

תעשיית הקולנוע בישראל ומימונה

ליאת לוי

עמיתת קורת – מכון מילקן

על אודות תוכנית עמיתי קורת – מכון מילקן

תוכנית עמיתי קורת – מכון מילקן מקדמת את הצמיחה הכלכלית בישראל באמצעות התמקדות בפתרונות חדשניים, מבוססי שוק, לבעיות מתמשכות בתחומים חברתיים, כלכליים וסביבתיים. התוכנית מתמקדת באיתור פתרונות גלובליים והתאמתם למציאות הישראלית ובבניית ממשקים חיוניים המחברים בין משאבים ממשלתיים, פילנתרופיים ועסקיים, לטובת צמיחה ופיתוח לאומי בר-קיימא.

התוכנית מעניקה מלגות שנתיות לסטודנטים ישראלים מצטיינים, בוגרי מוסדות להשכלה גבוהה בארץ ובעולם, המתמחים במוקדי קבלת ההחלטות הלאומיים ומסייעים בפיתוח פתרונות באמצעות מחקר והתמחות. היקף הפעילות של עמיתי התוכנית הוא מקסימלי – התמחות, הכשרה ומחקר במשך חמישה ימים בשבוע.

במשך שנת התמחותם עוסקים עמיתי קורת – מכון מילקן במחקר המדיניות במשרדי הממשלה וברשויות שלטוניות אחרות, ומסייעים למקבלי ההחלטות ולמעצבי המדיניות בחקר ההיבטים השונים של סוגיות כלכליות, סביבתיות וחברתיות.

בנוסף עורכים העמיתים מחקר מדיניות עצמאי, שמטרתו לזהות חסמים לתעסוקה ולצמיחה בישראל ולאחר פתרונות אפשריים. מחקרי העמיתים מתבצעים בהדרכת צוות אקדמאי ומקצועי מנוסה ותומכים במחוקקים וברגולטורים, המעצבים את המציאות הכלכלית, חברתית והסביבתית בישראל.

במהלך השנה מוענקת לעמיתים הכשרה אינטנסיבית במדיניות כלכלית, ממשל ושיטות מחקר. במסגרת מפגשי ההכשרה השבועיים, העמיתים רוכשים כלים מקצועיים לכתובת תזכירים, מצגות וניירות מדיניות, וכן כלי ניהול, שיווק ותקשורת. בנוסף, נפגשים העמיתים עם בכירים במשק ובממשל ועם אנשי אקדמיה מהשורה הראשונה בישראל ובעולם. בסמסטר הראשון, העמיתים משתתפים בקורס המתמקד בחידושים פיננסיים, במסגרת בית הספר למנהל עסקים באוניברסיטה העברית בירושלים. הקורס מקנה 3 נקודות זכות אקדמיות, ומלמד אותן פרופ' גלן יאגו, מנהל המרכז הישראלי של מכון מילקן ומנהל קבוצת המחקר במימון מכון מילקן בקליפורניה.

את בוגרי התוכנית ניתן למצוא בתפקידים בכירים במגזר הפרטי, כמרצים באקדמיה, במגזר הציבורי וכיועצים לשרים ולמשרדי הממשלה. ישנם בוגרים שנקלטו במשרדי הממשלה, ואחרים המשיכו ללימודים גבוהים באוניברסיטאות מובילות בישראל, ארצות הברית ובריטניה.

תוכנית עמיתי קורת – מכון מילקן היא לא פוליטית ובלתי מפלגתית, ואינה מקדמת קו פוליטי או אידאולוגי. התוכנית ממומנת על ידי קרן קורת וקרנות פילנתרופיות מובילות בארצות הברית ובישראל ומנוהלת על ידי מכון מילקן.

למידע נוסף על אודות התוכנית: www.kmifellows.org

תוכן עניינים

2 מבוא

3 תעשיית הקולנוע בישראל

3 מדיניות ממשלתית וחקיקה

6 ניתוח שוק

8 פנייה לקהלי יעד נוספים

10 חינוך והשכלה

11 מגמות טכנולוגיות

12 משיכת הפקות זרות

13 מימון נכחי של תעשיית הקולנוע בישראל

13 מימון פרטי

13 מימון ציבורי

15 מודלים למימון בעולם

16 כלים חדשים למימון קולנוע

17 מודלים לתמחור

18 מסקנות והמלצות

תעשיית הקולנוע בישראל ומימונה

ליאת לוי

עמיתת קרן קורת

מבוא

מדינת ישראל מתמודדת עם קשיים רבים מבית ומחוץ, בהם קשיים ביטחוניים, חברתיים וכלכליים. המאבק הקיומי מאפיל פעמים רבות על המאבק על פני החברה, ומשליט סדר עדיפויות הכרוך בהכרעות קשות. עם זאת, חשיבותה של היצירה התרבותית לא נשתכחה. סעיף 27 בהכרזה הבינלאומית של זכויות האדם של אונסקו מדגים חשיבות זו, בקביעתו את זכותו הבסיסי של כל אדם לקחת חלק בחיי התרבות וליהנות מן האמנויות¹. וכך גם בישראל; סקר שערך מכון ון-ליר בשנת 1999 בישראל מצא כי "דעת הקהל תומכת בחוזקה בכך שהאמנויות [...] ראויות לתמיכה ממשלתית"². זאת אולי משום שמקובל לחשוב כי התרבות, ובמיוחד הקולנוע, מסייעים להבניית זהות חברתית ולאומית, דבר המשמעותי במיוחד במקום כמו מדינת ישראל המהווה כור היתוך תרבותי וחברתי. ולמרות זאת, בעשורים הראשונים לקיומה לא הונהגה בישראל מדיניות ציבורית מוסדרת בתחום הקולנוע, ולמעשה, בתחום התרבות בכלל. רק בשנת 1990 הוצעה לראשונה הטבת מס למשקיעים בסרטים ישראליים, ובשנת 1999 נחקק חוק הקולנוע שהיווה אבן יסוד בהתפתחות הענף, ומיסד את תיקצובו.

בעת כתיבת מחקר זה, המהומה סביב מימון סרטו של הבמאי אייל סיון, "Jaffa", מחזקת את השאלות לגבי מימון קולנוע מהקופה הציבורית. עם בחירת סרטו של סיון על ידי הוועדה המייעצת של קרן רבינוביץ', כחלק מפרויקט 60 שנה למדינת ישראל, התעורר ויכוח סביב דעותיו הפוליטיות של סיון – ויכוח שהביא בסופו של דבר למשיכת בקשת המימון. אילו קריטריונים ראוי להעלות בתהליך קבלת ההחלטות ובבחירת הסרט שיזכה במימון? האם יש להתחשב רק בגורמים אמנותיים, או גם בקריטריונים אישיים לגבי היוצר? מי ראוי שייצג את ישראל ומי לא? וחשוב יותר, בידי מי ניתנת הסמכות לענות על שאלה זו?

מימון הקולנוע הופך לשאלה מעניינת עקב הדואליות הגלומה בתחום זה: **כאמנות** נתפס הקולנוע כמוצר ציבורי, שקידומו מביא תועלת חברתית-תרבותית לכלל האוכלוסייה, כמו גם תרומה לתיירות ולמוניטין הבינלאומיים של ישראל, ולכן הוא ראוי אולי לתמיכה מכספים ציבוריים. **כתעשייה** דומה הקולנוע לכל תחום אחר, בו לכל מוצר יש ערך המתומחר לפי כוחות השוק החופשי, וזכות הקיום שלו תלויה אך ורק בביקושים במשק.

הדואליות הזו מעוררת שאלות כמו, האם מתפקידה של המדינה לממן קולנוע? איזה סוג של קולנוע מצדיק מימון ציבורי, ואיזה סוג של קולנוע מוליד המימון הזה? האם תסריטים הנשפטים בידי קרנות ציבוריות נכתבים לפי טעמיהם של רוכשי הכרטיסים או של הלקטורים? תקצר היריעה מלהכיל את

מגוון השאלות המוסריות והעקרוניות אודות מימון קולנוע בישראל. דבר אחד ניתן לומר בוודאות: השאלות הללו ייעלמו ברגע בו תצליח התעשייה להשיג בעצמה את מקורות המימון הדרושים לה.

בעבודה זו, אסקור את תעשיית הקולנוע בישראל; ובפרט את מקורות המימון העומדים לרשותה. אבחן את שיטות המימון המקובלות בעולם, ואצביע על דרכים חדשות למימון התעשייה המקומית.

תעשיית הקולנוע בישראל

המושג "קולנוע ישראלי" מתייחס לרוב להפקות בשפה העברית, של מפיקים ישראלים, העוסקות בהווי היום-יום של מדינת ישראל, ורבות מתוכן ממומנות בסיוע קרנות הקולנוע הממשלתיות. אך ישנם פנים נוספים למושג זה; כך, למשל, הגעת מפיקים זרים לישראל לצלם סרטי קולנוע זרים, וניצניה של תעשיית אנימציה.

היות וכל העיסוקים הקולנועיים הללו עושים שימוש באותו מכלול של בעלי מקצוע וחומרים, מתבקש להסיק כי כל עשייה קולנועית בישראל מזינה בהכרח את התעשייה כולה.

כך, דה-וול ממכון מילקן מראה במצגת Geography and the Economics of film production איך קיומו של ריכוז תעשיית הקולנוע בלוס-אנג'לס מביא ליעילות והתמקצעות מוגברת, וזאת בשלושה מישורים: מאגר כוח אדם מקצועי המצוי כולו באותו אזור; הבנייתם של קשרי עבודה מורכבים בין מפיקים ונותני שירותים; ויעילות בחדירת חידושים טכנולוגיים בתחום המדיה (עקב spillovers). כל אלה הופכים את לוס אנג'לס למעצמת קולנוע חזקה הרבה יותר מסך כל חלקיה, לו היו מפוזרים.³

מדיניות ממשלתית וחקיקה

במשך השנים הועברו הסמכויות לגבי תחום הקולנוע בישראל בין משרדי ממשלה שונים: פעם היה זה משרד החינוך, פעם משרד האוצר, ופעם משרד התעשייה. ועדות מונו, התכנסו, והגישו את המלצותיהן, אך רוב ההמלצות לא יושמו. כך, במחצית שנת 2007, עדיין אין לישראל מדיניות מוסדרת לתחום זה. גרף מספר 2 מציג את יוזמות החקיקה לאורך השנים.

