

GHIDUL DE VIAȚĂ
AL OPTIMISTULUI INTELIGENT

„The Intelligent Optimist’s Guide to Life” Copyright © 2014 by Jurriaan Kamp, Originally published in 2014 by Berrett-Koehler Publishers, Inc.”

© 2016 Editura ACT și Politon pentru prezenta versiune românească

Editura ACT și Politon

Str. Înclinată, nr. 129, Sector 5, București, România, C.P. 050202.

Tel.: 0723.150.590, e-mail: office@actsipoliton.ro, www.actsipoliton.ro, www.actsipoliton.ro/blog

Traducător: **Cristina Stan**

Redactor: **Carmen Botoșaru**

Editor: **Lavinia Vasile**

Tehnoredactor: **Teodora Vlădescu**

Coperta: **Marian Iordache**

Copyright Manager: **Andrei Popa**

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

KAMP, JURRIAN

Ghidul de viață al optimistului inteligent: cum să-ți menții sănătatea și să ai succes într-o lume care este un loc mai bun decât crezi/

Jurriaan Kamp; trad.: Cristina Stan. - București: Act și Politon, 2016

ISBN 978-606-913-033-9

I. Stan, Cristina (trad.)

159.923.2

AVERTISMENT: Distribuirea, copierea sau piratarea în orice fel a acestei cărți nu este pedepsită numai prin lege, dar contravine și tuturor normelor și principiilor etice și sănătoase pe care un astfel de titlu le promovează. Ce fel de efect va avea energia pe care vreți să o transmiteți mai departe, dacă aceasta vine prin furt, ilegalitate și lipsă de respect față de autor și față de toți cei care au contribuit la crearea acestei cărți, astfel ca ea să ajungă la dumneavoastră? Împărtășiți cu ceilalți informațiile importante, valorile și lecțiile pe care le-ați aflat din acest material, într-un mod corect și responsabil.

Jurriaan Kamp
cofondator al revistei *The Intelligent Optimist*

GHIDUL DE VIAȚĂ AL OPTIMISTULUI INTELIGENT

Cum să-ți menții sănătatea
și să ai succes într-o lume
care este un loc mai bun decât crezi

Traducere din limba engleză:
Cristina Stan

 ACT și Politon

2016

Mai multe elogii pentru *Ghidul de viață al optimistului inteligent*

„Toți oamenii își doresc același lucru – să ducă o viață fericită, sănătoasă și împlinită. Totuși, cei mai mulți dintre noi simt că țelul suprem este determinat de factori externi. În această carte simplă, pragmatică, bazată pe adevăruri, Jurriaan Kamp transferă toată puterea în propriile noastre mâini, ilustrând că viziunea noastră despre lumea din jur este o profeție auto-indusă.”

– Bert Jacobs, cofondator și director executiv optimist al companiei The Life Is Good

„Optimismul este atât precondiția, cât și pasul precursor pentru indivizi și organizații când fac o schimbare semnificativă, iar Jurriaan Kamp face o treabă minunată amintindu-ne cât de puternic poate fi el.”

–Walter Robb, Co-CEO Whole Foods Market

„Din ce în ce mai multe studii confirmă că optimismul este un ingredient important al longevității și al unui stil de viață sănătos. Cartea lui Jurriaan Kamp arată cum îți poți îmbunătăți sănătatea prin intermediul optimismului.”

– Dr. Andrew Weil

„Această carte este ca o companie bună: te înveselește.”

– Ben Knapen, fost secretar de stat pentru Afaceri Externe al Olandei

„Un ghid inspirat și care inspiră pentru a trăi cu optimism într-o lume care este din ce în ce mai blazată și pesimistă – înălțându-ne, îmboldindu-ne și provocându-ne să visăm lumea ca fiind pozitivă și creativă.”

– Alberto Villoldo, autor al cărții bestseller *Shaman, Healer, Sage (Șaman, vindecător, înțelept)**

„Optimismul este o mentalitate, o lentilă prin care putem privi lumea din jurul nostru. Este nevoie de această mentalitate pentru a fi capabili să ne adaptăm la modificările pe care le provoacă tehnologia și schimbările de climă. Mai important, această mentalitate ne ajută totodată să hotărâm să nu lăsăm schimbarea să se întâmple pur și simplu; noi suntem stăpânii destinului nostru și putem modela o lume mai bună pentru toți.”

