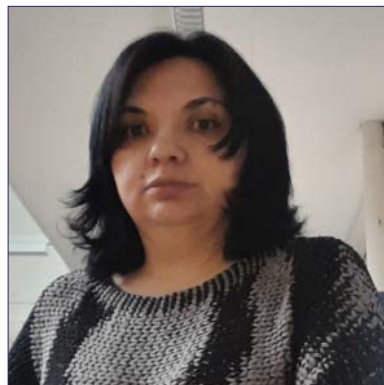


AUTENTICITATEA CA PREMISĂ A STĂRII DE BINE ÎN PROFESIA DE BIBLIOTECAR

Ecaterina DMITRIC,
ORCID 0000-0003-4080-0953
**Biblioteca Națională a Republicii
Modova**



Rezumat: *Articolul reflectă interdependența transformării organizaționale în raport cu cea personală, având ca temei conceptul de autenticitate. Performanța unei organizații depinde în mare măsură de starea de bine a angajaților. Definirea conceptului de „autenticitate” centrat pe ființa umană facilitează aprofundarea cercetărilor ca răspuns la provocările societății contemporane și relaționarea acesteia.*

Autenticitatea în organizații se bazează pe două dimensiuni: organizațională și individuală. A fi autentic din punct de vedere instituțional urmărește obiectivul de a ajunge la publicul-țintă în conformitate cu valorile și scopul bibliotecii. Din perspectiva individuală, corespunde principiului „centrarea pe individ” și luarea atitudinilor pe acest segment.

Cuvinte-cheie: *autenticitate, biblioteci, stare de bine, transformare personală și organizațională.*

Abstract: *This article focuses on interdependence between organizational and personal transformation, based on concept of authenticity. The performance of an organization largely counts on well-being of its employees. Definition of the concept of “authenticity” centered on the human being facilitates the depth of research in response to challenges of contemporary society and reciprocity of them. Authenticity of organizations bases on two dimensions: organizational and individual. Being institutionally authentic means to reach the target audience in accordance with the values and purpose of the library. From the individual perspective, it corresponds to the principle of “centering on the individual” and taking measures according to it.*

Keywords: *authenticity, libraries, well-being, personal and organizational transformation.*

Sensul existenței umane și căile dobândirii autenticității ei continua a fi o tematică importantă în filozofia contemporană, după ce a fost amplu tratată în filozofia de la mijlocul secolului al XIX-lea.

Tema a fost abordată de Sören Kierkegaard (1813-1855) în cadrul unei concepții axate pe problema existenței, de coloratură profund tragică, explicabilă atât prin criza valorilor etice ale culturii clasice, cât și prin biografia și formarea filozofului în spiritul unui protestantism ascetic. Conceptul de *autenticitate* se regăsește ca unul din cele trei elemente ale *Dasein*-ului (cuvânt german având înțelesul de „ființa în deschis”).

Termenul a fost folosit de Heidegger în investigarea existenței umane. Astfel, sensul autenticității poate fi explicat prin tendința omului de a se pierde în preocupările cotidiene, ratându-și astfel posibilitățile unice și existența „autentică”.

Pentru autentică interpretare a Ființei, Heidegger întrebuițează noțiunea fundamentală de *transcendență* (*Ueberstieg, Ueberwindung*), semnificând totodată: depășirea de sine, proiect, schițare a unui act ce are drept capăt o „lume”, investire de sens etc., prezența reală și inserția structurală a *Dasein*-ului în lume. Transcendența este ceea ce Heidegger a numit „relația ab-

solută”, în sensul că *Dasein*-ul face ca o lume să apară, dar și în care i se dă o pre-figurare (*Vor-bild*) originară. Prin transcendență *Dasein*-ul urcă la demnitatea propriu-zisă de a fi. Orice existență ființează numai prin transcendență [3].

Din perspectiva psihologică, omul ca „subiect autoactualizat” este subiectul esențial reflectat de Abraham Maslow în lucrările *Nivelurile superioare ale naturii umane și Motivație și personalitate*. Studiile psihologului american asupra „experiențelor de vârf”, acele momente transcendentale în care totul are sens și în care trăim plenar în noi înșine și în raport cu lumea, au creat un teren fertil pentru psihologia transpersonală: „Urmărirea și gratificarea trebuințelor superioare duc la un individualism mai pregnant, mai puternic și mai autentic”. Maslow a simțit că psihologia ar trebui axată mai degrabă pe realizarea „omului deplin”. În acest sens, o persoană nevrotică devine, pur și simplu, o persoană care „nu este încă total actualizată”.

