazywać swoją potęgę! Nie. Jezus wiedział, co grozi osobom popularnym i oklaskiwanym – pycha. To dlatego zaraz po uczynieniu cudu, kiedy ludzie chcieli Jego i jego apostołów całować po rękach, nakazywał im zwiewać. Nie z powodu zewnętrznego zagrożenia, ale po to, by chronić apostołów przed pychą.

A jednak mimo dyskrecji pierwszych wyznawców chrześcijaństwo się rozszerzało. W III wieku koło 10% ludności Cesarstwa to byli chrześcijanie. (Teraz podobny odsetek mieszkańców Warszawy chodzi do kościoła). Nie mieli wydawnictw katolickich, nie mieli radiostacji, nie mieli struktur, kurii, uczelni. Po prostu! Sąsiadka sąsiadce mówiła o Jezusie...

Co do znaku rozpoznawczego padło na rybę. Ryba stała się dla pierwszych chrześcijan wygodnym i pojemnym symbolem. Przede wszystkim wskazywała na wodę – rzeczywistość chrztu. Ryba świetnie się czuje w środowisku wodnym – chrześcijanin zaś to człowiek, który się w wodach chrztu „utopił” i jest mu z tym bardzo dobrze.

Czy macie świadomość, że chrześcijanie to ludzie, którzy są już po swoim pogrzebie? My umarliśmy dla



*Czy macie świadomość,
że chrześcijanie to ludzie,
którzy są już po swoim
pogrzebie?
My umarliśmy dla świata.
Dla świata nie żyjemy.*

ks. Piotr Pawlukiewicz

Ty TM **jesteś
marką**

świata. Dla świata nie żyjemy. Powinniśmy po prostu mijać świat, ignorując go. A zatem właśnie ryba – istota, która znakomicie odnajduje się w rzeczywistości podwodnej – stała się znakiem chrześcijanina, któremu ma być dobrze w wodach chrztu.

Ksiądz Mirosław Maliński z Wrocławia powiedział kiedyś do jednego małżonka: „Facet, masz zrobić tak, żeby twoja żona lubiała być w ciąży, żeby rozповідаła na prawo i lewo, jak strasznie fajnie jest być w ciąży. Ty masz się o to postarać!”. Jezus zachęcał rybaków: „Pójdźcie za Mną, a uczynię was rybakami ludzi”, zaś Piotra pocieszał: „Nie bój się, odtąd ludzi będziesz łowił”.

Myślę, że dla tamtych facetów, od małego wychowanych nad jeziorem i żyjących z rybołówstwa, to musiała być wspaniała zapowiedź, niesamowicie kusząca perspektywa! Głębiny wodne generalnie w oczach Żydów były czymś nieznanym i niebezpiecznym (jako świat demonów). Wyciągnąć kogoś z wody jednoznacznie znaczyło wydobyć go ze świata złych duchów, wyratować z otchłani grzechu.

To właśnie między innymi dlatego pierwsi chrześcijanie otaczali znak ryby szacunkiem, że to logo było dla nich odzwierciedleniem istoty chrztu. Chrystus wyciąga bowiem każdego z nas z otchłani grzechu i po to zanurza w wodach chrztu, abyśmy mieli z Nim nowe życie.

Ale ryba okazała się symbolem jeszcze pojemniejszym. Greckie pojęcie ICHTHYS to akrostych, czyli słowo, które można utworzyć z pierwszych liter wyrazów w zdaniu. Ichthys (gr. ΙΧΘΥΣ) składa się ze starogreckich słów:

