

כל מה שצריך לדעת
על גיוס משאבים
ושיווק סרטי תעודה
בחו"ל

DATA
FEST
2007

כתיבה ועריכה:
יורם שפר



מבוא

דטה פסט (DataFest) החל כחוברת צנומה בשנת 2003. אורנה ירמות, מנהלת פורום הקו-פרודוקציות, העלתה את הרעיון, וזכרני חצור-כץ נתנה את השם הקולע. מטרת המדריך הראשון היתה (ונשארה גם היום) – להעניק כלים ליוצר או היוצרת הדוקומנטריים הישראלים עם הגיח סרטם לעולם הגדול.

בדרך להפצת הסרט נזקקים היוצרים לידע, לניסיון, למרץ ולקשרים – וכמובן, לסרט טוב ביד.

מדריך זה נועד לסייע לפחות בחלק מן הדברים. הוא לא מיועד להחליף את תפקיד המפיץ, אם כי הוא בהחלט מנסה לתת כלים בידי מי שהחליט לעשות זאת באופן עצמאי.

בחלק הראשון מופיע תיאור של פסטיבלי קולנוע מרכזיים בעולם. בניגוד למדריכים הקיימים בשפע באינטרנט, המידע אינו גולמי אלא עבר סינון משני סוגים: ראשית, בהחלטה אילו פסטיבלים לכלול במדריך; שנית, בתיאור שמכיל בנוסף על המידע הטכני גם משהו על אופי הפסטיבל. בכך הוא מסייע ליוצרות/להחליט במה לבחור, ובעיקר לפי איזה סדר.

פרט לפסטיבלים כלליים, אנו סוקרים גם מספר פסטיבלים יהודיים. כלומר, כאלה המאורגנים בשיתוף קהילות יהודיות בחו"ל (חלקם בשותפות או בסיוע של משרד החוץ). רוב הסרטים הנעשים בישראל מתאימים בפוטנציאל לפסטיבלים אלה, שכן הם אינם עוסקים רק בתכנים יהודיים בעלי אופי דתי, אלא גם בדיון על אודות פניה של החברה בישראל וזהותה הלאומית.

כמות הפסטיבלים בעולם היא עצומה ורק גדלה כל העת. אלו שנבחרו להיכלל במדריך נחלקים לשני סוגים עיקריים: כאלה המתמחים בסרטי תעודה, ואלה הנותנים במה מרכזית לקולנוע עלילתי. הסוג הראשון נחשב אינטימי יחסית (פרט לגדולים המעטים), ובסוג השני מאפיין הקרנבל הוא משמעותי ונובע בעיקר מנוכחות ידוענים. באלו ובאלו ישנם יתרונות וחסרונות. שרה-ג'ו מרקס, מפיצה אמריקאית עצמאית, שמאמר מתורגם מפרי עטה מופיע כאן, מיטיבה לתאר זאת כשהיא קובעת: "ראשית, החליטו מה אתם רוצים להפיק מהפסטיבל – חוויה, מכירה, חשיפה, או את כולם גם יחד, והחשוב יותר – היו ריאליים לגבי הסרט שלכם."

יותר ויותר סרטים נעשים כיום באמצעות הסכמי קו-פרודוקציה. אולם היוצרים לא תמיד יודעים איך להתייחס לצירופו של שותף ומשקיע ממדינה אחרת. סרט אינו מוצר-מדף והוא נושא איתו מטענים תרבותיים של הסביבה שבה היוצרות/פועלות. כיצד ניתן ליצור קו-פרודוקציה שתרחיב מצד אחד את יכולות ההפקה של הסרט, ומן הצד השני תשמר את חופש היצירה?

אנו מביאים כאן גם מאמר של ד"ר תמר אשורי, המבוסס על מקרה בוחן (case study) של קו-פרודוקציה בינלאומית גדולה. בבסיסו של המחקר נמצא המתח הקיים בין תהליך הגלובליזציה, החותר לטשטש הבדלים תרבותיים מול הנטייה להבליט את התוכן הלאומי והמקומי. כיצד בא לידי ביטוי המתח הזה בתהליך קו-פרודוקציה בין השותפים? המאמר מביא דוגמה מסדרה תיעודית גדולה ורבת שותפים, שעסקה בתולדות הסכסוך במזרח התיכון.

לראשונה בישראל, וככל הנראה גם בעולם, נכלל במדריך תיאור מקיף של קרנות בינלאומיות. חלק קטן מן הקרנות מאפשר לכם להגיש הצעה באופן ישיר. רובן מחייבות שיתוף פעולה עם מפיץ מקומי והוצאה של סכום המענק במדינה או המחוז של הקרן. היעזרות בקרן בינלאומית יכולה להיות דרך להגשים חלומות הפקתיים, שעד עכשיו ויתרתם עליהם מפאת חוסר תקציב. המימוש של מענקי הקרנות יכול להתממש באמצעות האמנות הבינלאומיות שיוזכרו מיד. אולם גם אם לא קיימת אמנה כזאת, ניתן ברוב המקרים ליהנות מהתמיכה במידה שמשכילים ליצור את שיתוף הפעולה הנכון עם המפיק המקומי.

