

# "תביא מודעות, תעשה מצד' מוסף על דוק"

או לאן נעלמה העיתונות החוקרת בישראל?

:: יואב גורן

טלוויזיות עם מסך פלזמה בגודל של אצטדיון. בפעם הבאה אל תוציאו כל כך הרבה כתבים בכל כך הרבה כסף כדי לעשות את המוסף הכי טוב שאתם מעלים על דעתכם. תנו את ההרכבים, כמה בדיחות של ציטוטי אלון מזרחי וכמה קטעים מהארכיון כמו מי השוער של בית"ר שחטף גול בין הרגליים מול רמת עמידר בשנת 73? (תשובה: לא הייתה אז ליגה בגלל המלחמה).

זה הצטרף למוסף אחר שהוצאנו חודשיים קודם לכן על הטור דה-פראנס. 50 עמודים שחצי מהם נמכרו למודעות עוד לפני שבכלל חשבנו על תוכן. במערכת הבינו שלאנס אמרסטרונג עשה לאופניים רעש אדיר והנה - אופניים מוכר. לאחר מיעוט המודעות במוסף של הכדורגל פגשתי את אחד הבכירים בעיתון ואמרתי לו שזה מדכא להשקיע במוסף אם אין מודעות לכסות אותו. בתשובתו הוא הגדיר לי את יחסי העבודה בשוק העיתונות, נכון לשנת 2005: "ראית את האופניים. תביא מודעות, תעשה מצדי מוסף על דוק".

כיום, הקשר בין תכני המערכת בעיתונים הגדולים לסדר היום בישראל הוא לחלוטין לא ענייני. כמובן שאם אריק שרון צורח שנתניהו אידיוט זה יתפרסם בעמוד הראשון. אולם כל עיתון מגדיר את עצמו על פי כמות המודעות שהוא מוכר. הדוגמא ב'הארץ' היא המוסף הכלכלי 'דה מארקר'. אני לא אבין לעולם למה צריך שלוש מאות עמודים על כלכלה ולמי יש זמן וכוח לקרוא את זה, אבל מילא. 'דה מארקר', חקרו ומצאו הגאונים ממחלקת המודעות ומכונני המחקה, פונה לפלח שוק שמתעניין מאד בכלכלה אבל קורא 'גלובס', כי בעיתונים הגדולים אין די הרחבה על כלכלה. לכן כמות עצומה - אני לא יודע מספרים מדויקים אבל תאמינו לי שעצומה - של כסף, הופנתה מחלקים אחרים של 'הארץ' לטובת 'דה מארקר', על מנת שיכה את 'גלובס' ויעביר ל'הארץ' את הקוראים המתעניינים

בערך שבוע לפני שעזבתי את עיתון 'הארץ', בסוף אוגוסט, עבדנו על מוסף לפתיחת עונת הכדורגל. באותה עת נתקלנו במצב לא מוכר: כמעט ולא היו בעיות מול מחלקת המודעות. תמיד, במוספים מיוחדים - לקראת אולימפיאדה, אליפות עולם, פיינל-פור או טורניר חשוב, אנחנו מוציאים כתבות וכתבים לעבודה, ובשבוע של הסגירה מגיעה מחלקת המודעות של העיתון וקורעת לנו את הצורה: חברת 'פלאפון' רוצה סטריפ על השער (שהגרפיקאית עבדה עליו שלושה ימים), 'מרצדס' את כפולת האמצע (שבנינו עליה איור עם סטטיסטיקה) ואיזה חברה לטלוויזיות עם מסכי פלזמה חייבת, אבל חייבת, את העמוד במספר הזוגי כל כפולה שנייה. כמעט בלתי אפשרי לערוך כך מוסף.

אלא שפתאום, שקט: ערכנו את מוסף פתיחת הכדורגל בשלווה, ולראשונה בשש שנותי כעיתונאי, הכל עבד על פי התכנון. הרמזים מכיוון מחלקת המודעות היו הפוכים: "המוסף שלכם לא מוכר מודעות" אמרה אחת הנשים הנחמדות במערכת, "הכדורגל לא מעניין, הספורט לא מוכר, צריך לעשות רעש, המוסף לא יכסה את עצמו". לבסוף, לקראת יציאת המוסף לאור הצליחו למכור כמה מודעות שכיסו את עלות המוסף, אך המסר היה ברור: כדורגל לא מוכר. אוהדי הכדורגל לא קונים מרצדסים או

המסר היה ברור: כחרגל לא מוכר. אוהדי הכדורגל לא קונים מרצדסים או טלוויזיות עם מסך פלזמה בגודל של אצטדיון.

הקורא התמים שמגדף אותנו בשל דיווח לא מחייק צריך לדעת שלא פעם הסיבה לכך היא כלכלית נטו - מחסור בתקציב.