ΙΗΣΟΥΣ, Ἰησοῦς (Iêsoûs) – Jezus

ΧΡΙΣΤΟΣ, Χριστὸς (Christós) – Chrystus

ΘΕΟΥ, Θεοῦ (Theoû) – Boga

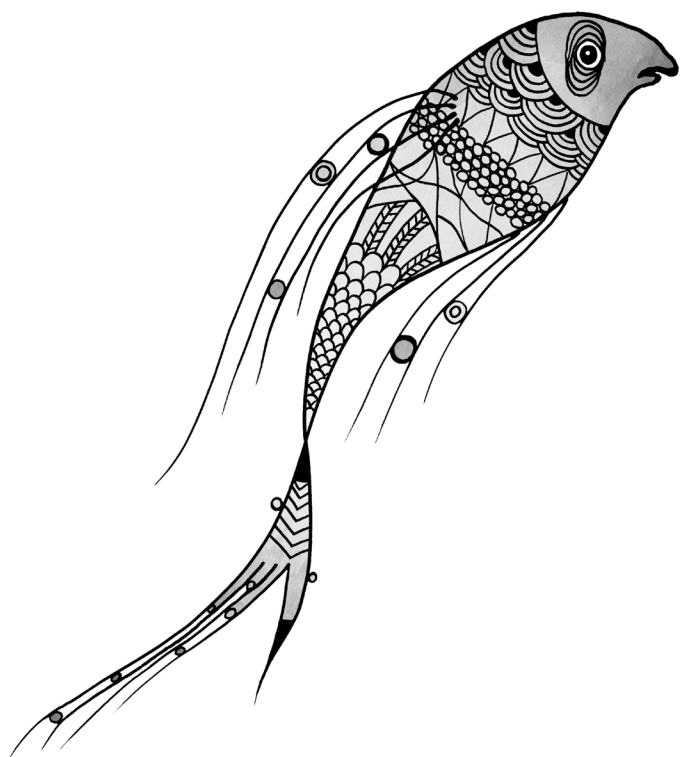
ΥΙΟΣ, Υἱὸς (Hyiós) – Syn

ΣΩΤΗΡ, Σωτήρ (Sôtér) – Zbawiciel

W końcu pozostaje jeszcze jedno ważne skojarzenie z chrześcijańskim symbolem ryby, a jest nim osoba starotestamentalnego proroka Jonasza. Był to facet, który miał generalnie problemy z miłosierdziem. Cekał, aż Pan Bóg rozprawi się z grzesznymi mieszkańcami Niniwy, tymczasem Bóg miał względem Jonasza swoje plany i prowadził go swoją drogą – a wiodła ona przez wnętrzności wielkiej ryby.

Znak ryby funkcjonuje do dzisiaj. Nie ma dnia, żebym na przykład na masce samochodu nie widział przyklejonego logo ryby. I ten symbol naprawdę działa, podobnie jak działają inne znaki przynależności do Chrystusa.

Do bloku na nowym osiedlu sprowadzali się nowi lokatorzy. Trzeba było skrócić meble, i – jak to bywa – zabrakło



śrubokrętu. Facet zszedł trzy pietra niżej i zastukał do drzwi starego mieszkańca.

– Pożyczyłby mi pan jakiś śrubokręt?

– Bardzo chętnie, ale dlaczego przyszedł pan z tym do mnie, aż trzy pietra niżej?

– A bo pan miał napisane na drzwiach K+M+B. Pomyślałem, że mieszka tu przyzwoity człowiek, na którego pomoc będę mógł liczyć...

Spis treści

1. Ryba lubi pływać | 6
2. Szary papier | 15
3. Wyższa szkoła jazdy | 25
4. Podarty bilet | 35
5. Osioł pod balkonem | 45
6. Miara miłosierdzia | 55
7. Trzecia warstwa | 65
8. Wielka akcja ratownicza | 79
9. Masz jedno serce | 89
10. Życie przy otwartych drzwiach | 103
11. Kroplówka | 117
12. Kaszląca papuga | 127
13. Marka: chrześcijanin | 139
14. Człowieczeństwo rozwinięte na maksa | 157
15. Zakończenie | 169

Ty jesteś marką™

Są firmy, których logo znane jest prawie na całym świecie. Wydają miliony dolarów, aby uczynić swoje znaki rozpoznawalne. Chcesz czy nie, każdą swoją **decyzją i czynem Ty również budujesz swoją markę**, która jest kojarzona z określonymi wartościami. Po czym można Cię rozpoznać?

Jaką marką jesteś?

Książka ks. Piotra Pawlukiewicza **to inspiracja i zachęta**, aby budować na tym, co najbardziej wartościowe (choć czasami zapomniane i niedoceniane). To zbiór historii i anegdot o "małych" rzeczach, które konsekwentnie realizowane, budują prawdziwą wielkość.

Bądź marką jakiej potrzebuje świat. Świat potrzebuje Twojego świadectwa.

ks. **Piotr Pawlukiewicz**



Legenda polskiego kaznodziejstwa. Na jego kazaniach wychowały się pokolenia. Absolwent Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Akademii Papieskiej w Krakowie i Uniwersytetu Jagiellońskiego. Autor kilkunastu książek i współautor bestsellera „Czarny humor”. Głosił rekolekcje w wielu miastach Polski, a także w Sztokholmie, Londynie, Dortmundzie, Zurichu, Bernie, Rzymie i Budapeszcie. Jego przesłanie „Świat potrzebuje ludzi, którzy robią to, co ich ożywia” dało początek marce RTCK.