כלי מרכזי להפקת המירב מקו-פרודוקציה בינלאומית הוא האמנות לשיתוף פעולה בתחומי הקולנוע, שנחתמו במשך השנים בין ישראל למדינות אחרות. אנו מצרפים את האמנות הקיימות היום, בנוסחן העברי או בתרגומן לעברית.

אם תקישו "וידאו באינטרנט" בגוגל, תקבלו אלפי תוצאות. יוזמות האינטרנט המסוקרות והמעניינות ביותר הן בתחום האודיו-ויזואלי. עיקר ההתעניינות עד עתה באה מתחומי הכלכלה. תחום הקולנוע הדוקומנטרי בארץ ובעולם הגיב מאוחר לתופעה ועדיין לא נערך לקראתה – הן מבחינת ההשפעה שלה על המימון, ההפקה וההפצה, והן מבחינת ההשפעה על המדיום עצמו באופן צורני-תוכני. אנו מביאים כאן מאמר שמנסה לקשור בין תופעת ה"ניו-מדיה" בהקשר הרחב (הרבה יותר מ"וידאו באינטרנט") לבין עתיד העשייה התיעודית.

יורם שפר
מייסד ועורך האתר – DocMovies.com

מדריך **דטה פסט** יוצא לאור זו הפעם השלישית על ידי **קופרו**, הפורום הישראלי לקו-פרודוקציות בינלאומיות – עמותה לשיווק הסרט התיעודי לחו"ל.

זהו גוף יחיד מסוגו בישראל, המתפקד כזרוע שיווקית עצמאית. את **קופרו** יזמה והקימה אורנה ירמות ב-1999. מאז הוא צבר מוניטין והישגים כלכליים, חולל מהפכה בהיקף הקו-פרודוקציות הבינלאומיות של סרטים תיעודיים ישראלים, ובשנת 2004 זכה בפרס יו"ר הכנסת על פעילותו.

בעשור הקודם, היו קו-פרודוקציות בינלאומיות נחלתן של מפיקים ישראלים מעטים. מאז היווסדו משמש **קופרו** נקודת זינוק ליוצרים מכל שכבות האוכלוסייה, ומאפשר להם לחשוף את כישרונם בפני מנהלי רשתות טלוויזיה מובילות מכל העולם כמו BBC, ARTE, YLE, TV2, CBC ואחרות. **קופרו** אינו מפיץ מסחרי. הוא מעודד שוויון הזדמנויות ויש לו עניין לפתוח דלתות ליוצרים צעירים מהמרכז ומהפרפריה. באמצעות יוזמותיו הוזרמו עד היום למעלה מ-20 מיליון שקלים לסרטי תעודה ישראלים על ידי משקיעים זרים, ונוצרו למעלה ממאה קו-פרודוקציות בינלאומיות.

פעילויות מרכזיות:

השוק הישראלי הבינלאומי לקו-פרודוקציות: אירוע שנתי בן חמישה ימים, המוקדש כולו לקידום קו-פרודוקציות דוקומנטריות בין ישראלים וזרים ומאגד בתוכו פעילויות שיווק שונות:

פיצ'ינג: הצגה פומבית של תסריטים בפני אנשי מפתח ברשתות טלוויזיה מכל העולם, מנהלי קרנות בינלאומיות לסרטים ומפיצים בינלאומיים לצורכי הפקה משותפת.

פגישות אחד על אחד: מפגשים אישיים בין היוצרים למפיקים הזרים ומנהלי הרשתות הזרות שגילו עניין בתסריטיהם, להידוק קשרים והפיכת סקרנות ראשונית לדיון אמיתי על חוזה השקעה.

דוקושוק: שוק המתקיים במקביל לפיצ'ינג, במסגרתו מוצגים כ-300 סרטים תיעודיים ישראלים בפני קניינים ונציגי רשתות מקומיות וזרות. הצפייה מתבצעת בתאי צפייה פרטיים, וכן מונפק קטלוג באנגלית וצרפתית המחולק לפי נושאים.

מחווה לרשת טלוויזיה זרה: הרשתות להן מוקדשות המחוות הן כאלו המרבות להשקיע ולשדר סרטי תעודה ישראלים.

סדנאות אמן: הכשרה מתמדת של היוצרים ועדכון המפיקים הישראלים לשם הטמעת סטנדרט בינלאומי ושיווק הסרט התיעודי לחו"ל. הסדנאות מתקיימות במהלך השנה וגם במסגרת שוק הקו-פרודוקציות.

פרסי שיווק ופיתוח

החל מ-2002 מוענקים פרסי שיווק ופיתוח. מטרת המענקים לסייע ליוצרים בשלב פיתוח התסריט והכנת ההפקה לקו-פרודוקציה בינלאומית.

