

**VILNIAUS UNIVERSITETAS**  
**KAUNO FAKULTETAS**

**SOCIALINIŲ MOKSLŲ IR TAIKOMOSIOS INFORMATIKOS INSTITUTAS**

**MENO VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMA**  
**KODAS 6211LX020**

**MARIJA LENKUTYTĖ-BARTOŠEVIČ**

**MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS**  
**KINO PRODUKTŲ EKSPORTO STRATEGIJOS**

**KAUNAS**  
**2026**

**VILNIAUS UNIVERSITETAS**  
**KAUNO FAKULTETAS**

SOCIALINIŲ MOKSLŲ IR TAIKOMOSIOS INFORMATIKOS INSTITUTAS

MENO VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMA  
KODAS 6211LX020

MARIJA LENKUTYTĖ-BARTOŠEVIČ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS  
**KINO PRODUKTŲ EKSPORTO STRATEGIJOS**

Darbo vadovas (-ė) Prof. dr. Virginija Jurėnienė  
(mokslinis laipsnis, vardas pavardė) (parašas)



Magistrantas (-ė) \_\_\_\_\_  
(parašas)

Darbo įteikimo data \_\_\_\_\_

Registracijos Nr. \_\_\_\_\_

KAUNAS

2026

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| SANTRUMPŲ SĄRAŠAS                                                                    | 4  |
| LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS                                                        | 5  |
| ĮVADAS                                                                               | 6  |
| 1. KINO PRODUKTŲ EKSPORTO STRATEGIJOS: TEORINIAI ASPEKTAI                            | 11 |
| 1.1. Kino produkto samprata ir jo ypatybės                                           | 11 |
| 1.2. Kino produktų eksportas vertės grandinėje                                       | 12 |
| 1.3. Kino produkto eksporto sėkmės veiksniai, reikšmė ir iššūkiai globalioje rinkoje | 18 |
| 1.3.1. Kino eksporto strategijos Europos šalių kontekste                             | 23 |
| 1.3.2. Mažų šalių kino eksporto ypatumai                                             | 29 |
| 1.4. Konceptualus kino produkto eksporto strategijos modelis                         | 33 |
| 2. LIETUVOS KINO PRODUKTO EKSPORTO STRATEGIJOS                                       | 36 |
| 2.1. Tyrimo metodologija                                                             | 36 |
| 2.2. Tyrimo informantų charakteristika                                               | 38 |
| 2.3. Tyrimo etika ir eiga                                                            | 38 |
| 2.4. Tyrimo rezultatai                                                               | 40 |
| 2.4.1. LKC teikiama parama kino produkto eksporto rėmuose                            | 40 |
| 2.4.2. A scenarijaus - festivalinė strategija - analizė                              | 42 |
| 2.4.3. B scenarijaus - komercinė strategija - analizė                                | 52 |
| 2.4.4. Festivalinė strategija komercinei sėkmei pasiekti                             | 56 |
| 2.4.5. Patikslintas kino produkto eksporto strategijos modelis                       | 57 |
| IŠVADOS                                                                              | 60 |
| REKOMENDACIJOS                                                                       | 62 |
| SUMMARY                                                                              | 63 |
| LITERATŪROS IR ŠALTINIŲ SĄRAŠAS                                                      | 65 |
| PRIEDAI                                                                              | 71 |

## **SANTRUMPŲ SĄRAŠAS**

BVP - bendras vidaus produktas

DCP - skaitmeninis kino paketas (anglų k. digital cinema package)

ES - Europos Sąjunga

FIAPF - Tarptautinė kino prodiuserių asociacijų federacija (anglų k. International Federation of Film Producers Associations)

JAV - Jungtinės Amerikos Valstijos

KOFIC - Korėjos kino taryba

LKC - Lietuvos kino centras

VoD - vaizdas pagal poreikį ( anglų k. Video on Demand)

UNESCO - Jungtinių Tautų švietimo, mokslo ir kultūros organizacija

## **LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS**

### **Lentelės:**

|        |                                                         |    |
|--------|---------------------------------------------------------|----|
| 1 pav. | Kino produkto eksporto strategijų modelis               | 34 |
| 2 pav. | Patikslintas kino produkto eksporto strategijos modelis | 58 |

### **Paveikslai:**

|           |                                                      |    |
|-----------|------------------------------------------------------|----|
| 1 lentelė | Tyrimo dalyvių patirties charakteristikos lentelė    | 38 |
| 2 lentelė | LKC paramos priemonės kino produkto eksporto rėmuose | 41 |

## IVADAS

**Darbo aktualumas.** Pastaraisiais metais Lietuvoje sukuriama vis daugiau filmų – tiek nacionalinių, tiek bendrų koprodukcijų su kitomis šalimis. Lietuvos kino centras, siekdamas skatinti kino industrijos plėtrą, finansuoja projektus kiekybiškai, tačiau kiekvienam jų skiria tik dalį prašomo biudžeto. Dėl to kyla klausimas, ar tokia finansavimo politika leidžia užtikrinti pakankamą filmų kokybę, ar vis dėlto būtų tikslingiau remti mažiau projektų, bet skirti jiems didesnę finansavimą, suteikiant galimybę sukurti konkurencingesnį produktą. Ši situacija natūraliai kelia platesnį klausimą – kaip užtikrinti, kad Lietuvos kino produkcija būtų ne tik sukurta, bet ir sėkmingai pasiektų tarptautines auditorijas.

Šio darbo aktualumą lemia tai, kad kinas šiandien suvokiamas ne tik kaip meno forma, bet ir kaip reikšminga kūrybinių ir kultūrinių industrijų (KKI) dalis, turinti tiek kultūrinį, tiek ekonominį poveikį visuomenei. Skirtingai nei kai kurios kitos meno sritys, kinas yra masinio vartojimo kultūros produktas – jis nereikalauja specialiojo pasiruošimo ar aukšto kultūrinio kapitalo, todėl yra lengvai prieinamas įvairioms auditorijoms ir gali pasiekti itin plačią visuomenės dalį. Tai suteikia kinui menamą „plotį“ – galimybę formuoti ne tik meninį diskursą, bet ir visuomenės vertybines bei kultūrines nuostatas.

Kino produktai atlieka svarbią funkciją formuojant šalies įvaizdį, stiprinant kultūrinę diplomatiją, kuriant darbo vietas ir pritraukiant investicijas. Net ir riboto matomumo ar siauresnei auditorijai skirti filmai yra svarbūs, nes jie prisideda palaikant kultūrinę įvairovę, demokratiją ir nuomonių pliuralizmą. Europos Sąjungos dokumentuose ne kartą pabrėžiama, kad viešasis kino finansavimas pateisinamas ne tik ekonominiais, bet ir kultūriniais argumentais – net mažai eksportuojami filmai išlaiko svarbą dėl nacionalinės kultūros įvairovės skatinimo (Murschetz et al., 2018:8,12).

Mažoms šalims, tokioms kaip Lietuva, šis klausimas tampa dar aktualesnis dėl ribotos vidaus rinkos. Be aiškiai suformuotų eksporto strategijų nacionalinis kinas sunkiai pasiekia tarptautinę auditoriją ir negali tinkamai išnaudoti savo potencialo. Todėl aktualu ieškoti veiksmingų modelių, kurie padėtų mažoms šalims kryptingai plėsti savo kino produkcijos sklaidą tarptautiniu mastu.

**Mokslinio problemos ištirtumo lygis ir naujumas.** Tarptautiniu mastu galima rasti nemažai tyrimų, skirtų kino industrijos finansavimo klausimams: daug dėmesio susilaukia subsidijos, mokesčių lengvatos ir kitos paramos formos, taip pat koprodukcijos praktika, kultūrinių produktų globalizacijos procesai bei įvairios kitos strategijos, iš kurių dažniausiai

minimi Holivudo dominavimo mechanizmai ar pastaraisiais metais iškilęs vadinamasis „Netflix“ mokestis. Vis dėlto pastebimas tyrimų trūkumas tose srityse, kurios tiesiogiai siejamos su mažų rinkų šalimis. Menkai analizuojamos kino produkcijos eksporto strategijos, stokojama konceptualių modelių, aiškinančių, kaip tokios šalys galėtų kryptingai formuoti savo eksporto strategijas. Be to, trūksta tarptautinių modelių palyginimo ir jų galimo pritaikymo Lietuvos kino industrijos kontekste.

Mažų šalių kino eksporto problematiką konceptualiai aptarė Hjort ir Petrie knygoje *The Cinema of Small Nations* (2007). Jie parodė, kad mažų šalių kino industrijoms būdinga ribota vidaus auditorija, didelė priklausomybė nuo valstybės paramos ir koprodukcijos. Tarptautinis matomumas dažnai grindžiamas nacionalinės tapatybės reprezentacija. Tačiau ši analizė apsiribojo XX–XXI a. sandūros kontekstu ir dar neapima šiuolaikinių globalios sklaidos strategijų.

Scott studijoje apie Prancūzijos kiną (*French Cinema: Economy, Policy and Place*, 2000) nagrinėjo kino industriją kaip kultūrinių produktų sektorių, pabrėždamas valstybės paramos bei vietos ekonomikos ryšius su tarptautine konkurencija. Panašiai Ward straipsnyje *National Cinema or creative industries? Film policy in transition* (2004) parodė, kaip nacionalinio kino politika transformuojasi į kūrybinių industrijų logiką, kurioje vis svarbesnė tampa rinkodara ir eksporto strategijos.

Tyrimuose apie tarptautiškumą išsiskiria Azijos atvejai. Yecies ir kt. (2011) analizavo Pietų Korėjos kino tarptautinimą, o Berg (2018) nagrinėjo *Hallyu fenomeną*, pabrėždamas „vietinės traukos“ (ang. k. *local buzz*) ir „globalių tinklų“ sąveiką, leidusią Korėjai tapti reikšminga eksportuotoja. Šie tyrimai rodo, kad net ir ne didžiosios šalys gali tapti globaliais žaidėjais, jei strategiškai derina nacionalinę politiką, privačias investicijas ir tarptautinius tinklus.

Europos kontekste svarbūs keli analitiniai šaltiniai. Barthel-Bouchier (2011) nagrinėjo filmų „eksportabilumą“ globalioje rinkoje, parodydama, kad valstybės gali rinktis gynybines arba aktyvias strategijas, derindamos nacionalinį identitetą ir žanrinį pasirinkimą su tarptautinių rinkų poreikiais. Alaveras, Gomez-Herrera ir Martens (2018) pabrėžė, kad ES kino rinka išlieka fragmentuota, tarpvalstybinė filmų sklaida menka, o filmų prekybą lemia kultūrinis atstumas, biudžeto dydis ir sėkmė vidaus rinkoje. Tai atitinka „kultūrinio atstumo“ (ang. k. *cultural discount*) hipotezę – kuo labiau filmo turinys nutolęs nuo kitos šalies kultūros, tuo sunkiau jį eksportuoti.

Europos Komisijos ir audiovizualinio skyriaus ataskaitos suteikia empirinį pagrindą. *Made in Europe* (2024) rodo, kad tik 32 % Europos filmų žiūrovų ateina iš eksporto rinkų, o net 68 % bilietų parduodama nacionalinėse rinkose. *European Movies on the Move* (2019) pateikia

dešimties veiksmų planą, kaip didinti filmų cirkuliaciją – nuo ankstyvos scenarijų vystymo stadijos orientacijos į tarptautines auditorijas iki stipresnių sklaidos bei rinkodaros priemonių.

Lietuvos ar Baltijos šalių atvejų akademiniėje literatūroje beveik nėra. Tyrimai daugiausia orientuoti į didžiųjų rinkų (JAV, Prancūzijos) arba sėkmės istorijų (Korėjos, Danijos) analizę. Mokslinėje literatūroje gausu tyrimų apie kino finansavimą, subsidijas, koprodukciją ar globalius kino srautus, tačiau kino produkto eksporto strategijos mažų rinkų valstybėse tebėra menkai išanalizuotas klausimas, todėl trūksta konceptualių modelių, kurie parodytų, kokios strategijos tinkamiausios mažoms šalims, siekiančioms užsitikrinti konkurencingą vietą tarptautinėje rinkoje.

Tiesa, pastaraisiais metais vis dėlto atsirado vienas tyrimas, kuriame tiriama ir Lietuva bei Estija mažųjų ir didžiųjų Europos kino industrijų kontekste. Tai tarptautinis projektas *Crescine* (*Crescine*, 2025), kurį finansavo Europos Komisija, o įgyvendina akademinės institucijos, industrijos organizacijų ir duomenų analitikos centrų junginys iš įvairių Europos šalių. Tai pirmas tokio masto kelis metus besitęsiantis tyrimas, siekiantis empiriškai įvertinti mažų kino rinkų ekosistemą, aprėpiant visą kino produkto vertės grandinę, nuo vystymo iki platinimo. Pirmoji ir antroji tyrimo dalys pasirodė 2024–2025 metais, ir jos abi ženkliai prisideda ir prie šio darbo tiriamosios dalies. Šiame tyrime analizuojamos tiek struktūrinės problemos, tiek sėkmės veiksniai, leidžiantys mažoms šalims padidinti savo filmų tarptautiškumą. Bene svarbiausia tyrimo išvada yra tai, kad nors mažosios šalys kino produktus išleidžia panašiu dažniu kaip ir didžiosios, tačiau jų tarptautinis žiūrimumas išlieka ženkliai mažesnis, o sėkmę lemia gebėjimas sukurti matomumą ir užsitikrinti platinimo kanalus. Tyrime taip pat pabrėžiama mažų šalių priklausomybė nuo valstybės paramos visuose grandinės etapuose. *Crescine* iš tiesų yra pirmasis didžiųjų duomenų kiekiu paremtas tyrimas, skirtas mažoms šalims, jis sudaro metodologines prielaidas kurti nacionalinius eksporto modelius, galimus taikyti ir Lietuvos kino industrijai.

**Problema** - kokios strategijos užtikrina kino produkto eksportą?

**Objektas** - kino industrijos produkto eksporto strategijos.

**Tikslas** - sukurti kino produkto eksporto strategijos modelį.

#### **Darbo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti kino industrijos produkto sampratą bei jo vertės grandinę eksporto kontekste.
2. Išanalizuoti kino produkto eksporto sėkmės veiksnius ir strategines kryptis, nustatant specifinius mažų šalių kino industrijos ypatumus.



3. Parengti konceptualų kino produkcijos eksporto strategijos modelį.
4. Empiriškai patikrinti sukurtą modelį Lietuvos kino industrijos atveju.

### **Metodai:**

- mokslinės literatūros analizė;
- dokumentų analizė (kino politikos, finansavimo schemų, tarptautinių programų);
- kokybinis tyrimas (interviu, atvejo analizė).
- modeliavimo metodas (konceptualaus strategijos modelio kūrimas ir tikrinimas).

### **Darbo struktūra.** Darbą sudaro dvi dalys: teorinė ir empirinė.

Pirmojoje dalyje išsamiai konceptualizuojama kino produkto samprata, analizuojant jo kalbinę prasmę, apibrėžimą, išryškinant esminį bruožą - dvilypę (kultūrinę ir ekonominę) prigimtį. Remiantis kūrybinių ir kultūrinių industrijų (KKI) paradigma, kinas laikomas ne tik meninės raiškos priemone, bet ir ekonominiu vienetu, kurio vertė kyla iš kino produkto emocinio turinio, kartu veikianti kaip tautinės tapatybės reprezentavimo priemonė pagal UNESCO (UNESCO 2005:1-2) nuostatas. Toliau analizuojama kino produkto eksporto vieta vertės grandinėje, remiantis Hjort, Petrie, Barthel-Bouchier ir kitų tyrėjų darbais, atskleidžiami mažų šalių kino industrijų ypatumai, jų priklausymas nuo valstybės paramos bei tarptautiškumo strategijų ribotumai. Teorinė dalis užbaigiama suformuojant konceptualų kino produkto eksporto strategijų modelį, pritaikomą mažų rinkų sąlygomis.

Antrojoje dalyje teorinis modelis yra tikrinamas Lietuvos kino industrijos kontekste. Tyrimų metodologija apima Lietuvos kino centro veiklos aptarimą kino produkto eksporto rėmuose bei pusiau struktūruotus interviu su Lietuvos prodiuseriais, siekiant nustatyti Lietuvos kino produkto eksporto strategijų ypatumus. Remiantis gautais duomenimis bei taikomojo tyrimo logika, darbe išskiriami ir analizuojami skirtingi kino produkto eksporto scenarijai, kurie leidžia įvertinti strategijų veiksmingumą įvairiuose lygmenyse. Papildomai taikoma atvejo analizė, analizuojant filmą „Vesper“ kaip ekstremalų sėkmės pavyzdį tarptautinėje rinkoje. Pabaigoje, sujungus teorinės ir empirinės analizės rezultatus, pateikiamos išvados bei praktinės rekomendacijos Lietuvos kino centrui ir Lietuvos prodiuseriams, orientuotos į tvaresnį kino produkto eksporto vystymą.

**Darba sudaro:** įvadas, teorinė dalis, empirinė dalis, išvados ir rekomendacijos. Darbo apimtį sudaro 70 puslapių, juose pateikti 2 paveikslai, 2 lentelės, 7 priedai. Literatūros sąrašė pateikiami 53 šaltiniai.

# 1. KINO PRODUKTŲ EKSPORTO STRATEGIJOS: TEORINIAI ASPEKTAI

## 1.1. Kino produkto samprata ir jo ypatybės

Remiantis Lietuvos Respublikos kino įstatymo (2002) 1 straipsnio 10 sąvoka, *kinas* yra „kultūros sritis, apimanti kūrybinę ir gamybinę kino veiklą, filmų platinimą, jų rodymą, sklaidą, kino kultūros sklaidos projektus, kino paveldo apsaugą ir kino teatrų veiklą“. Tuo tarpu remiantis Valstybinės lietuvių kalbos komisijos (2025) terminų žodynu žodynu, *produktas* yra apibrėžiamas kaip žmogaus veiklos rezultatas, turintis vertę ir skirtas vartoti ar platinti. Šiame darbe kino produktas bus traktuojamas kaip filmas ir su juo susijęs platinimas, rodymas, sklaida. Filmą galime apibūdinti kaip audiovizualinį kūrinį, kuris yra skirtas būti rodomas kino teatrų, televizorių ar kitų išmaniųjų įrenginių ekranuose. Kino produktas gali atitikti įvairias paskirtis: nuo pramoginės iki edukacinės. Kino produktas priklauso platesnei - kultūros produktų - industrijos daliai. Kaip teigia Scott (2000:2), kino produktas priskirtinas kultūrinių produktų industrijai, kadangi kino produktai pasižymi estetiniu ir lingvistiniu, semantiniu turiniu, o jų vertė kyla iš **emocinės, o ne praktinės vertės**. Tačiau kino produktas yra išskirtinis ir tuo, jog jis turi ne tik kultūrinę, tačiau ir ekonominę vertę. Kino produktas nėra tik meno kūrinys, skirtas žiūrovo vizualiniam- emociniam pasitenkinimui, tai ir kultūros vartojimo procesuose dalyvaujantis ekonominis vienetas. Tad kino produktas tokiu būdu įsilieja į kultūros ir kūrybines industrijas, o tai reiškia, kad kino produktas nėra vien tik meno kūrinys, nes tai ir ekonominę naudą nešantis produktas.

Dviguba kino produkto kilmė - tiek kultūrinė, tiek ekonominė - pradėjo plėtotis kartu su kūrybinių industrijų sampratos atsiradimu ir vystymusi. Kaip pažymi Ward (2004: 119-120), XX a. pab. atsiradęs kalbėjimas apie kūrybines industrijas tapo tarsi natūrali skaitmenizacijos, globalizacijos ir turinio susijungimo tąsa. Kūrybinės industrijos pradėtos suvokti kaip naujasis ekonominis centras, kuriame turinys, dizainas, kūrybiškumas tampa konkurenciniu pranašumu. Būtent dėl to kino produktai ir kino industrija taip puikiai įsiliejo į KKI.

Dar viena labai svarbi kino produktų ypatybė yra tautinės tapatybės raiškos priemonė, ji ypač gajė yra Europoje. Šį principą įtvirtino 2005 m. UNESCO Konvencija (UNESCO 2005:1-2) dėl kultūrinių raiškų įvairovės apsaugos ir skatinimo. Joje teigiama, jog kultūrinė įvairovė yra bendras žmonijos paveldas, o kultūros produktai ir paslaugos turi ne tik ekonominę, bet ir kultūrinę reikšmę, perteikdami tautinį identitetą, vertybes ir prasmes. Konvencijos tikslas yra

saugoti ir skatinti kultūrinių raiškų įvairovę, sudaryti sąlygas kultūroms laisvai vystytis ir sąveikauti tarpusavyje bei skatinti tarpkultūrinį dialogą ir bendradarbiavimą. Taikant šią konvenciją kino produktams, jie yra laikytini ne tik ekonominiais produktais, tačiau ir tautinės įvairovės skleidėjais. Todėl valstybės įsipareigoja sudaryti sąlygas kino kūrėjams ir kino industrijai plėtoti kūrybinę veiklą bei skatinti nacionalinių filmų cirkuliaciją tiek šalies viduje, tiek tarptautiniu mastu.

Apibendrinant galima teigti, jog kino produktai yra išskirtinis reiškinys, kuriame susikerta kultūra ir ekonomika. Šie produktai jungia tiek meninę raišką, tiek rinkos logiką. Kino produktai vienu metu veikia ir kaip emocinę vertę kuriantys meno produktai, ir kaip ekonominiai vienetai, dalyvaujantys vartojimo ir konkurencijos procesuose. Dėl produktų dvilypumo jie tampa vienais įdomiausių KKI elementų, kurių sėkmė priklauso nuo gebėjimo suderinti meninį turinį su ekonominiais bei strateginiais sprendimais. Europiniame kontekste kinas išlieka ir kaip tautinės tapatybės raiškos priemonė, kuri padeda išsaugoti kultūrinę įvairovę globalios rinkos sąlygomis. Šiame kontekste kino produktas tampa pagrindu, kuriuo remiasi visa kino vertės grandinė – nuo idėjos iki platinimo, o kartu ir kino eksporto politikos formavimas.

## **1.2. Kino produktų eksportas vertės grandinėje**

Kino produktai, kaip ir kiti kūrybiniai produktai, turi savo specifinę vertės kūrimo grandinę. Kaip teigia Boediman, Pjuwan ir Baihaqi (2024: 772-774), kino industrijos vertės grandinė remiasi Porterio (1985) strateginiu modeliu, pagal kurį kiekvienas etapas - nuo idėjos generavimo iki galutinio produkto pristatymo auditorijai - prisideda prie vertės kūrimo ir konkurencinio pranašumo formavimo. Autoriai pabrėžia, kad filmų sektoriuje šis procesas įgyja daugiasluoksnį pobūdį: kūrybinę, technologinę, finansinę ir rinkodaros grandys sąveikauja tarpusavyje, o eksportabilumas priklauso nuo to, kaip efektyviai šie elementai integruojami į bendrą strategiją (Boediman, Pujawan ir Baihaqi 2024: 772-774). Kino produktų vertės grandinę sudaro trys pagrindiniai etapai - kūrimas, gamyba ir platinimas, kuriuos sieja nuolatinis finansinių, kūrybinių ir institucinės paramos srautų judėjimas. Ši grandinė apima ne tik kūrybinį procesą, bet ir kultūrinius bei ekonominius sprendimus, kurie tiesiogiai veikia filmo eksportabilumą.

Taigi kiekvienas filmas prasideda nuo idėjos, kurią inicijuoti gali tiek prodiuseris, tiek režisierius ar scenaristas. Kino produktų vystymo stadijoje esminį vaidmenį atlieka iniciatorius, pavyzdžiui, prodiuseris L. Trimonis, kurio iniciatyva režisieriui I. Miškiniui buvo pasiūlyta

ekranizuoti R. Kmitos knygą „Pietinia kronikos“ - kūrinį, kuris pasiekė nacionalinio kino žiūrimumo rekordus (Miškinis, 2025). Tokiu būdu idėjos gimsta dažniausiai, tačiau tai tikrai nėra vieninteliai idėjų atsiradimo filmų kūryboje būdai. Šiame etape jau sprendžiama dėl kūrinio auditorijos ir jo potencialo pasiekti ne tik nacionalinę, bet ir tarptautinę rinką. Pasak Sand (2019: 14-16), būtent kūrybinės koncepcijos fazėje formuojasi vadinamoji globalizacijos strategija, kuri bus aptarta vėlesniuose skyriuose. Tuo tarpu jeigu tai adaptuotas kūrinys, tai yra filmo scenarijus rašomas pagal knygą, miuziklą, spektaklį, tokiu atveju kūrinys jau potencialiai turi savo auditoriją. Jeigu tai tarptautinio rango kūrinys, auditorija „išlipa“ iš nacionalinių ribų ir gali būti artima tarptautinei rinkai.

Filmai kuriami nacionaline kalba, tačiau jau ankstyvoje vystymo stadijoje galima strategiškai galvoti apie kino produkto potencialą tarptautinėse rinkose, nes kalba gali būti platinimo barjeru (Alavez, Gomez-Gerrera, ir Martent, 2018:646, 657). Nors subtitravimas yra ekonomiškai pigesnis ir dažniausias būdas eksportuojant kino produktą mažų šalių rinkose, tačiau tyrimai rodo, kad didžiosiose Europos valstybėse (pvz. Vokietijoje, Italijoje, Ispanijoje) kalbos pritaikymas per dubliažą išlieka esmine strategija, leidžiančia užsienio produkcijai peržengti „svetimumo“ barjerą ir pasiekti plačiąją, o ne tik festivalinę auditoriją, nes šios rinkos pasižymi ypač aukštu vietinės (nacionaline kalba sukurtos) produkcijos žiūrimumu (Edmery, 2025:34).

Taip pat šiame etape kūrinys įgyja savo architektūrą ir karkasą, tad tikslinga nustatyti filmo žanrą, kuris padeda apibrėžti būsimo produkto komunikacijos kryptį. Žanras tiesiogiai koreliuoja su filmo eksporto potencialu: tokie žanrai kaip veiksmo, nuotykių, trileriai ar animacija pasižymi mažesniu kultūriniu atstumu ir yra lengviau suprantami auditorijai (Gao et al., 2020:94). Tad žanrinis pasirinkimas vystymo etape turėtų būti vertinamas ne tik kaip meninis, bet ir kaip strateginis žingsnis, leidžiantis didinti produkto tarptautinį konkurencingumą.

Kai kurios Europos valstybės, tarp jų ir Lietuva, sudaro sąlygas scenarijų autoriams dirbti prie savo kūrinių tiek suteikdami stipendijas, tiek finansuodami Europoje esančias įvairias rezidencijas. Rezidencijų pobūdžiai būna skirtingi, štai animacinių filmų festivalio „Annecy Residency“ programa suteikia scenaristams galimybes ne tik rašyti kitoje aplinkoje, šiuo atveju Prancūzijoje, tačiau jiems taip pat priskiriami scenarijaus konsultantai, vyksta grupiniai susitikimai su kitais rezidentais, aptariami darbai. Kitos rezidencijos tiesiog suteikia galimybę dirbti kitoje aplinkoje. Vadinamojo „vystymo“ etape kūrėjai toliau dirba su scenarijumi bei vysto visą kūrinio vizualinę atmosferą.

**Lietuvos kino centras** (LKC, 2025) pagal naujausias taisykles finansuoja animacinių trumpametražių ir ilgametražių bei vaidybinių pilno metro filmų vystymo etapus. Pasak Weber, Marchand ir Kunz (2024: 259-260, 278), ankstyvas valstybės įsitraukimas į vystymo etapą yra svarbus, nes sumažina kūrybinę riziką ir padeda įtraukti privatų kapitalą į vėlesnius gamybos bei platinimo etapus, taip stiprinant projekto ekonominį tvarumą ir konkurencingumą tarptautinėje rinkoje. Šiame etape taip pat labai svarbi dalis yra galimybės pristatyti projektus tarptautiniu lygmeniu. Tai vadinamieji „prisistatymo forumai“ (ang. k. *pitching forum*), kuriuose kino produkto komanda savo projektus pristato įvairiuose renginiuose, kuriuose jie gali ne tik laimėti apdovanojimus, taip įgydami svaraus indėlio tolimesniam filmo vystymui, tačiau šiuose forumuose susirenka ir festivalių organizatoriai, filmų pardavimų agentai bei platintojai. Kūrėjai gali gauti daugybę atgalinių ryšių susijusių su jų kūrinio, tiek dėl filmo temos, suprantamumo, tiek dėl jo galimybių pasiekti platesnes auditorijas. Tokio tipo renginiai yra *European Short Pitch*, *Berlinale Co-Pro series*, *FIPADOC*, *Clermond-Ferrand Short Film Market*, Lietuvoje vykstantis trumpametražiams filmams skirtas *Baltic Pitching Forum* ir kiti. Lietuvos kino centras suteikia stipendijas tokiems renginiams, tiesa, finansavimas suteikiamas tik kartą per pusę metų (LR Kultūros ministro įsakymas Nr. IV-1005. 2025), tad norint dalyvauti dviejuose tokio tipo renginiuose, reikia ieškoti lėšų ir iš kitų šaltinių.

Toliau seka gamybos etapas. Šiame etape svarbiausia užtikrinti tvarumą ir tarptautinį bendradarbiavimą. Kaip pažymi Parc (2020: 460-463), koprodukcijos yra vienas efektyviausių mažų šalių eksporto instrumentų, nes leidžia filmui įgyti prieigą prie kelių rinkų vienu metu. Toks modelis ne tik paskirsto gamybos kaštus, bet ir suteikia papildomų kanalų platinimui. Lietuvos valstybės parama filmų gamybai apima tiek nacionalinius, tiek bendros gamybos projektus, taip pat sudaro galimybes pasinaudoti mokestine lengvata - 30 % tinkamų išlaidų grąžinimu užsienio ar koprodukciniams projektams. Tokios priemonės, kaip nurodo *CresCine* tyrimas (Kostovska, Nielsen and Ofsti. 2025:25-27), yra itin svarbios mažoms šalims, nes padeda išlaikyti vietinę gamybos bazę ir pritraukti užsienio investicijas, kurios didina filmų matomumą ir eksportabilumą. Kūrinio eksportabilumą galima patikrinti ir aplikuojuant į *Eurimages* ir *Creative Europe MEDIA* fondus. *Eurimages*, Europos tarybos iniciatyva įsteigta 1988 m., remia tarptautinį bendradarbiavimą, finansuodama Europos koprodukcijas (Scott, 2000:15). Fondas, kuris nuo įsteigimo skyrė apie 574 mln. eurų daugiau nei 1900 koprodukcijų, reikalauja, kad projektas būtų užsitikrinęs bendrą gamybą ir turėtų tarptautinę platinimo strategiją, orientuotą į kino teatrus (Lewis, Canning, 2020:191). Tai patvirtina, kad projektas ne tik atitinka tiek kultūrinius, tiek ekonominius kriterijus, bet ir rodo, jog jis turi tarptautinį potencialą. Tuo tarpu *Creative Europe MEDIA* programa, kurios esminis tikslas yra stiprinti Europos audiovizualinės

industrijos konkurencingumą ir skatinti kultūrinę įvairovę (European Commision, 2019: 19), kreipia ypatingą dėmesį į prieigą prie rinkos ir auditorijos. *MEDIA* parama yra itin svarbi kino produkto tarptautiškumui, nes ji padeda kino produktams padėti įgyti europinę dimensiją ir pasiekti daugiau nei nacionalines rinkas (Lewis, Canning, 2020:191). Šio fondo viena iš svarbių sudedamųjų dalių vertinime yra tai, kad jam svarbūs ne tik meniniai, bet ir komercinės sėkmės rodikliai: paraiškos, kaip antai scenarijaus rengimo ir vystymo etape, turi jau iš karto turėti aiškiai įvardintą tikslinę auditoriją ir detaliai apibrėžti tarptautinę platinimo bei rinkodaros strategiją (European Commision, 2019: 7).

Trečiasis etapas yra kertinis eksporto komponentas, tai yra kino produkto platinimas ir sklaida. Šiame etape susijungia kūrybiniai, finansiniai ir komunikaciniai sprendimai. Pasak Weber, Marchand ir Kunz (2024:262-264), platinimas yra procesas, kuriuo gamintojas siekia susigrąžinti gamybos sąnaudas ir pasiekti kuo platesnę auditoriją. Pažymėtina, remiantis *Made in Europe* ataskaita (Fioroni, 2024:5-7), Europos platinimo struktūra išlieka fragmentuota - tik nedidelė dalis filmų peržengia nacionalines rinkas. Itin mažas procentas kino produktų, kuris pasiekia ne vietines rinkas, atskleidžia dvigubą iššūkį su kuriuo susiduria Europos kino gamintojai, tai ribota platinimo infrastruktūra bei akivaizdžiai neefektyvūs tarpvalstybiniai kanalai, kurie neigiamai veikia kino produkto eksporto tikimybę bei riboja potencialą sugeneruoti pajamas.

Pasak Barthel-Bouchier (2011:546-548), filmo eksportabilumą lemia ne vien jo turinys, bet ir gebėjimas pritaikyti platinimo strategiją prie tikslinių rinkų bei kultūrinių kontekstų. Efektyvus filmo matomumas priklauso nuo tinkamai parinktų festivalių, rinkodaros kanalų ir platintojų. Šį etapą sudaro festivalinė strategija, tai yra tinkamas festivalių pasirinkimas, kurie atitinka filmo temą, idėją, auditoriją. Kad ir koks geras filmas gali būti, nusiųstas festivaliui, turinčiam kitokią programos idėją, filmas nebus atrinktas. Taip pat svarbu rasti užsienio platinimo partnerius, kurie puikiai pažįsta festivalinę ekosistemą. Naujausi tyrimai rodo, kad festivaliai nėra tiesiog kultūrinių renginių visuma, o greičiau gan griežtai struktūruotas globalus tinklas. Tyrimo, kuris paremtas didžiųjų duomenų, gautų iš Kanų kino festivalio platformos *Cinando*, analize autoriai (Žemaitytė et al. 2024), priėjo prie išvados, kad festivalių ekosistemoje ryški takoskyra tarp centro ir periferijos (Žemaitytė et al. 2024: 2). Anot šių autorių, esti A klasės festivaliai, kurių kiekis, beje, nėra didelis (pvz., *Kanai*, *Berlinale*, *Venecijos kino festivalis*), kurie veikia kaip pagrindiniai industrijos vartai. Patekimas ar nepatekimas į šiuos festivalius iš esmės gali nulemti filmo tolimesnę tiek festivalinę, tiek komercinę kelionę (Žemaitytė et al. 2024: 13). Kritinis autorių pastebėjimas yra tai, kad A klasės festivaliai yra linkę keistis tais pačiais filmais ir dažniau renkasi produkciją iš didžiųjų kino valstybių šalių (Prancūzijos, JAV) (Karjus,

Žemaitytė, 2025: 3). Žvelgiant iš šios perspektyvos, mažų šalių kino eksportui tai sukuria dvilypę situaciją. Festivaliai yra gyvybiškai svarbūs norint susirasti platintojus ir tęsti komercinę kelionę, tačiau galimybės patekti į pagrindinius festivalius mažos šalies filmui yra statistiškai daug sudėtingesnės nei didžiųjų šalių kino filmams. Tiesa, autoriai pažymi, kad B klasės festivaliai iš esmės yra labiau diversifikuoti lyginant su A klasės festivaliais, tad jie filmui gali veikti kaip tarpininkai, kurie padeda mažų šalių kinui pasiekti platesnę auditoriją (Žemaitytė et al. 2024: 13).

Istoriškai filmo kelias buvo grindžiamas vadinamąja „langų sistema“, kai filmas pirmiausia pasiekdavo kino teatrus, vėliau fizines laikmenas, o poto televiziją. Šiuo principu vadovaujantis siekiama pasiekti kuo didesnę grąžą, nes kiekvienas platinimo kanalas suteikia galimybę produktą parodyti tiek ir didesnėms, tiek ir skirtingoms auditorijoms. XXI a. šią seką pakeitė skaitmeninės platformos (*Netflix, Apple TV, Disney* ir t.t.), kurios atvėrė naujas galimybes tarptautinei platinimo dinamikai. Pandemijos metu kino teatrų langas sutrumpėjo nuo 90 iki 30 dienų (Lang, 2021), o tai iš esmės pakeitė filmų ekonominį ciklą. Tačiau kol kas ryškėja tendencija, grąžinti industriją prie įprastinių „langų“ modelių, pabrėžiant neblėstančią kino teatro patirties vertę ir užtikrintą pelningumą (Kostovska, Nielsen and Ofsti. 2025:4). Atsižvelgiant į tai, šiuolaikinės strategijos ragina pirmenybę teikti kino teatriniam išleidimui (Kostovska, Nielsen and Ofsti. 2025:6).

Dalis platinimo etapo yra rinkodarinė strategija, kuri gali varijuoti priklausomai nuo tikslų ir teritorijų, kuriose bus bandoma platinti filmą. Kaip teigia Parc (2020: 460-463), kino platinimas kino teatruose yra pasiūlos valdomas verslo modelis, kuriame ribotas ekranų skaičius verčia platintojus paskirstyti filmus. Šis etapas yra itin svarbus tolimesniam filmo keliui, nes sėkmingas filmo pasirodymas kino teatruose pažymi jo potencialą ir nulemia, kokia bus tolimesnė jo platinimo kelionė ir kaip toli ir ilgai jis keliaus. Anot Barthel-Bouchier (2011: 548-550), platintojai veikia kaip tarpininkai tarp gamintojų ir galutinio tikslo - auditorijos. Būtent platintojai paprastai formuoja rinkodaros strategiją, atrenka filmui pagal programas tinkamus festivalius, derasi dėl ekrano laiko ir užtikrina, kad filmas pasiektų tikslinę auditoriją. Tiesa, pažymėtina, jog mažųjų šalių kino platinimo atveju neretai platintojo vaidmenį dėl lėšų stygiaus perima prodiuseris.

Kiekviename kino produkto kūrimo etape valstybės institucijos gali atlikti skirtingas, bet tarpusavyje susijusias funkcijas. Pagal Hjort ir Petrie (2007: 15-17), kurių teiginiai išlieka aktualūs ir 2025 m., mažos šalys neturi pakankamai stiprios rinkos infrastruktūros, todėl valstybės intervencija tampa esmine sąlyga kino sistemos išlikimui - nuo idėjos rėmimo iki platinimo. Anot Bergfelder (2005:322-324), nacionalinės kino politikos turi derinti kultūrinį ir ekonominį požiūrį: valstybė turi ne tik remti kūrybą, bet ir kurti eksporto ekosistemą, apimančią



festivalinius tinklus, tarptautines rinkodaros agentūras bei viešinimo mechanizmus. Tokia struktūra leidžia mažoms šalims veikti kaip transnacionaliniams kino centrams, o ne tik kultūrinėms periferijoms. Kaip teigia *Handbook of State Aid for Film* (2018:4-5), parama platinimui laikoma rinkos nepakankamumo korekcijos priemone, nes be subsidijų filmų cirkuliacija būtų itin ribota. Šalys bando taikyti įvairias priemones, norėdamos reguliuoti ne europinių filmų cirkuliaciją regione. Štai Prancūzijoje egzistuoja griežta sistema, kuri nustato, kiek laiko po premjeros kino teatre filmas gali pasirodyti kitose platinimo kanaluose. Nors ši tvarka saugo kino teatrų interesus, tačiau kartu riboja ir platintojų bei gamintojų galimybes, nes filmams tenka laukti net metus ar ilgiau, kol jie pasiekia VoD platformas (Kostovska et al. 2020:5-6; Scott, 2003:3-4). Tokios naujausios Europos reguliacijos kaip *Netflix* mokestis įpareigoja pasaulines VoD platformas reinvestuoti dalį savo pajamų į nacionalinės produkcijos kūrimą (Kostovska et al. 2020:7-8). Tokiu būdu siekiama užtikrinti, kad globalūs žaidėjai, tokie kaip JAV, prisidėtų prie europinių kino produktų kūrimo, o ne tik išsineštų pelną.

Valstybės vaidmuo vertės grandinėje yra nuoseklus - nuo kūrimo ir gamybos iki platinimo etapų. *CresCine* tyrimas (2025:30-33) nurodo, kad šalys, turinčios stiprią paramos struktūrą visoje grandinėje - nuo vystymo iki sklaidos - pasiekia didesnę filmų eksporto intensyvumą. Tad kino produkto grandinė mažų šalių kontekste tampa ne tik kūrybiniu procesu, bet ir valstybinės politikos architektūra, kur kiekvienas etapas yra tarpusavyje susijęs kultūrinės diplomatijos, rinkos prieigos ir nacionalinio identiteto stiprinimo tikslais.

Apibendrinant galima teigti, kad kino produkto vertės grandinė yra kompleksinė ir daugiasluoksnė sistema, kurioje kiekvienas etapas gali tiesiogiai nulemti kūrinio sėkmę tarptautinėje rinkoje. Jau vystymo stadijoje priimami įvairūs strateginiai sprendimai dėl žanro, kalbos, temos suformuoja kūrinio karkasą ir nubrėžia jo eksporto potencialo ribas. Gamybos etape mažoms šalims ypač svarbiu elementu tampa tarptautinės koprodukcijos bei gebėjimas pasinaudoti instituciniais rėmėjais, tiek nacionaliniais kino centrais, tiek tarptautiniais (Eurimages, Creative Europe Media), kurie leidžia ne tik paskirstyti finansinę riziką, bet ir įgyti prieigą prie platesnių platinimo kanalų. Na ir, žinoma, platinimo ir sklaidos etapas, apimantis festivalių ekosistemą bei skaitmenines platformas, yra vieta, kurioje kino produkto simbolinė vertė gali būti perkelta į realią ekonominę vertę. Taigi, sėkmingas kino produkto eksportas mažų šalių kontekste yra ne atsitiktinumų grandinė, o sistemiškai valdomas procesas, kuriame valstybės parama, verslo tinklaveika ir galimas kūrybinis adaptavimasis turi veikti kaip vieninga sistema.

