

9.4 כוח המיקוח של המשתמש והשלכותיו בטווח הארוך

סביר להניח שניהול זכויות יוצרים ללא תלי, יגדיל את כוחו של המשתמש לעומת מנהל הזכויות הפרטני, עד כדי איונם של התמלוגים. על אחת כמה וכמה, אם מדובר במשתמש גדול בשוק בישראל, כגון: חברת הכבלים, הוט. ייתכן, כי התעריפים אשר יקבעו בהסכמי הרישיון בין המשתמש ליוצרים האורקוליים יהיו נמוכים יותר למשתמש מהנהוג כיום; כך שסך התמלוגים ליוצרים האורקוליים פר יצירה ילכו ויפחתו. ואולם, לכך צפויה להיות השפעה שלילית על מספר היוצרים שיהיו מוכנים ליצור, אלא אם כן, היוצרים יפוצו בהתאם בשלב הטרנס הפקתי במסגרת ההתקשרות הראשונית. תוצאה זו אינה רצויה למשתמש, כיוון שבעיקרון המשתמש מעדיף מצב בו מתקיימת זיקה חיובית בין התמלוגים ליוצר לבין הצלחת היצירה, שמתבררת רק במסגרת השימוש בה. יתירה מזאת, המשתמש, שמחזיק בידיו מפתח, לפחות חלקי, להצלחת היצירה באמצעות החלטות והעמדת משאבים לקידום היצירה, עיתוי השימוש בה וכו' לוקח על עצמו חלק מאי הוודאות של הצלחת היצירה או כישלונה ובמקרה שבו יש בידיו רישיון פרטני המשתמש יחד עם היוצר נהנים מהצלחה או נפגעים מכישלון. כאשר הרישיון שבידי המשתמש גורף, הסיכון שכרוך ביצירה הספציפית מתחלק בין יצירות הפורטפוליו שבהן הוא מחליט לעשות שימוש, כך שאמנם התשואה הממוצעת מהפורטפוליו צפויה להיות נמוכה מזו של הצלחה חריגה של יצירה ספציפית, אך במקביל רמת הסיכון צפויה להיות נמוכה יותר.

כך, ההחלטה אודות רישיון גורף מתלי לעומת החלטות בודדות אודות רישיונות פרטניים עבור כל יצירה בפורטפוליו בנפרד תהיה תחת המטריה של רמת סיכון נמוכה יותר¹³³, ולפי תורת הפורטפוליו, תוחלת התשואה מרישיון גורף צפויה להיות יעילה יותר מסכום התוחלות של תשואות הרכיבים. ברי, ששיקול הפורטפוליו רלבנטי יותר עבור משתמשים שיש להם עניין במכלול של יצירות מגוונות.

מבחינת היוצר האורקולי, תהליך היצירה כרוך בהשקעת זמן רב ומשאבים. היוצר משקיע זמן במחשבה ופיתוח היצירה אשר יכול לקחת חודשים ספורים ועד שנים. היוצר לוקח את הסיכון שהיצירה לא תופק וגם אם היא מופקת, אין זה ודאי כי ייעשה בה שימוש וכי תזכה להצלחה. ואולם, הענקת רישיון שימוש באמצעות תלי מקטין את הסיכון, עקב התועלת שתהיה ליוצר בשיווק המשותף ובכלל במינהל המשותף שעלויותיו ליוצר הבודד נמוכות מאלו שבהן הוא יישא אם הניהול והרישוי יהיה פרטני.

על כן, סביר להסיק שקיומו של ניהול קולקטיבי של זכויות יוצרים, באמצעות תלי, מצמצם את השלכות הסיכון הפרטני שבו נושאים היוצר והמשתמש לטובת שני הצדדים וכך יתמרצו היוצרים להרחיב את פעילותם היוצרת באופן שתהיה לכך השפעה על היקף ואיכות התרבות הישראלית.

ניהול זכויות היוצר יס על ידי המשתמש לא רק שאינו פותר את בעיית הא-סימטריה המובנית ביחסי יוצר – משתמש (עליה עמדנו לעיל) ולכן מוביל לחוסר אופטימיזציה של עוגת היצירה

¹³³ בהנחה של קיום שוונות משותפת חיובית בתשואות.

בכללותה, הוא גם לוקה באובדן היעילויות והיתרונות הגלומים בקיומו של הסדר ניהול זכויות יוצרים קולקטיבי כפי שתוארו לעי ל. משכך, לא ניתן לראות יתרון בולט כלשהו לצורה זו של ניהול זכויות יוצרים, בה במידה רבה, ניתן לומר כי מונצחים החסרונות הגלומים בשוק מלכתחילה.

9.5 סיכום ביניים

כמוסבר לעיל נראה, כי במסגרת הניהול הפרטני המשתמש יידרש להשקיע משאבים נוספים לעומת ההשקעה לה הוא נדרש כיום, במסגרת הניהול המשותף; וזאת, כתוצאה מהגידול הצפוי בעלויות הכינון ותחזוקת העסקאות ובעלויות המעקב והתשלום אחר השימוש ביצירות עם כלל היוצרים שצפויים במסגרת הניהול הפרטני.

כאמור, נראה, כי בתנאים של ניהול פרטני של זכויות היוצרים ביצירות המשתמשים יידרשו לנהל עד כדי אלפים ויותר של משאים ומתנים ואם מדובר בניהול מ"ום באמצעות המפיקים, המספר מתכנס לכל הפחות לעשרות; זאת, בניגוד למצב בו הם מנהלים את המשא ומתן מול גוף אחד כיום, תלי.

בנוסף, מאגר המעקב, הדיווח והתשלומים של המשתמש יהיה מורכב יותר עבור מצב של ריש יונות פרטניים ליצירה לעומת מצב בו קיים רישיון גורף שמוענק על ידי תלי; המשתמש יידרש להשקיע משאבים נוספים עבור כל יצירה מורשית למול כל יוצר בנפרד, בשונה להתנהלות מרוכזת מול גוף אחד כמו תלי.

בהנחה שהמשתמש יידרש להתנהל מול מפיק שמנהל את זכויות היוצרים שלה יצירות האורקוליות, המשתמש יידרש לשלוח לכל מפיק את רשימת השימושים של היצירות המנוהלות על ידו, ואולי אף לחשב באופן נפרד את התמלוגים המגיעים לכל יוצר ולכל יצירה בנפרד, בהתאם לרישיונות הספציפיים שבידיו.

לגידול בהשקעה האמורה עשויה להיות השפעה על גובה התמורה שהיוצר יקבל, לעומת התמורה אותה הוא מקבל כיום, או לחלופין, המשתמש יאלץ לספוג את העלויות הנוספות.

בנוסף, סביר להסיק כי קיומו של ניהול משותף מקטין את הסיכון הפרטני האמור, הן ליוצר והן למשתמש, כך שהיוצר מתומרץ להרחיב את פעילותו; וזאת, לטובת היקף ואיכות התרבות הישראלית.

10. ניהול משותף של זכויות יוצרים בעולם

מודל ניהול זכויות היוצרים המשותף של יצירות אורקוליות מתקיים ברחבי העולם במספר לא מועט של מדינות. לדוגמא, ב CISAC - ארגון הגג של חברות התמלוגים בעולם אליו תלי התקבלה כחברה מלאה בשנת 2007, רשומות 50 אגודות העוסקות בזכויות יוצרים של יצירות אורקוליות.

בנוסף, בשנת 2010 נוסדה SAA - אגודה אירופאית של יוצרים אורקוליים המאגדת את האגודות העוסקות בגביית תמלוגים בעבור שימוש ביצירות אורקוליות. אגודה זו מייצגת 24 אגודות אירופאיות מ 16 מדינות שונות אשר מייצגות יחדיו מעל 118,000 תסריטאים ובמאים. היא נוסדה על מנת לייצג את האינטרסים של התסריטאים ובמאים, כחלק מהצורך באכיפת מעמדם החוקי של תסריטאים ובמאים והצורך לקיים מערכת גביית תמלוגים הוגנת בגין שימוש ביצירותיהם של היוצרים; מערכת אשר תוכל לעקוב באופן ברור אחד השימושים ביצירות ולה בטיח שהיוצרים יתוגמלו בהתאם להצלחת יצירותיהם.

ל-SAA שתי מטרות מרכזיות:

1. הבטחת זכויות היוצרים המקוונות, בהתבסס על הכנסות המופקות באמצעות המפיץ המקוון ונגבות מהמפיץ הסופי.
2. הבטחת ניהול התמלוגים בידי אגודות האחראיות על גביה וחלוקת תמלוגי היוצרים.

ע"פ SAA, ניהול קולקטיבי של זכויות יוצרים מבטיח כי הזכויות של היוצרים ישמרו וכי תמלוגיהם יגבו; וזאת, בעת שחווה של יוצר עם מפיץ בנוגע לתמלוגי היוצר כפוף למו"מ, אשר בו בד"כ היוצר מקבל סכום קבוע, כאשר בחלק מהמדינות היוצר אינו מקבל תגמול עתידי על אף שיצירתו זוכה להצלחה.

בנוסף, ע"פ SAA הזכויות העיקריות שבגיןן מקבלים היוצרים באירופה תמלוגים הן משידור פתוח, משידור בכבלים ובלוויין מהעתקה פרטית. זכויות נוספות הקיימות בחלק מהמדינות הן השכרה והשאלה ציבורית. בחלק מהמדינות נמצאו גם פתרונות המבטיחים תשלום בגין צפייה באמצעות ה-VOD וצפייה ביצירות אונליין¹³⁴. להערכת האגודה השימוש ביצירות ב-VOD ואונליין, יגדל ויהיה אמצעי שימוש הגדול והחשוב בעתיד, ועל כן יש להיערך לשינויים הדיגיטליים הללו בשוק.

