

מרצים מזן אחר: "הערב תשמעו איך זה לשדוד בנק ולשרוד 8 שנים בכלא"

TheMarker | 16.9.2010 | 12:00 ענת בלינט

שוק ההרצאות הפופולריות שניתנות מחוץ למסגרות אקדמיות מצמיח מתוכו כוכבים בלתי צפויים לצד שמות מוכרים וידועים ■ בנוסף לפושעים שנהפכו לגיבורי תרבות - מככבים בו אנשי אקדמיה כריזמטיים, ספורטאים, אנשים בעלי סיפור אישי מיוחד, שוחרי הרפתקאות ועיתונאים

אם תהיתם מה עושה בימים אלה רוני ליבוביץ', "האופנובנק", שבחודש הבא ימלאו 20 שנה ללכידתו, תוכלו למצוא את התשובה באתר האינטרנט Haofnobank.co.il. בצדו השמאלי של המסך מהבהבת הודעה "להזמנת הרצאה של רוני ליבוביץ', האופנובנק, לחץ



כאן". אחרי שמקליקים על ההודעה ממשיך הפרומו: "את הסיפור שלו אתם חייבים לשמוע. מווילה תלת מפלסית לתא דחוס עם 16 אנשים, האופנובנק מספר את סיפור חייו ואיך שרד שמונה שנים קשות וארוכות בכלא. בלשון ציורית מנפץ רוני ליבוביץ' כמה מיתוסים ומספר בכישרון רב מי התקדם בזכותו ומי נשאר עם רווח יפה".

ליבוביץ', שנחשב למרצה מבוקש ומקבל עבור הרצאה 1,800-2,800 שקל, מסביר שזה אינו עיסוקו העיקרי וחלק גדול מההרצאות ניתנות בהתנדבות, בין השאר בפני נוער בסיכון. הוא מיוצג על ידי חברת "מרצים אונליין" שהבעלים שלה הוא נדב שושני. "אני מאמין בחזרה בתשובה וליבוביץ' שילם את חובו לחברה - הוא החזיר את הכסף וישב בכלא", אומר שושני. "מלבד זאת, הוא מביא חוויה שאף אחד לא יכול להביא. העברין הממוצע שמספר על החיים בכלא יהיה בוודאי עילג או לא מעניין. ליבוביץ' הוא איש אינטליגנטי שידע להעביר את הסיפור שלו באופן מושלם. הוא מציג זאת כחוויה קשה ולא משתלמת. ההרצאה שלו מצחיקה ומרתקת".

שוק ההרצאות הפופולריות, שניתנות מחוץ למסגרות אקדמיות או מסגרת פורמלית אחרת, מצמיח מתוכו כוכבים בלתי צפויים לצד שמות מוכרים וידועים. בנוסף לפושעים שנהפכו לגיבורי תרבות - כמו שרה אנג'ל, מרצה מבוקשת במיוחד שמספרת על החיים מאחורי הסורגים ועל עולם הפשע הישראלי - מככבים אנשי אקדמיה כריזמטיים, ספורטאים מצליחים, אנשים בעלי סיפור אישי יוצא דופן, שוחרי הרפתקאות מקצועיים, בכירים לשעבר בצבא או במגזר הציבורי, מאמנים, פסיכולוגים ויועצים עסקיים שמוזמנים לתת הרצאות בפני קהלים רחבים. לצדם מככבות דמויות מוכרות מהתקשורת, בעיקר עיתונאים - מיקי רוזנטל, איתי אנגל, רביב דרוקר, צבי יחזקאלי, סיוון רהב-מאיר, אהוד יערי ורבים אחרים.

זהו שוק לא מוכר יחסית שהופך חלק מהשחקנים בו לדמויות נערצות, הרחק מפס הייצור של התקשורת המרכזית - ערוצי הטלוויזיה, הרדיו והעיתונות. מצד שני, העוסקים בתחום מעידים כי התקשורת היתה ונתרה מקפצה רצינית למי שמעוניין בהכנסה נוספת מהרצאות. אצל המרצים המבוקשים שמופיעים כמה פעמים בחודש מדובר בתוספת משמעותית. בניגוד להרצאות היוקרה

בארה"ב, שם יכולים מרצים מבוקשים לקבל עשרות אלפי דולרים, בישראל נע התשלום עבור הרצאה בין 2,000 ל-10,000 שקל.