### 1.3. Kino produkto eksporto sėkmės veiksniai, reikšmė ir iššūkiai globalioje rinkoje

Globali kino rinka pasižymi išskirtine struktūra, kurioje egzistuoja aiškus disbalansas tarp didelių ir mažų šalių kino industrijų. Šį disbalansą galima paaiškinti pasitelkiant mastelio ekonomikos principą, plačiai taikomą tarptautinės prekybos teorijose (Helpman, 1984: 326; 337-342). Kino industrija būdingos itin didelės fiksuotos kūrimo sąnaudos (scenarijaus rašymas, filmavimas ar animacijos gamyba, aktorių darbo užmokestis, technologijos) ir palyginti mažos platinimo sąnaudos. Tai reiškia, kad kuo platesnė auditorija pasiekama, tuo labiau mažėja vieneto savikaina ir didėja pelningumas.

Kaip pažymi Weber, Marchand ir Kunz (2024:261-263), būtent šis struktūrinis principas leidžia valstybėms, turinčioms išvystytą vidaus rinką, efektyviau išnaudoti masto ekonomiką, reinvestuoti pajamas į naujus projektus ir išlaikyti nuolatinį eksporto pranašumą. Tokiose rinkose (JAV, Indija, Kinija) didelis gyventojų skaičius leidžia padengti kūrimo kaštus dar prieš pradėdant tarptautinį platinimą, todėl mažėja eksporto rizika.

Bergfelder (2005:322-324) pažymi, kad nelygybė tarp mažųjų ir didžiųjų šalių įtvirtina ir vadinamąjį *didžiųjų rinkų efektą* - kuo didesnė nacionalinė auditorija, tuo daugiau resursų galima skirti rinkodarai, lokalizacijai ir sklaidai užsienio rinkose. Šis efektas yra viena iš priežasčių, kodėl JAV filmai ne tik užima daugiau nei 60% Europos kino teatrų rinkos (Edmery, 2025), bet ir formuoja globalias žiūrėjimo normas bei vartojimo įpročius. Tokia strategija atskleidžia, kad kino produktų eksportas nėra vien kūrybinės sėkmės rezultatas, tačiau tai ir ekonominės galios ir rinkos masto pasekmė. Reikia suprasti, kad kino eksporto strategijos nėra universalios, jas reikia suvokti ne tik per kultūrinių mainų, bet ir ekonominės geografijos prizmę - tai sistema, kurioje rinkos dydis, gamybos kaštai, platinimo infrastruktūra ir valstybės politika kartu nulemia, kurios šalys gali tapti nuosekliais kino eksportuotojais. Šis teorinis pagrindas sudaro prielaidą toliau nagrinėti, kaip mažos šalys, neturėdamos mastelio pranašumo, gali ieškoti alternatyvių eksporto strategijų.

Kino produktas, ypač mažų šalių kontekste, yra ne tik ekonominės, bet ir kultūrinės diplomatijos įrankis. Kaip pabrėžia Blankenship ir Nagl (2015: 44-46), Europos kino politika vis labiau remiasi idėja, kad filmai gali būti naudojami kaip būdas kurti ir stiprinti europinį identitetą. Autoriai aptaria *LUX Prize* pavyzdį, kuris pristatomas kaip priemonė Europos tapatybei formuoti. Šis apdovanojimas simbolizuoja siekį skatinti filmų, perteikiančių bendras

europines vertybes, kūrimą ir sklaidą, kartu užtikrinant jų prieinamumą įvairioms auditorijoms, t.y. kalbama tiek apie kalbinius, tiek kultūrinius skirtumus. Tad kino eksportas yra ne tik vien rinkos, bet ir vertybinių mainų procesas, kuriame kino produktas veikia kaip kultūrinės komunikacijos kanalas tarp Europos tautų.

Kaip pabrėžia Hjort ir Petrie (2007: 15-16), mažų šalių kino politika dažnai grindžiama kultūrinio išlikimo logika, tai yra siekiu išsaugoti nacionalinę tapatybę ir kalbą, net jei tai ir nekuria ekonominės grąžos. Šią mintį papildė ir Barthel-Bouchier (2011: 545-547) teigdama, kad kinas tampa kultūrinės komunikacijos forma, kuri stiprina valstybės įvaizdį tarptautinėje erdvėje. Šiuolaikinis to pavyzdys - airių filmas *Kneecap* (2024), sukurtas išskirtinai airių kalba ir pasakojantis apie kalbinės bei kultūrinės tapatybės išsaugojimą šiuolaikinėje Šiaurės Airijoje. Filmą, nors ir remiasi regioniniu kontekstu, sulaukė tarptautinio dėmesio bei buvo pristatytas *Sundance* kino festivalyje, tapęs pirmuoju airiškai kalbančiu filmu, patekusių į jo konkursinę programą. Po šio filmo netgi atsirado vadinamasis *Kneecap efektas*. Kaip rašo Laois Nationalist (2024), po filmo pasirodymo airių kalbos populiarumas išaugo, o apklausos rodo, kad jis paskatino jaunas žmones iš naujo domėtis savo kalba ir kultūriniu paveldu. Straipsnyje teigiama, kad filmas modernizavo airių kalbos įvaizdį - ji tapo ne tik tradicijos, bet ir šiuolaikinės, gyvos kultūros ženklu. Tai rodo, kaip kinas gali tapti veiksminga priemone ne tik reprezentuoti, bet ir realiai stiprinti kultūrinės tapatybės raišką mažose kalbinėse bendruomenėse. Kiti pavyzdžiai, kai kino produktas veikia kaip nacionalinio identiteto stiprintojas, yra Islandija, kur nacionalinis kino fondas remia filmus islandų kalba, pabrėžiančius vietinę mitologiją ir kraštovaizdį, nors jų komercinis potencialas ir yra ribotas (Þórarinnsson - Hjort ir Petrie 2007:70-71; Fioroni 2024: 112-113).

Remiantis *CresCine* tyrimu (Kostovska, Nielsen & Ofsti 2025: 32-33) filmų eksportas iš mažų šalių yra glaudžiai susijęs dėl dėmesio tiek kalbinei, tiek kultūrinei aplinka, dar kitaip galima tai apibrėžti kaip geografinę-lingvistinę rinką. Tai reiškia, kad panaši, tokia pati ar daugelio vartojama kalba priartina žiūrovus prie rodomo ar reklamuojamo kūrinio. Filmai lengviau plinta į tas šalis, su kuriomis juos sieja kalba, kultūriniai ryšiai ar istorinės sąsajos.

Tiesa, Karjus ir Žemaitytė (2025:7-9) pabrėžia, kad mažų šalių sėkmė tarptautiniame kino lauke dažnai pasiekama per festivalinę ekonomiką, o ne komercinę rinką. Tokie filmai kaip Estijos *Tangerines* (2013 m.) ar Airijos *An Cailín Ciúin* (2022 m.) rodo, jog mažų šalių kūriniai gali tapti matomi globaliai, kai jie įtraukiami į festivalių tinklus ir yra remiami stiprių nacionalinių institucijų. Šie atvejai įrodo, kad kino eksportas mažose šalyse dažniausiai vyksta per simbolinį kapitalą ir kultūrinį matomumą, o ne per tiesioginį ekonominį pelną. Tad dėl egzistuojančios struktūrinės nelygybės, valstybės parama kinui yra neišvengiamai reikalinga. Juk

kino produktas yra traktuojamas kaip *viešoji gėrybė*, kurios pakankamo kūrimo negali užtikrinti egzistuojanti rinka (Rimkutė, 2009: 62). Valstybės dalyvavimas yra pateisinama būtinybė, norint palaikyti kultūrinę įvairovę, kuri įtvirtinta *UNESCO* konvencijoje dėl kultūrinių raiškų įvairovės apsaugos (*UNESCO*, 2005).

Taigi kinas yra valstybių reprezentacinės politikos dalis, kuri formuoja valstybės įvaizdį, stiprina kultūrinę diplomatiją bei tarptautinį matomumą. Ši idėja glaudžiai siejasi su *minkštosios galios* samprata, kurią 2004 m. apibrėžė Joseph Nye, tačiau pastaraisiais metais ji įgavo naują aktualumą. Kaip pažymi Karjus ir Žemaitytė (2025:7-9), festivalinis kinas ir tarptautinės koprodukcijos mažoms šalims tampa ne tik ekonominio eksporto, bet ir vertybinės diplomatijos priemone. Naujesni tyrimai rodo, kad minkštosios galios stiprinimas per kiną didina šalies kultūrinį matomumą ir prisideda prie pozityvaus įvaizdžio kūrimo globaliu mastu (Weber, Marchand ir Kunz. 2024: 261-263). Vis dėlto neseniai atliktas tyrimas rodo, jog *LUX prizas*, nors ir svarbus simboliniu ir kultūriniu požiūriu, neturėjo apčiuopiamos įtakos apdovanotų filmų rinkos rezultatams. Kaip pastebi Hiltunen ir Lähdesmäki (2025:8-10), šio apdovanojimo poveikis labiau sietinas su europinės tapatybės stiprinimu, o ne su faktiniu filmų eksporto ir platinimo padidėjimu.

Jones (Lewis, Canning, 2020: 192-193) išskiria kelis sėkmingą tarptautinį platinimą lemiančius veiksnius: tarptautiniai apdovanojimai, garsūs režisieriai ar aktoriai bei kūriniai besiremiantys jau žinomu šaltiniu (bestseleriai, istoriniais įvykiais ir pan.) Šie *kokybės ženklai* leidžia kultūriškai specifiškiems filmams tapti suprantamiems platesnei auditorijai.

Remiantis Boediman, Pujawan ir Baihaqi (2024: 775-776), kino eksportui galima taikyti Porterio daugialypio konkurencingumo sistemą, pagal kurią kino eksporto sėkmę lemia ne tik pavienių įmonių veiksmas, bet ir 4 struktūriniai lygmenys:

- nacionalinis lygmuo, kurį formuoja valstybės politika, infrastruktūra ir teisinė bazė;
- gamybos lygmuo, apimantis vietinių kūrėjų tinklus, finansavimo modelius ir inovacijų ekosistemą;
- klasterio lygmuo, kuris jungia techninius, kūrybinius ir edukacinius partnerius (pvz., kino studijos, festivaliniai centrai, akademinės institucijos);
- įmonės lygmuo, kuriame kuriamos individualios eksporto strategijos, orientuotos į konkrečias auditorijas ar rinkas.

Tokia daugiapakopė struktūra ypač aktuali mažoms šalims, nes leidžia įvertinti, kaip vietinės kūrybinės industrijos prisitaiko prie globalios konkurencijos sąlygų. Mažų šalių kino industrijų konkurencingumas kyla ne vien iš kūrybinio potencialo, bet iš gebėjimo formuluoti

daugialygį bendradarbiavimo tinklą. Autoriai teigia, kad būtent tokia ekosisteminė sąveika leidžia mažoms valstybėms išlaikyti savo kino produkcijos tvarumą ir užsitikrinti vietą globaliame rinkos kontekste.

Nepriklausomai nuo šalies dydžio kino produkto sėkmę tarptautinėje rinkoje lemia daugybė universalių veiksnių. Kaip rodo *CresCine* tyrimas (Kostovska, Nielsen ir Ofsti, 2025:29-34), filmų eksporto procesą galima vertinti pagal du rodiklius: tikimybę, kad filmas apskritai bus eksportuojamas, ir intensyvumo mastą, t. y. pajamų ar žiūrovų skaičiaus apimtį užsienio rinkose. Šie matmenys atskleidžia ne tik ar, bet ir kiek sėkmingai filmas įsitvirtina globalioje rinkoje.

Vienas svarbiausių eksporto sėkmės rodiklių yra biudžeto dydis, kuris tiesiogiai koreliuoja su filmo galimybėmis patekti į užsienio rinkas. Weber, Marchand ir Kunz (2024:263-266) tyrimas, apimantis daugiau nei 3000 filmų duomenis parodė, kad didesni biudžetai leidžia daugiau investuoti į aukštesnės kokybės gamybą, dubliažo paslaugas bei rinkodarą ir platinimą, o visa tai didina filmo konkurencingumą eksportui. Šis ryšys ypač stiprus intensyvumo matmenyje, kai didesnis biudžetas užtikrina didesnes pajamas ir platesnį žiūrovų pasiekiamumą užsienyje.

Kaip pabrėžia *Made in Europe* ataskaita (Fioroni, 2024:7-9), nacionalinė sėkmė dažnai tampa būtina sąlyga eksportui. Filmai, kurie pasiekia didesnę žiūrovų skaičių savo šalyje, turi daugiau šansų būti eksportuojami, nes platintojai ir festivalių atrankos komitetai vertina juos kaip mažiau rizikingus produktus. Tą patvirtina ir Parc (2020: 459-460), nurodydamas, kad daugelis koprodukcinių projektų pirmiausia testuojami vietos auditorijose prieš pradedant tarptautinį platinimą.

Koprodukcijos atlieka esminį vaidmenį mažų rinkų eksporto struktūroje. *CresCine* tyrimas (2025:31-33) rodo, kad Europos koprodukcijos vidutiniškai surenka tris kartus daugiau žiūrovų nei nacionaliniai filmai. Europos Sąjungoje itin aktyviai dirbama ties koprodukcijų skatinimu, tiek organizuojant įvairias muges, kuriose skirtingų šalių prodiuseriai gali susitikti ir tinklaveikauti, tiek per tokias finansavimo schemas kaip *Eurimages* ar *Creative Europe MEDIA*.

Taigi kino produkto eksporto modeliai yra glaudžiai susiję su tuo, kaip valstybės suvokia savo kino industrijos funkciją globaliame kultūriniame lauke. Kaip teigia Barthel-Bouchier (2011:545-547), filmų eksportabilumą lemia jų gebėjimas derinti nacionalinio identiteto ženklus su globaliai atpažįstamais žanrais. Kitaip sakant, norint, kad nacionalinis filmas būtų eksportuojamas, jis turi būti pakankamai lokalus, kad perteiktų kultūrinę unikalumo vertę, bet kartu pakankamai universalus, kad būtų suprantamas tarptautinei auditorijai. Tokiu būdu valstybės, kuriančios kino politiką, privalo balansuoti tarp dviejų strateginių polių: **aktyvios**

**strategijos**, kai aktyviai siekiama plėtoti eksporto rinkas, ir **gynybinės strategijos**, kai siekiama apsaugoti nacionalinį kiną nuo globalios rinkos dominavimo.

Barthel-Bouchier (2011:548-552) pabrėžia, kad aktyvioji strategija būdinga šalims, kurios sąmoningai investuoja į rinkodaros infrastruktūrą ir dalyvavimą festivaliuose, siekdamos padidinti filmų matomumą (pvz., Prancūzija). Karjus ir Žemaitytė (2025:2) nurodo, kad iki ketvirtadalio visų filmų, 2012-2021 m. atrinktų į kino festivalius turėjo sąsajas su Prancūzija arba JAV. Tai yra rodiklis, jog Prancūzija dominuoja festivalių rinkoje. Tuo tarpu gynybinė strategija labiau orientuota į vidaus rinkos stiprinimą ir kultūrinės įvairovės apsaugą nuo JAV kino produkto dominavimo. Barthel-Bouchier (2011:548-552) pažymi, kad abiem atvejais nacionalinis kinas tampa politiniu įrankiu, per kurį valstybės formuoja savo kultūrinį įvaizdį bei užtikrina vietą globalioje rinkoje.

Statistiniai duomenys rodo, kad Europos kino produktų eksportas išlieka vis dar ribotas. Pagal *CresCine* tyrimą (Kostovska, Nielsen ir Ofsti 2025:26-33), kuriame nagrinėjamos atrinktos tam tikros mažos Europos šalys, tik kelios šalys - Airija, Belgijos Flandrija ir Danija - gali būti teikiamos kaip nuosekliai eksportuojančių kino produktą šalių pavyzdys, kitos tyrime nagrinėtos šalys, tokios kaip Lietuva, Estija ir Portugalija, pasiekia itin mažas užsienio auditorijas (vidutiniškai 0,03-0,11 mln. žiūrovų). Šias tendencijas patvirtina ir Europos audiovizualinės observatorijos (EAO) ataskaita *Made in Europe* (Fioroni 2024), kurioje skaičiai rodo, jog europietišku filmų Europos žiūrovai žiūri tik 32%, tuo tarpu beveik visą likusią dalį sudaro JAV produkcija. Tiesa, europietišku filmų žiūrimumas pakilo dviem procentiniais balais per kelis pastaruosius metus, o JAV produkcijos smuko, tačiau tendencijai įžvelgti reikalingas ilgesnis laiko tarpas. Naujausiais duomenimis, tai yra remiantis 2025 m. gruodžio mėnesio *Made in Europe* ataskaita (Edmery, 2025:35), procentinis balas pakilo iki 34%.

*CresCine* (2025) tyrime pabrėžiama, kad eksporto sėkmę lemia ne tik finansinės investicijos, bet ir kultūrinis bei kalbinis artumas tarp šalių, tai yra geolingvistinis tinklas, kuris sudaro natūralią filmų cirkuliacijos erdvę (Kostovska, Nielsen ir Ofsti 2025:32-33). Išskirti galima frankofoniškas šalis dėl jų kalbinio artumo (Prancūzija, Belgija, Šveicarija), ispanų kalba grįstas kino produkto prieinamumas tarp Ispanijos ir Pietų Amerikos šalių, taip pat centrinės Europos kalbinė jungtis (Vokietija, Šveicarija, Austrija) bei Skandinavijos šalių kalbinis ir kultūrinis artumas. Šie faktoriai natūraliai plečia filmo platinimo ribas vien per šią kalbinio ir kultūrinio kodo prizmę. Tiesa, esti autorių, kurie teigia, kad tradicinės kultūrinio artumo teorijos, teigiančios, kad auditorijos pirmenybę teikia tokiams turiniui, kuris artimas jų kalbai ir kultūrai, nebepakanka paaiškinti tokių pastarųjų metų pavyzdžių kaip Danijos produkcijos sėkmė tolimose rinkose (Waade et al., 2020:169-171). Jensen ir Jacobsen (2020:181-183) savo analizėje

argumentuoja, kad globalioje rinkoje veikia artumą didinantis (*ang. k. augmenting proximity*) mechanizmai, kurie leidžia įveikti kalbinius ir kultūrinius barjerus. Vienas iš jų yra emocinis artumas, kuris susiformuoja, kai kūrinys sukelia emocinį rezonansą tarptautinei auditorijai. Anot autorių, šis jausmas kyla iš vaizduojamų universalių žmogiškų patirčių ir emocijų, kurios peržengia kultūrinės bei kalbines ribas. Emocinį artumą ypač sustiprina pasakojimo autentiškumas ir realizmas, leidžiantis žiūrovams jaustis artimais pasakojamai istorijai, nepaisant įvairiapusio atstumo. Dar vienas veiksnys yra kosmopolitinis artumas, kuris randasi dėl naujų technologijų ir žmonių smalsumo. Šis ryšys kyla iš natūralaus žmonių smalsumo ir noro atrasti sąsajas su kažkuo labai tolimu. Jis grindžiamas stilistiniu smalsumu, atsidavimu kitoniškumui bei bendrų etinių ir politinių interesų atpažinimu. Na ir trečiasis išskirtas mechanizmas autorių pavadintas *vynuogių kekės artumas* (*ang. k. grapevine proximities*), kuris išryškina industrijos tinklaveikos ir rekomendacijų iš lūpų į lūpas svarbą. Kadangi šiais laikais turinio pasiūla yra milžiniška, asmeninės rekomendacijos tampa svarbiu mechanizmu, padedančiu atskirti vertingą turinį ir užtikrinti jo sėkmingą priėmimą. Tad, anot autorių Jensen ir Jacobsen (2020:183), sėkminga mažos šalies eksporto strategija priklauso ne tik nuo kultūrinio artumo, bet ir nuo gebėjimo sužadinti emocinį smalsumą bei efektyvaus industrijos tinklų išnaudojimo.

Apibendrinant galima teigti, kad kino produkto eksporto sėkmė globalioje rinkoje yra nulemta sudėtingo ekonominio mastelio ir strateginio pozicionavimo derinimo. Nors Helpmano mastelio ekonomikos principas ir „didžiųjų rinkų efektas“ suteikia pranašumą šalims su didele vidine auditorija, Porterio deimantinis modelis rodo, kad sėkmė priklauso nuo visų keturių lygmenų, t. y. nuo nacionalinės politikos iki įmonės lygmens strategijų, tarpusavio sisteminio veikimo. Išryškėjo, kad mažų rinkų šalims didžiulę reikšmę įgyja ne tik gamybos biudžeto dydis, bet ir simbolinis kapitalas, kuriamas per A klasės festivalių tinklus bei kryptingą minkštosios galios naudojimą kultūrinėje diplomatijoje. Sėkmės veiksnių praktinė išraiška nėra universali, ją lemia industrijos specifiška, pasirinktos skirtingos strategijos.

### **1.3.1. Kino eksporto strategijos Europos šalių kontekste**

Pagrindinių Europos kino šalių (Prancūzijos, Vokietijos, Jungtinės Karalystės, Italijos ir Ispanijos) kino politikos pasižymi gamybos mastais ir išplėta valstybės parama, tačiau jų eksporto rezultatus riboja kalbinė bei kultūrinė fragmentacija. Tuo tarpu Pietų Korėjos atvejis rodo, kad tam tikros specifinės strategijos leidžia vidutinio dydžio rinkai sistemingai patekti į pasaulines auditorijas. Pietų Korėjos kino industrija šiandien yra laikoma vienu sėkmingiausių turinio eksporto pavyzdžių pasaulyje. Tai yra stipriai susiję su vadinamuoju *Hallyu* (korėjietiškos

bangos) fenomenu - kultūrinės plėtros reiškiny, apimantis kiną, muziką, televiziją, madą ir kitas įvairias sritis, kuris nuo 2000-ųjų iš esmės pakeitė Azijos ir Vakarų kultūros mainų dinamiką. Kaip pažymi Yecies ir kt. (2011:4-6), Korėjos kinas tapo reiškiniu, gebančiu perteikti vietinius pasakojimus globaliai auditorijai, tai ne vienos Europos valstybės kino politikos tikslas. Pietų Korėjos kino plėtra - tai ilgamečio valstybės, industrijos ir kūrėjų bendradarbiavimo rezultatas, kuris sukūrė sisteminių kino produkto eksporto modelį, paremtą instituciniu planavimu, technologine pažanga ir kūrybinės ekonomikos principais.

Didžiosios Europos kino rinkos išsiskiria kiekybiškai didelėmis gamybos apimtimis, turi stiprius ilgalaikius valstybinės kino politikos pagrindus. Remiantis *Made in Europe* (Edmery, 2025: 32) duomenimis, didžiosios Europos šalys pagrindžia anksčiau minėtą Helpmano mastelio ekonomikos hipotezę, kurioje teigiama, kad šalys su didesne vidaus rinka eksportuoja daugiau filmų. Vis dėlto eksporto sėkmė tarp šių šalių varijuoja. Štai Jungtinė Karalystė, kurios pagrindinė kalba yra plačiai vartojama anglų kalba, daugiau nei 80% savo kino rinkos pajamų gauna iš eksporto (Edmery, 2025: 42). Jos kino produktai pasiekia vidutiniškai po septynias užsienio rinkas per kino teatrų rodymo laikotarpį (Edmery, 2025: 46). Tuo tarpu Vokietija gauna apie trečdalį savo pajamų iš kino produktų eksporto, Prancūzija su Ispanija - po ketvirtadalį, tačiau tai daugiausia yra festivalinių tinklų ir koprodukcijų pasekmė. Italija šiuo atžvilgiu vis dėlto atrodo yra orientuota į nacionalinį platinimą, tik apie 13% visų kino produkto pajamų gaunama iš eksporto (Fioroni, 2024: 11-13). Šis mastelio ekonomikos pranašumas leidžia daliai didžiųjų Europos kino rinkų eksportuoti daugiau, tačiau tai nėra vienintelis kelias į sėkmę. Pietų Korėjos vidutinė kino rinka kompensuoja mastelio trūkumą per centralizuotą politikos koordinavimą ir kryptingas investicijas į eksporto grandinę.

Vienas pagrindinių Pietų Korėjos sėkmės faktorių yra institucinė aplinka. 1999 m. įkurta Korėjos kino taryba (KOFIC) tapo centrine institucija, kuri koordinuoja kino politiką, finansavimą ir eksporto strategijas. KOFIC tikslas yra įgyvendinti aiškią valstybės viziją, kad kinas yra ne tik kultūros, bet ir ekonominės galios instrumentas (Yecies et al. 2011). Šiai institucijai priskirta valdyti ne tik nacionalinius kino fondus, tačiau ir tarptautines programas, pavyzdžiui, *KoBiz* (Korean Film Biz Zone), kuri jungia gamybos, platinimo ir rinkodaros duomenis bei palengvina bendradarbiavimą su užsienio prodiuseriais. Dėka KOFIC pavyko sukurti tvarų finansavimo modelį, kuriame subsidijos yra derinamos su investicijomis, o valstybė remia filmų dalyvavimą tarptautiniuose festivaliuose ir rinkose, tokiuose kaip Kanai, Berline, Venecija ir pan.

Vis dėl to reikia atkreipti dėmesį, kad Europos rinka yra tarsi kaleidoskopas, ji sudaryta iš mažų, kalbiškai ir kultūriškai fragmentuotų regionų. Kaip pabrėžia Barthel-Bouchier



(2011:547-549), didžiųjų Europos šalių kinas nors ir turi išplėtotą gamybos infrastruktūrą bei ilgalaikę valstybės paramą, dažnai ir lieka tik lokalus savo kalba, kultūra ir auditorija. Šią problemą išryškina ir *CresCine* tyrimas (Kostovska, Nielsen ir Ofsti, 2025:28-31), kuris parodo, kad daugelis didžiųjų Europos gamintojų veikia principu, jog kino produktas visų pirma yra skirtas vidaus rinkai, o ne tarptautiniam platinimui. Tikėtina, kad prie to prisideda ir didžiųjų valstybių tikėjimas, kad tai, kas įdomu vietinei auditorijai, bus įdomu ir tarptautinei Europos auditorijai remiantis vien tuo, jog tai yra didžiosios Europos valstybės produktas, tad jis turėtų būti aktualus ne tik tos valstybės auditorijai. Tačiau *Made in Europe* ataskaita (Edmery, 2025: 13-14) rodo kitus skaičius. Pagal šią ataskaitą Europa yra viena didžiausių filmų gamintojų pasaulyje, tačiau vidinė Europos Sąjungos (ES) kino rinka yra susiskaldžiusi. ES kasmet į kino teatrus išleidžiama daugiau nei 3000 pilnametražių filmų, iš jų tik šiek tiek daugiau nei 1500 filmų išleidžiami ne nacionalinėse rinkose (Edmery, 2025: 14), tad 47% filmų lieka prieinami tik savo kilmės šalyje. Tačiau ir čia didžiosios Europos šalys susiduria su neigiamais rezultatais. *CresCine* tyrime (Kostovska, Nielsen ir Ofsti, 2025:32) esantys duomenys rodo, kad tokiose šalyse kaip Ispanija ir Vokietija nacionaliniai filmai susiduria su neigiama paklausa, žiūrovai renkasi užsienio (dažniausiai JAV) produktus, o vietos filmams sunku konkuruoti su didelio biudžeto ir daug didesnes galimybes platinti turinčiais JAV kino produktais. Italijoje ir Prancūzijoje nacionalinis kinas kol kas nepasiekė žiūrovų deficito lygio, tačiau šių šalių kino politika kryptingai remiasi kultūrinės įvairovės ir tapatybės stiprinimu. Kaip pažymi Scott (2000:3-5) ir Ward (2004:119-121), Prancūzija jau nuo XX a. vidurio įžvelgė iš JAV ateinančią grėsmę ir sukūrė struktūruotą kino produkto kūrimo sistemą. Tai ir mokesčių lengvatos, subsidijos, įvairių fondų mechanizmų deriniai. Taip pat įvesti privalomi televizijų įnašai į kino gamybą bei ne taip seniai atsiradęs *Netflix* mokestis.

Kalbinė ir kultūrinė fragmentacija Europoje mažina filmų keliavimą tarp Europos rinkų. Akademinėje literatūroje šis procesas vadinamas *glokalizacija* - vietinės kultūros pritaikymas pasaulinėms rinkoms (Berg 2018:38). Glokalizacijos principas yra tai, kad korėjiečių kūrėjai pasitelkia universalius naratyvus, tokius kaip socialinė nelygybė, šeimos konfliktai ar moraliniai pasirinkimai, tačiau šiuos klausimus pateikia per vietinę kultūrinę prizmę. Pavyzdžiui, režisieriaus Bong Joon-ho filmas *Parazitas* (2019 m.), laimėjęs Akademijos apdovanojimą Oskarą, yra pastatytas aiškiam korėjietiškame kontekste - architektūra, kalba, socialinės klasės ženklai, tačiau filmo tema apie ekonominę nelygybę yra suprantama globaliai. Būtent ši kombinacija tarp vietinio ir universalaus turinio leidžia Pietų Korėjos filmams būti atpažįstamiems visame pasaulyje, tačiau nėra atsisakoma tautinės tapatybės. Glokalizaciją būtina

išskirti kaip strateginį išteklių. Pietų Korėjos sėkmė nėra atsitiktinė, ji grįsta visų rinkoje veikiančių žaidėjų sistemingu koordinavimu.

Glokalizacijos politika vis dėlto yra atrandama ir Europoje. Norvegijoje šį reiškinį nagrinėja Sand (2019). Pasak autoriaus, Norvegijos kino politika siekia išlaikyti nacionalinį identitetą, tačiau kartu skatina kurti pasakojimus, kurie būtų atpažįstami užsienio auditorijoms. Sand (2019: 14-16) pažymi, kad Norvegijos filmų kūrėjai dažnai pasitelkia vietinę estetiką, kraštovaizdį ir kalbą, tačiau naratyvus grindžia temomis, aktualiomis globaliai, tokiomis kaip klimato kaita, žmogaus ir gamtos santykis ar šeimos dinamika. Tokiu būdu siekiama, kad Norvegijos kinas išlaikytų savo identitetą, tačiau taptų prieinamas ir tarptautinėms auditorijoms. Autorius taip pat vartoja sąvoką *hibridizacija*, apibūdindamas, kaip norvegų kūrėjai jungia vietinę kultūros raišką ir tarptautinę kino estetiką, dažnai perkopdami ribas tarp meninio kino ir komercinio turinio (Sand, 2019:22-23). Naujausias šio reiškinio pavyzdys būtų norvegų filmai *Trolis* (2022) ir *Trolis 2* (2025). Jo sėkmė tiesiogiai susijusi su filmo kūrėjų pasirinkimu pasitelkti hibridizaciją, tai yra Norvegijos kraštovaizdžio bei mitologijos sujungimas su tarptautinės kino estetikos raiška, žanru, aiškia siužetine linija ir panašiai.

Šią strategiją dar geriau atskleidžia Danijos audiovizualinio sektoriaus pavyzdys, kuris neretai įvardijamas kaip mažos šalies sėkmės modelis. Waade, Redvall ir Jensen (2020:1-6) teigia, kad Danijos kūrėjų mokėjimas derinti nacionalinius elementus su tarptautiniais kino industrijos standartais leido šaliai tapti pasauline turinio eksportuotoja.

Danijos *Nordic Noir* modelis išryškina žanrinio kino pranašumus. Šis modelis, aprašytas Hjort (2007:89-92), remiasi valstybės investicijomis į aukštos kokybės scenarijus ir tarptautinį turinio lokalizavimą. Redvall (2020: 74-76) pastebi, kad *Nordic Noir* žanras pasinaudojo Skandinavijos kriminalinės literatūros sėkme ir dėka to tapo globaliai atpažįstamu prekės ženklu. Nors Redvall analizuoja būtent televizinių serialų išpopuliarėjimą, tačiau specifiką galima pritaikyti ir filmams. *Nordic Noir* žanras iš vietinės Danijos televizijos persikėlė į tarptautines platformas, sujungė įvairių šalių žanro gerbėjus ir net sukėlė turizmo pakilimą. Danijos pasinaudojimas žanro specifikos teikiamais plusais leido jai pakilti aukščiau mažos šalies kino produkto kūrėjo statuso iki lygiaverčio tarptautinio žaidėjo.

Hansen (Waade, Redvall ir Jensen. 2020: 83-87) rašo, kad glokalizacija neturėtų būti suprantama kaip vienpusiška globalių jėgų įtaka vietinei kultūrai. Autorius nagrinėja glokalizacijos koncepciją, kuri leidžia paaiškinti, kaip gamybos procese sugyvena vietiniai, nacionaliniai, regioniniai ir globalūs žaidėjai. Tačiau autorius kartu kelia ir dvejone, ar glokalizacija ir hibridizacija ilginiui nesunaikins nacionalinio identiteto, kai visi kuriami filmai

kalbės tik globaliai aktualiomis temomis, nes tokiu būdu bus galima lengviau surasti užsienio transliuotojų.

Tuo tarpu *Crescine* tyrime (Kostovska, Nielsen ir Ofsti, 2025:18) yra nagrinėjamos pasirinktos mažos šalys, tarp jų ir Lietuva. Nagrinėjant šias šalis buvo išskirtos keturios kryptys, kuriomis veikia valstybių politika kino produkto atžvilgiu. Per šio tyrimo prizmę galima pažvelgti, kaip skirtingai gali būti pozicionuojamas kino produktas mažose Europos šalyse.

**Pirmoji strategija** yra, *kai kino produktas pozicionuojamas kaip nacionalinė kultūrinė vertybė, su kuria siekiama ne tik stiprinti nacionalinį identitetą vietos rinkoje, tačiau ir jį eksportuoti į užsienio šalis.* Žvelgiant iš didžiųjų Europos šalių kino produkto strategijų perspektyvos, jų vidinė rinka yra didesnė nei mažųjų Europos šalių, tad jos yra suinteresuotos stiprinti nacionalinį identitetą vietos rinkoje per kino produkto pozicionavimą kaip nacionalinės kultūros vertybę.

**Antroji išskirta strategija** yra *kino produkto eksportabilumas kaip prioritetinis tikslas, kai pagrindinis tikslas yra pasiekti, kad produktas būtų matomas užsienio šalyse, pastebėtas festivaliuose, turėtų gausų žiūrovų skaičių, kad būtų komerciškai sėkmingas.* Ward (2004:119-121) pastebi, kad XXI a. kino politika vis labiau pereina į kūrybinių industrijų paradigimą, kur filmas vertinamas kaip ekonominis produktas, turintis eksporto potencialą. Tokį modelį sėkmingai taiko kai kurios mažos šalys, pavyzdžiui, Danija ar Airija, kur valstybinės paramos priemonės derinamos su strategijomis didinti filmų matomumą užsienio rinkose (Bergfelder 2005: 322:324). Remiantis išvadomis iš *CresCine* tyrimo *Small European markets seeking global audiences* (Kostovska et al. 2024:5-7), mažos šalys vis dažniau naudoja kombinuotas strategijas - tarptautines koprodukcijas, žanrų pasirinkimą (filmai šeimai, vaikams, animacija, trileriai) ir tikslingų eksporto rinkų identifikavimą - siekdamos padidinti auditoriją. Be to, Karjus ir Žemaitytė (2025:1-3) parodo, kad net ekonomiškai mažesnės šalys gali būti tarptautinio festivalio dalyvės, jei suformuoja stiprų bendradarbiavimo tinklą, kultūrinę tapatybę bei turinio įvairovę.

**Trečioji strategija** yra vadinamasis *servisas, gamybinės paslaugos, tai yra kai vietinė industrija siūlo savo darbo jėgą kitų šalių kūrėjams, pati nebūdama to kino produkto kūrėjų dalimi, o tik paslaugų teikėja.* Lietuvai ištis priskirtinas ir šis būdas, nes yra sudarytos sąlygos ir tokiame veikimo būdui. Lietuvos kino industrijos atstovai, dirbantys tokio tipo projektuose, yra vertinami kaip itin darbštūs bei puikiai atliekantys savo pareigas (LRT.LT, 2020). Kaip teigė LKC vadovas Laimonas Ubavičius, sėkmingas pasirodymas teikiant šias paslaugas užsienio rinkos dalyviams lemia Lietuvos kaip kino industrijos kredibilumą, skatina Lietuvos žinomumą bei pasitikėjimą, taip nutiesiant kelią ir lietuviškų filmų galimybėms būti eksportuotais, viskas

susiję (*Kultūros rentgenas. Finansavimo ABC: kaip užtikrinti skaidrumą, 2025 m. spalio 23 d.*). Taip pat labai svarbią dalį užima ir mokestinė lengvata, kuria gali pasinaudoti užsienio kūrėjai, atvykę filmuoti į Lietuvą. Paminėtina, jog mokestine lengvata gali naudotis ne tik servisiniai filmai, tačiau ir koprodukcijos bei nacionaliniai filmai. Vadovaujantis šia strategija, kinas yra vertinamas tik per ekonominę prizmę, o ne kaip kultūros raiška.

Na, o **ketvirtoji strategija** yra *kinas kaip menas, o ne prekė*. Pagrindinis tikslas yra kritikų pripažinimas, festivaliniai laimėjimai. Finansavimas yra paremtas subsidijomis, o ne rinkos logika. Viešasis finansavimas mažose šalyse tampa ne tik kultūros politikos, bet ir eksporto skatinimo įrankiu - jis padeda mažinti finansinę riziką ir užtikrina vietinio kino dalyvavimą tarptautinėje rinkoje (Weber, Marchand ir Kunz 2024:261-263).

Štai Pietų Korėja jungia pirmąją ir antrąją strategijas. Pietų Korėjos vidutinei rinkai eksportabilumas yra itin svarbus norint išlaikyti kino produktą kaip ekonominę prekę, o ne vien subsidijuojamą meno produktą, tačiau pasitelkdama *glokalizaciją* ji išlaiko ir nacionalinę tapatybę bei legitimizuoja kino produktą kaip meninį produktą per festivalių ir apdovanojimų prizmę.

Kaip teigia Berg (2018:37-39), Korėjos kino industrija remiasi modeliu, kurį jis vadina *local buzz* (lietuvių k.- vietinio sujudimo) ir *global pipelines* (lietuvių k. - pasauliniai vamzdynai) sistema. *Local buzz* apima aktyvią vietinę kūrybinę ekosistemą, įsikūrusią Seule, kur koncentruojasi visa kino gamybos bendruomenė, režisieriai, prodiuseriai, technologijų įmonės ir turinio kūrėjai. Tokios koncentracijos egzistavimas skatina idėjų mainus, inovacijas ir glaudų bendradarbiavimą tarp kūrėjų. O *global pipelines* yra tarptautiniai platinimo ir bendradarbiavimo tinklai, jungiantys Korėjos kūrėjus su pasauline kino rinka. Tarptautinės partnerystės su Netflix ar CJ Entertainment leidžia filmams patekti į pasaulinius srautinio turinio kanalus ir taip stiprina komercinį potencialą. Tai paprasta, tačiau puikiai veikianti sistema, apjungianti vietinius kūrėjus, jų talentus ir globalius tinklus, taip užtikrinant kino produktų prieinamumą tarptautinėse rinkose.

Pietų Korėjos kino produkto eksportas yra tampriai susijęs su šalies *minkštosios galios* (angl. k. *soft power*) strategija. Kaip pažymi Berg (2018: 47-48), *Hallyu* fenomenas tapo neoficialiu kultūrinės diplomatijos projektu, kuris formuoja šalies įvaizdį ir pritraukia ekonomines ir politines partnerystes. Ši strategija labai taikliai atitinka Nye (2004: 5-6) apibrėžtą *minkštosios galios* sampratą, tai yra gebėjimas daryti įtaką nenaudojant prievartos ir finansinės viršenybės, o pasitelkiant kultūrą, vertybes ir patrauklumą. Korėjos filmai, serialai, popkultūra tapo šalies vizitine kortele, padedančia formuoti teigiamą įvaizdį Azijoje, Europoje ir Šiaurės Amerikoje. Taigi kino eksportas veikia kaip valstybės reputacijos stiprinimo priemonė, taip pritraukdama naujas rinkas ir galimybes turizmo, švietimo ir kūrybinių industrijų sektoriuose.

Pietų Korėjos kino eksporto modelis grindžiamas trimis pagrindiniais principais: institucinis koordinavimas, turinio globalizacija bei diplomatinė integracija. Šalies nacionalinis kinas tapo tokiu globaliu prekės ženklu, kuriame meninė vietinio talento kūryba dera su rinkos logika. Šis modelis rodo, kad ir vidutinio dydžio rinka gali tapti pasaulinės įtakos centru, jei jos politika orientuota į ilgalaikę kūrybinių industrijų plėtrą, inovacijas ir tarptautinius ryšius.