גרף 1 החקיקה בענף הקולנוע

1954	1985	1990	1994	1999	2002	2004
החוק לעידוד הקולנוע הישראלי	חוק יסודות התקציב	תקנות מס הכנסה	ועדות נאמן ובן-בסט	חוק הקולנוע	חוק התרבות	קריטריונים לסרט ישראלי/ חלופה תקציבית למועצת הקולנוע

חוק יסודות התקציב (1985): סעיף 3א' לחוק עוסק בתמיכה במוסדות ציבור (ובכך הוא רלוונטי לפעילות מועצת הקולנוע). החוק קובע את גובה התמיכה הממשלתית במוסדות הציבור ואת אופן חלוקתה ביניהם.⁴

תקנות מס הכנסה (1990): בשנת 1990 פורסמה תקנה המאפשרת הטבת מס למשקיעים פרטיים בסרטים ישראליים. התקנה רואה בהשקעה במזומן בסרט קולנוע או טלוויזיה הוצאה מוכרת לצורכי מס, כלומר, המשקיע יכול להפחית את סך ההשקעה בסרט מסך הכנסותיו החייבות במס (בהגבלות מסוימות). התקנה מאושרת אחת לשנה בוועדת הכספים של הכנסת, ועד כה הוארכה עד לסוף שנת 2007.⁵

הטבת המס נועדה להפקות בתקציב של 600,000 ש"ח ויותר, ממנו ניתן להוציא בחו"ל עד 15%. על סמך תקנה זו פועלת ועדה שמינה שר האוצר. בראש הוועדה עומד עו"ד גדעון פישר, וחברים בה נציגי מס הכנסה, איגוד המפיקים, נציגי משרד התמ"ת, נציג משרד התרבות ונציג ציבור, הבודקים את הבקשות. רק עם אישור הוועדה יכול המשקיע הפרטי לפנות לפקיד השומה על מנת להכיר בהוצאה על פי התקנה.⁶ רוב הבקשות המוגשות לוועדה מאושרות; בשנת 2006 אושרו שבע בקשות כאלה; ב-2005 אושרה רק אחת.⁷

באופן מתמיה, כורך יחד הדו"ח של מינהל הכנסות המדינה לשנת 2004 בסעיף אחד שלוש הטבות – "מחקר ופיתוח, חיפוי נפט וסרטים" – וצופה כי בשנת 2005 ניצול ההטבות יגיע להיקף כולל של 50 מיליון ש"ח.⁸ כך, לא ניתן לקבוע מה היה היקף ההטבה להפקות קולנוע בלבד. בדו"ח המסכם לשנת 2005 וכן בתקציב המדינה האומדן לשנת 2006 חסר, ולמעשה כלל לא ברור אם אומדנים אלה מיטיבים להעריך את היקף ההטבה בפועל.⁹

ועדת נאמן (1994): בעקבות פעילות וועדה זו לעידוד תעשיית הקולנוע בישראל, בראשות עו"ד יעקב נאמן, קרא משרד החינוך בראשות השרה לימור לבנת להקים קרן הון סיכון לקולנוע, שתפעל משיקולים עסקיים בלבד. קרן זו אמורה היתה להיות ממומנת במחציתה מתקציב הממשלה ובמחציתה ממשקיעים פרטיים, ישראלים וזרים, ומשרד החינוך הציע לעידוד הקמתה סכום של עד חמישה מיליון ש"ח, המותנה בהשקעה דומה מצד גורמים עסקיים.¹⁰ קרן כזו לא הוקמה.

ועדת בן-בסט (1994): הוועדה בראשות פרופ' אבי בן-בסט מונתה על ידי הממשלה במטרה לבחון את מערכת המס בישראל. המלצת הוועדה, לבטל את הפטור ממס על השקעות בהפקות קולנוע, לא יושמה. דו"ח הוועדה קבע:

לא ברורה ההצדקה למתן הטבת מס (לעומת הטבה תקציבית ישירה) לחיפושי נפט ולייצור סרטים. חיפושי נפט וייצור סרטים נחשבים לפרויקטים מסוכנים, ועל כן יש הרואים מקום להשתתפות הממשלה בסיכון באמצעות הטבת מס זו. אולם אין היגיון כלכלי להשתתפותה רק בהטבה לפרויקטים מסוכנים אלו, ולא לאחרים.¹¹

הטבת המס היא, אם כן, המנגנון היחיד לעידוד השקעה פרטית בהפקות קולנוע מקומיות. ההשקעה הציבורית בקולנוע מקבלת ביטוי בחוק הקולנוע.

חוק הקולנוע (1999): מתוקף חוק זה הוקמה מועצת הקולנוע האחראית על חלוקת התמיכות. בכך למעשה מפריד החוק בין תמיכה בקולנוע לבין תמיכה במוסדות תרבות אחרים, שגובה מימונם אינו קבוע בחוק כלשהו. שר החינוך הוא הממונה על ביצוע החוק. תפקידיה של המועצה כוללים ייעוץ לשר בנוגע למדיניות בתחום הקולנוע, וקידום מטרות המוגדרות בחוק: עידוד יצירה ישראלית ושיתופי פעולה בינלאומיים, תמיכה בקרנות והענקת פרסים, תמיכה בפסטיבלים וסינמטקים, שימור הקולנוע הישראלי ועוד. כמו כן אמורה מועצת הקולנוע לתמוך באיגודי העובדים של תעשיית הקולנוע. עוד קובע חוק הקולנוע כי לפחות 60% מתקציב הקולנוע יוקצו להפקת סרטים ישראליים ושיעור נוסף ממנו יוקצה לשיווק סרטים ישראליים בשוק הבינלאומי, בהתאם להמלצת המועצה והחלטת השר. במועצת הקולנוע 25 חברים על פי חוק, רובם מתחום הקולנוע וחלקם עובדי מדינה, ובראשה עומד כיום השר לשעבר רוני מילוא.¹²

תקציב הקולנוע המקורי נקבע כסכום שני אלה: מחצית מסך התמלוגים המועברים לאוצר מהרשות השנייה; ומחצית מסך התמלוגים המועברים לאוצר מחברות הכבלים והלוויין.¹³ בפועל רוב הכסף לא הגיע אל מועצת הקולנוע והתעשייה נפגעה קשות. בלחץ אנשי תעשיית הקולנוע הוקפאה שיטת התקצוב והתקבלה הוראת שעה לשנים 2004-2008, לפיה משרד החינוך יקציב סכום קבוע של 58 מיליון ש"ח לכל אחת מחמש השנים.¹⁴

הרקע להקמת המועצה תואר בחריפות בדו"ח מבקר המדינה:

בשנים 1996-2002 לא התכנסה המועצה הציבורית לתרבות ואמנות שליד השר הממונה כלל, ולפיכך לא נקבעו סדרי עדיפויות בחלוקת התקציב בין תחומי התרבות השונים ובקידום הכנתם של מבחנים חדשים. עד סוף 2002 לא נקבעו מבחנים חדשים לכל תחומי התמיכה על פי חוק יסודות התקציב תשמ"ה-1985, שקבע שהתמיכות למוסדות ציבור יחולקו לפי מבחנים שוויוניים בין כל מבקשי התמיכה. ביולי 2002 פורסמו מבחנים חדשים לתיאטרון ולתזמורות שחלו רק על 5% מן התקציב של אותה שנה. שכרם של אחדים ממנהלי מוסדות התרבות גבוה, וביניהם מנהלים של מוסדות שנקלעו למצוקה ולגירעונות גדולים. עד תחילת 2003 לא נקבעו כללים המסדירים את גובה שכרם של מנהלי מוסדות תרבות ואמנות. נמצא שמספר מקבלי השכר שעלות שכרם עלתה על 300,000 שקל בשנת 2002 הגיע ל-106.¹⁵

ומן הצד השני טען מנהל מינהל התרבות, מיכה ינון, בוועדת הכנסת לביקורת המדינה בשנת 2003 :

הכנסת חוקה חוק קולנוע. היא הסמיכה את מינהל התרבות ואת מועצת הקולנוע לחלק כ-60 מיליון ש"ח ואין שום תקן לאדם שייעשה את זה.¹⁶

חוק התרבות (2002): מתוקף חוק זה פועלת המועצה הישראלית לתרבות ואמנות. החוק קובע כי המשרד האחראי על תחום התרבות הוא שיקצה את התקציב השנתי לתרבות ואמנות ובפרט את תקציב המועצה.¹⁷

ועדת החינוך (נובמבר 2005): הוועדה דנה בפטור מתשלום מס ערך מוסף (מע"מ) על כרטיסי קולנוע (כפי שמקובל בענף התיאטרון) ובהגדלת ההשקעה הממשלתית בענף זה, בין היתר במטרה למשוך לישראל הפקות זרות.

ועדה לבחינת עידוד תעשיית הקולנוע הישראלי (פברואר 2007): שר האוצר אברהם הירשזון מינה את רו"ח פרידה ישראלי לעמוד בראשות ועדה זו. מסקנות הוועדה והמלצותיה אמורות היו להיות מוגשות במאי 2007, אך הוועדה טרם הגישה המלצותיה.¹⁸ תפקיד הוועדה לבחון עידוד קופרודוקציות (הפקות סרטים משותפות למפיקים מכמה מדינות) ומתן הקלות מס להשקעות בסרטי קולנוע.

