

5. המטרה: חלום

האדם חי חיים אפורים, חד-גוניים. הוא אדם ממוצע, לא יפה במיוחד, לא חזק במיוחד. לבו נכסף בחי שאי לכל אותם הדברים אשר החי יים האכזריים מנעו אותם ממנו. הוא חולם על התרגשות, על הרפתקאה מוזעזעות (שהוא גיבורן היחיד והאציל), על תגרות ומלחמות. הצעירה חולמת להיות היפה בבנות, ואם הגורל מנע זאת ממנה היא מוהה את עצמה עם הכוכבת היפה, המושכת, המסחררת. והבחור שלי ידה חולם גם הוא — להיות מאהב בה של אותה הצעירה היפה, המרשכת, המסחררת. שניהם יחד חולמים על החיים היפים — חיי מותרות, על ספסלים מרופדים, ליד בריכות קרירות, מול להקת רקדניות עילאיות.

הויליבד מספקת להם בדיוק את זאת: אלימות, סקס-אפיל, מותרות. המכנה המשותף היחיד ביותר הוא הממלא את הקופות.



7. הסיכוי: איכות

השקעה של מיליוני לירות. יש לו רק סיכוי יחיד להצליח: לתת את אשר אין בכוחה של הויליבד לתת — רמה אמנותית. איכות.

יצרן הסרטים השווייצרי, האיטלקי, הספרדי, וכל שכן הישראלי, אינו יכול להסתפק בשוק המקומי הקטן שלו. הוצאות הייצור של סרטו, אפילו כשהוא מוחרר על מותרות הויליבדית, דורשות שוק בינלאומי. אם ינסה להתחרות בהויליבד באותם הנושאים השיגרתיים, באותה הרמה הגדולה, הרי הוא מכניס תבן לעפריים וכשלונו בטוח מראש. אולם יש לו יתרון עצום: הוא יכול לתת את הרקע המקורי שלו, את החוויה הבלתי מסולפת של אדם בארצו. במקום מוצרי הזיוף המתימרים לבטא את הווי, שחיצי, איטלקי או ישראלי, הוא יכול לבטא אמת גדולה. אולם אסור לו לברוח מן הפח אל הפחת, להחליף את הזיוף הבינלאומי של הוליווד בוד בלאומנות טפשית משלו. שום אדם נורמלי לא ילך לראות סרט תעמולה מתקתק בסכרין, כשבאלום הקולנוע ממול מוגשת סחורה הוליוודית משוכללת.

סרטים רבים של עמים קטנים, גרים, שהופקו באמצעים מוגבלים, חכו להצלחה בינלאומית. במיקום הראשון עומדים הסרטים האיטלקיים — כגונבי האופניים — שהפליאו את העולם ברמתם האמנותית, בחייה האמיתית, הריאליסטית, של ארץ ייצורם.

הסרט הישראלי — במידה שאפשר בכלל להשתמש במושג כזה — לא הגיע אף מרחוק לרמתן של יצירות אלה. בניגוד לאיטלקים, שלא התביישו להראות פושעים, פרוצות ועריקים, הרי היצירה הישראלית הנה מאלף עד תו יומן תעמולתי, אשר כל בניו אידיאליסטים אצילים, כל בנותיו חלוצות מריים, קשה לדרוש מאי דם נורמלי בחוק-לארץ, אפילו כשהוא ציוני, שיבזבז ערב כדי לחזות ב"יצירה" כנו.



6. השליטה: הפרסומות

כדי למכור את התוצרת למיליונים עוד לפני שהתחילו בייצור, משתתפת הויליבד במכשיר-השלטון החזק ביותר של התקופה: התעמולה. בעתונות, ברדיו, בטלוויזיה היא הולמת לתוך ראשי הצופים לעתיד את השם. והשם מחושב תמיד למשון את הלבבות, לאו דוקא לבטא את תוכן הסרט. לא פעם הופיע סרט בינוני בשם בלתי מושך ונכשל, הוכתר בשם חדש (המבשר רומנטיקה, עיני מין) והפך בין לילה להצלחה רבתי.