Taigi išryškėja esminė takoskyra tarp ekonominio mastelio ir strateginio turinio valdymo modelių eksporto rinkoje. Didžiosios Europos kino valstybės, nors ir turi gausius gamybinius resursus, tačiau vis dar susiduria su kalbine fragmentacija, kuri lemia, jog beveik pusė europinių kino produktų neperžengia nacionalinių sienų. Priešingai, Pietų Korėjos modelis demonstruoja, kad vidutinio dydžio rinka gali pasiekti pasaulinę rinką ne per gamybos mastą, o per sistemingą institucinį koordinavimą ir globalizacijos strategiją. Sėkmingas eksportas priklauso nuo gebėjimo sukurti „kultūrinius hibridus“, kuriuose universalūs pasakojimai susijungia su vietine estetika, taip sukeliant tarptautinės auditorijos emocinį artumą. Pietų Korėjos sėkmė remiasi *local buzz* (lietuvių k. - vietinio sujudimo) ir *global pipelines* (lietuvių k. - pasaulinių vamzdynų) sinergija, kuri gali tapti pagrindu mažoms šalims ieškant alternatyvių strateginių veiksmų pasaulyje veikiančios mastelio ekonomikos atžvilgiu.

### 1.3.2. Mažų šalių kino eksporto ypatumai

Bendrai žvelgiant galima teigti, kad *mažų šalių kino* sąvoka šiandien apima ne tik geografinius, demografinius kriterijus, bet ir ekonominį bei kultūrinį matmenį. Maža šalis kino kontekste suprantama kaip tokia, kurios audiovizualinis sektorius veikia ribotos rinkos, finansinių išteklių ir kalbinės sklaidos sąlygomis, todėl nacionalinis kinas yra glaudžiai susijęs su kultūrinės tapatybės stiprinimu ir valstybės politika.

Kino produkto eksporto strategijos gali būti įvairiapusės, tačiau reikia pabrėžti, jog šiame darbe ieškoma atsakymų kalbant apie mažų šalių kino produktų eksporto strategijas. **Mažų šalių kinas** - tai daugiaprasmis reiškiny, kuris kinta priklausomai nuo laikmečio, konteksto ir analizės masto. Kaip pažymi Hjort ir Petrie (2007:7), maža šalis nebūtinai visada išlieka maža, tai priklauso ir nuo jos ekonominės galios, pavyzdžiui BVP, kultūrinės įtakos ir politinių struktūrų. Tačiau mažos šalys nebūtinai yra tik silpnos, jose gali slypėti stiprybė.

Štai Falkowska ir Giukin knygoje *Small Cinemas in global markets: genres, identities, narratives* (2014:8-10) įžanginiame žodyje rašo, jog *small cinemas* (lietuvių k. *mažų šalių kino*) sąvoka ilgą laiką buvo siejama su tokiu nacionaliniu produktu, kurio turinys žymi skirtingos šalies kultūrą, istoriją, socialinę aplinką ir pan. Jie taip pat pabrėžė, jog tai padarė neigiamą įtaką

atpažįstant daug platesnį profesinį ir kultūrinį įdarbį, kurį padarė tų *mažų šalių* kūriniai, kaip pvz.: Čekijos *Naujosios bangos* ar Lenkijos kino mokyklos įtaką pasauliniam kino kūrybos laukui. Tačiau, apžvelgę įvairių autorių straipsnius apie skirtingų šalių padėtį, autoriai vis dėlto priima sprendimą, jog dar yra per anksti bandyti skirstyti mažų šalių kiną per jo pasakojamas socialines temas ar keliamus politinius klausimus (Falkowska, Giukin, 2014:22).

Mažos šalys, kaip pastebi Barthel-Bouchier (2011:545-547), susiduria su *mažos rinkos paradoksu* - jų gamybos išlaidos yra beveik ar lygiai tokios kaip didžiųjų šalių išlaidos, tačiau vidaus auditorijos dydis neleidžia atsipirkti be tarptautinio platinimo. Pasak Bergfelder (2005: 322-324), mažų šalių kinas veikia transnacionaliniu principu - tai yra, kad tokios valstybės siekia įsitraukti į tarptautinius tinklus, koprodukciją ir bendrą platinimo infrastruktūrą, norėdamos išlikti konkurencingos. Autorius teigia, kad mažų šalių kino industrijos gali išlaikyti kultūrinį savitumą tik veikdamos bendrose rinkose, pavyzdžiui, per regionines partnerystes (Skandinavijos šalys, Beneliuksas, Baltijos regionas).

Puikiai iškeliamą mažų šalių problema knygoje *European Visions: Small nations in transition*, kurioje prisimenama 1991 m. vykusio *Screening Europe* konferencija ir joje pasakyta Jameson kalba apie *Babelio dilemą*. Konferencijoje jis tęsė svarstymus apie atsiradusias kultūrinės ir praktines problemas pasibaigus nebyliojo kino erai Europoje, kai įvairioms visuomenės grupėms perėjo į garsinį vaizdavimą tokiu būdu atveriant Europos *Babelio bokštą* (Blankenship & Nagl 2015: 18–19). Tačiau ši problema lieka ne iki galo išspręsta ir dabar.

Mažosios šalys iš esmės remiasi būtent festivalinių premjerų, tarptautinių platintojų partnerystės strategija, taip pat visi kūriniai būtinai būna subtitruojami. Gomez-Herrera, Alaveras ir Martens (2018:665) teigia, kad pasirinkimas kūrinių dubliuoti ar subtitruoti dažniausiai priklauso nuo filmo kilmės šalies dydžio ir kalbinės struktūros. Kadangi subtitravimas yra ženkliai pigesnis, mažosios šalys renkasi būtent šį variantą tiek vietinėje rinkoje priimant užsienio filmus, tiek ir eksportuojant savo kino produktus, nes tai taip pat ir greitesnis būdas pasiekti užsienio auditorijas. Priešingai nei mažos šalys, tokios didžiosios Europos šalys kaip Prancūzija, Vokietija, Ispanija užsienio filmams dažniau taiko dubliažą, siekdamos išlaikyti vietos kalbos dominavimą. Tai labai aiškiai atspindi kultūros politikos skirtumus: subtitruojančios šalys yra labiau linkusios į tarptautinę atvirą cirkuliaciją, o dubliažo rinkos išlaiko stipresnę nacionalinės kalbos apsaugą (Fioroni, 2024: 9-10).

Pagal Lietuvos kino centro patvirtintas „Filmo platinimo ir sklaidos darbų projektų valstybinio finansavimo taisyklės“ (LR Kultūros ministerija, 2025) platinimo projektui gali būti skiriama iki 80% tinkamų išlaidų, tačiau ne daugiau kaip 10 000 Eur filmams, pristatomiems FIAPF (*International Federation of Film Producers Associations* - liet. k. *Tarptautinė kino*

*prodiuserių asociacijų federacija*) akredituotuose festivaliuose (Kanai, Berlynas, Venecija, Sundance ir kiti), o filmams kituose renginiuose - iki 5000 Eur. Palyginimui Jungtinė Karalystė filmams su biudžetu iki 15 000 000 svarų skiria 15 000 svarų dalyvavimui FIAPF akredituotuose festivaliuose (BFI, 2025). Leidžiamos išlaidos yra kelionės išlaidos kūrybinei grupei, dalyvavimo mokesčiai festivaliuose, mugėse, filmo transportavimo ir siuntimo išlaidos, filmo kopijų, DCP (*Digital Cinema Package - liet. k. skaitmeninis kino paketas*) ar kitų formatų parengimo bei subtitravimo išlaidos, taip pat tokios viešinimo ir rinkodaros išlaidos kaip plakatai, interneto reklamos, filmo anonsai, skaitmeninio turinio parengimas ir pan. Į leidžiamas išlaidas taip pat įeina ir platintojų, pardavimo agentų ar rinkodaros konsultantų paslaugos (Lietuvos Respublikos kultūros ministerija 2025:33). Tokios priemonės užtikrina filmų matomumą, tačiau išlaidos išlieka labai ribotos, ypač lyginant su tam tikrais tarptautiniais atvejais. Tad tinkamas filmo platinimas yra kertinis aspektas filmui tapti eksportabiliu. Nepriklausomas amerikiečių filmas *Anora* (2024 m.) yra puikus kontrastas, nes jis tapo išskirtiniu pavyzdžiu, kai net ir ne pagrindinės srovės (*ang. k. indie*) kinas gali pasiekti pasaulinį pripažinimą, jei į platinimo ir rinkodaros strategiją investuojama strategiškai. Kaip rašo laikraštis *The Guardian* (2025), filmo platinimo kampanija siekė apie 18 mln. JAV dolerių, tai yra tris kartus daugiau nei pats gamybos biudžetas (apie 6 mln. dolerių). Tokia disproporcija tarp kūrimo ir rinkodaros išlaidų atskleidžia, kad net nepriklausomo kino sėkmė globaliame kontekste priklauso nuo gebėjimo sukurti tarptautinį matomumą - tai yra investuoti ne tik į kūrybą, bet ir efektyvią sklaidą bei auditorijos pritraukimą. Tai būtų viena iš priežasčių, kodėl *Eurimages* 2024 m. paskelbė naują finansavimo schemą *Film Marketing and Audience Development Support* (Council of Europe, 2024).

Dalį aptartų strategijų jungia **koprodukcijos strategija**. Tarptautinėje rinkoje ji yra vertinama dėl galimybės užtikrinti didesnę biudžetą ir platesnę sklaidą. Tačiau autorius Parc (2020), taikydamas vertės grandinės analizės metodą, teigia, kad dabartinė koprodukcinė strategija dažnai veda ne prie kultūrinės įvairovės, o prie kultūrinio skurdo (Parc, 2020:458). Anot autoriaus, pagrindinė šio kultūrinio skurdo priežastis yra valstybės subsidijų mechanizmai, kurie iškreipia natūralią kino vertės grandinę. Prodiuseriai, norėdami atitikti skirtingų šalių kino fondų reikalavimus, dažnai pasirenka daryti kūrybinius kompromisus, dėl kurių filmai praranda savo unikalų nacionalinį charakterį. Autorius tyrime rodo, kad sėkminga eksporto strategija neturėtų remtis vien koprodukcija dėl finansinių paskatų. Jis pabrėžia, kad be stipraus ir autentiško turinio, orientuoto į žiūrovą, o ne suorganizuoto pagal subsidijų taisykles, koprodukcija savaime negarantuoja sėkmingo filmo eksporto ar matomumo tarptautinėje rinkoje. Svarbu tai paminėti mažų šalių atžvilgiu, kadangi kyla grėsmė, jog jos taps tik techninėmis

didesnių šalių partnerėmis. Tiesa, pažymėtina, kad Lietuvos kino centro finansavimo taisyklėse dėl koprodukcijos yra nurodyta, jog norint gauti finansavimą reikalingas bent vienas kūrėjas iš Lietuvos, kuris prisideda prie filmo kūrybinės dalies (LKC, 2025). Neatmestina ir mintis, jog šalies industrijos atstovams prisidedant prie tų pačių techninių darbų dirbant koprodukcijoje su didesnėmis šalimis, nauda ateina iš daugiau patyrusių kitų šalių atstovų įžvalgų, patarimų ir panašiai, kurie leidžia mažų šalių kūrėjams tobulėti ir taikyti naujausias žinias nacionaliniams kino produktams.

*CresCine* tyrimas (2025: 35-37) rodo, kad VoD (*Video on demand* - liet.k. vaizdo pagal poreikį) platformos tapo svarbiausiu kino prieinamumo kanalu, tačiau fragmentacija išlieka ir skaitmeninėje erdvėje - tik apie 20% europinių filmų pasiekiami daugiau nei vienoje teritorijoje. Tai lemia aiškią asimetriją tarp globalių ir regioninių platintojų, kur JAV turinys išlaiko dominuojančias pozicijas. Štai tik 2025 m., kaip teigia Lietuvos kino centras, pirmasis lietuviškas animacinis trumpametražis filmas tapo pasiekiamas *Disney+* platformoje. Tai M. Valkevičiaus režisuotas Lietuvos animacijos gamybos įmonės *Meinart* pagamintas filmas pavadinimu *Patrikas* (Lietuvos kino centras, 2025). Tokios regioninės platformos kaip *Arte.tv*, *Filmin* bando suteikti platformą Europos filmams ir bent šiek tiek kompensuoti tokių filmų trūkumą didžiosiose platformose, tačiau šių platformų lėšos ir pajėgumai neprilygsta didžiosioms. Ši asimetrija tarp globalių ir regioninių platintojų lemia, kad JAV turinys dominuoja ne tik kino teatruose, bet ir skaitmeninėje erdvėje.

Apibendrinant mažų šalių kino eksporto ypatumus, galima teigti, kad sėkmė šiame sektoriuje priklauso nuo gebėjimo įveikti „mažos rinkos paradoksą“ ir „Babelio dilemą“ pastelkus specifinius strateginius įrankius. Analizė parodė, kad mažosios šalys privalo fokusuotis į simbolinio kapitalo kaupimą A klasės festivalių tinkluose, kurie veikia kaip pagrindinis matomumo dėmuo globalioje rinkoje. Išryškėjo, kad subtitravimas yra ne tik pigesnė techninė priemonė, bet ir sąmoninga platesnės cirkuliacijos strategija, padedanti peržengti kalbinius barjerus. Vis dėlto ilgalaikis įsitvirtinimas pasaulinėje rinkoje galios tik tada, kai institucinė parama bus derinama su sistemingu kūrybiniu pozicionavimu ir integracija į globalias VoD platformas.

Išanalizavus globalios rinkos struktūrą, didžiųjų valstybių dominavimą bei mažų šalių sėkmės pavyzdžius, galima išskirti dvi pagrindines kino produkto eksporto strategines kryptis, kurios nulemia kino produkto kelionę pasaulinėje rinkoje:

1. Festivalinė strategija, kuri yra orientuota į patekimą į A klasės festivalinius tinklus.

Sėkmė matuojama ne tiesioginiu pelnu, o prestižu, kuris vėliau gali būti konvertuojamas į



platinimo galimybes. Ši strategija dominuoja mažų rinkų šalyse, kurios veikia tamptariai su nacionalinėmis institucijomis ir siekia kultūrinio matomumo.

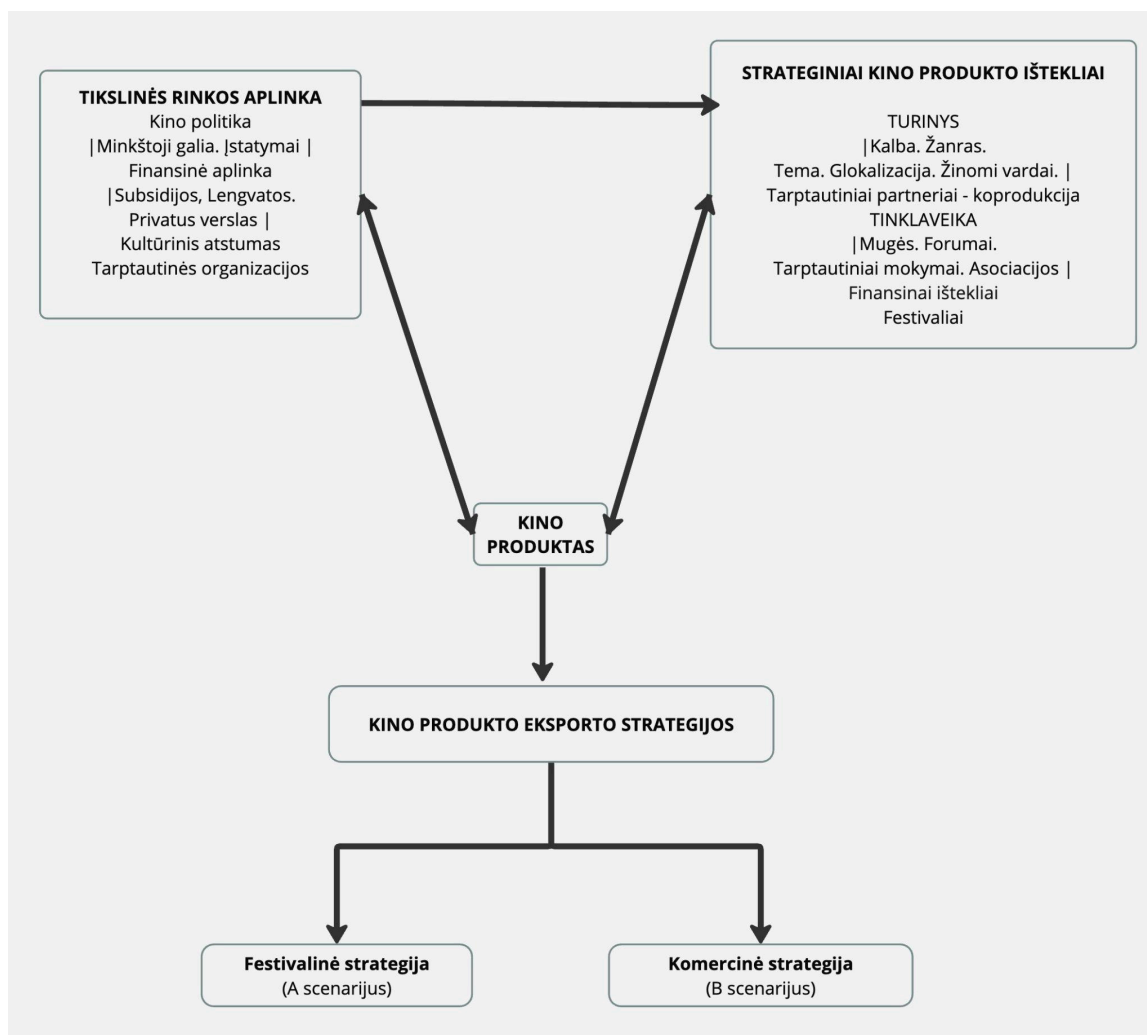
2. Komercinė strategija remiasi universaliu žanriniu pozicionavimu, dideliais gamybos biudžetais ir dažnai anglų kalbos pasirinkimu. Šios strategijos tikslas yra maksimalus teritorijų skaičius ir investicijų atsiperkamumas per globalias VoD platformas ir kino teatrus.

Šių strategijų pasirinkimas ir sėkmė tiesiogiai priklauso nuo dviejų didžiųjų kintamųjų grupių sąveikos: tikslinės rinkos aplinkos ir strateginių kino produkto išteklių. Šių veiksmų susiejimas leidžia suformuoti konceptualų kino produkto eksporto strategijos modelį, kuris taps tolimesnio Lietuvos kino industrijos empirinio tyrimo teoriniu pagrindu.

#### **1.4. Konceptualus kino produkto eksporto strategijos modelis**

Remiantis atlikta teorine analize daroma išvada, kad sėkminga kino produkto eksporto strategija yra kompleksinė sistema, jungianti įvairių lygmenų sąveiką tarp tikslinės rinkos aplinkos ir strateginių kino produkto išteklių. Šis konceptualus modelis atspindi struktūrinius ir funkcinis ryšius tarp veiksmų, nulemiančių mažų šalių kino produkto sklaidą tarptautinėje rinkoje. Modelis yra sudarytas iš keturių blokų, kurių tarpusavio veikimas apibrėžia prodiuserio pasirinktą eksporto kelią (žr. 1 pav.)

Paveiksle nr. 1. pateikiamas kino produkto eksporto strategijų modelis.



**1 pav. Kino produkto eksporto strategijų modelis**

Paveiksle pavaizduota:

- **Tikslinės rinkos aplinka** žymi sąlygas, kuriose veikia kino produktas:
  - *Kino politika, subsidijos, lengvatos* sudaro valstybės paramą, kuri yra esminis rinkos nepakankamumo ramstis mažų šalių kino produktui. Valstybių keliama reikalavimai paramai gauti dažnai prisideda prie filmo būsimos krypties.
  - *Kultūrinis atstumas* yra vienas iš esminių elementų, kuris nulemia, kiek „kultūrinės nuolaidos“ ( anglų k. cultural discount) prireiks produktui, kad jis būtų suprastas kitoje teritorijoje.
- **Strateginiai kino produkto ištekliai** yra įrankiai, kuriais tiesiogiai gali disponuoti bei modeliuoti kino produkto kūrėjai:
  - *Turinys (žanras, kalba, glokalizacija)*. Tai kino produkto elementai, kurių pasirinkimas lemia kino produkto ateities strateginį kelią.

- *Koprodukcija ir tarptautiniai partneriai* mažų šalių rinkoje yra pagrindinis būdas paskirstyti finansinę riziką ir užsitikrinti priėjimą prie užsienio platinimo kanalų.
- *Tinklaveika*. Dalyvavimas festivaliuose, mugėse, forumuose, rezidencijose leidžia kino produktui tapti matomam industrijų viduje.

● **Kino produkto** bloko vieta modelyje rodo, kad kino produktas nėra statiškas, jis formuojasi nuolatinėje sinergijoje tarp aplinkos diktuojamų taisyklių ir turimų išteklių. Dvipusės rodyklės rodo, kad sėkmingas produktas ne tik vartoja resursus, bet ir kuria vertę - stiprina šalies minkštąją galią ir plėtoja tarptautinę tinklaveiką.

Šios trys modelio dalys tarpusavyje sąveikauja per pagrindinę dedamąją - kino produktą, kuris siejasi tiek su tiksline rinkos aplinka, tiek ir su strateginiais kino produkto ištekliais. Kaip pavaizduota paveiksle Nr. 1, taip pat galima matyti strateginių kino produkto išteklių priklausomybę nuo tikslinės rinkos aplinkos. Pagrindinė modelio ašis yra kino produkto eksporto strategijos. Kaip modelyje galima matyti, kino produktas yra eksportuojamas taikant dvi strategines kryptis: festivalinę ir komercinę.

Priklausomai nuo anksčiau aptartų veiksnių derinimo, prodiuseris pasirenka vieną iš dviejų strategijų:

- *Festivalinė strategija (A scenarijus)* dominuoja tada, kai pagrindinis išteklius yra simbolinis kapitalas, o tikslas - kritikų pripažinimas A klasės festivaliuose.
- *Komercinė strategija (B scenarijus)* orientuota į mastelio ekonomiką, universalius žanrus bei temas ir plačią auditoriją tiek kino teatruose, tiek VoD platformose.

## 2. LIETUVOS KINO PRODUKTO EKSPORTO STRATEGIJOS

### 2.1. Tyrimo metodologija

#### Tyrimo problema ir kontekstas

Kaip atskleista teorinėje darbo dalyje, nors Europos kino gamybos apimtys pastaraisiais metais augo, tačiau Europos filmų žiūrimumas tarp Europos gyventojų neįtraukiant kitų žemynų gyventojų yra neproporcingai mažesnis nei JAV Holivudo kino studijų kuriamų filmų žiūrimumas. Daugiau nei 60% kino teatrinių peržiūrų Europoje užima JAV sukurti filmai. Remiantis CresCine (2025) ir Made in Europe (2025) duomenimis, didžioji dalis produkcijos neperžengia nacionalinių sienų, o mažųjų šalių kinas susiduria su specifiniais „mažos rinkos“ ir „kalbinio barjero“ iššūkiais. Europos institucijos kuria agentūras, diegia inovacijas, įvairiomis iniciatyvomis stengiasi skatinti Europos žiūrovus žiūrėti vienas kito kino produktus. Europos institucijos taip pat kuria įvairius įrankius, užsakinėja tyrimus, kurie turi leisti kino produkto kūrėjams labiau pažinti įvairių Europos šalių žiūrovus ir juos suprasti. Tačiau kol kas skaičiai vis dar nenaudingi europiniam kino produktui. Tuo tarpu Lietuvoje taip pat sukuriama vis daugiau ir daugiau kino filmų, kuriuos remia Lietuvos kino centras, tačiau jų žiūrimumas kitų Europos šalių kino teatruose, remiantis *Lumiere* duomenų baze, ir kitų šalių VoD platformose, remiantis *CresCine* tyrimo duomenimis, yra itin žemas. Teorinėje dalyje sukurtas conceptualus modelis (žr. 1 pav.) išskiria tikslinės rinkos aplinkos elementus bei strateginius kino produkto išteklius, kurių varijuojanti sinergija gali lemti eksporto sėkmę, tad šio darbo tikslas yra patikrinti modelio veikimą empiriniu tyrimu. Problema kyla iš poreikio nustatyti, ar teoriniame eksporto strategijų modelyje išskiriami elementai ir ištekliai yra naudojami konstruojant Lietuvos kino produkto eksporto strategijas.

**Tyrimo objektas.** Lietuvos kino produkto eksporto strategijos.

**Tyrimo tikslas.** Ištirti Lietuvos kino produkto eksporto strategijas.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Susisteminti Lietuvos kino centro (LKC) teikiamą paramą kino produkto eksportui.
2. Nustatyti Lietuvos kino produktų eksporto strategijų ypatumus.
3. Atlikti kino filmo „Vesper“ eksporto strategijos analizę.
4. Atlikus empirinį tyrimą, patikslinti conceptualų eksporto strategijos modelį.

**Tyrimų metodologija.** Darbui pasirinkta kokybinio tyrimo paradigma, kurios tikslas sukonstruoti holistinį tiriamo reiškinių poveikslą analizuojant subjektyvias tyrimo dalyvių patirtis

(Valckienė ir kt. 2010:38). Pasak Kardelio (2007:272-273), kokybinis požiūris leidžia suprasti, kaip individai individualiai kuria prasmes ir kaip tai lemia jų elgseną socialinėje aplinkoje.

**Tyrimo strategija - atvejo analizė.** Rupšienė (2007: 27-28) pažymi, kad tokia strategija pasirenkama tada, kai konkretus atvejis naudojamas kaip įrankis geriau suprasti teorinę problemą ar reiškinių. Šiuo atveju filmas „Vesper“ (Informantas F) tarnauja kaip atvejis, leidžiantis praktiškai patikrinti conceptualų eksporto strategijų modelį, o kiti kino industrijos lauko dalyviai (Informantai A-E) suteikia kontekstines žinias apie Lietuvos kino ekosistemą. Novelskaitė (2012:13) pabrėžia, kad tyrimo strategija yra visuminė tyrimo logika, nurodanti duomenų rinkimo ir analizės metodus.

**Tyrimo metodai.** Pagrindinis duomenų rinkimo metodas - pusiau struktūruotas interviu. Gaižauskaitė ir Valavičienė (2016:16) teigia, kad ši forma leidžia tyrėjui lanksčiai reaguoti į pokalbio eigą, kartu išlaikant tyrimo tikslui reikalingą kryptį. Interviu klausimynas sudarytas remiantis teorinėje dalyje sukurtu modeliu, siekiant patikrinti jį sudarančių veiksnių (finansavimo, žanro, festivalių ir t.t.) veikimą realybėje. Kadangi tokio tyrimo rezultatai iš dalies priklauso nuo tyrėjo interpretacijų, parinkti interviu klausimai buvo atviri, tačiau standartizuoti ir vienodi visiems informantams. Klausimyną taip pat sudarė ir vertinimų lentelės Likerto skalėje su galimybe pakomentuoti plačiau. Iš atliktų 6 interviu du buvo atlikti informantams atsakant į klausimus raštu dėl didelio informantų užimtumo.

**Tyrimo imtis ir informantų atranka.** Taikyta kriterinė atvejų atranka. Anot Rupšienės (2007:31), kriterinė atvejų atranka taikoma tuomet, kai „*imties vienetai iš populiacijos atrenkami laikantis tyrėjo nustatytų kriterijų.*“ Kadangi kino produkto eksporto strategijas visų pirma vykdo prodiuseriai, būtent jie ir pasirinkti kaip tyrimui tinkanti imtis. Informantai buvo atrinkti remiantis *Lumiere* duomenų bazėje pateiktą lietuviškų kino filmų statistika. Taigi siekta apklausti tuos Lietuvos prodiuserius, kurių pilno metro filmai buvo eksportuoti į užsienio rinkas. Taip pat buvo pasitelkta Lietuvos kino centro duomenų bazė apie vystomus ilgo metro projektus, siekiant surasti papildomų informantų, kurie šiuo metu dirba ties projektų vystymu su koproducisieriais.

**Atvejo analizė.** Atvejo analizei pasirinktas Lietuvos kino produktas filmas „Vesper“, iš dalies finansuotas Lietuvos kino centro ir surinkęs daugiausiai užsienio žiūrovų Europos regione, remiantis *Lumiere* laisvai prieinama duomenų baze ir Lietuvos kino centro internetinėje svetainėje pateiktais Lietuvos kino teatrų lankomumo rezultatais. Jis pasirinktas kaip ekstremalus atvejis. Rupšienė (2007:28) nurodo, kad ekstremalus atvejai yra ypač informatyvūs, nes atspindi išskirtinę sėkmę ar krizę, kuri leidžia giliau suprasti dėsningumus. Paminėtina, kad *Lumiere* duomenų bazė suteikia duomenis apie Europos kino produktų žiūrovų skaičių kino teatruose tik Europos regione, kiti regionai į šią statistiką neįtraukiami. Norint sužinoti tikslų žiūrovų skaičių

Europos eksporto rinkose, iš *Lumiere* duomenų bazėje pateikto skaičiaus buvo atimami [lkc.lt](http://lkc.lt) svetainėje pateikti žiūrovų lankomumo skaičiai, tokiu būdu gautas rezultatas buvo Lietuvos kino produkto žiūrovų skaičius Europos regione, išskyrus Lietuvą.

**Tikslinė tyrimo grupė.** Penki aktyvūs Lietuvos prodiuseriai (Informantai A-E), kurių patirtis svyruoja nuo 10 iki 28 metų (1 lentelė).

## 2.2. Tyrimo informantų charakteristika

Prieš pradedant detalią scenarijų analizę, reikalinga aptarti tyrimo dalyvių charakteristikas, kurios pagrindžia surinktų duomenų turtingumą. Tyrime dalyvavo aktyvūs Lietuvos kino industrijos prodiuseriai, kurių sukaupta patirtis varijuoja nuo 10 metų iki 28 metų, ji leidžia daryti svarius analitinius apibendrinimus.

**1 lentelė**

**Tyrimo dalyvių patirties charakteristikos lentelė**

| Informantas                             | Patirtis | Eksportuotų filmų skaičius | Koprodukcijos patirtis | Pajamos iš užsienio rinkų |
|-----------------------------------------|----------|----------------------------|------------------------|---------------------------|
| Informantas A                           | 13       | 1                          | Taip                   | iki 30%                   |
| Informantas B                           | 14       | 7                          | Taip                   | iki 10%                   |
| Informantas C                           | 28       | 38                         | Taip                   | iki 10%                   |
| Informantas D                           | 10       | 0,5                        | Taip                   | 10% - 30%                 |
| Informantas E                           | 20       | 5                          | Taip                   | -                         |
| Informantas F*<br>Filmai anglų kalba    | 12       | 4                          | Taip                   | > 50 %                    |
| Informantas F*<br>Filmai lietuvių kalba | 12       | 4                          | Taip                   | < 15 %                    |

Kaip galima matyti iš lentelės, dauguma informantų (A-E) veikia **A scenarijaus** rėmuose, kur pajamos iš užsienio rinkų dažniausia nesiekia 10%-30%. Išskirtinę poziciją užima informantas F, kurio filmai anglų k. generuoja daugiau nei 50 % pajamų iš užsienio rinkų, kas leidžia priskirti šiam informantui komercinę strateginę kryptį ir **B scenarijų**.

### 2.3. Tyrimo etika ir eiga

Tyrimas atliktas vadovaujantis VU akademinės etikos kodeksu (Vilniaus universiteto senato 2020 m. spalio 20 d. nutarimo Nr. SPN-54 redakcija) ir Lietuvos Respublikos įstatymais, reglamentuojančiais akademinės etikos ir procedūrų laikymąsi.

#### **Tyrimo etika.** Pagrindiniai etikos principai:

1. Savanoriškumas ir informuotas sutikimas. Visi tyrimo dalyviai buvo supažindinti su tyrimo tikslu, eiga ir duomenų panaudojimo būdais. Prieš pradėdant interviu gautas žodinis sutikimas dalyvauti tyrime. Iš tyrimo galima buvo pasitraukti bet kuriuo metu.
2. Konfidencialumas ir anonimiškumas. Informantams buvo suteikta galimybė pasirinkti, ar jų pavardės bus viešinamos darbe. Kadangi tyrimui informantų identifikavimas iš esmės nėra svarbus, visi informantai, išskyrus vieną, tyrime yra nuasmeninti ir koduojami naudojant „Informantas A“ ir t.t. kodus. Vienas informantas, kuris yra atvejo, filmo „Vesper“, prodiuseris, sutiko būti identifikuotas kaip filmo prodiuseris, jo sutikimas pridedamas kaip 6 PRIEDAS.
3. Duomenų apsauga. Interviu video įrašai ir transkripcijos saugomi asmeninėje, slaptažodžiu apsaugotoje laikmenoje ir prieinami tik darbo autorei. Pasibaigus darbo gynimo procesui, pirminiai duomenys bus sunaikinti.
4. Objektivumas. Analizuojant duomenis siekta vengti asmeninių nuostatų įtakos, remtis tik surinkta empirine medžiaga, neiškraipyti informantų minčių cituojant ar perpasakojant.

**Tyrimo sunkumai.** Siekiant turėti kuo didesnę imtį buvo stengiamasi aprėpti kuo platesnį prodiuserių ratą, tačiau buvo susidurta su sunkumais gaunant jų atsakymus, tiek teigiamus, tiek ir neigiamus. Buvo vykdomi pakartotiniai elektroninių laiškų siuntimai ir panašiai. Du prodiuseriai, kurie būtų suteikę darbui itin daug įžvalgų dėl prodiuserių ilgametės patirties, iš pradžių sutiko duoti interviu, tačiau dėl Lietuvos kultūros sudėtingos padėties tyrimo vykdymo laikotarpiu prodiuseriams teko atsisakyti dėl didelės laiko stokos.

**Tyrimo eiga.** Tyrimas vykdytas 2025 m. lapkričio-gruodžio mėnesiais ir susidėjo iš 4 etapų.

1. **Parengiamasis etapas.** Remiantis atlikta literatūros analize ir sukurtu teoriniu modeliu buvo parengtas tyrimo instrumentas - pusiau struktūruoto interviu klausimynas. Interviu klausimyno pagrindimo lentelė pridedama PRIEDE NR.1
2. Atlikta pirminė dokumentų analizė.
3. **Duomenų rinkimas.** Buvo susisiekiama su potencialiais informantais, jiems pasiūlyta du galimi atsakymų būdai, tai yra atsakymas raštu į pateiktus klausimus ir lentelių užpildymas arba interviu ėmimas nuotoliniu būdu. Visi, išskyrus du, pasirinko interviu duoti nuotoliniu būdu.

Informantai, pateikę atsakymus raštu, pasirašė sutikimo formą. Su kitais informantais buvo derinamas interviu laikas. Vykdyti interviu nuotoliniu būdu, kurie trukdavo iki 45 min. Prieš kiekvieną interviu buvo atliekama informanto vykdomos veiklos išsami analizė: analizuojama jų kurtų filmų kelionė, skaitomi viešai prieinami interviu, tikrinami žiūrovų skaičiai užsienio rinkose, VoD platformų prieinamumas, nagrinėjami duomenys apie informantų, jų filmų ir kūrėjų dalyvavimą įvairiuose festivaliuose, mugėse ir pan.

4. **Duomenų apdorojimas ir analizė.** Atliekamas interviu garso įrašų transkribavimas. Tekstai peržiūrėti bei išvalyti nuo nereikšmingos informacijos. Duomenys apdoroti taikant kokybinę turinio analizę, segmentuojant tekstą į prasminius vienetus ir juos kategorizuojant pagal teorinį modelį. Analizės procesas vykdytas penkiomis fazėmis pagal R. K. Yin logiką (Gaižauskienė ir Valavičienė (2016:342): duomenų organizavimas, skaidymas, jungimas, interpretavimas ir išvadų formavimas.

## 2.4. Tyrimo rezultatai

Šiame skyriuje pateikiama surinktų empirinių duomenų analizė, kuria siekiama patikrinti konceptualaus empirinio modelio veikimą Lietuvos rinkoje. Rezultatai grindžiami kokybine turinio analize, skirstant prodiuserių išsakytas mintis į prasminius vienetus, kurie leidžia identifikuoti kritinius kino produkto eksporto sėkmės veiksnius ir jų poveikį strategijų formavime.

Siekiant užtikrinti tyrimo validumą ir visapusišką reiškinių supratimą, duomenų analizė struktūruojama pasitelkiant scenarijų metodą. Tyrimo laukas skirstomas į dvi strategijas, nustatytas teoriniame modelyje:

- **A scenarijus** - festivalinė strategija. Jis atspindi bendrą Lietuvos kino industrijos praktiką, kurioje dominuoja festivalinė sklaida ir simbolinio kapitalo kaupimas.
- **B scenarijus** - komercinė strategija. Ji fokusuojasi į ekstremalų sėkmės atvejį, kai pasitelkiama anglų kalba, didelis biudžetas ir agresyvi tarptautinė sklaida siekiant investicijų grąžos.

### 2.4.1. LKC teikiama parama kino produkto eksporto rėmuose

Lietuvos kino centras, įgyvendindamas valstybės kino politiką, veikia kaip pagrindinė institucija, teikianti valstybinį finansavimą nacionalinių filmų gamybai, sklaidai ir platinimui (Lietuvos kino įstatymas. 2002: 2-4). Eksporto kontekste LKC parama suprantama ne tik kaip tiesioginės lėšos



užsienio sklaidai, bet ir kaip investicija į kino produkto konkurencingumą bei kūrėjų kompetencijų kėlimą (Lietuvos Respublikos Kultūros ministerija. 2025: 2).

Toliau pateikiama lentelė (1 lentelė), kurioje yra susistemintos LKC paramos priemonės, turinčios tiesioginę įtaką kino produkto eksporto perspektyvoje.

**2 lentelė**

**LKC paramos priemonės kino produkto eksportui**

| <b>Paramos priemonė</b> | <b>Tikslinė grupė</b>           | <b>Eksporto perspektyva</b>                                                                                   | <b>Sąlygos</b>                                                                                                                                              |
|-------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Filmų sklaida užsienyje | Filmų gamintojai ir platintojai | Dalyvavimas festivaliuose, forumuose, mugėse                                                                  | Skiriama pagal specialią sklaidos programą.                                                                                                                 |
| Mažumos bendra gamyba   | Lietuvos filmų gamintojai       | Galimybės bendradarbiauti su užsienio partneriais, pažinti užsienio rinkas                                    | Iki 50% bendro projekto biudžeto (Lietuvos Respublikos kultūros ministras. 2025:4).                                                                         |
| Bendra gamyba           | Lietuvos filmų gamintojai       | Galimybės bendradarbiauti su užsienio partneriais, pažinti užsienio rinkas, suteikti projektui tarptautiškumo | Iki 60% bendro projekto biudžeto<br>Iki 75% bendro projekto biudžeto esant „sudėtingo filmo“ kriterijui (Lietuvos Respublikos kultūros ministras. 2025:20). |
| Edukacinės stipendijos  | Kino meno kūrėjai, prodiuseriai | Dalyvavimas tarptautiniuose meistrų kursuose, seminaruose, konferencijose.                                    | Iki 3600 Eur tęstinės atrankos būdu (Lietuvos Respublikos kultūros ministras. 2025:2).                                                                      |

LKC paramos sistema yra orientuota į nacionalinio filmo identiteto išsaugojimą ir jo konkurencingumo didinimą. Per sklaidos programas valstybė investuoja į filmo „kokybės ženklą“. Tai leidžia meniškai vertingiems, tačiau komerciškai neatsiperkantiems „sudėtingiems“ filmams pasiekti tarptautinę auditoriją. Parama bendros gamybos ir mažumos bendros gamybos projektams sudaro sąlygas Lietuvos kino kūrėjams ir gamintojams įgyti tarptautinės patirties su užsienio partneriais bei suteikti savo kuriamam kino produktui tarptautiškumo bei didinti finansinį intensyvumą. Edukacinės stipendijos leidžia prodiuseriams, režisieriams ir kitiems kino kūrėjams dalyvauti tarptautinėse rezidencijose, mugėse, forumuose, kur galima užmegzti kritiškai reikalingus kontaktus, įgyti tarptautinės patirties bei suteikti žinomumo kuriamam kino produktui.

Tokia LKC vykdoma paramos struktūra sistemingai prisideda prie industrijos veikėjų tobulinimosi bei tinklaveikos vykdymo tarptautinėje rinkoje, tačiau platinimo sektoriuje, kurio spraga buvo išskirta teorinėje dalyje, LKC veikla yra minimali.

#### 2.4.2. A scenarijaus - festivalinė strategija - analizė

Analizuojant Lietuvos kino prodiuserių požiūrį į eksporto sėkmę, išryškėja teorinėje dalyje aptarta dvilypė kino produkto prigimtis - kultūrinė ir ekonominė vertė. Tyrimo informantai sėkmę vertina ne tik per finansinę grąžą, bet ir per simbolinį kapitalą, kuris, remiantis Bourdieu teorija, yra esminis įrankis mažų šalių kinui įsitvirtinti globalioje rinkoje. Informantai sutinka, kad eksporto sėkmė nėra vienmatis rodiklis, o jos vertinimas tiesiogiai priklauso nuo pasirinktos strategijos krypties. Ekonominė sėkmė tyrime matuojama per teritorijų skaičių ir pajamas. Informantai A, B ir D nurodė, kad pasiektos 2-10 užsienio teritorijų jau laikomos geru rodikliu: *„koks dešimt šalių, nepriklausomai, ar tai yra VoD platformose, ar kino teatruose, manau, irgi galėtų būti toks visai geras rodiklis.“* Įdomu tai, kad informantas B kėlė klausimą, ar platinimas nišinėse VoD platformose gali būti laikomas sėkme, jei jis negeneruoja apčiuopiamų finansinių rezultatų. Kalbėdamas apie neseniai VoD platformoje parduotą savo filmą, informantas B teigė, kad *„...ta VoD platforma yra gan tokia maža ir yra visai nišinė. Aišku, tas platinimas įvyko, ar jis man atneš finansinių rezultatų? Tikriausiai didelių - ne. Ar tai yra sėkmė, irgi kelčiau klausimą.“*

Informantų A-E eksporto sėkmės vertinimas pateiktas PRIEDE Nr. 2.

