

Latvijas Universitāte
Sociālo zinātņu fakultāte
Komunikācijas studiju nodaļa

Komunikācijas zinātnes bakalaura
programmas studenta

Kaspara Daugaļa

stud. apl. Nr. Komu 020020

Latvijas kino attīstība – finansu, auditorijas un profesionalitātes aspektā.

bakalaura darbs

Zinātniskais vadītājs

Dr.Hist. Asoc. prof.

Ābrams Kleckins

Ar savu parakstu apliecinu, ka esmu šī
darba autors

.....
(paraksts)

Rīga, 2006

Satura rādītājs

IEVADS	3
<i>Hipotēze</i>	5
<i>Darba uzbūve</i>	5
TEORĒTISKĀ DAĻA.....	7
<i>Nacionālas filmu industrijas īpatnības</i>	7
<i>Rietumu – Austrumu filmu kultūras saplūšana</i>	10
<i>Filmu nozares izmaiņas</i>	18
<i>Dominējošas kino lielvalstis</i>	21
<i>Kino nozīme kultūras procesā</i>	24
<i>Tendences</i>	27
PRAKTISKĀ IZPĒTE	32
LATVIJAS KINO NOZARES PROBLĒMAS	32
<i>Kino finansēšana un politika</i>	32
<i>Kino izplatīšana Latvijā un Eiropā</i>	36
<i>Kino un televīzijas sadarbība</i>	38
<i>Kino institūcija nesekmē attīstību</i>	40
LATVIJAS KINO NOZARES IESPĒJAMĀ ATTĪSTĪBA.....	42
<i>Finansu aspekts</i>	42
<i>Auditorijas aspekts</i>	48
<i>Profesionalitātes aspekts</i>	51
SECINĀJUMI	57
NOBEIGUMS	58
LITERATŪRAS AVOTU SARAKSTS	59
ANOTĀCIJA	61
ANNOTATION	61
PIELIKUMS	62

Ievads

Latvijā kopš neatkarības atgūšanas ir pagājuši vairāk nekā piecpadsmit gadi. Šajā laika posmā kino tiek ražots, bet nav attīstījies kino nepārtraukts ražošanas process. Kino nozare balstās uz entuziasmu, kuram nav perspektīvas. Kino ražošanas process prasa lielus līdzekļus un nopietnu ražošanas bāzi. Problēma kino nozarē lielā mērā saistās ar to, ka nozares attīstībai trūkst stratēģiskā skatījuma. Lai arī valsts piešķirtie līdzekļi kino nozarei nav lieli, arī par šiem esošajiem nav koncepcijas, kā pareizi tos izlietot.

Kino nozare ir būtiska jebkuras nācijas sastāvdaļa, kas pilda gan kultūras, gan politikas, gan arī sociālo funkciju, jo īpaši nozīmīga nozare tā ir tādai valodas lietotāju ziņā mazai valstij, kā Latvija. Kino kā medijs veic kultūras identitātes saglabāšanas uzdevumu, gan savas valsts robežās, gan ārpus tās. Eiropas Savienības kopienā tas pilda vēl kādu funkciju – kultūras dažādības veidošana un uzturēšana. Kino nozares attīstību nereti saista arī ar valsts attīstību, kurā norisinās kino procesi. Darba tēma “Latvijas kino attīstība – finansu, auditorijas un profesionalitātes aspektā” tika izvēlēta, lai detalizētāk būtu iespējams izpētīt un izsekot kino attīstības procesiem un gaitai Latvijā. Darba nosaukumā izvirzītie aspekti - finansu, auditorijas un profesionalitātes – ir trīs ļoti būtiski lielumi, kas veido un iedzīvina kino nozari. Finanšu aspekts ir pamats un sākotnējā bāze, kas kino veido par valsts līmenī nozīmīgu un atbalstāmu procesu. Kino ir viena no dārgākajām mākslas nozarēm, kurai, pildot savu trejādo funkciju, nepieciešams valsts finansiāls atbalsts. Lai kino nozare attīstītos valstī ir jābūt izveidotai un nostiprinātai kino videi. Tas paredz to, ka norisinās nepārtraukta filmu uzņemšana, lai kino profesionālim - sākot ar režisoru un beidzot ar kameras ratiņu stūmēju – būtu nodrošināts nepārtraukts darbs visa gada garumā. Ja valstī nav izveidota kino vide, tad profesionālais kino process ātri vien var sasniegt amatierisma līmeni. Kino vides esamība paredz profesionāļu izaugsmi un attīstību. Lai šāds process norisinātos, ir nepieciešams stabils valsts finansiāls atbalsts procesa nodrošinājumam.

