station@momentmagazgine.org

ר' געציל בערקאוויטש

שרייבער און מארקעטער

■ אין די שרייבן און מארקעטינג אינדוסטריעס קוקט מען מיט שפאנונג אויף דעם אויפשטייג פון כל ערליי פאדקעסטן, קאנטענט שאפערס און פראגראמען אויף כל ערליי טעמעס פון פינאנץ, ביזנעס און אדווערטייזינג ביז אונטערהאלטונג ביז נייעס ביז להבדיל תורה און אלעס אינדערמיט. מאנכע טענה'ן אז דאס איז די צוקונפט און מ'קען זיך נישט פארהוילן דערפון, בשעת וואס אנדערע טענה'ן אז דער איבערפלוס פון פאדקעסטן האט נישט קיין זין און קיינער מאכט נישט קיין געלט. וואס איז אייער שטעלונג דערויף?

מיין מיינונג איז, אז נישט בלויז זענען נישטא צופיל פאדקעסטן און קאנטענט שאפערס, נאר ס'איז דא צו ווייניג. דאס מציאות איז, אז דער וועג וויאזוי מענטשן נעמען אריין אינפארמאציע טוישט זיך. מענטשן זענען זאט פון עמטליכע פלאטפארמעס און די אלגעמיינע מידיא וואס קומט מיט שטרענגע פארשריפטן און א געוויסע אויפגעבלאזנקייט. מ'זוכט זאכן וועלכע זענען מער אויטענטיש, מער קאלירפול און גלייכצייטיג מער אינדיווידואליסטיש.

אלעס וואס שפילט זיך אפ אין די אלגעמיינע מידיא שפילט זיך אפ במידה מסויומת אין די היימישע מידיא, און ס'איז דא א סיבה פארוואס טראדיציאנעלע צייטונגען נייגן אפ פון זייער אריגינעלן כאראקטער און אלע פרובירן זיך מער צוצופאסן צו וואס דער עולם איז אינטערעסירט.

דער פאקט איז, אז יעדער מענטש שטרעבט פאר אינדיווידואליזם און צו טרעפן זיין אייגן ארט אין דעם באשעפער'ס גרויסע וועלטל. ווען א קינד ווערט ארויפגעלייגט אויפ'ן באס, איז ער נאך איין תלמיד צווישן פינף און צוואנציג קינדער אין א קלאס, און ער פארט מיט מיט'ן שטראם. ווען ער ווערט א צענערלינג הייבט ער אן צו זוכן זיין יחידיות און אייגענע אידענטיטעט, און וועגן דעם זעט מען צומאל אז א צענערלינג ווערט עטוואס ווידערשפעניג, ווייל ער האט נאכנישט געטראפן זיין פלאץ אויף דער וועלט.

מיט דער צייט לערנט זיך א מענטש האפנטליך אויס, אז ער מוז זיין א חלק פון דעם רבים, און א פראדוקטיווער מיטגליד אין דער געזעלשאפט וואס פאסט אריין אין די געוועגליכע נארמעס און דאגמעס, אבער גלייכצייטיג בויט ער זיין אייגן נעסטל און טרעפט א וועג וויאזוי צו שפירן אינדיווידואליסטיש און זעלבסטשטענדיג צו פארווירקליכן דעם "לפיכך נברא האדם יחידי" פון וואס חז"ל רעדן.

ענליך וואס מענטשן זוכן אין זייער פערזענליכן תחום, זוכן זיי אין דער אינפארמאציע וואס זיי נעמען אריין, און אנשטאט מיר געבן די אלגעמיינע קאלעקטיווע שפראך, לאמיך הערן עפעס אריגינעל און זעלבסטשטענדיג. דאס איז פארוואס פאדקעסטן ציען אזא אינטערעסע.

זלמן שפירא

■ ווי קענט איר ארגומענטירן פאר נאך זעלבסטשטענדיגע פראגראמען ווען דערווייל האט נאך כמעט קיינער נישט געטראפן קיין וועג וויאזוי צו לייזן דערפון?

ווען מער מענטשן וועלן עס טון וועט אויטאמאטיש ארויפשווימען צום אויבערפלאך די פאר גוטע און די איבריגע וועלן אוועקפאלן. די טעכנאלאגישע וועלט טוישט זיך און די מידיא וועלט טוישט זיך, און דער עולם איז לאנגווייליג פון דעם אלטן מהלך.

פונקט ווי מענטשן זאגן, ווער זאגט איך מוז וואוינען אין די סיטי און אפשר קען איך מופן צו אפסטעיט, זאגן מענטשן, אז ווער זאגט איך מוז אויסהערן וואס דער עליטער הוגה דעות האט צו זאגן, אפשר קען איך הערן וואס דער פלעינער וואוילער מענטש האט צו זאגן, און אסאך פון די מענטשן האבן גאר אסאך צו זאגן. אזוי ווערן אלטע דאגמעס צעבראכן.

ווען א זאך ווערט די נארמע, דעמאלט קומען אריין די גוטע חברה און זיי בלייבן אויפ'ן אויבערפלאך. ווילאנג א זאך איז נאך מאדנע און נישט דער שטייגער, ליגט עס נאך אין דער האנט פון מתחילים און ס'נעמט צייט ביז ס'ווערט פארוואנדלט אין א פולקאמער און לעגיטימער אינדוסטריע וואו רעספעקטפולע פירמעס טרעפן אן ארט צו אנאנסירן.

■ אין דער וועלט פון גראפיקס און דעזיין ווערט אלץ מער און מער איינגעגעסן דער באנוץ פון בילדער און גראפיקס געשאפן דורך ארטיפישל אינטעליגענץ פראגראמען, גערופן אין קורצן "עי-איי". וואס איז אייער מיינונג איבער דעם ארטיסטישן קוואליטעט פון די סארט רעקלאמעס, און צי ברענגט עס א געפאר פאר דעזיינערס און מארקעטערס וועלכע וועלן זיך טרעפן אן קיין ביזנעס?

יא, מ'קען הערן פון מענטשן די טענה אז ווער דארף א גראפיקער ווען מ'קען דאך נוצן טשעט דזשי-פי-טי. אבער דער אמת איז אז פונקט ווי א ביזנעס אייגנטומער פארשטייט אז אפילו ער קען איבערגעבן זיין אקאונטינג פאר טשעט דזשי-פי-טי דארף ער נאכאלץ א לעבעדיגן מענטש פאר אקאונטינג, ווייל א נארמאלער געזונטער ביזנעסמאן פארשטייט דעם חילוק פון א "געצייג" וואס קען העלפן דעם מענטש, ביז נוצן א געצייג אויפצוטוישן דעם מענטש; דאס זעלבע איז ווען ס'קומט צו גראפיקס. עס זענען דא וואס מיינען אז גוטע געצייג וואס קען זיין בייהילפיג, קען געגנצליך אויפטוישן דעם עקספערטיז און אינטואיציע פון א פראפעסיאנאלן מענטש, און כ'מיין אז ס'איז א שטיקל טעות אזוי צו קלערן.

דאס בעסער צו ערקלערן, לאמיר פארשטיין די ארבעט פון א מארקעטער. ווען ס'קומט צו שרייבן און דעזיינען רעקלאמעס פאר מענטשן, איז זייער אסאך מאל די סיטואציע אז דער קליענט שפירט אז קיינער אין דער וועלט פארשטייט נישט זיין פראדוקט אזוי גוט ווי ער, און ממילא הייבט ער אן איינצוטיילן פאר'ן מארקעטער און דעזיינער וואס צו שרייבן און וויאזוי צו פארמולירן א מעסעדזש, ווייל מי לנו גדול פון דעם בעל הבית אליין וואס פארשטייט וואס דא טוט זיך.

דער אמת איז, אז דער בעל הבית איז גערעכט און קיינער אין דער וועלט האט נישט ארויס די מעלות פון זיין פראדוקט ווי ער אליין, ס'איז אבער דא איין פראבלעם, אז דער קליענט קימערט זיך נישט מיט די ספעציפישע מעלות און פיטשעווקעס וואס דו האסט אריינגעשטעקט אין דעם פראדוקט. בשעת דו ביסט פארנומען מאכן דעם ארגומענט אז מיין מאטאר האט פינף הונדערט פערדנקראפט, זאגט דער קליענט: "זאג מיר וויאזוי מיין פראבלעם גייט געלעזט ווערן".

אין אנדערע ווערטער, דער בעל הבית איז פארנומען צו מאכן זיין לעזונג פאר דאס בעסטע מיט כל ערליי פיטשעווקעס, אבער דער קליענט וויל הערן א געשיכטע וואס איז אים אינטערעסאנט, און זאג מיר וויאזוי מיין פראבלעם גייט געלעזט ווערן און ווי געשמאק ס'וועט זיין איין טאג נאך וואס מיין פראבלעם גייט האבן א לעזונג.

דווקא דער קאפירייטער, וואס שטייט פונדרויסן און פונדערווייטנס, קען זיך אנטון די שיך פון דעם קליענט, און טרעפן דעם ניגון וואס ער גארט אזוי שטארק צו הערן. א געניטער קאפירייטער שטודירט וויאזוי ביזנעס ארבעט און די נאטור פון מענטשליכער אויפפירונג, און ער ווייסט וויאזוי דער פאטענציאלער קליענט הערט א מעסעדזש, אז ער זאל באלד קענען צוטרעפן וואס יענעמ'ס אויערן דארפן הערן.

דערפאר פאדערט זיך פון א ביזנעס אייגנטומער צו גיין צו א פראפעסיאנאלן מארקעטער, וואס וועט שוין טרעפן דעם ריכטיגן וועג צו פרעזענטירן דיין פראדוקט און עס אנטון די ריכטיגע רעזשוואלקע אז ס'זאל ציען אן אויג. טאמער האלט מען דאס פאר די אויגן, איז זייער שווער אנצונעמען אז עי-איי קען איבערנעמען אט די ארבעט און געבן דעם מענטשליכן צופיץ וואס איז נויטיג צו מארקעטן און פרעזענטירן א פראדוקט.

■ **לעצטנס האט איינער גע'טענה'ט דא אין סטאנציע אז מארקעטערס זענען ווי עין הרע אפשפרעכער און בליי-גיסער, וואס קיינער ווייסט נישט וויאזוי געניי זיי העלפן דעם מענטש...**

ס'איז א גוטע וויץ, און דער טעות קומט ווען גראפיק דעזיינערס ווערן אויפגעטוישט פאר מארקעטערס, ווען איינס האט נישט מיט'ן צווייטן. א דעזיינער קען מאכן א הערליכע רעקלאמע נאך וואס דער מעסעדזש און סטראטעגיע איז שוין קלאר, אבער נישט יעדער גראפיקער האט די ערפארונג וויאזוי אהערצושטעלן גוטע קאפי און מעסעדזשינג.

רוב גרויסע מארקעטערס זענען בכלל נישט קיין סקעם ארטיסטן, ווייל זיי ברענגען זייער א ספעציפישע סערוויס פאר'ן קליענט. דער פראבלעם ווערט מיט מענטשן וואס זענען גראפיק דעזיינערס און שטעלן צו זייער שיינע זאכן פאר'ן קליענט, אבער ס'טראגט נישט דארט וואו עס וואלט אים געטראגן א פראפעסיאנאלער מארקעטער וואס האט געלערנט זיין פאך און ארבעט יעדן טאג דערויף בעסער צו ווערן. דערנאך האט דער קליענט טענות אז מ'האט גענומען זיין געלט און גארנישט דעליווערט.

■ **די פאליטישע וועלט איז שאקירט פון דער נייעס אז פרעזידענטביידען איז קראנק מיט יענער מעשה ל"ע און די מעגליכקייט אז דאס איז א לאנג-פארצויגענע קרענק פון וואס ער ליידט שוין יארן. וואס איז אייער מיינונג איבער דער סאמאטאכע?**

איך ליין נישט קיין נייעס און איך קימער זיך נישט מיט קיין נייעס. איך זע נישט וואס ס'גייט מיר צוגעבן אין לעבן, און ממילא אינטערעסירט עס מיר נישט. אויסגאבעס און מאגאזינען וועל איך יא ליינען, ווייל איך בין אליין א שרייבער, אבער א צייטונג האב איך שוין נישט געליינט מסתמא פאר פופצן יאר. די גרויסע נייעס קומט סייווי אן, די קליינע נייעס איז נישט אינטערעסאנט, און מער פון דעם ווייס איך נישט. כ'האב נישט קיין מיינונג איבער קיין שום נייעס און זיכער נישט אין פאליטיק.

