

Mircea Vasilescu

Fericim poporul cu televizorul

Ideea lui Richard Layard că în școli ar trebui introduse „lecții de fericire“ poate fi luată drept o simplă excentricitate a unui mare economist. Citită la suprafață, propunerea (cît se poate de serioasă – o făcea în calitate de consilier al Guvernului Majestății Sale) nu pare a avea vreo legătură cu studiile sale despre aspectele macroeconomice ale șomajului, despre strategiile de reformă din țările postcomuniste sau despre sărăcie (printre altele, *Tackling Unemployment*, Macmillan, 1999; *Tackling Inequality*, Macmillan, 1999; *Emerging from Communism: Lessons from Russia, China and Eastern Europe*, The MIT Press, Cambridge, 1998). Dacă trecem însă de suprafață, încolțește gîndul simplu că poate tocmai cineva care a studiat șomajul și sărăcia are expertiza necesară pentru a discuta despre fericire. Iar concluzia că fericirea „se învață“ s-ar putea să fie chiar rodul constatării că, în societățile postindustriale, fericirea poate fi ratată – la nivelul unor categorii de oameni sau de către unii indivizi – din lipsa „manualului de întrebuințare“. Sau pentru că „manualul de întrebuințare“ nu se potrivește cu „produsul“.

De fapt, mulțimea de cărți despre fericire mi se pare o consecință a stilurilor de viață din societățile de consum și, mai ales, un produs secundar al industriei mass-media. „A fi fericit“, a căuta împlinirea personală, a găsi satisfacția în viața de cuplu, a-ți crește bine copilul au devenit, ca în management, niște „procese“ care au nevoie de „proceduri“ codificate și verificate în practică. Experiențele personale și caracteristicile individuale pălesc în fața rețetelor valabile pentru „categorii“, standardizarea și „serializarea“ au trecut din management în viața personală, „fordismul“ și „taylorismul“ plus „managementul total al calității“ de inspirație japoneză și-au găsit aplicarea la sentimente, atitudini, relații între soți sau între părinți și copii. Mulțimea de „ghiduri practice“ de „cărți motivaționale“ sau de „eseuri lejere“ în care

sîntem învățați cum să ajungem la împlinirea personală, ce valori să ne asumăm, în ce să credem reprezintă un fel de compilații și adaptări dintr-o literatură ceva mai profundă, din care rămîn – în versiunile *for dummies* – ceva citate din filozofii antici sau moderni, cît să confere publicului senzația de „soliditate“ și garanția unor „adevăruri“ spuse de „mari figuri ale omenirii“.

Dar toate aceste produse editoriale – unele dintre ele, fără îndoială, utile și bine făcute sau măcar agreabile la citit pentru mari categorii de cititori – constituie o felie din marele sistem mass-media dominat, de cîteva decenii, de televiziune. În anii '60-'70, cînd în societățile occidentale privitul la televizor era o activitate de familie și, prin urmare, un factor de „sudare“ a nucleului familial, a început să se strecoare, insidios, în mințile oamenilor ideea că ce se vede pe sticlă e un „model de viață“ demn de luat în seamă și, oricum, *exprimă adevărul*. Dezvoltarea televiziunilor comerciale în Europa Occidentală începînd cu anii '80 (adesea după model american sau măcar cu solide influențe americane) a impus o competiție desfrînată în a cuceri audiențe cît mai mari, iar creșterea nivelului de trai și, în consecință, a consumurilor au stimulat industria publicitară. Divertismentul plus publicitatea (cu adaosul emisiunilor de/despre *fitness*, sănătate, viața de cuplu etc.) au indus, în timp, senzația că

Lord Richard Layard (n. pe 15 martie 1934), este economist, director-fondator al Centrului pentru Performanță Economică de la London School of Economics. În primăvara anului 2007, a sfătuit Guvernul britanic să introducă în școli „lecții de fericire“: „Învățarea lucrurilor grele necesită ore întregi de practică. Pentru a învăța să cînți la vioară, ai nevoie de 10.000 de ore de exercițiu. Cum ne putem aștepta ca oamenii să fie fericiți, fără nici un fel de practică și repetiție în acest sens?“. Conferințele sale despre fericire (care au stat la baza cărții *Secretele fericirii*) pot fi găsite la <http://cep.lse.ac.uk/research/happiness/default.asp>.