דוקו'ילד / DocuChild

מאז 2003 מפתח **קופרו** ערוץ נוסף לשיתופי פעולה בינלאומיים – סרטי תעודה לילדים. בתקופה שבה גם מערכת החינוך עוברת תהליך הפרטה, זוכים לחינוך משובח בעיקר ילדים מהשכבות הבינוניות והגבוהות. ילדים מכל שכבות האוכלוסייה צופים שעות לא מעטות ביום בטלוויזיה. **קופרו** מבקש לעודד סוג אחר של יצירה טלוויזיונית לילדים – איכותית, אותנטית, מעשירה וזמינה באופן שווה לכל אוכלוסיית הילדים. בהמשך לסדנאות שקיימנו ליוצרים, אנו מתכננים בעתיד פיצ'ינג לסרטי תעודה לילדים שאליו יוזמנו גופי שידור מישראל ומארצות אחרות למטרת יצירה משותפת. עם תום הפקת הסרטים הם יוקרנו בבתי ספר, בקהילות בפריפריה ובערוצי הילדים הקיימים.

מאגרי מידע לגיוס משאבים ולשיווק

לשירות היוצרים והמפיקים העצמאיים מכין **קופרו** מאגרי מידע לגיוס משאבים ולשיווק היצירה התיעודית הישראלית. אחת לשנתיים יוצא לאור ספר ה- **DataFest** שמכיל מידע על אודות אמנות בינלאומיות, קרנות קולנוע בעולם ופסטיבלים בתחום הקולנוע – כולל פרשנות יישומית, יעוץ והכוונה של יוצרים באשר לקריטריונים של פסטיבלי קולנוע בינלאומיים.

חלק I

פסטיבלי סרטים

בעולם מתקיימים יותר מ-600 פסטיבלים, אך ברור כי אי-אפשר להשתתף בכלם. לאילו פסטיבלים כדאי לשלוח את הסרט שלכם ולפי איזה סדר?

אנו ממליצים לתכנן את סדר המשלוח לפסטיבלים באופן כזה שתחילה תגישו מועמדות לפסטיבלים המרכזיים. זאת משום שפסטיבלים רבים דורשים בכורה ליבשת או לטריטוריה ("טריטוריה" היא כינוי לאוסף של מדינות החולקות מאפיינים משותפים. למשל – צפון אמריקה). כך לדוגמה, הצגת הסרט בפסטיבל מקומי בדרום ארה"ב תחסל את הסיכוי להקרנתו בפסטיבל שיקגו לסרטי תעודה. אלא שמי קבע שפסטיבל שיקגו יותר חשוב מזה של אליס ספרינגס? ההכרעה בשאלה מהו פסטיבל מרכזי או "חשוב" היא סובייקטיבית, ואנו מנסים לספק לכם את הכלים בצורת תיאור מדויק ככל האפשר של כל פסטיבל. בסופו של דבר, ההחלטה היא פרי שילוב של אידיאולוגיה ופרקטיקה: ישנם יוצרים הנרתעים מפסטיבלים ענקיים כמו אידפ"א לדוגמה, למרות שנוכחות מנהלי תוכניות וקניינים בו היא גורפת. לרתיעה יכולה להיות גם סיבה מעשית: קל להיבלע בתוך ההמון (בסביבות 10,000 סרטים מוגשים כל שנה לפסטיבל). לעומת זאת, התבלטות באידפ"א מביאה איתה הזמנה לעשרות פסטיבלים אחרים ומקדמת את הסיכוי למכירת את הסרט לתחנות טלוויזיה. לצורך הנוחות, סימנו בכוכבית פסטיבלים שיש מוסכמה לגבי מרכזיותם בקרב אנשי מקצוע. סקירה מפורטת יותר על תכנון לוח שנתי למשלוח סרטים לפסטיבלים ניתן למצוא במדור המאמרים של דוק מוביס (www.docmovies.com).

בתחילה מצוין מועד קיום הפסטיבל ולאחר מכן תיאור משהו מאופיו, מן המוניטין שנצברו לו במשך השנים, יחד עם נתונים סטטיסטיים רבים ככל שאתר הפסטיבל מספק: כמה סרטים הוגשו, כמה מתוכם התקבלו ומאילו מדינות, כמה אנשים ביקרו בפסטיבל, אילו קטגוריות קיימות בו (עבור סרטי תעודה במקרה של פסטיבל כללי), מה כמות וטיב הפרסים וכן סקירה של הסרטים הישראליים שהשתתפו לאחרונה בפסטיבל, אם ישנם כאלו. פרטי ההתקשרות של הפסטיבל כוללים כתובת פיזית, מספרי טלפון ופקס. כתובת אתר ודוא"ל. במקרים מסוימים, מצוינות כתובות של העמודים המוקדשים לטופס התקשרות ללא דוא"ל – אמצעי שאותו נוקטים יותר ויותר אתרים נוכח כמות דואר הזבל המתגברת. עם זאת, יש לשים לב לעובדה שמרבית הפסטיבלים מחזיקים משרדים פעילים רק בחודשים הקודמים לפסטיבל, כך שלא תמיד יהיה מענה לפנייתכם אם תתבצע בשאר ימות השנה. אם קיימים דמי רישום, הם מצוינים בתחתית תיאור הפסטיבל. אם לא צוין דבר, אין לפסטיבל דמי רישום.

