

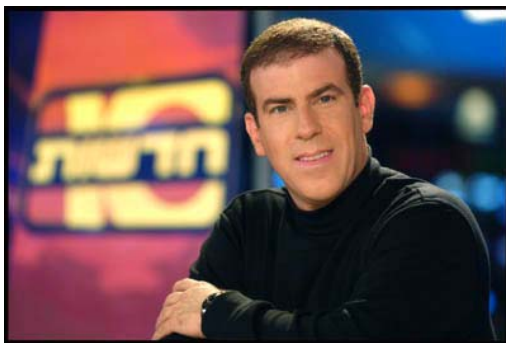
יצירתיות בחדשות. האומנם?

גלעד עדין, מרצה בבית ספר סמי עופר לתקשורת, שכיחן כמנכ"ל חדשות ערוץ 10, הרצה בנושא יצירתיות בחדשות. יש דבר כזה?

מאת ארתור שני

סטודנט שנה א' בבי"ס רדזינר למשפטים ובבי"ס אריסון למנהל עסקים

מנת להינשא לבחיר ליבם. כך, הגיע עדין לזוג בני למעלה מ-70 שעלו מאזבקיסטן ולא נישאו מעולם, מאחר שבזמן שתכננו להינשא נקרא הבעל להתגייס לצבא האדום. כך נוצרת כתבה יצירתית על נושא בנאלי ושחוק.



בתמונה: גלעד עדין

נפט בקיבוץ: סמל לקפיטליזם במעוז הסוציאליזם.

כתבה אחרת, עסקה בדיווח התקשורת על כך שנמצאו סימנים למציאת מרבץ של "הזהב השחור" בקיבוץ "מענית". מה כבר אפשר לצלם לכתבה על מציאת סימני נפט? בעיקר לצלם את הקידוח עצמו ואולי איזה פועל שיש לו מה להגיד בעניין. גם פה מצא עדין דרך להיות יצירתי. במקום להסתפק בצילומים הרגילים הוא מצא את אחד ממייסדי הקיבוץ שסיפר על הרעיון מאחורי הקמת הקיבוץ, רעיון השותפות והסוציאליזם ודיבר על הקונפליקט שבין מציאת הנפט שהינו סמל הקפיטליזם בשטח קיבוץ שהינו סמל הסוציאליזם והשותפות של המפעל הציוני.

שינוי פוליטי נראה ע"פ השינוי החברתי.

שנת 1996 זכורה כשנת בחירות כאשר אזרחי ישראל "הלכו לישון עם שמעון פרס כראש ממשלה וקמו עם בנימין נתניהו כראש ממשלה" כאשר כל זה התרחש בתוך מערבולת בחברה הישראלית. עדין נדרש להכין על כך כתבה ל"יומן השנה", התכנית המסכמת את השנה בחדשות הערוץ הראשון והוא החליט להצביע על הקיטוב החברה הישראלית שבא לידי ביטוי בתוצאות הבחירות, כאשר מפלגות סקטוריאליות או עדתיות כמו "ישראל בעליה" של נתן שרנסקי, או ש"ס של אריה דרעי צברו תאוצה. במקום לראיין פוליטיקאים, הוגי דעות ואנשי ציבור, החליט עדין

מי שצפה לאחרונה בשידורי החדשות בערוצים השונים ודאי שם לב כי ברצועת השידור שבין חמש אחר הצהריים לתשע בערב משודרות אותן חדשות בכל הערוצים. לפעמים אפילו סדר האיטמים זהה. זה קרה מכיוון שעלויות ההפקה של חדשות יצירתיות ומגוונות הפכו אסטרונומיות. כך, אם לפני 20 שנים כל כתב היה עובד על כתבה במשך יום שלם, היום הכל הפך אינסטנט.