על מנת לבחון את שכיחות קיומן של אגודות לניהול משותף של זכויות יוצרים אורקוליים, כגון תלי בעולם, נבחר מדגם של מדינות אשר אפיון הכלכלי והדמוגרפי דומה בסדרי הגודל לאלה של ישראל. אמות המידה הספציפיות שנבחרו להשוואה להלן הן:

¹³⁴ וזאת, על אף שמצוין כי ברוב המדינות היוצרים עדיין אינם מקבלים תמלוגים בגין שימוש ביצירותיהם באמצעים אלו.

1. הכנסה לאומית לנפש כקריטריון סוציו-כלכלי;

2. גודל האוכלוסייה כקריטריון דמוגרפי.

בשלב הראשון בוצע סינון על בסיס הקריטריון ה סוציו-כלכלי. המבחן הכלכלי נערך על פי נתוני ההכנסה לנפש בשנת 2009. לפי הנתונים של הבנק העולמי, ההכנסה לנפש בישראל בשנת 2009 הייתה כ-25.79 אלף דולר, ישראל מדורגת במקום 34 בפרמטר זה. על בסיס נתוני ההכנסה לנפש בוצע תהליך סינון שהתבסס על פרמטר זה בלבד ובחרנו מד ינות שמדורגות במקומות 1-67 (כולל ישראל) לפי גודל ההכנסה לנפש. כך, אופן בחירת המדגם קבע את ישראל כחציון של המדגם.

בשלב השני נבחנו המדינות לפי הקריטריון הדמוגרפי ומתוך 66 המדינות הנוספות לישראל שנבחרו בשלב הראשון, נבחרו מדינות עם גודל אוכלוסייה שהיה בין מיליון עד 20 מיליון תושבים בשנת 2009. לאחר תהליך מיון זה נותרו במדגם הסופי 29 מדינות.

להלן רשימת המדינות במדגם (לפי סדר אלף בית) ונתוני ההכנסה הלאומית לנפש וגודל האוכלוסייה בשנת 2009:

מדינה	הכנסה לאומית לנפש בשנת 2009 (\$ שוטף)	גודל האוכלוסייה בשנת 2009 (אלפים)
1 אוסטרליה	46,650	8,364
2 אורוגוואי	9,010	3,344
3 אירלנד	44,280	4,450
4 אסטוניה	14,060	1,340
5 בלגיה	45,270	10,788
6 דנמרק	59,060	5,529
7 הולנד	48,460	16,531
8 הונג קונג	31,420	7,003
9 הונגריה	12,980	10,022
10 טרינידד וטובגו	16,700	1,338
11 יוון	29,040	11,283
12 כווית	43,930	2,794
13 לבנון	8,060	4,223
14 לוב	12,020	6,419
15 לטביה	12,390	2,255
16 ליטא	11,410	3,339

מדינה	הכנסה לאומית לנפש בשנת 2009 (\$ שו"ט)	גודל האוכלוסייה בשנת 2009 (אלפים)
17 נורבגיה	84,640	4,827
18 ניו זילנד	27,260	4,315
19 סינגפור	37,220	4,987
20 סלובניה	23,520	2,043
21 סלובקיה	16,130	5,418
22 עומן	17,890	2,845
23 פורטוגל	21,910	10,632
24 פינלנד	45,940	5,338
25 צ'ילה	9,470	16,970
26 צ'כיה	17,310	10,489
27 קרואטיה	13,720	4,432
28 שבדיה	48,840	9,302
29 שוויץ	65,430	7,731
חציון המדגם	23,520	5,338
ממוצע המדגם	30,131	6,495
סטית תקן במדגם	19,743	4,119
ישראל	25,790	7,441

כך, לאחר בחינת רשימת האגודות האמורות החברות ב- CISAC ובחינת רשימת האגודות החברות ב- SAA מול רשימת המדינות הנכללות במדגם נמצא כי במרבית המדינות האירופאיות שנכללו במדגם קיימות אגודות לניהול משותף של זכויות יוצרים אורקוליים שחברות ב- SAA ואו ב- CISAC ; במדינות המדגם נכללו 18 מדינות אירופאיות כאשר מתוכן ב- 13 מדינות קיימות אגודות החברות ב- SAA¹³⁵ ואו ב- CISAC¹³⁶ ¹³⁷.

¹³⁵ אוסטריה, אסטוניה, בלגיה, הולנד, סלובקיה, צ'כיה, פורטוגל, פינלנד, שבדיה ושוויץ.

¹³⁶ אירלנד, הונגריה, לטביה.

¹³⁷ מעבר לזאת קיימות מדינות נוספות שלא נכללו במדינות המדגם בהן קיימות אגודות לניהול משותף של זכויות יוצרים אורקוליים כגון : אנגליה, ארגנטינה, גרמניה, ספרד, צרפת, קנדה ועוד.


להלן טבלה המפרטת את האגודות שחברות ב-SAA, אשר עוסקות בניהול תמלוגים בגין שימושים ביצירות אורקוליות אשר נכללו במדינות המדגם:

	מדינה	שם החברה	שימושים בטיפול
1	אוסטריה	Literar-Mechana	שידור משני בכבלים, העתקה, שידור ראשוני בטלוויזיה, שימוש למטרות חינוך.
		VDFS	שידור משני בכבלים, העתקה פרטית.
2	אסטוניה	EAAL	בהתאם לזכויות שהועברו. שידור ראשוני, שידור משני בכבלים, מכירות וידאו, העתקה פרטית, VOD, Pay per View.
3	בלגיה	SACD	שידור ראשוני, שידור משני, VOD, העתקה פרטית, קלטת ריקה, ארכיון טלוויזיה, השאלה.
		SCAM	שידור ראשוני, שידור משני, VOD, העתקה פרטית, קלטת ריקה, ארכיון טלוויזיה, השאלה.
		SABAM	שידור מ שני בכבלים, העתקה פרטית, שידור ראשוני בטלוויזיה, מכירת וידאו, שידור אונליין ו-VOD, ארכיון של טלוויזיה, השאלת וידאו.
4	הולנד	LIRA	שידור משני בכבלים, מכירת וידאו, VOD, שימוש למטרות חינוך, ארכיון טלוויזיה, השאלת וידאו.
		VEVA	שידור משני בכבלים, השאלת וידאו.
5	סלובקיה	LITA	בהתאם לזכויות ולסוגי יוצרים: שידור משני בכבלים, העתקה פרטית, שידור ראשוני בטלוויזיה, מכירת וידאו, השכרת וידאו.
6	פורטוגל	SPA	שידור משני בכבלים, העתקה פרטית, שידור ראשוני בטלוויזיה, קולנוע וביצוע פומבי.
7	פינלנד	Kopioisto	שידור משני בכבלים, העתקה פרטית, שימוש למטרות חינוך, השאלת וידאו.
8	צ'כיה	DILIA	שידור משני בכבלים, העתקה פרטית, השכרת וידאו.

מדינה	שם החברה	שימושים בטיפוח
9 שוודיה	Copyswede	שידור משני בכבלים, העתקה פרטית, מכירת וידאו, שימוש למטרות חינוך.
10 שוויץ	SUISSIMAGE	שידור משני בכבלים, שידור ראשוני בטלוויזיה, VOD, שידור משני, העתקה פרטית, שימוש למטרות חינוך, השכרת וידאו, ארכיון טלוויזיה.
	SSA	שידור ראשוני, VOD, אינטרנט (שידור "פודקאסט", "סטרימינג"...) זכויות משניות, שידור משני, העתקה פרטית, קלטת ריקה, מכירת וידאו, השכרת וידאו, שימוש למטרות חינוך, ארכיון טלוויזיה.

לסיכום, לאור האמור לעיל, נראה כי קיומן של אגודות לניהול משותף של זכויות יוצרים אורקוליות, כדוגמת תלי הינו שכיח במרבית מדינות אירופה שדומות במאפיינים הכלכליים והדמוגרפיים למדינת ישראל ובנוסף, נראה כי מודל זה קיים גם במדינות נוספות שלא נכללו במדגם האמור.

ולראיה, באתי על החתום


ד"ר שמחה סדן

10/07/11

נספח א – מכתבו של שטרם שממוען לרשות ההגבלים העסקיים

דרור שטרם

עורך-דין

רמת ים 12 הרצליה פיתוח

רחוב הגיא 450, מוסב תיאל

טל: 09-9572119

25 בינואר, 2010

לכבוד

גב' יאירה פרנקל, עו"ד

רשות ההגבלים העסקיים

כנפי נשרים 22,

ירושלים

בפקס: 02-6515330

שלום רב,

הנדון: חוות דעת כלכלית לגבי פעילותה של תל"י

בהמשך לפגישתנו מיום 3 בדצמבר 2009, אני מפרט בזה את הנושאים לגביהם נוטלת על עצמה תל"י להכין חוות דעת כלכלית בבסיס לדיון בהצדקת היתר לפי חוק ההגבלים העסקיים, התשמ"ח – 1988 וזאת מבלי לגרוע מטענות אף אחד מן הצדדים ומבלי שיהיה בכך לחייב איש מהם.