– Peter Bakker, președinte al World Business Council for Sustainable Development

„Chibzuința și inspirația sunt două ingrediente ce se regăsesc în perspectiva care ne ajută să privim lumea optimist. Există multe căi de a călători prin viață, dar în mod sigur țelul trebuie să fie acela de a trăi bine. O lectură bună, pe care vei dori s-o recomanzi și altora.”

– Arkadi Kuhlmann, fondator și CEO ZenBanx

* Volum apărut în limba română la Editura For You, în 2008 (N.red.)

„Lumea este plină de oportunități pentru oricine dorește să le vadă. Mass-media estompează această viziune, hrănind pesimismul și depresia. Există prea puțin optimism. Acest lucru ar trebui să se schimbe, iar cartea de față ne arată cum o putem face.”

– John Mackey, fondator și Co-CEO Whole Foods Market

„Pesimiști, aveți grijă! Această carte mică are puterea de a-ți transforma gândirea și, odată cu ea, viața! Rar s-a pledat în favoarea optimismului cu asemenea precizie și persuasiune. Autorul are darul de a vedea profund în natura timpului nostru și oferă exemple despre lumea care pare că nu funcționează dar, de fapt, o face - și încă în cea mai elegantă manieră. Să citești această lucrare înseamnă să încetezi să dai crezare cârcotașilor plângăcioși și, în schimb, să te alături mulțimii de îngerși care sunt pasionați de ceea ce este posibil, care oferă soluții și se angajează în crearea unei lumi emergente pozitive, practice și de succes. Mai presus de toate, este corect să spunem că acei cititori care adoptă calea optimiștilor vor înceta chiar și să-l plictisească pe Dumnezeu.”

– Dr. Jean Houston, autorul cărții *The Wizard of Us*

„Nu există nicio problemă în lumea asta care să nu aibă o potențială soluție. Ce lipsește prea adesea este strategia de a găsi soluția. Această strategie este optimismul – dorința de a găsi soluția oriunde ar fi ea. Este forța vitală pentru inovație în afaceri

și societate. Acesta este manualul tău pentru a găsi și a contribui cu soluțiile tale. Citește și implementează!”

– Rinaldo Brutoco, antreprenor și președinte fondator al World Business Academy

„Aceasta este o carte care dă de gândit, incită și inspiră. Modul unic al lui Jurriaan Kamp de a privi felul în care filtrăm, folosim și abordăm știri și informații este cu adevărat demn de luat în considerare. Misiunea lui este de a ne ajuta pe noi toți să ne realiniem gândirea. Fă-ți o favoare și dedică-ți timp să citești și să asimilezi *Ghidul de viață al optimistului inteligent*.”

– Robert J. Rosenthal, antreprenor și președinte fondator al Center for investigative reporting.

„Jurriaan este exact tipul de vizionar de care avem nevoie astăzi: bine informat, pragmatic și neobosit de optimist. Cartea sa alertă ar trebui să trezească cititorii care se folosesc de pesimismul lor ca scuză pentru inactivitate.”

– Bryan Welch, editor și director editorial la Ogden Publications și manager general al Capper’s Insurance Service Inc.

GHIDUL DE VIAȚĂ
AL OPTIMISTULUI
INTELIGENT

*Lui Hélène, dragostea vieții mele, o persoană
(care a devenit și mai) optimistă*

Niciun pesimist nu a descoperit vreodată
secretul stelelor, nu a ajuns pe un tărâm
neexplorat și nici nu a deschis o ușă nouă
pentru spiritul uman.

- Helen Keller

CUPRINS

Nota autorului	15
Introducere: povești, știri și provocarea optimismului	19
1. Cel mai bun mod de a trăi	33
2. Cheia sănătății, fericirii și succesului	49
3. Cum să devii și mai optimist	61
4. Lumea este un loc mai bun decât crezi	77
5. Bine ai venit în Era Optimismului	101
Lista de bifat pentru optimiști	127
Punctajul la testul orientării în viață	128
Note	129
Resurse	133
Mulțumiri	135
Despre autor	137
Despre <i>The Intelligent Optimist</i>	139

NOTA AUTORULUI

Unul dintre privilegiile de a fi reporter este că slujba ta presupune să cauți tot timpul povești noi și, astfel, să întâlnești mereu oameni noi.

De-a lungul multor ani, prin intermediul tuturor acestor întâlniri, am învățat că o mulțime de oameni aleg vocații din care ei înșiși pot învăța cel mai mult.

Mulți psihoterapeuți au mare nevoie să-și vindece propriul psihic.

Mediatorii tind să creeze conflicte în viața lor personală.

Oratorii motivaționali, atât de energici, care vorbesc despre puterea gândirii pozitive, par să ignore ceea ce este negativ în propria lor viață.

Cei considerați guru în afaceri, care ne învață că egoul este atât de des un obstacol în acest domeniu, au ei înșiși un ego uriaș.

Cei care predau meditația și mindfulness tind să aibă nevoie ei înșiși să-și stăpânească propria minte.

Este ca și cum vindecarea propriilor răni devine cea mai importantă și inspiratoare contribuție pe care o poți avea în lume.

De asemenea, există apoi oamenii care sunt învățători nativi. Ei nu trebuie să scrie cărți sau să-și spună poveștile în fața unui public numeros. Ei pur și simplu *sunt*. Și, prin ființa lor, ei instruiesc și inspiră. Să vorbești și să scrii despre un lucru este cu totul altceva decât *să fii* acel lucru. Dacă ești acel lucru, inspiri într-un mod firesc. Nu e nevoie să scrii cărți sau să vorbești despre asta.

Deci unde mă poziționez eu, în calitate de editor al unei reviste și autor al unei cărți despre optimism?

Sunt eu un pesimist ce are el însuși nevoie de mai mult optimism?

Cineva m-a întrebat cândva: „Cum ai putea să construiești uși fără încuietori și ferestre fără transparente dacă nu cunoști puterea a ceea ce este negativ?”

Așa că, da, m-am născut un optimist – ca tine, că veni vorba. Dar – probabil tot ca tine – am avut parte de dezamăgiri de timpuriu în viață, care mi-au estompat abilitatea naturală de a rămâne optimist. La un moment dat, am făcut din asta misiunea mea: să-mi depășesc dezamăgirile și pesimismul provocat de ele.

Mulți oameni nu au niciodată nevoie să citească o carte despre optimism pentru că sunt deja optimiști. Cu alte cuvinte, optimismul lor este mai puternic decât pesimismul lor. Este important să recunoști că, în lumea noastră duală, toți suntem atât optimiști, cât și pesimiști. Știința este foarte

clară în această privință, după cum vei vedea în această carte.

Eu știu din propria mea experiență că pesimiștii pot deveni optimiști și că drumul de la pesimism la optimism este plin de satisfacții. În același timp, mulți optimiști își pot consolida optimismul. Pentru că eu chiar îmi cunosc bine latura pesimistă, precum și pe cea optimistă, probabil că pot fi un ghid bun pentru tine pe drumul către mai mult optimism.

Sunt nerăbdător să-ți spun și ție ce am învățat, precum și numeroasele povești care m-au inspirat. Am scris această carte pentru a te motiva și a-ți da energie, precum și pentru a te inspira ca să-ți trăiești viața din plin.

Acesta este optimismul. Iar acesta este ghidul tău.

Introducere

POVEȘTI, ȘTIRI ȘI PROVOCAREA OPTIMISMULUI

Mass-media distorsionează realitatea și hrănesc pesimismul. Noi avem nevoie de optimism pentru a fi mai sănătoși, mai fericiți și pentru a avea mai mult succes. Ca să ajungem acolo, trebuie să *ne eliberăm* de presă.

LA ÎNCEPUT A FOST POVEȘTEA

Noi ne creăm propria realitate prin intermediul poveștilor noastre.

Fiecare schimbare începe cu o poveste.

Societățile se ridică și decad prin poveștile pe care le spun.

Viețile noastre sunt făcute din poveștile pe care le auzim și din cele pe care ni le spunem nouă înșine.

Iată de ce mass-media – în calitate de povestitor profesionist – joacă un rol atât de important.

Iată de ce este important faptul că mass-media se focalizează aproape exclusiv pe ceea ce merge prost.

Mass-media hrănesc pesimismul și depresia.

Mass-media stau în calea soluțiilor care ne-ar putea ajuta să îmbunătățim substanțial viața noastră și lumea în care trăim.

Iată de ce o carte despre optimism trebuie să înceapă cu o poveste despre știri.

MAI MULTE BOMBE, MAI MULȚI BANI

Mi-am petrecut primii zece ani din carieră ca reporter la cel mai important ziar din țara mea, Olanda. Am lucrat în redacția din Rotterdam după care am devenit corespondent la Delhi, în India, și, în cele din urmă, am condus departamentul economic. În

goana după știri, am ajuns să aprofundez un lucru pe care îl știm cu toții: mass-media sunt mult mai interesate de ceea ce merge prost decât de ceea ce merge bine. Dacă-i vorba de sânge, subiectul ține prima pagină. În India, unde am avut un contract de freelancer, mai multe bombe însemnau un venit lunar mai mare pentru mine.

Obişnuiam să cred că focalizarea mass-mediei pe ceea ce este negativ, pesimist era un obicei adânc înrădăcinat în alegerile pe care le făceau redactorii și editorii. Mă gândeam că dacă redactorii și-ar schimba modul în care privesc lumea, am avea ziare și transmisiuni mai echilibrate.

Deși încă susțin categoric această perspectivă, acum știu că lucrurile sunt mult mai complicate. Nu e vorba doar de faptul că mulți dintre foștii mei colegi erau pesimiști, întotdeauna suspicioși și că preferau să se îmbrace în negru.

Presa este sub asediu.

Totul provine dintr-o mare neînțelegere. Cumva, cândva, în deceniile ce au urmat celui de-Al Doilea Război Mondial, am început să confundăm relatarea poveștilor – informarea publicului – cu vânzarea ceasurilor, mașinilor, băuturilor carbogazoase și a periutelelor de dinți.

În prezent, editorii trebuie să țintească anumite grupuri de interes bine definite. De fapt, fiecare nouă inițiativă media începe prin a-și defini publicul. Pe cât de logic pare să fie acest lucru în lumea de

azi, condusă de bani, pe-atât este de lipsit de etică. Contribuția mass-mediei ar trebui să se manifeste prin poveștile lor, prin conținutul lor – nu prin capacitatea lor de a servi un anumit public și de a câștiga bani din publicitate. Mi-e teamă că există mai multă înțelepciune în spatele anunțurilor publicitare și reclamelor decât în spatele poveștilor. Cu mici excepții ici-colo, nu mai există presă liberă. Dar în calea acestui drept constituțional important nu se află un dictator – ci economia de piață. Capitalismul.

„Istoria a demonstrat că piețele libere și concurența furnizează adevărata valoare... lucruri pe care ar trebui să le încurajăm”, a spus Rupert Murdoch atunci când a cumpărat *Wall Street Journal*, în 2007. Acest fapt ar putea fi adevărat în multe industrii. Pe drumurile Indiei merg mașini mai bune astăzi decât acum douăzeci și cinci de ani, când economia indiană era practic închisă. Dar acest model nu a dus și la un jurnalism mai bun. Și nu va duce nici la orchestre simfonice mai bune. Trebuie să salvăm anumite domenii din societatea noastră de modul lui Rupert Murdoch de a gândi.

EROZIUNEA DEMOCRAȚIEI

Watergate este un exemplu eroic al importanței presei libere. Dar vă amintiți cât de mult le-a trebuit mass-mediei să înceapă să pună sub semnul întrebării invadarea Irakului de către americani? Paralizată de atacurile teroriste din 11 septembrie 2001, a durat cam doi ani până ca mass-media să ridice

întrebări importante despre arme de distrugere în masă și altele asemenea. Poporul american era indus în eroare – aproape la fel ca în perioada Watergate – pentru că mass-media nu se aflau în fruntea acțiunii de căutare a adevărului.

Și vă amintiți că Disney a refuzat să distribuie filmul lui Michael Moore, *Fahrenheit 9/11*, pentru că, după cum au spus șefii companiei: „Nu este în interesul niciunei mari corporații să fie târâtă într-o bătălie politică fanatică foarte controversată.”

Oare acesta ar fi fost limbajul pe care l-ar fi folosit Katherine Graham, directorul ziarului *Washington Post*, în epoca Watergate?

Problema este că Disney se află pe poziția greșită de la început. Disney este o companie de divertisment. O asemenea companie nu are nicio legătură cu libertatea presei. Dar Disney a devenit una dintre numeroasele mari corporații ce dețin cea mai mare parte a mass-mediei din Statele Unite. Aceste corporații vând din ce în ce mai mult *infotainment** - un termen ce dezvăluie motivul pentru care Kim Kardashian și Paris Hilton frecventează paginile și website-urile mass-mediei serioase.

Între timp, al patrulea pilon al democrației se clatină.

* Neologism compus din cuvintele *information* și *entertainment* („informație” și, respectiv, „divertisment”) definind mass-media care, așa cum sugerează și termenul, combină informația cu divertismentul. (N.t.)

AM FĂCUT RAFTURI DE BIBLIOTECĂ, DAR NU SUNT TÂMLAR

Presa nu mai contează, vor susține unii. Avem Twitter. Știrile se răspândesc instant prin rețelele de socializare. În zilele noastre, suntem cu toții jurnaliști.

Evoluția rețelelor de socializare constituie cu siguranță un lucru foarte bun. În timp ce știrile care țin prima pagină se referă în proporție de 90 la sută la fraude, inundații, incendii, crime și boli, cercetările arată că oamenii împărtășesc pe rețelele de socializare mai mult lucruri pozitive decât negative. Cu cât un articol tinde mai mult către pozitiv, cu atât este mai probabil că va fi distribuit, explică Jonah Berger, psiholog social la Universitatea din Pennsylvania, în cartea sa *Why Things Catch On (De ce devin lucrurile populare)**. Iar într-un interviu pentru *New York Times*, el spune: „Regula *Dacă-i vorba de sânge* funcționează pentru mass-media care vor doar să fii pe fază. Vor atenția ta și nu le pasă cum te simți. Dar când împărtășești o poveste cu prietenii și apropiații tăi, îți pasă mai mult de modul în care reacționează. Nu vrei ca ei să te considere un negativist.”¹

Așadar, prietenilor le pasă unuia de celălalt, așa că *tweeting*-ul și *sharing*-ul tind să fie pozitive. Dar *tweeting*-ul nu este jurnalism. Jurnaliștii sunt antrenați ani de zile să scrie știri bune care să acopere

* Volum apărut în limba română cu titlul *Contagios. Cum se răspândesc ideile*, Editura Publica, 2015. (N.red.)

toate unghiurile relevante. Jurnalismul bun este un meșteșug. Ar trebui să prezinte și să explice știrile. Ar trebui să investigheze și să descopere. Mass-media ar trebui să fie mereu în căutarea adevărului. Rețelele de socializare ar trebui să completeze media, nu să o înlocuiască.

Dați-mi voie s-o spun astfel: am făcut rafturi de bibliotecă pentru casa noastră. Recent, am angajat un tâmplar să facă același lucru. Am putut să văd ușor diferența dintre munca sa și a mea. Cu siguranță, eu nu sunt tâmplar.

OBIECTIVITATE ȘI PERIUȚE DE DINȚI

Mass-media de top se mândresc cu obiectivitate și corectitudine. Ele respectă o politică strictă de relatare corectă ce include faptele și perspectivele tuturor părților interesate. Dar mi-ar plăcea să testez această obiectivitate. Dacă îi întreb pe oamenii pe care-i întâlnești astăzi cum le este ziua, majoritatea vor spune că în viața lor sunt mai multe lucruri care merg bine decât care merg prost. Da, toți suferim dureri și pierderi din când în când. Dar este corect să spunem că în viața celor mai mulți oameni, în cea mai mare parte din timp, există mai multe lucruri care merg bine decât care merg prost. În cele din urmă, lumea noastră este chiar un loc fericit (mai multe despre acest subiect, mai târziu).

Acum imaginați-vă un vizitator din cosmos care pur și simplu citește ziarele și urmărește știrile la televizor, ca să-și facă o idee despre această lume nou descoperită. Fără a se întâlni cu oameni reali, acest vizitator va crede că aici este un loc al disperării și eșecului. Mass-media nu sunt obiective. Departe de așa ceva. Mass-media distorsionează realitatea și o prezintă prost.