Finansu process darbā tiks aplūkots visplašāk, tā iemesla dēļ, ka tas ir pirmais solis, lai nodrošinātu darbā izvirzīto nākamo aspektu – auditorijas un profesionalitātes – attīstību un pilnveidošanos.

Auditorijas aspekts ir nozīmīgs kino procesā, tāpēc, ka filmas tiek veidotas skatītājam. Tātad lielā mērā kino apmierina un realizē skatītāju vēlmes. Bet nacionālais kino pēc būtības atšķiras no komerckino, jo tas nav veidots ar iecerīgu peļņu. Nacionālā kino uzdevums ir sniegt izglītojošu kultūras un nacionālās idejas saglabāšanas artavu. Līdz ar to jārod smalka robeža starp auditorijas vēlmju apmierināšanu un kultūras un sociālā ziņojuma sniegšanu. Šo iemeslu dēļ skatītājs ir jā sagatavo un jāizglīto nacionālā kino produktam. Darbā tiks aplūkoti iespējamie veidi, kā izglītot un sagatavot skatītāju latviešu filmām. Izglītošanas process nepieciešams, jo latviešu nacionālais kino sniedz pilnīgi citu pārdzīvojumu un filmas ritmu, atšķirībā no komercproduktu piedāvātā. Lai arī nacionālais kino atšķiras no pasaules, jo īpaši Amerikas, kino valodas, cīņa par auditoriju norisinās tik pat spraigi.

Trešais aspekts – profesionalitāte, ir kino nozares radošais virzītājspēks, kas ļoti cieši saistās ar abiem darbā aplūkojamiem kino aspektiem. Profesionalitāte saistās gan ar izglītības jautājumiem, gan arī ar to, kā tālāk izmatot iegūto izglītību. Problēmas rodas ne tikai izglītības iegūšanā un kvalitātē, bet arī, kā profesionālo izglītību tālā izmantot kino jomā, ja Latvijas kino process tiek deformēts līdz amatierisma līmenim. Un šis būtiskais jautājums ir vistiešākā saskarē ar finanšu aspektu – jau minētais kino vides trūkums.

Šis bakalaura darbs ir pirmais posms kino nozares stratēģijas izveidē. Apkopti nozares speciālistu viedokļi un vērtējumi par iespējamo kino jomas attīstīšanu Latvijā. Aptaujāto nozares speciālistu viedokļi vēsta par esošajām problēmām, kā arī par to kā varētu risināt šīs problēmas. Šādu viedokļu apkopošana un strukturēšana ir pirmais nozīmīgais solis kino stratēģijas izstrādei. Nākamais solis šādas stratēģijas izstrādē būtu sīka analīze par katru gadu kino nozarē Latvijā, pēc kura vadoties būtu jāizstrādā Latvijas nacionālā kino nozares mārketinga un menedžmenta stratēģija, kas atbildētu uz jautājumiem - Kā organizēt kino nozari? Kā lietderīgi tērēt paredzētos līdzekļus? Kā radīt interesi iesaistīties privātajam biznesam kino? Kā Latvijas kino iekļauties Eiropas kino kontekstā?