Sundance Festival

הפסטיבל מתקיים בינואר ושייך לארגון גדול יותר, שהוקם על ידי רוברט רדפורד ב-1981 ביוטה שבארה"ב. הוא פועל בכל ימות השנה לעידוד וקידום יוצרים עצמאיים מכל הז'אנרים באמצעות סדנאות וקרנות לעידוד והכשרה של במאים, תסריטאים, מוזיקאים, מחזאים ואמני במה. לפני שנים אחדות העביר המיליונר ג'ורג' סורוס את קרן התמיכה הבינלאומית בקולנוע דוקומנטרי שאותה הקים לניהולו של מכון סאנדאנס. עמותת סאנדאנס היא גם הבעלים של ערוץ טלוויזיה בשם זה. חשוב להדגיש שהערוץ מתנהל כערוץ טלוויזיה לכל דבר ואינו משדר בהכרח את (או רק את) סרטי הפסטיבל. הפסטיבל נחשב כאחד מהמרכזיים בעולם, וככזה שעצם ההשתתפות בו מניעה את הגלגל של שיווק הסרט בעולם כולו. קיימות בו שתי קטגוריות לסרטי תעודה: תחרות הסרטים העצמאיים, ותחרות סרטי העולם. הפרסים המחולקים בפסטיבל לתחום התיעודי הם לסרט הטוב (לכל קטגוריה) וכן פרס הבימוי, פרס הצילום ופרס העריכה (מעניין לציין כי פרס העריכה אינו קיים עבור דרמות). בנוסף, מוענקים בו פרס הקהל ופרס מיוחד של חבר השופטים. לפסטיבל נדרשים דמי רישום מוקדמים בסך \$35 (תחילת ספטמבר) ודמי רישום מאוחרים בסך \$60 (סוף ספטמבר). **הביטחוניים** של שמעון דותן השתתף בפסטיבל 2007 בתחרות הדוקומנטרית זכה בציון לשבח.

פרטי התקשרות

http://festival.sundance.org	institute@sundance.org
טלפון: + 1-310 360 1981	
פקס: + 1-310 360 1969	
Sundance Institute 8530 Wilshire Blvd., 3 rd Floor Beverly Hills, CA 90211-3114 USA	

מועד הגשה

ספטמבר

International Human Rights Documentary Film Festival

הפסטיבל מתקיים בסוף פברואר ותחילת מרץ בפראג, בפעם ה-9 ב-2007. הוא מראשוני הפסטיבלים שמארגנת האגודה לזכויות האדם, שמאגדת בתוכה 17 פסטיבלים מכל העולם העוסקים בתחום זכויות האדם. הפסטיבל מוגדר כאירוע לסרטי תעודה אך הוא מקבל בברכה גם סרטי וידאו אקטיביזם וסרטי תחקיר, העונים להגדרות הרעיוניות של הפסטיבל. הפסטיבל זכה בפרס ה"חינוך לשלום" של ארגון אונסק"ו, ארגון החינוך של האו"ם. בעקבות הצלחת הפסטיבל והפיכת השם One world לסוג של מותג (אם כי ללא כוונות רווח), נחנך גם פסטיבל בשם זה בסלובקיה וב-2006 לראשונה גם בברלין. למרות השם הזהה, מדובר במנגנונים נפרדים ולא בפסטיבל נודד.

בכל שנה מוצגים בפסטיבל 100 סרטים בממוצע. מספר תחרויות נערכות בו, ביניהן תחרות בינלאומית לסרטים ארוכים (מעל 60 דקות) ובה מחולקים שני פרסים – אחד מהם בסך 1,700 יורו. יש לזכור כי זהו פסטיבל צנוע, וכי 2006 היתה השנה הראשונה בה הוענק בכלל פרס כספי לסרט זוכה. בנוסף לתחרות הסרטים הארוכים מתקיימת תחרות "הזכות לדעת" של הסרט הקצר (גם בה חולק לראשונה ב-2006 פרס בסך 1,700 יורו), וכן מתקיימות הקרנות לא-תחרותיות.

הפסטיבל מנהל פרויקט לקידום נושא זכויות האדם במערכת החינוך וצפויים לבקר בו כ-6,000 תלמידים מבתי ספר בפראג וכן 14,000 תלמידים מאזורים אחרים. 100 מסרטי הפסטיבל לדורותיהם נמצאים במאגר מיוחד, המוקרן באופן קבוע בבתי ספר בצ'כיה כחלק ממסגרת הלימודים השוטפת. בבתי ספר שונים אף הוקמו מועדוני סרטים תיעודיים המנוהלים על ידי תלמידים.

בשנים קודמות הציע הפסטיבל צפיה בסרטים דרך האינטרנט, כאשר ב-2006 נרשמו 16,000 כניסות של צופים לאתר בתקופת הפסטיבל. **תגיד אמן** של דוד דרעי השתתף בפסטיבל 2006. **אודסה אודסה** של מיכל בוגנים, **מקודשת**, של ענת צוריה ו-**מעבר להרי החושך** של צח ניסנבוים השתתפו בפסטיבל 2005.