חוני ליבוביץ', "האופנובנק". מווילה תלת מפלטית לתא דחוס עם 16 אנשים | תצלום: עמרי מירון



חיים שפירא. הרצאה בכל יום | תצלום: תומר אפלבוים



איתי אנגל מדווח מההריסות לאחר רעידת האדמה בהאיטי. מתמחה בהרצאות על תקשורת באזורי מלחמה
תצלום: זיו קורן

ד"ר חיים שפירא, שנהנה כעת ממעמד של כוכב בתחומו, מקבל לעתים סכומים גבוהים במיוחד: עד 16 אלף שקל במקרים שבהם הוא נדרש לנסוע למקומות מרוחקים, אבל אפילו הוא אינו חורג מהמקובל בשוק בדרך כלל.

שושני מספר כי נתקל בכוכב תקשורת שקיבל 6,000 דולר עבור הרצאה ובבעלים של חברת היי-טק שקיבל 10,000 דולר, אבל מקרים אלה הם נדירים ביותר. שכרם של רוב המרצים קרוב יותר לגבול התחתון - 2,000-3,000 שקל.

דמעות בקצה העין

ספק אם עובדי מיקרוסופט ציפו לחוויה מהסוג הזה ביום סיכום שנת הכספים שאירגן התאגיד באחרונה לכמה עשרות מעובדי ישראלים. לאחר הרצאה של שעה וחצי באולם קטן ומוחשך השתרך תור נרגש של 40 היי-טקיסטים צעירים בדרך ללחוץ את ידה של המרצה - אשה נאה, קטועת שתי רגליים, ישובה בכיסא גלגלים. חלק מהם הודו לה על הרצאה מרתקת ומעוררת השראה, אחרים ציינו שהיא העניקה להם מודל להתמודדות ולהגשמת חלומות. כמה מהם סיפרו לה על החלומות שלהם, עדיין בלתי מוגשמים.

"גם אני רוצה להיות עיתונאית", אמרה לה בחורה צעירה, "זה נראה לי עיסוק מעניין כל כך, אבל בינתיים אני פה". אחר סיפר לה על הרצון לעזוב את העבודה ולהתמסר לקולנוע וליצירת קליפים, בדומה לזה שהראתה במהלך ההרצאה. היה ברור שפסקל ברקוביץ', ספורטאית אולימפית, יוצרת דוקומנטרית וסופרת, ששתי רגליה נקטעו בתאונת רכבת בגיל 17, הצליחה לגעת בלבבותיהם של המאזינים. ברקוביץ' שיחזרה, כמעט דקה אחר דקה, את התאונה שחוותה כנערה, את החילוף המייסר והממושך ואת המאבק להישרדות, אבל לא הזניחה את המסר שביקשה להעביר: כיצד האופטימיות והחוזק המנטלי שלה הצילו את חייה כשהמציאות נראתה כמעט חסרת סיכוי.

"שכבתי על הפסים לבד, מרוסקת רגליים, בקור המקפיא של החורף הצרפתי, ואיש לא היה שם כדי לחלץ אותי", סיפרה להם. "ידעתי שעוד מעט תגיע הרכבת הבאה, ואז מה יהיה? במציאות הפנימית שלי, כל מה שיכולתי לעשות היה להמשיך לנשום, להחזיק מעמד עוד קצת, עוד דקה. זאת היתה מציאות פנימית קטנה ועלובה באותם רגעים, אבל היא התגלתה כחזקה יותר

ממציאות חיצונית קשה ביותר. זה אפשרי, אבל רק בתנאי אחד: שמקבלים את המציאות החיצונית. קיבלתי אותה איך שהיא באה, לא עשיתי ממנה סרט טורקי".