**Tikslinė rinkos aplinka.** Nors modelyje festivaliai yra išskirti kaip strateginis kino produkto išteklis, tačiau atlikus tyrimą išryškėja tendencija, kad festivalis iš esmės šiame scenarijuje veikia tikslinės rinkos aplinkos rėmuose.

**Festivaliai.** Šis scenarijus atspindi dominuojančią Lietuvos autorinio kino praktiką, kurioje pagrindinis dėmesys kreipiamas į simbolinį kapitalą ir pripažinimą tarptautiniuose A klasės festivaliuose. Remiantis Bourdieu simbolinio kapitalo samprata, mažų šalių kinas dažnai siekia pripažinimo ne per tiesioginį pelną, o per prestižą. Informantai A-E pabrėžė festivalių reikšmę kaip pirminį sėkmės indikatorį. Jie nurodė, kad patekimas į A klasės festivalius (Kanus, Berlyną, Veneciją, Torontą ir pan.) veikia kaip *„kokybės ženklas“*, leidžiantis kurti tarptautinį režisieriaus vardą, kaip teigė informantas B, kad *„[...]vieni filmai, jie orientuojasi į festivalinę sėkmę, tam, kad režisieriai, galbūt, kurtų kažkokį savo tarptautinį vardą.“* Tai tiesiogiai koreliuoja su teorine įžvalga, kad A klasės festivaliai yra pagrindiniai industrijos vartai, nulemiantys tolimesnę filmo kelionę. Tyrime dalyvavę Informantai A, B, C, D ir E savo veikloje

vadovaujasi modeliu, kuriame sėkmė matuojama ne tiesioginiu finansiniu pelnu, o prestižu, leidžiančiu vėliau pritraukti koproduuserius ir rėmėjus būsimiems projektams.

Teorinė analizė patvirtina, kad mažų šalių kinui patekimas į pagrindinius festivalius yra statistiškai sudėtingesnis, todėl sėkmė čia vertinama kaip stiprus reputacinis dėmuo, kuris vėliau padeda pritraukti koproduuserius ir rėmėjus būsimiems projektams. „[...]festivaliai turi įtakos. Dėl to, kad po to, kai yra ieškoma koproduuserių, rėmėjų, tai festivalių paminėjimas ir dalyvavimas ar laimėjimas yra naudingas faktas turėti.“ Visi informantai nurodė patekimą į festivalius kaip sėkmingo eksporto vertinimo faktorių, ir dalis jų kalbėdami minėjo, kad tai būtent ir priklauso nuo filmo pobūdžio, kaip kalbėjo informantas F: „[...] gali būti sėkmingas, nes susidomėjo ir pakliuvo į festivalius ir gavo apdovanojimus. [...] Nors jis neturi pozityvios finansinės grąžos.“ Informantas C taip pat išskyrė festivalines keliones: „Vėlgi tai yra labai skirtingi filmai. Vieni filmai keliauja per festivalius labai aktyviai.“

**Institucinė aplinka.** Analizuojant A scenarijų per tikslinės rinkos aplinkos prizmę, išryškėja prodiuserių priklausomybė nuo valstybės paramos, tarptautinėje industrijoje vadinamos „minkštaisiais pinigais“ (anglų k. *soft money*). Informantai pažymi, kad valstybinė parama (kuruojama LKC) yra orientuota į „sunkaus turinio“ filmus, kurie yra būtini šalies kultūros lygiui kelti, tačiau neturi didelio komercinio potencialo. Informantas D nurodo, kad dauguma jų projektų patenka į „sudėtingo filmo“ kategoriją, užtikrinančią net 90% finansavimo intensyvumą, tačiau kartu apribojančią kūrybinę laisvę kliautis rinkos logika, kadangi filmai turi atitikti subsidijų davėjų nustatytas taisykles.

Tyrimo dalyvių (A-E) nuomone, Lietuvos kino centras per pastarąjį dešimtmetį sėkmingai atliko savo funkciją - „Lietuva atsirado europiniame kino žemėlapyje“. Informantas C teigia, kad LKC „dvi kartas užaugino“. Ir skirtingai nei didžiosiose rinkose (pvz., Vokietijoje), Lietuvoje yra sukurta palanki aplinka debiutams: „yra realu debiutuoti [...] Lietuvoje jeigu turi gerą projektą, tai jau tikrai.“ Institucijos dalyvavimas tarptautinėse mugėse, tokiose kaip *Berlinale* ar *Kanų* kino festivalis, suteikia prodiuseriams būtiną infrastruktūrą (stendus, katalogus), kuri palengvina priėjimą prie „svarbių žmonių“.

Tyrime taip pat atsiskleidė itin glaudus ryšys tarp LKC ir prodiuserių. Pastebima, kad Lietuvos prodiuseriai yra „labai aktyvūs ir pakankamai savarankiški“, tačiau būtent jų aktyvumo ir LKC sukurtų sąlygų junginys suformavo stiprią industriją. Informantų teigimu, „[...] industrija pakankamai tampriai susijusi [...] visi turi bendrą tikslą“, o tai tikrai yra kaip viena iš Lietuvos stiprybių tarptautinėje arenoje. Tai puikiai atliepia ir Pietų Korėjos pavyzdį, kur visi rinkos dalyviai veikia sklandžiai tarpusavyje.

Visi informantai taip pat patvirtina, kad *Creative Europe MEDIA* ir *Eurimages* yra ne tik finansiniai ištekliai, bet ir kokybės ženklai. Informantas F akcentuoja, kad šių fondų įvertinimas priverčia industrijos profesionalus į projektą žiūrėti rimtai, nes „jie vertina per įvairius pjūvius.“ Informantas C išskiria, kad atsirado ir nauji *Creative Europe MEDIA* reikalavimai teikiant paraišką, nes „[...] atsirado kriterijai, kai net ankstyvoje vystymo stadijoje tu turi numatyti absoliučiai viską: tikslus (anglų k. target), teritorijas ir komunikacijos planą ir visa tai pristatyti inovatyviai.“ Be to, informantas B pastebi, kad *Creative Europe MEDIA* parama vystymo etape yra kritiškai svarbi, nes leidžia samdyti tarptautinius scenarijaus konsultantus ir galvoti apie auditoriją dar prieš pradėdant filmavimą. Jis pasakojo: „Tu neturi pinigų važiuoti į marketus, ieškoti net tų partnerių, kurie galėtų užtikrinti tavo pradėtą finansavimą ir netgi surasti privatų finansavimą. Tad *Creative Europe MEDIA* skiria tikrai nemažus sąlyginai pinigus vystymui. Tai yra labai gera paskata susirandant bendragamintojus, tiek turint finansavimą samdyti scenarijaus konsultantus, užsieniečius, kurie galėtų iš savo perspektyvos galvoti apie aktualumą, scenarijaus tarptautiškumą.[...] atsiranda daug galimybių, kurios gali tave nuvesti į tarptautinę sėkmę.“ Tai tiesiogiai koreliuoja su teorine nuostata, kad *Creative Europe MEDIA* siekia stiprinti Europos filmų konkurencingumą globaliu mastu. Tiesa, Informantas B taip pat nurodė, jog *Eurimages* turi naują rėmimo programą, kuri yra skirta būtent *Eurimages* remto filmo platinimui. Tai yra galima teikti paraiškas su tikslu gauti papildomai 50 000 Eur filmo platinimui. Būtent teorinėje dalyje buvo akcentuojama, jog yra skiriama daug pinigų gamybai, tačiau per mažai dėmesio skiriama platinimui, tad ši nauja programa plečia Europos institucijų veikimo ribas.

Vis dėlto esminis A scenarijaus aplinkos bruožas yra „*platinimo spraga*“, kadangi kreiptis į *Eurimages* platinimo fondą gali tik nedaugelis Lietuvos filmų. Informantai (A, B, D) pastebi, kad LKC finansuoja sklaidą (keliones į festivalius), tačiau neskiria lėšų realiam pabaigtų filmų platinimui ir reklamai užsienio rinkose. Tyrimo dalyvių nuomonės dėl LKC skiriamo finansavimo filmų platinimui išsiskyrė, pirmiausia išryškinant sąvokų (sklaidą ir platinimą) ir finansavimo mechanizmų problematiką. Pasak tyrimo dalyvių, viešinimui skirtas lėšas galima numatyti tik gamybos etape, tačiau pabaigtam filmo „*platinimui šiandien neskiria finansavimo*“. Nors festivalinė sklaidą yra finansuojama, informantas A pastebi, kad taisyklės yra griežtos: ribojamas tiek festivalių, tiek komandos narių skaičius, o skiriamos sumos dažnai yra „*per mažos tinkamai iškomunikuoti filmą*“.

Vis dėlto egzistuoja ir kita pozicija. Informantas E laikosi rinkos logikos, teigdamas, kad valstybės parama skirta nišiniams, kultūrinę vertę kuriantiems projektams, o komercinio potencialo filmai turėtų išsilaikyti patys: „*Jei filmas geras [...], tu investuosi į platinimą ir filmas atsipirks [...], nes valstybiniai pinigai yra parama, o ne nemokami pinigai*“. Šią mintį papildoma

komercinę strategiją taikantis informantas F, teigdamas, kad „[...] jeigu yra pasaulinis pardavimų agentas, tai tada mes iš to biudžeto naudojame.“

Tačiau trūkstamas LKC dėmesys platinimui ir iš to sekantis menkas prodiuserių įdirbis platinimo srityje sukuria situaciją, kai filmas tampa „matomas“ tik nišinėje festivalių ekosistemoje, bet nepasiekia masinio žiūrovo. Bet net ir kalbant apie LKC veiklą festivaliuose, informantai nurodo, kad LKC „tikrai daro nemažą darbą bandydami bendradarbiauti su įvairiais marketais, įvairiais festivaliais“, tačiau pastebi, kad „pabaigtų filmų viešinimo, arba kažkokių įdomesnių akcijų [...] trūksta...“. Kaip pavyzdys pateikiama Skandinavijos šalių patirtis Kanuose („Scandinavian House“), kur valstybės investuoja į nuosavą infrastruktūrą, o ne tik stendo nuomą. Vis dėlto informantai pabrėžia, kad skandinaviško modelio aklas kopijavimas yra sudėtingas: „mes negalime pritaikyti to skandinaviško modelio pas mus tiesiogiai, nes Skandinavijoje sėkmė buvo pasiekta per ilgus metus trukusias milžiniškas investicijas į platinimo platformas, kurios pripratino regiono žiūrovus domėtis vieni kitų kinu.“

Informantas F pabrėžia, kad institucijų įtaka eksporto procesui dažnai priklauso nuo ten dirbančių asmenybių, o ne nuo sisteminės veiklos. Nurodoma, kad valstybės institucijų vaidmuo paties filmo eksporto procese yra minimalus - informantas F jį vertina kaip „nieko“. Tai patvirtina teorinėje dalyje identifikuotą platinimo finansavimo spragą: valstybė remia sklaidą, bet ne realų pabaigtų filmų platinimą užsienio rinkose.

**Privačios investicijos.** Tuo tarpu privačias investicijas informantai A-E vertina atsargiai, teigdami, kad verslas nesitiki grąžos iš autorinio, „sunkaus“ turinio filmų, kad „Verslas nėra linkęs remti filmų apskritai. Jei remia reikšmingesne suma - tikisi grąžos, o Lietuvos filmai dar neuždirba tiek, kad atsipirktų gamybos kaštai ir dar sugeneruotų pelną ant viršaus“. Keli informantai išskyrė tam tikras privataus rėmimo iniciatyvas, teigdami, kad „[...] tikrai atsirasdavo privačių rėmėjų. Bet tai daugiau turbūt priklauso labai nuo projekto, galbūt asmeniniai ryšiai, kurie tiesiog nori paremti, arba nuo temos.“ Vis dėlto nurodė, jog tai „[...]labiau išimtis nei taisyklė.“ Vienas iš informantų vėlgi atskleidžia, jog jų kuriami filmai neturi komercinės perspektyvos, teigdamas, kad „[...] investicija, kai investuotojas tikisi grąžos, grąžą generuoja populiarius masėms skirtas turinys“. Apie savo kuriamą turinį informantas kalbėjo, jog „valstybės parama skirta sunkaus turinio filmams, kurie reikalingi šalies kultūros lygiui kelti, nepatogiom, nepopuliariom temom analizuoti, archyvuoti.“ Tačiau iš esmės informantas E nurodo, jog ne tik komerciniai, pagal taisyklę padaryti filmai gali sugeneruoti pelną: „[...] Ar gali meninis kokybiškas produktas būti pelningas? Taip. Bet jei pradinis tikslas yra pelnas, ir autoriams yra keliama užduotis atsipirkti, tai nebėra autorinis darbas, tai yra kultūrinis (aukštesnės ar žemesnės kokybės) produktas.“

**Regioninė aplinka.** Analizuojant Baltijos regiono aplinką, tyrime išryškėjo paradoksas: nors gamybinio bendradarbiavimo (koprodukcijos) platforma tarp Baltijos šalių veikia sėkmingai jau dešimtmetį, bendra platinimo platforma stringa. Informantų teigimu, „*pramušti tą (platinimą- aut. pastaba) būtent ir dėl kalbos*“ bei kultūrinių skirtumų yra itin sunku, nes kaimyninių šalių žiūrovai nėra sistemiškai pratinami prie kaimynų produkcijos. Nors egzistuoja tokios iniciatyvos kaip „Baltijos kino dienos“ ar sėkmingi pavyzdžiai užsienyje (pvz., kasmetinis Baltijos šalių festivalis Manhetene, kur „*per keletą metų tokia tradicija kažkokia atsiranda,*“), Baltijos šalyse sisteminio žiūrovų apsikeitimo trūksta. Be to, eksporto strategijoms įtaką daro ir akivaizdus kokybinis atotrūkis regione. Informantai pastebi, kad dabartinis Lietuvos kinas išgyvena pakilimą, kurį iliustruoja sėkmė tarptautinėje arenoje: „*vien Talinas (aut. pastaba - Talino kino festivalis „Juodosios naktys“)* parodo, kad išvežė visus prizus [...], kad yra ta kokybė, tikrai labai labai skiriasi“. Tai suformavo ir specifinį vietos žiūrovo skonį – teigiama, kad Lietuvos auditorija jau yra „*pakankamai išlepinta*“ pripratusi prie aukštos kokybės nacionalinio autorinio kino, todėl kaimyninių šalių bandymai eksportuoti žanrinį kiną (trilerius ar komedijas) kol kas didelio pasisekimo nesulaukia. Pabrėžiama, kad norint įtvirtinti dabartinę sėkmę, būtina politiką orientuoti ne tik į gamybą, bet ir į nuoseklų, ilgalaikį produkto bei kūrėjų „*įtvirtinimą*“ užsienio rinkose, nes „*visur reikia tokio nuoseklumo*“, o ne vienkartinių akcijų. Filmo „Vesper“ atveju šis barjeras buvo įveiktas orientuojantis į didžiąsias Europos rinkas per koprodukterius tinklus, kurie užtikrino prieigą prie platesnių platinimo kanalų.

### **Strateginiai kino produkto ištekliai**

A scenarijuje naudojami produkto ištekliai yra tiesiogiai orientuoti į festivalinės publikos lūkesčius, išlaikant nacionalinį autentiškumą.

**Kalba.** Priešingai nei komercinėje strategijoje, čia dominuoja lietuvių kalba ir subtitravimas, skirtas užsienio rinkoms. Teorinėje dalyje nagrinėta „*Babelio dilema*“ ir „*kultūrinio atstumo*“ hipotezė empiriškai patvirtinama analizuojant Lietuvos prodiuserių pasirinkimus. Tyrimas atskleidė, kad dauguma prodiuserių (A-E), orientuotų į autorinį kiną, renkasi subtitravimą, ne tik kaip sąmoningą strateginį sprendimą išlaikyti filmo simbolinį kapitalą, tačiau ir dėl to, kad tai yra ekonomiškai pigiausias būdas, išlaikantis kūrinio autentiškumą ir „*organiką*“, kuri yra itin vertinama festivalinės bei meninio (*anglų k. art-house*) kino publikos: „*[...] auditorijos, į kurias mes taikome (festivalines, art housinio kino mėgėjai) - yra pratusios filmus žiūrėti su subtitrais, o ne įgarsintus.*“ Informantai pabrėžia, kad autoriniam kinui subtitrai išlieka „*mažesne blogybe*“, nes „*[...] išlieka filmo autentiškumas, girdimi aktoriniai niuansai [...]*“, „*[...] kai nebegirdi originalaus filmo garso, tai jau nebejauti ir atmosferos*“, „*[...] sakoma, kad kažkas išvedė formulę, kad 60% filmo yra garsas, [...] tas*

*dubliažas, jisai labai išardo, dingsta visa filmo organika.*“ Tačiau tokia kalbinė strategija automatiškai apriboja filmą nišinėje, geografiškai lingvistinėje rinkoje, kurioje žiūrovas yra pasirengęs papildomoms intelektualinėms pastangoms.

Tiesa, informantai išskyrė animacijos žanrą, kurio dubliavimas yra lengvesnis, kadangi dubliuojami animaciniai personažai, o ne realūs aktoriai, tad dingsta svetimumo jausmas: *„Dubliažas tinka animacijai, kitur yra svetimkūnio jausmas, auditorijai patinka kas tikra“*. Remiantis teorinėje dalyje aptartais tyrimais, išskiriamas animacijos žanras, nors palyginti animacinių kino produktų yra sukurama mažiau, tačiau jis daug geriau keliauja tarptautinėse rinkose. Tiesa, informantas C pasidalino savo patirtimi su animacijos dubliažu: *„Mes patys dubliavomo estų vaikišką filmą, kur buvome koproduuseriai. [...] buvo eksperimentas pažiūrėti. [...] kažkiek surinkome tų žiūrovų, bet tai nebuvo taip, kaip galvojome.“*

**Glokalizacija.** Šiame scenarijuje, remiantis tyrimo duomenimis, dauguma prodiuserių taiko glokalizacijos principą - vietinio turinio pritaikymą globaliai auditorijai. Informantas C nurodė, kad *„[...] visi mūsų filmai tokie. Nes jie tik dėl to ir sėkmingi.“* Informantas A teigia, kad *„[...] visuomet vertinu potencialą būti patraukliam užsienio auditorijai, atsižvelgiant į filmo temą.“* Informantai A, C ir E pabrėžė, kad siekiant tarptautinės sėkmės vyrauja bendražmogiškumo temos, tokios kaip santykiai šeimoje ar socialinė nelygybė, kurios būtų suprantamos nepriklausomai nuo geografinės vietos. Informantas A pateikė realų pavyzdį: *„[...] kalbama apie Lietuvos suburbiją, realijas, bet nuo vystymo galvojome, kad tai gali būti universaliai įdomus filmas. [...] paliečiamos universalios temos [...] tik labai lietuviškame, rytų Europos kontekste.“* Tiesa, tas pats informantas ir prideda akcentą, jog tas rytų Europos kontekstas *„[...] užsienio auditorijai vis dar yra tam tikra „egzotika“, įdomu, smalsu“*.

Informantas E taip pat pamini, kad *„[...]Šalia temos yra aktualu dar ir kaip ta tema pasakojama, ar filmas suprantamas daugumai, ar reikalauja didesnio įsigilinimo. Todėl ne tik tema, bet ir kaip tema yra išpildyta.“* Tai rodo, jog informantai kliaujasi teorine prielaida, kad universalus turinys leidžia įveikti „kultūrinės nuolaidos“ efektą.

**Žanras.** Tyrime išryškėjo tendencija, kad Lietuvos prodiuseriai stengiasi šiek tiek atsitraukti nuo tradicinio, Lietuvoje vyraujančio dramos žanro: *„[...] bandom nenukreipti į tą vienintelį dažnai Lietuvoje egzistuojantį dramos žanrą.“* Šiai minčiai antrino ir informantas D, išskirdamas konkrečiau, kad *„[...] Lietuvoje mes to žanrinio kino nelabai turime. [...] patinka dirbti ne su LMTA režisieriais, nes jie panašūs. Ir skirtingi. Bet žanro prasme jie vis tiek kalba [...] apie tą pačią buitį, socialinius dalykus, o ne LMTA režisieriai mato kitaip.“* Būtent kalbėdamas apie darbą su režisieriais ir žanrais informantas B išskyrė, kad *„[...] bandom kalbėti su režisieriais ir scenaristais, kad bandykime ieškoti, gal tai galėtų būti daugiau humoro, galbūt*

*įdomesnė naratyvinė struktūra. [...] su vienu filmu bandome eiti į tokią mistinio trilerio versiją.*“ Informantas D nurodė, kad kalbant apie žanro taikymą kino produktui, atlieka analizę, pasidomi tarptautine rinka *„[...] analizė, kiek dariau, kad tikrai yra netgi europinių miuziklų, kurie surinko kino teatrų sales ir Venecijos kino festivalyje buvo italų kūrėjų vienas miuziklas. Buvo konkursinėje programoje ir neblogai jam pasisekė.*“ Informantai B ir D pastebėjo, kad žanrinis kinas pasižymi mažesniu „kultūriniu atstumu“ ir yra lengviau eksportuojamas. Informantas C išskyrė naują, *elevated* žanrą, kurį dabar *„visi festivaliai ir platintojai, pardavimo agentai vaikosi.*“ Tiesa, informantas E, kalbėdamas apie siaubo filmo žanrą teigia, kad *„Yra žanrų, kurie neturi tautybės, pvz.: siaubo filmas, kad ir kokios šalies jis bus, jis bus sėkmingas, jei bus geras.*“

**Žinomi vardai.** Visi informantai vieningai sutarė, kad žinomi vardai (aktoriai, režisieriai) yra pagrindinis „kokybės ženklas“ platintojams. Kaip komentuoja informantas E: *„[...] filmo sėkmę gali įtakoti parinkdamas atitinkamus elementus, pvz.: žymius aktorius, [...] jei jauti, kad istorija labai gera ir randi būdą investuoti į žinomus aktorius tarptautiniu lygiu, bus visai kiti rezultatai*“. Informantas A antrina, jog *„[...] užsienyje daugiausia lemia aktorių, režisierių vardai. [...] lemtų ir scenarijaus autoriaus, jei teisingai iškomunikuoti (minint ankstesnius filmus ir pan.)*“ Didžioji dauguma informantų išskyrė būtent aktorių kaip pagrindinį elementą, kuris galėtų pritraukti daugiau užsienio žiūrovų ir bendrai padidinti filmo eksporto galimybes, nes *„[...] žinomas aktorius, žmonės ne iš industrijos bus lengviau sudominti tuo filmu, kuris jau turi „užkoduotą“ auditoriją, kadangi aktorius/aktorė turi savo gerbėjus ir jie eis žiūrėti visko su konkrečiu žmogumi.[...] aktorius yra ir pirma atranka paprastam žiūrovui: „o, jis čia vaidina, bus geras filmas, jis bloguose nevaidina*“. Tačiau prodiuserių A-E patirtis rodo, kad autorinio kino kūrėjams dažnai trūksta finansinių išteklių pritraukti tarptautines žvaigždes, kad užsienio aktoriai tikrai pritrauktų daugiau žiūrovų, tačiau *„[...] tikriausiai galėtų būti kitoks finansavimo modelis, nuo tokio, koks yra įprastas mūsų dabartiniam finansavimo modeliui.*“ Nes iš esmės tam, kad Lietuvos kino produktas galėtų pritraukti užsienio aktorių, reiktų *„[...] pasiūlyti adekvatų honorarą, kas tikrai ne lietuviškiems biudžetams ir ne Lietuvos kino centrui.*“ Informantai kartu išskiria ir dar vieną problemą, jog žinomi užsienio aktoriai filmuojasi ne vien dėl didelių honorarų, jie taip pat turi tam tikrus kriterijus, pagal kuriuos jie neretai ir atsisako filmuotis. Kaip vienas informantas teigia, gaunama *„vištos ir kiaušinio situacija*“. Tai yra net ir tada, jeigu prodiuseris geba pritraukti sąlyginai pakankamą kiekį finansų, *„[...]aktoriai nebūtinai eina ir nebūtinai norės atlikinėti kažkokį didelį vaidmenį, nes [...] jeigu režisierius ar režisierė nėra padarę jokio filmo arba yra padarę, bet jis nelabai sėkmingas ar blogai vertinimas.*“ Ir tuomet su tuo išskylanti kita problema, jog galima *„tada bandyti pritraukti užsienietį režisierių, kuris kartu atsivestų užsieniečius anglakalbius aktorius [...], galvoti apie platesnes rinkas, [...]*



*kas tikrai lemtų platinimo sėkmę.*“ Bet tuomet „[...] kiek tai tampa lietuviškas filmas?“ Čia ir vėl galime pastebėti, jog informantai kliaujasi nacionaliniu finansavimu kaip pagrindiniu finansavimo šaltiniu, o komercinė strategija atrodo tarsi nėra svarstyтина, labiau vertinama kaip nepasiekiamą strategiją: „[...]nacionaliniai fondai tikrai jau nebėra labai veiksnūs, jeigu tiek režisierius, tiek tarkim scenarijaus autorius ne iš Lietuvos, ir tada turi galvoti apie alternatyvius finansavimo būdus, tai apie privatų finansavimą, ar jie iš karto prisijungs. Tai toks indie filmo modelis, tikriausiai amerikietiškas.“ Ir šioje vietoje galima prisiminti teorinėje dalyje autoriaus Parc (2020) aptartas mintis apie tai, kad Europos prodiuserius galimai išlepino europinė finansavimo sistema, kurioje filmo kūrimo pagrindas yra valstybės subsidijos. Tiesa, vienas iš informantų išskiria lietuvišką kino gamybos įmonę „Kino kultas“, kurie „*tiek su Vėlyviu, tiek su Kristina Buožyte bando galvoti tuos kitus, ne tik alternatyvius, bet papildomus finansavimo modelius.*“ Būtent „Vesper“ strategija rėmėsi investicija į A klasės tarptautinius aktorius. Šis sprendimas leido prodiuseriams pritraukti privatų kapitalą, nes žinomas vardas sumažina investuotojų riziką.

Didesnė dalis informantų abejojo kostiumų ar grimo dizainerių įtaka eksportui. Keletas informantų išskyrė kompozitorius kaip galimą teigiamą įtaką kino produktų eksportui teigdami, jog „*kompozitoriai vis tiek turi savo albumus, išsileidžia. Jie turi kitokį šiek tiek matomumą negu kostiumų ir grimo dailininkai.[...] Jų muzika prieinama visuomenei.*“ Analizuojant vieno iš informantų atsakymą, vėl iškyla įspūdis, kad Lietuvos prodiuseriai mato kelią kurti tik meninės krypties filmus be galimybės vystyti didesnę komercinę naudą nešančių filmų, kurie išlaiko ir meninę kryptį, teigdami, jog „[...]jeigu yra režisierius, netgi gerai žinomas, bet „art-house“ kino, tai nemanau, kad stipriai padėtų.[...] šiaip kas yra už kadro, niekas nežino.“ Tiesa, informantas F nurodė, jog iš esmės nemaža dalis pagrindinės kūrybinės komandos tikrai gali pridėti naudos kino produkto eksportui, teigdamas, kad „[...] montažo režisierius, kurio montuoti filmai, nepriklausomai nuo kokio režisieriaus ar prodiuserio, laimi ar festivalius, ar yra komerciškai sėkmingi, tuomet jo vardas jau prideda teigiamų savybių kitam kino produktui, ties kuriuo jis dirba. [...] Tas pats grimo dailininkas, jeigu jis specializuojasi specifiniame grime, zombiai, vampyrai ir pan., jo darbas prie kito tokios rūšies filmo jau rodo didesnę filmo potencialą.“ Šiam informantui antrino ir taip pat atskleidė industrijos vidaus subtilybes informantas E, teigdamas, kad „*Jei žmogus yra žinomas industrijoje (scenarijaus autorius, režisierius), reiškia jo projektai yra/buvo matomi ir nauji projektai jau turės gerbėjus industrijos viduje, tai suteiks galimybę filmui būti pamatytam, galbūt padidins šansą apdovanojimui, nes industrija maža ir kartais apdovanojimai teikiami ne už konkretų filmą, bet asmeniui dėl jo bendros veiklos. Tuomet apdovanojimai sudomina agentus ir didėja šansai pardavimams.*“

**Koprodukcija.** Tyrime dalyvavę prodiuseriai koprodukciją įvardijo kaip neatsiejamą eksporto strategijos dalį. Informantas F nurodė, kad „[...] *filmo mes nepagamintume vieni.*“ Informantas nurodė didėjančią infliaciją, kylančias kainas, tad „[...] *vienintelė galimybė daryti filmą, tai turėti partnerius.*“ Informantai A-E koprodukciją mato dažniau kaip būdą „išgyventi“ ir užsitikrinti bent vieną papildomą užsienio rinką, nei kaip partnerį, padėsiantį rasti būdą prieiti prie daugiau teritorijų ar investuotojų.

Visi informantai taip pat išskyrė su koprodukcija atsiveriančią bent dar vieną papildomą rinką, kadangi šalys, gaunančios finansavimus iš valstybių, privalo daryti premjeras nacionalinėje rinkoje, nesvarbu, ar mažumos koprodukcija ar pan. Informantas A taip pat pridėjo, kad „[...] *jei yra daugiau šalių prijungtų, tarsi uždeda kokybės ženklą.*“ Taip pat buvo išskirta, jog „[...] *bendros gamybos procesas dažnai įtakoja temos tarptautiškumą.*“ Papildant informanto B pasakojimu apie darbą su koproduuseriais: „*Kiek jie dalyvauja tame turinyje? Manau, kiek leidies, tiek jie dalyvauja. Didelė nauda yra tiesiog padiskutuoti, nebūtinai pulti viską keisti pagal jų nuomonę, bet išdiskutuoti su scenaristais, režisieriais, išgirsti užsienio partnerio nuomonę yra naudinga. Išlaikant savo viziją, bet jeigu yra kažkokių komentarų, kurie tikrai labai rezonuoja, tai yra naudinga.*“

**Tinklaveika.** Modelyje išskirtas tinklaveikos išteklius tyrime atsiskleidė kaip dinamiškas elementas. Industrijos lauko dalyviai (A-E) rezidencijas ir forumus vertina kaip būtiną „*trampliną*“ pradedantiesiems, leidžiantį išvystyti scenarijų ir užmegzti pirmuosius kontaktus. Informantai pabrėžė, kad dalyvavimas tarptautiniuose mokymuose padeda „*padėti filmą į kino žemėlapi*“ dar gamybos etape. Tai ypač kritiškai vertinga festivalinei strategijai, kurioje filmo vertė kuriama per prestižą ir autoriteto pripažinimą. Vieną iš pavyzdžių išskyrė informantas C, pasakodamas apie režisierę Eglę Razumaitę: „*pirma lietuvė, kurią atrinko į Kanų rezidenciją. Konkursas gan didelis, 12 režisierių per metus iš viso pasaulio. Ir pusę metų. [...] scenarijaus redaktoriai, susitikimai, ir kontaktai, ir, pradedant nuo vakarienių, kažkokių renginių yra, visa programa. Ir tie vieši pitch'ingai, kuriems jau pasiruošę, per pusę metų buvo galimybė išvystyti, parašyti ir išvystyti scenarijų pirmą. [...] labai labai naudinga ir reikalinga.*“

Taip pat tam, kad galima būtų pasitikrinta, kaip veikia tema, pasakojimas ir pan., industrija, mokymai, rezidencijos gali tikrai pasitarnauti. Štai kaip pasakoja informantas D: „*Pačiame procese mes visai plačiai dalinamės scenarijumi su galimais partneriais ar platintojais, jeigu jie susidomi. [...] mums labai yra naudinga dalyvauti dar vystymo etape, filmą pristatinėjant įvairiuose marketuose [...], ir tuomet mes žiūrime, kaip jiems tai (scenarijus - aut.pastaba) rezonuoja, ar kaip nerezonuoja. Kalbant ir apie auditoriją, ir apie temą.*“ Per šią prizmę žvelgiant, informantas C, kalbėdamas apie rezidencijas užsienio teritorijose, taip pat

minėjo dar vieną iš būdų įvertinti kino produkto tarptautiškumo potencialą bei galimybę jį daryti tarptautiškesniu, t. y. *„Yra scenarijaus dirbtuvės [...], kur patys autoriai iš skirtingų šalių vieni kitus analizuoja [...], kaip stipriai tai yra naudinga, nes kiti autoriai, iš kitų šalių, kurie visai kitaip tas pačias istorijas priima. Tie kultūriniai skirtumai, ir tas tikrai ne vienam projektui davė labai gerus rezultatus.“*

Tyrime išryškėjo ir ne toks entuziastingas požiūris į rezidencijų bei mokymų įtaką galutiniam kino produkto eksportui. Dalis informantų pabrėžė, kad nors šios veiklos padeda filmo vystymo etape, tačiau jos nebūtinai tiesiogiai paveikia sėkmingą eksportą. Štai informantas D atkreipė dėmesį, kad net ir dalyvavimas daugybėje „pitchingo“ sesijų negarantuoja koproduserių pritraukimo ar sėkmės platinimo etape: *„jie nieko iš koprodukcijos negavo. Ir kalbant apie platinimą, tai nei ten Lietuvoje gerai surinko, nei užsienyje.“* Iš esmės tinklaveika kaip strateginis išteklius yra būtina, tačiau tikrai nepakankama sąlyga, o tikrasis pradžios taškas eksportui dažniau yra ne mokymai, o sėkminga premjera A klasės festivalyje.

Apibendrinant A scenarijaus analizę, galima patvirtinti, kad jis remiasi simbolinio kapitalo kaupimu per festivalinę sklaidą. A scenarijuje veikiantys prodiuseriai patvirtina teorinėje dalyje išskirtą priklausomybę nuo valstybės subsidijų. A scenarijaus analizė taip pat parodo, jog Lietuvos prodiuseriai taiko teorinėje dalyje išskirtus veiksnius, tokius kaip žanrų variacija, globalizacija, tinklaveika, kurie gali padėti stiprinti jų produkto galimybes pasiekti užsienio rinkas, jie kalba tiek apie norą vis labiau kreipti dėmesį į kitus, ne tik dramos, žanrus. Jie taip pat nurodo, jog taiko globalizacijos principus ir stengiasi kalbėti universalesnėmis temomis. Taip pat nurodo ir tinklaveikos svarbą, galimybę tobulintis, kurti kitose Europos šalyse, tokiu būdu bandant suprasti, kuo gyvena žmonės ir kitose Europos dalyse, kuo mes panašūs vieni į kitus, su kokiomis problemomis susiduriame ir panašiai. Informantai išskyrė ir koprodukcijos veiksnį kaip itin svarbų kino produkto kelyje, kurio dėka plečiasi rinkos, atsiranda galimybė patikrinti savo turinį kitomis, „partnerio akimis“. Jie, nors ir nurodo žinomus vardus kaip itin svarų veiksnį siekiant didesnio matomumo užsienio rinkose, tačiau galimybes prisikviesti tuos užsienio vardus vertina kaip nerealistines perspektyvas, pabrėždami finansinę aplinką. Informantai išskiria platinimą kaip pagrindinę kliūtį dėl Lietuvos kino produktų mažo žiūrimumo užsienio rinkose. Tai patvirtina ir teorinės dalies išvadas dėl per mažo dėmesio, skiriamo kino produktų platinimui. Tiesa, analizės metu atsiranda festivalinės strategijos takoskyra. Kaip vienas informantas minėjo, LKC skiria finansavimą filmams, kuriuose turi būti aptariamose sunkios, nepopuliarios temos, apie kurias reikia kalbėti ateities kartoms, tai filmai, skirti užfiksuoti tai, kas vyksta dabar, tarsi metraštininkai. Ir tokiems filmams papildomo matomumo nei jis pasiekiamas festivaliuose nereikia. Tačiau esti kita dalis kino produktų, kurie kartu ir kalba

įvairiomis aktualiomis temomis, tačiau turi ir potencialą pritraukti plačią vartotojų auditoriją, nes vienaip ar kitaip, kaip teorinėje dalyje kalbėta, kino produktas yra meninis kūrinys, skirtas vizualiniam pasitenkinimui. Darytina prielaida, jog dalis Lietuvos kino prodiuserių siekia „išlipti“ iš festivalinės strategijos, išlaikydami kino produkto meninę vertę, kartu norėdami, jog filmas būtų žiūrimas, tačiau tam trūksta bendros strategijos tarp institucijų, industrijos veikėjų ir privataus sektoriaus.

#### **2.4.3. B scenarijaus - komercinė strategija - analizė**

Šis scenarijus orientuojasi į ypatingą sėkmės atvejį Lietuvos kino industrijoje, kurį reprezentuoja koprodukcinis filmas „Vesper“. Skirtingai nei Lietuvoje dažniausiai naudojama festivalinė strategija, B scenarijus remiasi komercine logika, kurioje nuo pat vystymo stadijos orientuojamasi į investicijų grąžą, mastelio ekonomiką ir įsitvirtinimą pasaulinėse VoD platformose. Informantas F nurodė, jog *„[...]komerciškai sėkmingas filmas. Tai reiškia, kad jis atperka save ir tu gali dar uždirbti, reiškia gyventi iš jo ir į naujus projektus investuoti.“*

Teorinėje dalyje aptarta „langų sistemos“ kaita empiriškai pasitvirtino analizuojant būtent „Vesper“ platinimą. Informantas F nurodė, kad platformose buvo pasiekta „žvėriška sėkmė“ - filmas užėmė 31-ą vietą pasaulyje ir ilgai laikėsi VoD dešimtukuose daugelyje teritorijų. Tai papildė teorines įžvalgas apie tai, kad skaitmeninės platformos tampa pagrindiniu kanalu mažoms šalims pasiekti masinę auditoriją, papildant ribotą fizinę kino teatrų infrastruktūrą.

Tačiau informantas F pabrėžė, kad grynoji ekonominė sėkmė yra dalinė: nors „Vesper“ nebuvo nuostolingas, jis greičiau tapo „slenksčiu į kitą filmą“. Tai atitinka mastelio ekonomikos principą: mažų šalių gamybos sąnaudos yra didelės, o vidaus rinka per maža, todėl be tarptautinio platinimo atsiperkamumas yra sunkiai pasiekiamas.

Kalbėdamas apie koreliaciją tarp festivalių ir komercinės sėkmės, informantas F pateikė ir pavyzdį: *„pavyzdžiui, Emilio Velyvio „Redirected“ filmas yra laimėjęs gal vieną apdovanojimą ne A kategorijos festivalyje, dalyvavęs nedaugelyje festivalių, bet jis buvo finansiškai sėkmingas. Tai reiškia, kad festivaliai nebūtinai turi būti sėkmingo eksporto vertinimo kriterijus.“* Paminėtina, kad informantas F, vertindamas filmo „Vesper“ festivalinį pasirodymą, skyrė jam 4 balus iš 5, pažymėdamas, kad nors patekimas į Karlovy Vary festivalį buvo sėkmingas, vis dėlto kūrėjų lūkesčiai buvo pasiekti aukščiausias festivalines kategorijas. Kaip teigė informantas F: *„[...] ir nelaimėjom.[...] Kristina (Buožytė - aut.past.) norėjo į San Sebastianą.“*

**Tikslinė rinkos aplinka.** Analizuojant B scenarijaus aplinką, išryškėja proaktyvus požiūris į valstybės paramą. Šiame modelyje subsidijos traktuojamos kaip „*minkštieji pinigai*“ (anglų k. *soft money*), kurie tampa garantu privačiam kapitalui pritraukti.

**Finansinė aplinka.** Išryškėja informanto F taikoma komercinė strategija: yra naudojama LKC ir užsienio fondų lėšos kaip „*minkštieji pinigai*“ (anglų k. *soft money*), kurie veikia kaip pritraukimo elementas privatiems investuotojams. Kadangi dalis biudžeto neturi būti grąžinama, privatus investuotojas tampa „*pirmasis*“ eilėje prie grąžos, o tai radikaliai sumažina jo riziką, nes „*jeigu būtų penkti ar panašiai, tai jie neinvestuotų. Tik žinomus arba į tuos, kurie kine dirba jau ilgai, turi sėkmingos investavimo patirties arba į visai „žalius“, kurie tiki „kino magija“.*“ Investuotojams „Vesper“ modelis buvo patrauklus, nes iš 5 mln. Eur biudžeto apie 3,5 mln. Eur sudarė negrąžintinos lėšos, todėl investuotojams teliko „*padengti*“ likusią dalį, turint pirmenybinę grąžą. Šis modelis leido „Vesper“ prodiuseriams surinkti biudžetą, kurio vien iš subsidijų sukaupti būtų neįmanoma. Investuotojo susidomėjimas investuoti kartu parodo jo tikėjimą filmo eksporto galimybėmis, kadangi Lietuva yra iš esmės per maža rinka susirinkti investicinę grąžą. Taip pat „Vesper“ atveju filmo biudžetą sudarė ir išankstiniai (anglų k. *pre-sale*) pardavimai. Nes pardavimų agentas patikėjo scenarijumi ir aktoriais, investavo savo lėšas (anglų k. *minimum guarantee*), o tai tapo papildomu svertu ir kitiems investuotojams. Tai yra esminis skirtumas nuo A-E informantų, kurie dažniausiai pardavimų agento ieško jau turėdami baigtą filmą. Iš esmės prie „Vesper“ sėkmės itin prisidėjo ne vien biudžeto dydis, bet ir tai, kaip jis buvo sukonstruotas į vientisą architektūrą, kurioje valstybės parama tapo garantu privačiam verslui ir tarptautiniams pardavimų agentams. Pabrėžtina, jog tokiu komercinės strategijos principu iš esmės veikia tik vienas iš informantų, būtent filmas „Vesper“ yra surinkęs daugiausiai tiek užsienio žiūrovų, tiek plačiausiai išplatintas užsienio VoD platformose.