פרטי התקשרות

http://www.oneworld.cz/	mail@oneworld.cz
	טלפון: 6 – +420 226 200 435
	פקס: +420 226 200 401
One World / People in Need Sokolska 18 120 00 Prague 2 Czech Republic	

מועד הגשה

דצמבר

* פסטיבל Yamagata – יפן

Yamagata International Documentary Film Festival

הפסטיבל מתקיים באוקטובר פעם בשנתיים. הוא נוסד בשנת 1989 כראשון המוקדש לסרטי תעודה במזרח הרחוק והגדול ביותר עד היום. במקביל להקמתו נוסדה גם רשת יאמאגאטה שאחראית על פרסום, עריכה ודיווח שוטף במהלך ימי הפסטיבל. רשת זו מופעלת בעיקר על ידי מתנדבים.

לתחרות הבינלאומית של 2005 התקבלו 15 סרטים מבין 950 שנרשמו. בסך הכול הוצגו בפסטיבל 145 סרטים בכל הקטגוריות, בהם צפו קרוב ל-20,000 איש. בפסטיבל ישנן קטגוריות רבות המוקדשות לסרטים מיפן, טאיוואן וקוריאה. ישראלים יכולים להירשם כמובן לתחרות הבינלאומית אך גם לתחרות New Asian Currents, בה מוצגים 27 סרטים.

עמותת הפסטיבל מפרסמת כתב עת מעניין בשם DocBox, שרובו מקוון. בגיליונו האחרון התפרסם מאמר על מאפייני הדוקומנטרי-האישי (ביפנית מכונה גם "סרט-יומן") וכן מאמר בשם הפרובוקטיבי "דוקומנטרי משקר".

Route 181 של אייל סיוון ומישל כלייפי השתתף בפסטיבל 2005 וזכה בפרס ראש העיר יאמאגאטה, ו-גן של רותי שץ ועדי ברש זכה בציון לשבח.

פרטי התקשרות

http://www.yidff.jp
טלפון: 81-23-624-8368
פקס: 81-23-624-9618
YIDFF Organizing Committee Office (Yamagata Office) 2-3-25 Hatago-machi, Yamagata-shi, Yamagata-ken 990-8540, JAPAN

מועד הגשה

סוף אוקטובר עד אמצע דצמבר, ואילו עבור סרטים שהושלמו לאחר נובמבר של השנה שקדמה לפסטיבל ההרשמה הינה עד אפריל של השנה בה מתקיים הפסטיבל (כאמור, הפסטיבל הוא דו שנתי).

II פסטיבלים יהודיים

למרות שמם, פסטיבלים אלו אינם מציגים רק סרטים העוסקים בנושאי דת או מסורת. החיבור ההיסטורי שבין דת ולאום בעם היהודי לא פסח על הפסטיבלים המהווים בבואה של הקהילה היהודית במקום בו נערך הפסטיבל. קהילה זו מתעניינת בדרך כלל בנעשה בישראל גם בהיבטים פוליטיים, חברתיים, תרבותיים ואחרים. עובדה זו הופכת באופן פוטנציאלי כמעט כל סרט הנעשה בישראל למועמד לפסטיבל סרטים יהודי.

ישנה כמות עצומה של פסטיבלים כאלה. נראה כי מבין פסטיבלי הנישה, רק הפסטיבלים ההומן-לסביים ופסטיבלי הנשים הצומחים במהירות בשנים האחרונות מצליחים להתחרות בכמות הפסטיבלים היהודיים. לחלקם, כמו הפסטיבל היהודי בסן פרנסיסקו, מגיעה כמות קהל שפסטיבלים גדולים ומכובדים יכולים בהחלט להתקנא בה. לא ידוע לנו על פסטיבלים יהודיים מחוץ לישראל המוקדשים אך ורק לקולנוע תיעודי, כך שהמספרים המצוטטים מתייחסים תמיד לכל הז'אנרים.

תהליך ההשתתפות בפסטיבלים יהודיים יכול להתבצע בכמה דרכים: הראשונה, משלוח סרט על ידכם לפסטיבל כמקובל. בדרך כלל, כיוצרים ישראלים, לא ייגבו מכם דמי הרשמה. חשוב לזכור שלא תמיד יענו לפנייתכם, בשל העובדה שרוב הסרטים המשתתפים בפסטיבל למעשה מוזמנים מראש על ידי התחקירנים. זוהי גם הדרך השנייה, המקובלת יותר: כל הפסטיבלים מעסיקים תחקירנים שעוברים באופן קבוע על תוכניות הפסטיבלים המתקיימים בישראל, וכן עוקבים אחרי פסטיבלים יהודיים בולטים. סביר להניח שהם יצרו אתכם קשר ויבקשו מכם לשלוח העתק. זהו השלב הראשון, ועדיין לא מובטח לכם שהתקבלתם.

בשלב השני, אם הודיעו לכם שהתקבלתם, סביר להניח שיוצע לכם סכום כסף ו/או מימון טיסה לפסטיבל. סכומי הכסף המוצעים הם בדרך כלל בסביבות 300-150 דולר לשתיים-שלוש הקרנות בפסטיבל. ניתן ואף רצוי לבקש מהפסטיבל לממן את משלוח הקלטת על חשבוננו, ובמקרה שתצטרכו להכין עותק בפורמט NTSC תוכלו לבקש את מימון הכנת העותק מהפסטיבל. מדובר בבקשות מקובלות, ובמקרה הגרוע – תקבלו תשובה שלילית. במידה שהוזמנתם להגיע לפסטיבל, תתבקשו להשתתף בדיון Q&A בסופו ואולי גם בפאנלים שנערכים בפסטיבל.

בסופו של דבר, השתתפות בפסטיבל יהודי אינה מביאה לחוזי הפצה ומכירה בינלאומיים, אך היא חיונית, ובמצטבר יכולה להחזיר חלק מהוצאות הסרט (ולהוסיף לקילומטראז' הנוסע המתמיד שלכם). מומלץ למצות קודם את הפסטיבלים הבינלאומיים, ובעיקר לשים לב לא לפגוע בסיכוי להתקבל לפסטיבל חשוב הדורש בכורה יבשתית/מדינתית בגלל שבטעות הקרנתם את הסרט שלכם בפסטיבל יהודי המתנגש עם כלל זה.

רשימה מלאה של פסטיבלים יהודיים בארה"ב ניתן למצוא באתר הקרן לתרבות יהודית, בכתובת: <http://www2.jewishculture.org/disciplines/media-arts/film-festivals>.

הפסטיבל היהודי בטורונטו – קנדה

TJFF

הפסטיבל מתקיים במאי, מאז 1992. גם פסטיבל זה, כקודמו שצוין כאן, טוען להיותו הגדול מכולם וככזה שמבקרים בו 30,000 איש. גם כאן מוצגים מעל ל-100 סרטים. ללא הכרעה בשאלת הגודל, זהו ללא ספק פסטיבל גדול וחשוב. בשנת 2006 אירח הפסטיבל את הוועידה הכללית של הפסטיבלים היהודיים, מה שמעיד על מרכזיותו בעולם הפסטיבלים היהודיים. המוטו של הפסטיבל הוא "גלה את היהודי בתוכך". ב-2006, בנוסף לתוכנית הרגילה, נערכה גם תוכנית מיוחדת שהוקדשה לקשר שבין המוזיקה השחורה והג'אז למוזיקה היהודית (בין השאר הוקרן שם סרט על זמר הרגאיי/היפ-הופ החרדי מתיסיהו).

פרטי התקשרות

http://www.tjff.com	tjff@tjff.ca
טלפון: + 1-416-324-8226	
פקס: + 1-416-324-8668	
Toronto Jewish Film Festival 17 Madison Avenue Toronto, Ontario Canada M5R 2S2	

מועד הגשה

פברואר

הקרן העולמית לקולנוע – גרמניה

World Cinema Fund

קרן זו פועלת במסגרת פסטיבל ברלין, אך מועדי ההגשה שלה אינם קשורים בפסטיבל. הקרן מיועדת ליוצרים מאזורים מתפתחים בעולם, שגם ישראל נכללת בהם בשל מיקומה הגיאוגרפי במזרח התיכון. עם זאת, יש לזכור שהגדרת הקרן מציינת שתמיכה ניתנת לפרויקטים מאזורים בהם "תרבות הקולנוע נמצאת בסכנה בשל משבר פוליטי או כלכלי". במובן זה, שטחי הרשות הפלשתינית עונים יותר על ההגדרה מאשר מדינת ישראל (למרות כל הקשיים. הכול יחסי). הכללים קובעים גם כי די בכך שהסרט יצולם באזור כזה, ואין הכרח שהבמאית שלו יהיה תושבת המקום. יש ליצור שותפות עם חברת הפקה או הפצה גרמנית על מנת לקבל את תמיכת הקרן, אך בקרן מדגישים שאין מדובר בקו-פרודוקציה בהכרח אלא בשותף מקומי כלשהו.

לקרן ישנם שני מסלולים: מסלול הפקה ומסלול סיוע בהפצה בגרמניה. לכל אחד מהמסלולים מועדי הגשה וטפסים שונים. התמיכה להפקה לא תעבור 50 אחוז מגובה התקציב כולו, ובכל מקרה לא תהיה גבוהה מ-100,000 יורו. התמיכה במסלול הפצה לא תהיה גבוהה מ-15,000 יורו.

http://www.berlinale.de/en/das_festival/world_cinema_fund heinen@berlinale.de	
טלפון:	+49 30 25 920 516
פקס:	+49 30 25 920 529
Berlin International Film Festival Potsdamer Straße 5 D-10785 Berlin Germany	

מועד הגשה

מרץ ואוגוסט למסלול הפקה
כל חודשיים (בחודשים זוגיים) למסלול הפצה

גופים המהווים Fiscal Sponsors – ארה"ב

כפי שהוסבר בתחילת פרק זה, קיימת בארה"ב מערכת של גופים מתווכים ונותני חסות, שמאפשרים ליחידים (וללא אזרחים) להגיש דרכם בקשה לתמיכה. הגופים מהם מבקשים יכולים להיות מוסדות לאומיים אמריקאיים, כמו הקרן לאמנויות או קרנות הדורשות שהמגיש יהיה עמותה רשומה.