הרשימה שלהלן משקפת את הבנתי וככל שברצונכם להוסיף או לגרוע הינכם מוזמנים לעשות כן. ואלה הדברים:

1. הנושא המרכזי לדיון בחוות הדעת יהיה התועלות המופקות מן ההסדר במסגרתו תלי מעניקה רישיונות שמיכה – למשתמשים, כאשר הנחת היסוד היא כי המשתמשים שומרים על התובה לשלם תמלוגים בגין זכויות היוצרים של הבמאים והתסריטאים;
2. ייבחנו כלל התועלות למשתמשים עקב הסדר תלי, לרבות חסכון בעלויות עסקה, התדיימויות ומעקב לשם כיבוד מלא של זכויות היוצרים על ידי המשתמשים; בהקשר זה תינתן הדעת גם לאופק העתידי של השימושים ביצירות חברי תלי (ולא רק למאפייני השימושים בעבר);
3. תלי מעוניינת להציג בחוות הדעת את כלל התועלות המופקות גם על ידי "ציבורים" אחרים, ובהם – ציבור בעלי הזכויות (ובהם חברי תלי) באכיפת כיבוד זכויותיהם, וכן – ה"צרכנים", דהיינו ציבור הצופים והגולשים;
4. במסגרת חוות הדעת תיבדק גם התועלת מול חלופה נטענת, במסגרתה – המפיק הוא זה שמנהל את זכויות היוצרים של הבמאים והתסריטאים – אל מול המשתמש, הן במעגל הראשון (מזמין היצירה) והן במעגל השני (משתמשים מאוחרים יותר בפלטפורמות ובצורות שונות);

5. בהקשר לסעיף 4 – ייבדק האם עלויות העיסקה של המשתמשים גדולות יותר בדפוס של הסדר מול מפיק פרטני בהשוואה לדפוס של הסכם רשיון הניתן להם מתלי.
 6. בחוות הדעת ייבדק ויוצג גם השוני הנטען בין אקו"ם לבין תלי, ככל שיימצא כי קיים כזה.
 7. כמו כן ייבדקו היבטים ספציפיים בפעולתה של תלי – לפי נקודות עליהן תצביע הרשות.
- הבנתנו היא כי בהתאם למסקנות חוות הדעת ייבדק הנושא במחלקה הכלכלית של הרשות ובהתאם למסקנות שיתגבשו יוחלט על ההמשך.
- אנו נעביר את פירוט הנקודות המוסכמות שלעיל למומחה שייבחר לשם הכנת חוות דעת כאמור.

בברכה,

ד"ר שטרס, עורך-דין

העתק:

גב' יהלומה לוי, מנכ"ל תל"י
 עו"ד אהרן נחומי, יועץ משפטי תל"י

נספח ב' - תעשיית השידורים האור-קוליים בישראל

1. כללי

תעשיית השידורים האור-קוליים בישראל כוללת ששה תאגידי שידור, שהם רוכשי התוכן האור קולי העיקריים: יס, הוט, ערוץ 10, הערוץ הראשון, קשת ורשת. הוט ויס משמשים כפלטפורמה של טלוויזיה רב ערוצית, והיתר, פרט לערוץ הראשון שהוא ערוץ ציבורי ממלכתי, מהווים זכייניות של ערוצים מסחריים.

על פי השנתון הסטטיסטי לישראל לשנת 2010, (להלן: **הלמ"ס**), בשנת 2008 היו ל-65% ממשקי הבית בישראל מנוי לטלוויזיה בכבלים או לטלוויזיה בלוויין. להערכת הוט, נכון ל-31/12/09, שוק הטלוויזיה הרב-ערוצית בישראל מונה כ-1.5 מיליון בתי אב, המהווים כ-72% מבתי האב בישראל. להערכת יס, נכון לאותו תאריך, שיעור המנויים של השידורים הרב ערוציים בישראל מוערך בכ-81% מכלל בתי האב בישראל.

על בסיס דוחותיה הכספיים של הוט, תחום שידורי הכבלים בארץ בפרט וענף התקשורת בכלל, עברו בשנים האחרונות תמורות משמעותיות, אשר באו לידי ביטוי, בין היתר, בשינויים טכנולוגיים, בהתפתחות שירותים חדשים ומגוונים, ובשינויים בדפוסי הצריכה ובהרגלי השימוש של הצרכנים. התפתחויות אלה עשויות לאפשר למתחרים חדשים וקיימים לספק שירותים תחליפים לשירותי הטלוויזיה הרב ערוצית. להערכת מפעלי הטלוויזיה הרב ערוצית הוט ויס, בשנים האחרונות ניכרת מגמה הולכת ומתחזקת של הפצת תכני שידור באמצעות פלטפורמות רחבות פס¹³⁸, הכוללת אתרי ופורטלי תוכן, בטכנולוגיית IPTV¹³⁹, כמו גם הורדה וצפייה בתכנים באמצעות רשת האינטרנט ובאמצעות הסלולר.

הוט מציינת כי, חסמי הכניסה העיקריים לתחום הינם גובה ההשקעה ברכש תכנים ו השקעות ניכרות וידע שנדרשים להקמה של תשתיות לטלביזיה רב ערוצית והתאמתן לטכנולוגיות תקשורת מתקדמות.

להלן סקירה של תאגידי השידור העיקריים הפועלים בישראל בתחום האור-קולי:

2. הוט מערכות תקשורת בע"מ¹⁴⁰

¹³⁸ אינטרנט.

¹³⁹ Internet Protocol Television.

¹⁴⁰ הנתונים נשלפו מאתר החברה <http://www.hot.net.il> ומדוח השנתי לשנת 2009.

חברת הוט מערכות תקשורת בע"מ (להלן: "הוט") מציעה למנוייה למעלה מ- 150 ערוצי תוכן דיגיטליים, שמהם עשרות ערוצים בלעדיים לחברה. בין התכנים המשודרים ללקוחות: ערוצי סדרות, סרטים, ספורט, ילדים, העשרה, חדשות, ערוצים בינלאומיים, אינטראקטיב, משחקים ועוד. חלקה של החברה בשוק הטלוויזיה הרב- ערוצית מוערך על ידה, נכון ליום 30/12/09, בכ- 62% ממספר מנויי הטלוויזיה הרב- ערוצית בישראל.

הוט משקיעה מדי שנה כ-700 מיליון ש"ח ברכישת תכנים לשידור, מתוכם מושקעים כ-150 מיליון ש"ח בהפקת סדרות ישראליות מקוריות. בשנים 2007 – 2008, הוט עשתה שימוש ביצירות של 667 חברי תלי, כ-52% מחברה¹⁴¹.

שירות VOD¹⁴² של הוט, מאפשר ללקוח גישה לספריית תוכן, שמונה למעלה מ-10,000 שעות של תכנים, לרבות תכנים מקומיים, ביניהם סדרות, סרטים, הופעות, הפקות ישראליות ועוד. שירות הוט VOD, הינו שירות המאפשר למנוי לבחור באילו תכנים לצפות, כאשר המנוי קובע ושולט באופן בלעדי בעיתוי הצפייה ובקצב בו הוא מעוניין לצפות באותם תכנים (בדומה לפעולתו של מכשיר וידאו ביתי). רכישת שירות הוט VOD כרוכה בתשלום חודשי קבוע. הצפייה בחלק מהתכנים כרוכה בתשלום נוסף (מעבר לתשלום החודשי), ובחלק הצפייה ללא תשלום נוסף. בנוסף, יכולים מנויי החברה לצפות במגוון סרטים ב- VOD MOVIES. הצפייה בסרטים כרוכה בתשלום בהתאם לתעריף הסרט שהוזמן על- ידי המנוי, אך הכניסה לשירות אינה מותנית בתשלום חודשי קבוע.

בהתאם לחוק התקשורת והוראות רישיון השידורים, מחויבת הוט לספק למנוייה ללא תשלום פרטני את הערוצים 1 ו- 33 המשודרים על- ידי רשות השידור, הערוצים המסחריים (2 ו- 10), ערוץ הכנסת, שידורי הטלוויזיה החינוכית וערוצים ייעודיים כגון: ערוץ המוסיקה, הערוץ הרוסי וכד'.

בהתאם להוראות חוק התקשורת כללי התקשורת והחלטות המועצה לשידורי כבלים ולווין, מחויבת החברה, בין היתר, להשקיע בהפקות מקומיות: תכניות טלוויזיה שהופקו לצורך שידורן בישראל, ושרוב אנשי הצוות שנטלו חלק בהפקתן ובביצועם הם תושבי ישראל המתגוררים בה דרך קבע למעט חדשות, תכניות בענייני היום, אירועי ספורט, משדרי רצף, קדימונים, משדרי מידע לציבור ופרסומות, שישודרו על- ידיה.

3. די.בי.אס. שירותי לווין (1998) בע"מ (yes)¹⁴³

די.בי.אס. שירותי לווין (1998) בע"מ (להלן: "די.בי.אס.") מספקת שידורי טלוויזיה רב ערוציים למנויים באמצעות לוויין, והיא גם מספקת שידורי לוויין דיגיטליים ושירותי טלוויזיה אינטראקטיביים. נכון ל- 31/12/09 לחברה כ-570 אלף לקוחות, אשר להערכתה, מהווים כ-38% משוק הטלוויזיה

¹⁴¹ מר אבי שמש, שם, עמ' 379.

¹⁴² Video on Demand.

¹⁴³ הנתונים נשלפו מאתר החברה ומהדוח שנתי של "בזק", החברה הישראלית לתקשורת בע"מ, לשנת 2009.

הרב ערוצית. עיקר הכנסות יס נובעות מדמי מנוי ומתשלומים נוספים שמשלמים המנויים. המתחרה הישירה של יס היא הוט.

יס משדרת למעלה מ-150 ערוצי טלוויזיה, ביניהם כ-50 ערוצי רדיו ומוסיקה ועוד מגוון רחב של ערוצים אינטראקטיביים, משחקים, ערוצי מידע (לרבות פורטלים) ועוד. חבילות הערוצים העיקריות המשווקות על ידי יס, מעבר לחבילת הבסיס, הינן חבילת הסרטים, חבילת הבידור, חבילת הילדים, חבילת המוסיקה, חבילת הספורט וחבילת המדע והטבע. חבילות ערוצים אלו פונות לקהלי יעד שונים בהתאם להרגלי הצפייה שלהם והעדפותיהם. במסגרת פעילותה יס מציעה למנוייה גם לרכוש סרטים ותוכניות במתכונת של תשלום עבור צפייה (VOD), מתוך רשימת סרטים ותוכניות מוצעת המתעדכנת מעת לעת.