**Institucinė aplinka.** Nors valstybės institucijų įtaka tiesioginiam eksporto procesui vertinama minimaliai, jos suteikia būtiną finansinį pagrindą. Tačiau šioje vietoje iškyla problema dėl valstybės finansavimo filmams, orientuotiems į komercinę sėkmę. Prie „Vesper“ filmo sėkmės prisidėjo tai, kad jis yra sukurtas anglų kalba. Informantas E taip pat pasidalino sėkmingu pavyzdžiu: „[...] filmas „*Compartment No.6*“ - *skandinavų filmas apie tai, kaip traukinyje susitinka suomė ir rusas ir abu laužyta anglų k. kalba filmo metu - filmas autentiškas, unikalus, charakteriai atitinka kilmės šalis, bet kalba tinka visai Europai*“. Tačiau pagal LKC taisyklės lietuvių kalba yra vienas iš esminių principų sprendžiant filmo finansavimo klausimą. Tad kyla klausimas, kaip galima gauti pakankamą finansavimą, jei filmo pagrindinė kalba yra ne nacionalinė? Kaip teigia informantas D, Lietuvoje dažniausiai yra kuriami filmai, priskirtini „sudėtingo filmo“ kategorijai: „*Filmas lietuvių k. arba meniškai vertingas, bet komerciniu*

*požiūriu sudėtingas filmas ir, jeigu esi sudėtingas filmas, tavo finansavimo intensyvumas iš valstybės yra 90%, kitu atveju mažesnis.*“ Tad iš esmės filmas gali būti ne lietuvių k., tačiau finansavimo intensyvumas mažėja, tai lemia poreikį prodiuseriams būti dar kūrybiškesniems siekiant užsitikrinti pakankamą finansinį stabilumą filmo kūrimui.

**Strateginiai kino produkto ištekliai.** B scenarijuje strateginiai ištekliai dėliojami taip, kad būtų galima panaikinti „kultūrinio atstumo“ barjerus ir pilnai pritaikyti produktą globaliam vartojimui.

**Kalba.** Sąmoningas anglų kalbos ir angliakalbių A klasės aktorių pasirinkimas filme „Vesper“ buvo privaloma sąlyga dideliui biudžetui surinkti. Informantas F atskleidė, kad anglų kalba buvo ne kūrybinis užmojis, o būtina sąlyga dideliui biudžetui pritraukti ir globaliai sklaidai užtikrinti. Pasak informanto, su lietuvių kalba tokio tipo mokslinės fantastikos projektą sukurti iš valstybės finansavimo ir koproduserių būtų neįmanoma. Be to, informantas F akcentavo specifinio dialekto svarbą: kadangi filme veikėjai buvo artimieji, „Vesper“ aktoriai privalėjo kalbėti vienu dialektu, buvo pasirinktas Londono dialektas, nes bet koks kalbinis netikslumas tarptautinių platintojų akyse produktą paverstų „apsimetėliu“ (angl.k. *fake*) ir taip jis būtų praradęs savo komercinį potencialą užsienio rinkose. Tai rodo, kad komercinėje strategijoje kalba veikia ne tik kaip komunikacijos priemonė, bet kaip strateginis išteklis, mažinantis „svetimumo“ barjerą.

Dar vieną įdomią įžvalgą informantas pateikė apie dubliažą, kuris teoriškai dažnai siejamas su didžiųjų rinkų apsauga. Nors Lietuvoje dubliavimas laikomas brangiu (dubliuoti profesionaliai kainuoja „*didžiulius pinigus*“), informantas F nurodė sėkmingą Latvijos prodiuserių pavyzdį, kurie patys investavo į dubliavimą, o ši investicija jiems vienareikšmiškai atsipirko. Tai rodo, kad mažos šalies prodiuseris gali perimti dalį vertės grandinės funkcijų, jei siekia komercinio proveržio. Galiausiai, informantas F pastebi, kad didžiosios VoD platformos (Netflix, Amazon ir pan.) pačios prisiima dubliavimo ir subtitravimo kaštus pagal konkrečios teritorijos standartus, todėl prodiuserio užduotis yra ne tiek pačiam dubliuoti, kiek sukurti ir išplatinti turinį, kurį platformos norėtų lokalizuoti.

**Glokalizacija.** Informantas F glokalizacijos principą pritaikė nuo filmo kūrimo pradžios: nors pradžioje filmo režisieriai svarstė kurti lietuvių kalba, prodiuseriai nusprendė, kad didelio biudžeto mokslinės fantastikos filmui yra būtina anglų kalba, siekiant pritraukti tarptautinius investuotojus ir koproduserius. Tai iliustruoja teorijoje minimą „hibridizacijos“ procesą, kai vietinė kūryba jungiama su tarptautine estetika ir kalba.

**Žanras.** Informantas F taip pat praplėtė savo turinio strategiją, pasakodamas, jog kuriant kino produktus reikia nuolat domėtis pasaulinėmis rinkos tendencijomis, teigdamas, kad

*„Anksčiau juodos komedijos buvo labai populiarios, dabar kriminalinės dramos ant bangos, buvo ir siaubo filmų metas, detektyvai dabar irgi paklausūs. Iš esmės laikmetis užduoda savo toną.“* Nors filmo „Vesper“ žanrą padiktavo režisierių Kristinos Buožytės ir Bruno Semper kūrybinės idėjos, informantas F nurodė, kad žanrinio kino gerbėjai yra mažiau jautrūs filmo kilmės šaliai, jei produktas atitinka aukštus žanro standartus. Tai koreliuoja su CresCine tyrimo išvadomis, kad trileriai ir fantastika turi didesnę potencialą peržengti nacionalines ribas.

**Tema.** Informantas F taip pat nurodo, jog nuolatos reikia palaikyti ryšį su kūrėjais, nes *„Gali režisierius turėti įvairiausių scenarijų, kartais vienas pradėtas ir nebaigtas, padėtas į šalį. [...] Ir tuomet jau sprendi, kada yra aktualus metas tą scenarijų pradėti toliau vystyti ir rašyti.“* Informantas F taip pat pateikė ir pavyzdį, kaip taiko globalizacijos principą ne tik per tematinę prizmę. Tiesa, išskirtina, jog šiuo atveju globalizacijos principas taikytas serialui: *„[...] neakcentuota, Vilnius čia ar Kaunas, kurių niekas nežino, gal tiesiog kažkoks miestas. [...] esmė, kad kažkoks angliakalbis pataikė į nenurodytą miestą, kur yra kalbama nežinoma kalba, ir ten vyksta veiksmas. Supaprastintas mechanizmas. Auditorija dabar mėgsta tai, kas „sukramtyta.“*

**Tinklaveika.** Kalbėdamas apie industrijos dalyviams skirtus mokymus, informantas F nurodo, kad pasiekus tam tikrą profesionalumo lygį, tradiciniai mokymai ir forumai praranda aktualumą, nes ten dažniausiai renkasi tie, kurie dirba tik su valstybine parama. Informanto F taikoma tinklaveika yra proaktyvi ir versli: tiesioginis kontaktų ieškojimas per *LinkedIn* ir kitur, portfolio siuntimas ir tikslinių partnerių, dirbančių tame pačiame žanre, temoje ir pan., identifikavimas. Informantas F pabrėžia: *„tau reikia rezultatų dabar [...], o tiesiog eiti ir sėdėti, gerti kavą [...], dažniausiai tam nėra laiko.“* Tai rodo, kad sėkmingai komercinei strategijai reikalinga ne tik kūrybinė, bet ir verslo tinklaveika, orientuota į greitus sprendimus.

B scenarijaus analizė, paremta filmo „Vesper“ atveju, patvirtina conceptualaus modelio prielaidą, kad mažos šalies prodiuseris gali pasiekti globalias rinkas per turinio hibridizaciją. Kino produkto eksporto strategija yra paremta visų pirma komercine sėkme, kuri yra matuojama sugrįžusiomis investicijomis. Tikslinės rinkos aplinkoje valstybės subsidijos yra tikslingai naudojamos kaip galimybė pritraukti privačias investicijas, o išankstiniai pardavimai yra tarsi stabilumo garantas dar iki filmo gamybos užbaigimo. Tuo tarpu strateginiai produkto ištekliai - anglų k., A klasės tarptautiniai aktoriai ir mažą kultūrinį atstumą turintis žanras (mokslinė fantastika) yra apskaičiuotai pasirinkti siekiant sumažinti kultūrinį atstumą ir peržengti „svetimumo“ barjerą užsienio rinkose. Nors grynasis pelnas nebuvo didelis, tačiau šis scenarijus įrodo, kad proaktyvi, į verslo rezultatus orientuota tinklaveika leido mažos šalies produktui pasiekti investicinę grąžą, tačiau kartu tapo ir strateginis „laiptelis aukštyn“ tolimesniems

tarptautiniams projektams bei tokiu būdu padidino šalies industrijos kredibilumą tarptautinėje arenoje.

#### 2.4.4. Festivalinė strategija komercinei sėkmei pasiekti

Tyrimo metu išryškėjo prodiuserių išskirtas „aukso vidurio“ terminas. Informantas F nurodė, kad sėkmingiausias modelis yra tas, kuris sujungia festivalinį pripažinimą su finansiniu atsiperkamumu, teigdamas, kad *„[...] geriausias modelis būtų toks, kad jis yra sėkmingai vertinamas, ir kino gurmanų, ir kino kritikų, ir kino industrijos ir pelnų festivalių susidomėjimą ir taip pat finansiškai atsiperkės.“* Skirtingai nei A scenarijuje, kur festivalis yra galutinis tikslas, kai tikslas yra komercinė sėkmė, festivalis veikia kaip priemonė, atverianti duris į platesnes komercines rinkas.

Šio komercinio tikslo pavyzdys iš dalies gali būti filmas „*Piligirimai*“, kurio laimėjimas Venecijos kino festivalyje tapo tiesiogine priežastimi patekti į žinomą užsienio platformą. Kaip teigia informantas F: *„Jeigu ne laimėjimai festivaliuose, nebūtų tikėtina, kad jis būtų patekęs į tą platformą.“* Tai kartu patvirtina teorinę prielaidą, kad festivalinė sėkmė mažoms šalims yra būtina sąlyga komerciniam eksportui, nes simbolinis kapitalas yra konvertuojamas į ekonominę vertę. Informantas C taip pat pažymėjo, kad šiuolaikinis kinas nebegali orientuotis tik į vieną spektrą - dabar siekiama apimti visą grandinę: nuo festivalių iki televizijos ir platformų: *„Šiais laikais gal paskutiniai filmai, kurie taiko tik į festivalius. Dabar jau apima visą spektrą: ir kino teatrinius išleidimus, ir platformos, televizija, festivaliai.“* Informantas B taip pat minėjo, kad festivalinė strategija gali persipinti ir su tolimesniu kino produkto keliavimu, teigdamas, kad *„Su pačių festivalių sėkme labai dažnai ateina ir tie patys pardavimai. Nes tai yra žymiai lengviau turint didelių festivalių, ar net laimint kažką, tai yra žymiai lengviau sudominti pirkėjus iš skirtingų šalių.“*

Keli informantai pasidalino jiems žinomomis sėkmės istorijomis, kurias galima priskirti festivalinei strategijai su komercinės sėkmės tikslu. Štai informantas B pateikė kaip pavyzdį Igno Miškinio filmą „*Pietinia kronikos*“. Tiesa, kol kas jo užsienio rinkų skaičiai nėra prieinami, kadangi jis išėjo 2025 m. pradžioje, tačiau informantas nurodo, kad investuotojai turi matyti *„tokio lygio potencialą kaip Pietinia kronikos arba filmas turi turėti tarptautinį potencialą.“*

Bet iš esmės komercinės sėkmės tikslas per festivalinę strategiją yra dalinai A scenarijaus ir B scenarijaus mišinys, kurį įvaldžius būtų pasiektas prodiuserių siekiamas „aukso vidurys“. Informanto B išskirta nauja *Eurimages* programa, skirta būtent platinimui (iki 50 000 Eur), gali padėti išspręsti *„platinimo spragą“*, būdingą A scenarijui, ir padėti daliai festivalinės strategijos

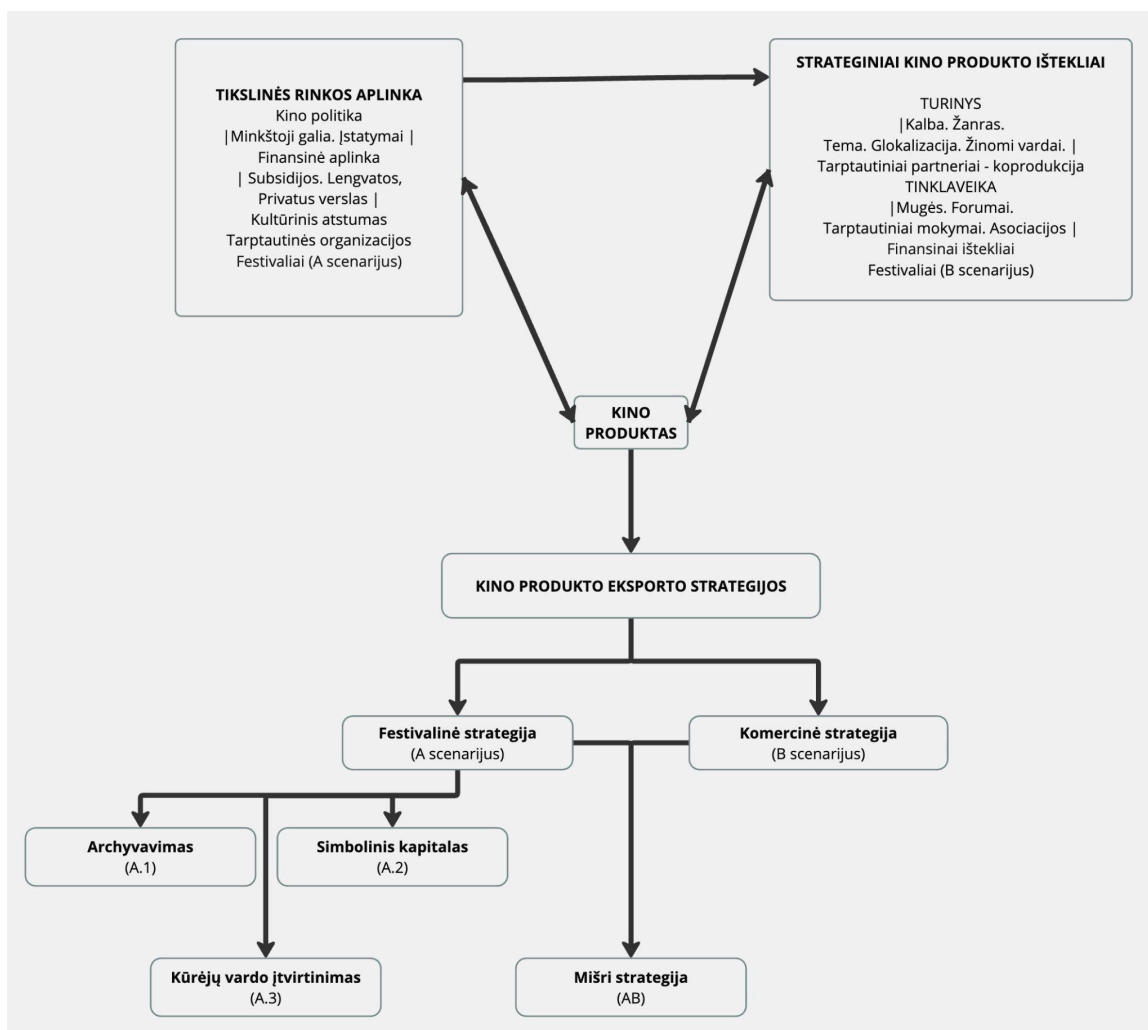


filmų keisti savo strategiją su komercinės sėkmės tikslu. Vienintelis klausimas, kuris kyla, ar LKC yra pasiryžęs finansuoti ne tik, kaip teigė informantas E, filmus „*kurie reikalingi šalies kultūros lygiui kelti, nepatogiom, nepopuliariom temom analizuoti, archyvuoti*“, bet ir meninės vertės, tačiau komercinio potencialo turinčius filmus, kurie naudoja kino produkto išteklius atliepti platesnės visuomenės poreikius?

Apibendrinant prodiuserių įžvalgas, galima teigti, jog Lietuvos kino eksporto lauke egzistuoja trys skirtingos, bet persipynusios strategijos. Siekdami geriau suprasti šių strategijų sąveiką, galime pasitelkti kopimo į kalną metaforą. Festivalinė strategija su archyvavimo tikslu yra tarsi bazinė stovykla. Ji suteikia kūrėjams būtiną „aklimatizaciją“ tarptautinėje industrijoje ir sukuria režisieriaus vardą (simbolinį kapitalą), be kurio tolesnis kilimas būtų neįmanomas. Tuomet komercinė strategija yra kalno viršūnės pasiekimas. Tai etapas, kuriame gamybos investicijos virsta realiu pelnu, tačiau šis kelias yra prieinamas tik projektams, turintiems didelį biudžetą, universalų žanrinį patrauklumą. Tuo tarpu festivalinė strategija su komercinės sėkmės tikslu yra geriausias ir efektyviausias maršrutas. Ji naudoja festivalių suteiktą prestižą kaip matomumo įrankį, kuris vėliau paverčiamas ekonomine sėkme kino teatruose ir platformose. Tyrimas atskleidė, jog didžioji dalis Lietuvos prodiuserių vis dar telkiasi „bazinėje stovykloje“, tačiau „Vesper“ atvejis įrodo, kad strategiškai valdant išteklius, Lietuvos kinas gali sėkmingai pasiekti komercinės viršūnės. O sujungus abiejų strategijų - tiek tikslinės rinkos, tiek išteklių panaudojimo - būdus galima pasiekti „*aukso vidurį*“.

#### **2.4.5. Patikslintas kino produkto eksporto strategijos modelis**

Atlikus empirinį tyrimą, galima teigti, kad teorinis modelis iš esmės veikia, bet yra koreguotinas. Remiantis atlikto tyrimo duomenimis matyti, kad pagal A scenarijų išsiskiria 3 atskiri festivalinės strategijos tikslai - archyvavimas (A.1), simbolinis kapitalas (A.2) bei kūrėjų vardo įtvirtinimas (A.3). Taip pat, kaip atskleista paskutiniame skyriuje, išskirtinas prodiuserių tikslas, apjungiantis A ir B scenarijus, pasitelkiant festivalinę sėkmę, ją konvertuoti į ekonominę grąžą (AB) (2 pav.).



**2 pav. Patikslintas kino produkto eksporto strategijos modelis**

### **A scenarijus - festivalinė strategija**

Šiame scenarijuje pasitvirtina teiginys, jog sėkminga kino produkto eksporto strategija yra kompleksinė sistema, jungianti įvairių lygmenų sąveiką tarp tikslinės rinkos aplinkos ir strateginių kino produkto išteklių.

Vis dėlto išskirtina tai, jog festivalis veikia labiau kaip tikslinės rinkos aplinkos dėmuo nei strateginis kino produkto išteklis. Nors teoriniame modelyje festivaliai buvo siejami su tinklaveikos ištekliais, empirinis tyrimas atskleidžia, kad iš tiesų jie formuoja struktūruotą globalią sistemą, kurios taisyklės yra padiktotos išorės, o ne pačio prodiuserio. Patekimas į festivalius yra tyrime išskirtas „kokybės ženklas“, kuris yra reikalingas platintojams, pardavimo agentams ir VoD platformoms. Festivalinė sistema taip pat veikia kaip filtras, kuris diktuoja galimybes mažų šalių kino produktui tapti eksportuojama preke.

Tyrimas taip pat atskleidė, kad, nors festivalinė strategija yra plačiai paplitusi tarp Lietuvos prodiuserių, tačiau šios strategijos tikslai esti skirtingi:

**A.1 Archyvavimas.** Šis tikslas atspindi Lietuvos kino politikos vieną iš tikslų, tai yra remti sunkaus turinio filmus, nepatogiams, nepopuliarioms temoms analizuoti, archyvuoti.

**A.2 Simbolinis kapitalas.** Nors šis tikslas dalinai persipina su A.1, tačiau pagrindinis simbolinio kapitalo tikslas mažų šalių kontekste yra siekis įgyti pripažinimą ne per tiesioginį pelną, o per prestižą.

**A.3. Kūrėjų vardo įtvirtinimas.** Kadangi Lietuvos kinas dar yra palyginti jaunas, LKC įsikūręs vos prieš tryliką metų, yra didelis poreikis įtvirtinti jaunų Lietuvos kūrėjų vardus europiniame žemėlapyje. Nebūtinai gaunant apdovanojimus, tačiau siekis yra supažindinti su Lietuvos kūrėjais.

### **B scenarijus - komercinė strategija**

Šiame scenarijuje taip pat pasitvirtina teiginys, jog sėkminga kino produkto eksporto strategija yra kompleksinė sistema, jungianti įvairių lygmenų sąveiką tarp tikslinės rinkos aplinkos ir strateginių kino produkto išteklių.

Pasitvirtino modelyje išskirta **komercinės strategijos** priklausomybė nuo subsidijų. Tačiau pabrėžtina daug didesnė sąveika su privačiu verslu palyginti su festivaline strategija. Taip pat tyrimas parodė, jog festivaliai komercinėje strategijoje veikia kaip ištekliai, kuriuo prodiuseris pasinaudos, jei bus galimybė, tačiau tai nėra būtinybė, skirtingai nei festivalinėje strategijoje. Išskirtina ir daug mažesnis tinklaveikos poveikis komercinėje strategijoje. Tai, skirtingai nei festivalinėje strategijoje, nėra būtinybė. Komercinėje strategijoje šis išteklis taip pat nėra esminis ir dažnai naudojamas.

Vis dėl to tyrimas atskleidė, kad Lietuvoje egzistuoja **mišri strategija (AB)**, kurioje susipina tiek komercinės, tiek festivalinės strategijos dėmenys. Šios strategijos tikslas yra Lietuvos prodiuserių įvardijamas idealusis sėkmės modelis, kuriame harmoningai sujungiamas simbolinis kapitalas (festivalinis pripažinimas) ir ekonominė grąža (komercinis platinimas kino teatruose bei pasaulinėse VoD platformose). Tyrime išryškėjo, kad prodiuseriai prioritetą norėtų teikti būtent šiai strategijai - vadinamajam „aukso viduriui“. Šioje strategijoje festivalinė sėkmė nėra galutinis tikslas, tai priemonė pasiekti komercinę sėkmę, pasitelkiant festivalinį prestižą kaip „kokybės ženklą“, kuris itin sumažina tarptautinių platintojų bei pardavimo agentų prisiimamą riziką.

Mišri strategija leidžia prodiuseriams išlaikyti meninį autentiškumą, tačiau per globalizacijos principus ji adaptuoja produktą taip, kad jis būtų suprantamas užsienio rinkoje. Tai efektyvi strategija mažų rinkų kūrėjams, nes ji išnaudoja festivalinę ekonomiką kaip tramplyną į didžiąsias komercines VoD platformas.

## IŠVADOS

1. Kino produkto prigimtis yra duali, kadangi jis kuria tiek emocinę, tiek ekonominę vertes. Tai lemia jo priklausymą kultūros ir kūrybinių industrijų sektoriui. Kino produkto eksportabilumui poveikį galima daryti visuose vertės grandinės etapuose. Vystymo etape analizuojamos jo patekimo į užsienio rinkas galimybės per kalbą, žanrą, temą. Gamybos etape per bendradarbiavimą su partneriais, o platinimo etape pasirenkant platinimo kelius, rinkodaros ir festivalines strategijas, bei partnerius, tokius kaip pardavimo agentai.
2. Išanalizavus kino produkto eksporto sėkmės veiksnius buvo nustatyta, jog produkto sėkmę lemia kompleksinė įvairių veiksnių sąveika. Veiksniai apima biudžeto dydį, sėkmę nacionalinėje rinkoje bei dalyvavimą tarptautiniuose tinklaveikos renginiuose, tačiau taip pat kritinis sėkmės dėmuo yra koprodukcijos, kurios ne tik išplečia finansinį ratą, bet ir vidutiniškai tris kartus padidina tarptautinį žiūrimumą lyginant su nacionaliniais filmais.
3. Mokslinėje literatūroje išskiriamos keturios strateginės kryptys, paremtos jų tikslais. Tai nacionalinė kultūrinė vertė, kai kino produktas yra šalies vizitinė kortelė. Kitas tikslas, yra eksportabilumo tapimas prioritetu, taip pat kuo didesnis žiūrovų skaičius, komercinė sėkmė. Trečiosios strategijos tikslas yra paslaugų teikimas užsienio projektams, taip kartu didinant ir vietos industrijos darbuotojų profesionalumą. Paskutinioji, ketvirtoji, strategija yra tokia, kai kino produktas matuojamas kritikų pripažinimu bei festivaliniais laimėjimais.
4. Identifikuota, kad mažų šalių kino industrijoms yra būdingas „mažos rinkos paradoksas“, kai gamybos sąnaudos yra tokios pat, kaip didžiosiose rinkose, tačiau ribota vidaus auditorija neleidžia pasiekti ekonominės gražos be sistemingo eksporto. O jį lemia ne tik biudžeto dydis, tačiau ir gebėjimas naudotis strateginiais kino produkto ištekliais, tokiais kaip žanrai, kalba, žinomi vardai, globalizacijos principas, „kokybės ženklai“ (festivaliai), derinant su nacionaliniu identitetu.
5. Atlikus teorinę analizę pabrėžiama, jog eksporto sėkmę lemia sąveika tarp tikslinės rinkos aplinkos, strateginių produkto išteklių, paties kino produkto ir pasirinktos eksporto strategijos. Išskirtina tai, kad tikslinė rinkos aplinka (kino politika, finansinė aplinka, kultūrinis atstumas) formuoja kino produkto išorines sąlygas, tuo tarpu strateginiai ištekliai (žanras, kalba, koprodukcija, tinklaveika) yra prodiuserių valdomi įrankiai, kurie formuoja kino produkto tarptautinį konkurencingumą. Modelis parodo, kad prodiuserių pasirinkta veiksnių dermė lemia vienos iš dviejų strategijų pasirinkimą: festivalinės strategijos (A scenarijus), kuria siekiama

simbolinio kapitalo kaupimo, ir komercinės strategijos (B scenarijus), kuri orientuota į investicijų grąžą.

6. Empirinis Lietuvos kino industrijos tyrimas parodė, kad šalies eksporto lauke dominuoja festivalinė strategija (A scenarijus), stipriai priklausoma nuo valstybės subsidijų („minkštųjų pinigų“), tačiau tyrimo metu išryškėjo festivalinės strategijos takoskyra, išsiskyrė trys strategijos tikslai: archyvavimas, simbolinis kapitalas, Lietuvos kūrėjų vardo įtvirtinimas globaliame kontekste.

7. Susisteminus LKC paramos priemones, bei remiantis informantų pateikta informacija, identifikuota „platinimo spraga“: valstybė efektyviai remia sklaidą ir kūrėjų tobulėjimą, tačiau praktiškai nefinansuoja pabaigtų filmų distribucijos užsienio rinkose. Tyrimas atskleidė, kad dabartinis finansavimo intensyvumas yra nepakankamas konkuruoti su didžiųjų rinkų rinkodaros kampanijomis. Iš esmės LKC parama kuria prestižą, bet palieka prodiuserius be įrankių konkuruoti dėl žiūrovo užsienio rinkose.

8. Atlikta filmo „Vesper“ atvejo analizė parodo, kad Lietuvos prodiuseriai gali sėkmingai įgyvendinti komercinę strategiją (B scenarijus), pasiremdami turinio hibridizacija, naudodami anglų kalbą bei gebėdami pritraukti privatų kapitalą, o valstybės parama naudojama kaip garantas investuotojų rizikai mažinti.

9. Atlikus empirinį tyrimą, patikslintas teorinis kino produkto eksporto strategijos modelis. Jis papildytas keturiais elementais. Perpozicionuotas festivalio dėmuo, teoriniame modelyje buvęs kaip strateginio kino produkto išteklis, tačiau tyrimas atskleidė, kad mažų šalių kontekste festivaliai veikia kaip tikslinės rinkos aplinkos dėmuo. Jie formuoja globalią sistemą, kurios taisyklės yra diktuojamos išorės, o ne prodiuserio. Nustatyta, kad tinklaveika ir mokymai yra kritiškai svarbūs festivalinėje strategijoje (A), tačiau komercinėje strategijoje (B) jų reikšmė mažėja, o pirmenybė teikia proaktyviai verslo partnerystei. Taip pat nustatyta festivalinės strategijos (A scenarijus) diferenciacija. Ši strategija nėra vienmatė ir skyla į tris tikslus: archyvavimą (A.1), simbolinio kapitalo kaupimą (A.2) bei kūrėjų vardo įtvirtinimą (A.3). Naujasis modelis yra papildomas nauja - mišria strategija (AB). Nustatyta, kad Lietuvos kontekste idealus, prodiuserių siekiamas modelis yra mišri strategija (AB scenarijus), vadinamasis „aukso vidurys“. Šioje strategijoje festivalinis pripažinimas veikia kaip „kokybės ženklas“, kuris sumažina pardavimo agentų riziką ir atveria globalias rinkas.

## **REKOMENDACIJOS**

### **Lietuvos kino centrui**

1. Bendradarbiaujant su Europos kultūros institucijomis ir Lietuvos kino prodiuseriais sukurti sistemingą rekomendacinį platinimo strategijų paketą.
2. Suformuoti ilgalaikę nacionalinio kino „minkštosios galios“ ir sklaidos strategiją, kuri veiktų ne tik vienkartinį festivalinių akcijų ribose, bet ir užtikrintų pabaigtų filmų matomumą tikslinėse užsienio rinkose, taip sistemiškai mažinant tyrimo metu išskirtą „platinimo spragą“.
3. Adaptuoti finansavimo taisykles, numatant lankstesnius kriterijus aukštos meninės vertės, tačiau ir komercinį potencialą turintiems projektams (pvz.: peržiūrėti „sudėtingo filmo“ sąvoką bei kalbos reikalavimus), ir skatinti veikimo modelį, kuriame valstybės parama taptų svertu privačiam kapitalui bei tarptautiniams pardavimo agentams pritraukti.

### **Lietuvos kino prodiuseriams**

1. Bendradarbiaujant su Europos kultūros institucijomis ir Lietuvos kino centru sukurti sistemingą rekomendacinį platinimo strategijų paketą.
2. Siekti „mišrios strategijos“ (AB scenarijus) įgyvendinimo, kurioje festivalinis pripažinimas būtų ne galutinis tikslas, o priemonė derybose su globaliais pardavimo agentais, VoD platformomis.
3. Vystymo stadijoje taikyti globalizacijos ir turinio hibridizacijos principus. Didelio biudžeto projektams rekomenduojama apsvarstyti anglų kalbos ir tarptautinių aktorių pasirinkimą.
4. Kurti projektų finansinę architektūrą naudojant valstybės subsidijas, mokesčių lengvatas kaip garantą privačiam kapitalui pritraukti. Išnaudoti modelį, kai viešojo parama sumažina investuotojų riziką, suteikiant jiems pirmenybę gauti investicinę grąžą, ypač projektams, turintiems tarptautinį potencialą.

## SUMMARY

**Relevance of the topic.** Today, cinema is perceived not only as an artistic expression, but also as an important part of the creative and cultural industries, with a dual nature – cultural and economic. For small countries such as Lithuania, exports are an economic necessity due to the "small market paradox," where production costs are comparable to those of larger countries, but a limited domestic audience prevents a return on investment. Despite growing production, Lithuanian cinema faces a "distribution gap" and low international visibility, making it necessary to seek systematic export models.

**Object:** film industry product export strategies.

**Goal:** to create a model for a film product export strategy.

**Tasks:**

1. To analyze the concept of film industry products and their value chain in the context of export.
2. To analyze the factors contributing to the success of film product exports and strategic directions, identifying the specific characteristics of the film industry in small countries.
3. To develop a conceptual model for a film production export strategy.
4. To empirically test the developed model in the case of the Lithuanian film industry.

**Research methodology.** The thesis applies scientific literature and document analysis, empirical model development, and qualitative research (semi-structured interviews with producers and a case study of the film *Vesper*).

**Research results.** The theoretical part establishes that successful export depends on the interaction between the target market environment (cinema policy, subsidies, cultural distance) and strategic product resources (genre, language, co-production networking). Empirical research revealed that the festival strategy (Scenario A) dominates in Lithuania, which is divided into three specific objectives: archiving (A.1), accumulation of symbolic capital (A.2), and establishment of the creators' name (A.3). It was also found that festivals act more as a target market environment for creators in a small country than as a resource controlled by producers.

A case study of the film *Vesper* showed that a commercial strategy (scenario B) is possible through content hybridization, the choice of English as the language, and the attraction of private capital, using state support as a risk mitigation guarantee.

After refining the model, the "golden mean" sought by producers is identified as a mixed strategy (scenario AB). In this strategy, festival recognition acts as a "quality mark" that allows symbolic capital to be converted into economic value in international markets.

Recommendations. The Lithuanian Film Centre is recommended to create a systematic distribution support mechanism, reducing the "distribution gap", while producers are recommended to increase the internationalisation of film products through various tools and to seek alternative sources of funding outside the subsidy system.

Keywords: *cinema, export strategies, distribution strategies, small countries, value chain, co-production, symbolic capital, soft power*



## LITERATŪROS IR ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

1. Alaveras, G., Gomez-Herrera, E. ir Martens, B. 2018. Cross-border circulation of films and cultural diversity in the EU. *Journal of Cultural Economics*, 42(4):645-676
2. Barthel-Bouchier, D. 2011. Exportability of films in a globalizing market: The intersection of nation and genre. *Poetics*, 39(5):544-559. Prieiga: <https://doi.org/10.1177/1749975511401269> [Žr. 2025 10 04].
3. Berg, L. 2018. *Local Buzz, Global Pipelines and Hallyu: The Case of the Film and TV Industry in South Korea*
4. Bergfelder, T. 2005. *National, Transnational or Supranational Cinema? Media, Culture & Society*, 27(3): 315-331.
5. Boediman, A. S., Pujawan, N., ir Baihaqi, I. 2024. Value chain Analysis in the Film Industry: A Literature Review. *KnE Social Sciences*, 9(1): 1-12.
6. Blankenship, J., & Nagl, T. (eds.) 2015. *European visions: Small cinemas in transition*. Bielefeld: transcript Verlag. Prieiga: <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=355293f7-6567-3343-be9e-71c9981aa7c3>, [Žr. 2025 10 04].
7. British Film Institute. 2025. Making an application for UK Global Screen Fund International Distribution Festival Launch Support funding. Prieiga per internetą: <https://www.bfi.org.uk/get-funding-support/funding-support-international-activity/uk-global-screen-fund/making-application-uk-global-screen-fund-international-distribution-festival-launch-support-funding> [Žr. 2025 12 13]
8. Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural expressions. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Prieiga: <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-protection-and-promotion-diversity-cultural-expressions> [Žr. 2025 10 17]
9. Council of Europe. 2024. Eurimages: Film Marketing and Audience Development (FMAD) Support Scheme. Prieiga per internetą: <https://www.coe.int/en/web/eurimages/fmad> [Žr. 2025 10 17]
10. Crescine. 2025. Prieiga per internetą: <https://www.crescine.eu/> [Žr. 2025 10 17]
11. Donders, K. ir Raats, T. 2020. When protectionism does not protect you anymore! How to enhance the European film industry. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 33(4), 387-982.

12. Edmery, N. 2025. *Made in Europe: Theatrical distribution of European films across the globe 2015-2024*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
13. European Audiovisual Observatory. 2024. European films made up a third of all cinema admissions in Europe in 2024. Strasbourg: Council of Europe. Prieiga: <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/-/european-films-made-up-a-third-of-all-cinema-admissions-in-europe-in-2024>, [Žr. 2025 10 04]
14. European Commission. Creative Europe: MEDIA strand. Prieiga: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-media-strand>
15. European Commission. 2019. *European Movies on the Move: Ten Actions for Better Circulation Across Europe*. Publications Office of the European Union. [Žr. 2025 10 04]
16. Fioroni, M. (2024). *Made in Europe*. European Audiovisual Observatory.
17. Gaižauskaitė I., Valavičienė N. 2016. *Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu*. Mykolo Romerio universitetas. Vilnius: Valstybinė įmonė Registrų centras.
18. Helpman, E. (1984. Increasing Returns, Imperfect Markets and Trade Theory. In: R.W. Jones and P.B. Kenen, *Handbook of International Economics*, Vol. 1. Amsterdam:Elsevier, p. 325-365. Prieiga: [https://doi.org/10.1016/S1573-4404\(84\)01010-8](https://doi.org/10.1016/S1573-4404(84)01010-8) [Žr. 2025 10 19]
19. Hiltunen K. ir Lähdesmäki, T. 2025. The LUX prize and the challenges of European film competitiveness. *Studies in European Cinema*. Prieiga: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17411548.2025.2572121> [Žr. 2025 10 17]
20. Hjort, M. ir Petrie, D. 2007. *The Cinema of Small Nations*. Edinburgh:Edinburgh University Press.
21. Jensen, P.M., & Jacobsen, U.C.2020.Augmenting proximity theories: Including other proximities in the transnational travel of Danish television drama. In A.M. Waade, E.N. Redvall & P.M. Jensen. *Danish Television Drama: Global Lessons from a Small Nation* (p.165-182). Palgrave Macmillan. DOI
22. Kardelis K. 2007. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Leidykla Liucilijus
23. Karjus, K. ir Žemaitytė, V. 2025. *Socioeconomic factors of national representation in the Global Film Festival Circuit*. *Journal of Cultural Economics*, 49 (1): 1-15
24. Kostovska, I., Nielsen, J.I. & Øfsti, M. 2025. *Small European films: Challenges and drivers of change for distribution and exhibition*. Brussels: Horizon Europe / CRESCINE Project. Prieiga: <chrome-extension://efaidnbmnnnnibpcajpegglclefindmkaj/https://static1.squarespace.com/static/63e78722029b8054ba2f0760/t/68a43d2822693b439c643865/1755594024890/cresci>

[ne-small-european-films-challenges-and-drivers-of-change-for-distribution-and-exhibition.pdf](#), [Žr. 2025 10 13]

25. Kostovska, I., Raats, T. & Donders, K. 2020. The rise of the „Netflix tax“ and what it means for sustaining European audiovisual markets. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 33(4): 423-441. DOI: <https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1774354>
26. Laois Nationalist. 2024. 'Kneecap effect' boosts Irish language popularity but teaching methods are outdated. 2024 m. rugpjūčio 15 d. Prieiga: [https://www.laois-nationalist.ie/kneecap-effect-boosts-irish-language-popularity-but-teaching-methods-are-outdated\\_arid-47487.html#:~:text=The%20'Kneecap%20effect'%20has%20been,language%20in%20a%20new%20survey](https://www.laois-nationalist.ie/kneecap-effect-boosts-irish-language-popularity-but-teaching-methods-are-outdated_arid-47487.html#:~:text=The%20'Kneecap%20effect'%20has%20been,language%20in%20a%20new%20survey). [Žr. 2025 10 18]
27. Lang, B. 2021. Is the Theatrical Window Dead? The Movie Business Ponders Shortened Releases. *Variety*, May 7. Prieiga per internetą: <https://variety.com/2021/film/box-office/theatrical-window-dead-1234973333/> [Žr. 2025 10 19]
28. Lewis, I., Canning, L. 2020. *European cinema in the Twenty-First Century: Discourses, Directions and Genres*. Palgrave Macmillan
29. Lietuvos kino centras. 2025. Lietuviškas animacinis filmas pirmą kartą „Disney+“ platformoje. Prieiga per internetą: <https://www.lkc.lt/naujiena/lietuviskas-animacinis-filmas-pirma-karta-disney-platformoje-1768> [Žr. 2025 10 19]
30. Lietuvos Respublikos kultūros ministerija. 2025. Parengiamųjų filmo ir gamybos darbų projektų valstybinio finansavimo taisyklės: patvirtinta Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2016 m. kovo 23 d. įsakymu Nr. ĮV-248 (nauja redakcija nuo 2024-10-29 Nr. ĮV-848). Vilnius: Lietuvos Respublikos kultūros ministerija. Prieiga per internetą: <https://www.e-tar.lt/portal/legalAct.html?documentId=29cdb973993511f0a8bbd1e98310677d> [Žiūrėta 2025-10-14].
31. Lietuvos Respublikos kino įstatymas. 2002. Lietuvos Respublikos kino įstatymas Nr.XIII-885, Vilnius: Seimas. Prieiga: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/ad4d77f0ebdb11e7acd7ea182930b17f> [Žr. 2025 10 16]
32. Lietuvos Respublikos kultūros ministerija. 2025. *Nacionalinių filmų sklaidos užsienyje projektų valstybinio finansavimo taisyklės*. Suvestinė redakcija nuo 2025 01 28. Patvirtinta Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2018 m. rugpjūčio 20 d. įsakymu Nr.