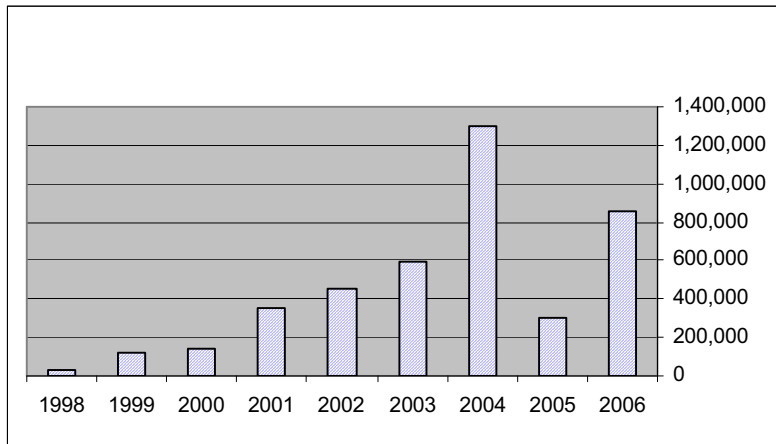
אנו נוכחים אם כן, כי נכון לשנת 2007, לא קיים גוף או משרד ממשלתי אחד שאחראי באופן כולל על תחום הקולנוע. הפרגמנטציה בין הגורמים השונים מעכבת התפתחות יעילה בתעשייה זו.

ניתוח שוק

למרות אי-הסדר במגזר הציבורי, הצליחה תעשיית הקולנוע לרשום הישגים יפים במהלך השנים. מגמת העלייה במספר הצופים במשך השנים ממחישה את הפוטנציאל הגלום בסרטי קולנוע ישראליים. גרף מספר 3 מתאר מגמה זו.

גרף 2

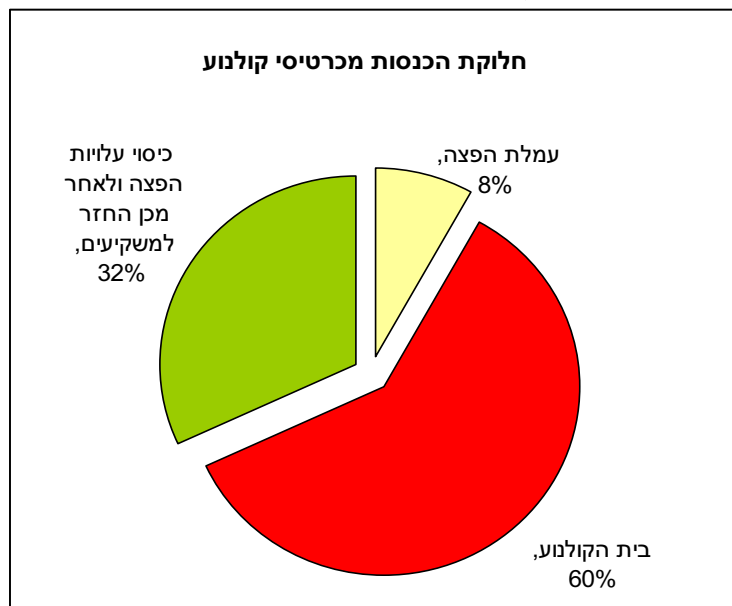
מספר הצופים בסרטי קולנוע ישראליים, 1998-2006



מקורות: מגזין אופקים חדשים, "הקולנוע הישראלי – האם המומנטום יימשך?"; נירית אנדרמן, "קופה משוגעת", הארץ, 31 בדצמבר 2006. <http://ofakim.org.il/zope/home/he/1135575383/1138195222>

אך למרות המגמה המעודדת במספר הצופים, מצער לגלות כי אפילו סרטים שמצליחים למכור עשרות אלפי כרטיסים לרוב לא מצליחים להחזיר את ההשקעה; גרף מספר 4 מציג את חלוקת ההכנסות מכרטיסי קולנוע, וניתן לראות כי רוב ההכנסות כלל לא חוזרות אל כיסי המפיקים או המשקיעים.

גרף 3 חלוקת ההכנסות ממכירת כרטיסים



מקור: דוד ליפקינד, הקרן לקולנוע הישראלי, ראיון עם המחברת, 18 במרץ 2007, הערכה. בהפקות ישראליות, לעתים קרובות המשקיעים הנם המפיק או הבמאי וכדי שעבדו בלא שכר, וכשהסרט מתחיל לצבור הכנסות, הם מקבלים שכר בעבור עבודתם.

יש מקרים יוצאי דופן של הצלחות גדולות. סרטם של איתן פוקס וגל אוהובסקי משנת 2003 "ללכת על המים" זכה להצלחה בינלאומית בהיקף שאינו מוכר לקולנוע הישראלי.¹⁹ התקציב לסרט היה 1.4

מיליון דולר, והוא צולם במשך 30 ימים. ההכנסות מהקרנות ברחבי העולם, יותר מ-7 מיליון דולר, הפכו את "ללכת על המים" לסרט הישראלי המצליח ביותר בכל הזמנים. בישראל משך הסרט מעל 140,000 צופים. זכויות ההפצה של הסרט בכ-30 מדינות נמכרו לחברת "סמואל גולדוויין" האמריקנית בכמיליון דולר.²⁰

דוגמה זו מדגישה את הפוטנציאל האמיתי הטמון בהפקות קולנוע ישראליות.

פנייה לקהלי יעד נוספים

כיום, קהל היעד העיקרי אליו מכוונים המפיקים הישראלים – הוא קהל הצופים הישראלי. תפיסה זו שגויה ומכשילה; בעולם ישנו קהל יעד העשוי להתעניין בקולנוע הישראלי דווקא בגלל – ולא למרות – היותו ישראלי. על פי סקר האוכלוסייה היהודית בארה"ב (NJPS) מטעם איחוד הקהילות היהודיות (UJC), בארה"ב חיים מעל 5 מיליון יהודים, ל-63% מהם יש זיקה רגשית לישראל ו-72% מהם סבורים כי יהודי ארה"ב וישראל חולקים גורל משותף.²¹ כלומר, ניתן להעריך כי כשלושה מיליון יהודים בארה"ב מתעניינים בהווי הישראלי ומהווים קהל פוטנציאלי ליצירה הקולנועית הישראלית. למען ההשוואה, בארה"ב חיים 3.5 מיליון הודים המזרימים לקולנוע ההודי הכנסות בסכום של כ-100 מיליון דולר בשנה (כולל וידאו ופסקולים של הסרטים); זאת למרות שהסרטים ההודים הם דלי תקציב – עד כחצי מיליון דולר – ואינם נמצאים בתחרות עם הסרטים האמריקאיים מבחינת איכות ההפקה.²² מנתונים אלה עולה כי הקולנוע הישראלי מחמיץ קהל יעד פוטנציאלי של יהודים שאינם תושבי ישראל, ועל כך יש לתת את הדעת.

כמו-כן, נראה כי הסרטים המופקים בתמיכת קרנות קולנוע פונים, רובם ככולם, לקהל יעד דומה (בעיקר בני ארבעים פלוס),²³ ועוסקים בבעיות לאומיות וחברתיות דומות: העימות עם הפלשתינאים, קשרים בתוך המשפחה, וכן הלאה. נראה כי אפילו מעט הקומדיות שנוצרו בישראל בשנים האחרונות הן למעשה עצובות.

מהי הסיבה לכך? האם דווקא סרטים אלה ולא אחרים מופקים מאחר שזה סוג הסרטים שהקרנות מסכימות לממן (ואזי מוצדקת ביקורתן של העיתונאי יהושע סימון על סרטי הקרנות, שהם דומים זה לזה ושוליים בחשיבותם²⁴)? האם התסריטאים מכוונים מראש לטעמים של הלקטורים המשכילים והאליטיסטים היושבים בקרנות? האומנם אלה הסרטים שהמפיקים מעוניינים באמת ליצור? כך או כך, ברור כי יש בארץ קהלי יעד גדולים שטעמיהם הקולנועיים הוזנחו במסגרת המימון הציבורי.

זאת ועוד, מבחינה מימונית ברור כי סרטים המכוונים לקהל יעד דומה והם בעלי אווירה דומה מוגבלים בסך ההכנסות האפשרי שלהם, במיוחד אם המדובר בז'אנרים כבדים יותר. בבדיקה אקונומטרית של 37 סרטים אמריקאיים משנת 2004 נמצא קשר ישיר בין ז'אנר הסרט לבין הכנסותיו; הסרטים שצפוי שיזכו להכנסות גבוהות יותר הם קומדיות, לאחר מכן סרטי ילדים, ולבסוף סרטים משפחתיים.²⁵

פנייה לקהלי יעד נוספים – לדוגמה, הנוער הישראלי – פותחת פתח לרווחיות שתאפשר מימון לסרטים אמנותיים יותר ובעלי אופק רווחים נמוך יותר. סרטיו של הבמאי הישראלי-אמריקאי מנחם גולן הם דוגמה לניסיון כזה, כפי שנציג בהמשך.

בישראל יש כ-975 אלף בני נוער בגיל 11-18.²⁶ סקר של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) משנת 1999 על הרגלי תרבות הפנאי של הנוער הישראלי (בגיל 14-17)²⁷ הראה כי 50.3% מבני הנוער צפו בסרט בבית קולנוע לפחות פעם אחת בחודש שקדם לסקר. הנתון הזה דומה למקובל במדינות מערביות: בארה"ב 70% מבני הנוער (בני 15) הולכים לקולנוע יותר מארבע פעמים בשנה; בגרמניה 51%; בספרד כ-58%.²⁸

מכאן שהנערה הישראלית צופה בממוצע בכשישה סרטים בשנה, ובסך קרוב ל-6 מליון כרטיסי קולנוע נמכרים לבני נוער בישראל מדי שנה.²⁹ זהו מספר הגבוה בהרבה מסך כל כרטיסי הקולנוע הנמכרים כיום לכל הסרטים הישראליים מדי שנה. כך שהנוער הישראלי מהווה קהל יעד משמעותי, עם פוטנציאל הכנסות גדול.

מדי שנה מופקים בארה"ב עשרות סרטים המיועדים לבני נוער. סרטים אלה זוכים להצלחה בקופות ולמכירות של עשרות מיליוני דולרים – גם אם בקנה מידה שונה מהדרמות ("פורסט גאמפ" המדורג במקום הראשון של הדרמות גרף מעל 330 מיליון דולר בקופות, בעוד הסרט המקביל בקטגוריית נוער-רומנטי, "ריקוד צמוד", מכר רק ב-91 מיליון דולר).³⁰ קל לראות כי בעוד ההכנסות מדרמה גבוהות – גם התקציב הדרוש גבוה, כלומר, ייתכן וז'אנר זה מתאים במיוחד לשוק הישראלי המוגבל בגודלו ובתקציביו.