În timp ce relatam din Afghanistan, la sfârșitul anilor '80, am văzut cu propriii mei ochi că jurnaliștii „adaptau” poveștile pentru a satisface așteptările editorilor lor. Dacă mujahedinii, luptătorii din reziliență, erau liniștiți în ziua respectivă, ei erau înfățișați ca fiind periculoși. Trebuia să fie așa, pentru ca vânzarea ziarelor la tarabe să nu scadă. Nu era nicio dată o politică oficială, dar presiunea de „a se achita foarte bine” plutea tot timpul în aer. Evelyn Waugh a scris un roman satiric despre asta: *Scoop*. Nu-mi doresc decât ca realitatea să nu fie atât de asemănătoare cu satira sa.

Mass-media folosesc un instrument pe care și dictatorii l-au folosit cu mare succes de secole. Ei răspândesc frica și pesimismul, pentru că ele vând. Alegerile editoriale sunt determinate de interesele de afaceri și de prețurile la bursă. Ziarele au devenit ca niște periute de dinți. Poveștile au devenit comerciale.

O INOVAȚIE GROZAVĂ... DAR ȘI O PROBLEMĂ

Îmi amintesc când venea ziarul dimineața. Seara, urmăream știrile. Între cele două momente, nicio știre. Acest lucru s-a schimbat în timpul Războiului din Golf din 1991, când CNN a intrat pe scenă cu transmisiuni de douăzeci și patru de ore din douăzeci și patru. O inovație grozavă... dar și o problemă: nu existau suficiente știri – sau așa părea, pentru că aceleași știri continuau să fie repetate iar și iar, oră de oră.

În trecut, asaltul știrilor negative era restricționat la două momente pe zi. Acum a devenit un bombardament de douăzeci și patru de ore din douăzeci și patru, și continuă în lifturi, la benzinării și în baruri unde oamenii se întâlnesc să se relaxeze.

Contează ce povești ne spunem unul altuia. Dacă mass-media strigă încontinuu că lumea se destramă, noi vom înregistra această informație și ne va influența perspectiva asupra lucrurilor. Este mult mai greu să vezi că lumea e frumoasă, atunci când auzi numai relatări referitoare la probleme și dezastre.

Între 1990 – anul anterior inventării știrilor de douăzeci și patru de ore din douăzeci și patru – și 2010, populația lumii a crescut cu 40 la sută – cel mai mult în țările în curs de dezvoltare. Conform Organizației Mondiale a Sănătății (OMS), numărul de oameni care suferă de depresii a crescut cu 300

la sută – cel mai mult în țările bogate – devenind una dintre cele mai mari provocări pentru sănătate și bunăstare. Nu sunt un savant în domeniul social, dar observ o corelație remarcabilă între răspândirea depresiei și a pesimismului și invazia de știri negative, douăzeci și patru de ore din douăzeci și patru, în aceeași perioadă de douăzeci de ani.

CUM ÎȚI HRĂNEȘTI MINEA?

În ultimele decenii, mulți dintre noi am descoperit că ceea ce mâncăm contează mult pentru sănătatea noastră. Ne-am schimbat regimul alimentar. Avem mai multă grijă de corpul nostru.

Dar mulți oameni încă nu acordă prea multă atenție modului în care-și hrănesc mintea. Iar impactul a ceea ce vedem și auzim este la fel de important precum ceea ce mâncăm. „Știrile sunt pentru minte ceea ce este zahărul pentru corp. Știrile sunt ușor de digerat”, a scris Rolf Dobelli în *The Guardian*².

Pentru a fi sănătoși, trebuie să evităm zahărul. Tot așa și cu știrile. La fel ca obiceiurile alimentare rele, expunerea continuă la știri rele te îmbolnăvește.

Ceea ce înrăutățește lucrurile este faptul că știrile sunt adesea irelevante pentru tine. Autorul cărții *Black Swan*^{*}, Nassim Taleb, oferă un bun exemplu. Atunci când se prăbușește un pod mare, „știrea” interesează persoana din ultimul vehicul care a apu-

^{*} *Lebăda neagră. Impactul foarte puțin probabilului*, Nassim Nicholas Taleb, Editura Curtea Veche, București, 2010 (N.red.)