

CZU:159.98

CONȚINUTUL
REPREZENTĂRII SOCIALE A FERICIRII
ÎN MEDIUL STUDENȚESC
DIN REPUBLICA MOLDOVA

Ioana AȘEVȘCHI,
Universitatea de Studii Politice
și Economice Europene Constantin Stere

Summary

The content of social representation of happiness in the student environment from the Republic of Moldova

The article contains the presentation of the results of an investigation of the sociological representation of happiness in the student environment from the Republic of Moldova. The data obtained from psychological research, carried out on a sample of 245 young people, students from study I, II, III and IV, aged between 19 and 28, are analyzed. Through statistical calculations it makes clear that the core of the social representation of happiness in the student environment is formed in terms of "family", "health" and "love", but the peripheral elements – from the terms "fulfillment", "respect" and "satisfaction".

Keywords: social factors, happiness, social interaction, social representation

Резюме

Содержание социального представления о счастье в студенческой среде Республики Молдова

В статье представлены результаты исследования социального представления о счастье в студенческой среде в Республике Молдова. Проанализированы данные, полученные в результате психологического исследования, проводимого на выборке из 245 молодых людей, студентов I, II, III и IV курсов в возрасте 19-28 лет. По статистическим расчетам установлено, что ядро социального представления о счастье в студенческой среде состоит из слов: „семья”, „здоровье” и „любовь”, а также периферийных элементов – „полноценность”, „уважение” и „удовлетворение”.

Ключевые слова: социальные факторы, счастье, социальное взаимодействие, социальное представление

Introducere

Cu toții dorim să fim fericiți, chiar dacă nu recunoaștem aceasta în mod deschis sau încercăm să ascundem această dorință sub o mulțime de cuvinte. Indiferent dacă visăm la succesul profesional, la realizarea spirituală, la relații, la scopul vieții sau la iubire, ne dorim aceasta, deoarece credem că ne va face mai fericiți. Dar, în realitate, foarte puțini înțeleg în ce măsură pot influența propriul simț al fericii sau știu cum să o facă.

Deși *fericirea* este un concept fără o definiție mulțumitoare, intuim cu toții ce înseamnă și trăim sub tirania așteptării ei. Probabil că nu există concept filozofic mai analizat decât *fericirea*. Ea a preocupat încă din zorii gândirii abstracte creierile înțelepte ale umanității. „**Fericirea este sensul și scopul vieții, întreaga finalitate a existenței**”, spunea Aristotel [apud 8, p. 32].

Filozoful englez Bertrand Russell, un logician pentru care concretețea și perfecta justificare a conceptelor stătea la baza teoriilor, spunea că „a te lipsi de anumite lucruri pe care le vrei face parte indispensabilă din *fericire*” [apud 2, p. 144].

Parcă răspunzând direct acestei idei, scriitorul rus A. Солженицын vine cu experiența lagărului și a „fericii obligatorii”, cu care comunismul a vrut să acopere un continent: „Nimeni nu ar trebui să conducă oamenii către *fericire*, pentru că și aceasta este un idol al pieței...”. Uluitor cât de mult se aplică aceste cuvinte și celor din contemporaneitate, aflați sub presiunea „euforiei perpetue”, așa cum o numește inspirat romancierul francez Pascal Bruckner [apud 10, p. 42].

În ultima vreme, *fericirea* este studiată cu instrumentele economiei, neuroștiințelor și sociologiei. Asta înseamnă că acest cuvânt abstract începe să aibă câteva dimensiuni operaționale concrete, să „semene” a valoare măsurabilă.

Am experimentat cu toții senzația de *fericire* atunci când am achiziționat o mașină nouă sau doar o haină pe care o doream, o casă sau ceva mai puțin semnificativ. Așadar, achizițiile, posesiunile intră sub influența perfidă a acestei „mori hedoniste”, cum o numește și Sonja Lyubomirsky, profesoară de psihologie la Harvard. Ea este una dintre autoritățile inatacabile ale teoriilor asupra psihologiei fericii, și concluziile sale aruncă în aer multe dintre clișeele cu care gândim de obicei. „Nu știm ce ne face fericiți, ce ne aduce plăcere, împlinire; ca urmare, uneori luptăm pentru lucruri care nu ne fac fericiți”, scrie ea în cartea *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want* [5, p. 78].

Richard Layard completează: „Banii sunt importanți numai când îi scot pe oameni din neagra sărăcie. *Fericirea* tinde să ajungă la medie din nou, pe măsura ce te îmbogățești”. Moara hedonistă mai are o particularitate perfidă: este valabilă întotdeauna și nimeni nu-i scapă. „Omul se adaptează oricărei plăceri; numai stimularea suplimentară îi crește nivelul de *fericire*; când situația se stabilizează, se

va reveni din nou la nivelul mediu de fericire”, scrie Layard. Și, culmea, este valabil și dacă schimbarea este în rău! Cu alte cuvinte, nivelul nostru subiectiv, personal și temperamental de fericire este foarte stabil [7, p. 91].

Sonja Lyubomirsky spune că aproximativ 50% din starea noastră de bine pe termen lung ține de factorii prestabiliți (genetic), 10% – de circumstanțe (uluitor, în condițiile în care tindem să credem că situația, contextul în care suntem, țara sau epoca ne fac să fim deprimăți sau, dimpotrivă, prosperi) și 40% – de acțiunile noastre concrete întreprinse pentru a ne maximiza coeficientul de mulțumire [5, p. 98].

Fericirea nu este altceva decât o stare de spirit, are un caracter mult mai profund, intensitate și stabilitate variabile. Psihologul american Martin Seligman arată – pe baza studiilor de specialitate – că fericirea are trei componente („fericiri”) diferite:

1. Fericirea produsă de ceea ce faci (de ex., faci sport, gândești, ieși cu prietenii etc.) – viață plăcută;

2. Fericirea produsă de îndeplinirea/satisfacerea dorințelor personale ce exprimă punctele tari pe care le avem ca indivizi (de ex., realizarea unui proiect, dacă ești un om de știință, etc.) – viață bună;

3. Fericirea produsă de îndeplinirea/satisfacerea dorințelor transpersonale (de ex., norme și valori asumate de noi și de comunitate) – viață cu sens [apud 6, p. 80].

Denis de Rougemont spune că fericirea nu ține de „a avea”, ci de „a fi”; ea nu poate fi achiziționată, simțită, deoarece este o stare de care trebuie să te lași cuprins. Fericirea vine din suflet, din interior. Poți fi fericit în mai multe feluri și din mai multe motive. Poți fi fericit, mulțumindu-te cu puțin; poți avea o fericire ametoitoare și dulce în ochii altora, iar tu să te crezi veșnic nedreptățit; sau poți fi numai mulțumit, dar în sufletul tău să fii fericit [apud 2, p. 145].

În studiile despre fericire se demonstrează că starea materială joacă departe nu primul loc întru atingerea fericirii și nici norocul neașteptat, în timp ce vechile păreri și idei se adevăresc: fericirea este cauzată de o stare bună de sănătate, prieteni buni și, mai ales, de relațiile calde de familie. Buna înțelegere cu părinții, copiii și partenerul – iată secretul unei vieți fericite, este ceea ce nu poate fi măsurat prin calcule. Nici așa-zisele „efecte” nu sunt comune pentru toți, dar anume grupul de oameni care îți este alături oricând și oriunde, te susține mereu, te prețuiește și te iubește pentru ceea ce ești, nu însă pentru cum ai fi putut fi.