משתי הדוגמאות הבאות ניתן ללמוד על מוכנות הנוער הישראלי לקבל הפקות ישראליות: סדרת הטלוויזיה "השמינייה" מיועדת לבני נוער, אך לדברי התסריטאי, גיורא חמיצר, צופים בה גם ילדים מגיל חמש ומבוגרים. כראיה להצלחת התוכנית, 11 אלף בני נוער הגיעו לאירוע סיום העונה של הסדרה. בהמשך למגמה זו, החליטה הקרן לקולנוע ישראלי ליצור מדי שנה לפחות סרט אחד לבני נוער. במסגרת זו הופק סרט ההרפתקאות לנוער "גיבורים קטנים" שהוגדר כהצלחה ענקית. הסרט הצליח למשוך לבתי הקולנוע 35,000 צופים צעירים, אף שאלה אינם מורגלים בצפייה בקולנוע ישראלי.

מכאן, כי הפקת סרטים לילדים ונוער, הכרוכה בעלויות נמוכות יחסית, מציגה פוטנציאל הכנסות משמעותי.

כח האדם הוא המשאב החשוב ביותר בתעשיית הקולנוע, והוא מייצג את הפוטנציאל הטמון בה. נסקור כעת את מוסדות הלימוד וההכשרה לתחומי הקולנוע השונים, הפועלים בישראל.

חינוך והשכלה

טבלה מספר 1 מציגה את מספר הסטודנטים הלומדים לקראת תואר או תעודה בקולנוע במוסדות ההשכלה הגבוהה בישראל.

טבלה 1

מספר הסטודנטים לקולנוע וטלוויזיה בישראל, לפי מוסדות הלימוד, 2006-2007

שם המוסד	מנשר של BA (אוני"פ)	ביה"ס לתסריטאות	אוני"ת"א – תואר ראשון ושני	סם שפיגל	קמרה אובסקורה	בצלאל (אנימציה)	המכללה האקדמית ספיר ^א
סה"כ סטודנטים במגמה	155	60	700	175	*	כ-160	274

מקורות: מנשר, שיחה טלפונית עם המחברת, 15 במרץ 2007; ביה"ס לתסריטאות, מידע כללי,

<http://www.scripts.org.il/Article.php?TopID=39&CatID=39&SubCatID=&ArticleID=81> (1 ביולי 2007); אוני"ת"א, The Department of

Film and Television, <http://www.tau.ac.il/arts/film/>, (1 ביולי 2007); סם שפיגל, מי אנחנו,

<http://www.jsfs.co.il/main.asp?lngCategoryID=501> (17 ביוני 2007) מכללות אקדמיות: הלמי"ס, סטודנטים במכללות האקדמיות, לפי תואר,

מוסד, ומקצוע לימוד, http://www.cbs.gov.il/publications/stud_06/pdf/t15.pdf (1 ביולי 2007).

* החוג סירב לספק נתונים.

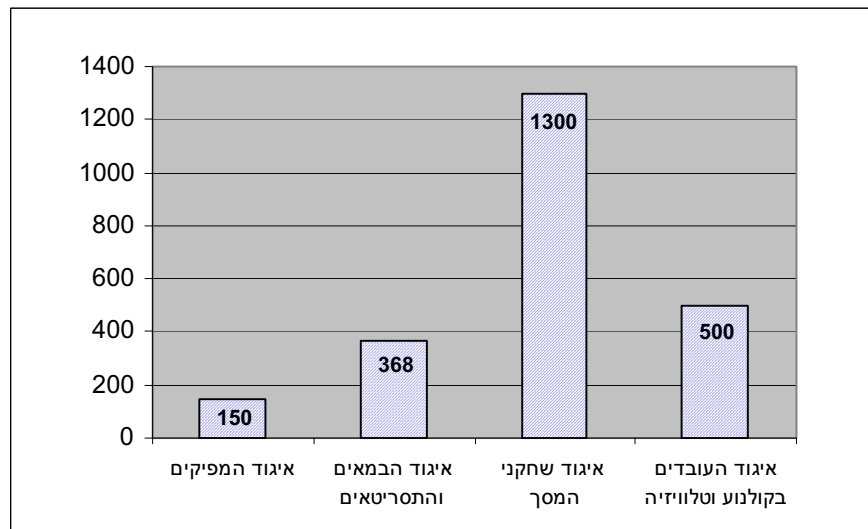
^א הנתון לשנת 2005-2006.

בנוסף פועלים בישראל 11 בתי ספר למשחק³¹ ומגוון בתי ספר טכניים למקצועות הסאונד, עריכה, איפור לקולנוע ועוד. כל אלה אחראים לכוח האדם המקצועי העוסק בתעשיית הקולנוע בישראל. כלומר, סביר להניח כי בישראל ישנם אלפי – אם לא עשרות אלפי – אקדמאים במקצועות הקולנוע. עם זאת, שתי מגמות הביאו לירידה באיכות כוח האדם המקצועי בתחום הקולנוע בישראל: משנות השמונים הדירו הפקות אמריקאיות את רגליהן מישראל ואיתן הלך חלק מהידע המקצועי והציוד המתקדם; ומשנת 1993, עם ההשקה הרשמית של השידורים בערוץ 2, עובדים רבים עברו לתחום הטלוויזיה המפתח מיומנויות שונות מאלה הנדרשות בקולנוע.³²

גרף מספר 1 מציג את מספר העובדים המאוגדים באיגודים שונים בתחום הקולנוע, ונותן קנה מידה להיקף כוח האדם הפועל בתחום:

גרף 4

מספר החברים באיגודי הקולנוע בישראל 2007



מקורות: איגוד המפיקים, פרופיל, www.mefikim.co.il/pages/profile/profile.php (1 ביולי 2007); איגוד הבמאים והתסריטאים, www.shaham.org.il/?CategoryID=176 (15 במרץ 2007); איגוד שחקני המסך, <http://www.film-e-good.org.il/frames.asp> (15 במרץ 2007); איגוד העובדים בקולנוע וטלוויזיה בישראל, <http://www.act.org.il/info.aspx?id=1> (15 במרץ 2007). המספרים הם המעודכנים ביותר שקיימים באתרי האינטרנט.

מגמות טכנולוגיות

אופן ההפצה של הסרט משמעותי לעלויותיו לא פחות מהתכנים שבו. כיום, סרטי קולנוע מועתקים על פילם יקר, המגביל את הפצתם של סרטים בעלי תקציב מוגבל או פוטנציאל מכירות נמוך יחסית. הכנתו של כל עותק של הסרט להקרנה בבית קולנוע כרוכה בהוצאה של כ-1,500 דולר.³³ סרט הוליוודי מבטיח כדוגמת "הארי פוטר" מופץ לבתי הקולנוע בישראל בכ-45 עותקים; אך סרטים ישראליים נאלצים להסתפק בהיקף צנוע של כשמונה עותקים (הכרוכים בעלות כוללת גבוהה של כ-12 אלף דולר).

המעבר להפצת סרטי קולנוע על גבי מדיה דיגיטלית, שעלותה זניחה, חווה חבלי לידה ממושכים, אך נראה כי אימוץ שיטה זו הוא בלתי נמנע.³⁴ השיטה הדיגיטלית אינה כרוכה בהוצאה הגבוהה ומאפשרת להפיץ עותקים לבתי קולנוע בישראל ובעולם, גם אם יוקרנו רק פעמים ספורות. אולפני קולנוע טוענים כי השיטה הדיגיטלית תחסוך מיליארדים בעלויות הפקה.

חברת דולבי (Dolby) זיהתה את ההזדמנות שמהווה הקולנוע הדיגיטלי לתעשיית הבידור. השלב הבעייתי במהפכה זו, לדברי מנכ"ל החברה ביל גיספר, הוא היערכות בתי הקולנוע ורכישת ציוד ההקרנה בעלות של כמאה אלף דולר לאולם. לדברי גיספר, במדינות בהן מחיר הכרטיס לסרט הוא נמוך יחסית אפשר להעלות מעט את המחיר בתמורה לחוויה המשופרת שמציעה השיטה הדיגיטלית, אך בארה"ב, שם המחיר ממילא גבוה, כבר לא ניתן להעלות עוד את המחיר. כלומר, היות ובתי הקולנוע יתקשו לגלגל את העלויות על הלקוחות – הם מתעכבים באימוץ הטכנולוגיה.³⁵

בארה"ב תהליך ההפצה בפועל – אריזת הסרט, הובלתו ופריקתו – אורך כשלושה ימים. משך הזמן הארוך מונע גמישות במועדי ההקרנות, ובעיקר בתוספת הקרנות לסרט מצליח.³⁶ שלוש חברות גדולות בתעשיית הקולנוע יצרו שיתוף פעולה בניסיון ליצור טכנולוגיה שתאפשר העברה של הסרט באמצעות פס רחב או לוויין ישירות לבית הקולנוע. זאת, למען דינמיות מול הלקוחות, כמו גם לצמצום העותקים הפירטיים של סרטים המועברים בעותק קשיח דיגיטלי.³⁷

מגמות אלה ואחרות יוזילו וייעלו את תהליך ההפצה, שהוא חלק נכבד מהעלויות של סרט קולנוע. בתעשייה דלת-אמצעים כמו זו הישראלית, פיתוחים כאלה יכולים לעשות את כל ההבדל.

