

Cronica TV



Benone NEAGOE
benoneneagoie@presamil.ro

Bărbații și femeile nu se înțeleg de obicei, în fața televizorului, pentru că importanța pe care o acordă feluritelor dimensiuni ale vieții diferă: fetele vor seriale și povești, bărbații sport, concursuri, filme de acțiune și talk-show-uri. Este, dacă vreți, o chestiune de estetică, Libertatea de opinie și de conștiință reprezintă un drept fundamental al cetățenilor României, încă în vigoare.

ACASĂ TV a fost primul post de nișă lansat în urmă cu zece ani de Media Pro având ca public-țintă femeile cu vârste cuprinse între 15 și 49 de ani. O strategie de marketing americană l-a apropiat încă din start de profesionalismul practicat în acest domeniu de țările occidentale.

UN PARIU CÂȘTIGAT

Seriilele s-au dovedit a fi atul postului. În 2001, au venit *Poveștile* și *De trei ori femeie*. *Bettymania* a început odată cu difuzarea primei telenovele atipice *Betty cea urâtă*. *Dădaca*, *Salomé*, *Inimă sălbatică* sau *Clona* au vrăjit la rândul lor audiența. Telenovela ajunge un brand puternic.

Imaginea Corinei Dănilă, Mihaelei Tatu, Adelei Popescu, Nicoletei Luciu ori Ioanei Ginghină, femei puternice și de succes, a devenit un model pentru multe dintre telespectatoarele postului, dar și o investiție sigură pentru advertiseri.

Dana Săvuică, prima vedetă *Playboy* din România, s-a alăturat echipei ACASĂ cu *Cinci minute de shopping* și *Dama de pică*, o prezență sexy, modernă, puternică, un show destinat femeilor care trebuie să știe ce vor de la viață. Cristina Cioran a devenit gazda primului reality-show din România. La *Cinema ACASĂ* am văzut cele mai frumoase și mai romantice filme.

Ratingul plasează postul pe o poziție excelentă în ierarhia canalelor de televiziune din România. Profitul operațional ajunge să depășească două milioane de dolari într-un singur an. Pe o piață extrem de competitivă această situație desprinde ACASĂ TV din zona de nișă.

De 10 ani, el creează pentru publicul român o poveste fascinantă, o lume nouă, în care iubirea ne face mai buni, mai frumoși, mai altruști. Cu fiecare an care a trecut, acest post de televiziune ne-a oferit ocazia de a visa, de a trăi într-o lume magică, în care totul este posibil.

La Buftea, într-un decor impresionant, vedetele postului creat de Adrian Sârbu au fost personajele celor mai frumoase clipe ale perioadei februarie 1998 - februarie 2008, într-o ediție specială, de două ore, în direct. Actori îndrăgiți și fermecători, cupluri de vis, români întorși acasă din străinătate și prieteni de suflet au cântat, dansat, au rostit urări de bine și de viață lungă postului care i-a consacrat. Îi urăm și noi, LA MULȚI ANI!

Mentalitatea învinsului (I)

Gheorghe ARĂDĂVOAICE

...Mentalitatea de învingător implică în mod normal spiritul de întrecere, de autodepășire și confruntare cu alții.

Competiția dă energie competitorilor, determină depășirea propriilor limite, te învață spiritul de fairplay, se dovedește a fi cea mai bună experiență automotivațională, dar și o lecție de modestie prin aceea că îți arată că există întotdeauna cineva mai bun decât noi. Ea, competiția, spre deosebire de conlucrarea care valorifică potențele ambelor părți, are și capcanele ei - obsesia de a câștiga în dauna altora, savurarea prea mult a înfrângerii altuia, generarea spiritului de revanșă etc.

Pentru o înțelegere și mai bună a fenomenului numit mentalitatea învingătorului, să reamintim că în realitate există și opusul acesteia - mentalitatea învinsului. Pe cât de benefică, de motivantă este prima, pe atât de inhibantă, demoralizatoare și obstaculă este cea de a doua. Și aceasta, din varii motive precum neîncrederea în forțele proprii, o subapreciere a calităților personale; o succesiune nefericită de eșecuri care s-au transformat într-o povară extrem de greu de depășit; o ambianță socio-profesională care nu incită la auto-dezvoltare, la performanțe, oameni din imediata apropiere care nu