10^{Lat} RTCK®
RÓB TO CO KOCHASZ

KONFERENCJE,
AUDIO I WIDEOKONFERENCJE,
KSIĄŻKI

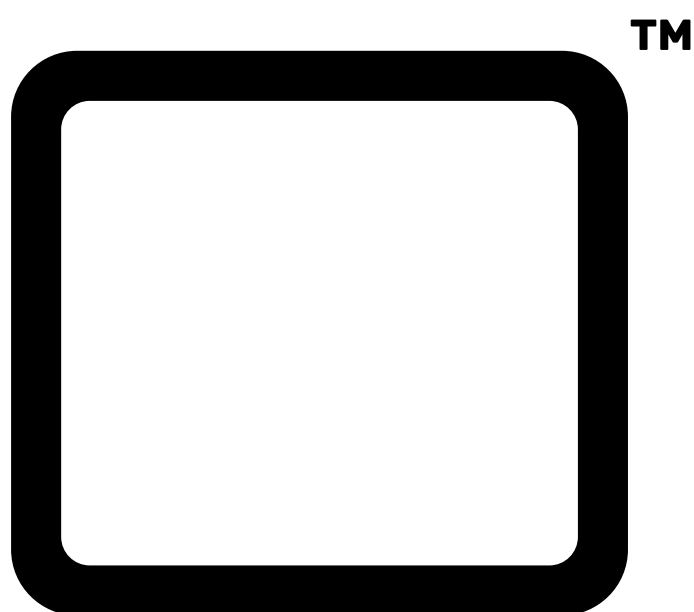
WWW.RTCK.PL

ISBN 978-83-65927-97-2



9 788365 927972 >

10^{Lat}
RTCK



**Jaką marką
jesteś?**

Cześć,

każda marka ma określony charakter i wiążą się z nią konkretne cechy (np. niegdyś Mercedes kojarzył się z solidnością i niezawodnością, a Apple z innowacyjnością i prestiżem :)). Dużo mądrych głów myśli nad tym, jak sprawić, by dana marka budziła odpowiednie skojarzenia wśród klientów, z czym powinna się wiązać w głowach ludzi.

Ty też jesteś marką! Marką wyjątkową, jedyną w swoim rodzaju. Jakie cechy kojarzą się innym z Twoją osobą? Czy gdy ludzie myślą o Tobie, przychodzą im do głowy określenia: „solidny i prawdomówny”, czy raczej „karierowicz i kombinator”? Jaką marką jesteś?

Niniejsze ćwiczenia mają za zadanie pomóc Ci to odkryć.

Za jaką markę się uważam? Jak postrzegają mnie inni? Jaką marką chciałbym być? To tylko kilka z pytań, które postawisz sobie, gdy zagłębisz się w proponowane tu ćwiczenia.

Jaką marką jesteś? Odkryj to!

Ireneusz Trojan

Etap ITM

- Pierwszy z formularzy powinienś wypełnić samodzielnie.
- Do wypełnienia kolejnych 5 formularzy zaproś bliskie Ci osoby – takie, które Cię dobrze znają, z którymi spędzasz najwięcej czasu albo z którymi podejmujesz najwięcej działań.
- Nie pokazuj zaproszonym osobom wcześniej wypełnionych formularzy, aby nie sugerowały się odpowiedziami poprzedników.

Wymień 3-5 cech, które możesz nazwać swoimi mocnymi stronami:

.....

.....

.....

Wymień 3-5 cech, które posiadasz, ale w niewystarczającym stopniu je jeszcze rozwinąłeś/aś, a chciał(a)byś, aby stały się Twoimi silnymi stronami:

.....

.....

.....

.....

Wymień 3-5 cech, których nie posiadasz, ale chciał(a)byś je odkryć i rozwinąć:

.....

.....

.....

Wymień 3-5 cech, które możesz nazwać swoimi słabymi stronami (wadami):

.....

.....

.....

Wymień 3-5 cech, z którymi z całą pewnością NIE chciał(a)byś być kojarzony/a:

.....

.....

.....





Ireneusz Trojan

Z wykształcenia filozof, coach, doradca życia rodzinnego. Absolwent WSFP Ignatianum. Przez 3 lata formował się w zakonie Jezuitów, gdzie zdążył zafascynować się duchowością Ignacjańską.

Zawodowo, jak sam mówi, zajmuje się rozwiązywaniem problemów. Prywatnie szczęśliwy mąż i ojciec dwójki żywiołowych dzieci. Od kilku lat wraz z żoną prowadzi parafialną poradnię rodzinną. W tym czasie mogli rozmawiać z ponad 300 parami o relacjach, wartościach i wspólnym życiu.

Przekonany, że szczęście nie rodzi się tylko z osiągnięcia CELÓW, ale z bycia TU i TERAZ na WŁAŚCIWYM MIEJSCU we właściwym czasie w swoim życiu.

Jaką marką jesteś?

Ireneusz Trojan dla RTCK SA

Autor: Ireneusz Trojan

Produkcja: RTCK SA

Nowy Sącz 2024

Wydanie I

© RTCK SA 2019

ISBN: 978-83-67960-99-1

Redakcja: Krystyna Sadecka

Korekta: Seiton, www.seiton.pl

Skład i łamanie: Jakub Kosakowski

Projekt okładki: Jakub Kosakowski

RTCK Wydawnictwo

książki, ćwiczenia rozwojowe, kursy



RTCK SA

ul. Zielona 27, WSB bud. B

33-300 Nowy Sącz

tel. 531 009 119

sklep@rtck.pl

www.rtck.pl/sklep

Dołącz do społeczności ludzi, którzy chcą robić to, co kochają.

Zapisz się na www.rtck.pl, a będziemy Cię wspierać na tej drodze wysyłając wartościowe materiały!