Lucrarea lui Carl Rogers *A deveni o persoană: perspectiva unui psihoterapeut* abordează relația sau interacțiunea autentică dintre persoane prin care poți să fii tu însuși și în care cealaltă persoană îți vede foarte clar potențialul. Psihologul american și-a rezumat filozofia astfel: „Pur și simplu, să fii eu însumi și să o las și pe cealaltă persoană să fie ea însăși”. În centrul preocupărilor sale se află viziunea că viața este un proces care curge. „Persoana împlinită, considera el, ar trebui să ajungă să se accepte ca un flux continuu al devenirii, și nu ca un produs finit”.

Ieșirea din situațiile de criză a unei persoane constă, în principal, în necesitatea recunoașterii unor nevoi și sentimente de un ordin special, cum ar fi nevoia de auto-realizare spirituală, de înțelegere (nevoia de sens). Acceptarea conștientă a suferinței sau a destinului poate fi transformată în una dintre cele mai mari realizări ale omului, idei reflectate în lucrarea *Omul în căutarea sensului* de Viktor Frankl. Din perspectiva autenticității, omul devine ceea ce este prin prisma pasiunilor față de un lucru, prin care oferă sens vieții.

Ideea de personalitate se impune în con-

textul autenticității ca verigă importantă în căutările privind dezlegarea problemelor sensului vieții. Atenția celor mai mulți teoreticieni ai personalității s-a oprit asupra posibilităților firești ale condiției umane, fără a neglija personalitățile de excepție pe care le putem considera ca expresie maximă a îndeplinirii condiției umane la un moment dat al evoluției umanității.

D. Gusti și C. Rădulescu-Motru apreciau că nu trebuie să căutăm personalitatea în realizările ieșite din comun, ci în perspectiva vieții curente, în lumina acțiunilor ce se desfășoară sub ochii noștri. Personalitatea nu este un privilegiu al unora, ci o sinteză, o realitate la care se poate ridica orice om. Nu dotările excepționale dau marcă personalității, ci folosirea adevărată a celor ce le avem fiecare dintre noi. Realizarea ei este posibilă aici în lumea în care trăim și stă în putința tuturor.

Explorarea autenticității ca ființă umană dezvăluie o evaluare a sinelui în continuă evoluție din perspectiva anumitor valori de sine și în contextul social în care apar aceste valori. Acest proces produce o dialectică între sine și societate, care are potențialul de a genera și susține comportamente și așteptări normative, influențând, la rândul său, semnificații pe care indivizii le asociază cu valorile atribuite sinelui tranzițional și progresul pe care îl fac pentru a fi autentici.

Autenticitatea în organizații se bazează pe două dimensiuni: organizațională și individuală [2]. A fi autentic din punct de vedere instituțional urmărește obiectivul de a ajunge la publicul-țintă în conformitate cu valorile și scopul bibliotecii.

Autenticitatea este implementată din perspectiva a două aspecte: 1) instrument de vânzări/promovare, în care atribuirea autenticității se face pentru a poziționa organizația/biblioteca, produsul, serviciul la un nivel mai înalt și 2) criteriu pentru apartenența la un anumit domeniu de producție: muzică, artă sau literatură. Primul aspect poziționează instituția bibliotecară prin prisma serviciilor/produselor informaționale, atragerea potențialilor utilizatori la bibliotecă, construirea comunităților și comunicarea instituțională concentrată pe exterior. Cel

de-al doilea aspect are un caracter de valorificare a identității instituției, prin care biblioteca prin însuși structura ei oferă acces la valorile patrimoniale: muzică, artă, literatură etc. Dacă alte instituții tind să adere la un anumit domeniu de producție manifestat prin cultură, bibliotecile prin funcția de valorificare a memoriei locale își manifestă autenticitatea prin servicii și produse care reflectă diversitatea vieții comunitare și culturale, promovarea personalităților notorii. Prin urmare, biblioteca devine autentică prin colecțiile patrimoniale pe care le deține, serviciile comunitare oferite, prin care își manifestă unicitatea și valoarea în comunitate. Prin aceste abordări se produce o autodefinire a criteriilor asociate cu autenticitatea pentru a păstra integritatea organizației.