יס חתמה על חוזה רכש של תוכן עם אולפני הסרטים המובילים בעולם והמפיצים המובילים בישראל. נכון ל-30/12/09, עמדו לרשות לקוחותיה 10 ערוצי סרטים, 6 מתוכם ערוצים בלעדיים. יס מציעה מגוון של סדרות במסגרת ערוצי סדרות: yes Action, yes Drama, yes Comedy, yes SCI FI, yes base ועוד. הערוצים משדרים כ-18 שעות ביממה. החברה משדרת גם ערוץ יצירה דוקומנטרית¹⁴⁴.

בנוסף לשידורי הטלוויזיה, החברה השיקה בחודש אוגוסט 2007 אתר המאפשר צפייה בתוכן ברשת האינטרנט, בשיתוף פעולה עם וואלה תקשורת בע"מ. באתר ניתנים לצפייה תכנים שונים, ביניהם עשרות סדרות ישראליות וזרות, כאשר חלק מהתכנים בתשלום.

לצורך אספקת שידוריה, יס רוכשת זכויות שידור של תכניות המיועדות לשיבוץ בערוצי תוכן וכן מפיקה, באמצעות צד ג, תכניות המיועדות לשיבוץ בערוציה (הפקות מקומיות). בנוסף, החברה נוהגת להשתתף, באופן מלא או חלקי, בהשקעה בהפקות מקור המשודרות אצלה. בתמורה להשקעתה, זכאית החברה, לעיתים, בנוסף לעצם הזכות לשדר את התוכן במסגרת שידוריה, גם לזכויות באותם תכנים, בשיעורים הקבועים בהסכמים עם המפיקים. לעיתים, יס זכאית ליתן הרשאות לשימוש בזכויות ולהשתתף בהכנסות הנובעות משימושים נוספים בתכנים מעבר לשידורם אצלה.

בנוסף, החברה מתקשרת בהסכמים לקבלת רישיונות לשידורם של ערוצים, בתמורה לתשלום שנתי קבוע או תשלום התלוי במספר המנויים לערוץ הרלבנטי. לנוכח ריבוי ספקי התוכן שמהם רוכשת יס את זכויות שידור, אין לה ספק תוכן עיקרי ואין לה תלות מהותית בספק תוכן בודד.

¹⁴⁴ <http://www.yes.co.il/YesAbout.aspx?type=about>

4. זכייניות ערוץ 2

עם עליית ערוץ 2 המסחרי לשידור, ב- 4 בנובמבר 1993, במסגרת הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו (להלן: "הרשות השנייה"), נקבעו שלוש זכייניות - "קשת", "רשת" ו"טלעד" - לעשור יחיד של שידורים, שבמסגרתו החליפו מספר פעמים בשנה את ימי השידור, כך ששמעת לעת, שתי זכייניות קיבלו שני ימי שידור, ואחת שלושה. באפריל 2005, הוחלט על ידי הרשות השנייה שרק שתי זכייניות יקבלו חוזי שידור. מתוך שלוש הזכייניות נבחרו "קשת" ו"רשת" להוביל את הערוץ במשך העשור העוקב.

4.1 קשת¹⁴⁵

במסגרת זיכיון השידור, נכון למועד כתיבת חו"ד, קשת משדרת תכנים בערוץ 2 בימים רביעי עד שבת. בשנת 2009, 50% מכלל שידוריה של קשת היו הפקות מקומיות, בהתאם לדרישת הרשות השנייה. בין התוכניות הנצפות ביותר של "קשת" ניתן למנות את האח הגדול, כוכב נולד וארץ נהדרת.

בנוסף לשידורים בערוץ 2 מפעילה החברה את ערוץ המוזיקה "ערוץ 24", הנמצא בבעלותה ואשר את חלקה בו (40%) רכשה בחודש ספטמבר 2008. 60% מהבעלות נותרו בידי חברת "מימד". בעבר הפעילה קשת גם את ערוץ "ביפ" ששודר בהוט בשנים 2000-2010.

קשת מפעילה גם את אתר האינטרנט "mako". "mako" הוא אתר תוכן ישראלי, אשר עלה לאוויר באוקטובר 2008. mako היה הראשון לשדר תוכניות בשידור חי במשך 24 שעות, במקביל לשידור בטלוויזיה. באתר ניתן לצפות בתכני הוידאו של חדשות 2 ובנוסף, בתכנים המסופקים בידי דסק חדשות עצמאי המופעל על ידי האתר.

באתר משובץ מגוון של ערוצי תוכן: (1) VOD - ספריית תוכניות קשת, תכנים קנויים כמו "קלסיקלטה", רכש מחו"ל ותוכניות מלאות של חברת החדשות כגון "אולפן שישי". (2) חדשות ערוץ 2 - ידיעות חדשותיות מחברת החדשות של ערוץ 2. (3) ערוצי תוכניות קשת - מגוון ערוצים לתוכניות קשת המשודרות בלופ, וערוצים שונים מהעולם. (4) ערוץ 24 - ערוץ המכיל את תכניו של ערוץ 24 ועוד.

¹⁴⁵ הנתונים נשלפו מאתר החברה: www.mako.co.il

4.2 רשת¹⁴⁶

במסגרת זיכיון השידור, נכון למועד כתיבת חו"ד, רשת משדרת תכנים בערוץ 2 בימים ראשון עד שלישי. בשנת 2009, 48.5% מכלל שידוריה של רשת היו הפקות מקומיות, מעל דרישת הרשות אשר חייבה את רשת ל- 40%. בין התוכניות שזכו להצלחה נמנות התוכניות הסאטיריות "משחק מכור" ו"היכל התרבות", וכן תוכניות הראיונות של יאיר לפיד ותוכנית הריקודים "רוקדים עם כוכבים". רשת משדרת גם תוכניות רכש, ובדומה לקשת, גם לרשת אתר אינטרנט¹⁴⁷, בו מוצע מגוון תכניות הזכיינית לצפייה ישירה (VOD).

5. ערוץ 10¹⁴⁸

ערוץ 10 נקלט בבתי הצופים באמצעות הוט ויס או באמצעות שידור דיגיטלי. הערוץ מועבר באופן חופשי גם באמצעות הלוויין עמוס.

חברת ישראל 10, זכיינית השידורים של ערוץ 10 החלה את שידוריה ב- 28/1/02. הערוץ מחזיק בבעלות מלאה של חברת חדשות 10, שהינה בעלת זיכיון לשידורי החדשות בערוץ וכן מפיקה עבור הערוץ תוכניות אקטואליה שונות ומספקת לשידור מהדורות חדשות.

עד לעליית ערוץ 10 לאוויר בשנת 2002, שלט בשוק ערוץ טלוויזיה מסחרי יחיד (ערוץ 2). ערוץ 10 יועד להיות ערוץ אלטרנטיבי מתחרה הן לצופים והן למפרסמים. מאז הקמת הערוץ עולה בקביעות מספר הצופים בו.

מדיניותם של מייסדי ערוץ 10 הייתה ליצור עבור הצופים חלופה לערוץ 2 ואחרים שתשפיע על היצירה המקומית, על שוק הפרסום ועל ההיצע הטלוויזיוני הקיים. השידורים כוללים את כל סוגי הז'אנרים - דרמה, תעודה, ריאליטי, בידור ועוד.

בנוסף, מחזיק הערוץ ב- 50% מהבעלות באתר נענע 10¹⁴⁹, בשותפות עם חברת נטוויז. אתר נענע 10 משמש כאתר הבית של ערוץ 10 ושל חדשות 10 ומאגד בתוכו אתרים מיוחדים לתוכניות השונות. בד בבד הפורטל מציע תוכן מקורי מגוון בתחומים כגון בידור, משחקים, מחשבים, ספורט וכולל גם את אתר הבלוגים - ישראלבлог. היצע הויד יאו הנרחב מהווה את אחד מעוגני

¹⁴⁶ הנתונים נשלפו מאתר החברה : <http://reshet.ynet.co.il/Main/>

¹⁴⁷ reshet.ynet.co.il

¹⁴⁸ הנתונים נשלפו מאתר חברת המידע Bdicoface :

http://www.bdicoface.co.il/CompanyTextProfile_HEB/3_3_0/%D7%A9%D7%A8%D7%90%D7%9C%2010%D7%91%D7%A2%D7%9E.%20%D7%A2%D7%A8%D7%95%D7%A5%201010tv.nana10.co.il

¹⁴⁹ [10tv.nana10.co.il](http://www.bdicoface.co.il/CompanyTextProfile_HEB/3_3_0/%D7%A9%D7%A8%D7%90%D7%9C%2010%D7%91%D7%A2%D7%9E.%20%D7%A2%D7%A8%D7%95%D7%A5%201010tv.nana10.co.il)

הפעילות המרכזיים של האתר. כמו כן, האתר מציע את תוכניות ערוץ 10 וחדשות 10 לצפייה בשידור חי וב-VOD.

6. הערוץ הראשון¹⁵⁰

הערוץ הראשון פועל במסגרת רשות השידור, שהינה רשות ממלכתית הפועלת מתוקף חוק רשות השידור שנחקק בשנת 1965 ומאפשר שידור ציבורי ממלכתי. רשות השידור מפעילה גם את ערוץ 33 ואת ערוץ הכנסת, מספר תחנות רדיו כדוגמת רשת ב' ורשת ג', ואתר אינטרנט בו ניתן לצפות בשידור הערוץ הראשון.