הסבר לתופעה ניתן בהרצאתו של גלעד עדין, לשעבר מנכ"ל חברת החדשות של ערוץ 10 וכיום מרצה בבית ספר סמי עופר לתקשורת, במסגרת הסמינר המחלקתי של בית הספר. לדברי עדין השינוי הדרמטי שחל, כאמור, עקב אילוצים כלכליים, השפעות הקדמה והטכנולוגיה וקצב החיים המודרני, השפיע על התוכן וחשיבותו. בעבר, טוען עדין, היה התוכן מלך – Content is king ואילו היום תוכן הוא צורך – Content is need. עדין סיפר שלפעמים הכתב אפילו לא יוצא לשטח בכדי ליצור כתבה: הצלם מצלם ושואל את המרואיין שאלות מפתק, הסאונד-מן מסדר את התאורה והסאונד וכל שנשאר לכתב החדשות הוא לבצע את הקריינות.

מחשיבות התוכן לחשיבות ההפקה - Production is king

לדברי עדין, כיום הכל הפך לזול ומיידי. אין לכתב זמן ליצור כתבה חדשותית עמוקה ויצירתית. הוא תמיד צריך לדווח: לערוץ, למבזקים באינטרנט, למבזקי SMS וגם לרדיו. הוא חייב להזין את כל סוגי המדיה 24 שעות ביממה. לא היצירתיות מוליכה אותו אלא לחצי ההפקה ומגבלות הזמן, ויחד עם זאת טוען עדין: יצירתיות איננה יקרה. מכאן ואילך מציג עדין בהרצאתו כתבות יצירתיות שעשה במקומות שבהם היה קשה למצוא יצירתיות.

כתב צעיר?! כתוב לי כתבת חג!

עדין סיפר שכתב צעיר מקבל, בעבודותיו הראשונות, משימות שבהן הוא נדרש לכתוב כתבות חגים. זה יוצר מצב בעייתי, שכן מה כבר אפשר לכתוב על חג שנחגג כבר אלפי שנים והוא תמיד אותו דבר? עדין קיבל כאחת מכתבותיו הראשונות בערוץ הראשון משימה לצלם כתבה על ל"ג בעומר. הוא שאל את עצמו מה מסמל את ל"ג בעומר? מדורות, תפוחי אדמה, שריפות, וגם אנשים שמנצלים את ההפוגה מספירת העומר על

להראות את הפיצול על ידי הצגת זרמים מייצגים בתרבות הישראלית דרך צילום חתונה בכל אחד מהזרמים: החילונית הבורגנית, התימנית הותיקה בארץ, העלייה הגדולה של ברית המועצות של שנות ה-90 ודתיים לאומיים מיש"ע. דרך השתקפות ארבעת החתונות היה ניתן לראות את הקיטוב הרב השורר בחברה הישראלית.

החומר הוא מסמך אנושי?! זה מספיק יצירתי.

בדוגמה האחרונה הראה עדין כתבה על קשישים שנסעו לסוף שבוע של בילויים באילת. במקום לסקר את בילוייהם של הקשישים, נתן להם עדין לדבר על נושאים כמו: בדידות, רומנטיקה וסקס (שאגב גרם מבוכה רבה לקשישים). החומר היה כה מרגש ואותנטי שלא דרש עריכה מיוחדת או קריינות והספיק לכתבה יצירתית העומדת בפני עצמה.

משדר בחירות 2006 – שיא היצירתיות.

בשנת 2006 בעוד עדין כיהן כמנכ"ל ועורך חדשות 10 התקיימו בחירות והוא נקלע לבעיה מאחר ואולפני חדשות 10 שכנו בתוך בניין משרדים ולא בתוך האנגר כמקובל. לכן הוא הגה את הרעיון הבא: לקיים את משדר הבחירות במרחב הציבורי, כיכר רבין. הרעיון כל כך הצליח שהרייטינג של משדר הבחירות של חדשות 10 עבר את זה של הערוץ הממלכתי ופיגר רק בשני אחוזים אחרי "מהדורת השבט" של חדשות ערוץ 2. רבבות אנשים היו בכיכר וצפו במשדר וערוצי חדשות מכל העולם מיקמו עצמם בכיכר. כל זאת נעשה בהשקעה זעומה יחסית שכללה בין היתר רכב שידור של משחקי כדורגל. לשם השוואה, בבחירות שהתקיימו שנה לפני כן, השקיע הערוץ הראשון כ-3 מליון שקלים על השידור. מה שמוכיח שיצירתיות היא עניין של מחשבה ולא בהכרח של כסף וריבוי פירוטכניקה.