În contextul competitivității pe piață, implementarea autenticității în instituțiile bibliotecare necesită un plan bine determinat, dar și depășirea unor obstacole care apar în acest proces:

a) *din perspectiva organizațională:*

- Formarea unei identități „autentice” în contextul marketingului și managementului unei organizații este un efort considerabil.
- Identitatea formată evoluează în contextul schimbărilor sociale și percepțiile despre autenticitate devin sensibile, dacă nu reflectă angajamentele propuse inițial.
- Se impune a fi competitiv într-o lume în care accesul la resurse este variat, unde comunicarea este instantanee, sistemele de comunicare nu sunt stabile și nici previzibile.
- Menținerea autenticității unei organizații nu depinde numai de mediile comunicaționale, ci însuși conceptul de *autenticitate* prin fundamentarea lui teoretică depinde foarte mult de contextul social și nu poate decât să se realizeze prin interacțiunea reflexivă cu entitățile acelui mediu.
- Încercările organizaționale de a „revenдика” autenticitatea sunt sortite eșecului, dacă nu sunt susținute de o înțelegere a esențialului, de natura contingentă a autenticității și de o abordare reflexivă a

contextului în care dorim să fim autentici.

b) *din perspectiva individuală (resurse umane):*

- mentalitățile bazate pe frică care sunt sceptici la schimbare/ transformări organizaționale;
 - neîncrederea în colegi și nevoia de control;
 - invidia față de succesul celorlalți,
 - îndoiala privind competențele proprii, dar și ale colegilor;
 - frustrarea, deznădejdea, disperarea.
- Implementarea autenticității din perspectiva resursei umane din cadrul organizației corespunde principiului „centrarea pe individ”, prin care se pune accent pe următoarele aspecte:

- Valorizarea camaraderiei, a armoniei în mediul de lucru, urmărindu-se îndeplinirea scopurilor organizației prin munca satisfăcătoare și motivantă pentru angajați.
- Practica filozofică la nivel organizațional, după cum menționează academicianul Lou Marinoff, se manifestă în țările dezvoltate prin angajarea specialiștilor calificați, care participă nemijlocit la performanța organizației.
- Consilierea angajaților, în mod individual, pentru a-i ajuta la rezolvarea problemelor care interferează cu îndeplinirea sarcinilor lor de serviciu.
- Facilitarea workshopurilor pentru angajați, în scopul îmbunătățirii performanțelor lor și îmbunătățiri eticii și dinamicii instituționale.
- Organizarea de workshopuri consacrate integrității etice și valorii morale, care ajută la prevenirea și aplanarea conflictelor apărute în urma sporirii diversității forței de muncă, atât din punct de vedere al sexelor, cât și etnic.
- Construirea echipei, stil democratic, cunoașterea valorilor instituției,
- Practicile de mindfulness pentru dezvoltarea stărilor superioare de conștiință.

De asemenea, un rol important în vederea implementării autenticității în organizații îi revine fiecărui angajat în parte prin luarea de atitudine, conștientizarea rolului personal în vederea creșterii personale și profesionale.

Potrivit reflecțiilor din culegerea *Handbook of Personal and Organizational Transformation*, transformarea organizațională se produce mai eficient în raport cu transformările personale ale angajaților. Este accentuat faptul că domeniul transformării are un caracter interdisciplinar, bazat pe studii și practică în diverse domenii precum teologia, fizica cuantică, neurobiologia și teoria managementului.

Implementarea autenticității aduce cu sine transformarea organizației și este un mod de a vedea lumea dintr-o nouă perspectivă, una care permite mai multe posibilități și un mod de operare mai eficient. În acest sens, cercetătorul Anderson B. Adams definește transformarea ca fiind „schimbări fundamentale profunde în gândire și acțiune care creează o discontinuitate ireversibilă în experiența unui sistem. În general, rezultatul apariției unor sisteme de credințe radical noi (paradigme)” [8, p. 10].

Conștientizarea de către angajați a faptului că viața înseamnă evoluție și creștere continuă, care aduce schimbarea sau transformarea, consolidează relațiile interpersonale și contribuie la predominarea în organizație a stării de bine. Activitățile de conștientizare de sine în echipe vizează formarea unui sentiment de compasiune și încredere pentru membrii echipei, care poate duce la o înțelegere mai profundă și poate produce o mai mare coeziune a grupului, crescând performanța în instituție. Două concepte care sunt corelate și reprezintă un fundament în procesul de transformare este *spiritualitatea* și *conștiința*. Starea de bine din perspectiva autenticității se bazează pe ideile curentului existențialism, prin care omul nu trebuie să-și trăiască viața de pe o zi pe alta, în inconștientă față de destinul propriu, ci trebuie să acceadă la o viață cu adevărat personală și conștientă.

Termenul „transformare” este centrat în dimensiunea spiritualității, oricare ar fi originile spiritualității reale a persoanei. Transformarea presupune schimbarea și dinamica. Spiritualitatea este un proces dinamic, o realitate trăită care transcende întreaga ființă umană, nu doar o anumită parte sau timp din viață. Această „realitate trăită” se exprimă nu numai la nivel individual, există multe exemple de spiritualitate

ca realitate trăită și la nivel instituțional [7, p. 21]. Dr. Kanoria definește spiritualitatea ca pe „o formare de abilități de viață. Viața devine demnă și plină de iubire, compasiune, creativitate, înțelepciune, abnegație și iertare. Indivizii se eliberează de ego, devin receptivi, smeriți și reținuți și își dezvoltă spiritul de angajament și unitatea universală [8, p.22]. În această ordine de idei, spiritualitatea nu înseamnă neapărat religiozitate, dar o legătură cu transcendentul.

Conștiința este un subiect explorat de diverse discipline, cum ar fi: filozofia, psihologia și teologia. Frank J. Barrett consideră că o schimbare în conștiința personală, în special a liderului instituției, este un precursor al transformării organizaționale [7, p. 25]. Cercetătorul definește conștiința ca „o stare de conștientizare a sinelui (gânduri, sentimente, idei) bazată pe un set de credințe și valori prin care realitatea este interpretată. O trecere la o stare superioară de conștiință implică o schimbare a credințelor, valorilor și comportamentelor. Valorile de la nivelul superior al conștiinței promovează o mai mare incluziune și conexiune și mai puțină separare și fragmentare” [8, p. 25].

Un individ poate avea o experiență de transformare la orice nivel de dezvoltare, dar, când se ating niveluri superioare de conștiință, ne referim la stadiul de dezvoltare al acelei persoane. Ca să deosebim aceste niveluri ale conștiinței, cercetătoarea Judi Neal delimitează mentalitatea globală la fiecare nivel al ființei (nivelul I fiind cel mai înalt și rar atins de indivizi, cu atât mai puțin de organizații):

Nivelul V de mentalitate globală: Leadership-ul se concentrează pe „a avea” și „a face”; asupra trăsăturilor, competențelor și stilurilor pe care liderii le posedă și care determină modul în care el/ea ar trebui să conducă și să răspundă provocărilor organizaționale.

Nivelul VI de mentalitatea globală: La acest nivel, accentul este pus pe construirea socială a unei realități organizaționale comune prin utilizarea imaginilor și a imaginației pentru a crea o viziune convingătoare și a stabili o cultură organizațională puternică și distinctă.

Nivelul III de mentalitate globală: Leadership-ul este centrat pe „a fi”. Acesta este nivelul la care începe să se manifeste transformarea globală a mentalității prin extinderea conștiinței, a conștientizării de sine și a angajamentului de autodepășire.

Nivelul II de mentalitate globală se bazează pe angajamentul liderului față de conștientizarea și autodepășirea de la Nivelul III, în sensul de a recunoaște demnitatea și caracterul comun al omului. La acest nivel, liderul experimentează un sentiment profund legat de scopuri concrete și interconexiuni în univers.

Nivelul I de mentalitate globală: Leadership-ul se bazează pe unicitatea și reconcilierea constantă a contrariilor aparente, pe diverse conexiuni armonioase și stabilirea de noi legături constante.

Această transformare presupune o schimbare de perspectivă prin prisma a trei dimensiuni: psihologică (modificări în înțelegerea sinelui), convențională (revizuirea sistemelor de credințe) și comportamentale (schimbări ale stilului de viață). În cele mai multe cazuri transformarea perspectivei are loc atunci când este cauzată de o criză și apare necesitatea depășirii acesteia.

Performanțele unei organizații depind, în mare măsură, de starea de bine a angajaților. Conceptul de *autenticitate* a ființei umane este necesar de a fi studiat și implementat în toate sferele de activitate. Prin urmare, abordarea acestui subiect este orientată spre dezvoltarea unui leadership mai integrat/echilibrat, consolidarea angajamentelor individuale, conștientizarea sporită de sine, îmbunătățirea relațiilor interpersonale, un echilibru interior mai evidențiat, empatie și compasiune mai mare față de sine/celălalt, focalizarea pe timpul prezent, toleranță față de ambiguitate și incertitudine.

Direcțiile principale prin care putem descoperi autenticitatea ființei umane și stimula dezvoltarea sa personală dintr-o perspectivă filozofică sunt următoarele:

- Problemele privind existența ființei umane;
- Ființă și ființare din perspectiva lui Heidegger;

- Omul ca ființă culturală. Un individ cu o anumită înzestrare naturală evoluează în funcție de atmosfera culturală în care este plasat.
- Omul autoactualizat, care tinde să se autorealizeze continuu;
- Consolidarea identității personale prin abordarea psihofilozofică, conștientizarea de sine;
- Reflecția de sine prin reflecția celuilalt;
- Educația prin lectură;
- Autoeducația.

Implementarea autenticității bazată pe transformare în organizații nu este o chestiune ușoară, impune anumite costuri personale legate de noțiunea de „a ieși din zona de confort” și, deseori, se întâlnesc rezistențe în această cale de urmat. Însă, dacă această transformare se produce, binele comunității este plasat pe primul loc și scopul organizației devine esențial și semnificativ. În concluzie, specificăm semnificațiile principale ale conceptului de *autenticitate*, care rămâne actual și o posibilitate, datorită implementării acestuia în activitatea noastră, de a ieși din crizele cu care ne confruntăm:

- Cunoașterea conceptului de *autenticitate* facilitează aprofundarea cercetărilor ca răspuns la provocările societății contemporane.
- Omul are un mod „de a fi” care trebuie să fie autentic prin prisma ființării sale, ce dezvăluie o esență adevărată, atitudinea relațională cu ceilalți, depășirea de sine, asumarea libertății și conștiința de sine.
- Sensul autenticității poate fi explicat prin tendința omului de a se pierde în preocupările cotidiene, ratându-și astfel posibilitățile unice și existența „autentică”.
- Interesul manifestat pentru această problemă deschide direcții ale cunoașterii umane pentru implementarea acesteia în context personal și instituțional.
- Preocuparea pentru autenticitate angajează nu numai cunoștințe, ci și valori, convingeri, credințe, sensuri și semnificații.
- Autenticitatea devine o calitate a omului care se pierde în consumerism, dar, totodată, și o cale de reîntoarcere la origini.

Referințe bibliografice:

1. BUTLER-BOWDON, Tom. 50 de clasici. Psihologie. Sinteza celor mai importante 50 de cărți despre minte, personalitate și natură umană. București: Litera, 2001. 495 p. ISBN 978-606-33-3439-9.
2. EDWARDS, Lee. Authenticity in organisational context: fragmentation, contradiction and loss of control [online] [citată 19.09.2023]. Disponibil: https://www.researchgate.net/publication/241996384_Authenticity_in_organizational_context_Fragmentation_contradiction_and_loss_of_control
3. HEIDEGGER, Martin. Ființă și timp. București: Humanitas, 2012. 676 p. ISBN 973-28-0294-4.
4. IFTODE, Cristian. Filozofia ca mod de viață: sursele autenticității. Pitești: Paralela 45, 2010. 272 p. ISBN 978-973-47-0934-2.
5. MARGA, Andrei. Introducere în filozofia contemporană. Iași: Polirom, 2002. 424 p. ISBN 073-683-930-3.
6. MASLOW, Abraham H. Motivație și personalitate. București: Editura Trei, 2007. 510 p. ISBN 978-973-707-159-0.
7. Memory, Authenticity and Cultural Identity: The Role of Library Programs, Services and Collections in Creating Community [online] [citată 09.03.2023]. Disponibil: <https://www.ifla.org/past-wlic/2009/158-welburn-en.pdf>
8. NEAL, Judi (editor). Handbook of Personal and Organizational Transformation. USA: Edgewalkers International Fayetteville, AR; Springer International Publishing AG, part of Springer Nature 2018, 1234 p. ISBN 978-3-319-66892-5 ISBN 978-3-319-66893-2 (eBook) ISBN 978-3-319-66894-9 (print and electronic bundle) <https://doi.org/10.1007/978-3-319-66893-2>
9. NICA, Daniel. Comunicare, autenticitate și uniformizare socială. In: Revistă de filozofie. 2020, nr. 2, pp. 113-121 [online] [citată 18.05.2023]. Disponibil: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=853869>
10. ROGERS, Carl. A deveni o persoană. București: Editura Trei, 2008. 560 p. ISBN 978-973-707-244-3.