Viens no veismīgākajiem variantiem Latvijas kino nozares stratēģijas izstrādē būtu piesaistīt ārvalstu mārketinga un menedžmenta speciālistus. Būtiski,

ka izstrādājot nozares stratēģiju, līdztekus mārketinga un menedžmenta elementiem vienlīdz svarīgs ir arī kultūras elements.

Hipotēze

Darba izstrādes sākotnējā posmā izvirzīta hipotēze ir: **Latvijas kino procesu lēnais temps pagaidām nenodrošina kino attīstības procesu.**

Darba gaitā tiks noskaidrots, vai Latvijas filmu nozarē notiekošās pārmaiņas, atbilsts nozares vēlamās izaugsmes vajadzībām. Nozares attīstību iespējams nodrošināt ar finansiālo pieaugumu, kas balstās uz ilgpējīgas stratēģijas izstrādi.

Darba gaitā iegūts Latvijas kino attīstības stratēģijas uzmetums, kam galu galā jākļūst par pamatu nozares attīstības tālākai plānošanai. Savukārt šis stratēģijas melnraksts ir izmantots darbā, pētot kopsakarības ar stratēģijā iestrādātajiem attīstības virzieniem un nozares profesionāļu viedokli, kas apkopots izpētes daļā.

Darba uzbūve

Teorētiskajā daļā apkopota Eiropas kino pieredze, iezīmējot arī Amerikas kino kultūras diametrāli pretējo kino valodu un nozares uzbūvi. Aplūkoti gan teorētiski uzskati par finansējuma mehānismu Eiropas kontekstā, gan filmu distribūcijas un izplatīšanas procesiem. Nozīme pievērsta arī kopražojumu modeļa teorētiskam aprakstam. Teorētiskajā daļā iezīmētā Eiropas pieredze un rīcības mehānismi vistiešākajā veidā skar arī Latvijas situāciju. Aplūkota arī kino nozīme gan komunikāciju, gan kultūras procesu mijiedarbībā.

Būtiski, ka Latvijas kino nozare netiek pētīta teorētiskajā līmenī, galvenokārt sastopami ļoti vispārīgi un nekonkrēti apraksti. Savukārt Latvijā citu Eiropas valstu teorētiskie izdevumi galvenokārt sastopami elektroniskajā vidē. Teorētisko pētījumu trūkums arī apliecina, ka filmu nozares attīstība Latvijā lielā mērā norisinās stihiski.

Praktiskās izpētes daļa sakārtota divos informatīvajos blokos. Pirmais veidots tā, lai tiktu iezīmētas galvenās problēmas kino nozarē Latvijā. Visas problēmas izvirza nozares pārstāvji, kuri ar kino jomu ir šobrīd vai bijuši saistīti profesionālajā nozīmē gan filmu ražošanas procesā, gan procesa uzraudzības

instancēs. Savukārt otrā sadaļa veltīta attīstības procesu, to problēmu apzināšanai. Lai arī darba galvenais uzsvars tiek likts tieši uz finanšu aspektu, problēmu risinājumu blokā izdalīti šie aspekti atsevišķi un aplūkota to attīstība, nezaudējot savstarpējo saistību. Attīstības tendences tiek saistītas ar kino nozares attīstības stratēģijas melnrakstu.

Darba zinātniski pētnieciskajā daļā izmantotā pētniecības metode ir atvērtās jeb nestrukturētās intervijas. Šāda veida intervijas parasti piedāvā respondentam, ja tiek pētīts temats vai jautājums vispārīgi, lūdzot respondentu par to izteikties. Šāda tipa intervija var likties gandrīz līdzīga sarunai, izņēmums ir vienīgi apstākļi, ka intervētājs uzdod daudz jautājumu, kas nodrošina noteiktas pakāpes vadītu mijiedarbību. Par vienu un to pašu izziņas priekšmetu uzdotie jautājumi var būtiski atšķirties dažādās intervijās.[..] Nestrukturēto interviju dati ir respondentu apgalvojumi.¹

Darbam pievienoti četri pielikumi – kino nozares stratēģijas melnraksts; statistika par Latvijas dalību starptautiskajos filmu festivālos laika posmā no 2003. līdz 2005.gadam; Latvijas kino būtiskākie notikumi no 1895. līdz 2005.gadam; filmu reitingu tabula Latvijas televīziju kanālos, laika periods - 2005.gada marts.