משיכת הפקות זרות

דו"ח של ה-Center for Entertainment Industry Data and Research העוסק בהטבות מס להפקות קולנוע קובע כי :

בתקופה של פחות משבע שנים, הפכה ארה"ב מיעד הפקה מועדף של מעל שני שלישים מההפקות הקולנועיות ליצרנית של פחות מ-50% מהן. חשוב יותר אולי, במהלך תקופה זו חלקה של ארה"ב בהפקת סרטים שתקציבם גבוה מ-50 מיליון דולר נפל מ-76% ל-43%. בעוד תמריצי הפקה אינם אחראים יחידים לתופעה זו, נמצא כי הם תרמו רבות לזרימה החוצה של מיליארדי דולרים בצורת משרות ותשתית קולנועית.³⁸

מדינות רבות יזמו חוקים והטבות למשיכת הפקות זרות, מתוך אמונה כי הפקות זרות יוצרות מקומות עבודה, מעודדות תיירות, ומזינות את תעשיית הקולנוע המקומית. קנדה מהווה דוגמה טובה לכך. כבר משנות החמישים מציעה קנדה הטבת מס להשקעות בסרטי קולנוע, אך הצעד המשמעותי נעשה בשנת 1974, אז הורחב משמעותית היקף ההטבה. ב-1998 הציעה קנדה החזר מס על שימוש בכוח אדם קנדי בתעשייה, ויחד עם יתרונות שער החליפין הביאו ההטבות לעלייה של 635 מיליון דולר (154%) בתעשיית הקולנוע הקנדית (רובה מהפקות אמריקאיות שביקשו להוזיל עלויות). ביטול הטבה זו בשנת 2001 הביא לבריחה מורגשת של הפקות אמריקאיות.³⁹

מדינות אחרות מושכות הפקות זרות במגוון דרכים, כך לדוגמה :

צ'כיה. אטרקטיבית בזכות כוח האדם הזול; עלות הסגל המקצועי לשבוע בציכיה דומה לסכום המשולם לסגל אמריקאי מקביל על יום עבודה אחד.

תאילנד. אטרקטיבית בזכות הנפקת אישורי צילום בזמן שיא של 24 שעות.⁴⁰

רומניה. אטרקטיבית בזכות נופים בתוליים, עלויות נמוכות, ואולי חשוב מכל – אין בה רגולציה על תחום הקולנוע.

ישראל היתה בעבר יעד אטרקטיבי להפקות זרות, אך הן הלכו ונעלמו מהנוף המקומי נוכח התמריצים שמציעות מדינות מתחרות ועקב תחושה של החמרה במצב הביטחוני.

מגוון הנופים, האקלים המדברי בדרום ואפילו שלג בצפון, כוח העבודה המקצועי המקומי, שער החליפין הידידותי יחסית – כל אלה היו יכולים למשוך מפקים זרים לצלם את סרטיהם בישראל. אך בהינתן התחרות העזה בתחום, נדרשת ישראל לנקוט באופן אקטיבי צעדים משמעותיים.

מימון נוכחי של תעשיית הקולנוע בישראל

מימון פרטי

בתעשיית הקולנוע הישראלית, מימון פרטי פירושו לרוב שיוצרי הסרט עובדים ללא תמורה, ובכך למעשה תורמים כשישית מתקציבו. אם הסרט מצליח, זוכים היוצרים לקבל שכר על עבודתם. במסגרת מקורות המימון המסורתיים, האפשרויות דלות: הלוואות בנקאיות לסרטי קולנוע אינן נפוצות (הללו תתקבלנה רק כנגד ערבון); ומשקיעים פרטיים מתקרבים לתחום הקולנוע בישראל לעתים רחוקות בלבד.⁴¹

סרטי של מנחם גולן, הרחוקים מ"ז'אנר סרטי הקרנות", הם דוגמה לסרטים המצליחים לגייס מימון פרטי. סרטו "ימים של אהבה" משנת 2005 לא פנה לקרנות הציבוריות לקבלת מימון, אף כי קיבל מימון מהרשות השנייה.⁴² למרות ביקורות גרועות, הסרט הצליח למשוך בסוף השבוע הראשון להקרנתו 30,000 צופים ובכך שבר את השיא הישראלי למספר צופים בשבוע הראשון.⁴³ הערכה אחת למספר הצופים הכולל בסרט עומדת על 55,000 צופים.⁴⁴ בראיון ב-NRG מסביר מנחם גולן את הצלחת הסרט:

יש געגוע של הציבור ליהנות בקולנוע. לא פילוסופיה מטורפת ולא פופוליטיקה. לא בחור יהודי שמתאהב בבחורה ערבייה ולא בחור ערבי שמתאהב ביהודייה. לא מלחמה, לא תותחים ולא פגזים. כל תעשיית הסרטים צריכה לחשוב פעמיים וגם הקרן לקולנוע לפני שהיא נותנת את העידוד לסרטים מסוימים. רוב הסרטים האלו שקיבלו עידוד ולא עשו כלום וזו ממש בושה וחרפה.⁴⁵

סרטי "ריקוד מסוכן" ו"ימים של אהבה", הופקו בתקציב גבוה יחסית של כמיליון דולר,⁴⁶ ושניהם צולמו מראש גם באנגלית, במטרה להפיצם לחו"ל.

מימון ציבורי

בישראל פועלות חמש קרנות קולנוע במימון ממשלתי. תקציבה של כל קרן נקבע מדי שנה על ידי מועצת הקולנוע, וחלק קטן מההשקעות מוחזר לקרנות מסרטים שהצליחו בקופות. ריבוי הקרנות מביא באופן ישיר לריבוי הוצאות תפעוליות. כך למשל, בשנת 2003 הוציאו חמש הקרנות שישה מיליון ש"ח רק על הוצאות תפעוליות; כ-11% מכלל תקציב הקולנוע. טבלה מספר 2 מציגה את המקורות הציבוריים לתמיכה בהפקות קולנוע בישראל ל-2005, על פי סוג התמיכה.⁴⁷

טבלה 2
מקורות לתמיכה בקולנוע, תקציבים וז'אנרים, 2005

סוג התמיכה	תקציב (מיליוני ש"ח)	הגוף
קרנות קולנוע ממשלתיות		
קרן הקולנוע הישראלי	22.82	סרטים עלילתיים
פרויקט קולנוע – קרן רבינוביץ'	14.77	עלילתי, דרמות, תעודה, סטודנטים וקולנוע ניסיוני
הקרן החדשה	6.67	תיעודי, ניסיוני ועלילתי קצר
קרן מקור	3.72	סרטי טלוויזיה וסרטי תעודה
קרן גשר	2.1	קולנוע רב-תרבותי
הרשות השנייה		
קרנות הרשות השנייה	0.6	יצירות ביכורים בקולנוע וטלוויזיה
שיתוף פעולה עם קרנות ציבוריות	*5.5	יצירה דוקומנטרית
תמיכות נוספות	0.5	שונות
חברות הכבלים והלוויין		
יס	77.1	הפקה או רכישת הפקות מקומיות לשידור ראשוני
כבלים	171.4	מגוון נושאים קולנועיים
מפעל הפיס	2	
סה"כ	307.18	

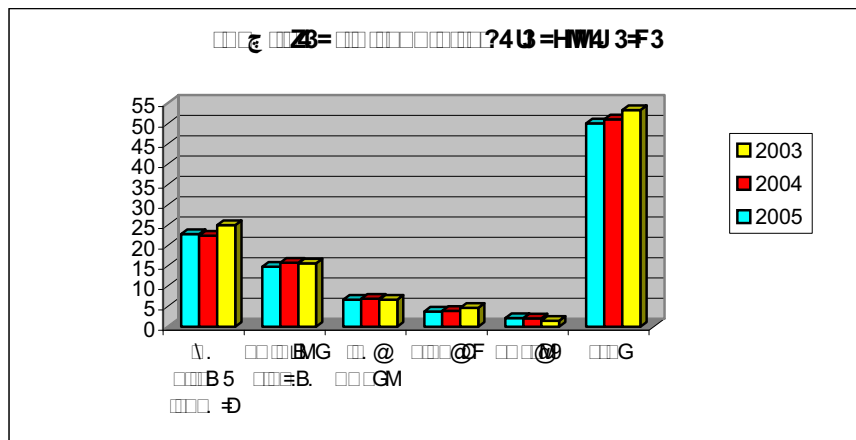
* הנתון מתייחס לשנת 2004.

מקורות: מנהל התרבות שבמשרד החינוך, התרבות והספורט, תמיכות, <http://www.most.gov.il/NR/rdonlyres/7D737C37-E165-4CA8-943F-A894B5FEA5A6/0/D7%A7%D7%95%D7%9C%D7%A0%D7%95%D7%A2.xls>; הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו, קרנות ותמיכות, <http://www.pais.co.il/NR/rdonlyres/5CF57A37-8957-45EF-B7C5-BEB20FAD9EBA/0/freinfo.doc>; מפעל הפיס, דין וחשבון שנתי 2005, http://www.rashut2.org.il/about_support.asp; עמ' 8; המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, סיכום שנת 2005 (ירושלים: 2005); http://www.moc.gov.il/new/documents/mismachim/book_30.10.06.pdf, עמ' 92, 108.

על מנת לעודד את היוצרים, מוותרות הקרנות על החזר מלא של השקעותיהן ודורשות רק עד 50% מהן. כך בשנת 2005, החזר ההשקעה מסרטים שהצליחו בקופות בקרן הקולנוע הישראלי עמד על השיעור הזעום של 3%-5% מסך השקעת הקרן.⁴⁸ קרן יהושע רבינוביץ' מסתפקת בעד שליש מהשקעתה.⁴⁹

גרף מספר 5 מציג את היקף התמיכות של הקרנות הציבוריות לקולנוע בשנים 2003-5.

גרף 5
מגמת ירידה בתמיכת הקרנות הממשלתיות



מקור: עיבוד ל: מנהל התרבות שבמשרד החינוך, התרבות והספורט, תמיכות, <http://www.most.gov.il/NR/rdonlyres/7D737C37-E165-4CA8-943F-A894B5FEA5A6/0/%D7%A7%D7%95%D7%9C%D7%A0%D7%95%D7%A2.xls> (16 ביוני 2007).

התמיכה מטעם הרשות השנייה וחברות הכבלים והלוויין נובעת מחקיקה בתחום:

- חוק הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו קובע כי לפחות 40% מכלל השידורים יהיו הפקות מקור שהופקו במיוחד למען מטרה זו (סעיף 59 לחוק). כמו כן, מחייב החוק את בעלי הזיכיונות להוציא סכום קבוע להפקה ולרכישה של תכניות. במסגרת זו, מקבלים רוב סרטי הקרנות כחמישית מתקציב ההפקה שלהם.
- חברות הכבלים והלוויין מחויבות לפי חוק התקשורת להשקיע בכל שנה 8%-12% מהכנסותיהן השנתיות בהפקה או ברכישה של הפקות מקומיות לשידור ראשוני.⁵⁰ ערוץ זה מספק כעשירית מתקציב ההפקה של סרטי הקרנות.⁵¹

מפעל הפיס מאוגד כחברה פרטית ללא מטרת רווח. חברים בו בעלי תפקידים ברשויות המקומיות, ומקור כל הכנסותיו בכספים המתקבלים מהגרלות והימורים.⁵² בשנת 2001 הוקמה מועצת הפיס לתרבות ואמנות. מדי שנה, מתקצב מפעל הפיס את המועצה בסכום משתנה והיא מחלקת את תקציבה בין התחומים השונים. כך ב-2006 הוקצבו למועצה סך של 15 מיליון ש"ח ומתוכם כ-11% הוקצו לתחום הקולנוע והטלוויזיה.

מודלים למימון בעולם

זרם ההכנסות הצפוי מהפקה מקומית הוא נמוך, במיוחד במדינה עם שפה לא נגישה כמו ישראל. לכן פוטנציאל הרווחיות של יצירות ישראליות, העוסקות בהווי הישראלי ודוברות עברית, הוא מוגבל למדי. זו רק אחת הסיבות לכך שהפקות ישראליות מתקשות למשוך השקעות. ומהן פתרונות המימון במדינות אחרות בעולם?

נוכח מגבלת התפוצה והרווחיות של הפקות מקומיות, במדינות רבות מקצות הממשלות תקציבים לקרנות קולנוע המסייעות במימון הפקות מקומיות. דוגמאות לקרנות כאלה במימון ממשלתי הן:

- **באנגליה** ישנה מועצת קולנוע המחלקת כספים באמצעות קרנות ייעודיות: לפיתוח, הכשרה, הפצה וזכויות. תקציב המועצה הוא 30.11 מיליון ליש"ט, כאשר 94% ממנו מגיע ממפעל הלוטו הלאומי⁵³ והיתר מהכנסות הסרטים שהקרן השקיעה בהם וזכו לרווחים (למועצה יש זכויות על הסרטים שבמימונם היא משתתפת).
- **באירלנד** מעמיד משרד התרבות הלוואות לסרטים באורך מלא עד לסכום מצטבר של 70,000 יורו. זאת בנוסף להטבות מס המוצעות למשקיעים בסרטים איריים, שעלותן מוערכת בכ-79 מיליון יורו בשנת 2006.⁵⁴
- **באוסטריה** מוצעות סובסידיות ליצירת סרטים כבר משנות השמונים.⁵⁵
- **בגרמניה** הקים משרד התרבות קרן חדשה לקולנוע. בשנים 2007-2009 תחלק הקרן 77.5 מיליון דולר בשנה להפקות סרטים באורך מלא (פיצ'רים).⁵⁶
- **בקוריאה** מועצת הקולנוע מחלקת כ-10 מיליון דולר להפקות של סרטים מסחריים ושל סרטים עצמאיים בעלי תקציב נמוך יותר.⁵⁷
- **בדנמרק** ארגון הקולנוע הדני מעניק 40% מהתקציב להפקות סרט אם המפיק הצליח לגייס בעצמו 60% מהתקציב (לעומת 50% עד שנת 1997).⁵⁸ באופן כזה נוצרים בדנמרק כעשרה פיצ'רים בשנה.⁵⁹ בשנת 2005 הוצאו בדנמרק כ-20 מיליון יורו על סובסידיות כאלה.⁶⁰

ערוצי המימון הממשלתיים מכוונים ליצירה מקומית, אך לא ניתן לנתק את התעשייה המקומית מהתעשייה הבינלאומית; משיכתן של הפקות זרות לישראל צפויה להעשיר את היצירה המקומית מבחינת הידע המקצועי, הציוד, הטכנולוגיות ועוד. נראה כי למרות המגוון במקורות המימון לקולנוע הישראלי, התעשייה לא מיטיבה לנצל את האפשרויות להתפתחות בזירה הבינלאומית. התפתחות זו חשובה לא רק להרחבת העשייה התרבותית בישראל כיום, אלא לביסוס הקולנוע כענף לאומי רווחי ובר-קיימא שאינו תלוי בממשל זה או אחר.

ננסה אם כן להציע שיטות אחרות למימון יצירה ישראלית מקומית. גם אם במבט ראשון נראה כי הצעות אלה דורשות מבעלי המקצועות הקולנועיים להתפשר על אמנותם, הרי שבמבט שני ייתכן וימצא כי מעט גמישות מצידם תביא לרווחים שיגדילו את עצמאותם הכלכלית והאמנותית.

כלים חדשים למימון קולנוע

שימוש בכלים פיננסיים אינו זר לתחומי התרבות והבידור. בשנים האחרונות היו בעולם מספר דוגמאות של גיוסי כספים יצירתיים לתעשיות הללו:

- בשנת 1994 הנפיקו אולפני דיסני אג"ח בסכום של 400 מיליון דולר, כאשר ההחזר למשקיעים היה קשור לזרם ההכנסות מסרטי דיסני.⁶¹

- בשנת 1997 איגח דייוויד בואי ב-55 מיליון דולר את זרם ההכנסות הצפוי מכמה מתקליטיו. אגרות אלה ידועות בתור "Bowie Bonds", ולמרות שעד שנת 2004 כבר איבדו את ערכן, הן הפכו לשם דבר בגלל חדשנותן.⁶²
- בבורסה של הוליווד (HSX) שנוסדה ב-1996 ניתן לסחור בנגזרים וירטואליים (פיקטיביים) על סרטי קולנוע. כל המסחר בבורסה זו מתבצע באמצעות כסף מדומה. סוחרים יכולים לקנות אופציות על סרטי קולנוע וגם על שחקנים, והערך נוצר כביכול מהמידע שזורם לתעשיית הקולנוע לגבי העדפות הקהל. לטענת HSX, בבורסה פועלים מעל מיליון סוחרים.⁶³

כיום, השקעות הון פרטי בסרטים הוליוודיים הן נפוצות ממש, וכן גם איגווי"ח ההכנסות מסרטים אלה.

על מנת לקדם השקעות הון פרטי בתעשיית הקולנוע הישראלי, יש קודם כל צורך בשיטות תמחור טובות. כמובן שאין זה תפקידה של תעשיית הקולנוע למצוא את המודלים הללו – אלא של מתכנני כלים פיננסיים. להצעות ברות-יישום מסוג זה נקדיש את החלק הבא.

מודלים לתמחור

נראה כי החסם העיקרי למימון פרטי בענף הקולנוע הוא העדר מודלים טובים לתמחור. המאמר *Film Studio Reel options* מציע להשתמש באופציות למימון הפקות קולנוע. המאמר מציג גישת השקעה, לפיה אין להתייחס לעלות הפקת הסרט כקבועה, אלא כגורם גמיש, שבכל שלב ניתן לשנות את הטקטיקה כלפיו: להשקיע פחות בשלבים הבאים, לנטוש כליל את ההפקה וכד', באופן שימקסם את רווחי המשקיעים. על פי גישה זו, תוחלת הרווחיות של הפקות קולנוע היא גבוהה יותר.⁶⁴

במאמרו משנת 2000, פיתח פרופ' ג'הושע אליאשברג מודל להערכה מראש של הביקוש לסרטי קולנוע, בעזרתו ניתן לחשב את זרם ההכנסות הצפוי.⁶⁵ מודל זה משתמש במחקרים התנהגותיים על מדגם קטן של צופים לפני יציאת הסרט לאקרנים, ומטרתו לחזות את הצלחת הסרט בקופות ולספק נתונים המסייעים לבחירת הגישה השיווקית המתאימה לסרט. נטען כי המודל אכן הצליח לחזות הכנסות סרטי קולנוע. בהסתמך על מודל כזה, השקעת הון פרטי בסרט דומה לכל השקעה אחרת; גורמים קבועים מראש יכולים לשמש להערכת הרווחיות הצפויה. אמנם, ניתן להשתמש במודל זה רק כאשר הסרט כבר מצולם וערוך, אך גם בשלב זה עוד עומדות לפני ההפקה הוצאות גדולות על שיווק והפצה (לפחות 400,000 ש"ח).⁶⁶

כמו כן, בעקבות העניין הגובר בענף הקולנוע, הולכים ומתרבים מאגרי מידע על סרטי קולנוע ומחקרים על הכנסות סרטים. ההיצע הגדל של המידע בתחום יוביל למודלים משופרים ומדויקים יותר לחיזוי ההכנסות. בהינתן כלים להערכת ההכנסות, הדרך להשקעות הון פרטי קלה יותר.

מסקנות והמלצות

יורם חטב, מנכ"ל איגוד שח"ם (שחקני המסך), אמר בהתייחס להסכם החומש עם האוצר: "סיום ההסכם עם האוצר הוא יום מותו של הקולנוע הישראלי".⁶⁷ היום הזה הולך וקרוב, ולהערכת המחברת, אין זו גזירת גורל. עתיד תעשיית הקולנוע נמצא בידי אנשי התעשייה, שמסוגלים לפעול באמצעות הכלים הנתונים בידיהם לבסס את ענף הקולנוע כענף עצמאי בעתיד הקרוב; במיוחד אם ייטיבו לנצל בזמן את הסיוע הממשלתי הקיים. ההמלצות, ובעיקר המלצות למשיכת הפקות זרות, יפורטו כעת.

שיווק

מדיניות עידוד לאומית יכולה לבוא לידי ביטוי במאמצי השיווק. כך לדוגמה, בתחילת שנת 2007 הפעילה ממשלת אירלנד נציבות בלוס אנג'לס, שתפקידה לשווק את אירלנד כיעד להפקת סרטים אמריקאיים. ישראל זקוקה לפעילות שיווקית מסוג זה כדי להחזיר אליה את ההפקות הזרות. שר האוצר לשעבר, אברהם הירשזון, נפגש בחודש נובמבר 2006 עם גורמים בתעשיית הקולנוע בלוס אנג'לס ועם קונסול ישראל בעיר, לקידום משיכת הפקות זרות לישראל.⁶⁸ יש להניח כי שיווק נכון של ישראל יעודד את הגעתן של הפקות זרות אליה. מומלץ להנחות את השגרירים והקונסולים של ישראל בעולם לשווק את ישראל כיעד אטרקטיבי להפקות זרות.