încurajează, nu stimulează dorința de succes; tendința de izolare, de cooperare scăzută și de neîncredere în ajutorul altuia; stabilirea unor scopuri cu mult peste capacitățile reale, de aici și eșecul unor proiecte, care adâncesc și cronicizează complexul de inferioritate; imaginea de sine defavorabilă; lipsa preocupării de a analiza cauzele eșecurilor înregistrate, de a nu desprinde învățăminte pentru viitoarele acțiuni; încercarea de a-și deroga propria-i responsabilitate pentru eșecuri, arătând cu degetul spre alții, aruncând culpa în curtea altuia sau de a o pune pe seama neșansei, destinului, întâmplării; comoditatea, neangajarea expectativă, amânarea, așteptarea momentului potrivit, înlocuirea lui aici și acum cu voi începe de mâine sau mai aștept puțin; starea de mulțumire cu puțin, împăcarea cu ideea că atâta poate, că acesta îi este destinul și deci trebuie să se resemneze.

Psihologia sau mentalitatea învinsului se exprimă cel mai adesea prin cuvinte precum *nu pot, nu cred, n-am resursele necesare, e prea mult pentru mine, au încercat și alții, mă voi compromite, risc degeaba* etc., ceea ce creează un autoblocaj, o barieră de netrecut în calea trecerii cu hotărâre la acțiune, la mobilizarea resurselor necesare pentru a angaja o luptă și de a o câștiga. Și atunci când asemenea exprimări sunt asociate și cu o serie de nereușite succesive, este aproape imposibil ca persoana în cauză să se

decidă și să demareze pentru a-și atinge țelul dorit.

Pentru a-și scuza eșecurile personale, cel care eșuează apelează la cea mai comodă scuză, se autovictimizează, dă vina, cum arătam mai sus, pe împrejurările neprielnice, pe șefi, colaboratori sau subalterni, pe părinți, rude sau prieteni, omiț un adevăr simplu: succesul sau eșecul depinde, în primul rând, numai de noi. Cu alte cuvinte, trăiesc cu impresia (cu prejudecata) că responsabilitatea pentru insuccesele proprii aparține altor oameni, nu pot sau nu vor să vadă faptul că doar ei sunt obstacolul real din calea insuccesului. Și o asemenea percepție eronată nu le dă posibilitatea să se dezvolte, să se afirme prin muncă și pregătire profesională. De regulă, eșecul nu este datorat absenței unor calități, ci lipsei dorinței și preocupării de a valorifica potențialul propriu.

Mentalitatea învinsului, a ratatului, total contraproductivă odată instalată, cuibărită în mentalul individului, este extrem de dificil de alungat, depășirea ei presupune conjugarea eforturilor personale cu cele ale grupului din care face parte persoana respectivă, o psihoterapie extrem de laborios concepută și practică cu mare aplicare umană, implică totodată timp și răbdare, acceptând politica pașilor mici, însănătoșirea pacientului începând cu zona renașterii dorinței de a-și fixa țeluri importante pentru sine și



de a se angaja efectiv să le realizeze, până la cea în care să trăiască intens bucuria succesului, să simtă nevoia autodepășirii și a celei de recunoaștere socială.

Abordând unele aspecte privind mentalitatea învingătorului, implicăm o parte din răspunsul la o posibilă întrebare: cum putem preveni apariția mentalității învinsului, a ratatului, cum reușește omul de succes să evite capcanele acesteia și, îndeosebi, patru dintre ele: neîncrederea în sine; țeluri supraevaluate; eforturi minime și cedarea în fața eșecului.

Într-o redare succintă și, desigur, incompletă, vom prezenta în cele ce urmează o parte din elementele constitutive ale mentalității de învingător, acele convingeri și atitudini, ideea-forța, călăuzitoare, relativ stabile și greu de dislocat, care animă activitatea omului de succes, îi orientează parcursul spre izbândă.

Revista Apărarea NBC, numărul 14



Cea mai recentă realizare editorială a Centrului de Pregătire pentru Apărare Nucleară, Biologică și Chimică „Muscel”, revista „Apărarea NBC” - numărul 14 continuă „tradiția apariției periodicele armatei”, așa cum afirmă comandantul Centrului, colonelul Tudorel Radu. Publicată sub egida Statului Major al Forțelor Terestre și fondată la 1 aprilie 1927, sub denumirea „Antigaz”, „Apărarea NBC” include studii, puncte de vedere, memoriale în contextul actual, preocupări privind activitatea de cercetare-dezvoltare în domeniul armatei, informări privind participarea structurilor de apărare NBC la operații întrunitate multinaționale, gestionarea situațiilor create de terorismul NBC, protecția mediului NBC și altele. În 2007 s-au împlinit patru ani de la prima participare a unităților de apărare NBC în teatrul de operații. Prin urmare, unul dintre articole vizează acest subiect, sub semnătura plutonierilor Viorel Pascu și Petrică Dascălu. În altă ordine de idei, locotenent-colonelul Romulus Barbu a scris despre orientările operaționale ale Laboratorului Analitic CBRN Dislocabil, iar maiorii Costel Gușterițean și Gheorghe Mitrică au prezentat Sistemul de Protecție Colectivă COLPRO. (C.P.)