¹ Kroplijs, A, Raščevska, M. Kvalitatīvās Pētniecības Metodes Sociālajās Zinātnēs. Rīga: Raka, 2004. 97.-98. lpp.

Teorētiskā daļa

Nacionālas filmu industrijas īpatnības

Eiropas kino pēc būtības atšķiras no Holivudas kino ar to, ka Eiropā ražotās filmas ir veidotas kā mākslas darbs, bet Holivudā ražoto filmu galvenais mērķis ir radīt produktu, ar kuru iespējams pelnīt naudu, tā visa pamatā ir labi attīstīts distribūcijas process. Bet arī Eiropā ražotajām filmām būtiska nozīme ir to veiksmīgi starp nāciju cirkulācijai.

Kino rakstura un koncepcijas atšķirības, kuras valda starp Eiropu un ASV, ir veidojušās teju gadsimta garumā. Ar komercteleviziju attīstību, divdesmitā gadsimta astoņdesmitajos gados, kad notika nacionālo televīziju monopolu atcelšana, ASV hegemonija ir ieguvusi vēl stabilāku lomu filmu demonstrēšanas tirgū. Audiovizuālā industrija ir viens no sektoriem, kur ASV veido mazumtirdzniecības pārpalikumu. Šī pozīcija ir ne tikai ASV privāto kompāniju interese, bet arī viena no valdības nacionālajām prioritātēm.¹

Savukārt nacionālo filmu industrijas attīstības modelis galvenokārt balstās uz subsīdiu vai dotāciju pamatu. Kino nozarē parādās tendence, ka nacionālās kino industrijas daļēji tiek attīstītas pēc komerckino izaugsmes parauga. Šajā apstākļi rodas konflikti starp nacionālo kino galvenajiem dotētājiem – valsti un nozares pārstāvjiem, kuri nevēlas komercializēt nacionālās kino nozares. Nacionālās filmu industrijas ir izveidotas ar priekšnosacījumu, kuras mērķis ir turpināt producēt savus stāstus savai auditorijai. Tā ir kā kultūras saglabāšanas forma, pretstatā globalizācijas procesiem.²

Eiropas kino, izvirzot par vienu no galvenajiem mērķiem sasniegt ikvienu Eiropas tirgu, kur kultūras produkti un pakalpojumi darbotos bez ierobežojumiem, bija nepieciešams definēt nacionālo filmu ideju. Pirmo *Eiropas filmas* definējumu sniedza Eiropas Padomes Direktīvs 1963. gada 15. oktobrī. Šajā laika posmā liela daļa Eiropas valstis noslēdza divpusējus kopražojuma līgumus. Kinematogrāfu

¹ Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. Internetā. (2006.08.02) http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

² Turner, Greame, Routedge (ed.). *The Film Cultures Reader*. London and New York, 2002. 135. p.

kopražojumu asimilācija notika uz filmu bāzes, kas veidotas ar kopražojumu līgumu starpniecību. Nacionālajā līmenī filmas nacionalitātes koncepts bieži vien ir saistīts ar filmu biznesa finansiālajiem aspektiem.¹

No ekonomiskā viedokļa nozares, kas tiek subsidētas, ir uzskatāmas par konkurēt nespējīgām. Teorētiski visiem tirgus dalībniekiem ir jābūt vienādām konkurences iespējām. Bet nacionālo filmu nozares specifika diktē savus noteikumus, kas paredz valsts subsīdijas un atbalstu, jo tas ir stabils garants nacionālo filmu ražošanai.² Savukārt nacionālo filmu produkcija ir nepieciešama nacionālās identitātes saglabāšanas procesā.