## קצה הקרחון

### עוד משהו ללמוד משוודיה

בחודש האחרון נפטר רודולף מידנר, תיאורטיקן וכלכלן סוציאליסט שוודי. מידנר הציע, יזם וקידם את קרנות ההלאמה השוודיות. מטרת הקרנות היא הפיכת קרנות הפנסיה לכלי ממש ומודע בכלכלה השוודית, כלי להעברת נכסים לידיים ציבוריות. הקרנות קונות שליטה בגופים כלליים ובכך הופכות אותם לציבוריים. כלומר הלאמה של ההון לא דרך החרמה, אלא דרך מהלך כלכלי המנצח את השיטה מתוך חוקיה שלה. אצלנו, לעומת זאת, העבירו את ההון הציבורי האחרון בקרנות הפנסיה לידיים פרטיות ולמשיסתן של תנועות הבורסה. מתון: מאמרו של עמי טורי באתר העוקץ העוקץ, עמי טורי

במו עיניי ראיתי איך רכז  
כתבים ב'מעריב' מוחל על  
כבודו ומבקש תמונה מצלם  
של 'דיעות' כי אין לו כסף  
להוציא צלם.



יש כתבה על אופניים כדי  
למכור מתחתיה מודעה של 6  
טור על ציוד לאופניים. כתבה  
על שברולט ובצמוד אליה  
מודעה של שברולט.

תחקיר על גוף - ממשלתי או פרטי - שמוכר מודעות בכמויות לעיתון, מקבל רמזים עבים שאולי מוטב לא. הח"מ קיבל רמזים כאלו בעניין כתבה העוסקת בלוני הרציקוביץ, הבעלים של מכבי תל אביב ויבואן סוני בישראל. לסוני יש הרי הרבה מודעות. נוצר מצב בו אין עוד דרישה לאיכויות מהעיתונאי: בשביל לערוך ריאיון עם איזו זמרת מטומטמת שמארגן היחצ"ן שלה לא צריך עיתונאי. אפשר לקחת את המנקה של מחלקת מודעות. העיתון נהיה צרכני, מודעתי. יש כתבה על אופניים כדי למכור מתחתיה מודעה של 6 טור על ציוד לאופניים. כתבה על שברולט ובצמוד אליה מודעה של שברולט. כשהעיתונאים נעשים מיותרים, גם שחרם יורד: מה שקורה אצלנו בעיתון זה מפחיד, אנשים עם משפחות שמשתכרים שכר מינימום, שרק הולך ויורד, וודאי בתקופת האינתיפאדה כשמודעות לא נמכרות. כל הרמזים האלו מובילים לנתיב ברור: סוף העיתונות החוקרת. היא כבר לא רלבנטית. ראש הממשלה מושחת? שיהיה בריא. יש אינספור מעשים שהייתם להיחשף לאור השמש - כידוע, חומר החיטוי הטוב בעולם - אך נשארים בחושך, כי הם אינם מתכתבים עם האינטרסים של מחלקת המודעות.

בכלכלה ומחפשים הרחבה. זה אכן הצליח, ועמוס שוקן המו"ל מאד מתגאה שכמה אלפי אנשים עברו לקרוא 'הארץ', ו'שדה מארקר' מוכר הרבה מודעות. למדור הספורט אין כסף לשלוח עיתונאי עם נבחרת ישראל למסע באירופה? אז מה. הספורט לא מוכר מודעות. הקורא התמים שמגדף אותנו בשל דיווח לא מדוייק צריך לדעת שלא פעם הסיבה לכך היא כלכלית נטו - מחסור בתקציב. תהליך דומה מתרחש, אגב, גם בחלק החדשותי של העיתון. ולא רק ב'הארץ': גם ב'מעריב' החליטו להפנות תקציבים גדולים לאתר האינטרנט NRG, ובמו עיניי ראיתי איך רכז כתבים ב'מעריב' מוחל על כבודו ומבקש תמונה מצלם של 'דיעות' כי אין לו כסף להוציא צלם. כל מה שנאמר לעיל הוא בסיסי, וודאי למי שעובד בתקשורת: כפי שאומרת הפרסומת של 'דה מארקר' עם דוב הקואלה המעצבן: "זה הכל כסף". אלא שיש כאן מגמה שהעיתונות לא תוכל להתמיד בה לאורך זמן. השתלטות מחלקת המודעות על תכני העיתון - כיום הם גם קובעים מי יהיה העורך ומכאן גם מי יהיו הכתבים - מייתרת לאט לאט את העיתונאים עצמם. עיתונאי שאפתן ונודניק שרוצה להרים

יואב גורן הוא  
עיתונאי לשעבר  
ב'הארץ', כיום  
בערוץ הספורט.

### קצה הקרחון

אחרי ישיבת הממשלה שנערכה בערב נר ראשון שלחנוכה, ביקר שר האוצר בבית תמחוי. דודי זילברשלג שבית התמחוי בו ביקר אולמרט הוא חלק מרשת שהוא מנהל התראיין למחרת אצל רפי רשף. זילברשלג נאלץ להתמודד עם טענה שרשף כלל לא העלה: הוא אמר ששני האוכלים שישבו לצד השר היו תשושי נפש שאינם יכולים לדאוג לעצמם ושזוהי הוכחה שיש צורך בבתי תמחוי בכל מקרה והם אינם משמרים את מצב העוני. אולי בכל זאת משהו השתנה? הרי זילברשלג לא התמודד עם הטענה הזו קודם.