<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/95324e20a9ef11e88f64a5ecc703f89b/asr> [Žr. 2025 10 18]

33. Lietuvos Respublikos kultūros ministras. 2025. Įsakymas Nr. IV- 1005. Dėl stipendijų kino kultūros ar meno kūrėjams skyrimo tvarkos aprašo patvirtinimo. Patvirtinta Lietuvos Respublikos kultūros ministro 2017 m. spalio 12 d. Suvestinė redakcija nuo 2025 m. sausio 16 d. Prieiga: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/c28e8ea0af4b11e7afdadfc0e4460de4/asr> [Žr. 2025 10 18]
34. [LRT.lt](https://www.lrt.lt). 2020. Vilniuje viešintis serialo Stranger Things režisierius papasakojo kaip vyko filmavimai ir gyre Lietuvą. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/laisvalaikis/13/1142858/vilniuje-viesintis-serialo-stranger-things-rezisierius-papasakojo-kaip-vyko-filmavimai-ir-gyre-lietuva?srltid=AfmBOoqPBPOgZEoAsotILO4sgSyRUekGAjluTrNFyyb0W4Pxux0DyTt-> [Žr. 2025 12 13]
35. Karjus, A., Žemaitytė, V. 2025. Socioeconomic factors of national representation in the global film festival circuit: skewed toward the large and wealthy, but small countries can beat the odds. *Journal of Cultural Economics*. Springer. Prieiga: <https://doi.org/10.1007/s10824-025-09557-x> [Žr. 2025 12 13]
36. Murschetz, Paul & Teichmann, Roland & Karmasin, Matthias. (2018). Handbook of State Aid for Film Finance, Industries and Regulation Why Study State Aid for Film? A Necessary Clarification. <http://doi.org/10.1007/978-3-642-35691-9> [Žr. 2025 12 11]
37. Novelskaitė A. 2012. *Socialinio tyrimo terminija: tyrimo strategija, tyrimo planas, tyrimo dizainas, tyrimo procesas*. Metodinė knyga Kultūros vadybos studijų programos studentams. Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas
38. Parc, J. 2020. Understanding Film Co-Production in the Era of Globalization: A Value Chain Approach. *Global Policy*, 11(4):458-465.
39. „Pietinia Kronikų“ režisierius Ignas Miškinis - apie ryšį su Šiauliais ir „nekenčiamus devyniasdešimtuosius“. Žmonės, [15min.lt](https://15min.lt), 2025 m. sausio 22 d. Prieiga per internetą: [https://zmones.15min.lt/naujiena/pietinia-kroniku-rezisierius-ignas-miskinis-apie-rysi-su-siauliais-ir-nekenciamus-devyniasdesimtuosius-Ye5KevgwQbk?utm\\_source=chatgpt.com](https://zmones.15min.lt/naujiena/pietinia-kroniku-rezisierius-ignas-miskinis-apie-rysi-su-siauliais-ir-nekenciamus-devyniasdesimtuosius-Ye5KevgwQbk?utm_source=chatgpt.com) [Žr. 2025 10 21]
40. Rimkutė, A. 2009. KULTŪROS POLITIKA IR KULTŪROS INDUSTRIJA: TRADICINIS SANTYKIS IR NAUJI IŠŠŪKIAI. Vilniaus universitetas. Prieiga:

- <https://research.ebsco.com/c/5f64xf/viewer/pdf/ccaam6wgcb?route=details> [Žr. 2025 11 18]
41. Rimkutė, A., Jurėnienė V., Novelskaitė A. 2020. Magistro darbo rengimo metodiniai nurodymai. Metodinė priemonė Meno vadybos studijų programai. Vilniaus universitetas
42. Rupšienė L., 2007. Kokybinio tyrimo duomenų rinkimo metodologija. Prieiga: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/[https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/kokybiniu\\_tyrimu\\_duomenu\\_rinkimo\\_metodol.pdf](https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/kokybiniu_tyrimu_duomenu_rinkimo_metodol.pdf) [Žr. 2025 12 10]
43. Sand, S. 2019. Small places, universal stories: Diversity, film policy and the geographical dimension of filmmaking. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 22(1):8-26.
44. Scott, A. J. 2000. French Cinema: Economy, Policy and Place in the Making of Cultural Products Industry. *Theory, Culture & Society*, 17(1): 1-37.
45. The Guardian. 2025. Anora spent \$18m on marketing - three times its budget. 2025 m. kovo 6 d. Prieiga: [https://www.theguardian.com/film/2025/mar/06/anora-spent-18m-on-marketing-three-times-its-budget?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.theguardian.com/film/2025/mar/06/anora-spent-18m-on-marketing-three-times-its-budget?utm_source=chatgpt.com) [Žr. 2025 10 18]
46. Valstybinė lietuvių kalbos komisija. 2025. Produktas. Lietuvių kalbos komisijos terminų bankas. Prieiga: <https://terminai.vlkk.lt/terminas/1584517>. [Žr. 2025 10 16]
47. Waade A.M. , Redvall E.N. & P.M. Jensen. 2020. Danish Television Drama: Global Lessons from a Small Nation. Palgrave Macmillan.
48. Valckienė, A., Mikėnė, S. 2010. *Sociologinis tyrimas: metodologijos ir atlikimo metodika*. Kaunas: Technologija.
49. Ward, S. 2004. National Cinema or Creative Industries? Film Policy in Transition. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, 112(1):115-130.
50. Weber, A., Marchand, P. ir Kunz, R. 2024. *The global impact of public and private funding on cultural and economic movie success. Journal of Cultural Economics*, 48(2): 259-275. Prieiga: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10824-023-09486-7> [Žr. 2025 10 11]
51. Weihe Gao, Li Ji, Yong Liu, Qi Sun. 2020. Branding Cultural Products in International Markets: A Study of Hollywood Movies in China. *Journal of Marketing*, Vol. 8. 4(3) 86-105. Prieiga: <https://www.jstor.org/stable/26973127> [Žr. 2025 10 11]
52. Vilniaus universiteto senato 2020 m. spalio 20 d. nutarimo Nr. SPN-54 redakcija. Prieiga: [https://www.vu.lt/site\\_files/Akademines\\_etikos\\_kodeksas\\_suvestine\\_redakcija.pdf](https://www.vu.lt/site_files/Akademines_etikos_kodeksas_suvestine_redakcija.pdf) [Žr. 2025 12 29]

53. Žemaityte V., Karjus, A., Rohn, U., Schich, M. & Ibrus, I. 2024. *Quantifying the global film festival circuit: Networks, diversity, and public value creation*. PLoS ONE 19(3): e0297404. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0297404> [Žr. 2025 12 11]

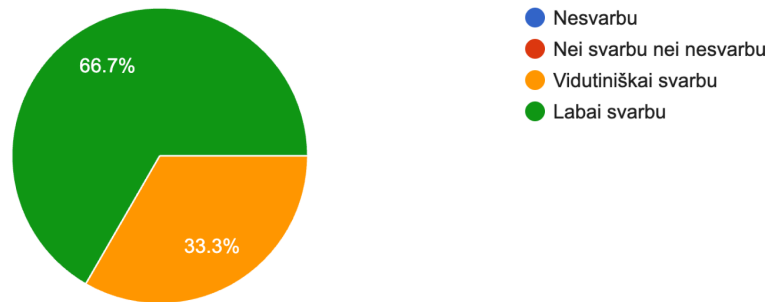
## **PRIEDAI**

|           |                                                                  |       |
|-----------|------------------------------------------------------------------|-------|
| 1 PRIEDAS | Eksporto sėkmės vertinimo kriterijai                             | 72    |
| 2 PRIEDAS | Žinomų vardų vertinimas                                          | 75    |
| 3 PRIEDAS | Subtitrų kaip kultūrinio ryšio su užsienio rinkomis užtikrinimas | 77    |
| 4 PRIEDAS | Interviu klausimų pagrindimas                                    | 78    |
| 5 PRIEDAS | Baigiamojo magistro darbo rengimo grafikas                       | 81    |
| 6 PRIEDAS | Sutikimas dalyvauti tyrime                                       | 83    |
| 7 PRIEDAS | Citatų lentelė                                                   | 84-98 |

## Eksporto sėkmės vertinimo kriterijai

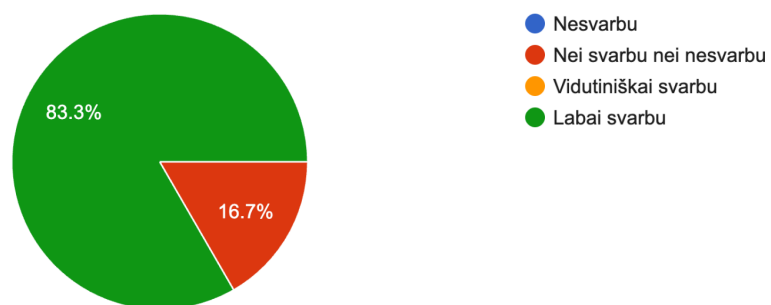
## Žiūrovų skaičius užsienio kino teatruose

6 responses



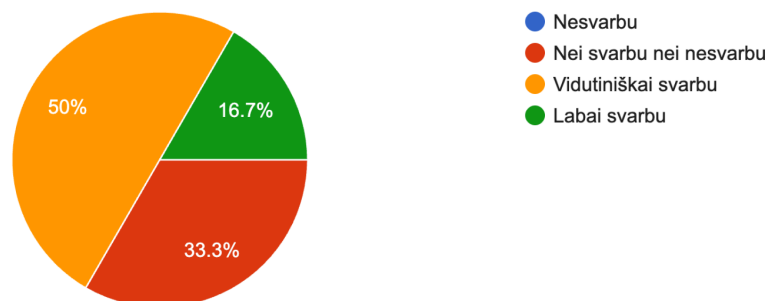
## Dalyvavimas tarptautiniuose festivaliuose

6 responses



## Apdovanojimai

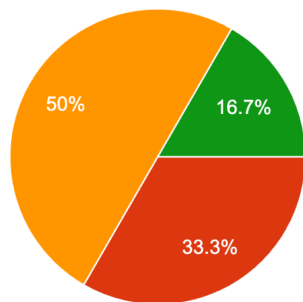
6 responses





### Nominacijos

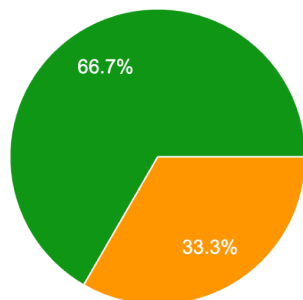
6 responses



- Nesvarbu
- Nei svarbu nei nesvarbu
- Vidutiniškai svarbu
- Labai svarbu

### Platinimo teritorijų skaičius

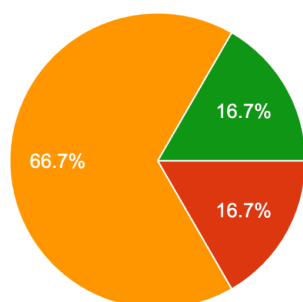
6 responses



- Nesvarbu
- Nei svarbu nei nesvarbu
- Vidutiniškai svarbu
- Labai svarbu

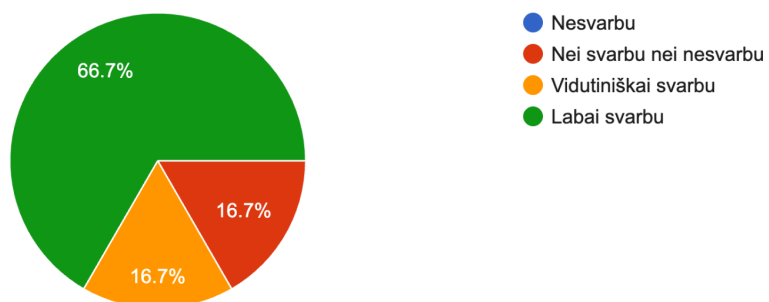
### Pajamos iš VOD platformų

6 responses



- Nesvarbu
- Nei svarbu nei nesvarbu
- Vidutiniškai svarbu
- Labai svarbu

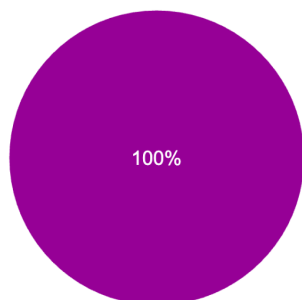
Pajamos iš užsienio pardavimų  
6 responses



## Žinomų vardų vertinimas

## Aktorius

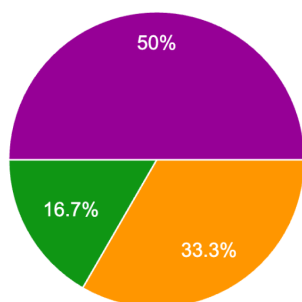
6 responses



- 1 - Labai nereikšminga
- 2
- 3 - Nei reikšminga, nei nereikšminga
- 4
- 5 - Labai reikšminga

## Režisierius

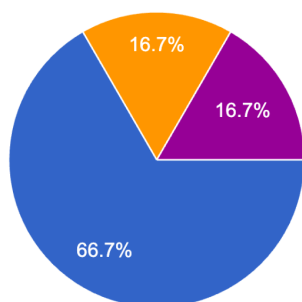
6 responses



- 1 - Labai nereikšminga
- 2
- 3 - Nei reikšminga, nei nereikšminga
- 4
- 5 - Labai reikšminga

## Kostiumų dailininkas

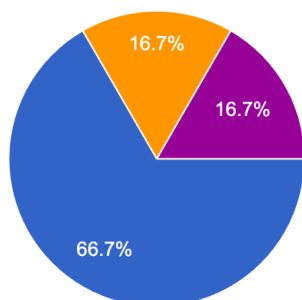
6 responses



- 1 - Labai nereikšminga
- 2
- 3 - Nei reikšminga, nei nereikšminga
- 4
- 5 - Labai reikšminga

### Grimo dailininkas

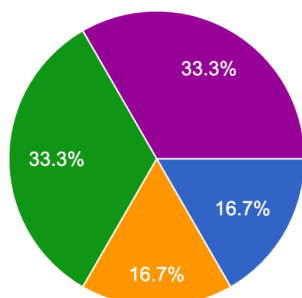
6 responses



- 1 - Labai nereikšminga
- 2
- 3 - Nei reikšminga, nei nereikšminga
- 4
- 5 - Labai reikšminga

### Scenarijaus autorius

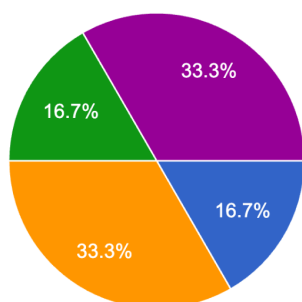
6 responses



- 1 - Labai nereikšminga
- 2
- 3 - Nei reikšminga, nei nereikšminga
- 4
- 5 - Labai reikšminga

### Kompozitorius

6 responses

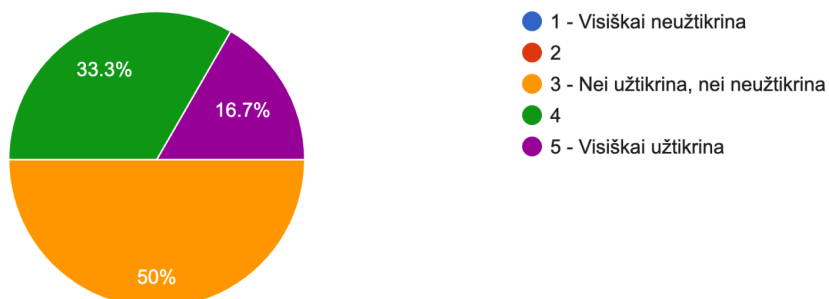


- 1 - Labai nereikšminga
- 2
- 3 - Nei reikšminga, nei nereikšminga
- 4
- 5 - Labai reikšminga

## Subtitrų kaip kultūrinio ryšio su užsienio rinkomis užtikrinimas

Ar, jūsų manymu, subtitrai užtikrina pakankamą kultūrinį ryšį su užsienio auditorija? Įvertinkite skalėje nuo 1 (visiškai neužtikrina) iki 5 (visiškai užtikrina)

6 responses



| <b>Interviu klausimų pagrindimas</b>                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Klausimai kino produktą kuriantiems prodiuseriams</b>                                                                                                                                                            | <b>Klausimų pagrindimas</b>                                                                                                                               |
| Kiek metų dirbate kino industrijoje?                                                                                                                                                                                | Siekama sužinoti apklausiamojo patirtį ir ar tai koreliuoja su jo pasiekimais kino produkto eksporte.                                                     |
| Kokią pagrindinę funkciją atliekate kino gamybos procese?                                                                                                                                                           | Klausimas leis sužinoti kokios srities atstovas atsakinėja į klausimus.                                                                                   |
| Ar yra filmų, prie kurių prisidėjote, buvo rodyti ar platinti užsienio rinkose?                                                                                                                                     | Klausimas sužinoti, ar apklaustasis turi patirties dirbant su kino produkto eksportu. Kiek?                                                               |
| Jeigu į 3 klausimą atsakėte taip, tuomet į kokias šalis buvo eksportuoti filmai?                                                                                                                                    | Siekama sužinoti geografinės apklausiamojo kino produkto eksporto ribas, pasitikslinti, ar tik Europa, ar plačiau.                                        |
| Kaip jūs apibrėžtumėte sėkmingą kino produkto eksportą?                                                                                                                                                             | Siekama sužinoti, ką apklaustasis laiko sėkmingu eksporto rezultatu.                                                                                      |
| Kokie kriterijai yra svarbūs vertinant filmo eksporto sėkmę?                                                                                                                                                        | Siekama sužinoti, kuo remiasi apklaustasis, vertindamas kino produkto eksporto sėkmę.                                                                     |
| Ar filmo kūrimo etape vertinate jo potencialą užsienio rinkoms (auditorijos, žanro ar temos požiūriu)?                                                                                                              | Siekama sužinoti, ar apklaustasis pradeda planuoti kino produkto eksportą dar vystymo etape.                                                              |
| Ar esate taikę globalizacijos principus (vietinis turinys su universalia tema) jūsų kuriamam filmui? Jei taip, ar galėtumėte papasakoti plačiau?                                                                    | Klausimas leis sužinoti, ar apklaustieji yra susipažinę su šiuo terminu, kuris modelyje išskirtas kaip vienas sėkmingo eksporto veiksnų.                  |
| Jūsų nuomone, ar užsienyje žinomi vardai (aktoriai, režisieriai, kūrybinės komandos nariai) padėtų Lietuvos filmams užsitikrinti didesnes galimybes užsienio rinkose?                                               | Siekama sužinoti, ar apklausiamieji šį veiksni vertina kaip galimą sėkmingo eksporto dėmenį.                                                              |
| Kokie pagrindiniai jūsų filmų finansavimo šaltiniai?                                                                                                                                                                | Klausimas leis sužinoti, kokiais finansavimo šaltiniais jie naudojasi kurdami kino produktą.                                                              |
| Ar naudojate Creative Europe MEDIA ar Eurimages paramos programomis audiovizualiniam sektoriui? Jeigu taip – kiek šis finansavimas, jūsų manymu, svarbus arba nesvarbus, prisidedant prie filmo eksporto galimybių? | Klausimas leis sužinoti, ar apklaustieji naudojami toms nurodytomis paramos programomis, kurios modelyje išskirtos kaip vienas iš eksporto sėkmės dėmenų. |
| Ar, jūsų manymu, dabartinis LKC skiriamas finansavimas platinimui yra pakankamas?                                                                                                                                   | Siekama sužinoti, kaip apklaustieji vertina valstybinį finansavimą, kadangi modelyje jis                                                                  |

|                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                 | nurodytas kaip vienas iš sėkmingo eksporto dėmenų.                                                                                                                                                                |
| Ar privačios investicijos turi potencialo pakeisti viešąjį finansavimą audiovizualiniame kontekste?                                                                                                                             | Siekama sužinoti, ar apklaustieji išvis vertina kitokio finansavimo galimybes, remiantis teorinės dalies įžvalga dėl per didelės priklausomybės nuo valstybinio finansavimo.                                      |
| Ar esate dirbę koprodukciniuose projektuose? Ar tokia forma padidino jūsų filmo eksporto potencialą?                                                                                                                            | Koprodukcijos modelyje nurodytos kaip vienas iš sėkmingo eksporto dėmenų, tad siekiama išsiaiškinti, ar apklaustieji dalyvavo tokio tipo bendradarbiavime bei kokia yra jų nuomonė apie šią patirtį.              |
| Kaip vertinate dabartinę Lietuvos kino politiką eksporto kontekste?                                                                                                                                                             | Siekama sužinoti, kaip apklaustieji vertina valstybės veiklą ir audiovizualinio sektoriaus politiką, kadangi modelyje tai nurodoma kaip vienas iš sėkmingo eksporto dėmenų.                                       |
| Ar, jūsų manymu, LKC veikla (festivaliuose, mugėse, forumuose ir kt.) daro įtaką Lietuvos filmų matomumui?                                                                                                                      | Siekama sužinoti, kaip apklaustieji vertina valstybės vykdomos politikos vieną iš dėmenų - LKC veiklą.                                                                                                            |
| Ar jūs arba jūsų filmo kūrybinė komanda esate dalyvavę tarptautiniuose mokymuose, skirtuose audiovizualinio sektoriaus atstovams? Ar tokia patirtis prisidėjo prie jūsų tarptautinių ryšių plėtros ir filmų eksporto galimybių? | Mokymai modelyje nurodomi kaip vienas iš sėkmingo eksporto dėmenų, tad siekiama išsiaiškinti, ar apklaustieji dalyvavo tokio tipo renginiuose bei kokia yra jų nuomonė apie šią patirtį ir naudą eksportui.       |
| Ar jūsų filmo režisierius/iai bei kūrybinė komanda projekto kūrimo metu dalyvavo rezidencijose, mokymuose ir pan.?                                                                                                              | Rezidencijos modelyje nurodytos kaip vienas iš sėkmingo eksporto dėmenų, tad siekiama išsiaiškinti, ar apklaustieji dalyvavo tokio tipo renginiuose bei kokia yra jų nuomonė apie šią patirtį ir naudą eksportui. |
| Ar jūsų filmai dažniau subtitruojami, ar įgarsinami? Ar, jūsų manymu, subtitrai užtikrina pakankamą kultūrinį ryšį su užsienio auditorija?                                                                                      | Teorinėje dalyje subtitrai išskiriami kaip viena iš galimų priežasčių, kodėl filmai nežiūrimi užsienio rinkose. Šiuo klausimu siekta išsiaiškinti informantų požiūrį.                                             |
| Ar svarstote kalbos adaptacijas (pvz., dubliažą ar versijas kitoms rinkoms) kuriant filmą? Jei ne, tai kodėl?                                                                                                                   | Teorinėje dalyje įgarsinimas išskiriamas kaip vienas iš galimų veiksnių, galinčių padidinti filmų nežiūrimumą užsienio rinkose. Šiuo klausimu siekta išsiaiškinti informantų požiūrį.                             |
| Ar jūsų filmai dalyvauja tarptautiniuose festivaliuose, mugėse ar forumuose (pvz., Berlinale, Cannes, Clermont-Ferrand)?                                                                                                        | Siekta sužinoti, ar informantai yra dalyvavę tokiuose festivaliuose, kurie, kaip teorinėje dalyje išskirta, yra itin svarbūs mažų šalių kino produktams.                                                          |
| Kiek šie renginiai, jūsų manymu, prisideda prie filmų eksporto galimybių?                                                                                                                                                       | Siekta sužinoti informantų požiūrį dėl festivalių svarbos kino produkto eksporto kontekste.                                                                                                                       |

|                                                                                                                         |                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ar jūsų filmai prieinami VoD platformose (Netflix, HBO Max, Arte.tv ir kt.) už Lietuvos ribų?                           | Siekta sužinoti, kaip plačiai pasiekę užsienio rinkas yra informantų kino produktai.                                                    |
| Kokią dalį jūsų pajamų sudaro užsienio rinkos (procentais)?                                                             | Siekta sužinoti, ar užsienio rinkos atneša pajamų informantams.                                                                         |
| Jeigu dirbate su Lietuvos platintojais, kiek, jūsų manymu, efektyvūs Lietuvos platintojai tarptautiniuose kontekstuose? | Siekta sužinoti, ar Lietuvos platintojai yra efektyvūs užsienio rinkose.                                                                |
| Jūsų manymu, kokios priemonės ar strategijos padėtų didinti Lietuvos kino eksportą?                                     | Siekta sužinoti, kokias priemones informantai mato kaip galimas Lietuvos kino produkto eksportą ir kaip jos atitinka teorines įžvalgas. |
| Prašome įvertinti, kiek šie veiksniai, jūsų manymu, prisideda prie filmo eksporto sėkmės.                               | Siekta įvertinti informantų požiūrį į teorinėje dalyje išskirtus veiksnius, galinčius didinti kino produkto galimybes užsienio rinkose. |



## Baigiamojo magistro darbo rengimo grafikas

Darbo tema KINO PRODUKTO EKSPORTO STRATEGIJOSSu vadove(-u) suderinta ☐ \_\_\_\_\_  
(data, parašas)

Studentės(-o) vardas, pavardė

MARIJA LENKUTYTĖ-BARTOŠEVIČVadovės(-o) vardas, pavardė Prof. dr. VIRGINIJA JURĖNIENĖ

| Atliktų užduočių apibūdinimas                                                                                                                         | Užduočių atlikimo galutinis terminas | Tikroji užduoties atlikimo data | Diplominio darbo vadovės(-o) parašas                                                  | Pastabos |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Sprendimas dėl magistro darbo temos ir tipo aptariant su darbo vadove(-u); darbo tikslo ir uždavinių formuluotės                                      | Iki rugsėjo 8 d.                     | 2025 09 08                      |  |          |
| <i>BD darbo temos, jos aktualumo, darbo tikslo, uždavinių, darbo struktūros ir metodų pristatymas</i><br><b>metodiniame seminare</b>                  | <b>Rugsėjo 22 d.</b>                 | 2025 09 22                      |  |          |
| Pirmo teorinės darbo dalies varianto pateikimas darbo vadovui (-ei)                                                                                   | Iki spalio 13 d.                     | 2025 10 13                      |  |          |
| Baigtos teorinės darbo dalies ir numatomo tyrimo metodikos arba projekto inicijavimo ir planavimo dalių pirmo varianto pateikimas darbo vadovui (-ei) | Iki spalio 20 d.                     | 2025 10 20                      |  |          |
| <i>Teorinės dalies svarbiausių išvadų, darbo problemos sprendimo modelio,</i>                                                                         | Spalio 27 d.                         | 2025 10 27                      |  |          |

|                                                                         |                       |            |                                                                                     |  |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <i>planuojamo tyrimo metodologijos pristatymas metodiniame seminare</i> |                       |            |                                                                                     |  |
| Pirmo viso darbo varianto pateikimas darbo vadovui (-ei)                | Iki gruodžio 1 d.     | 2025 12 01 |  |  |
| Pirmo viso darbo varianto pristatymas metodiniame seminare              | <b>Gruodžio 15 d.</b> | 2025 12 15 |  |  |
| Galutinio darbo varianto įkėlimas į VU studijų informacinę sistemą      | Iki sausio 3 d.       | 2025 12 30 |  |  |



Sutikimas dalyvauti tyrime

Sutinku dalyvauti VU Kauno fakulteto studento (-ės) Marijos Lenkutytės-Bartoševič  
vardas pavardė

tyrime Kino produkto eksporto strategijos

tyrimo pavadinimas

ir teikti man žinomą ir galimą viešinti informaciją.

Patvirtinu, kad esu supažindintas (-a) su šio tyrimo ir mano dalyvavimo jame tikslu ir šiame tyrime dalyvauju savanoriškai.

Patvirtinu, kad man yra paaiškinta, jog tyrimui yra reikalinga tokia informacija:

Asmeninė nuomonė ir žinios apie filmo "Vesper" platinimą bei asmeninė nuomonė ir žinios apie Lietuvos kino produktų platinimą

įrašyti, kokia informacija

Patvirtinu, kad man yra paaiškinta, jog tyrimui yra reikalingi šie mano asmeniniai duomenys (išbraukti netinkamus):

- "Vesper" filmo prodiuseris

Sutinku, kad iš tyrimui reikalingų mano asmeninių duomenų, studento (-ės) Marijos Lenkutytės-Bartoševič magistro darbo tekste būtų viešinami (išbraukti netinkamus):

- "Vesper" filmo prodiuseris

Sutinku, kad mano pateikta informacija studento (-ės) Marijos Lenkutytės-Bartoševič magistro darbo tekste būtų viešinama (išbraukti netinkamus): Daiva Jovaišienė

- konfidencialiai tiesiogiai cituojant, tačiau atlikus redagavimą
- konfidencialiai tiesiogiai necituojant, perpasakojant

Prieš viešinant studento (-ės) Marijos Lenkutytės-Bartoševič magistro darbą (išbraukti netinkamą):