ברקוביץ' נראתה נבוכה, כמעט מופתעת, מהתגובות הנרגשות, אבל למעשה הן מוכרות לה היטב. בשנים האחרונות לא חולף כמעט יום מבלי שהיא מרצה על סיפורה האישי ועל התמודדותה עם הלקות שלה. היא הרצתה לפני קהל של מאות מאמנים אישיים בחו"ל, בפורומים של מנהלים בכירים, בכנסים של חברות ענק, מול קוסמטיקאיות ובפני ילדים נכים (את ההרצאה האחרונה היא העבירה בהתנדבות).

4,000 שקל. הרעיון פשוט: המרצים הטובים בישראל משתכרים ממש יפה, אבל בזה זה מסתיים. אתה חי בכבוד, אתה יכול להשיג סכומים סבירים, זה אחלה שכן, אבל זהו, זה נגמר שם. אף אחד לא יהיה מיליונר מהרצאות ועדיף כבר להביא יהלומים מאנגולה. 60% מההכנסה שלי הולכת למדינת ישראל. אני לא אהפך לאוליגרך מהרצאות. השוק בחו"ל הוא שונה, אבל לי טוב בארץ. אני אוהב לחיות פה והכסף לא כל כך חשוב לי".



השמועה עוברת במהירות

דמויותיהם של כוכבי תקשורת מוכרים מעטרות את אתרי האינטרנט של הסוכנויות שעוסקות בתחום. "הפרסום של אדם משמעותי מאוד", מודה שושני. "בקהל יש חשדנות מסוימת כלפי מרצה שאינו מפורסם. כשמישהו מארגן ערב לעובדי החברה, אחרי שנלחם במנכ"ל על תקציב, קנה כיבוד ושיכנע עשרות עובדים להישאר אחרי שעות העבודה, הוא רוצה להיות בטוח שזה יצליח.

"מצד שני, הפרסום אינו מספק ערובה להיותו של אדם מרצה טוב - וראיתי גם מקרים כאלה. עבור החברות העוסקות בתחום, הצגת אנשים מפורסמים מאפשרת לדחוף קדימה מרצים טובים מוכרים פחות. כלומר, אם אהוד יערי ורביב דרוקר מופיעים באתר שלך, אפשר להניח שאתה מעסיק עוד מרצים טובים".

נישת ההרצאות לקהל הרחב נהפכה לשוק של ממש בעקבות הקמתן של חברות המתמחות בתחום זה. הוותיקה שבהן, וככל הנראה הגדולה ביותר, היא "מרכז המרצים" שנרכשה ב-2002 על ידי דליה הוכברג, שהיתה במשך שנים רבות קצינת ההדרכה של המכללה לביטחון לאומי. המתחרה הבולטת שלה היא "סוכנויות מרצים לישראל" בבעלות דני שביט, שהוקמה ב-1999 לאחר כמה שנים שבהן עבד שביט בסוכנויות מרצים בארה"ב. חברה נוספת היא "מרצים אונליין" של שושני, שיזם את הקמתה ב-2002 כשעוד היה סטודנט, יחד עם חבר ללימודים, עמרי גלפרין. לצד אלה פועלות סוכנויות קטנות יותר, שחלקן הוקמו ממש באחרונה; סוכנים אישיים שמעניקים ליווי צמוד; ובעיקר מנגנון השיווק בעל העוצמה הגדולה ביותר - השמועה העוברת מפה לאוזן.

"יש כיום המון מרצים", מספר אבי מלר, איש ערוץ הספורט, מרצה לתקשורת ועיתונאי ותיק. "התחרות גדולה, הכמות עולה על האיכות והדרך לבלוט היא שיתחילו לדבר עליך מפה לאוזן". מלר זכה לעדנה בימים העליזים של המונידיאל, וכעת מקפיד על מינון נמוך הרבה יותר, לצד עבודתו המרכזית בתקשורת. הוא מרצה בפני חברות וגם בחוגי בית.