Dar cum rămâne cu carieristii? Fiind puși să aleagă dintre a petrece câteva clipe cu cineva bolnav din familie și semnarea unui contract reușit – ce

vor alege? De aici și întrebarea: există oare o fericire universală? Conform unor studii de caz [1], realizate pe reprezentanți ai tuturor categoriilor de vârstă, s-a ajuns la concluzia că:

- pentru unii, fericirea înseamnă *mulțimea de bucurii*, acele momente de emoții intense și irepetabile. Acest tip se mai numește „fericire în salturi” și poate fi simțită în timpul diferitelor evenimente importante, cum ar fi nunta sau botezul, și este caracteristic tinerilor în jur de 30 de ani;

- pentru alții, fericirea reprezintă o stare prelungită de *mulțumire*. Acest tip de fericire poate fi simțit prin momentele de plăcere, succese și chiar (banal, dar esențial) când suntem sănătoși și este caracteristic adulților în jur de 38 de ani;

- cineva optează pentru o *activitate cu scop*: acest tip de fericire poate fi simțit prin momentele de progres în muncă sau o activitate utilă, aleasă de bunăvoie, și este caracteristic adulților în jur de 45 de ani (acest tip de fericire îi era caracteristic lui Aristotel);

- unii sunt siguri că fericirea este *echilibrul sufletesc*: acest tip de fericire poate fi simțit prin calmul sufletesc sau dispoziția echilibrată în fața schimbărilor destinului și este caracteristic persoanelor în jur de 55 de ani (pentru acest tip de fericire opta Seneca) [1, p. 101].

Obiectul cercetării experimentale. În studiul pe care-l prezentăm în continuare am intenționat să identificăm reprezentarea socială a fericirii împărtășită de tinerii din mediul studentesc: modalitatea de a trata lucrurile în conformitate cu valorile și normele vehiculate în societate, prin intermediul unor cogniții, imagini elaborate la nivel de „simț comun”, și de a accepta modelele ale atitudinilor și comportamentelor în raport cu realitatea explicată și înțeleasă prin prisma acestor constructe create de mentalitatea colectivă.

Problema cercetării experimentale. Deoarece *reprezentarea socială* este o categorie ce reflectă cunoașterea și credințele în raport cu obiectul care o formează, rezultatul interacțiunilor sociale, dar și condiția menținerii și uniformizării lor, ea asigură punctele de referință pentru observarea și interpretarea realității. Modul în care tinerii împărtășesc o anumită reprezentare socială a fericirii reflectă atitudinile și acțiunile lor în raport cu această stare, posibilitățile de a-și defini resursele individuale și factorii externi sociali ce pot să-i facă fericiți, deci și starea de spirit și eforturile pe care le depun în acest scop.

Baza experimentală. Cercetarea reprezentării sociale a fericirii a fost efectuată pe un eșantion alcătuit din 245 de tineri, studenți din anii de studii I, II, III și IV, cu vârsta cuprinsă între 19 și 28 de ani, din

cadru Universității de Studii Politice și Economice Europene Constantin Stere, Universității Tehnice a Moldovei și Universității Libere Internaționale din Moldova. Cercetarea a fost realizată în perioada septembrie 2015 – aprilie 2016.

Material și metode

Demersul nostru analitic presupune, în prima etapă, prezentarea conținutului reprezentării sociale a fericirii întregului lot supus cercetării. În etapa a doua, prin metoda trierilor ierarhice succesive va fi verificat conținutul nucleului central, obținut prin metoda asociației libere.

Metoda **asociației libere** (Abric 1973) [apud 4, p. 56-82]. *Asociația liberă* sau *evocarea liberă* este una dintre primele metode aplicate la identificarea conținutului structurii reprezentărilor sociale și constituie o „etapă fundamentală a studiului oricărei reprezentări sociale” [9, p. 72]. Metoda dată a fost aplicată în două etape.

În prima etapă, subiecților li s-a propus să noteze cinci cuvinte sau îmbinări de cuvinte asemănătoare cu termenul inductor *fericirea*. Avantajul acestei metode constă în faptul că subiectul evocă termenii asociați spontan și fără a fi influențat. În această etapă au fost obținuți indicatorii ce indică asupra frecvenței termenilor asociativi.

În etapa a doua, subiecții antrenați în experiment au ierarhizat acești termeni asociativi. Instrucțiunea a fost formulată în felul următor: „Ierarhizați termenii asociativi de la cel mai important la cel mai puțin important, reflectând asupra cuvântului *fericire*”. Pentru a obține valoarea (cifra) ce indică importanța termenului evocat în lanțul asociativ, a fost folosită scala Likert (de la 1 la 5).

Rezultatele cercetării experimentale

Prin metoda asociației libere, aplicată pe un lot de 245 de persoane, au fost obținuți 1225 de termeni asociativi pentru cuvântul inductor *fericire*, dintre care 59 termeni asociativi figurează în răspunsuri o singură dată. În urma excluderii sinonimelor și a luării în calcul doar a asociațiilor care au obținut o frecvență mai mare de 2%, a fost stabilit un corpus de 14 termeni asociativi pentru cuvântului inductor *fericire*.

În *tabelul 1* și figura ce urmează sunt prezentate rezultatele obținute în urma aplicării tehnicii prototipic categoriale pentru întregul lot de studiu.

Astfel, se poate constata că termenii cu cea mai mare frecvență sunt: „familie” (10,69%), „sănătate” (9,17%), „dragoste” (6,30%), „bani” (5,42%), „iubire” (5,26%), „copii” (4,86%), „părinți” (4,62%), „prietenii” (4,30%).

Tabelul 1

Frecvența, rangul apariției și rangul importanței termenilor asociativi pentru cuvântul inductor „fericire” pentru întregul lot supus cercetării

№	Asociații	Frecvența		Rangul apariției	Importanța		Rangul importanței
		nr.	%		nr.	%	
1	Familie	134	10,69	1	558	14,75%	1
2	Sănătate	115	9,17	2	450	11,89%	2
3	Dragoste	79	6,30%	3	254	6,71%	3
4	Bani	68	5,42%	4	144	3,80%	7
5	Iubire	66	5,26%	5	238	6,29%	4
6	Copii	61	4,86%	6	224	5,91%	5
7	Părinți	58	4,62%	7	172	4,54%	6
8	Prietenii	54	4,30%	8	137	3,62%	8
9	Bucurie	47	3,74%	9	107	2,83%	10
10	Înțelegere	40	3,19%	10	118	3,12%	9
11	Succes	39	3,11%	11	96	2,54%	12
12	Împlinire	36	2,87%	12	100	2,64%	11
13	Respect	28	2,23%	13	74	1,95%	14
14	Satisfacție	28	2,23%	14	71	1,88%	15

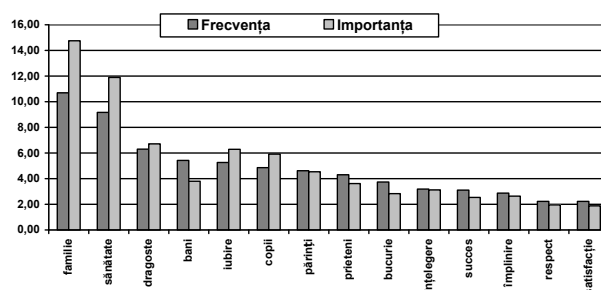


Figura 1. Rangul apariției și rangul importanței pentru cuvântul inductor „fericire” pentru întregul lot supus cercetării (%)

Calculul importanței termenilor evocați și al rangului importanței acestora arată că termenii *familie*, *sănătate* și *dragoste* își păstrează poziția atât ca rang al apariției, cât și ca rang al importanței, situându-se pe locul I, II și III. Termenul asociativ *bani*, cu rangul apariției 3, se deplasează spre poziția a VII-a în rangul importanței. Termenul asociativ *iubire*, cu rangul apariției 5, are poziția a IV-a în rangul importanței. De asemenea, termenul asociativ *copii*, cu rangul apariției 6, își întărește poziția în rangul importanței, ocupând locul al V-lea. Termenul *părinți*, cu rangul apariției 7, pierde poziția în rangul importanței, situându-se pe locul 6. Termenul asociativ *bucurie*, cu rangul apariției 9, ocupă poziția 10. Calculând rangul importanței pentru toți cei 59 de termeni evocați de întregul lot de studiu, a fost dedus procentul frecvenței egal cu 1,99%.