גופים אלה, הידועים גם כ – status organizations (c)(3) 501 אינם מתווכים לשם רווח: אלו ארגונים שיתמכו בסרטכם אם הוא מקדם את מטרת הארגון. יחד עם זאת, הם עשויים לנכות אחוז מהתמיכה שתקבלו משלוש סיבות מרכזיות: הראשונה, שפעולות מסוג זה מאפשרות את המשך קיומם; השנייה, שהם נושאים באחריות לשימוש שקול בכסף כלפי מעניק התמיכה; השלישית, העובדה שגופים אלה מבצעים ניהול חשבונות מפקח ומבוקר של התמיכה בפרויקט שלכם, הן עבור הגוף התומך והן עבור רשויות המס האמריקאיות. אחוז הניכוי נע בדרך כלל בין 3-10 אחוזים מסכום התמיכה שתקבלו בפועל. דרך נוספת בה נוקט הארגון היא לדרוש מכם להיות חברים בו ו/או להשתתף בפעילויות שהוא מארגן.

להלן רשימה של גופים כנ"ל המהווים Fiscal Sponsor לתחומי המדיה. שימו לב כי קיימים גופים רבים נוספים. עליכם למצוא את הארגון שמטרתו מתלכדת עם נושא הסרט שלכם ושיכולות לעניין אותו.

[הרשימה המלאה נמצאת במדריך המודפס]

לאומיות וזיכרון: תוכנית טלוויזיה אחת, שלושה סיפורים היסטוריים.

תמר אשורי

המחלקה לתקשורת אוניברסיטת בן-גוריון
בית הספר לתקשורת המכללה האקדמית ספיר

* גרסה קודמת של מאמר זה התפרסמה בכתב העת **זמנים**, גיליון 95, קיץ 2006.

המאמר מבוסס על עבודת הדוקטורט של הכותבת והוא מציג את המורכבות הכרוכה בריבוי שותפי הפקה. גיוס השותפים והמימון, כפי שמסתבר, הוא רק השלב הראשון. כל שותף ניסה במקרה המתואר כאן להשפיע על צד התוכן של היצירה התיעודית וליצור את הנרטיב שנראה לו הנכון ביותר, כנגזרת של הלאום אליו הוא משתייך ושל קהל היעד המקומי.

הקדמת מערכת **זמנים**:

אחד הביטויים לעידן הגלובליזציה הוא הפקת משותפות של סרטים על ידי רשתות שידור ממדינות שונות. ניתן היה לצפות, כי הרכיבים הלאומיים המאפיינים את הסיפורים ההיסטוריים המשתקפים בסרטים המופקים במסגרת הפקות בינלאומיות, ייעלמו או יטושטשו. אולם, עיון מדוקדק באסטרטגיית הפקה זו מראה כי ההפך הוא הנכון. באמצעות ניתוח מקרה-בוחר – הפקה בינלאומית משנת 1998 על תולדות הסכסוך הישראלי-הערבי – מראה תמר אשורי כיצד הצליח כל אחד מהצוותים השותפים להפקה לעצב ולבטא היסטוריה לאומית ייחודית באמצעות אסטרטגיות קולנועיות, הדגשות, השמטות ואסוציאציות תרבותיות. עיון בגרסאות השונות של הסדרה הנחקרת מראה כי גם בעידן של "טלוויזיה גלובלית" לכל קהילה לאומית "אמת" היסטורית ייחודית, שאותה מבטאים סוכני הזיכרון שלה במדיום הטלוויזיוני העומד לרשותם.

הטלוויזיה והאומה

עד שנות השמונים של המאה העשרים, הקשר בין המדינה לבין תעשיית הטלוויזיה הפועלת בה היה ברור. בראשית דרכה של הטלוויזיה הועברו שידורים באמצעות גלי רדיו, וסרטים שודרו ונקלטו דרך אנטנות. גלי הרדיו היו ונשארו משאב לאומי ובעליו היתה מדינת הלאום. בנסיבות אלה לא התאפשרה תחרות של ממש בין רשתות טלוויזיה שונות. היעדרו של מנגנון שוק הצדיק מערך נרחב של ויסות, והרשויות המשפטיות הציבו בפני גופי השידור כללים נוקשים: שימוש בשפה הלאומית, ייצוג הולם לסקטורים שונים בחברה הלאומית, שידור סרטים שהופקו על ידי מפיקים הפועלים במדינה וכדומה. התפקיד שהוטל על תעשיית הטלוויזיה היה כפול: לשמש כמרחב פוליטי ציבורי של מדינת-הלאום ולהוות מוקד תרבותי-לאומי. אולם, מאמצע שנות השמונים הקשר ההדוק בין המדינה לבין תעשיית הטלוויזיה הפועלת בה הלך והתרופף. שתי התפתחויות מרכזיות גרמו לשינוי, האחת טכנולוגית והאחרת כלכלית. השינוי הראשון היה הופעתם של אמצעי הפצה אופטיים ודיגיטליים (בעיקר כבלים ולווין), שהפכו את תעשיית הטלוויזיה ממערכת המרוכזת סביב שידורים מקומיים לתעשייה בינלאומית או גלובלית, המוכרת "סגנונות חיים" לצרכנים על פני כדור-הארץ כולו. השינוי השני היה ניצחון הקפיטליזם בעולם המערבי, שערער את האיזון בין יוזמה ציבורית ליוזמה פרטית. השוק היווה מעתה קריטריון לקבלת החלטות ולמדידת הצלחתה של הפקה זו או אחרת.