גם איתי אנגל, כתב "עובדה", שמרצה על סכסוכים בעולם ועל עבודתו ככתב באזורי מלחמה,

סיפורה האישי הוא נקודת ההתחלה, אבל לדבריה, כל הרצאה שונה ומותאמת לקהל המאזינים. עם פורום המנהלים הבכירים של אל על היא דיברה על התמודדות עם שינוי ועם חוסר ודאות, רגע לאחר הפרטת החברה. עם הקוסמטיקאיות היא דיברה על דימוי גוף, על קבלה עצמית ועל העצמה נשית.

אם ברקוביץ' נראית כמעט נבוכה מעוצמת התגובות אליה, שפירא אינו מסתיר את העונג שהוא שואב מתגובות ההערצה וההתפעלות שלהן הוא זוכה בעקבות הרצאותיו. שפירא, שכתב גם שלושה ספרים, שניים מהם רבי מכר, נהפך בשנים האחרונות לתופעה של ממש: הוא מרצה מבוקש ונראה כי כבר זז סופית ממשבצת איש האקדמיה השקוע במחקר אל שוק ההרצאות הפופולריות. יום אחר יום הוא מעניק הרצאות שהן מעין סטנד-אפ אינטלקטואלי עמוס באנרגיה בלתי נלאית. ההרצאות שלו עוסקות בתורות המשחקים, בקבלת החלטות, בספרות, בפסיכולוגיה ובפילוסופיה.

בניגוד לברקוביץ', שמעידה שהיא מכינה את ההרצאה שלה בכל פעם מחדש, בהתאם לקהל ולהקשר, שפירא מפגין ביטחון וקלילות של כוכב אמיתי. בדרכו להרצאה בפני קהל של רופאים בבית החולים איכילוב בתל אביב בשישי בבוקר, הוא כלל אינו יודע מה נושא ההרצאה שעליו סוכם עם מזכירתו. "יש לי 117 הרצאות על נושאים שונים", הוא מספר שנייה לפני הכניסה לאולם, "ואני בעיקר מאלתר על המקום".

הוא עולה על הבמה ושואל את הקהל: "אז על מה תרצו שאדבר? את ההרצאה על פו הדוב שמעתם? אה, אני רואה שחלק מכם כבר שמעו אותה. בסדר, נדבר על כל מיני דברים אחרים, אין בעיה". בשנה הקרובה הוא יעביר 17 סדרות של הרצאות במקומות שונים ברחבי ישראל. סדרת ההרצאות שלו בצוותא בתל אביב, הוא מתגאה, כלל אינה זוכה לפרסום בעיתון, מהסיבה הפשוטה שכל הכרטיסים נמכרו שנה מראש ואי אפשר להשיג אפילו מקום פנוי אחד.

למי שמאזין להרצאותיו של שפירא קשה להבין כיצד הוא מגייס מדי יום אנרגיה נפשית ופיסית, כדי לעמוד מול קהל של מאות אנשים ולספק פעם אחר פעם חוויה מהנה מבחינה בידורית ואינטלקטואלית. התהייה הזאת רלוונטית במיוחד למרצים מסוגה של ברקוביץ', המשתמשים בסיפור החיים ובטראומה שעברו כנקודת המוצא להופעה מול קהל.

במשך תקופה מסוימת, מספר שפירא, הוא היה קובע ארבע הרצאות ביום ומעביר סדנאות שארכו ארבע וגם שש שעות. כעת הוא מקפיד על מינון של הרצאה אחת בלבד ביום, משום שחש "קצת עייף". שפירא וברקוביץ' מודים כי בסופו של דבר, האהבה להופעה מול קהל היא המנוע המרכזי. "אני די בהיי אחרי הרצאה כזאת", אומרת ברקוביץ'. "אני מקבלת המון מהקהל: הקשב, החיכים, הדמעות בקצה העין, ההתרגשות".

"אני פשוט נורא אוהב את זה", מודה שפירא ללא היסוס, "כשאני עולה על הבמה, לא משנה איפה, אני אוהב את זה. אנשים באו בערב להקשיב לי! אספר להם על ניטשה ועל הנסיך הקטן והם יקשיבו לי שעה וחצי! מי שיגיד שזה לא מלטף לו את האגן, מרמה אותך ואת עצמו. אתה לא יכול להיות מרצה טוב בלי לאהוב את זה. אין מקום להעמדת פנים. אני לא יכול לזייף התלהבות כדי שזה יהיה מדהים".