trebuie să „urmăm neabătuți“ (vorba comunismului) calea spre *acele* moduri de a trăi care, prezentate fiind la televizor, capătă greutate, impact și autoritate. Nu vreau să spun, asemenea teoreticienilor Școlii de la Frankfurt, că mass-media e „tare“, iar publicul „slab“ și supus manipulării (teorie contrazisă sau amendată de altele), ci doar că, în timp, cu picătura, au existat *efecte* considerabile asupra modului de a trăi și de a gândi provocate de sistemul televiziunii. În România – țară săracă, trecută rapid de la două ore de pro-

gram pe zi la explozia canalelor TV, de la „televiziunea ca propagandă“ la „televiziunea care te distrează“, la televiziunea de tip „te uiți și câștigi“ – s-au „ars etapele“: ceea ce societățile occidentale au asimilat în decenii noi am „recuperat“ în câțiva ani. Un fel de hedonism greu temperabil, dublat de un spirit de imitare a „modului de viață occidental“ în liniile sale accesibile – axate pe consum – ne-au cucerit cu o iuțea greu de presupus la începutul anilor '90. Cel puțin asta se întâmplă masiv în populația urbană. La sate, lucrurile sînt ceva mai amestecate, rezistența modului de viață tradițional este – firesc – mai mare, deși tinerii sînt tot mai tentați să se îmbrace ori să se poarte „cum au văzut la televizor“.

Din punctul de vedere al industriei editoriale, e oarecum bine: modul de viață văzut la TV ne împinge spre cărți în care putem citi, negru pe alb, cum să fim fericiți, cum să trăim mai bine sau măcar cum să „testăm“ viața altfel decît mai putem învăța de la părinți și bunici. Cresc vînzările de asemenea cărți și, cel puțin, „lumea citește“. Dar există și reversul medaliei: am intrat într-un proces de standardizare și simplificare pentru care nu eram pregătiți, ceea ce poate provoca traume sociale. Trecuți prea repede de la o societate bazată pe frică și neîncredere la una care crede în consum și în împlinire, ne trezim sfîșiați identitar și rămînem „între două lumi“. Adică aproape nefericiți. ■

Ce oferă piața

Dacă ați ajuns la concluzia că fericirea poate fi „învățată“ din cărți, vă oferim, într-o ordine întâmplătoare, o selecție de volume care se găsesc în librării și pe site-urile specializate în vînzarea de carte. Nu garantăm pentru nici una. Și nici pentru rezultatul lecturii. Oricum, puteți trăi momente de fericire citind, pur și simplu, o carte bună, indiferent de subiectul ei...

- Seneca-Augustin, *Despre fericire*, Editura Humanitas, 2004
- Nina Berberova, *Cartea fericirii*, Editura Humanitas, 2007
- William Glasser, *Cum să alegem fericirea*, Editura Curtea Veche, 2000
- André Comte-Sponville, Jean Delumeau și Arlette Farge, *Cea mai frumoasă istorie a fericirii*, Editura Art, 2007
- François Brune, *Fericirea ca obligație. Eseu despre standardizarea prin publicitate*, Editura Trei, 2007
- Matthieu Ricard, *Fericirea*, Editura Codecs, 2007
- Martin E. P. Seligman, *Fericirea autentică. Ghid practic de psihologie pozitivă*, Editura Humanitas, 2007
- Pr. Arsenie Boca, *Fericirea de a cunoaște calea*, Editura Credința Strămoșească, 2006
- Swami Shivananda, *Sănătate și fericire*, Editura Deceneu, 2006
- Lillian Too, *Feng Shui Magic. Ritualuri pentru dragoste, succes și fericire*, Pro Editură și Tipografie, 2007