Mesagerul maiștrilor de marină

Publicația *Timona*, editată de Liga Maiștrilor Militari de Marină din Constanța, a ieșit de sub tipar în luna ianuarie. Colectivul redacțional are un cult pentru designul editorial, pentru semnificațiile și actualitățile știrilor. Structura ziarului este simplă, concretă și incită la lectură. Echilibrul informațiilor jurnalistice este stabil. Hârtia cu grad înalt de prelucrare arată o educație estetică la limita superioară. Suntem informați de efectele benefice ale terapiei prin râs. Avem câteva secunde cu delectare din cauza *Coșmarului unei noști de iarnă*. O ironie cu toată structura de adâncime a genului. Semnatarul, așa-zisul nea Mitică, știe să atragă lectorul prin semnificația intertextualității - o parafrază la titlul piesei lui George Genoiu, *Visul unei noști de iarnă*. *Timona*, periodicul maiștrilor militari de marină, place. Gestul de a menține un ziar echivalează cu escaladarea fără mască de oxigen a Everestului. O fi puțin? (D.C.)



Radioul, dragoste la prima audiție

Locotenent-colonel Dănuț CĂLDĂRARU

A fost anul 2002. Pentru mine, unul cu semnificație culturală. Mi-am lansat un volum cu discursuri despre comunicarea subliminală. Participanții, veniți în număr foarte mare, au auzit perorația directorului de editură, omul care m-a inițiat în studiile jurnalistice. A povestit episodul cu intervenția lui Orson Wells, celebrul regizor american, la postul de radio public. Imaginația lui, stimulată de proza științifico-fantastică, i-a fost un handicap. A strigat că vin marțienii. Busculada creată în câteva minute a înnebunit ținutul de peste Ocean. Revenim la

realitățile de astăzi, când jurnalismul radio este mai mult decât stereotipie. Am avut onoarea să creez o emisiune la radioul militar. Îmi lipseau normele conceptuale și curajul de a mă apropia de microfon. L-am găsit într-o bibliotecă rătăcită pe străzile cu nume de scriitori clasici, în ținutul Iașilor, pe Vasile Traciuc, autorul unui tratat de jurnalism radio. Într-o zi și o noapte, am reușit să descriez ce înseamnă arta audio. M-am îndrăgostit de un fenomen despre care nu aveam decât maximum 20 de informații. Am scris peste 30 de foi A4. Mie nu-mi trebuiau decât maximum

doă. Cu greu s-a conturat comperajul emisiunii, adică un plan în care sunt detaliate subiectele, autorii, timpul, ilustrația muzicală. Stăteam rău la capitolul pragmatico-retoric. Vorbeam așa cum scriam. Și nu se potrivea cu dorințele publicului meu, de aproape 5.000 de oameni. Exercițiile în fața microfonului, antrenarea mușchilor faciali cu stiloul în gură, lectura textelor cu voce tare au devenit preocupări, declarate și în fața colegilor, timp de trei luni. Radioul era pentru mine o cucerire. Una cu realitate, nu ca celelalte, pe care mi le scriam în palmares, pe timpul exercițiilor la

plutoane și companii. Jurnalistul de radio are universul său. Creat din acrima tehnicilor de presă scrisă, din talentul nativ al discursului și, bineînțeles, din simțul știrii. Pentru mine, ca învățacel într-ale informațiilor audio, radioul rămâne dragostea la prima întâlnire. Pe care nu vreau să o trădez. Intenția de a descifra pragmatica mesajelor audiovizuale se va regăsi într-un studiu serios, la sfârșit de an. Acum, după câteva încercări în presa scrisă, în cea de radio, găsesc întemeiată aprecierea lui Philippe Gaillard, aceea că *jurnaliștii sunt oameni meticuloși, riguroși, perfect mânători ai tehnicilor de expresie verbală, cunoscători ai domeniului activității umane. Misiunea lor nu este doar să difuzeze cu grație știrile zilei*. Ei sunt îndrăgostiți, la prima vedere, de ceva cu farmec. Informația.