

# FERICIREA CUNOAȘTERII ȘI ÎNCREDINȚAREA TEZĂURULUI GNOMIC

Conf. univ. dr. Victoria FONARI,  
Universitatea de Stat din Moldova

## Abstract

*The philosopher has always tended that one's individual ideas capture the interest of as many as possible people, by creating schools, initiating various trends. Thus, ever since ancient times we could say that the first ones who promoted the phenomenon of globalization were the philosophers.*

*The values operated by the philosophers are not always easy to accept. They contradict the comfort of living in our century. But this comfort does not provoke the existence of happiness. The happiness is always promised by everything: in coca-cola, being presented as one of it's factories, by the time offered for communication by means of mobile phones, by the beer, which hides under their caps the accomplishment of one's dreams, etc.*

*Presently are subjected to doubt such values as friendship, understanding, sympathy, which promote indifference, egoism, arrogance.*

*Although each theory is in compliance with its empiricism, the value which exists in different periods is reflected also in the studies of the philosophers (Aristotel, Pascal, Kant, Mill, Gadamer). The philosophers, each time perceive distinction between theory and practice. In their concepts they tend to approach the ideal of life, but this concept can be interpreted also as to disfavor of the mankind. The problem of perception intervenes particularly when some aspects are engaged for modifying the whole society. This tendency is proper to the evolution of existence of man. Yet currently there is a tendency to break-up the ideas, to use deconstruction to reach the desired essence by means of already famous names.*

*The culture in the globalization epoch shows also many alloys in apparel, communication, even nutrition. In this sense the philo-*

*sophical concepts reveal the essence of the individual in social background. The problem of harmonious existence between the man and nature, man and society, man and reality, man and sentiments, man and rationales. In various enterprises is culture: culture of behavior, general culture, communication culture.*

*It is particularly ethical factor that is determined by the philosophers to establish that harmony to survive through personality, of not being socially, economically or politically disabled.*

**Keywords:** *philosophy, axiology, globalism, value, happiness, individuality, communication, ethics.*

\* \* \*

Perspectivile fericirii în corelație cu cercetarea sunt percepute încă de la Aristotel. Însuși poetul-filosof Victor Teleucă menționa: „Dacă secolul XX a fost secolul filosofiei lingvistice, secolul următor va fi al studierii umbrei Eului din conștiința și condiția umană” [1, p. 117].

Pentru că subiectul nostru trasează interpretări, în special, ale filosofilor, începem cu o corespondență de interpretare lingvistică pe care o realizează Colette Gryner, analizând verbele în poezia lui Victor Hugo: „Le poème des *Contemplations*, «Heureux l'homme, occupé de l'éternel destin...» (V. Hugo), écrit à la 3ème personne, se termine sur une image, celle de l'homme au livre, sur lequel se penchent les anges, image qui inclut en un même présent, le temps du personnage, celui de l'écrivain et celui du lecteur” [2].

În ultimul timp tot ce se referă la rațiune, interpretare logică, argumente concrete, ține de jocul trist al lumii secolului computerului, al culturii de masă, al ba-

nilor. Cu toate că majoritatea realizărilor au drept scop de a facilita viața, în esență omul nu rezistă la toate aceste modificări, care insistă și la mutații serioase din punct de vedere valoric.

Filosoful de fiecare dată a tins ca ideile sale individuale să intereseze cât mai multă lume, creând școli, inițiind diverse curente. Astfel încă din antichitate am putea spune că primii care au promovat fenomenul globalizării au fost filosofi. Conceptele sale erau darnic oferite discipolilor interesați de a afla răspunsuri la diverse întrebări. Iar dacă să ne referim la vivacitatea existenței multor teorii, am putea afirma de prezența chiar a unui globalism longeviv.

Valorile, cu care operează filosofii, nu sunt de fiecare dată ușor de acceptat. Ele contravin comodității de trai al secolului nostru. Dar această comoditate nu ne provoacă fericirea existenței. Fericirea care este promisă prin tot: în coca cola, fiind prezentată drept o fabrică a acesteia, a timpului propus spre comunicare prin rețeaua telefoanelor mobile, prin berea, ce ascunde sub capace realizarea viselor etc.

În prezent se pun la îndoială valorile cum ar fi prietenia, înțelegerea, compătimirea, se promovează indiferența, egoismul, aroganța. Vom da exemple în baza unor tatuaje (etichete) de la compania „Lays”.