ע"פ חוק רשות השידור תפקיד רשות השידור הוא:

1. לשדר תכניות חינוך, בידור ואינפורמציה בשטחי המדיניות, החברה, הכלכלה והמשק, התרבות, המדע והאומנות, במגמה:

- לשקף את חיי המדינה, מאבקה, יצירתה והישגיה;
- לטפח אזרחות טובה;
- לחזק את הקשר עם המורשת היהודית ועם ערכיה ולהעמיק את ידיעתה;
- לשקף את חייהם ונכסי תרבותם של כל שבטי העם מהארצות השונות;
- להרחיב השכלה ולהפיץ דעת;
- לשקף את חיי היהודים בתפוצות הגולה;
- לקדם את מטרות החינוך הממלכתי כמתואר בחוק החינוך הממלכתי תשי"ג – 1953;

2. לקדם את היצירה הערבית והישראלית;

3. לקיים שידורים בשפה הערבית לצרכיה של האוכלוסייה הדוברת ערבית ושידורים

לקידום ההבנה והשלום עם המדינות השכנות בהתאם למגמות היסוד של המדינה;

4. לקיים שידורים ליהודי התפוצות;

5. לקיים שידורים לחוץ לארץ.

מימון רשות השידור, שתקציבה מוערך בכ-800 מליון ₪ לשנה, נעשה באמצעות גביית אגרת הרדיו והטלוויזיה, נכון לשנת 2011 אגרת הטלוויזיה הינה 379 ₪ לשנה בעבור כל מקלט טלוויזיה ו-179 ₪ אגרת רדיו בעבור כל מקלט רדיו.

¹⁵⁰ הנתונים נשלפו מחוק רשות השידור תשכ"ה-1965 ומאתר ויקיפדיה בכתובת: http://he.wikipedia.org/wiki/%D7%A8%D7%A9%D7%95%D7%AA_%D7%94%D7%A9%D7%99%D7%93%D7%95%D7%A8

7. סיכום ומסקנות

לסיכום, נספח זה סקר את ששת רוכשי התוכן המרכזיים בשוק השידורים בישראל, אשר בנוסף לשידור בטלוויזיה, מפעילים שירותי תוכן בהזמנה ואתרי אינטרנט, שמציעים ספריות תוכן הכוללות מגוון יצירות לגולשים. כאמור בפרק 4, הריכוזיות, המתבטאת במספר הנמוך של רוכשי התוכן ויותר מזה בהתפלגות הלא אחידה ביניהם, תורמת לכוח המיקוח העדיף של המשתמשים מול היוצר הבודד, כחלק מהא-סימטריה הקיימת בניהם.



ייצור יצירה אורקולית – תהליך הסתברויות וסיכונים

1. מבוא

התבקשתי על ידי תל"י - חברת התמלוגים של יוצרי הקולנוע והטלוויזיה בישראל בע"מ (להלן: תל"י), לבחון את שרשרת היצור של היצירה האורקולית, התשומות שמשקיעים היוצרים ביצירתה, והיקף פעילות חברות הטלוויזיה השונות העומדות מולה, ולהעריך את הסתברות הגעת היצירה לשידור והסיכון הכרוך בכך ליוצר.

בדיקתי מבוססת על ניסיוני המקצועי בתחום הכלכלה, על היכרותי עם שוקי הטלוויזיה ועל מידע, מצגים והסברים שקיבלתי במהלך עבודתי ממנהלים ומעובדים של תל"י, מתסריטאים ובימאים חברי תל"י וכן מידע ונתונים שנאספו על ידי באופן עצמאי.

2. שרשרת היצור של יצירה אורקולית: מהיוצר ועד לצרכן הישראלי

יצירה אורקולית (בלשון השוק "יצירה אודיו-ויזואלית" או "תוכן") משלבת את יכולותיהם היצירתיות של יוצרים שונים המשלימים זה את יצירתו של זה.

התסריטאי והבימאי נחשבים ליוצרים הראשיים של היצירה האורקולית. התסריטאי הוא היוצר המפתח את היצירה "יש מאין", מהדף הריק אל התסריט המהווה את הבסיס ליצירה האורקולית. הבימאי יוצר את כל התשתית האמנותית: זווית הצילום, התאורה, בחירת והדרת השחקנים, פס הקול, בחירת המיקומים ועיצוב התפאורה, ומביא להגשמה ומימוש החזון הרעיוני של התסריט. כל זאת, תוך מימוש תפיסתו הטקסטואלית והויזואלית כבימאי.

יצירה יכולה להיות ישראלית (להלן "יצירה ישראלית" או "תוכן ישראלי") או זרה (להלן "תוכן זר") והיא תסווג על פי ז'אנר (סוגה) מסוים כגון: דרמה; דרמה יומית (טלנובלה); שעשועונים; סרטים; סרטי טלוויזיה; תוכניות ילדים; משדרי ספורט; סדרות דוקומנטריות ועוד.

המפיק הוא חוליה מקשרת בין היוצרים - לפלטפורמה עליה תוצג היצירה - הגורם המשדר, וזאת בין כיצירה בודדת העומדת בפני עצמה, ובין כחלק מערוץ שידור שלם המופק על ידו ומשודר לצרכן או

הר אדר ת.ד. 159, מיקוד 90836 | merav@beeriec.com
טלפון: 02-5346206 | נייד: 052-6947474 | פקס: 153-2-5340679



כחלק מחבילת ערוצים. המפיק מתקשר מצד אחד עם היוצרים, ומן הצד השני עם מפיק ערוץ או עם הגורם המסדר על גבי הפלטפורמה המשדרת הרלוונטית (HOT, YES) זכייני הטלוויזיה המסחרית - קשת ורשת, ערוצים ייעודיים, רשות השידור וכיוצא בזה.¹

לצד יצירות המופקות בישראל (להלן: "יצירה מקומית" או "תוכן ישראלי"), קיימות יצירות המופקות בחו"ל (להלן: "יצירה זרה" או "תוכן זר"). אלה נרכשות בישראל על ידי מפיקים, ערוצים או הפלטפורמות הרב ערוציות.

הפלטפורמות המשדרות תוכן לצפייה – פלטפורמות התקשורת העיקרית המעבירה נכון להיום תכנים אורקוליים היא פלטפורמת הטלוויזיה, על שלל ערוציה וחבילותיה. לצדה קיימות פלטפורמות תקשורת נוספות כגון: ספריות וידאו, אינטרנט, טלפון סלולרי. התפתחויות טכנולוגיות מאשרות ויאפשרו העברת תכנים אורקוליים בהיקפים הולכים וגדלים על גבי פלטפורמות אלה.

HOT המשווקת VOD (Video On Demand) גובה, בנוסף לדמי המנוי על חבילות ערוצים - גם תשלום לפי צפייה ביצירה אודיו-ויזואלית ספציפית (PPV- Pay Per View) או תשלום כולל עבור גישה לספרייה הכוללת יצירות אודיו-ויזואליות (מנוי לסיפריה) Subscription Video on Demand (SVOD) – אשר המנוי יכול להוריד או לצפות ביצירות אודיו-ויזואליות שונות עם או בלי תשלום נוסף.

באינטרנט ניתן למצוא מודלים שונים של תמחור צפייה בתוכן, מצפייה "חינמית" תוך חשיפה לפרסומות ועד לצפייה בתשלום.

תוכן ארה בערוץ - במידה והתוכן מופק לצורך שילובו בערוץ ניה, הוא יארז עם תכנים נוספים שנבחרו בהתאם לו, יבנה לוח משדרים, הערוץ ימוג וימוג בהתאם ליעודו ודרך שיווקו של אותו ערוץ ספציפי, תוך הוספת קטעי קישור וקדימונים, ויימכר או ישודר כערוץ המוגמר בזמנים קבועים מראש. כך יכול להופיע תוכן דומה, למשל אותו הסרט, יופיע בשני ערוצים שונים הפונים כל אחד לחתך אוכלוסיה שונה.

בישראל, שני הערוצים המסחריים המרכזיים, ערוץ 2 וערוץ 10, בדומה לערוץ הממלכתי (ערוץ 1) פונים למכנה המשותף הגדול ביותר של האוכלוסייה (ערוצי ה-Broadcast). ערוצים אלה (להלן "ערוצים מסחריים"), זוכים לרוב לאחוזי צפייה (רייטינג) גבוהים. לעומתם, הערוצים המיועדים להעברה כחבילת ערוצים על גבי פלטפורמת הטלוויזיה רב ערוצית, הם ערוצים מפולחי קהל, הפונים בדרך כלל לאוכלוסיה ספציפית, שכן הם בנויים על תכנים בעלי מכנה משותף בתחום צר יותר ומוגדר (כגון: ערוצי ילדים, אומנות, ספורט, רוס, מוזיקה וכד'). ערוצים אלה (המכונים ערוצי ה-