Daiva Jovaišienė

- Pageidauju būti supažindintas (-a) su darbu

Daiva Jovaišienė

tyrimo dalyvio (-ės) vardas pavardė, parašas Data

2025-12-15



|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| KLAUSIMAS     | 1. Kiek metų dirbate kino industrijoje?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS A | 13                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS B | 14                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS C | 28                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS D | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS E | 20                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS F | 12 kino filmų prodiuseris (19 metų kartu su reklamų prodiusavimu)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|               | 2. Kokią pagrindinę funkciją atliekate kino gamybos procese?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS A | Prodiuseris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS B | Prodiuseris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS C | Prodiuseris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS D | Prodiuseris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS E | Prodiuseris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS F | Prodiuseris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|               | 3. Ar ir kiek filmų, prie kurių prisidėjote, buvo rodyti ar platinti užsienio rinkose?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS A | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS B | 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS C | 38                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS D | 0 ilgo metro, 1 pasiruošime gamybai, 6 trumpo metro                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS E | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS F | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|               | 4. Jeigu į 3 klausimą atsakėte taip, tuomet į kokias šalis buvo eksportuoti filmai?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS A | Vokietija, Portugalija, Meksika, Indonezija, Graikija, Kipras, Nyderlandai, Prancūzija                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS B | Kinija, Skandinavijos šalys, Beneliukso šalys.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS C | Europa, Azija, Amerika                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS D |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS E | Prancūzija, Italija, UK, Lenkija, Estija, Latvija, Kanada, VOD - visas pasaulis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS F | 50 teritorijų (visus žemynus iš esmės)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|               | 5. Kaip jūs apibrėžtumėte sėkmingą kino produkto eksportą?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS A | Kai filmas parduotas bent dviem šalims, jau gan sėkmingas. Lietuvoje vis dar yra kuklus suvokimas apie filmo sėkmę.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS B | Priklauso koks yra pačio filmo tikslas. Viena vertus vieni filmai, jie orientuojasi į festivalinę sėkmę, tam, kad režisieriai, galbūt, kurtų kažkokį savo tarptautinį vardą. Su pačių festivalių sėkme labai dažnai ateina ir tie patys pardavimai. Nes tai yra žymiai lengviau turint didelių festivalių, ar net laimint kažką, tai yra žymiai lengviau sudominti pirkėjus iš skirtingų šalių. Tai man atrodo, kad jeigu kalbam apie tokį visiškai tą filmą, kuris yra būtent skirtas tarptautiniam auditorijai, tai ta sėkmė pirmiausia yra A klasės ir kiek žemesni festivaliai. O tada jau koks dešimt šalių, nepriklausomai, ar tai yra VOD platformose, ar kino teatruose, manau, irgi galėtų būti toks visai geras rodiklis. Su VOD platformom yra tas, aišku, momentas, kad ką reikia laikyti sėkme su VOD platforma. Aš dabar pardaviau dokumentiką mūsų, kuri į VOD platformą, kuri pasiima neekskluzyvinės teises, visam pasaulyje. Ta VOD platforma yra gan tokia maža ir yra visai nišinė. Aišku, tas platinimas įvyko, ar jis man atneš finansinių rezultatų? Tikriausiai didelių - ne. Ar tai yra sėkmė, irgi kelčiau klausimą. Tad priklausomai kokiose platformose. Ir priklausomai kokiame formate visa tai yra. |
| INFORMANTAS C | Čia turbūt nuo teritorijų skaičių priklauso. Vėlgiai tai yra labai skirtingi filmai. Vieni filmai keliauja per festivalius labai aktyviai. Šiais laikais gal paskutiniai filmai tai labai susiję. Tai yra ir festivaliai, ir platformos, ir jeigu sakykime apima visą spektrą: ir kino teatrinis išleidimas, ir platformos, televizijai, ir festivaliai, nu tai matyt tai yra... Tikrai yra sėkmingas eksportas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS D | Eksportavimo tai, man atrodo, žiūrovų skaičius. Ne tik, kad žiūrovų skaičius, bet iš tikrųjų, kad kuo daugiau teritorijų tą filmą pamatytų. Tiek festivaliai, nes filmas tai nebus, ta prasme, vis tiek festivalinis. Tai yra autorinis filmas. Yra tikslas patekti į kino teatrus kitose teritorijose. Tai va tas būtų platinimas man sėkmingas eksportas, filmo sklaida. Per kuo daugiau valstybių pasaulyje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS E | Pagal filmo rūšį ir žanrą tinkamas kiekis žiūrovų, užmegztas žiūrovo susidomėjimas filmo autoriumi (kad bus laukiama/ ieškoma kitų autoriaus filmų), pilnavertiška distribucija - kino teatruose, TV, VOD, ir etc. platformose.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS F | <p>Ta prasme tos sėkmės tai yra skirtingos, ar ne? Tarkim.</p> <p>Gali būti sėkmingas, nes festivaliai, pavyzdžiui, susidomėjo ir pakliuvo į festivalius ir gavo apdovanojimus. Ir taip toliau tai reiškia, čia irgi yra sėkmingas filmas. Nors, tarkim, jis neturi finansinės gražos pozityvios, o kitas momentas yra komerciškai sėkmingas filmas. Tai reiškia, kad jis atperka save ir tu gali dar uždirbti, reiškia gyventi iš ir į naujus projektus investuoti.</p> <p>Tai čia vat du tokie aspektai. O gali būti trečias ir sėkmingas, taip pat, ir festivalių atžvilgiu, ir komerciškai sėkmingas. Tai reiškia čia turbūt aukso vidurys, geriausias modelis būtų toks, kad jis yra sėkmingas ir vertinamas, ir kino gurmanų, ir kino kritikų, ir kino industrijos, ir festivalių susidomėjimą pelnęs ir taip pat finansiškai atsipirkęs.</p> <p>Tai yra labai rizikinga juos surinkti ar ne? Tai va tai tai čia tas yra tas pradžioj buvo jūsų klausimas, koks sėkmingas ir sėkmingas tas, Sėkmingas, kuris atsiperka, tie visi realūs pinigai atsiperka ir tada dar uždirbti.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|               | 6. Kokie kriterijai yra svarbūs vertinant filmo eksporto sėkmę? (1 – nesvarbu, 5 – labai svarbu)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS A | Lentelės                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS B | Lentelės                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS C | Nes šiandien vėlgi jeigu čia tik kino teatrai ir neapima festivalių, kurie tarkim per festivalius, jeigu ten daugiau negu 50, kartais būna 100 festivalių, tai vėlgi jeigu suskeičiuot visus žiūrovus, tai gali gautis daug daugiau, jeigu tarkim kino teatrai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS D | Lentelės                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS E | Lentelės                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS F | <p>Pavyzdžiui, redirected filmas, Vėlyvio, jis yra laimėjęs kažkokį visiškai nereikšmingą festivalį ar dalyvavęs nedaug festivalių, bet jis buvo finansiškai sėkmingas. Tai reiškia, kad nebūtinai lemia festivaliai.</p> <p>Bet visgi festivaliai turi įtakos. Dėl to, kad po to, kai tu ieškai koproduuserio, rėmėjų, tai tų festivalių paminėjimas ir dalyvavimas ar laimėjimas lemia.</p> <p>Jeigu jau dalyvauja, tai, aišku, apdovanojimai svarbu, bet dalyvavimas irgi dabar svarbu. Pavyzdžiui, sidabrinė gervė anksčiau reikėdavo, paraišką duodant rašyti tik laimėjimus festivaliuose, o dabar pakeitė, kad ir dalyvavimas skaitosi. Aš manau, labai svarbu, kad filmas buvo pakviestas. O kas laiėjo, tai slidus momenta. Dėl VOD - gauni MG (money guaranteed) ir nuo tavęs jau nepriklauso kur keliauja tas tavo filmas. O jeigu gauni kažkiek pinigų nuo tų platformų, tai labai nereikšmingos sumos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|               | 7. Ar filmo kūrimo etape vertinate jo potencialą užsienio rinkoms (auditorijos, žanro ar temos požiūriu)?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS A | <p>Lentelės + atsakymai</p> <p>visuomet vetinu potencialą būti patraukliam užsienio auditorijai, atsižvelgiant į filmo temą. Žanras gal mažiau aktualus, nes platesnė auditorija, universalesnis žiūrovas, tad tikėtina filmas atrastų savo žiūrovą. Bet pirmiausia turi būti aktuali, patraukli tema.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS B | <p>Galiu reflektuoti savo dabartinius tris vystomus filmus, kuriems aš noriu tarptautinio kažkokio žinomumo. Tai pačiam procese mes duodam šiaip visai plačiai dalinamės scenarijumi su galimais partneriais, ar tais pačiais platanitojais, jeigu jie susidomi. Čia aišku tokia strategija, kad daugiau... kadangi tiek mūsų įmonė yra gan jauna, tiek režisieriams, su kuriais dirbom, irgi yra arba debiutai, arba antri filmai, tai, akivaizdu, kad mums labai yra naudinga dalyvauti dar vystymo etape, jau pristatinėti įvairiuose marketuose filmą. Tai tokia strategija, mes iš esmės laikomės su visais projektais, ir tada, kai gaunam kažkokio dėmesio iš platintojų agentų, ar iš tų pačių pradžios agentų, iš tų pačių platintojų kažkokių platformų, ar galimų bendrą gamintojų, mes iš esmės daliname scenarijum ir žiūrim, kaip jiems tai rezonuoja, ar kaip nerezonuoja. Kalbant ir apie auditoriją ir apie temą. Žanras šiuo atveju taip, matant tam tikras tendencijas, bandom nenukreipti į tą vienintelį dažnai Lietuvoje egzistuojantį dramos žanrą, ir bandom kalbėti su režisieriais ir scenaristais, kad bandykime ieškoti, gal tai galėtų būti daugiau humoro, gal tai galėtų būti kažkaip įdomesnė naratyvinė struktūra, gal tai galėtų būti netgi su vienu filmu, bandom eiti į tokią mistinio trilerio versiją, bet tokio per vidurį tarp dramos, mistinės dramos ir trilerio. Tai, žodžiu, daug diskutuojama yra apie tai, galvojama apie tai, kas dabar svarbu, aišku, tiesiog tas balansas, yra nepamesti pačio autorius tame, nes vis tiek darom tokį autorinį kiną, bet tuo pačiu tikrai galvojam, kas galėtų būti įdomu, kam galėtų būti įdomu. Tam, kad mes, visų pirma, susirastumėme bendradiminčių visur, galėtume tiesiog išdidinti savo finansavimą, kažkokį potencialą.</p> |
| INFORMANTAS C | <p>Man atrodo kurti tik Lietuvos rinkai tai yra per didelė prabanga. Plius labai dažnai mano įmonė daro bendrą gamybą ir jau nuo pat pradžių, tai yra jau taip užprogramuota, kad negali apie tai negalvot, nes tai yra jau kaip ir nuo pat idėjos, jau išeina už Lietuvos ribų. Ir šiaip tas buvo visada man svarbu. Visas profilis mūsų studijos nuo pat pirmo filmo buvo, kad išeiti už Lietuvos rib. Mūsų filmai, kurie yra lokalūs, tai jų yra mažuma. Tikriausiai čia būtų Algimanto Puipos, bet tai yra klasikas. Kiti kriterijai taikomi.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS D | <p>Taip.</p> <p>Jo tai gal nuo pradžių yra tokia, kad jeigu mes kalbam apie konkretų atvejį apie betono muziką, tai filmo idėjos autorius yra režisierius ir scenaristas Saulius Baradinskas. Tai jisai atėjo pas mane su idėja.</p> <p>Su mintimi tikrai negalvodamas, kad koks čia žanras turi būti ar ten kokia auditorija ir taip toliau. Bet tada, kai aš jau gavau tą projektą, mes pradėjome dirbti kartu ir ten vystyti, strateguoti. Aš pradėjau matyti stipriąsias projekto puses.</p> <p>Ir savo pavyzdžiui, strategijose rašant netgi, kad galiausiai finansavimą iš tos pačios medijos ar ne, ar yra ten kažkur kitur? Žodžiu, su ko-prodiuseriais, siekiant gauti finansavimą, tai aš tikrai labai naudoju.</p> <p>Tiek žanrą, tiek auditoriją šito filmo naudoju kaip selling point'as.</p> <p>Nes auditorija yra jauna šito filmo. Pagrindine, o to tokio turinio, kaip čia jaunam žiūrovui yra pakankamai nedaug. Taip, nu tikrai palyginus ir. Ir darome ne tik apie Lietuvą, kalbu, bet apie europinį tą kontekstą. Ar ne kažkokių tokių paauglių coming-of-age produktų.</p> <p>Tai čia yra viena iš projekto, tikrai stiprybių. Žanras, vienareikšmiškai irgi yra nu čia. Šiaip tik paanalizavus yra vienos statistikos, gal prastesnės tų miuziklų, bet kitur pasižiūrėjus. Tikrai yra ir tų šalių, yra labai gerų sėkmės atvejų su miuziklais, nes žmonės tikrai, na turbūt nėra žmogaus, kuris nemėgsta muzikos, kuris nemylia muzikos. Visi ją klausom ir ta prasme arčiau filmo, ta prasme emocijas sustiprinti, pasiekti tą muziką, ten stilius, choreografija ir viskas. Toks, nežinau, spektaklis kine yra manau, kažkaip ir yra subjektyvi nuomonė, bet ir šiaip analizė, kiek dariau, kad nu tikrai yra tokių netgi europinių miuziklų, kurie rinko gerai sales ir Venecijos kino festivalyje buvo italų vienas italų muzikos. Jisai buvo konkursinėje programoje ir neblogai jam viskas ten sekėsi. Be abejo, tas žanriškumas mūsų atveju, nes Lietuvoje mes to žanrinio kino. Nelabai turim. O aš kažkaip manau, kad ta įvairovė yra kaip tik labai faina ir tie režisieriai labai norisi, kad jie būtų vienodi. Čia kitas dalykas. Man labai dėl to patinka dirbti su ne LMTA režisieriais. Nes jie panašūs ir skirtingi, bet. Žanro prasme jie vistiek kalba kiekvienas gal savaip, savo kalbą turi, bet kalba apie tą pačią buitį, socialinius dalykus, o va tie ne LMTA režisieriai kažkaip labai. Kad jie mato kitaip, kaip ir Saulius, Justas Ramanauskas.</p> |
| INFORMANTAS E | <p>Yra filmų skirtų konkrečiai auditorijai, ir gali įtakoti filmo sėkmę parinkdamas aitingesnius elementus - pvz žymius aktorius ar pan., jei jauti kad istorija labai gera ir randi būda investuoti į žinomus aktorius tarptautiniu lygiu bus visai kiti rezultatai.</p> <p>Yra žanrų kurie neturi tautybės - pvz siaubo filmas kokios šalies jis bebus, jis bus sėkmingas jei bus geras. Tuo tarpu drama turi daugiau konkurencijos todėl potencialui užsienio rinkose didinti turi investuoti daugiau.</p> <p>Temos pasirinkimas taip pat aktualus užsienio susidomėjimui - yra tarptautinių temų kurios suprantamos plačiai auditorijai, yra bendražmogiškų temų kurios sudomins skirtingus žmones , bet yra lokalsios temos kuriom suprasti reikia žinoti vietinius niuansus. Šalia temos aktualu dar ir kaip ta tema pasakojama - ar filmas suprantamas daugumai , ar reikalauja didesnio įsigilino. Todėl ne tik tema , bet ir kaip tema yra išpildyta.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS F | <p>Tiesiog tai gali būti labai įvairių scenarijų. Gali ir prodiuseris sugalvoti temą ir pasiūlyti režisieriui ir poto gali diskusijoje gimti dar visai nauja tema.</p> <p>Gali režisierius turėti scenarijų įvairiausių, ir kartais vienas pradėtas nepabaigtas ir kitas padėtas į šalį, laukia savo eilės. Ir tuomet sprendi kada yra aktualus metas tą scenarijų toliau vystyti, rašyti.</p> <p>Labai svarbu žanras. Anksčiau juodos komedijos labai buvo populiarios, dabar kriminalinės dramos ant bangos, nes buvo ir siaubo filmų metas, detektyvui dabar irgi paklausūs. Tai reiškia laikmetis užduoda savo toną.</p> <p>Tada temos aktualumas irgi labai svarbu. Tema aktuali platesnei auditorijai, Europos auditorijai, pasauliniai. Santykiai visada yra svarbūs, nesvarbu, ar ten, įtampos tarp šeimos narių ar pan. Tokios temos visada aktualios, mes tuo gyvename.</p> <p>Ir tai irgi yra svarstoma. Galbūt ten neutralu, neakcentuoti Vilnius ar čia Kaunas kurių niekas nežino, gal tiesiog kažkoks miestas. Kaip Emilio Vėlyvio Vilko Gomurys, irgi didmiestis, uostamiestis, sostinė. Filmavome Klaipėdoje, bet jos neminime. Pavyzdžiui, atvyko užsienietis, jis pataikė į kažkokią šalį, kurios kažkas nežino, bet esmė, kad kažkoks angliakalbis pataikė kažkur, kas kalba paukščių kalba ir ten vyksta veiksmai. Supaprastintas mechanizmas. Dabar gi auditorija mėgsta, kad būtų daugiau viskas "sukramtoma".</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|               | <p>8. Ar esate taikę globalizacijos principus (vietinis turinys su universalia tema) jūsų kuriamam filmui?</p> <p>9. Jei taip, ar galėtumėte papasakoti plačiau?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS A | <p>Taip</p> <p>pvz. „xxx“, rodos kalbama apie Lietuvos suburbiją, realijas, bet nuo pat vystymo galvojome, kad tai gali būti universaliai įdomus filmas. Visų pirma dėl to, kad vis tik paliečiamos universalios temos – paauglystė, tapatybės ir savo vietos paieškos, tik labai „lietuviškam, rytų Europos“ kontekste. Kuris užsienio auditorijai vis dar yra tam tikra „egzotika“, įdomu, smalsu.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS B | Tai nėra tas kriterijas, pagal kurį vertiname scenarijų                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| INFORMANTAS C | Taip, aš manau, kad visi mūsų filmai tokie. Nes jie tik dėl to ir sėkmingi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| INFORMANTAS D | <p>Nu man kažkaip atrodo, kad čia yra pakankamai dažnas variantas. Tikrai tos dauguma istorijų. Jos yra, tie šeimos santykiai su šeima, su antra puse arba ten kažkokia socialinė drama. Dar kažkas, tai tie atrodo veiksmai labai lokalūs. Bet iš esmės jie yra aktualūs bet kuriai pasaulio valstybei. Tos temos, man atrodo, jos yra visada aktualios, bet kam absoliučiai tinka. Tiesiog tu pastatai tą temą į savo tą aplinką. Lietuvos į laikmetį, į sovietmetį, į tarpukarį, į tranzitinį periodą.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS E | <p>Visuose filmuose remiamės globalizacijos principais, siekiame kurti bendražmogiškos patirties filmus, kurie būtų suprantami visur. Jei filmas labai specifinis, tada adaptuojame marketingo paketą siekiant akcentuoti filmo universalumą.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS F | <p>Mes viską darom. Redirected patys pirmi darėm, septyniasdešimt penki procentai, anglų kalba buvo. Vesper Kristina Buožytė su Bruno Semper norėjo lietuvių kalbą daryti. Tai mes iš karto sakėm, kad yra didelis biudžetas, jeigu norime surinkti pinigų su lietuvių kalbai neišeis tokio tipo filmui. Nes yra toks modelis: gauni finansavimą iš kino centro. Tai pasaulyje vadinasi soft money (minkšti pinigai), tu neturi jų grąžinti. Tai reiškia, kad tu iš karto tampi patrauklus rinkai, tarptautiniam partneriui, koproduiseriui ar investuotojui. Nes tu gauni finansavimą iš kino centro, plius lengvatą. Tai reiškia, tikrai solidi suma. Tu jų neturi grąžinti, tai reiškia, visiems labai patrauklu, reiškia tik mažesnė dalis bus reikalinga grąžinti. Taip gali pritraukti investuotojus. Galima didesnius iššūkius užsibrėžti ir tikėtis geresnių rezultatų. Mes tada anglų kalba darėm. Tada pritraukiame ir anglakalbius britus, aktorius ir ir taip toliau. Tai reiškia, viskas buvo galvojama apie tarptautinę auditoriją ne tik Lietuvos, nes tiesiog mes nepadarytumėm to filmo su tokiu biudžetu.</p> <p>Tai lygiai taip pat Vilko Gomurys. Mes irgi pirma galvojome, daryti dešimt serijų po valandą maždaug. Tada nuvažiavome į Kanus, susitikome su tam tikrais tarptautiniais partneriais, kuriuos žinojome, jie pasakė, kad viskas dabar yra iki keturiasdešimt penkių minučių. Mažinkit ir serijų skaičių, nes niekas nenorės investuoti, per daug dešimt serijų. Šešias-aštuonias maksimum pirmam sezonui ir tada jeigu jau vykęs antras sezonas, galima daryti ir šiek tiek daugiau. Mes tuomet apmažinome visų serijų kiekį iki šešių ir minučių iki keturiasdešimt penkių. Kaip tik mums kino centras nurėžė nemažą gabalą. Gavome gal pusę tiek, kiek prašėme tai kaip tik mums gavosi. Tai ir irgi buvo palanku. Mes galėjome irgi mažinti, nes jie irgi neišpildė mūsų lūkesčio. Galėjome daryti mažiau serijų, mažesnį kiekį minučių ir reiškia, atsižvelgiame į platformų poreikį, pasidarėme namų darbus ir sužinojome, kad toks poreikis ir tie distributoriai serialų linkę pirkti mažiau serijų, mažesnį kiekį minučių, kad pigiau, kad nerizikuot ir ir taip toliau.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|               | <p>10. Jūsų nuomone, ar užsienyje žinomi vardai (aktoriai, režisieriai, kūrybinės komandos nariai) padėtų Lietuvos filmams užsitikrinti didesnes galimybes užsienio rinkose? (1– laivai nereikšminga, 5- labai reikšminga)<br/>Lentelė + atsakymai</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS A | <p>Ir Lietuvoj, ir užsieny, daugiausia lemia aktorių, režisierių vardai. Manau lemtų ir scenarijaus autoriaus, jei teisingai iškomunikuoti (minint ankstesnius filmus ir pan.). Kostumų ir grimo dizaineriai, manau, turi mažai reikšmės, nes auditorija nelinkusi vertinti/mažai tuo domisi.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS B | <p>Man atrodo, kad galimybių visada yra, bet man atrodo, kad čia kitoks, tikriausiai galėtų būti finansavimo modelis, nuo to, koks yra įprastas mūsų dabartiniam finansavimo modeliui. Ką bando daryti Kino kultas, tiek su Velyviu, tiek su Kristina Buožyte, bando truputėlį galvoti tuos kitus, ne tik alternatyvius, bet papildomus finansavimo modelius, nes viskas susideda į finansavimą. Faktas, kad viena vertus, aišku, viskas yra finansavimas, tai, kad prisitraukti kokių aktorių, jeigu tu jam ten gali pasiūlyti adekvatų honorarą, kas tikrai ne lietuviškiems biudžetams ir ne Lietuvos kino centrui. Tai tada tu turi galvoti, iš kur kitur turi ateiti tie finansavimai, bet tai toks uždaras ratas, nes tai yra toks ne uždaras ratas, bet tokia višta ir kiaušinas situacija. Dažniausiai būna, aš manau, tiek su režisieriais, tiek su aktoriais, kad jeigu tu gali pritraukti tam tikrus finansavimus, bet aktoriai nebūtinai eina ir nebūtinai norės, pažiūrėt, atkinti kažkokį didelį vaidmenį, nes jeigu tu jam pasiūlysi gerą honorarą, jeigu režisierius ar režisierė, nėra padarusi jokio filmo, arba apskritai yra padarę, bet, nežinau, yra nelabai sėkmingas arba blogai vertinamas. Tai va čia yra toks visai kažkaip matyčiau galbūt pritraukimą, tada kažkokių užsieniečių režisierių ir tada kartu tempti anglikalbius aktorius ir tada galvoti apie tas platesnes rinkas, kaip anglų, nes anglų kalba yra faktas, kad ir platinimo sėkmei labai didelė sėkmė, tai daro filmo pati kalba. Net jeigu mes teigiam, kad Europoj žmonės yra pratę žiūrėti filmus su subtitrais, bet mes galvomjam gal labiau apie tuos žmones, kurie jau žiūri Europos kiną. Didelė dalis nežiūrsė ir didelė dalis renkasi vis tiek nesubtitruotus, kad galėtų tiesiog sužiūrėti anglų kalba filmus. Man atrodo, čia toks labai kompleksiškas dalykas, bet kažkur yra prasme, tai aš tikrai manau, kad yra įmanoma, čia tiesiog reikia labai svarstyti, bet tiesiog tada nežinau, kiek tai tampa lietuviškas filmas, kiek taip tam atsakiru, kad prodiuseris ateina iš Lietuvos ir bendra sujungia tokią komandą tarptautinę, kuri galėtų atnešti tarptautinę sėkmę.</p> <p>Ir vat šitas klausimas, tie nacionaliniai fondai tikrai jau nebėra labai taip veiksnūs, nes jeigu tu atėjai su režisieriumi ir scenarijaus autoriumi ne iš Lietuvos, ir tada tu turi, sakau, galvoti apie alternatyvius finansavimo būdus, tai apie privatų finansavimą, ar jie iš karto prisijungs. Tai toks indie filmo modelis, tikriausiai, amerikietiška.</p> |
| INFORMANTAS C | <p>Kadangi taip nebuvo niekada tai labai sunku net ir kažkokią nuomonę turėt, bet aš nemanau kad tai nulemtų, sakykime, sėkmę. Taip, vis dėlto režisieriai, mūsų atveju, aš manau, kad tai yra režisieriai. Nu čia kažkaip sakykime, irgi reikšmingi. Jeigu pasvajot tai būtų turbūt reikšminga, tiesiog nėra tokios patirties, bet jeigu tokiame lietuviškame filme suvaidintų kažkoks labai geras užsienio aktorius, bet irgi organiškai įpintas. Tai taip tai būtų aišku reikšminga.</p> <p>Scenarijaus autoriai - taip, aišku, nes tada unikaliai istorija gali būti talentingai parašyta, gali būti autentiška, unikali, tuo pačiu universali.</p> <p>O kompozitoriai? Tai irgi svarbu, nes muzika tai labai paveiku. Beje, kompozitorius mes turim kaip ir ne vieną, ypač jaunos kartos, tokio lygio. Kur dabar šviežias pavyzdys, kai Amsterdam'e mes pristatėm Holydestructors, Aistės Žegulytės. Žiūrovai tiesiog prieidavo paklausti kur gauti soundtrack'ą. Tai yra kompozitorius Gediminas Jakubka, tas pats kur "Akiplėša". Tiesiog buvo taip kad vienas, antras, paskui Taline. Vėlgi, tiesiog žiūrovai prieina ir nori gauti, o mes tik išleidom filmą, nieko neturim, kaip pasidalinti. Supratom, kad net su dokumentiniais tu turi būti pasiruošęs, kai išvažiuoji į užsienį, kad gali žiūrovai prieiti ir turi jau kažkaip duoti atsakymą ar Spotify, ar kažkur tai nurodyti.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS D | <p>Tai, jeigu kalbam apie tokią žvaigždę, kaip Mikkelsen, be abejo, ta prasme tikrai, jeigu tai yra ilgam metru, jeigu šortui tai ne nepadarytų manau reikšmės.</p> <p>Dariau short'ą "xxx", kuriame vaidino xxx iš vieno garsaus filmo. Tai kaip šortas, jisai taip, jis apkeliavo ten gal penkiasdešimt festivalių ir apdovanojimų pelnė, bet tai yra vienas iš tų sėkmingų atvejų, sakykim, bet kad jį norėtų pirkti televizijos, tos pačios ar ne? Tai ne, nebuvo. Grynai buvo festivalinis, tai toks mano atvejis, sakykim, bet pilnam metru. Tai manau, čia vienareikšmiškai. Prisišaukti į Lietuvą vaidinant filme tam, kad tą filmą pasižiūrėtų užsienyje užsieniečiai? Nu priklausytų nuo jo rolės dydžio, ta prasme, kai yra super tas aukšto lygio aktorius. Tai taip, bet jeigu tai yra Europos, sakykim, ne holivudinis. Tai tada, manau, žinokit ne, nepadėtų, o man atrodo kažkaip juk vis tiek yra lietuviškas filmas lietuvių kalba, kad ir tas aktorius užima kažkokį, nežinau, antraplanį vaidmenį. Nebent tai būtų tikrai pagrindinė pagrindinė rolė. Labai daug veiksmų yra, kiekvienas atvejis yra individualus. Tai nebent tai yra tikrai pagrindinė rolė. Ir tas aktorius yra žinomas ir už Vokietijos ribų. Ta prasme tikrai tikrai gerai žinomas Europoje.</p> <p>Slidi tema ir gal ne visai iš tikrųjų finansiškai apsimoka.</p> <p>Tai, jeigu ten Nolas ar Spielbergas, tai, be abejo, jeigu mes kalbame apie tokius, tai čia pasaulinis hitas, jau būtų susidomėjimas. Bet, jeigu tai yra režisierius, netgi gerai žinomos, bet arthouse kino, tai nemanau, kad stipriai padėtų.</p> <p>Šiaip kas yra už kadro nieks nežino, nebent tas režisierius turėjo savo vardą didelį užsitarnavęs, bet tie asmenys, kas yra už kadro ribų, tai, manau, ne, tikrai nepritrauks, stebuklą nepadarys.</p> <p>Scenarijaus autorius tai irgi, manau, tik tais galėtų būti selling pointas tik tiems, kas tikrai yra gerbėjai kino ir žino tą, išmano užsienyje.</p> <p>Kompozitorius nu gal šiek tiek, jeigu tai yra tikrai garsus.</p> <p>Sakau, čia tas kompozitorius, kompozitoriui nelygus, bet esmė, kad kompozitoriai vis tiek turi savo ten albumus, išsileidžia. Jie turi kitokį biškį matomumą negu kostiumų dailininkai ir grimo dailininkai, scenarijaus autoriai ir panašiai.</p> <p>Jų muzika yra prieinama visuomenei, ten tie patys Spotfijaus kanalai ir pan.</p> |
| INFORMANTAS E | <p>Jei žmogus yra žinomas industrijoje ( scenarijaus autorius , režisierius) reiškias jo projektai yra/ buvo matomi , ir nauji projektai jau turės savo gerbėjus industrijos viduje, tai suteks galimybę filmui būti pamatytam, galbūt padinis šansą apdovanojimui, nes iundustrija maža ir kartais apdovanojimais yra ne už konkretų filmą, bet asmeniui dėl jo bendros veiklos. Apdovanojimai sudomina agentus, ir didėja šansai pardavimams, nes filmas " pastebėtas".</p> <p>Jei žymus yra aktorius tai žmonėm ne iš industrijos bus lengviau sudominti su filmu kuris jau turi "užkoduotą" auditoriją. Aktorius/aktorė turi savo gerbėjus ir jie eis žiūrėti visko su konkrečiu žmogumi. Taip pat dažnai aktorius yra pirma atranka paprastam žiūrovui: "o jis čia vaidina, bus geras filmas, jis bloguose nevaidina" ir etc.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS F | <p>Nes net jeigu yra kažkoks rečiau žinomas, pavyzdžiui, montažo režisierius ir kurio montuoti filmai nepriklausomai, nuo kokio režisieriaus ar kokio prodiuserio laimi ar festivalius, ar komerciškai sėkmingi būna, ar koks nors kompozitorius, ar ne. Tai irgi lygiai taip pat, jeigu jis žinomas irgi labai priduoja. Bet koks grimas tai jau taip minimaliau, bet aš galvoju, jeigu yra kokie zombiai, ar ten dar kažkas, ar vėlgi kažkoks išskirtinumas ir būtent to reikia, irgi, aš manau, yra labai svarbu, kad įtikinamai padarė ir taip toliau. Tai aš galvoju, kad tai yra viskas. Labai svarbu ir negalvoju, bet taip ir yra, jeigu tikrai yra ir pasiteisino.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|               | 11. Kokie pagrindiniai jūsų filmų finansavimo šaltiniai? (galimi keli atsakymai)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS A | Valstybinis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS B | Mišrus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| INFORMANTAS C | Valstybinis ir koprodukcinis. Privatus irgi yra, bet jis ne tiek, pagrindinis yra valstybinis ir koprodukcinis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS D | Mišrus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| INFORMANTAS E | Mišrus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| INFORMANTAS F | Mišrus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|               | 12. Ar naudojātės Creative Europe MEDIA ar Eurimages paramos programomis audiovizualiniam sektoriui?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS A | Ne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS B | <p>Manau, kad Creative Europe Media netgi labai svarbus, nes Eurimage jau yra tik gamybos. Man atrodo, kad labai didelė problema tą, žinai, nes neturi pinigų. Ir tada tie filmai vystosi arba labai lėtai, arba scenarijai, arba neišsivysto į kažkokį geresnį variantą. Tu neturi pinigų važiuoti į marketus ir ieškoti net tų partnerių, kurie galėtų užtikrinti tavo pradėtą finansavimą ir netgi surasti net privatų finansavimą. Tai Creative Europe Media, ką daro, kad jie atskiria tikrai nemažus sąlyginai pinigus vystymui. Tai yra labai gera paskata tiek susirandant bendragamintojus, tiek šiaip turint finansavimą galima samdyti kažkokios scenarijaus konsultantus, užsieniečius, kurie galėtų galbūt iš savo perspektyvos galvoti apie aktualumą, scenarijaus tarptautiškumą. Tuo pačiu turėtų pinigų važiuoti į marketus, ieškoti partnerių, atsiranda labai daug tų galimybių, kurios paskui gali nuvesti į tavo tarptautinę kažkokią sėkmę. Eurimages, kadangi tu vis tiek teiki, turėdamas savo bendrą gamintojų pulką ir tu jau teiki gamybai, tai kaip ir, sakyčiau, tikriausiai, kad yra tiesiog tokia maloni paskata finansinė bpačios gamybos procese, kuris nebūtinai tau užgarantuos ar ten duos kažkokią didesnę naudą, bet aišku, kad duos, nes, būtent, kad filmas tada vėl gali tapti dar geresnis, galbūt gali turėti daugiau tų galimybių, netgi pasiliekant daugiau finansavimo platinimui. Bet ką dar prisimenu, kad Eurimages turi tą naują programą, kur yra skirta filmo marketingui.</p> <p>Tai vat, manau, kad tas yra labai svarbu ir smagu, kad tokia yra, kur grynai yra platinimo, bet aišku, tada jis eurimage finansavimą gamybos turi turėti, jų partneris pardavimo agentus, tam, kad jiems galėtų pateikti, bet gauti tos 50 tūkstančių, manau, kad tai yra labai gera paskata.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS C | <p>Creative Euroe - taip, Eurimage - taip. Aš manau labai svarbus. Ir Creative Media čia skirtingose etapuose. Creative Media parama duoda galimybę išvystyti kokybiškiau.</p> <p>Plius prie dabartinės programos kai yra jau iš karto tu gali pajungti bendragamintojus ir jau kartu gali vystyti, tai jau iš karto tu orientuojasi į platesnę rinką. Taip pat Creative Media dabar visai nauji reikalavimai, atsirado kriterijai, kai tu turi numatyti net ankstyvoje studijoje absoliučiai viską, "targetus" ir teritorijas, ir, komunikacijos planą ir, taip pat, tu jį turi inovatyviai pristatyti. Tai reiškia, kad tu jau pildant paraišką, jau gaunant paramą, tu jau turi kažkokį pagrindą, kažkokią idėją arba strategiją. O Eurimage, irgi svarbu, kadangi vėlgi yra bendragamintojai ir taip sukurta sistema, kad tu privalai išplatinti bendragamintojų šalyse ir kino teatruose, ir tas platinimas turi būti užtvirtintas, tai jau abidvi programos duoda tokį, jeigu jau gauni finansavimą tai jau lyg yra sakykime, ženklas, kad tu tą privalai padaryti.</p> |
| INFORMANTAS D | Taip. Nu man atrodo vien tas logotipas, kad yra paremta Creative Media iškart prideda tokį kokybės garantą, kad jau patvirtintas ir ten ekspertų išmilytas. Nežinau, žiūrėtas ir palaimintas. Tai va tokia pozicija.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| INFORMANTAS E | Taip, Nemanau kad tai siejasi- naudoti tarptautinius fondus tu turi turėti užsienio partnerius, turint užsienio partnerius kiekvienas koproduiseris privalo filmą platinti savo šalyje, tai jau užkuodas didenis matomumas. Be užsienio partnerių negali rašyti projektų minėtose programose, bet pačios programos negarantuoja tau nieko papildomai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS F | Iš Creative Europe gali gauti vystymui ir gamybai, ir mes gavome maksimumą, tai tikrai yra labai svarbu, nes dideli pinigai ir dar vienas dalykas, kad jeigu fondai įvertino, tai irgi svarbu, nes jie vertina per įvairius pūvius. Vertina aktualumą, scenarijų, temą, režisieriaus potencialą, ir tai reiškia, jis vertas dėmesio. Tai jau visai kitaip irgi į tave reaguoja, ar ne? Tarkim, kino industrijos atstovai, kurie nėra pažįstami ir pan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|               | 14. Ar, jūsų manymu, dabartinis LKC skiriamas finansavimas platinimui yra pakankamas? Pakomentuokite                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| INFORMANTAS A | Finansavimas sklandai užsienyje nėra pakankamas, ypač, jeigu filmas sėkmingas, kviečiamos komandos pristatyti filmo ir pan. – taisyklėse yra apribojama kiek asmenų gali atstovauti filmą/dengia išlaidas, priklausomai nuo festivalio reikšmingumo. Yra ribojamas kiekis festivalių/kelionių. Tai nėra adekvatu, jei vertintume, kad tokias pačias galimybes turi ir mažiau sėkmingi filmai. Skiriamos sumos per mažos tinkamai iškomunikuoti filmui, ir padengi kitas įmanomas išlaidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS B | <p>Ne tikriausiai.</p> <p>Ir matyti, kad jie iš viso platinimui šiandien neskiria finansavimo, ar ne, tai ten netgi gamyboje įteikiama paraiška, tu ten gali kažkiek nusimatyti viešinimui, bet tas viešinimas turi būti pačiu gamybos proceso metu. O ką jie daro, tai yra tiesiog sklaida finansuojama. Ir jie padengia išlaidas, jeigu turi festivalių kvietimus, bet jio platinimo kažkokią finansavimo galimybių kaip ir neturi. Ir gaila, nes matyti, kad ten turėtų būti didesnis dėmesys, arba net jau galimybė gamybos metu prašyti finansavimo kažkokio platinimui daugiau, bet jau pabaigto filmo ir kažkaip taip dėlėtis. Tai būtų, man atrodo, visai reikalingas dalykas, nes dabar mes tiesiog iš kitų lėšų finansavimo dengiamės platinimą.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS C | Nu aišku nėra jis pakankamas, bet vėlgi dabar šių dienų kontekste matyti jau džiugu, kad ir turime ir tiek kiek turime. Vien į mūsų geopolitinę situaciją ir bendrai politinę su tokiais kaip ir, žinot kad bando sumažinti, mes dar nežinome kuo pasibaigs, sakykim, koks bus biudžetas. Jo dabar kalbam, mes svajojam apie tai, kad bent išlaikyti tokį lygį, kokį turėjome pernai. Dėl to dabartiniam kontekste tai jau kaip ir, galima sakyti, kad pakanka, bet jis, žinoma galėtų būti didesnis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS D | Jo bet ten A kategorijos festivalis, bet esmė, kad per ten, ir ten yra tam tikra riba. Per visą filmo sklaidos etapą, sakykim aš, pavyzdžiui, varau projektą Berlyne ir ten galiu patekti į kažkokį workshop'ą, tai aš galiu gauti finansavimą. Tai po to jau kai yra festivalis platinamas, tai yra jo nacionalinė premjera. Aš irgi galiu gauti finansavimą, bet jie sumuos į vieną bendrą katilą, yra kažkokios ribos. Aš neatsimenu, ar penkiolika ar dvidešimt tūkstančių, o platinimas tai yra grynai apie platinimą Lietuvoje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS E | <p>Minimalus sėkmingo filmo platinimo biudžetas : nuo 20 k. eur. iki X</p> <p>Jei filmas geras ( o tu žinai jį pamatęs ar jis bus geras ir įdomus žiūrovams) tu investuosi į platinimą ir filmas atsipirks ir tavo investicija sugrįš.</p> <p>Jei filmas yra nišinis, ir skirtas siauram ratui dėl savo temos , ir bet kuriuo atveju net su labai dideliu reklamos biudžetu tu pasieksi tą patį žiūrovų kiekį, ir tokio filmo platinimui išleisti pinigai bus prarasti. LKC skiriamų 9k. Eurų pilnai užtenka tokio tipo projekto platinimui, o projektas su komerciniu potencialu turi turėti galimybę investuoti numatant atsipirkimą, nes valstybiniai pinigai yra parama ir pagalba tiems projektams kurių reikia žmonėms dėl intelektualinio , ne tokio populiaraus turinio, o ne nemokami pinigai.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS F | Ne iš tikrųjų turėtų būti kitaip. Bet iš kitos pusės, jeigu yra pasaulinis agentas, pardavimų tai tada mes iš to biudžeto naudojame. Bet gerai, kad yra LKC sklaidos finansavimas. Jeigu filmas pakliuvo į festivalį ir yra kažkokios premjeros, tai reiškia, gali vykti ar ne? Komandos nariai ir yra apmokami lėktuvo bilietai ir panašiai. Tik ten irgi labai ribojama.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|               | 15. Ar privačios investicijos turi potencialio pakeisti viešąjį finansavimą audiovizualiniame kontekste?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS A | Verslas nėra linkęs remti filmų apskritai. Jei remia reikšmingesne suma – tikisi grąžos, o LT filmai dar neuždirba tiek, kad atsipirktų gamybos kaštai ir dar sugeneruotų pelną ant viršaus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS B | Tikriausiai taip, bet jeigu filmas turi, nežinau, arba tokio lygio potencialą kaip Pietina Kronikos, arba tada turi tarptautinį potencialą. Nes tiesiog rinkta per maža, man atrodo, kad investuotojai galvotų, kad galėtų investiciją susigrąžinti ir galbūt netgi uždirbti nuo to. Matyti, kad galų gale, jeigu darai tokio lygio filmą, tai tavo filmas tikriausiai kainuos taip pat kaip tu tikriausiai maksimaliai gali box ofiso surinkti Lietuvoje. Ir tada, nes numanau, kad Pietinas Kronikos tikriausiai pasiekė tą maksimumą kiek žmonių eina į kiną ir kiek gali ateiti į kiną maksimaliai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS C | Ne, be šansų. Vėlgi čia priklauso nuo projekto ir tai nėra taip, kad tai būtų sistemiškai, sakykime, bet tokia per visą karjerą tokie atvejai buvo, kur tikrai atsirasdavo privačių rėmėjų. Bet tai daugiau turbūt priklauso labai nuo projekto ir nuo tiesiog, gali būti kažkokie asmeniniai ryšiai, kurie tiesiog nori paremti arba nuo temos. Bet tai daugiau tokia turbūt išimtis, negu kažkokia taisyklė. Mecentystė, be kažkokio sakykime, čia ne kaip verslo dalis, kur investuoji, nori atgauti čia daugiau toksų jo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| INFORMANTAS D | Jie labai nori mokestine lengvata pasinaudoti, kas jiems labai patrauklu yra. Be abejo, o taip kad sukišti pinigus į projektą, į filmą. Nu, tai yra per didelė rizika verslui. Žinau ir iš kolegų, kas ten yra gavę ten tos paramos. Po kelis tūkstančius. Ir mes prie komercinio sakykim nebuvo pagrindinė prodiuserė, bet esam gavę tokią paramą, kuri kaip mecenatystė, jeigu galima vadinti, bet tai ten ta suma yra nežinau porą tūkstančių, o jeigu jau visgi kalbama apie didesnes sumas, ten penkiasdešimt ir daugiau, tai vis tiek nori procento nuo pardavimų. Nes kitaip tikrai neapsimoka, nes tokia suma nesimėto versle irgi. Nebent, aišku, yra už reklamą. Tas produktų placement'as vadinamas. Gal jau mažiau populiarius. Iš tikrųjų čia, kai tie komerciniai filmai, jų ta gamyba kažkaip sumažėjo ženkliai. Tai taip, tai ir sumažėjo ten tų produktų placement'ų, bet iš esmės tai buvo tas dalykas, kur tikrai filmui manau galėdavo sudaryti nemažą procentą biudžeto. Nu, kad labai čia toks retas atvejis, aš dabar taip pavyzdžių net neatsimenu. Kažkaip. Todėl, kad labai matytas, nebent jis yra toks, kur apie buitį, visiškai buitinis ir turi ten Kėdainių konservus ant stalo, valgant. Tai, kad nuo to tą natūralumą išgauti labai sunku kurti, logotipai yra matomi, žodžiu, kad jie neblaškytų dėmesio. |
| INFORMANTAS E | Ne. Yra skirtinga pinigų kilmė: investicija - kai investuotojas tikisi gražos, gražą generuoja populiarius masėms skirtas turinys. meno mecenavimas - galėtų būti papildoma paskata, kuomet pinigais yra mecenuojama nesiekiant atsipirkimo, siekiant padėti kultūrai gyvuoti. Valstybinė parama skirta sunkaus turinio filmams, kurie reikalingi šalies kultūros lygiui kelti, nepatogiom, nepopuliariom temom analizuoti, archyvuoti. Investicija yra verslas - verslo tikslas yra pelnas. Ar gali meninis kokybiškas produktas būti pelningas - taip. Bet jei pradinis tikslas yra pelnas, ir autoriams yra keliama užduotis atsipirkti, uždirbti ir etc., tai nebėra autorinis darbas, tai yra kultūrinis ( aukštesnės ar žemesnės kokybės) produktas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS F | Tikrai ne, dėl to, kad filmas yra tikrai labai sudėtingas procesas ir mechanizmas, ir reikalaujantis labai daug resursų ir niekas neinvestuos tiesiog. Tad tas ir gelbėja, kad yra soft money, tai reiškia pinigai, kurių nereikia grąžinti, tai iš karto, tarkim, jeigu tu turi iš vienos šalies, ir iš Lietuvos, iš Prancūzijos ar Belgijos ar Norvegijos ar kitos. Reiškia tu turi kokius du-tris milijonus, kurių nereikia grąžinti. Ir tada dar Eurimage, ar dar kažkas, ir tada yra investuotojai, tada jau jie suinteresuoti investuoti nes žino, kad jie pirmieji, kurie susigrąžins investiciją, o jeigu jie būtų penkti ar panašiai, tai jie ir neinvestuotų.<br><br>Penki milijonai pavyzdžių ir tu neturi grąžinti trijų su puse, ar ne tik pusantro. Tai jeigu tu randi tą pusantro milijono, kas tau po pusę milijono, pavyzdžiui, investuotų? Dar pusę milijono duoda. Koks pardavimo agentas, kuris jau pirmas pasiima? Ir tada lieka milijonas, kurį reikia surinkti. Tada yra nesunku jau įkalbėti tuos investuotojus. Aišku, tikrai tuos, kurie dirba kine arba visai žali, kurie atsitiktinai nori. Čia vienas iš dviejų, nes arba tie, kurie investavo sėkmingai daugelį metų ir žino tuos mechanizmus, arba tokie, kuriems dar kino magija. Nes tikrai labai rizikinga yra investuoti į kiną                          |
|               | 16. Ar esate dirbę koprodukciniuose projektuose?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS A | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS B | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS C | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS D | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS E | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS F | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|               | 17. Ar tokia forma padidino jūsų filmo eksporto potencialą? (1– labai nesvarbu, 5- labai svarbu)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS A | Daugiau šalių gaminančių filmą – daugiau rinkų atsiveria. Taip pat, jei yra daugiau šalių prijungtų, tarsi uždeda kokybės ženklą.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS B | <p>Didina, vien dėl to, kad kitose šalyse jau turi galimybių platinti.</p> <p>Kiek jie dalyvauja tame turinyje, toje dalyje? Manau, kiek leidies, tiek jie dalyvauja. Mes visai leidžiamės, vien dėl to, kad mums tai didelė nauda išgirsti. Ir tiesiog padiskutuoti, nebūtinai pulti viską keisti pagal jų nuomonę. Bet išdiskutuoti su scenaristais, su režisieriais. Kažkokio užsienio partnerio nuomonę išgirsti, man atrodo, yra labai naudinga. Išlaikiant savo viziją, bet jeigu yra kažkokių komentarų, kurie tikrai labai rezonuoja, tai manau, kad yra labai naudinga.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS C | <p>Tai ar jūsų nuomone irgi ta ko produkcija su tam tikrom šalim tada ar gali padidinti ir plačiau tą eksportą? Čia labai sudėtinga, nes mes negalime pritaikyti to skandinaviško modelio pas mus. Aš pati inicijavau tą platformą bendros gamybos, Lietuvių, Latvių ir Estų, kuri dabar puikiai veikia, jau per dešimt metų, jau tiek filmų padaryta.</p> <p>Ir buvo sekantis žingsnis tą platformą, būtent platinimo, bet labai sunkiai sekasi, nes iš tikrųjų pramušti tą, būtent ir dėl kalbos, sakykime jeigu net kažkoks susidomėjimas lyg ir atsiranda, bet jis toks labai reikalaujantis palaikymo, tai yra nemaža investicija, ir kažkokie nemokami seansai arba edukaciniai seansai, mes turime labai labai veržtis vieni pas kitus. Tai turi būti sistemiskai nuolat ir nereikia išradinėti net dviračio, būtent skandinavai taip pasiekė, nes kaip jie sakė tai buvo labai nemažai investuota į tą platinimo platformą ir nemažai metų užtruko, kol jie vieni kitų žiūrovus pripratino domėtis vieni kitais. Ir dabar ta sistema veikia Skandinavijoje, jie žiūri. Pas mus sunkiai taip, kad žiūrėtumėm, bet taip, kad tai tikrai veiktų, taip neatsitinka. Vien dėl to, kad nepakankamas net finansavimas. Yra tos dienos, kino centras organizuoja Baltijos dienos, nemokamai. Estai, nežinau, ar tą daro ir Latviai, nu būna kažkokios Baltijos dienos. Užsienyje, gal net populiariau, sakykim, New York'e yra festivalis, kur visos trys šalys rodo kasmet. Manhetene filmus rodo ir gana populiarius renginius, kad aš pati buvau, ten nemažai žiūrovų ir jau lyg per keletą metų tokia tradicija kažkokia atsiranda. Tai čia visur reikia tokio nuoseklumo. Tai vėl pas mus čia didelė problema iš tikrųjų, kad kalba, kad mes praktiškai nesuprantam ir gan, sakykim, skirtingi. Tai va, skirtingi filmai ir dar dabar toks atotrūkis. Lietuviški filmai, na, vien Talinas parodo, kad išvežė visus prizus, kiek ten jų buvo, kad yra ta kokybė, tikrai labai labai skiriasi. Ir vėlgi, kaip ir mūsų žiūrovas, jau pakankamai išlepintas. Jie žiūri lietuviškus filmus pripratę ir, sakykime, versti jų žiūrėti kažkaip mažiau kokybišką tą patį autorinį kiną. Mūsų stiprybė būtent autoriniame lauke. Estai jau seniai daro tokius žanrinius, bando trilerius. Reikia žiūrėti statistiką, bet lyg ir buvo keletą tų atvejų, kai kažkiek ten surinko žiūrovų, bet taip kad sakyti, kad tai labai labai gerai veikia, taip dar nėra.</p> |
| INFORMANTAS D | Padidino. Tai tada tikrai padidina. Nes tikrai įvyks tas eksportas jau bent į vieną šalį tai tikrai.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS E | Bendra gamyba garantuoja filmo sklaidą bendragamintojų šalyse, taip pat bendros gamybos procesas dažnai įtakoja temos tarptautiniškumą, nes jei istorija lokali, nes procesas vyksta, diskusija, apsikeitimas suvokimu ir mintimis ir produktas dažnai yra kokybiškesnis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS F | <p>Visų pirma pradėkim nuo to, kad to filmo mes nepagamintume vieni. Finansavimas iš esmės nedidėjo, o infliacija didėja, kainos kyla. Iš LKC finansavimo iš esmės tik pasiruošimui kone tu gali visus pinigus atiduoti. Jeigu aš kalbu apie normalų filmą, didelį, kokybišką. Vien technikos, kameros, objektvų paketai kiek kainuoja, darbuotojų įkainia kaip pakilę. Mums, kaip prodiuseriams, tai neįmanoma. Tai reiškia vienintelė galimybė daryti tą filmą, tai turėti partnerius.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|               | 18. Kaip vertinate dabartinę Lietuvos kino politiką eksporto kontekste?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS A | <i>Pasirinko neatsakyti</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS B | <p>Esu neutrali gal. Aš kažkaip nemanyčiau, kad toks kino centras, ganėtinai biurokratinė įstaiga, gali kažką labai daug nuleimti platinimo sėkmei. Ir jie nemanau, kad turi ten pakankamai kažkokių pajėgumų.</p> <p>Nežinau, ar tai yra jų prerogatyva tai daryti. Bet tuo pačiu, manau, kad jie tikrai daro nemažą darbą bandydami bedradarbiauti su įvairiais marketais, įvairiais festivaliais, workshopais. Ir tikrai labai bando skatinti gamybiniam etape, o ne prie projekto viešinimo. Man atrodo, tai yra faina, ir visai gerai. Nes ten yra daugybė fondų, kurie tikrai nedengia kažkokio pristatymo išlaidų projektų ir taip toliau. Ar ten kažkokio workshopų netgi prodiuseriams ir taip toliau. Man atrodo, kad jie visai tą darbą daro ir ten tuos santykius užmezginėja. Ir apskirtai, kad jie remia tokius dalykus. Bet kitą vertus taip, man atrodo, kad ten jeigu kalbama apie tokią jau pabaigtų filmų viešinimo, arba kažkokias įdomesnes akcijas, arba kažkokias įdomesnes formas, man atrodo, to trūksta. Tai nei gerai, nei blogai.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS C | <p>Aš manau, kad yra tikrai reikalingas finansavimas, bet be finansavimo labai sunku tai daryti, nes vėlgi sukurti matomumą arba išvežti kūrėjus, daryti kažkokius spotlight'us, bet kino centras tai daro ir iš tikrųjų tai su kino centro atsiradimu tas visas matomumas vis tik ir atsirado ir sisteminiis, ir taip ir turėtų būti, bet visada yra kur išvystyti plačiau. Vėlgi yra visada geras pavyzdys tie patys skandinavai Kanuose, sakykime, jie turi net savo jau pastatą kur man atrodo, kad gal šiaip net jų nuosavybė kur skandinavian house, kur jie turi visus ofisus, visos šalys ir gali susitikimus daryti. Jau net ne stendą, kur mes nuomojamės, tačiau tai yra vėlgi visiškai kitas lygmuo, kur mes galim stengtis ir organizuoti. Jeigu tu darai kažkokią festivalinę retrospektyvą arba spotlightą tu iškart turi galimybę išvežti visus kūrėjus, tai vėlgi bendravimas ir jeigu tai daryti plačiai. Galimybių ir tikslų yra kur tikrai išvystyti. Kinas dabar ant bangos, čia tikrai labai skiriasi dabartinė situacija ir prieš dešimt metų kai buvo vienas ar du kūrėjai. Dabar tai tikrai yra banga ir kur galima vėlgi, būtų pakankamas finansavimas galima ją kaip ir įtvirtinti ir to, kad yra ką, sakykime, eksportuoti.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS D | <p>Tai, kaip čia populiariu sakyt, kad lietuviškas kinas išgyvena aukso amžių?</p> <p>Tai aš tikrai pritarčiau šitam teiginiui. Ir, manau, kad tie filmai yra matomi kuo toliau, tuo labiau. Tikrai tas susidomėjimas nemažėja.</p> <p>Ir turim tikrai labai puikių gražių pavyzdžių, kaip mūsų netgi debiutiniai filmai iškeliauja ir pelno tiek apdovanojimus, tiek festivalių aplanko krūva, ir tos pasaulinės premjeros įvyksta A klasės kino festivaliuose. Kas mano manymu, kaip ir anksčiau kalbėjom, kad tai yra sėkmingas eksporto rodiklis.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS E | <p>Matosi iš sėkmingų lietuviškų produktų sklaidos, kad politika eksporto kontekste veikia - yra investuojama į prodiuserių ryšių kūrimą, pasirinkamos programos, kurios ilgalaikiai perspektyvoje duoda rezultatą. Turime galimybę paramai užsienio eksportui, kokiose šalyse dar yra tokia paskata?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS F | Nieko                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|               | 19. Ar, jūsų manymu, LKC veikla (festivaliuose, mugėse, forumuose ir kt.) daro įtaką Lietuvos filmų matomumui?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS A | Tikrai daro, bet ji galėtų būti gausesnė, sakykim taip. Atstovavimas irgi yra gan kuklus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS B | Tikrai taip, nes manau, kad jeigu turi tas prieigas prie kažkokių svarbų žmonių, ar ten svarbių renginių, jie visai ten atveria tų kažkokių galimybių dalyvauti filmams, prodiuseriams, režisieriams ir taip toliau. Man atrodo, kad jie daro tikrai tą darbą. Ar tikrai visu potencialu tai daro, abejočiau šituo, bet kad tikrai daro, tai manau, kad daro.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS C | <p>Ir dalyvavimas LKC, nes aš dar pradėjau darbą, sakykim, kai nebuvo LKC ir mes buvome vieni iš tų kurie inicijavome ir aš nemažai ir interviu daviau ir kiek buvo kalbėta su ta pačia kultūros ministerija, nes Lietuva buvo praktiškai prieš paskutinę, kurie neturėjo kino centro, po mūsų buvo tik Malta. Nes Europoje visi turėjo kino centrus, taip tai priešpaskutiniai. Tai yra dvylika metų, bet kai atsirado kino centras, dabar galim matyti jų rezultatus ir pokyčius, kad jie dvi kartas kūrėjų užaugino. Tikrai yra realu debiutuoti Lietuvoje, jeigu palyginus su Vokietija, kur 80 milijonų gyventų ir Lietuvoje.</p> <p>Jeigu turi gerą projektą, tai jau tikrai. Jeigu tu išvystai. Dabar yra šiaip visos galimybės, tu gali gerai išvysti, gali pasirošti ir gali teikti gamybą, jeigu ne iš pirmo karto tai bent iš antro ar iš trečio, jau yra galimybė gauti tą finansavimą. Ir tas, kad kino centras dalyvauja visose pagrindinėse mugėse, ir Kanuose ir Berlyne, kad mes jau turim savo standus. Tas, kad kino centras tą žinią skleidžia arba tie katalogai, taip vadinami.</p> <p>Na pas mums žinoma tuo pačiu taip toks visiškai nestandartinis gal atvejis, nes mūsų prodiuseriai labai aktyvūs, pakankamai savarankiški. Bet vėlgi, kai viskas kartu yra, ir kino centras, ir patys prodiuseriai, kurie labai aktyviai veikia ir tokių produserių ne vienas, ne du, ne trys, tikrai tai yra jau tokia industrija, gan stipri, išvystyta. Tai aš manau, kad tas tikrai padeda ir kino centras, vėlgi su kino centru, gi industrija pakankamai tampriai susijus.</p> <p>Pakankamai tampriai viskas, kaip visi turi bendrą tikslą. Aš manau, kad tas irgi labai svarbu ir labai pozityvu. Ir ne visur taip yra.</p> |
| INFORMANTAS D | Taip, be abejo, manau, kad daro, tikrai atstovauja ir katalogai pildomi. Aš šiaip mugėse žiauriai seniai bebuvau, čia toks irgi atvirai sakau, bet kiek esu dalyvavusi ir iš to, ką matau socialinėse erdvėse, ir jų interneto svetainėje. Tai tikrai jie irgi pastebi ir prisideda prie lietuviškų filmų matomumo ir tiesiog skleidimo žinios apie juos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS E | LKC investicijos, renginių ir leidinių pasirinkimai padarė labai didelę įtaką per paskutinius 10 metų supažindinant pasaulį su Lietuvos kino turiniu ir kūrėjais.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS F | <p>Ten priklauso nuo darbuotojų, kurie ten dirba. Vieni kino maniakai jeigu yra ,tai patys mezga kontaktus ir panašiai. Bet aš nemanau, kad jie turi kažkokios įtakos.</p> <p>Manau, kad bet koku atveju dirba darbą.</p> <p>Lietuva yra kino europiniame žemėlapyje. Manau, kad labai priklauso nuo to, kas dirba, kurioje pozicijoje nuo pačios asmenybės.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|               | 20. Ar jūs arba jūsų filmo kūrybinė komanda esate dalyvavę tarptautiniuose mokymuose skirtuose audiovizualinio sektoriaus atstovams? Pakomentuokite                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS A | <p>Taip.</p> <p>taip, esame dalyvavę ir individualiai ir kartu su režisierė/scenarijaus autore. Tai padeda didinti matomumą, kaip sakoma „padėti filmą į kino žemėlapi“.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS B | Taip, čia yra tarptautiniai mokymai, forumai, mugės rezidencijos. Tai tarptautiniai mokymai visiškai prisidėjo. Gal ketvertukų tada buvo galėtų būti, o rezidencijos, tai gal toks nei prisidėjo, nei neprisidėjo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS C | <p>Taip, čia dažniausiai režisieriai, autoriai, tai tikrai labai naudingas dalykas. Viena iš paskutinių, Eglė Razumaitė, mūsų režisierė, pirma lietuvė, kuri pateko, kurią atrinko į Kanų rezidenciją. Konkursas gan didelis, sakykime, ten 12 režisierių per metus iš viso pasaulio. Tai Eglė pirma lietuvaitė, kuri pateko.</p> <p>Ir pusę metų. Sąlygos, kur sudarytos ir, sakykime, ir tie scenarijaus redaktoriai, ir susitikimai, ir bendrai viskas kas buvo tuo metu ir kontaktai, ir, pradedant nuo vakarienių, kažkokių renginių yra, visa programa. Ir tie vieši pitch'ingai, kuriems jau pasirošę, per pusę metų buvo galimybė išvystyti, parašyti ir išvystyti scenarijų pirmą. Aš manau, kad tai yra labai labai naudinga, sakykime taip ir reikalinga.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |



|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS D | <p>Tai yra įvairių pavyzdžių, ta prasme yra tikrai tokių atvejų.</p> <p>Kur man asmeniškai buvo tikrai labai ir mano mylimiausias lietuviškas filmas, bet jie negavo nei koprodukcijos ir dalyvavo ne viename ptche, marketuose, bet jie nieko iš koprodukcijos negavo. Ir kalbant apie platinimą, tai nei ten Lietuvoje gerai surinko, nei užsienyje. Tai va toks yra vienas iš variantų. Ir yra iš tikrųjų toks net ne vienas atvejis, deja. Aš dabar galvoju kažkaip, kad tie mokymai ir vystymas.</p> <p>Gal tokios didelės įtakos nedaro.</p> <p>Tas pats Katkaus Next Step mes kai buvom. Kanuose su šortu jo pirmuoju jisai laimėjo Next Step. Dalyvavimą next step, kad galėtų savo debiutą. Na jis niekur nebuvo platinamas. Aš bent jau nemačiau, kad jis būtų kažkur labai ten minimas ar platinamas apie tai, kad jis dalyvavo toje programoje, vis tiek svarbiausia yra premjera, kur jinai yra padaryta, gerame kino festivalyje ir nuo to tada ir prasideda tas atspirties taškas. Plius aišku, prideda tai, kad režisierius jau padaręs yra kelis short'us, kurie buvo A klasės festivalyje. Ten gal kokie aktoriai yra gerai žinomi, bet patys tie mokymai? Kažkaip dabar galvojau, kad jie ne. Pavyzdžiui, netgi ne tik iš savo praktikos, bet ir iš kitų žmonių praktikos kur dalyvavimas kažkokiam pitche ar workshop'e padarytų įtaką, nebent tu randi per tą workshop'ą koproduiserį ar ten platintoją. Išorinių, kurie jau padeda tą eksportą įgyvendinti?</p> |
| INFORMANTAS E | Dalyvaujame kasmet 2-3 renginiuose                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS F | <p>Taip, režisieriai yra dalyvavę. Mes dirbame kitu modeliu. Aš neturiu ten ką daryti daug labai. Ten iš esmės susirenka tie, kurie dirba tik su soft money. Kai tu eini kažkur kur nėra aišku, koks rezultatas, ar jis gali būti, ar ne, kas tie žmonės ir pan. Tam reikia laiko. Iš prodiuserių pusės tie mokymai, pitchingai iš esmės reikalingi pradedantiems. Tau reikia rezultatų dabar. Nes mes iškart žiūrim pagal tai kada tie šaukimai, pagal šalis kiekvienoje skirtingai. Tad tiesiog eiti ir sėdėti, gerti kavą, kalbėtis ir pasakoti, ką gi tu nuveikei, kaip smagu, tai yra irgi smagu tik kartais nėra tam laiko.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|               | 21. Ar tokia patirtis prisidėjo prie jūsų tarptautinių ryšių plėtros ir filmų eksporto galimybių?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS A | <p>Rezidencijose nedalyvavom.</p> <p>Mokymai sunku vertinti, nes jie būna ankstyvajame filmo vystymo etape. Jie padeda formuoti filmo struktūrą, kuriami pradiniai ryšiai, bet mūsų atveju – niekas iš susikurto ryšio „nenukeliavo“ iki galo. Labiausiai padeda forumai ir mugės, kai filmas yra baigiamojoje stadijoje – tuomet jau susidaro galimybė konkrečiai kalbėti su platintojais ir pan.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS B | <p>Mes visiems savo filmams, kurie dabar, dabartiname tape, kurie yra visi, koprodukuojami, o kaip mažos koproduceriai turim tris vystomus projektus, jie visi turi skirtingus partnerius ir jie visi atsirado per mokymus arba muges. Tai čia yra tarptautinių ryšių plėtra, nes tada manau, kad tos eksporto galimybės, visai kitokios, turint tą vieną, kad ir tuose visuose forumuose, mugėse ar mokymuose užsimezga ir labai platūs ryšiai ir su platintojais, ir su pardavimo agentais. Man kaip visai neseniai atsidariusiai, prieš tris metus atsidariusiai žmonė, tai yra esminė vieta, kur galima toliau ten kažkaip plėsti savo tinklavėiką.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| INFORMANTAS C | <p>Yra scenarijaus dirbtuvės, kur irgi labai praplečia. Vėlgi yra vienas kur Vokietijoje vyksta ir kur ne tik scenarijaus redaktoriai konsultantai, bet ir patys autoriai iš skirtingų šalių ir jie vieni kitus taip analizuoja ir atspindi istorijas ir scenarijus, ir aš jau praktikoje žinau, iš skirtingų režisierių, su kuriais aš dirbu, ant kiek tai yra naudinga, nes vėlgi, nėra tik konsultantai, tai yra vėlgi kiti autoriai iš kitų šalių, kurie visai kitaip tas pačias istorijas priima. Tie kultūriniai skirtumai, ir tas tikrai davė ne vienam projektui labai gerus rezultatus. Kai rašė ir kūrė ne kažkurta uždaram burbulė kur pakankamai komfortiška. O tas, kai iš skirtingų kultūrų kiti kūrėjai tave išmuša iš to burbulo, nesupranta tos istorijos, nes tas, kad tu visas veiki savo idėją, bet tu negali ją kažkaip išversti, sakykime.</p> <p>Tai kiti žiūrovai kažkaip priimtų ar pajustų, tai tas labai labai svarbu. Ir rezidencijos būtent aš manau, tai ir duoda. Tai čia tikrai aš skatinčiau, ypač jaunos žmonės yra dabar tokios galimybės ir finansinės, tu gali praktiškai visus workshopus, viską organizuoti ir gauti tą finansavimą tai labai, labai naudinga.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS D |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS E | Socialinis ratas šitoj industrijoje yra didžiausia vertybė, nesvarbu kas ką deklaruoja, jei turi tiesioginį kontaktą su tuo ko tau reikia ( festivalis, programeris, agentas, TV ) turi visai kitus rezultatus.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS F | <p>Taip, režisieriai yra dalyvavę. Mes dirbame kitu modeliu. Aš neturiu ten ką daryti daug labai. Ten iš esmės susirenka tie, kurie dirba tik su soft money. Kai tu eini kažkur kur nėra aišku, koks rezultatas, ar jis gali būti, ar ne, kas tie žmonės ir pan. Tam reikia laiko. Iš prodiuserių pusės tie mokymai, pitchingai iš esmės reikalingi pradedantiems. Tau reikia rezultatų dabar. Nes mes iškart žiūrim pagal. Kada tie šaukimai, pagal šalis kiekvienoje skirtingai. Tad tiesiog eiti ir sėdėti, gerti kavą, kalbėtis ir pasakoti, ką gi tu nuveikei, kaip smagu, tai yra irgi smagu tik tais kartais nėra tam laiko.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|               | 22. Ar jūsų filmo režisierius/iai bei kūrybinė komanda projekto kūrimo metu dalyvavo rezidencijose, mokymuose ir pan.? Prijungti prie 20 klausimo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS A | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS B |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS C | <p>Taip, Forumai kaip Berlynalė arba Rotterdamas, Cinemartas ar Les Arc, kur labai sunku patekti, bet jeigu jau tau pasiseka ir išvysta tavo projektą ir patenki į tą forumą, tai yra labai naudinga, nes tu iš tikrųjų gali per vieną tokį forumą surasti partnerius. Bet ir rezidencijos, sakykime workshop'ai irgi, kaip prodiuseriams kaip Javi, tavo klasiškai gali tapti tavo ko-prodiuseriais. Taip vėlgi nu, tai yra visada daug lengviau.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS D |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS E | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS F | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|               | 23. Ar jūsų filmai dažniau subtitruojami ar įgarsinami?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| INFORMANTAS A | Subtitruojami                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS B | Nu, neturiu gal daug patirties, bet sakyčiau, kad subtitruojami dažniau.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS C | Subtitruojame, nes mes kol kas negarsinam.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS D | Subtitruojame.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS E | Subtitruojami                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS F | Subtitruojami                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|               | 24. Ar, jūsų manymu, subtitrai užtikrina pakankamą kultūrinį ryšį su užsienio auditorija? Lentelė ir atsakymai                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS A | manau dabartiniam kontekste ir auditorijos į kurias mes taikome (festivalines, arthousinio kino mėgėjai) – yra pripratusios filmus žiūrėti su subtitrais, o ne įgarsintus. Tuomet išlieka ir filmo autentiškumas, girdimi aktoriniai niuansai ir pan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS B | taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| INFORMANTAS C | Taip susiklostė, kad visi mūsų filmai, juos subtitravome ir gal buvo koks vienas, kaip Vince Vitere, man atrodo, Lotynų Amerikoje Televizijai ir ten jo, kažkaip gal ir garsino, gal ir nesubtitravo.<br><br>Buvo kažkokių tokiu vienetinių atvejų. Mes patys dubliavom vaikišką filmą estų, kurio mes buvom koproduuseriai. Čia buvo toks irgi kaip eksperimentas išleisti Lietuvoje ir pažiūrėti, kad vaikam būtų daug lengviau ir platesnis ratas tų žiūrovų būtų. Kažkiek mes surinkom tų žiūrovų, bet tai nebuvo taip kaip galvojom. Tai vėlgi tam kontekste, kad dar mes tokioj studijoj, kur labai sunku sudominti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS D | Nežinau, nes tiesiog iš praktikos irgi galiu pasakyti, sakykim, įsijungi filmą anglų kalba ir su subtitrais matai, nu man, pavyzdžiui, man tiesiog gaunasi juos skaityti. Tai subtitrai tikrai gali klaidinti, vienareikšmiškai gali klaidinti. Bet turbūt mažiau negu dubliavimas.<br>Tai mažesnė blogybė, taip sakant yra subtitrai, palyginti su dubliavimu? Manau, kad taip, nes tas dubliavimas. Jisai jau tikrai kažkaip. Jau kai nebegirdi originalaus filmo garso, tai jau nebeįjauti ir atmosferos. Man atrodo. Na, kaip čia sakoma, kiek ten, aštuonesdešimt procentų filmo yra garsas ar šešiasdešimt, kaip kažkas ten išvedė šitą formulę, nežinau kas. Tai tai aš manau, kad tas dubliažas, jisai labai išardo. Tiesiog visa organika projekto filmo.<br>Aš dar palaukit grįšiu prie to daugiausiai, jeigu tai yra filmas, animacinis, ir tai yra vaikams. Nu, tai, be abejo, tai negali būt kitaip. Tiesiog reikia uždubliuoti nepaliekant to originalaus garso.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS E | Kiekviena šalis turi savo tradiciją.<br>Jei turi ENG ( natūraliai palei istoriją tinkant ) kalba, turėsi visai kitus rezultatus. Geras pvz filmas Kupė nr. 5 - skandinavų filmas apie tai kaip traukinyje susitinka suomė ir rusas ir abu laužyta ENG kalba filmo metu - filmas autentiškas, unikalus, charekteriai palei šalis, bet kalba tinka visai Europai.<br>Italai viską dubliuoja, FR mėgsta kalbas, nes jiems patinka užsienio kultūros. Kiekvieno šaly sava tradicija. Dubliažas tinka animacijai, kitur yra svetimkūnio jausmas, auditorijai patinka kas tikra.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS F | Mes pradžioje subtitruotajam. Lygiai taip pat pagal kalbas, pagal teritoriją, įgarsinimo mes jau nedarome. Platformos pačios jau tai darosi. Didžiuliai pinigai yra dubliuoti profesionaliai, kiekvieną aktorių, daug skirtingų balsų.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|               | 25. Ar svarstote kalbos adaptacijas (pvz., dubliažą ar versijas kitoms rinkoms), kuriant filmą? Jei ne, kodėl?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS A | Nesvarstome, nes nėra poreikio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| INFORMANTAS B | Tai jo, jeigu mes galvotume apie šitas dvi rinkas (vokiečiai, ispanai), sakyčiau taip, tikriausiai tai yra problema ir kad neužtenka, bet aš galvojau apie tai kaip dar platesnį, platesnes rinkas, tai aš gavau, kad mano nuomone to pakanka. Aš kažkur irgi skaičiau tyrimą, kad šiaip tai žmonės, bent jau Europoje, jie yra pratę subtitruotus filmus žiūrėti ir jiems kažkaip tai nėra neįprasta. Amerikoje nesu girdėjusi, kad reikia įgarsinti, tai matyti europieški filmai, kurie yra išplatinti Amerikoje, visai sėkmingai gali būti subtitruojami. Man atrodo, kad pakanka subtitrų, bet jeigu man reikėtų, jeigu man pavyktų, kas yra vėlgi, ar ne, mes tik pradėdam nuo to, kiek filmų lietuviškų yra pavykę atsirasti Vokietijos arba Italijos rinkose, kuriems reikėjo būti pergarsintiems. Kai aš kalbuosiu su transliuotojais Vokietijos, tai, jiems per akis yra vokiškų projektų. Tai dėl užsienietiško projektų, jie turi būti labai susiję su Vokietija, kad jiems būtų įdomu arba turi būti labai žinomas ir darbas, turi būt ir režisierius, tada žinomas. Bet aišku, žinomas režisierius ateina ir žinomas aktorius. Čia uždaras ratas, kaip ir sakiau, nes nežinau nuo ko pradėti. Tai iš esmės, jeigu atsirastų toks filmas, kurį aš galėčiau ten parduoti, tai ir faktas, kad aš svarstyčiau, nes aš norėčiau jį parduoti, net jeigu, manau, kad tai dalinai gadina kažkiek filmo, bet nelaikyčiau to kaip kažkoku barjeru. Žiūriu ganėtinai realistiškai į rinką ir tai, kas vyksta, ir visą situaciją. Manau, kad nebent pasikvietus žinomus režisierius, aktorius. Kam jiems važiuoti Lietuvoje filmuoti. Tai čia toksai yra... |
| INFORMANTAS C | Vokiečiai, ispanai, patys prancūzai, bet mūsų atveju mes neturėjom tokios produkcijos, kur reikėtų taip plačiai galvoti ir daryti, sakykime, garsinimą. Čia vis tiek tokie autoriai filmai, kur dažniausiai pagrinde visi su subtitrais išleidžiami, bet jeigu būtų, projektas toks labiau komercinis, orientuotas taip plačiai į kokią nors Vokietijos teritoriją, tai manau patys vokiečiai garsintų.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS D | <p>Iš karto originaliai kurti filmą, kuris yra ne lietuvių kalba?</p> <p>Jo, ta prasme, jeigu filmas yra ne lietuvių kalba, tai tikrai tikrai galima. Tik yra toks dalykas yra tokia sąvoka kaip sudėtingas filmas LKC.</p> <p>Ir toks sudėtingas filmas. Aš dabar negaliu. Neprisimenu tikslaus apibrėžimo, bet tai yra, man atrodo, filmas lietuvių kalba arba gal ten meniškai svarbus. Ir, jeigu nesi tas sudėtingas filmas, nu sakykim, kas būtų vienas pagrindinių kriterijų nu, kad jau esi lietuvių filmas lietuvių kalba. Nu tai jau tikrai esi, jei nesi, tai tavo finansavimo intensyvumą sumažina. Filmas lietuvių kalba arba meniškai vertingas, bet komerciniu požiūriu sudėtingas filmas ir jeigu esi sudėtingas filmas, tavo finansavimo intensyvumas iš valstybės yra devyniasdešimt procentų. Kitu atveju jis yra mažesnis. Ne, nežinau kiek, bet mažesnis, bet esmė, kad jisai gali būti ne lietuvių kalba, bet tada jau prasideda kiti niuansai. Reikia ten apsiginti, kodėl jis ten sudėtingas, o gal jis ir nesudėtingas.</p> |
| INFORMANTAS E | <p>Kiekviena šalis turi savo tradiciją.</p> <p>Jei turi ENG ( natūraliai palei istoriją tinkant ) kalba, turėsi visai kitus rezultatus. Geras pvz filmas Kupė nr. 5 - skandinavų filmas apie tai kaip traukinyje susitinka suomė ir rusas ir abu laužyta ENG kalba filmo metu - filmas autentiškas, unikalus, charekteriai palei šalis, bet kalba tinka visai Europai.</p> <p>Italai viską dubliuoja, FR mėgsta kalbas, nes jiems patinka užsienio kultūros. Kiekvienoje šaly sava tradicija. Dubliažas tinka animacijai, kitur yra svetimkūnio jausmas, auditorijai patinka kas tikra.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS F | Latviai taip darė. Žinau, kad latviai turėjo tokią patirtį, kad jie vis dėlto nusprendė patys dubliuoti, ir jie į tai investavo. Dubliavo angliškai, ir uždirbo, jiems ta investicija atsipirko.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|               | 26. Ar jūsų filmai dalyvauja tarptautiniuose festivaliuose, mugėse ar forumuose (pvz., Berlinale, Cannes, Clermont-Ferrand)?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS A | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS B | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS C | <p>Festivaliai, jeigu jau patenki ten, tai tikrai plačiai, nes jau vien jeigu ten oficialioje programoje, tai praktiškai festivalinė kelionė tai iš karto prasideda gan aktyviai. Čia net ne tokie kaip Kanai, Venecija, Berlynas, bet net tie patys Karlovy Var, sakykime. O dabar startavo Renovacija Gabrielės Urbonaitės tai... Mes be pardavimo agento festivaliui, jau dabar šiai dienai, aš jau nežinau, man atrodo, apie 50 festivalių. Kur labai aktyvus gyvenimas prasideda tiesiog va, po Karlovy Vari. Tai yra labai priklauso matyt kur tu startuoji. Žinoma, nuo filmo priklauso, tai čia nėra garantija, kad, jeigu ten sakykime, čia priklauso vis tiek nuo filmo bet kokiu atveju.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS D | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS E | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS F | Taip                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|               | 27. Kiek šie renginiai, jūsų manymu, prisideda prie filmų eksporto galimybių? Apjungti su 26                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS A |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS B |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS C |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS D | <p>Ta prasme, jeigu tai ir yra svarbus kino festivalis, kažkoks tai manau, kad taip ta prasme yra tiesiog didesnis matomumas. Tai tikrai nereikš, kad ten tas filmas bus mylimas ir rodomas visur ir ten surinks ilgą festivalių sąrašą, bet matomumas tikrai padidėja. Ir atitinkamai yra didesnė tikimybė patekti į daug tų, sakykim festivalių ar būti pakviestam rodyti kine, nežinau, ar dar kažkokiuose privačiuose renginiuose.</p> <p>Aš pati nedalyvavau mugėse su savo jokių projektu tokio formato mugėje.</p> <p>Bet manau, gali tikrai prisidėti tuom, kad yra surandamas platintojos, tiesiog platintojas ir pardavimo agentas. Žodžiu, arba vieta pasaulinei premjerai.</p> <p>Bet gali ir nieko negauti, koks atvažiavai, toks išvažiuoji.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS E |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS F | <p>Jeigu dalyvauja A klasės festivalyje, manau, kad lemia. Bet iš esmės pats platinimas prasideda ar prieš festivalius, kai reikia susirasti pardavimo agentą, o pergalės festivalyje iš esmės prideda papildomų plusų. Bet tas laimėjimas gali ir neturėti jokios naudos, nes tu jau pardavei savo filmą pardavimų agentui.</p> <p>Nes tas būdas, kad pasirodei festivalyje, laimėjai ir tada atsirado tavo filmo pardavimų agentas, labiau veikia tokiems filmams, kurie dirba tik su soft money ir koproduiseriais. Kaip štai pavyzdys filmas "Pilgrimai", kuris pateko į Apple TV. Jeigu ne laimėjimai festivaliuose, nebūtų tikėtina jis patekęs į Apple TV.</p> <p>Ir kartu, patekimas į festivalius, apdovanojimai, jei nepasitarnaus tam filmui, tai gali pasitarnauti kitam to režisieriaus ar prodiuserio filmui, kadangi su savo prieš tai buvusi filmu tu jau buvai pastebėtas, reiškias tu esi kažkuo ypatingas.</p>                                                                                                                   |
|               | 28. Ar jūsų filmai prieinami VoD platformose (Netflix, HBO Max, Arte.tv ir kt.) už Lietuvos ribų?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS A | Taip. Mubi, HBO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| INFORMANTAS B | Na bet, kaip išsakiau, bus vienas, bet tikrai net tokio masto platformose, tai sunku pasakyti.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |



|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS C | <p>Netflixe iš vis buvo pirmas lietuviškas filmas, "xxx" buvo Netflix, o HBO, HBO Europe buvo keli filmai, HBO Baltic praktiškai irgi nemažai, RTL buvo "xxx", taip, tai praktiškai visos platformos. Čia vėlgi susiję su tuo kitu klausimu dėl to matomumo ir kodėl aš sakau, kad viskas kažkuria prasme labai priklauso nuo finansavimo. Jeigu turėtumėm tokį finansavimą, kad vėlgi tu gali palaikyti. Nes talentingų kurėjų mes tikrai turim ne vieną ir ne du, bet kaip juos išreklamuoti, kad jie būtų matomi. Nes dabar mes gyvename tokiu laikotarpiu, kad tiek informacijos, tiek filmų sukurama ir kad kažkaip išsiskirti, bet tai reikia nusiteikti, jeigu, pavyzdžiui, mes metus laiko darytumėm iš to... Sakymas finansuojant tą matomumą, pradedant nuo informacijos, baigiant poto kokiom retrospektyvom, spotlightais kur sakymas ištiesus metus padarai tokią programą kur tikrai nu, tada ir tos pačios platformos, čia viskas susiję. Aš manau kad jau atkreiptų dėmesį, pamatytų, atrastų, nes taip kad jie... Sakyme ta pati Renovacija, kur dabar ką tik Ispanijoje, kur net Gabrielės nebuvo, kuris laimėjo prizą ir kaip geriausias debiutas ir piniginis prizas būtent buvo Ispanų platintojo, o mes pardavimo agento neturime. Pačios ieškoti, siūlyti ispanų platintojams, kad jie išplatintų, nes turim piniginį prizą jiems. Tai tiesiog parodo, kad patys filmai tai taip jie gali pritraukti, bet vėlgi tai reikia sisteminio darbo, ir finansų. Bet kad to pasiekti įmanoma, aš absoliučiai įsitikinęs, kad mes šiais laikais mes turim tikrai ir kokybiškus filmus ir labai skirtingus. Mes galim jų pasiūlyti, nu, ne tiek sakyme, ten super autorinį radikalų. Mes galim ir tokį tam tikriem žiūrovams, bet mes galim ir tokį labiau žiūrovišką, ir net va... Tas pats Rūpintojėlis, ar ne, net ir žanriniai filmai. Taip, kad iš esmės tai ir animacija. Žodžiu, pas mums tikrai yra dabar jau toks platesnis meniu, o tik reikia reikia pinigų tam, kad šiandien tą kažkaip padaryti.</p> |
| INFORMANTAS D | "xxx" yra ARTE TV, buvo "xxx", tada buvo Amerikoje, Argo TV, Moviestar, Ispanija, buvo Japonijoje, Žmonės platformoje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS E | visose išvardintose                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS F | Visos teritorijose                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|               | 29. Kokią dalį jūsų pajamų sudaro užsienio rinkos (procentais)? (Jei tikslaus skaičiaus nurodyti negalite – apytiksliai: mažiau nei 10 %, 10–30 %, 30–50 %, daugiau nei 50 %)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| INFORMANTAS A | iki 30 proc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS B | iki 10 proc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS C | iki 10 proc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS D | <p>Nu bent jau septyniasdešimt penki.</p> <p>Dabar taip kažkaip pagalvojau, viskas iš užsienio ten kažkokių privačių rodymų. Būna parašo tiesiog vat: Sveiki, esam ten lietuvių bendruomenė iš Gran Kanarijos arba ten tiesiog kažkokia Jonišio biblioteka, ten kažkokia mokykla tiesiog parašo. Ar tai ten kino savaitė? T tokie visokie renginiai, kas yra ne festivaliai. Ten tas rodymas, kiek šimtas penkiasdešimt-du šimtai eurų yra vis tiek šortų, kol yra naujas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| INFORMANTAS E | 10—30 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| INFORMANTAS F | Jei tai užsienio kalba, tuomet daugiau nei 50%. Iš esmės taisyklė tokia, kad jei LT kalba 75% Lietuvoje, likusi dalis užsienyje, jei tai angliakalbis, tuomet taisyklė atvirkštinė.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|               | 30. Jeigu dirbate su Lietuvos platintojais, kiek, jūsų manymu, efektyvūs Lietuvos platintojai tarptautiniuose kontekstuose?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS A | Visiškai neefektyvūs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| INFORMANTAS B | Visiškai neefektyvūs.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| INFORMANTAS C | <p>Pas mus visi platintojai ne nacionaliniai,. Bendrai Europos man toks jausmas, kad jie turi visi bendrą, kažkokią ne tai, kad problemą, o kad tai yra tiesiog, kad reikia kažkaip atrodyti, perkrauti sistemą, nes labai sunku pataikyti į žiūrovą (target'ą), labai dažnai būna kai nuvažiuojama stereotipiškai tradiciškai, kas visą laiką nešė tuos pinigus gan garantuotai bet, man atrodo, atsirado nauja karta žiūrovų jaunoje auditorijoje, kur nelabai žino, toks jausmas, kad nei mūsų platintojai, nei užsienio, kokie poreikiai ir toks jausmas, kad mes pribrendom prie to kažkokio, kad sistema reikalauja jau tokio perkrovimo. Kad tie nauji žiūrovai, kad jie visai gali kitokį kiną žiūrėti, pasiruošti, jeigu jiems rodytų, o dabar mes tokiam uždaram rate, viskas kaip sukasi ir neatsiranda galimybės pateikti kitokius filmus arba bent ilgiau jų palaikyti, kad sudominti tą jauną žiūrovą, o man toks jausmas, kad tai yra, tikrai žiūrėtų daugiau tą patį autorinį kiną būtent jauni žmonės. Ta pati ta hollywoodinė produkcija, mes jau patys matome, kad jau labai retai kai būna kokybiška, kad yra irgi tiesiog frustruojama labai stipriai ir jokie biudžetai nepadedą. Man atrodo, net ir rodytas tas pats latvių... Flow. Flow, absoliučiai taigi jis yra nu, toks art house'as, sakyme. Bet jis na, koks bus super sėkmingas ir kino teatruose, ir visur dominavo, tai tas įrodo, kad jau pribrendom prie kažkokio gal gilesnio turinio.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS D | <p>Dar nedirbau, dirbsiu ties pilnu metru, tai tos tokios praktikos iš savo, kaip prodiuserės, dar neturiu, bet tie projektai, prie kurių teko dirbti Lietuvoje, bet užsienyje šiaip man atrodo jiems nieks ir neduodavo llatinimo teisių užsienyje.</p> <p>Duoda Lietuvą arba ten Baltijos šalis platintojui, priklausomai nuo jo, ten irgi tų galimybių ir norų.</p> <p>O visa kita jau apsiima prodiuseris arba ten tarptautinis kažkoks platinimas ir panašiai. Dar aišku, yra kino teatrinis platinimas. Tai vėlgi yra. Žinau, kad ten Lietuvos platintojai jie būna. Yra ir tokių atvejų, kad jie platina tik Lietuvoje ar Baltijos šalyse, bet jiems atiduodamas, VOD teisės ir jau tos ir už Lietuvos ribų ir Baltijos šalių.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS E |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| INFORMANTAS F |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|               | 31. Jūsų manymu, kokios priemonės ar strategijos padėtų didinti Lietuvos kino eksportą?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMANTAS A | LKC didesnis įsitraukimas, nes jie turi galimybę filmus pristatyti plačiau, daugiau kalbėti, ne tik pasistatant standą mugėje, bet ir mezgant ryšius su platintojais, distributoriais ir pan.<br>Taip pat Lietuvos platintojai galėtų domėtis užsienio rinkomis, nes LT platintojai platina filmus tik Lietuvoje.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| INFORMANTAS B | Manau, kad persvarstymas žanrų ir čia apie viską galvojant, apie tą pačią animaciją. Ir gal daugiau dėmesio jai skirti, kuri yra tikrai daug potencialo turintis produktai būti matyti, platinami tarptutinėje rinkoje, nes su animacija gal paprasčiau, nes tau nereikia žinoma aktorių, tu gali turėti gyvūnus, pavyzdžiui. Arba šiaip žanrą galvoti ir kas yra visai gaila, kad kartais kino centro ekspertai yra užsidarę kažkokiom žanriniam kino. Tai vis tiek turi būti tada toksai lengvas žanras, galima taip sakyti. Tai jie visai yra užsidarę, manau, kad tam reikėtų atsinaujinti, nes tai galbūt nepadės, nežinau, bet festivaliai irgi vis daugiau yra daugiau ima žanro, bet tikrai gali padėti kažkur į daugiau parduoti, nes pardavimo agentai ieško žanrų, labai ieško žanrų pastaruoju metu. Ir tada gali galvoti, nebūtinai reikia, kad reikia daryti ne lietuvių kalba, galima daryti lietuvių kalbą, bet to pačiu galima, man atrodo, ir galvoti daugiau tarptautinių istorijų. Ir ieškoti kaip įtraukti galbūt tarptautinių |
| INFORMANTAS C | Vėlgi va čia sukūrimo strategijos ir kur man atrodo toks ką galėtų kino centras suvienyti ir vėlgi pagrindinis dalykas tai yra finansavimas, kad jeigu tai būtų nuosekliai ir aš manau kad per keletą metų galima būtų pasiekti labai gerus rezultatus                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| INFORMANTAS D | Finansavimas didesnis, toks iš tikrųjų, nes vargstame su tais biudžetais. Man atrodo, čia visi pasakys tą patį, nes kainos be proto kyla, personalo tiesiog. Jeigu taip ir toliau, tiesiog ateis ta diena, kai filmų be proto stipriai sumažės, nacionalinį filmų, nes jie nori mažinti biudžetą, jau mažina ir kainos kyla. Tikrai ne krenta, o kyla, tai iš esmės kirs tiek kokybę, tiek motyvaciją. Vargu vakariene darosi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| INFORMANTAS E | Kino aktorių rengimas (dabar turime tik teatro aktorius, o tai kita specifika);<br>Istorijos kuriose natūraliai tiktų ENG kalba;<br>Investavimas į scenaristus, kad būtų unikalaus turinio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| INFORMANTAS F | Tema, žanras, jis turi būti tikrai aktualus.<br>Išimtiniais atvejais gali būti kažkoks nestandartas ir patraukti dėmesį, su kino industrija niekada negali žinoti. Pvz., filmas "Piligrimai", aš nemanau, kad kažkas tikėjosi labai daug, o kokie puikūs rezultatai. Tad reikia būti unikaliam ir rizikuoti arba nerizikuoti, o vadovautis kas populiariu, kai populiariu, kas žiūrima. Jeigu nori didelės auditorijos, tai tu turi būti originalus, bet atliepti vis tiek šiuolaikines tendencijas.<br>Dėl to, kad tiek yra daroma tų filmų, tiek daug gaminama, atrodo jau visomis temomis, ir visais rakursais yra, tai ir negali žinoti, ar kažkas nedaro kažko panašaus tuo pačiu metu kaip tu. Nes taip gali atsitikti, kad tuo pačiu metu išeis kažkas panašaus ir viskas, ir tada jie rinksis, kuri šalis, kokia kalba ir visi kiti niuansai.<br>Tiesiog intuicija turbūt turėtų vesti režisierių ir prodiuserį ir nuspręsti, ar šiandien yra tas laikas daryti tai, ar šiandien mes galime būti sėkmingi su tuo projektu?                  |
|               | 32. Prašome įvertinti, kiek šie veiksniai, jūsų manymu, prisideda prie filmo eksporto sėkmės (1 – visiškai neprisideda; 5 – visiškai prisideda):                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| INFORMANTAS A | Lentelė                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS B | Lentelė                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS C | Taip dabar tai iš vis labai trendi tas elevated žanras. Labai festivaliai ir visi platintojai pardavimo agentai, ką tik Taline. Kiek aš bendravau su pardavimo agentūromis dėl naujo projekto, tai taip tai būtent tas elevated žanras, nu, labai labai sakykim, paklausa, didelė, tai taip.<br>A, taip Tačiau gal ir tas, ir tas turbūt nes kada įgarsim, mes turim vienyty, net nebandim, taip neturim kaip patikrint.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS D | Subtitrai įgarsinimas. Nu bet čia toks kaip pasakyt čia toks techninis dalykas, kur net vertinti gali, kaip yra geriau, taip ir padarai. Nu, man atrodo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| INFORMANTAS E | Lentelė                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| INFORMANTAS F | Lentelė                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |