

תוכן עניינים:

1. רקע כללי
2. מאפייני ענף התקשורת
3. שכנוע וכוחם של גופי מכירת המדיה
4. רגולציה בשוק התקשורת
5. תוכן שיווקי ושילוב אייטמים יח"צניים
6. רשתות חברתיות , ניו מדיה ודיגיטל+תחקיר והפקה
7. עיתונות ופרסומות+סיכום, מסקנות והמלצות

רקע כללי:

בחרתי בתכנית מאסטר שף ו-הצינור מכיוון שרציתי להראות שתי תכניות שונות, האחת תכנית ריאליטי עונתית המשודרת אחת לשבוע והשנייה תכנית אקטואליה יומית.

מאסטר שף¹, היא תכנית המבוססת על פורמט בריטי. בארץ עלתה לראשונה ב-2010, תכנית ריאליטי בישול, אליה מגיעים אנשים אשר אוהבים לבשל אך אינם בשלנים מקצועיים המתמודדים עם משימות בישול שונות. כל פרק משכו כשעה נטו. התכנית מוקלטות ומצולמות באולפן. עומדת על רייטינג 32-35%. השופטים בתכנית הם השפים: אייל שני, חיים כהן ויונתן רושפלד ומבקרת האוכל – מיכל אנסקי. בעבודה זו אנתח פרק 15 בעונה ה-6 שעלתה לשידור באוקטובר 2016 בראשון ושלישי בשעה 21:00. התכנית משודרת בסתיו.

הצינור, היא תכנית אקטואליה יומית. משודרת בערוץ 10 במשך של כחצי שעה, עלתה לראשונה לשידור ב-2010 ושמה המקורי היה "**צינור לילה**". גיא לרר הוא יוצר ומגיש התכנית. התכנית עוסקת "בסקופים" עכשוויים, בתרבות הרשת והטכנולוגיה. כיום היא משודרת ארבעה ימים משני עד חמישי בשעות משתנות בין 22:00-23:00 ועומדת על רייטינג של 9%. ניתן לצפות בפרקים ב-נענע10 וגם באפליקציה. התכנית משודרת בשידור חי אך גיא מראה קטעים מוקלטים ומצולמים בנוסף לראיונות שעושה בתכנית. התכנית משודרת בחלק מהזמן מול התכנית "היום בלילה עם גורי אלפי". בעבודה זו אנתח פרק רנדומלי.

התכנית מאסטר שף מיועדת לכל שכבות האוכלוסייה, לאנשים שאוהבים אוכל ובישול, לאנשים שגם מחוברים לעמוד הפייסבוק ויש להם אפשרות לצפות בתכניות גם באתר במאקו וגם דרך הסלולר באפליקציה. וכמו כן, גם קהל המטרה של הצינור יכול לנוע שווה בשווה בין גברים לנשים, צעירים וקצת יותר מבוגרים. אנשים שמחוברים לרשת ושאוהבים לדעת מה חדש ומה וויראלי.

¹ http://2channel.co.il/מאסטר_שף

מאפייני ענף התקשורת

מאסטר שף - ערוץ 2 משודרת בזכיינית קשת והיא הפקה של "גיל הפקות" בהנהגת אסף גיל. עלות לא זולה ויקרה לעומת הצינור. הזכייין קשת מונהג ברובו ע"י מוזי ורטהיים השולט ב-51% מהחברה. עלות פרק של מאסטר שף כ-500-600 אלף שקל. אם הזכייין רוצה להכניס תכנים פרסומיים בתכנית הוא יכול לעשות זאת יש לו את הכוח. למשל- אם הזכייין עושה שת"פ עם יצרנית מזון ומחלט על שילוב מוצרי המזון הללו בתכנית. תכנים שיווקיים יכולים גם לבוא נגד הזכייין או מפרסמים בלתי ראויים, למשל, בגמר בפרסומת "ברייק הזהב"³ בגמר של מאסטר שף⁴ 2015 שודרה פרסומת של חברת קרן קלע שבאותו עת הייתה תחת חקירה והתגלה כי היה קשר עסקי עקיף בין מיכל אנסקי לבין החברה ולכן זה הוציא את הזכייין באור לא טוב.

הצינור – ערוץ 10 בבעלות רוב של קבוצת RGE המחזיקים 51% מהחברה. עלות פרק עומדת על כמה אלפים לפרק. בתכנית זו נראה כי הזכייין פחות מתערב בתכנים. בתכנית מציגים סרטונים שיכולם להיות בוטים מדי, תכנים בעלי אופי חצוף לעתים שיכולים לעורר אווירה של "חוסר גבולות", גיא לרר הוכיח עצמו כעיתונאי בעל תעוזה המרים את הכפפה בכל פעם שיש אג'נדה ציבורית חשובה על הפרק.

² <http://www.themarket.com/advertising/1.1895651>

³ רגע לפני הכרזת הזוכה

⁴ <http://www.themarket.com/advertising/1.2721716>