הקלות מס

מדינות רבות בעולם מנהיגות הקלות מס משמעותיות כדי למשוך הפקות זרות. ישראל תתקשה להיות אטרקטיבית למפיקים זרים ללא הקלות כאלה. גם בתחום זה ניתן ללמוד מאירלנד, בה מונהג מס של 10% בלבד על מגוון תעשיות ובהן תעשיית הקולנוע. מס נמוך זה משך השקעות רבות לאירלנד במשך השנים. כדי לקבל את מדרגת המס הנמוכה יש לעמוד בתנאי ש-75% מהוצאות הסרט שולמו בתוך אירלנד.⁶⁹

באנגליה מוצעות הטבות מס לסרטים העומדים בקריטריונים של "סרט בריטי"; אך הקשחת הקריטריונים הללו בשילוב עם עליית שער חליפין מול הדולר הורידו את מידת האטרקטיביות של אנגליה להפקות אמריקניות.

עם זאת, ראוי לציין את תרומת הקולנוע הבריטי לכלכלה בשנת 2004:⁷⁰

- העסקה ישירה של 31,000 איש ותמיכה ב-97,500 משרות.
- תרומה של 3.1 מיליארד ליש"ט לתל"ג.

- העלאה של כ-5% בהכנסות בתי הקולנוע.
- תרומה של כ-800 מיליון ליש"ט דרך חיזוק התיירות.
- תרומה של כ-300 מיליון ליש"ט לענף השכרות הסרטים.

אמנם כבר מוצע בישראל תמריץ מס להשקעה בסרטים ישראליים, אך לא קיים תמריץ כלשהו למשקיעים בהפקות זרות. יש לבחון (אולי באמצעות מימון של מפעל הפיס) את העלויות מול התועלות הצפויות מהנהגתה של הטבת מס בענף הקולנוע, כדי להפוך אותו לתחרותי בתנאים הבינלאומיים הקיימים היום. בטווח הבינוני-ארוך, הטבות מס תחרותיות שיצליחו למשוך הפקות זרות לישראל יתנו זריקת מרץ גם לתעשיית הקולנוע המקומית, ויקדמו את קיומה העצמאי.

המלצות למדיניות ציבורית

המימון הציבורי: ההצדקה לקיומן של קרנות קולנוע במימון כספי ציבור מוטל בספק, הן בגלל ההיקף המצומצם של הנהנים מהטבה זו (מצד היוצרים ומצד הקהל) והן בהתחשב בשימושים האלטרנטיביים האפשריים לכספים אלה. כלל לא ברור אם תפקידה של המדינה להתערב בהחלטות אמנותיות מהסוג שקרנות הקולנוע נדרשות להן, ובכך לבצע הלכה למעשה מיון תרבותי ולקבוע מי זכאי שאמנותו תמומן, ומי לא.

אך גם אם יוחלט לא לבטל את מימון ענף הקולנוע באמצעות כספים של משלמי המסים, ניתן לייעל את פעולתן של הקרנות הציבוריות, על ידי איחודן לגוף אחד (או שניים, למען התחרות ביניהם) לטובת צמצום ההוצאות התפעוליות.

בטווח הבינוני-ארוך, עם ביסוסה העצמאי של תעשיית הקולנוע, מומלץ להפנות את הכספים שכיום מועברים לקרנות לטובת הטבות מס להפקות זרות.

השגרירים והקונסולים של ישראל בחו"ל יכולים לנצל את קשריהם עם הקהילה היהודית ולהפוך אותה לקהל יעד לסרטים ישראליים, בשיתוף פעולה עם יוצרי הקולנוע הישראליים. בחלק מהקהילות בארה"ב מקובל כבר לעודד את הצפייה בקולנוע ישראלי, ונהוגה הקרנת סרטים ישראליים במרכזים הקהילתיים. אם יעלה ביקוש לסרטים ישראליים בדיבוב לשפה המקומית – כדאי יהיה לבדוק לעומק את האפשרות הזו.

המלצות לאנשי התעשייה

צמצום המקורות הציבוריים בעתיד עלול להביא למצוקת מימון בתעשיית הקולנוע, ובכל מקרה התעשייה זקוקה למימון נוסף. אנשי התעשייה יכולים לנצל את שעת הכושר בה הם עדיין זוכים למימון ממשלתי, ולהפוך את התעשייה לרווחית. היות וכישוריהם של הקולנוענים הם ביצירת סרטי קולנוע, מתבקש שהם יממנו את הפרויקטים האמנותיים שלהם באמצעות הכלים הקיימים בידיהם; על ידי יצירת קולנוע רווחי. סרטים בעלי פוטנציאל רווחיות גבוה יותר, כמו סרטי נוער או קומדיות,

יכולים להזרים כספים לתעשייה ולסייע למימון הפקות רווחיות פחות. הפקת סרטים בחבילות של סרט אמנותי וסרט רווחי, העושים שימוש במשאבים משותפים ונהנים מצמצום עלויות עקב הסינרגיה, יכולה להוות פתרון מימוני אפשרי. בעתיד, עם הוכחת הרווחיות של חבילה כזו, ניתן יהיה לאג"ח אותה.

מוצע להתחשב בקהל יעד יהודי-אמריקאי פוטנציאלי בעת הפקת הסרטים ושיווקם.

דברי סיכום

מרטין וייל, מנהל קרן ברכה, כתב כי "חיי התרבות צריכים לשקף, מצד אחד, את היצירתיות של אמנים ומחברים, ומן הצד האחר את צורכי הציבור".⁷¹

השאלה הגדולה היא, איך מחליטים מהם אותם "צורכי הציבור" עליהם מדבר מרטין וייל? הרי צורכי הציבור הם רבים מאוד – והמקורות מוגבלים. האתגר במציאת האיזון העדין בין "צורכי הציבור", "רצונות הציבור" ו"משאבי הציבור" גדול מתמיד בתחום ייחודי כמו תעשיית הקולנוע.

¹ UNESCO, Universal Declaration of Human Rights, <http://www.unesco.org/education/docs/hum-rights.htm> (July 1, 2007).

² אליהוא כ"ץ והד סלע, *דו"ח ברכה: מדיניות תרבות בישראל* (ירושלים: מכון ון-ליר, 1999), עמ' 13.

³ Ross C. DeVol, *Geography and the Economics of Film Production* (PowerPoint) (Los Angeles: Milken Institute, 2001).

⁴ יהודית גלילי, *ריכוז חקיקה בנושאי תרבות ואמנות* (ירושלים: מרכז מחקר ומידע בכנסת [ממ"מ], דצמבר 2001), עמ' 3. <http://www.knesset.gov.il/mmm/doc.asp?doc=m00454&type=pdf>

⁵ משרד המשפטים, קובץ תקנות 6549, עמ' 427, <http://www.justice.gov.il/NR/ronlyres/DF59366C-D30E-49BE-B94B-5B90F362BCAF/15280/6549.pdf>.

⁶ הקרן לקולנוע ישראלי, חיסוי מס – הסבר כללי, <http://filmfund.org.il/files/forms/20%הסבר%20כללי.doc> (16 ביוני 2007).

⁷ רינה רוטברט, מרכזת עבודת הוועדה, דוא"ל למחברת, 26 במרץ 2007.

⁸ מנהל הכנסות המדינה, *דו"ח שנתי 2004* מספר 53 (ירושלים: מנהל הכנסות המדינה, 2005), עמ' 85. <http://mof.gov.il/hachnasot/>

⁹ מנהל הכנסות המדינה, *דו"ח שנתי 2005* מספר 54 (ירושלים: מנהל הכנסות המדינה, 2006), עמ' 77, <http://mof.gov.il/hachnasot/>

¹⁰ משרד התמ"ת, מבחנים לחלוקת כספי תמיכות של משרד החינוך, התרבות והספורט למוסדות ציבור לפי חוק יסודות התקציב התשס"ה 1985, <http://www.most.gov.il/NR/ronlyres/D161DF70-EFEE-4687-A126-7A348CC47A2D/0/kriterionim.doc> (16 ביוני 2007).

¹¹ הוועדה הציבורית לרפורמה במס הכנסה (בן-בסט), *דו"ח הוועדה* (ירושלים: הוועדה הציבורית לרפורמה במס הכנסה, 2000), עמ' 125. www.mof.gov.il/reform/basat_report.htm, פרק ז', עמ' 125.

¹² חוק הקולנוע, התשנ"ט-1999, http://www.nevo.co.il/Law_word/law01/P202K2_001.doc, עמ' 4.

¹³ שם, עמ' 4.

¹⁴ ועדת החינוך, התרבות והספורט, 15 בנובמבר 2004, *פרוטוקול* מס' 329, <http://www.knesset.gov.il/protocols/data/html/chinuch/2004-11-15.html> (3 ביולי 2007).

¹⁵ הוקרא בוועדה לביקורת המדינה של הכנסת, *פרוטוקול* מס' 51, 26 בנובמבר 2003, <http://www.knesset.gov.il/protocols/data/html/bikoret/2003-11-26.html>.

¹⁶ הוועדה לביקורת המדינה, *פרוטוקול*.

¹⁷ חוק התרבות והאמנות התשס"ג-2002,

. <http://www.knesset.gov.il/laws/heb/FileD.asp?Type=1&SubNum=8&LawNum=1874>

- ¹⁸ מרב יודילביץ, "מונתה ועדה לבחינת עידוד תעשיית הקולנוע בישראל", YNET, 26 בפברואר 2007.
- ¹⁹ פיתוח הסרט נעשה בעזרת קרן "מקור" וקרן מדיאה האירופאית. קרן הקולנוע הישראלי וחברות הוט ויונייטד קינג היו המשקיעות המרכזיות בסרט. משה וליאון אדרי (יונייטד קינג) ושותפיהם מיקי רבינוביץ' ודודי זילבר השקיעו בסרט ואף רכשו את זכויות ההפצה של הסרט בישראל.
- ²⁰ אתר הסרט "ללכת על המים", אודות ההפקה, <http://www.walkonwater.co.il/movie02.html>, (16 ביוני 2007); אתר הסרט "הבועה", היוצרים, <http://www.thebubble.msn.co.il/creators.asp>, (16 ביוני 2007).
- ²¹ United Jewish Communities website, Connections with Israel, http://www.ujc.org/content_display.html?ArticleID=83868 (June 16, 2007); UJC, *National Jewish Population Survey of 2000-1*, http://www.ujc.org/content_display.html?ArticleID=83784 (March 8, 2007).
- ²² Rajanish Dass, Sumit Kumar, Alok Rungta, *Risk Mitigation in Indian Film Industry: A Concept Note*, (Ahmedabad: Indian Institute of Management, October 2006), pp. 5-6, <http://www.iimahd.ernet.in/publications/data/2006-10-01rajanish%20dass.pdf> (July 3, 2007).
- ²³ דוד ליפקינד, מנהל ההפקות של הקרן לקולנוע ישראלי, ראיון עם המחברת, 18 במרץ 2007.
- ²⁴ יהושע סימון, "מגמה מסוימת בקולנוע הישראלי", *מגזין מערבון*, 2005.
- ²⁵ ליאת לוי, "הצרכן בעולם של אי ודאות" (אוניברסיטת תל-אביב, תל-אביב, 2005).
- ²⁶ עיבוד ל: הלמ"ס, *שנתון סטטיסטי לישראל 2006* (ירושלים: הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, 2006), לוח 2.10, http://www1.cbs.gov.il/shnaton57/download/st02_10x.xls. המחברת מניחה התפלגות גילאים אחידה בין קבוצות הגיל, וכן הרגלי צפייה דומים.
- ²⁷ משרד החינוך, מנהל חברה ונוער, "על סדר היום", 2002, <http://noar.education.gov.il/main/upload/alsederyom/money.doc>
- ²⁸ V. Fernandez-Blanco, M. Garcia-Diez, J. Prieto-Rodriguez, "Educational performance and cultural consumption" (Spain: Department of Economics, Universito de Oviedo), <http://www.sc.ehu.es/XIIIJor-aede/Comunicaciones/ponencia%20aede04.pdf> (June 26, 2007).
- ²⁹ והפוטנציאל גדול אפילו יותר. כך, לפי גיורא חמיצר, תסריטאי הסדרה "השמינייה": "יילדים בני 5-6 שרואים את הסדרה, אין להם בעיה עם זה שהם לא מבינים 50 אחוז מהעלילה. הם נהנים מהשחקנים ומהבדיחות פה ושם, אלה תובנות שגילינו עם הזמן. בחיים לא חשבתי שילדים בגן חובה יהנו ממנה". YNET, 16.10.2006.
- ³⁰ Box Office Mojo website, www.boxofficemojo.com (March 13, 2007).
- ³¹ אייל גולדמן, "בחזרה למציאות", NRG, 17 בינואר 2005.
- ³² אמיר הראל, מפיק, ראיון עם המחברת, 25 במרץ 2007.
- ³³ ליפקינד, ראיון.
- ³⁴ ראוי לציין, כי בישראל ממילא נהוג להעתיק את הסרטים לפרומט דיגיטלי בשלב הפוסט-פרודקשן.
- ³⁵ "Sound Man", *The NYSE Magazine*, April 2006.
- ³⁶ שם.
- ³⁷ "Consortium working to provide 'instant' digital films", *DOWJONES Newsletter*, NYSE website, <http://www.beurs.nl/nieuws/artikel.php?id=207245&taal=US> (June 16, 2007).
- ³⁸ "The Global Success of production tax incentives and the migration of feature film production from the US to the world" (CEIDR, 2006), p.15, <http://ceidr.org/2005CEIDRReport.pdf> (July 3, 2007), my translation.
- ³⁹ Ibid, pp. 33-35.
- ⁴⁰ Patrick Krater, "Thailand wants to lure film shoots", *Variety* website, <http://www.variety.com/article/VR1117957703.html?categoryid=1279&cs=1&query=thailand+wants+to+ure> (June 16, 2007).
- ⁴¹ יוצאת הדופן לעניין זה הינה חברת "סינמה נאמנויות" הצעירה, שהוקמה כקרן השקעות בסרטי קולנוע ישראליים. למרבה הצער, לא הצליחה המחברת להשיג מידע על פעילות החברה.
- ⁴² נירית אנדרמן, "הרשות השנייה: רשת וערוץ 10 כנראה לא השקיעו בקולנוע ב-2006", *הארץ* (7 במרץ 2007).
- ⁴³ איתי שטרן, "אני קורא לזה פולקלור", NRG, 5 בינואר 2006, <http://www.nrg.co.il/online/5/ART1/029/980.html> (3 ביולי 2007).
- ⁴⁴ אייר רווה, "שוברי הקופות בישראל", *סינמסקופ*, <http://cinemascope.co.il/?p=19> (17 ביוני 2007).
- ⁴⁵ איתי שטרן, NRG.

- ⁴⁶ <http://mooma.keshet-> פעם אחת בוסקילה, (27 במרץ 2007).
- ⁴⁷ גואל פינטו, "לא צריך סרט, אפשר להסתכל על המנכ"ל", <http://grm.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArtPE.jhtml?itemNo=471577&contrassID=2&subContrassID=7&sbSubContrassID=0> (3 ביולי 2007).
- ⁴⁸ ועדת החינוך של הכנסת, דיון בנושא "ענף הקולנוע בישראל", פרוטוקול מס' 47, 2 בנובמבר 2005, <http://www.knesset.gov.il/protocols/data/rtf/chinuch/2005-11-02.rtf>.
- ⁴⁹ גלית כחלון, מנהלת ההפקות של קרן רבינוביץ', ראיון עם המחברת, 26 במרץ 2007.
- ⁵⁰ המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, דו"ח שנתי 2005 (ירושלים): המועצה לשידורי כבלים ולשידורי לוויין, ספטמבר 2005, עמ' 40, http://www.moc.gov.il/new/documents/mismachim/book_30.10.06.pdf.
- ⁵¹ ליפקינד, ראיון.
- ⁵² מפעל הפיס, דין וחשבון שנתי – חוק חופש המידע 2005, <http://www.pais.co.il/NR/rdonlyres/5CF57A37-8957-45EF-B7C5-BEB20FAD9EBA/0/freeinfo.doc> (23 בפברואר 2007).
- ⁵³ UK Film Council, *UK Film Council (Formerly Film Council) Lottery Accounts 2003-2004* (London: The Stationary Office, November 2004), p. 11, available at http://www.nao.org.uk/publications/nao_reports/03-04/03041052.pdf (February 17, 2007).
- ⁵⁴ The Department of Arts, Sport & Tourism, Certification of projects under 481 of the Taxes Consolidation Act, 1997, http://www.arts-sport-tourism.gov.ie/arts/film/summary_94_06.html (March 1, 2007).
- ⁵⁵ "The Screens Are Alive", *Times online*, October 7, 2006, http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts_and_entertainment/film/london/article651834.ece.
- ⁵⁶ "Baby snatching and dead-end jobs", *The Economist*, February 3, 2007, http://www.economist.com/books/displaystory.cfm?story_id=8626733.
- ⁵⁷ KOFIC, Promotion Activities, http://www.koreanfilm.or.kr/eng/05_About/01_07_Promotion.jsp (March 1, 2007).
- ⁵⁸ Danish Film Institute website, Financial Support, <http://www.dfi.dk/english/about/financialsupport/support.htm> (March 1, 2007).
- ⁵⁹ CultureLink Network, Denmark, <http://www.culturelink.org/culpol/denmark.html> (March 1, 2007).
- ⁶⁰ מועצת הקולנוע הדנית, http://www.dfi.dk/NR/rdonlyres/CB0B2FCA-8CFE-4D55-938A-A255109EFABF/0/ff_2006.pdf (1 במרץ 2007), עיבוד המחברת.
- ⁶¹ "Company news: Disney to offer \$400 million n bonds tied to films", *The New York times*, February 17, 1994, <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9907E5DC173BF934A25751C0A962958260&n=Top%2fNews%2fBusiness%2fCompanies%2fDisney%2c%20Walt%2c%20Company> (July 4, 2007).
- ⁶² "Bowie Bonds Suffer Downgrade From Moody's", Yahoo! News, March 19, 2004, <http://music.yahoo.com/library/default.asp?m=content&add=news&i=12174412&> (July 4, 2007).
- ⁶³ HSX: History, <http://www.hsx.com/about/history.htm> (July 4, 2007).
- ⁶⁴ Laura Martin, Patrick Wang, *Film studio reel options* (Credit Swiss/ First Boston), p. 11, http://www.valuesweep.com/csfb_filmoptions5_11_01.pdf.
- ⁶⁵ Enrique J. Torres, "A study on the sensitivity of film demand to external events", *Wharton Research Scholar Journal*, 2004, http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=wharton_research_scholars.
- ⁶⁶ ליפקינד, ראיון.
- ⁶⁷ אייל גולדמן, *בחזרה למציאות*, NRG, 17 בינואר 2005.
- ⁶⁸ משרד האוצר, הודעה לעיתונות, <http://dover.mof.gov.il/NR/rdonlyres/6A502EE0-ED2B-4BC7-A07A-220906F65AEC/0/20061484.doc>.
- ⁶⁹ The Irish Department of Arts, Sports and Tourism, Press & Publications, September 29, 2005, <http://www.arts-sport-tourism.gov.ie/publications/release.asp?ID=1002>.
- ⁷⁰ UK Film Council, *Statistical Yearbook*, <http://www.ukfilmcouncil.org.uk/information/statistics/yearbook/?pf=&low=&y=2005&c=12&s=>
- ⁷¹ כ"ץ וסלע, עמ' 7.

FELLOWS | KORET
PROGRAM | MILKEN INSTITUTE

תוכנית עמיתי קורת – מכון מילקן
בית מילקן, רחוב תל חי 13
ירושלים, 97102

info@kmifellows.org
www.kmifellows.org