שפירא אמנם נהנה מהביקוש, אבל מבהיר שההרצאות לא הפכו אותו למיליונר. "אנשים מספרים 'קיבלתי 30 אלף שקל עבור הרצאה'", אומר שפירא, "אבל למעשה הם הרצו תמורת

מודה כי השמועה עובדת היטב: "הרצאה בחברת היי-טק מובילה לעוד הזמנות מחברות היי-טק, מרגישים את זה באופן ברור". גם עבור אנגל מדובר בעיסוק נלווה לעבודה בתקשורת, בין נסיעותיו לצילומים במדינות זרות. הוא מרצה שלוש-ארבע פעמים בחודש, בעיקר בפני עובדי חברות, בנוסף לקורס אקדמי שהוא מעביר באוניברסיטה הפתוחה על סכסוכים בעולם. לעתים

מזמינים אותנו לספר על חוויותיו ככתב במצבים בלתי שגרתיים, כחלק מהמאמצים של חברות העוסקות ביזמות ובפיתוח לעודד את העובדים לחשוב מחוץ לקופסה.

ברקוביץ' מתארת גם היא מנגנון פרסום המאיץ את עצמו: "זה כמו כדור שלג, וכל הרצאה מביאה אחריה עוד הרצאה. השמועה רצה, ובשנה האחרונה אני מוזמנת ליותר ויותר הרצאות".

בשל כוחם של ערוצי השיווק הלא רשמיים, קשה לאמוד את היקפי הפעילות הכלכלית בתחום זה. כל אחת מהחברות הגדולות בתחום מחזיקה מאגר של כמה מאות מרצים, אבל פרט להם פעילים עוד מרצים רבים הזוכים להזמנות ישירות מחברות, מארגונים גדולים, ממערכת החינוך וגם מאנשים פרטיים שמארגנים חוגי בית. חלק ניכר מהפעילות מחוץ לסוכנויות, מספר כל מי שקרוב לתחום, נעשית מתחת לשולחן, במזומן וללא חשבוניות. כנראה שהדבר נכון במיוחד בחוגי הבית - הפניות נעשות למרצים באופן ישיר ובלתי פורמלי והתקציב מוגבל - אבל מתקיימת גם במעגלים אחרים.

שושני מסביר כי "כרגע אנחנו לא מתאמצים לגייס מרצים. השוק אמנם גדל, אבל לא באופן פרופורציונלי למספר האנשים שרואים את עצמם כמרצים מצוינים. כל מי שעוסק בתחום התקשורת והאקדמיה רואה את עצמו באופן פוטנציאלי כמרצה לקהל הרחב ולא רק לקהלים שהוא מוגבל אליהם. כמובן שזה הקשיח את העמדות שלנו: פעם היינו מחזרים אחרי מרצים, וכיום אנחנו מציבים מגבלות ספציפיות מאוד".

שביט מאשר: "כל אחד קורא לעצמו מרצה, אבל לא כל אחד הוא בר שיווק", הוא אומר. "אנחנו מקפידים על סינון קפדני מפני שאנחנו מהווים תו תקן לאיכות של מרצה. אם אנחנו ממליצים על מרצה, המשמעות היא שיש אחריות לאיכות של התכנים ולרמת ההרצאה".

המרצים שבוחרים לעבוד דרך הסוכנויות משלמים לגוף המתווך עמלה של 15%-25% משכרם. חלק מהסוכנים מתעקשים על ייצוג בלעדי של מרצה ודואגים לקדם אותו באופן נמרץ יותר ולהדגיש את סוגיית הבלעדיות באתר האינטרנט שלהם. במקרים כאלה מחויב המרצה להעביר כל פנייה אל הסוכן. כך למשל, נהפכה הוכברג לסוכנת הבלעדית של גילה אלמגור, של פסקל ברקוביץ', של פרופ' דן אריאלי, של כתב ערוץ 10 צבי יחזקאלי, של הח"כית לשעבר יעל דיין, של אורלי וילנאי, של מירב מיכאלי ושל אחרים. שושני מציין כי הוא אינו מאמין בייצוג בלעדי ואינו מושך את המרצים שהוא מייצג לכיוון זה.

