



RACHUNEK  
SUMIENIA  
Z OJCEM  
JORDANEM



O. PIOTR JORDAN ŚLIWIŃSKI OFM CAP



RACHUNEK  
SUMIENIA  
Z  
OJCEM  
JORDANEM

WYDAWNICTWO WAM

© Wydawnictwo WAM, 2018

Opieka redakcyjna: Kama Hawryszków  
Redakcja: Michał Knura  
Korekta: Dariusz Godoś, Katarzyna Stokłosa  
Projekt okładki: Agata Hanuszkiewicz  
Skład: Lucyna Sterczewska

NIHIL OBSTAT

Przełożony Prowincji Polski Południowej  
Towarzystwa Jezusowego  
ks. Jakub Kołacz SJ, prowincjał,  
Kraków, dn. 13 kwietnia 2018 r., l.dz. 28/2018

ISBN 978-83-277-1595-1

WYDAWNICTWO WAM

ul. Kopernika 26 • 31-501 Kraków  
tel. 12 62 93 200 • faks 12 42 95 003  
e-mail: [wam@wydawnictwowam.pl](mailto:wam@wydawnictwowam.pl)  
[www.wydawnictwowam.pl](http://www.wydawnictwowam.pl)

DZIAŁ HANDLOWY

tel. 12 62 93 254-255 • faks 12 62 93 496  
e-mail: [handel@wydawnictwowam.pl](mailto:handel@wydawnictwowam.pl)

KSIEGARNIA WYSYŁKOWA

tel. 12 62 93 260  
[www.wydawnictwowam.pl](http://www.wydawnictwowam.pl)

Druk: AMW • Wrocław

# WSTĘP

Z dużą radością dzielę się z Państwem jednym z ważnych aspektów swojego duszpasterstwa: doświadczeniem spowiednika i kierownika duchowego. Pokazuję rachunek sumienia i żal za grzechy z różnych stron, by treści te były światłem w codziennej praktyce. Zanim jednak przejdziemy do omawiania rachunku sumienia, zwrócimy uwagę na pewne trudności związane z podjęciem refleksji nad własnym życiem.



ROZDZIAŁ I

CZŁOWIEK  
W NIEWŁAŚCIWYM  
MIEJSCU

Podstawowym problemem jest dzisiejsza kultura albo lepiej – nasz w niej udział. Świat ciągle wysyła do nas komunikaty, że jesteśmy wspaniali, *the best*. Jesteśmy najgenialniejsi, więc nikt nie mówi nam, co mamy wybrać, tylko podpowiada różne możliwości. Bardzo często utwierdza nas to w przekonaniu, że głównym ośrodkiem decyzyjnym w wielu, a nawet we wszystkich sprawach, jesteśmy my sami. Potrafimy wybrać, więc w reklamach słyszymy, że najważniejsze jest nasze przekonanie.

## KULTURA DORADCÓW

Podczas odwiedzin Lyonu, wśród wielu widzianych tam rzeczy uderzyła mnie reklama na sklepie z telefonami komórkowymi. Komunikat był mniej więcej taki: „Przyjdź do nas,



a powiemy ci, na ile przestarzała jest twoja komórka. Doradzimy ci, jak kupić nową”. Klient jest panem, jest najważniejszy, może wybrać, a reklama tylko podpowiada, jakie są możliwości. Człowiek ma prawo decydować, a decyzyjność umacnia siła jego portfela, możliwości posiadanego konta. Ktoś chce mieć złoty samochód w fioletowe kropki? Jak zapłaci, to mu się taki zrobi. Najwyżej zapytają go, ile tych kropek ma być. Mentalność zaczerpnięta z marketingu wpływa na naszą religijność i traktowanie kierownictwa duchowego czy spowiedzi. Ja przychodzę i ten ktoś w konfesjonale ma być gotowy na spełnienie moich oczekiwań. Często w ten sposób mierzy się efektywność sakramentu pokuty. „Jak byłam u ojców jezuitów, to było to. Wow, przeżyłam spowiedź. U mojego proboszcza, ajaj, strach po prostu”. Traktujemy sakrament jak

duchowy supermarket, który porównujemy. Tu są bułki z makiem, tam z marmoladą. Te są dobrze wypieczone, a tamte dietetyczne.

## PÓJŚCIE NA ŁATWIZNĘ

Nie jesteśmy odizolowani od świata, w którym żyjemy, i jego wzorce przenosimy także na doświadczenia sakramentu pokuty i pojednania. Doskonale widać to w przeprowadzaniu rachunku sumienia. Szukamy takiego, który będzie dla nas najsympatyczniejszy. Dla przeciętnego Polaka będzie to ten z pierwszej komunii świętej. Nie oplułem kolegi, byłem posłuszny mamusi albo nie byłem. Bardzo łatwo odpowiedzieć na pytania, które są dostosowane do mentalności dziewięcio- czy dziesięcioletka. Infantylizacja przygotowania się do sakramentu pokuty jest jedną z chorób