סטאנציע

■ **איינע פון די גרעסטע אויפשאקלונגען אין עולם המארקעטינג איז דער געוואגטער ריברענד פון דער בארימטער "פלאמ'ס" פירמע. וואס איז דיין מיינונג איבער דעם?**

איך האב עס מורא'דיג ליב געהאט פון דער ערשטער מינוט. דער מענטש וואס האט דעזיינט דעם ברענד הייסט יניב וואקנין, א טאלאנטפולער איד פון ארץ ישראל, און ער איז היינט דער טשיף ברענד אפיציר פאר "מידיא אן-דע-גאו" וואס איז געשטאנען אין שפיץ פון דעם שטאב וואס האט געארבעט אויף דעם ריברענד. ער האט זיך געלערנט ברענדינג ביי די ריזן אין דער אלגעמיינער ברענדינג וועלט, און ס'איז מיר שוין אויסגעקומען צו רעדן מיט אים פערזענליך.

ער איז נישטא פאר קיין רעקלאמעס אדער סתם פאמפע דראמפע. ער איז דא אז ווען א מענטש הייבט אויף דעם פראדוקט אין דער האנט, זאל ער שפירן וואס דער פראדוקט דארף אים מאכן שפירן, און די קאפי, פאנט און קאליר זאלן אלע זיין איינהייטליך מיט דעם געפיל וואס דער פראדוקט דארף געבן.

ספעציפיש גערעדט האלט איך אז זיי האבן געוואלט גרייכן א נייעם און גרעסערן אוידיענץ, און דערפאר האבן זיי זיך אהערגעשטעלט ווי עטוואס מער א 'דרויסנדיגער' און מער קענטליך צו דעם אלגעמיינעם קאנסומער, א שטייגער ווי א "מאנישעוויץ" סטיל ברענד.

אז מ'רעדט פון ריברענדינג, כ'האב אמאל געהערט פון א גרויסן מארקעטינג גורו, אז מארקעטינג און אדווערטייזינג איז נישט בלויז געצילט צו זאגן אז איך בין דא און קוק אויף מיר, נאר ס'איז אויך געצילט צו צייגן פאר דעם קליענט אז איך זוך דיר און איך בין דא אנצוהאלטן א דיאלאג מיט דיר. דאס זעלבע און נאכמער איז ווען ס'קומט צו ברענדינג, און ווען א פירמע מאכט איבער דעם ברענד צייגן זיי פאר דער קליענטן באזע אז זיי זארגן זיך און אז זיי ווילן זיין דאס בעסטע און פארגעשריטנסטע וואס ס'איז שייך.

ספעציפיש לגבי דעם ברענד פון "פלאמ'ס", מיין איך אז ס'איז ממש געניאל, ווייל עס האט זיי קודם כל אפגעטיילט פון אלע אנדערע פירמעס וואס פארקויפן די זעלבע זאך. דער ברענד איז אויסטערליש ניי און מיט א מאדערנער עסטעטישקייט, אבער דאך איז געבליבן דאס געפיל און פארעם פון דעם פלאם ברענד פון אמאל, בשעת וואס ער זאגט אז איך בין סיי א היימישער לאקאלער ברענד און גלייכצייטיג א נאציאנאל אנערקענטער ברענד.

טיפער פון דעם טראגט עס די קונץ אז טראץ וואס ס'איז אזוי מאדערן און סטיליש, דאך דערמאנט עס די אמאליגע עסן ברענדס פון די זעכציגער און זיבעציגער יארן, אזוי אז ס'פארמאגט סיי א ניי געפיל און סיי אן אלט געפיל, און עס ערוועקט נאסטאלגיע צו פופציג יאר צוריק בו בעת וואס ער טראגט דיך פאראויס מיט צען יאר...

■ **אלס טאלאנטפולער שרייבער, וואספארא ראט וואלטסטו געגעבן פאר א יונגערמאן וואס וויל זיך לערנען צו זיין א שרייבער?**

מענטשן באטראכטן זיך ווי טאלאנטפולע שרייבער ווייל געב א קוק די געשמאקע אויסדרוקן וואס כ'האב, אבער כ'וואלט געזאגט פאר דעם יונגערמאן אז ער זאל זוכן צו זיין וויניגער באַ'טעמ'ט און פאקוסירן מער איבער סטרוקטור. אז דו ווילסט זיין א גוטער שרייבער, קוק וויאזוי גוטע שרייבער בויען א פאראגראף אדער א קאפיטל, און אנשטאט וואס דיין שריפט זאל זיין א זאמלונג פון ווערטער, זע וויאזוי אנדערע בויען אויף א מעסעדזש און לערן זיך מער איבער דעם פארעם ארום דעם געשריבענעם ווארט ווי איידער די געשריבענע ווערטער זעלבסט.