Nacionālo un reģionālo tirgus attīstības procesā radās lielās TV kompānijas, kas ekonomisko lauku daļa savā starpā, neļaujot tirgū ienākt jauniem dalībniekiem. No vienas puses tirgū ir vajadzīgs noteikts skaits spēcīgu dalībnieku, kas attīstās, radot labvēlīgu ekonomisko vidi. No otras puses tirgus monopolizācija spēcīgi kavē konkurences attīstību.³

Filmas nacionalitātes nozīmība ir atkarīga no tā, cik lielā mērā un kādā veidā valsts atbalsta filmu industriju - subsīdijas, aizdevumi, kredīti, nodokļu atvieglojumi, obligātais ieguldījums filmu un programmu ražošanā. Filmas nacionalitātes koncepts tiek aplūkots kā posms starp filmu, kultūru un valsts ekonomiku.⁴

Ideoloģiskā bāze balstās uz viedokli, kas uzsver mazumtirdzniecības un rūpniecības politikas attīstīšanu, attīstot filmu industriju kā ražojošu nozari, kura nodrošina vietējo tirgu ar produktiem vai arī gūst reālu peļņu vai rada potenciālu iespēju to iegūt. Šis viedoklis tiek papildināts ar argumentiem, kas skar nodarbinātību, profesionālo prasmju un reģionālās rūpniecības attīstīšanu. Galvenā ideja minētajai nostājai ir - kino nozari iespējams piemērot jebkurai citai ražošanas sfērai, filmu ražošanu aizstājot ar jebkuru cita veida ražošanu vai servisa

¹ Gyory, Michel. *Making and Distributing Films in Europe*. Sk. internetā (2006.01.02)
http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/natfilm.html

² Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā. (2006.08.02)
http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

³ Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā. (2006.08.02)
http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

⁴ Gyory, Michel. *Making and Distributing Films in Europe*. Sk. internetā (2006.01.02)
http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/natfilm.html

nodrošināšanu. Šāda shēma paredz ne tikai dotācijas no nodokļu maksātāju naudas, bet veicina gan privāto līdzekļu piesaisti, gan arī biznesa infrastruktūras un profesionālo zināšanu attīstību.¹

Šī tendence attīstījās periodā, kad Eiropas valstu prioritāte bija suverēnās nācijas valsts attīstība, kam sekoja nacionālās identitātes, valodas un kultūras uzsvēršana. Tas tika īstenots un saglabāts ar vienotas politikas palīdzību, ar uzsvāru par nacionālās vienotības ideju. Šādas korekcijas nacionālās idejas nostājā radīja liberalizācija, globalizācija un tirgus ekonomikas attīstība.²

¹ Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā. (2006.08.02) http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

² Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā. (2006.08.02) http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

Rietumu – Austrumu filmu kultūras saplūšana

Komunikāciju procesu attīstība ir aizvien jaunu un modificētu komunikācijas instrumentu pielietošana un jau esošo uzlabošana. Apvienojot visdažādākos komunikācijas procesus, tie kļūst globāli un visaptveroši. Kino attīstība un tā radītie komunikācijas procesi ir ļoti nozīmīgi gan lokālā, gan globālā mērogā.