כל העולם במה המרצים המבוקשים על הגלובוס				
				
שרה פיליץ מושלת אלסקה לשעבר, מועמדת לסגנית נשיא ארה"ב לשעבר 100 אלף דולר	לאנט ארמסטרונג אלוף טור דה פראנס לשעבר 100 אלף דולר	טוני בלייר ראש ממשלת בריטניה לשעבר 250 אלף דולר	ביל קלינטון נשיא ארה"ב לשעבר 150-400 אלף דולר	דונלד טראמפ איל נדל"ן 1.5 מיליון דולר על סדרה של 17 הרצאות

הקשר בין איכות למחיר

סוכנויות המרצים מתרכזות בעבודה מול חברות גדולות, ארגונים, צה"ל ומערכת החינוך. מנגד, הסוכנים נוהגים להימנע משיווק לחוגי הבית ומודים כי אין להם יכולת לעשות זאת באופן יעיל. אלונה הרץ, מורה לספרות המתגוררת בכפר ורדים, אחראית בשלוש השנים האחרונות על ארגון ההרצאות לחוג בית של 13 זוגות המתכנס בכפר אחת לחודש. בכפר ורדים, שבו מתגוררים כ-6,000 תושבים, פועלים במקביל עוד שלושה חוגי בית לפחות, וכולם עוסקים באיתור מרצים מוצלחים ומרתקים שיסכימו להצפין ליישוב בשישי בערב, תמורת תשלום שלרוב אינו עולה על 2,000 שקל.

"נהפכתי לציידת מרצים", אומרת הרץ. "אני רואה תוכנית מעניינת בטלוויזיה ומיד שמה לב מי מדבר ומה תחום העניין שלו, ורושמת לי בתיק מסודר. במקרים אחרים, אני מקבלת המלצות מחברים. יש מרצים שאומרים לי - 'אתם גרים רחוק, זה שישי בערב'. יש גם כאלה שפשוט דורשים סכומים שאני לא יכולה לעמוד בהם. אין ספק שהופעות בתקשורת מקפיצות את המחיר של מרצה. אדם שמרגיש ששמו מפורסם מעלה מיד את המחיר. לרוב אני לא מסוגלת להזמין אנשי תקשורת שמבקשים 5,000 שקל להרצאה, כי אני לא יכולה לעמוד בזה.

"אחרי ארבע שנות פעילות, אני יכולה להגיד שלא תמיד המחיר קובע את האיכות. היו שדרשו מחיר גבוה ופשוט לא היו שווים את זה. מרצה קובע את המחיר שלו לפי ההערכה העצמית שלו וגם לפי מצבו הכלכלי, אבל זה לא תמיד קשור ישירות לאיכות ההרצאה שהוא נותן".

הפרסום בתקשורת אכן מסייע למרצים ליהפך לשמות חמים ולהקפיץ את המחיר עבור כל הרצאה. המקרה של מיכל דליות, "סופר נני" הישראלית, מספק הוכחה ברורה לכוחה של התקשורת להעלות את תג המחיר למרצה. הוכברג מספרת כי ייצגה את דליות זמן רב לפני הופעתה בטלוויזיה והאמינה בה כמרצה מצוינת בענייני הורות ומשפחה, אבל רק לאחר הופעתה בערוץ 2 עלה מחיר ההרצאות שלה באופן ניכר וההזמנות החלו לזרום.

עם זאת, כל סוכני המרצים מציינים כי לצד דמויות מוכרות, בעיקר מהטלוויזיה, מככבים באופן קבוע ברשימות שלהם אנשים שבנו את שמם בהדרגה דרך הרצאות מוצלחות שהובילו להזמנת הרצאות נוספות. שמו של שפירא, שנהפך למלך הבלתי מעורער של שוק ההרצאות, נישא בפי כל הסוכנים, ואין ספק שההצלחה נבנתה במשך שנים, מהרצאה להרצאה, וקיבלה תאוצה נוספת לאחר פרסום ספריו, שאותם הוא מקדם בחן חסר בושה בהרצאות שהוא מעביר.