Sunt mesaje adresate copiilor. Argumente, în acest sens, ne servesc cromatica vie, chipurile ce însoțesc textele. Sau o altă mostră de publicitate bilingvă apărută pe str. Alba Iulia a or. Chișinău: „Cumpăr o foia turistică în Turcia, Ștefan cel Mare.” În această inscripție se atestă o atitudine de

ironie la adresa istoriei. Probabil că autorul a dorit să releve o banalitate, dar și absurdul trebuie să fie prezent cu un anumit tact, fără devalorizare.

În perioada liderismului există riscul de a fi atras de manevrele machiavelice: scopul scuză mijloacele. Aname aceste modalități și pot fi manipulate. În proză este cunoscută legitatea creativității: dacă apare arma, neapărat va fi utilizată, aspect teoretic remarcat de Vincenzo Cerami în cartea *Consigli a un giovane scrittore*. Chiar dacă nu este obiectul posesorului, apare un altul care păstrează conflictul și accentuează soluționarea acestuia. Obiectul deja sugerează o anumită acțiune. E cazul din romanul *Baltagul* de Mihail Sadoveanu.

Așadar mijloacele sunt dictate de circumstanțe sau de întâmplare, care este observată și, din punct de vedere psihologic, ar putea fi un simplu caz, dar și o consecință care poate avea concomitent și etapa motivării.

Elementul manipulării este întâmplarea ghidată abil sau simularea loteriei, pregătirea psihologică pentru ghidarea spre scopul propus (zvoniul în societate). Raționamentul, la prima vedere, este impulsivat de emoția dorinței, iar voința va fi drumul parcurs. Să luăm un oricare ziar, pe prima pagină putem citi o frază a unui filosof, contextul nu pare interesant pentru redactorii-șefi. Spațiul din pagină nu permite. Sunt motive pentru care conceptele filosofilor încep să rămână în umbră, pentru spațiul în ziar, pentru timpul de care veșnic omul secolului XXI duce lipsă, pentru că e mai facil să fi indiferent, pen-



tru lipsa motivării de a citi și pentru moda la facultățile de drept, politologie și economie. Autodidacticismul se bazează pe entuziasm, iar entuziasmul începe să fie un soi de voluntariat.

Deși fiecare teorie vine și în concordanță cu propriul empirism, atitudinea valorică care exista în diferite perioade este reflectată și în studiile filosofilor. Filosofii, de fiecare dată, percep deosebirea dintre teorie și practică. În conceptele sale ei tind să apropie idealul de viață, dar acest concept mai poate fi interpretat și în defavoarea omenirii. Problema percepției intervine, în special, atunci când unele aspecte sunt angajate pentru a modifica o întreagă societate. Această tendință este proprie evoluției existenței omului. Dar în prezent apare o tendință de a defragmenta ideile, de a utiliza deconstrucția pentru a ajunge la esența dorită prin intermediul numelor deja notorii. Este o manipulare prin secvențe, moment relevat de Nicolae Râmbu în *Orbirea axiologică*: „Atunci când o singură valoare acaparează personalitatea într-o măsură covârșitoare, aceasta devine insensibilă la celelalte valori din universul axiologic” [3, p. 363].

Căutarea pietrei filosofale și a vieții fără de moarte este tot o tendință de a se apropia de fericire. Iar la întrebarea *Ce constituie temelia axiologică a interpretării fericirii?* răspunsurile le găsim în doctrinele filosofilor.

Dar să observăm cum evaluează conceptul de fericire și care îi este evoluția. Aristotel distinge conceptul de fericire prin identificarea omului de obiecte și fenomene. Punând semnul de identitate în definiție: „Fericirea este binele suprem.” În șirul de argumente se înscrie: „Binele specific uman va fi activitatea sufletului în acord cu virtutea, iar dacă virtuțile sunt mai multe, în acord cu cea mai bună și mai desăvârșită. Și aceasta de-a lungul unei vieți desăvârșite; pentru că, așa cum cu o rândunică nu se face primăvara, la fel o

singură zi sau un scurt răstimp nu fac pe nimeni absolut fericit” [4, p. 18].

Fericirea în acest context nu poate fi percepută ocazional, ea nu este întâmplătoare asemenea norocului. Este tendința de a trăi în armonie, de a aspira spre perfecțiune. Absolutismul fericirii este echivalent cu binele suprem.

Conceptul fericirii ține de principii filosofice: conexiunea dintre particular și general. Fericirea este o noțiune abstractă, dar se vrea trăită concret, trece de la particular la general. Anume în acest context o plasează B. Pascal: „Toți doresc să fie fericiți; toți fără excepție. Oricât de diferite ar fi mijloacele pe care le întrebunțează, ei năzuiesc toți către această țintă. Ceea ce-l face pe unul să meargă la război, iar pe altul să nu meargă, este aceeași dorință în care se află amândoi, însoțită de vederi deosebite. Voința nu face niciodată nici cel mai mic gest decât cu acest scop (al fericirii). Acesta-i de când lumea motivul tuturor acțiunilor omenești, chiar al celor ce se omoară și se spânzură” [5, p. 16].

Aspectul moral al existenței din optica fericirii ține de războiul lăuntric al rațiunii împotriva pasiunilor care „a făcut ca aceia care au voit să aibă pacea să se împartă în două secte. Unii au voit să renunțe la pasiuni și să devină dumnezei; ceilalți au voit să renunțe la rațiune și să devină vite” [5, p. 18]. Sunt prezentați doi poli diametral opuși ale umanului și inumanului, dar distincția pe care o face dintre emotiv și rațional ține de amprenta timpului în care a activat filosoful. Deși relevă antiteza, autorul acestor sentințe pare că le-ar ironiza pe ambele. Or, extremitatea neagă măsura, iar măsura este bazată pe un echilibru. În secolul *inteligenței artificiale*, unde autorii fantastați oferă mai multă emotivitate roboților decât oamenilor, această corespondență dintre raționament și emotivitate ar putea să fie invers proporțională la evoluția umanului.

Estetica moralității lui B. Pascal este în conexiunea dintre fericire și adevăr: „Cău-

tăm adevărul, dar nu găsim decât incertitudine. Căutăm fericirea, dar nu găsim decât nefericire și mizerie. Suntem incapabili de a nu dori adevărul și fericirea; însă nu suntem capabili de certitudine, nici de fericire” [5, p. 18].

Optica raportată la persoană și aptitudinea de a simți fericirea continuă să fie dezvoltată de Kant chiar în expresia „a fi demn de fericire”. Fericirea este raportată la datorie și la eschivarea acesteia: „Puterea, bogăția, chiar sănătatea și toată bunăstarea și mulțumirea cu soarta sa, pe scurt ceea ce se numește *fericire*, determină îndrăzneală și, prin ea, adesea și trufie. [...] Astfel, voința bună pare să constituie condiția indispensabilă chiar pentru a fi demn de fericire” [6, p. 11].

Consumismul este promovat de viziunea lui J. St. Mill. Perspectiva epicuriană se întrevede în meditațiile lui. Eudomonismul vieții liniștite este completat cu valorile obținerii consumiste a unor bunuri materiale, iar relațiile dintre oameni nu se întrevăd decât plasat în mozaicul utilității. Cu toată inconveniența morală a acestei concepții nu putem nega actualitatea ei. Fericirea este în conexiune cu plăcerea de a trăi și este în opoziție cu durerea. În viziunea respectivă fericirea coboară de pe poziția unei noțiuni abstracte și se face palpabilă de orice muritor și, de fapt, anume această concepție oferă omului posibilitatea de a trăi fericirea fără prea multe precepte. În această concepție atestăm o interesantă evoluția de la egoismul consumist la altruismul social, care poate avea și alte direcții de la egoismul social la altruismul individual.

Durata fericirii este cercetată de Hartmann, investigând raportul fericirii dintre actualitate și inactualitate. Fericirea, în acest context, este dependentă de capriciile modei, de prezentul imediat, care promovează și cunoștințe sumare. Efemerul fericirii este analizat în raport cu axiologia noului: „Viața omului de astăzi nu este favorabilă unei aprofundări. Ea are nevoie

de liniște și contemplare, este o viață lipsită de tihnă și grăbită, o încercare fără de țel și sens. Cine stă o clipă liniștit, în clipa următoare este depășit. Și așa cum cerințele vieții exterioare, tot astfel se aleargă după impresii, trăiri și senzații. Totdeauna ne uităm după ce este cel mai nou, de fiecare dată ne stăpânește ceea ce apare ultimul, iar precedentul este uitat înainte de a fi examinat corect și, firește, înainte de a fi înțeles” [7, p. 167]. Viața omului se află în conexiune cu viteza existențială, raportată la valori ce atestă o superficialitate în comprehensiune.

Conceptele filosofilor nu cunosc frontiere. Indiferent de proveniență, acestea conțin un compromis geografic. Spre deosebire de culturi etnice, unde o valoare poate fi un grotesc pentru o altă cultură. De exemplu, gesturile în cultura comunicării sunt acceptate în oricare stat latinoamerican și sunt condamnabile în Marea Britanie. Mimica, schimbările feței, care este în dependență de sunetele pe care le are o limbă, poate comunica emoții percepute diferit de un om dintr-o altă cultură. Tot astfel am putea să spunem și despre limbajul dansului.

Cultura în epoca globalizării indică și multe aliaje în vestimentație, comunicare, chiar și alimentație. În acest plan conceptele filosofice relevă esența individualului în planul social. Problema de existență armonioasă între om și natură, om și societate, om și realitate, om și sentimente, om și raționamente. În diverse interpretări este cultura: cultura comportării, cultura generală, cultura comunicării, aspect cercetat de H.-G. Gadamer în care și-a relevat propria opinie despre misiunea filosofului: „Faptul că nu frazele, nu afirmarea incontestabilă și nu contraargumentul victorios garantează adevărul, ci că este vorba de un alt fel de adevăritare, care nu-i este accesibilă individului, mi-a arătat datoria nu atât de a recunoaște propriile limite prin celălalt, cât de a le depăși cu câțiva pași” [8, p. 215].

Evoluția este accentuată în baza comprehensiunii, chiar și negarea trebuie să conțină expresia înțelegerii. Îmbinarea filosofiei cu etica o atestăm și în preceptul: „Virtutea și înșoiala mea erau acelea de a fi obligat să-l percep pe celălalt și dreptul său” [7, p. 215]. Anume în comunicare se identifică socialul și umanul. Comunicarea, în calitate de obiect de cercetare, include o cunoaștere a lingvisticii, psihologiei, literaturii, sociologiei. Globalizarea – o dominantă a secolului nostru – impune o colaborare dintre diferite culturi. Selectarea individualului în favoarea globalizării este determinată și de promovarea unei unificări creată dintr-o simbioză a conceptelor, a valorilor culturale.

Comunicarea nu poate fi izolată de aspectul receptării, mediat de înțelegere. Comprehensiunea, la rândul ei, încadrează empirismul existențial al fiecăruia. Concomitent este ghidată și de stereotipul de atitudine. În articolul *Misiunea filosofiei* H.-G. Gadamer relevă: „Cea mai înaltă cerință adresată fiecăruia din noi este să ascultăm tot ceea ce ne spune ceva și să facem să ne fie spus. A-ți aminti de aceasta pentru tine însuși este datoria specifică a fiecăruia. A face așa ceva pentru toți și a o face convingător – iată misiunea filosofiei” [8, p. 218]. Comunicarea nu este realizată doar la nivelul indivizilor, dar și la nivelul percepției valorilor, a artei, a creației.

Individualitatea creatoare generează imagini unice care contribuie la sentimentul de a fi fericit. În reflecția receptorului conceptul de fericire individuală are un efect al spargerii oglinzii de cea fericire absolută despre care vorbeau anticii. Dar absolutismul nu ține de fericirea personală. Sentimentul de fericire constituie o inițiere a omului de a percepe valoarea clipei în plan emotiv, care încearcă să o oprească prin intermediul raționamentului. Dar fericirea aparține lumii inconștientului, a dorinței. Există o legătura dintre experiența personală, a emoției trăite, și *revederea*

acestei emoții de un altul. Astfel, într-o anumită etapă de comprehensiune, imaginea de fericire este plasată în fața unei oglinzi universale, ce cuprinde mai multe optici, concepte, care formează un *standard* de așteptări. Fericirea reflectată într-o formă lingvistică, la o altă etapă se sparge de așteptările fiecăruia. În consecință apar *cioburi* de fericire. Aș dori să precizez că, de fapt, în timpul nostru grăbit este cunoscută și fragmentarea imaginii, dar și excluderea acestora nu salvează fața oglinzii de la crispări. Fiecare își creează sau își selectează ciobul său de fericire. Acesta ar putea fi mic, nesemnificativ pentru alții, care include plăcerile personale: o plecare la frizerie sau o călătorie în tren, sau ar putea fi considerabil pentru existența sa, care i-ar oferi soluții din impasul în care se află sau i-ar provoca sentimentul de fericire în descoperirea personală. Are importanță și discordanța dintre sensul inițial și mutațiile pe care le suferă imaginea de fericire în timpul existenței reflectată într-un ciob de oglindă unde aceasta fie că se deformează, fie că devine segmentară, distrugând *marginea detaliilor* sau dimpotrivă – esența poate fi inversată. Și ca și oricare ciob poate să zgărie, să pătrundă în cele mai neașteptate unghere ale rațiunii sau ale sufletului.

Actualmente se pune accentul pe individual, care se valorifică în contrast cu comunul. Faptul de a fi în unicitate transpare în general. Dar individualitatea, la rândul său, multiplicată, copiată, ar putea să includă și un mesaj al comunului. Atestăm o ghidare a valorilor individului, care suferă modificări de tranziția atitudinii comune. Această mutație este prezentă nu numai în raport cu planul orizontal – spațial-geografic –, dar și unul plasat pe axa timpului.

Anume factorul etic este determinat de filosofi pentru a stabili cea armonie de a supraviețui prin personalitate, de a nu fi schilodit social, economic sau politic. Pentru fiecare fericirea ține de conceptul său raportat la dorințe și realizări. Noțiunea de



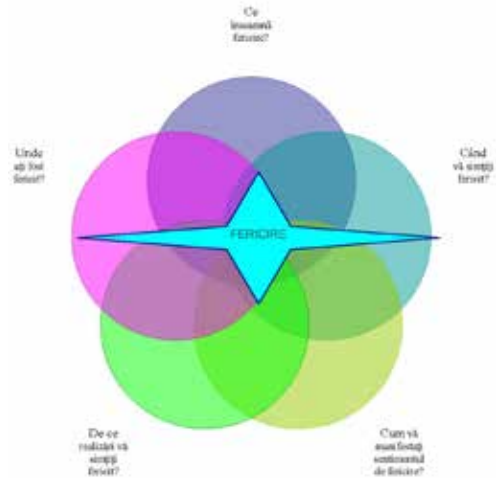
fericire se întrevade și în proverbe: *a fi fericit ca vulturul ce zboară, a scăpa din gura lupului, mai bine vrabia din mână decât cioara din par sau unii sunt fericiți mai devreme, alții mai târziu, iar alții niciodată*. Este important factorul de posibilitatea sau imposibilitatea realizării dorinței pentru a trăi sentimentul de fericire atât pentru propria estimare, cât și pentru aprecierea socială. Fericirea ține de armonia dintre individual și general, dintre uman și cosmic, dintre confortul psihologic și cel social.

Investigând axiologia fericirii am creat o serie de întrebări care ar ajuta la conștientizarea fericirii:

Aceste întrebări au menirea de a înlesni înțelegerea conceptului de fericire. Deși există și un stereotip al fericirii, care se află de fapt în conexiune cu tradițiile, fiecare om tinde la fericirea sa personală care nu întotdeauna convine fericirii sociale.

La întrebarea *Cum îți manifesti sentimentul de fericire?* fiica mea Argentina, fiind o adolescentă de 13 ani, mi-a răspuns: „Mă urc în al nouălea cer. Zbor. Apoi încet mă cobor pe pământ, în realitate.” Fericirea contribuie la creativitate. Ceea ce relevă că fericirea ar putea fi asemuită cu explozia stelară care insistă la împlinire și creativitate continuă, care oferă omului un echilibru de a trăi. Dar fericirea ar putea avea și efectul invers – de a dezechilibra persoana și de-a o opri din visul existențial. Axiologia fericirii constituie conexiunea dintre personal și universal, dintre concret și abstract. Răspunsurile elucidează chintesența meditațiilor anterioare, a nivelului gândirii, a valorii reflectate. Lipsa întrebării este echivalentă, de cele mai multe ori, cu o dezinteresare.

Deși unele din întrebări ar putea fi incluse în lista celor retorice. Fiecare întrebare își găsește / își caută răspunsul. Complexitatea răspunsului interpretării va fi direct proporțională cu legătura dintre conștient și inconștient. Aceste întrebări oferă implicarea atât a facultăților emotive, cât și a celor raționa-



le. Fiecare întrebare relevă importanța în dezvăluirea subtextului fericirii / a interdependenței dintre conștient și subconștient, dintre vis și realitate, imaginație și concret. Prin axiologia teoriilor filosofilor suntem ghidați a percepe lumea multiaspectual, dezvăluind o întreagă gamă de interpretări în cadrul unor diversități de concepte despre fericire.

### Referințe bibliografice

1. TELEUCĂ, Victor. *Ninge la o margine de existență*. Chișinău: Cartea Moldovei, 2002.
2. GRYNER, Colette. *Les temps verbaux dans les Contemplations*. Disponibil: <http://groupugo.div.jussieu.fr/groupugo/13-03-23gryner.htm> (citată 3.02.2014).
3. RĂMBU, Nicolae. *Tirania valorilor. Studii de filosofie culturii și axiologie*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2006.
4. ARISTOTEL. *Etica nicomahică*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1988.
5. PASCAL, Blaise. *Scrieri alese*. București: Editura Științifică, 1967.
6. KANT, Immanuel. *Bazele metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice*. București: Editura Științifică, 1972.
7. HARTMANN, Nicolai. *Etica*. În: *Filosofie contemporană*. Cluj-Napoca: Garamond, 1996.
8. GADAMER, Hans-George. *Elogiul teoriei. Moștenirea Europei*. Iași: Polirom, 1999.