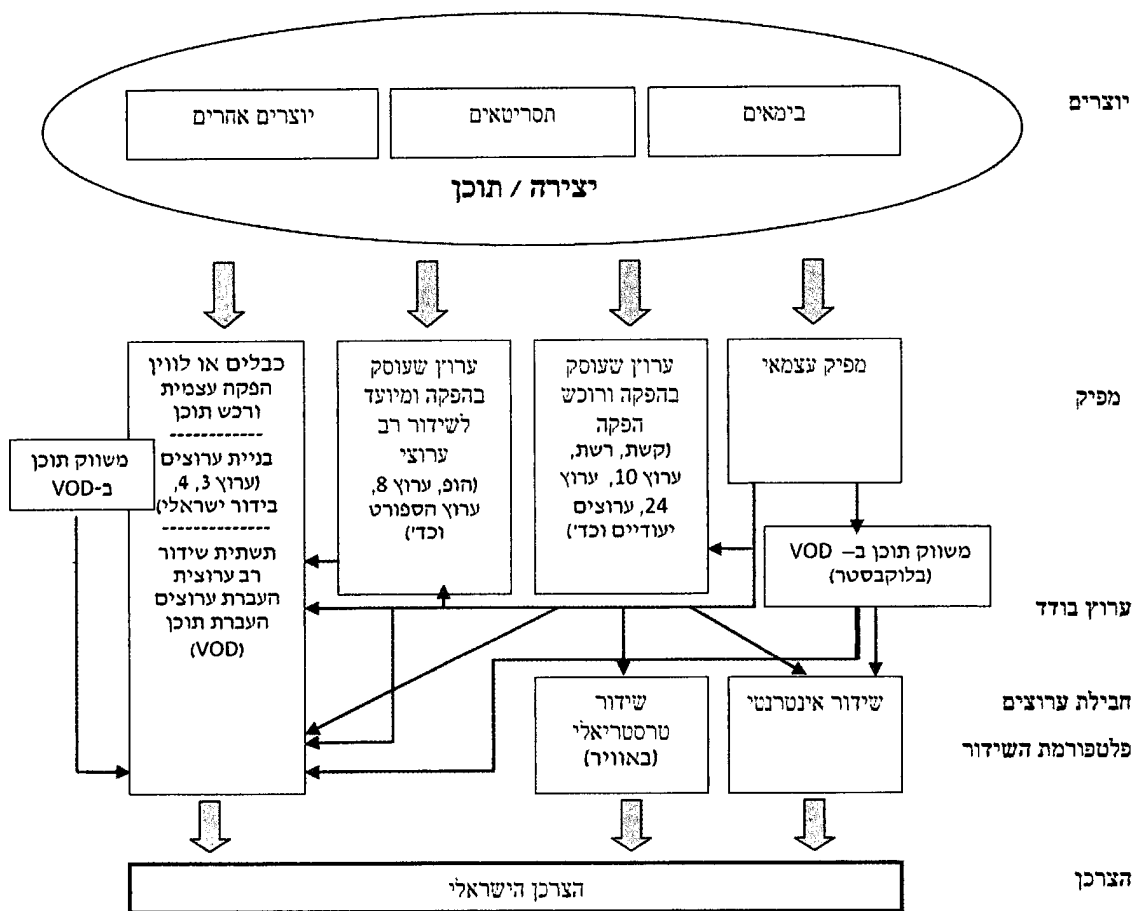
¹ לעתים המפיק הוא הפלטפורמה המשדרת עצמה, דהיינו פלטפורמות אלה גם רוכשות אך לעתים גם מפיקות בעצמן תכנים וחלקן – גם ערוצים.



Narrowcast לחלן "ערוצי נישא" זוכים בדרך כלל לאחוזי צפייה נמוכים במדידה לפי ערוץ בודד, אך אחוזי צפייה גבוהים כמכלול צפייה בכלל חבילות הערוצים המשוקות לבית אב.

ציור 1

תאור סכמטי של שרשרת ייצור ושידור היצירה





טלוויזיה רב ערוצית - צרכני ערוצי הנישה הם חברות הטלוויזיה הרב-ערוצית, YES ו-HOT, המשבצות את הערוץ כחלק מחבילות הערוצים שהן מציעות למנויים. החברות עוסקות ביצירת חבילות והפצתן.

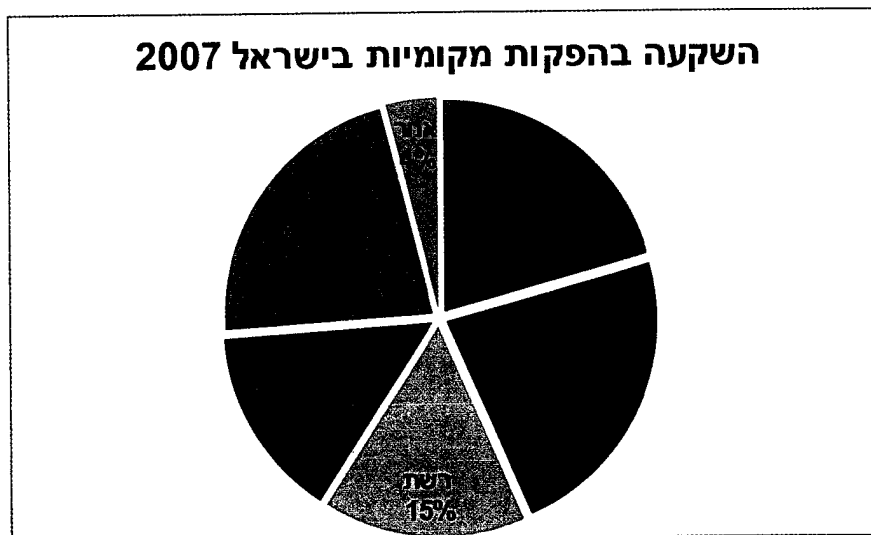
בישראל מודל התמחור של הטלוויזיה הרב ערוצית בנוי כיום על דמי מנוי חודשיים לחבילת ערוצים. זאת לעומת הערוצים המסחריים בהם מודל התמחור מושתת על פרסומות. עבור שירותי ה-VOD קיים מודל תמחור משולב של דמי מנוי ותשלום לפי צפייה.

תופעה נפוצה בישראל היא כי מפיקי הערוץ עוסקים גם בהפקת תוכן, מפיקים את התוכן הישראלי, רוכשים את החומר הזר ואורזים את הכל בערוץ. לעיתים פועלת חברת הטלוויזיה הרב ערוצית גם בחוליה זו, משמשת כמפיקת התוכן וכאורזת של הערוץ. כך פועלת HOT בכובעה כחברת הפקה בייצור מספר ערוצים בהם למשל ערוץ "HOT 3".

3. היקף פעילות הפלטפורמות הטלוויזיונית השונות

היקף פעילות הפלטפורמות הטלוויזיוניות בהקשר של תל"י קשור בעיקר לרכש הפקות מקור. לפיכך בחנתי את היקף ההשקעת המשדרים בהפקות:

גרף - 1





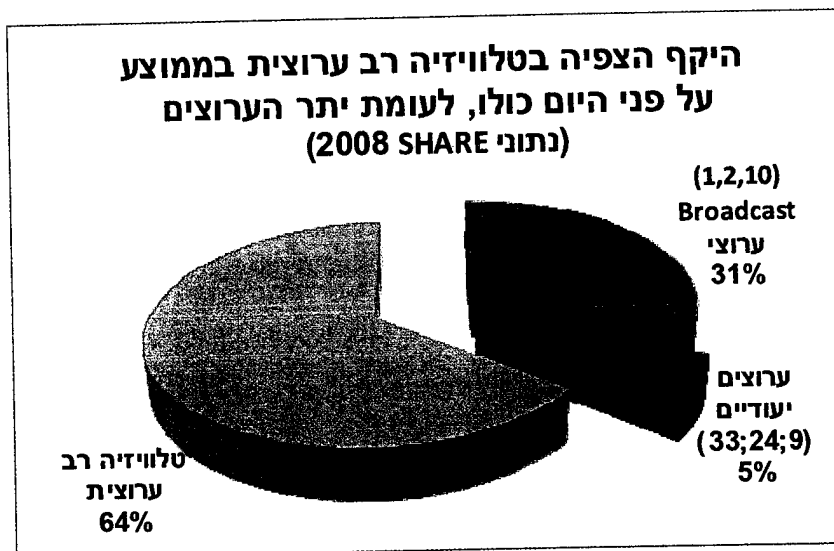
טבלת 1 - פירוט ההשקעה

השקעה בהפקות המקור - שנת 2007 - במיליוני ₪			
ערוץ 10	144	21%	עמ' 84 דוח הרשות השניה 2007
קשת	159	23%	עמ' 58 דוח הרשות השניה 2007
רשת	109	16%	עמ' 58 דוח הרשות השניה 2008
YES	103	15%	עמ' 112 דוח המועצה לשידורי כבלים ולווין 2007
HOT	154	22%	עמ' 91 דוח המועצה לשידורי כבלים ולווין 2008
אחר	28	4%	הערכה
סה"כ	697	100%	

כיוון שהכנסות הפלטפורמות נוונות בסופו של יום מאטרקטיביות התכנים אותן הן משדרות, בחנתי גם את הרייטינג הממוצע שמצליחות להשיג הפלטפורמות. בבחינת הרייטינג של הערוצים השונים לאורך שעות היום עולה כי הערוצים המסחריים בעלי רייטינג, בממוצע יומי, גבוה מכל אחד מהערוצי הנישה לחוד. הסתכלות על מכלול ערוצי הנישה, המרכיבים את השירות הרב ערוצי של HOT או YES (למעט ערוצים יעודיים וערוצים מסחריים המשתמשים בתשתיות להעברה) מגלה כי הרייטינג בהם גבוה מהרייטינג של כל אחד מהערוצים המסחריים לחוד, ואף גדול יותר מסך הרייטינג בערוצים המסחריים גם יחד.

גרף 2

חלוקת הצפייה בערוצים השונים על פני היום כולו



בעולם וגם בישראל קיימת מגמת מעבר מערוצי הברודקסט לערוצי נישה וגידול בצפייה האינדיווידואלית.



4. הפקת יצירה

ייחודן של היצירות, בשונה ממוצרים אחרים, הוא בזה שאף אחת מהן אינה זהה לקודמתה, ובכל אחת מושקעת מחשבה ויצירתיות החיוניים כדי לשמש את מקור האטרקטיביות שלה. קיים מגוון גדול של יצירות מסוגות שונות. לכל סוגה קווים ומוטיבים המאחדים את היצירות המסוגות אליה, אך גם היצירות באותה הסוגה מבדלות זו מזו.

ניתוח המאפיינים הכלכליים של תהליך היווצרות היצירה (Innovation או החדשנות) מהרעיון ועד לסיום הפקתה, בין שהובאה לשידור ובין אם נגנזה, מניב מספר תובנות מרכזיות:

4.1. שרשרת ייצור היצירה

את התהליך שעובר היוצר עד להשלמת הפקת יצירה, ניתן לתאר בצורה סכמטית כבנוי מ-4 שלבים: תקופת הדגירה "יצור הרעיון והתפיסה"; התקשרות ראשונית ופיתוח; התקשרות סופית והפקה; שידור היצירה. לעיתים היוצר מוזמן על ידי הערוץ (להלן "יוצר מוזמן" או "יצירה מוזמנת"), ומתבקש לפתח יצירה ב'אנר מסוים ופעמים רבות היוצר הוא היוזם של רעיון היצירה והוא מנסה לעניין בה מפיקים עצמאיים או ערוצים העוסקים בהפקה (להלן: "יוצר יוזם").