יש רבים אחרים שלוח הזמנים שלהם עמוס. שביט מזכיר את ד"ר עינת גלזר, פסיכולוגית ארגונית שמרצה על זוגיות, על אינטליגנציה רגשית ועל החיים בין קריירה למשפחה; את המרתוניסט ואיש העסקים עופר בן דור שמרצה על מצוינות ועל עבודת צוות; את המזרחן ד"ר גיא בכור ואת העיתידן פרופ' דוד פסיג כמרצים המובילים ברשימות של "סוכנויות מרצים לישראל".

הוכברג מתגאה בטייל ומטפס ההרים דורון אראל, בעיתונאי צבי יחזקאלי, בצמד אורלי וילנאי וגיא מרוז, ומזכירה את שמותיהם של יעל ארד, יוסי שריד, אנבאלה שקד (מנהלת בית הספר לפסיכותרפיה של מכון אדלר), ויעל דיין, שמוזמנת להרצאות בחו"ל.

שושני מזכיר את ההצלחה הגדולה שלה זוכה ירין קימור, מי שהיה במשך 30 שנה יוצר דוקומנטרי בערוץ 1 ועשה מעבר מפתיע ומוצלח לתחום ההרצאות כמומחה לחשיבה יצירתית ולפרזנטציה; את הביקוש הרב שלו זוכה באחרונה סיוון רהב-מאיר מערוץ 2, בשל השילוב הנדיר בין אורח החיים החרדי להיותה אשת קריירה ותקשורת; ואת הטייל והמדריך דן דן בולוטין.

פיקנטריה היא דבר חשוב

כל הסוכנים מעידים כי קרה שהפסיקו לעבוד עם מרצים שהכזיבו. הם מודים שהיו מקרים שאנשים מוכרים, ביניהם אנשי תקשורת שהופעה בפני קהל היא מלאכתם, איכזבו ברגע האמת. "יש אנשים שאתה מכיר את שמם ומעריך אותם", אומרת הוכברג, "ואז אתה שומע הרצאה שלהם ואומר, הכצעקתה? ויש כאלה שאינם מוכרים כלל, אבל הם מדהימים. אנאבלה שקד היא כזאת, וגם עמוס לויטוב, נווט חיל האוויר שישב בכלא המצרי שלוש שנים וחצי.

"זאת ריצת משוכות, והמשוכה הראשונה היא המוכרות. מרצה טוב צריך לדעת להציג את הנושא, להצחיק ולהעביר מסר בעל ערך מוסף. הקהל יוצא מהרצאה טובה בתחושה שהוא מחזיק משהו חדש ביד".

שביט מסביר כי מרצה טוב צריך להיות בעל יכולת "לעמוד מול קהל ולהרגיש שבתחום המדובר הוא נמצא הרבה מעליהם. זה מה שהקהל מבקש. הקהל צריך להרגיש שזה מישהו שאי אפשר

להתקיל אותו, שהוא באמת מסוגל לספר דברים לא מוכרים. פיקנטריה היא דבר חשוב, סיפורים קטנים ויום-יומיים שכולם יכולים להתחבר אליהם. מרצים שמגיעים מהאקדמיה חייבים להסתגל לכך, ולחשוב איך הם יוצרים עניין אצל אנשים שלא באו מתוך חובה ויכולים לעזוב באמצע".

מלר אומר כי מרצה טוב חייב להיות גם בדרן: "לאנשים אין כוח לשמוע הרצאות היסטוריות או יבשות, במיוחד כשמדובר בעובדים של חברות. הם זקוקה לגירוי אינטלקטואלי, אבל גם בידורי. אתה חייב להכניס קצת הומור עצמי, סיפורים פיקנטיים ואפילו קצת רכילות. סיפור על מאבק בין שני עיתונאים במסדרון של העיתון עושה לפעמים את ההרצאה כולה".