התפתחויות אלו תרמו להקמתן של רשתות טלוויזיה רבות, שהתחרו ביניהן על אותם שווקים בדיוק. הגידול במספר הרשתות הגדיל כמובן את התחרות בין גופי השידור השונים. אולם, משמעותה של התחרות היא קהל צופים קטן יותר לכל ערוץ ועלויות הפקה גבוהות יותר עבור הגופים המשדרים. שינויים אלו אילצו את מפיקי הטלוויזיה לחשוב מחדש על שאלות מהותיות הקשורות למימון של התוכניות. יוצרים שביקשו להגדיל את תקציבי הפקה, מצאו עצמם מעורבים יותר ויותר בשיתופי פעולה עם רשתות טלוויזיה זרות.

הפקות בינלאומיות (International Co-Production)

"קו-פרודוציה בינלאומית" היא שותפות המאפשרת לגופי השידור לאחד את מאמצייהם בניסיון לגייס את התקציב הדרוש להפקת עותק מקורי בעלות מינימלית ולהתאימו אחר כך לשווקים שונים. בניגוד למוצרי צריכה אחרים (כמו משקאות קלים), או מוצרי תרבות (כמו משחקי מחשב), קו-פרודוקציות של סרטי תעודה מופקות **במשותף** על ידי גורמים ממדינות שונות. כך, למשל, כתב המפיק סטיבן סידנברג (Seidenberg) במכתב אל הפורום הישראלי לקו-פרודוקציות: "המפיק מספק את המימון, אך בה בעת הוא מצפה שתהיה לו השפעה על הגרסה הסופית של התוכנית".

העלייה הברורה במספרן ובמעמדן של קו-פרודוקציות בינלאומיות מעוררת שאלה חשובה: מהי ההשפעה של אסטרטגיה זו על תפקידה של הטלוויזיה בשיקוף, שימור והבניה של זהות לאומית ושל זיכרון לאומי? בשיח האקדמי שעוסק בסוגיה זו ניתן להבחין בשתי אסכולות. על פי הראשונה, הפקות משותפות הובילו לסטנדרטיזציה בסרטים המופקים ומכאן להיעלמות הדרגתית של מאפיינים לאומיים. החוקרת שרה טיניק (Tinik) כתבה במאמר משנת 2003: "[...] רוב הקו-פרודוקציות מכוונות להשגת צורה של אוניברסליות אשר הופכת את תכני הטלוויזיה להומוגניים, כך שנדמה שהסיפורים מתרחשים [...] ב'מדינת שומקום'". האסכולה השנייה רואה את ההפקה המשותפת כאמצעי אשר מאפשר לעמוד בפרץ הגלובליזציה. חסידיה של גישה זו מעניקים תשומת לב מיוחדת לאופן שבו אסטרטגיה כלכלית זו תורמת לשימורה של התרבות הלאומית.

יש לציין, כי גישות אלו מבוססות על שיח סוציולוגי רחב יותר העוסק בהשלכותיהם של תהליכי גלובליזציה על קהילות לאומיות. אסכולה אחת גורסת, שהאומה (והזהות הלאומית) מתפוררת ונעלמת בעקבות תהליכי הגלובליזציה.

אולם, אסכולת הגלובליזציה בגרסאותיה השונות נתקלה בהתנגדות חזקה. גם בעידן הגלובלי, שבו גבולות בין לאומיים הופכים נזילים יותר, מערכות תקשורת לא חיסלו את הגבולות הגיאוגרפיים הנשלטים על ידי מדינת הלאום. כמו כן, תהליכי הגלובליזציה

המתאפשרים הודות למערכות תקשורת חדשות אינם יוצרים בהכרח הומוגניזציה של מרחבים תרבותיים, כלכליים ופוליטיים. יצירה תרבותית נתמכת ומנוהלת לעתים קרובות על ידי ארגונים לאומיים, שמייעדים את תוצרתם לקהילה לאומית מסוימת. גם כאשר מוצר תרבותי מסוים נסחר על פני כדור-הארץ כולו, ישנן אליטות לאומיות היוצאות נגד ההשתלטות ה"אימפריאליסטית" ומתאמצות לייצר בעצמן תרבות לאומית ייחודית.

הפקות בינלאומיות של תוכניות תעודה טלוויזיוניות מהוות מעין "חור מנעול" דרכו ניתן להתבונן ביחסי הגומלין המורכבים בין הלאומי והגלובלי ולאפיין אותם. באמצעות עיון במקרה בוחן – סדרת טלוויזיה תיעודית על הסכסוך בין ישראל והערבים, שהופקה במסגרת קו-פרודוקציה בינלאומית – ניתן להראות כיצד מוצגות "היסטוריות" לאומיות ייחודיות במוצר אחד שנראה לכאורה כ"גלובלי".