דאס זעלבע איז אייגנטליך אויך ווען ס'קומט זיך צו לערנען וויאזוי צו מאכן א רעקלאמע. קוק קודם אויף סטרוקטור, וואו האט ער געלייגט דעם לאגא און וויאזוי האט ער אויסגעשטעלט די רעקלאמע, און דערנאך קענסטו זיך גיין לערנען די גראפיקס פראגראמען וואס זענען סאך וויניגער וויכטיג.

■ **אלס איינער מיט א טיפערן אריינבליק אין דער וועלט פון מעסעדזשינג און מארקעטינג, סיי וועלכע רעקלאמע פון די לעצטערע צייטן וואס האט דיר באזונדער געכאפט?**

יא, די רעקלאמע פון דער "מסכים" ארגאניזאציע, וואס העלפט מפשר זיין צווישן מענטשן וואס דארפן זיך אויסקומען, אהערגעשטעלט דורך "דארט מידיא". די ווערטער אין גרויס זענען געווען "איך וויל אים שוין זאגן צוויי יאר", און די קלענער ווערטער זענען געווען "אבער כ'מיין אלע טענענטס זענען אזוי".

די רעקלאמע האט געזאגט סיי דעם פראבלעם און סיי דעם סוב-פראבלעם, אדרעסירנדיג אלעס וואס לויפט אין קאפ פון דעם מענטש וואס נויטיגט זיך אין די "מסכים סערוויסעס", מיט א קלארער אילוסטראציע איבער זיין צעמישעניש. ס'איז געווען פון די בעסטע רעקלאמעס וואס כ'האב געזען דעם פארלאפענעם יו"ט.

■ **דו טראגסט דעם זעלבן נאמען פון איינעם פון די פראמינענטסטע גדולי ישראל אין אמעריקע. וויאזוי אפעקטירט עס דיין לעבן?**

דאס איז עפעס צו וואס איך בין באוואוסטזיניג פון מיין פריסטער יוגנט. פון קליינווייז אן האט מען מיך געטרייבערט אז איך דארף אויסוואקסן, ווייל איך האב גרויסע שיך אנצופולן.

ביז'ן היינטיגן טאג אפעקטירט עס מיך, ווייל מענטשן קלינגען מיר כסדר אן מיט שאלות... ס'איז מאדנע פארוואס מענטשן זאלן זוכן אינעם מאנסי טעלעפאן ביכל דעם נומער פונעם דיין וואס וואוינט אין קרית יואל, אבער דאס איז דאס מציאות. כ'האב אפילו געבעטן מיין פרוי זי זאל זיך איינ'חזר'ן דעם נומער פונעם דיין שליט"א, אז זי זאל באלד קענען איבערגעבן דעם ריכטיגן נומער וואו צו רופן.

די מעלות פון דעם נאמען איז, אז מענטשן געדענקען מיין נאמען גרינג, און איינמאל איך זאג פאר איינעם וויאזוי איך הייס פארגעסט ער עס נישט. אזוי אויך איז עס גאר א גוטער "אייז-ברעכער" וויאזוי אנצוהייבן א שמועס מיט א מענטש וועמען איך באגעגן צום ערשטן מאל. יענער וועט פרעגן צי איך בין א קרוב מיט רבי געציל, און דער ענטפער וועט זיין אז ניין, מיר זענען נישט קיין שום קרובים און נאר פערצופאל טראג איך דעם זעלבן נאמען.

איך דערמאן זיך אז ווען כ'האב אנגעהויבן שרייבן אין "מאָמענט", האבן מענטשן געהאט טענות הלמאי א שרייבער נוצט דעם געשעצטן נאמען פונעם דיין אלס א פען-נאמען. ווען כ'האב אנגעהויבן לייגן בילדער, האט זיך דער קריטיק בארואיגט, ווען מענטשן האבן איינגעזען אז די רעדע איז נישט פון בלויז א פסעוודאָנים, נאר געציל בערקאוויטש איז ווירקליך אן עכטער מענטש...