תקופת הדגירה "יצור הרעיון והתפיסה" – ליוצר יוזם, בין אם תסריטאי או בימאי, קיימת תקופת דגירה ארוכה בה עולה רעיון ליצירה והוא מפתח את התפיסה, אופן הטיפול ברעיון והמבנה של היצירה המוצעת. לדברי יוצרים שונים תקופת הדגירה היא ממושכת, ויכולה לנוע בין חודשים ספורים ועד למספר שנים. שלב זה הוא משמעותי ביותר ומשליך על איכותה של היצירה העתידית. בסופה, כאשר מתגבש הרעיון, מעלה אותו היוצר על הכתב כתמצית של נושא היצירה ועלילתה הכללית (סינופסיס). בתקופה זו עדיין אין כל מימון ליוצר עבור הזמן אותו הוא משקיע ביצירה.

ניתן לדמות תקופה זו למחקר ופיתוח ראשוני של מוצר שלעיתים (בהסתברות נמוכה) מביא לפריצת דרך ולעיתים עולה בתוהו. מובן שאין אחידות בנושא זה ולרוב על כל יצירה שנשאה פרי ישנן יצירות שאף שהיוצר משקיע בהן זמן רב, מחשבה ועבודה – הן אינן מגיעות ל"קו הייצור".

גם ליוצר מוזמן קיימת תקופת דגירה, אם כי פחותה, שכן לעיתים הרעיון המוצג לו בתחילת התהליך הוא כללי ביותר.

התקשרות ראשונית עם מפיק או גורם תומך – היה ובסיום תקופת הדגירה יש בידי היוצר סינופסיס, הראוי לדעתו, ינסה היוצר לעניין מפיק ביצירה או לקבל מימון לפיתוחה. משיחות שערכתי ומנתונים שאספתי עולה כי, ההסתברות להיענות חיובית מצד מפיק עצמאי או מפיק של ערוץ, נמוכה ביותר (כ-10%). ככל שמדובר ביוצר חדש ההסתברות כי מפיק ערוץ יתקשר איתו נמוכה עוד יותר. גם מימון מקרנות התומכות ביצירה המקומית מתקבל בהסתברות נמוכה.



במקרה בו מדובר ב"יצירה מוזמנת" ההסתברות שההתקשרות הראשונית עם היוצר תגיע לידי הפקה בפועל היא גבוהה יותר, אם כי לא מובטחת כלל. גם במקרה זה על היוצר לפתח לעיתים מספר רעיונות לצורך ההתקשרות הראשונית.

ניתן לסכם ולומר כי מרגע תחילת היצירה ועד להתקשרות הראשונית "ייצור" היצירה מאופיין בעלות "זמן" גבוהה, אותה נושא היוצר על גבו לבדו, ובהסתברות הצלחה ראשונית נמוכה, המורכבת ראשית מביקורת עצמית ואחר כך מביקורת המפיק או הגוף התומך, כאשר גם בסיכון זה נושא היוצר לבדו.

המשוואה הבאה מציגה את עלות הסיכון שלוקח על עצמו היוצר בשלב הראשוני של היצירה:

$$FC * (1 - p_s) * (1 - p_i)$$

FC - עלות הזמן של היוצר היצירה עד להגשה למימון ראשוני;

p_s - ההסתברות כי היצירה תעבור את הביקורת העצמית של היוצר;

p_i - ההסתברות כי תתבצע התקשרות ראשונית עם מפיק או גורם תומך.

מהרגע בו בוצעה ההתקשרות הראשונית אין שוני מהותי בתהליך שעובר יוצר יוזם או יצירה שהוזמנה.

שלב הפיתוח – לאחר התקשרות עם מפיק או ערוץ, או לחלופין קבלת תמיכה לפיתוח, עוסק היוצר בפיתוח הרעיון (סינופסיס) לכדי תסריט מפורט של סרט או פיתוח פרקי סדרה. במקרה של סדרה, מדובר גם בפיתוח מסמך הנקרא "בייבל" המהווה כשמו את "התנ"ך" של הסדרה, וכולל פירוט של הדמויות וקווי העלילה.

שלב זה מאופיין בהשקעה רבה של היוצר המתבטאת בתקופות היכולות להגיע לשנתיים. בנוסף קיימות לעיתים תקופות המתנה ארוכות לאישור סופי של הפרוייקט.

בשלב זה נושא היוצר על פי רוב במרבית הסיכון, שכן המימון הניתן לו הוא חלקי ביותר.

בסיום שלב הפיתוח יוחלט האם להפיק את היצירה הספציפית, האם לנסות לפתח יצירה חלופית עם היוצר הספציפי, או לפנות לכיוונים אחרים. גם כאן קיימת הסתברות גבוהה כי היצירה לא תופק בסופו של דבר מסיבות שונות.

מנתוני הקרן החדשה לקולנוע העוסקת בתמיכה בפרויקטים דוקומנטריים עולה כי אחוזי הסיכון / סיכוי של יוצר להגיע למימוש יצירתו בסיום שלב זה (לאחר שצלח את השלב הראשון) נמוכים ביותר (ניתן להעריכם אף כנמוכים מ-10%). כך, מתוך 230 פרויקטים שהוגשו למסלול הפקה (מסלול הפקה מיועד ליוצר המגיש תסריט ומוכן ליציאה לצילומים) ולמסלול השלמה (מסלול השלמה מיועד ליוצר



שסיים לצלם את הסרט ונמצא בשלב העריכה ויתכן ודרושים עוד מספר ימי צילומים) התקבלו לתמיכה כ- 15 בלבד (המהווים כ-6.5%).

נתונים שנמסרו לי על ידי יוצרים ועל ידי אנשי רכש והפקה לשעבר (כאלה שבפועל עסקו ב"סינון" היצירות ובהחלטה אילו יצירות יעברו לפיתוח, אילו להפקה ומה יגנו) עולה כי ההסתברות שיצירה תפותח היא כ- 10% וכי אם וככל ופותחה הסיכוי שהיא תעבור לשלב ההפקה הוא כ- 1:4 (25%)² כלומר הסיכוי שיצירה שנוצרה תגיע עד לשלב ההפקה מוערך כ- 2.5%, שהוא שיעור נמוך ביותר.

בתחילת שלב הפיתוח, יחתמו בדרך כלל המפיק והיוצר על הסכם פיתוח, כנגד ההסכם שחותמת הפלטפורמה עם המפיק. לעיתים יקבעו בהסכם זה עקרונות כלליים להמשך התקשרות במידה ותעשה. הסכום הכספי הנמוך שמסכים היוצר לקבל בשלב זה ממשיך את רצונו להיכנס לתהליך הפיתוח של היצירה כמעט "בכל מחיר". ככל שהשקיע יותר בשלב פיתוח הרעיון, כך גדול יותר רצונו שזה יבוא לידי מימוש. כך כבר בשלב זה נוצר כשל, דווקא זה שהשקיע יותר הוא זה שמוכן להתפשר על "פחות". הא-סימטריה, בשלב זה, מביאה לעמדת מיקוח נחותה בהרבה של היוצר.

אם כך ניתן לסכם את הסיכון והעלות שלוקח על עצמו היוצר בשלב הראשוני ובשלב השני של הפיתוח, על ידי המשוואה הבאה:

$$FC_1 * (1 - p_s) * (1 - p_1) + S * [FC_2 * (1 - p_2)]$$

$\underbrace{\hspace{10em}}$

שלב הרעיון

$\underbrace{\hspace{10em}}$

שלב הפיתוח

S - החלק של היוצר במימון שלב זה;

FC_2 - עלות הזמן של פיתוח היצירה משלב ההתקשרות עם המפיק ועד לשלב ההפקה;

P_2 - ההסתברות כי היצירה תופק בסופו של דבר.

שלב ההפקה - ברגע שנפלה ההחלטה להפיק את היצירה, הבימאי והתסריטאי יקבלו שכר, כל אחד, על עבודתו. יתר הכנסותיהם יהיו רק במידה ותשודר היצירה.

ככלל, כמו בתחילת תהליך היצירה כך גם במעבר משלב הפיתוח לשלב ההפקה כוח המיקוח של היוצר נחות במידה משמעותית מזה של המפיק והפלטפורמה; היוצר כבר השקיע זמן, עבודה וכסף בתהליך. הוא מחוייב לו ויותר מכל מעוניין בהגשמתו ומימושו.

² נתונים אלה הם ממוצע ההסתברויות כפי שעלו בפני. כמובן שקיימת שונות בין סוגי הז'אנרים, והאם מדובר ביוצר ידוע או אנונימי.



יתירה מכך, אי הודאות וההשלכות המקצועיות והכלכליות במקרה בו יוותר בסופו של דבר ללא הסכם מביאות את היוצר לעתים למצב הגובל למעשה בהתבטלות וכניעה בפני המפיק והפלטפורמה ובלבד שהחזון איתנו החל את הדרך יקרום עור וגידים ויצא לפועל.

יש לציין כי גם בשלב ההפקה ובסיומה אין ערובה כי היצירה תשודר.³ כך ש"הרווח" משידורה או כל שימוש אחר בה אינו מובטח.

במצב זה של חוסר וודאות מתבקש, כלכלית, מנגנון של תשלום דמי רישיון ליוצר לפי הצלחת היצירה – דהיינו כמות השידורים שלה בעתיד.

במידה והופצה היצירה או שודרה, העלות השולית של שיכפול או שידור עותק נוסף הינה נמוכה ביותר, זניחה לעומת ההשקעה הקבועה ביצירת היצירה.

חישוב סך ההסתברויות לאורך הדרך כולה עבור יוצר "ממוצע" מביא להסתברות הצלחה נמוכה. יוצר יגיש סינופסיס לאחר שיצר וזרק טיוטות רבות, יתקבל ל"פיתוח" בהסתברות של כ- 10%, יתקבל להפקה בהסתברות של כ- 25% נוספים, ולבסוף יועלה לשידור בהסתברות של כ- 80%.

מכפלת ההסתברויות היא:

$$2\% = 80\% * 25\% * 10\%$$

והסתברות נמוכה זו, 2%, אינה לוקחת בחשבון את אותן יצירות שלא הגיש כלל היוצר בשל העובדה שפסלן בעצמו ולפסילה כזו יש תכלית ברורה – יצירת מותג בעל מוניטין אישי איכותי.

העלות השקועה, וההסתברות הנמוכה, מבהירים את הקושי וחוסר הודאות בה נמצא היוצר ואת תלותו בפלטפורמת השידור אשר תחליט האם יצירתו תצא אל האור.

בנוסף קיים מרכיב לא מבוטל של האקראיות בתהליך: ההגעה לשידור תקרה והתהליך יצליח רק כתוצאה ממפגש טעמים ספציפי. כך למשל חילופי גברי בפלטפורמות השידור יכולים להביא להפסקת פיתוח או אף הפקה, בשל שינוי בטעמיו של אחד הצדדים. זאת בשוני מובהק וחד מעולם המוצרים המוחשיים הרגילים.

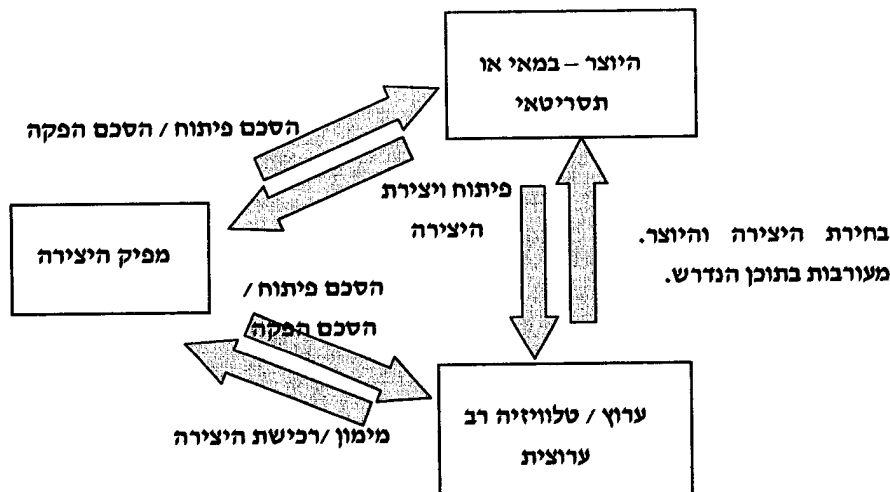
³ נושאים פוליטיים לאחר חילוף שלטון, נושאים שהיו במרכז ההתעניינות אך עד שנעשה הסרט אבדו מהרלוונטיות שלהם.



להלן סכמה של מכלול ההתקשרויות בין יוצר, מפיק תוכן, ומפיק ערוץ / פלטפורמת שידור.

ציור 2

מערכת הקשרים וההתקשרויות



4.2. בזמן ההתקשרות היוצר נמצא בעמדת חולשה מול המפיק והפלטפורמה

בנקודת הזמן בה מגיע היוצר אל מפיק (שבדרך כלל הינו חלק מערוץ או פלטפורמת שידור) רצונו של היוצר הוא להיות בין "הזוכים" לקבל מימון, גם אם חלקי, לצורך פיתוח היצירה.

למעשה המפיק מצוי בתווך בין היוצר למשתמש, כשעיקר האינטרס הכלכלי שלו מצוי בצד של המשתמש – גוף השידור הטלוויזיוני (המכונה גם "פלטפורמה" משום בעלותו בתשתית), המספק לו את פרנסתו על ידי הזמנת הפקות ממנו. התלות של המפיק במשתמש נובעת בין היתר מכך שחלק מהותי מחובת הפקות המקור (עד 50%) החלות על המשתמש (הפלטפורמה) יכול המשתמש לבצע בעצמו. בפועל המשתמשים מפיקים בעצמן עד למגבלה הרגולטורית (כ-50%).

יש לזכור כי היוצר מגיע לאחר שהשקיע זמן רב ומשאבים, ודחיית יצירתו משמעה כי כל עבודתו ירדה לטמיון. אמנם קיימות בפני היוצר אפשרויות לפנות לכמה צרכני תכנים אולם יש לזכור כי ב"שוק התקשורת" על שלל ערוציו, שולטים גופים מעטים.

בנוסף, בזמן ההתקשרות, היוצר, אינו יודע את ההסתברויות של הפקת יצירתו, שידורה והמאמץ שיעשה בקידומה. לשני הצדדים קיימת אי ודאות בהקשר להצלחת היצירה בעתיד, התלויה בהם גם יחד, ולמה יהיו השימושים העתידיים שניתן יהיה לעשות ביצירה לאורך חייה, גם לאור הצלחתה וגם



לאור השינויים הטכנולוגיים הדרמטיים המתחוללים בשוקי התקשורת. כל אלה מביאים הן לחוסר ודאות לצדדים אך גם לא-סימטריה במידע בין הפלטפורמה, המפיק והיוצר.

סוג כזה של "פרוייקט", מיזם משותף, יכול להצליח רק אם שני הצדדים מאמינים בו, ורוצים בהצלחתו. היוצר שולט על חלקו, ומבקש להביע עצמו ביצירה, להיות מוערך בתחומו. פלטפורמת השידורים מבקשת למקסם את תועלתה הכלכלית מהיצירה המופקת, ובידה להחליט באיזה ערוץ לשבצה, באיזה שעות, והאם לקדמה באמצעי קידום מכירות כגון פרסום לתוכנית, השקה של סידרה וכד'.

קיימת תלות הדדית בהצלחת היצירה, שני הצדדים שותפים להצלחתה העתידית או יפגעו מאי הצלחתה. זהו מהותו של מיזם משותף, וזה מהות הקשר הנדרש בין ההכנסה העתידית ממנו, ודמי הרישיון שיקבל היוצר.

לאור כל זאת, התחייבות חוזית בין המפיק ליצר, הנעשית בנקודת הזמן של תחילת ההפקה, אינה יכולה לשקף נכונה, מהפן הכלכלי, את מארג היחסים ולתת מענה מספק לתמורה המגיעה ליצר לאורך זמן, ואינה יכולה להביא לשווי משקל יעיל של "ייצור" יצירות שיענה על הצרכים החברתיים והכלכליים גם יחד.

מנגנון דמי הרישיון מנסה לתת מענה לסוגיית חוסר הוודאות המאפיינת באופן מובהק תחום זה, לתלות ההדדית שנוצרת בין היוצר והפלטפורמה, לאורך זמן, ומהווה מתן תגמול ליצר בזיקה להצלחתה וכן ביטחון כלכלי מסוים, "פנסיה", ליצר ושאריו על בסיס השימוש ביצירתו.

4.3. תוצאת מבנה עלויות ייצור היצירה

כאשר היוצר יוצר את היצירה מיוזמתו עליו להשקיעה עלות קבועה גבוהה מאוד (בדרך כלל עלות הזמן), בעוד ההסתברות להצלחה נמוכה (במקרה שלנו בסביבות 2% במוצא). מנגד, שכפול היצירה יכול להיעשות בעלויות זניחות, שכן עלות שידור היצירה או כל שימוש אחר בה הינה זניחה ביחס להשקעה ביצירתה.

מצב זה הוא אינדיקטיבי ל"כשל שוק", שעלול להביא, למצב של ייצור חסר או פגום. יש לזכור כי **תשלום נמוך עבור יצירות יביא מצד היוצרים לייצור חסר של המוצר, דבר שיפגע ברווחה החברתית וביעילות הכלכלית.**

חשש יסודי זה הביא את המדינה להתערב בשוק בדרכים שונות: בין היתר, על ידי הקמת גופים רגולטורים שאמונים על הבטחת השקעה מינימלית של הגופים המשדרים ביצירה מקומית על סוגיה; הכרה בצורך בחיקוק חוק הקלטות הריקות; ועד לתמיכה כספית בקרנות המעודדות את היצירה המקומית ותומכות בה; כן הולכת וגוברת ההכרה בצורך בבית דין לתמלוגים שישדיר את תשלומי התמלוגים ליוצרים, בהם הבימאים והתסריטאים.



סיכומם של דברים הוא כי לא רק שקיימת יעילות כלכלית מובהקת למכניזם של דמי רישיון ליוצרים, תוך מתן תשלום הולם עבור שימוש ביצירה, אלא שגם קיימת חשיבות חברתית בנושא זה, שאין להתעלם ממנה. קביעת דמי רישיון ליוצר צריכה לשקף את היותם של הצדדים שותפים לדרך, ותלויים זה בהצלחתו של זה, וזה בכשלונו של זה. כמו כן היא צריכה לשקף את הבעיה בהגעה לשיווי משקל כלכלי מאוזן באופן חופשי, כאשר מערך הכוחות הוא א-סימטרי וקיים רציונל ברור, הן בהיבט הכלכלי והן בהיבט החברתי לשיעור דמי הרישיון (תמלוגים) שייקבעו.

5. סיכום

תהליך ייצור היצירה האורקולית, ההשקעה הגבוהה של היוצר, ההסתברות הנמוכה להצלחה, תנאי אי-הודאות וכשל השוק הנובע מכך, והתלות הגדולה של היוצר במפיק ובפלטפורמת השידור המעטות בנקודת הזמן של ההתקשרות ביניהם, כל אלה מובילים לתלות גדולה של היוצר בפלטפורמות השידור וכן לצורך בחלוקת סיכון עתידי בין היוצר ובין המשדר.

מרב בארי