Tabelul 2

Frecvența și rangul apariției termenilor asociați cuvântului inductor „fericire”

Frecvență Rang	Rang înalt în apariție (elemente plasate pe primele locuri ale lanțului asociativ)	Rang scăzut în apariție (elemente plasate pe următoarele locuri ale lanțului asociativ)
Frecvență ridicată (mai mare sau egală cu 140)	familie, sănătate, dragoste (teme centrale)	bani, iubire, copii, părinți, prieteni (statut ambiguu)
Frecvență scăzută (mai mică de 140)	bucurie, înțelegere, succes (statut ambiguu)	împlinire, respect, satisfacție (teme periferice)

Raportul dintre frecvența apariției termenilor asociativi și rangul apariției lor, conform tehnicii prototipic-categoriale propuse de Vêrgés [apud 3, p. 105], se prezintă astfel: termenii asociativi *familie* și *sănătate* sunt, conform datelor obținute, centrali, iar termenii asociativi *împlinire*, *respect* și *satisfacție* sunt periferici.

Concluzii

1. Fericirea a fost și rămâne un obiectiv major pentru noi, oamenii. Avem atitudini, scopuri și valori diferite, dar toți vrem același lucru – să fim fericiți. Am investigat reprezentarea socială a fericirii în rândul tinerilor din mediul studentesc, pentru a identifica modul în care tinerii împărtășesc o anumită reprezentare socială a fericirii.

2. În urma aplicării metodei asociației libere, rezultatele cercetării ne demonstrează că nucleul central al reprezentării sociale a fericirii la tinerii din mediul studentesc este format din termenii *familie*, *sănătate* și *dragoste*, iar elementele periferice – din termenii *împlinire*, *respect* și *satisfacție*.

Bibliografie

1. Andre Ch., F. Lelord. *Cum să ne exprimăm emoțiile și sentimentele*. Iași: Trei, 2003, 264 p.
2. Chekola M.G. *The concept of happiness*. Dissertation abstract international. In: N.M. University, 1975; no. 35(4609), p. 142-148.
3. Curelaru M. *Reprezentări sociale*. Ed. a 2-a, rev. Iași: Polirom, 2006, 235 p.
4. Curelaru M. *Reprezentările sociale – teorie și metodă*. Iași: Erola, 2001, 444 p.
5. Lyubomirsky S. *The how of happiness: A scientific approach to getting the life you want*. New York: The Penguin Press, 2008, 408 p.
6. Potâng A., Șișianu A. *Starea subiectivă de bine în funcție de tipul de personalitate*. În: Studia universitatis moldaviae. Chișinău, USM, 2013, nr. 3, p. 78-86.
7. Richard Layard. *Secretele fericirii – lecții despre o nouă știință*. București: Aquaforte, 2007, 220 p.
8. Savu A. *Eseu despre fericire*. În: Psyvolution, nr. 2, 1 iulie 2010, p. 29-36.
9. Șleahtițchi M. *Instrumentele de analiză structurală a spațiului reprezentational: inducția prin scenariu ambiguu*. În: Psihologie, 2013, nr. 4, p. 70-76.
10. Джидарьян И.А. *Счастье в представлениях обыденного сознания*. В: Психологический журнал, 2000, т. 21, № 2, с. 40-48.



DIN ÎNȚELEPCIUNEA TIMPURILOR

♦ O spun să mă audă și plin de floare pomul: "Și din mormânt voi spune mulțimii adevărul".

(Grigore Vieru)

♦ Pentru a-ți asigura o stare bună de sănătate, mănâncă superficial, respiră adânc, fii moderat și menține un interes în viață.

(William Londen)

♦ Adevărul ne umple de sănătate și ne dă puteri noi în muncă. Cine stă alături de adevăr nu poate să nu învingă.

(George Călinescu)

♦ Medicina este știința și conștiința încălzite de iubire față de oameni.

(Iuliu Hațieganu)