Kino gan mākslas, gan arī komunikācijas izpratnē nevar ne attīstīties, ne izdzīvot, nerēķinoties ar auditoriju, tādēļ būtiski ir izprast auditorijas – kino patērētāju domāšanu un vajadzības.¹ Lai gan politiskās aktivitātes ārpus nacionālajām robežām ir eksistējušas gadsimtiem, tomēr globalizāciju jāskata arī kā citādāku attīstību. Bieži tiek uzsvērts, ka darbības, kas saistītas ar globalizāciju ir labāk un apdomīgāk organizētas, nekā tikai notikums uz globālās skalas. Bieži notikums ietver kādu savstarpējās atkarības pakāpi.²

Audiovizuālo mediju loma mūsdienu Eiropā gan austrumu, gan rietumu vidē, ir ļoti nozīmīga un bez tās būs grūti turpmākās attīstības kontekstā radīt pārrobežu ekonomisko un politisko sadarbību, ja komunikācijas un informācijas plūsma starp nācijām būs vāja. Nostiprināta sadarbība audiovizuālajā sfērā, liek pamatus ilgstošam sadarbības ciklam citās valstiski svarīgās nozarēs.³

Eiropa informācijas un kultūras vienotības kontekstā ir kļuvusi vienota jau krietni vairāk kā desmit gadus, tādēļ ir svarīgi saprast, cik sekmīgi Austrumeiropas kinoteātris ir integrējies jaunās Eiropas kultūras industrijā.⁴

Šādā veidā Eiropas nācijas gūst pieredzi, veidojas labāka sadarbība, līdz ar to tiek sekmēta informācijas cirkulācija no vienas valsts uz citu, tas sekmē arī

¹ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham, 2000. 115 p.

² Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 62 p.

³ Traschys, Daniel. Transparency in the Media Sector Enhances Democracy. Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

⁴ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 517p.

savstarpējās saprašanās, tolerances procesus, ka arī veicina ikdienas komunikācijas nostiprināšanos starp Austrumeiropu un Rietumeiropu.¹

Austrumeiropas filmu nozare 1990 gadu sākumā bija pakļauta valsts iekārtas maiņai, kas tieši skāra kino nozares finansēšanas procesus. Sadrumstalatā ražošana izraisīja daudzu filmu veidotāju radošo krīzi. Radās negodīga konkurence, padziļinājās paaudžu plaisa, iestājās pagrimums pilnmetrāžas mākslas filmās, dokumentālajā kino un animācijas filmu nozarē. Visai produkcijai, kas bija ar Austrumeiropas etiķeti, bija krīze realizācijā un izrādīšanā. 1990 gadu beigās norisinājās normalizēšanas process. Pārmaiņu laikā kopražojumu projektu loma bija ļoti svarīga Austrumeiropas filmu industrijas attīstībai.²

Filmu māksla ir viena no dārgākajām mākslām, to ražošanas procesam ir nepieciešamas apjomīgas investīcijas. Eiropas valstīs tiek aktivizēta prakse, ka vietējās raidsabiedrības iesaistās filmu ražošanā ar finansiālu atbalstu, tomēr raidsabiedrības nespēj segt visas ražošanas izmaksas.³

Raidsabiedrība, investējot filmas ražošanas procesā līdzekļus, vēlas iegūt pēc iespējas lielāku raidlaiku un īpašas tiesības filmas lietošanā. Citi investori, piemēram, bankas, vēlas ātru kapitāla atgūšanu un daļu no filmas peļņas. Izplatītāji vēlas piekļuvi maksimāli daudziem izplatīšanas laukiem un distribūcijas tiesību brīvību. Visbeidzot, ražotāji vēlas neatkarību filmas tapšanas procesā.⁴

Vēsturiski filmu kopražojumu projekti attīstījās kā atrisinājums finansējuma nodrošināšanai lielbudžeta filmām, kuras tika ražotas mazajās valstīs. Finansēšanas avotu apvienošana kopējā fondā ir galvenais iemesls lielajam kopražojumu skaitam. Bieži vietējās pārejas procesā subsīdijas tika samazinātas, vai tās pat neeksistēja un tikai piesaistītie ārzemju līdzekļi deva iespēju veidot filmas. Turklāt vairāku Austrumeiropas valstu jaunais nacionālais filmu finansēšanas mehānisms ir

¹ Trachys, Daniel. *Transparency in the Media Sector Enhances Democracy*. Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 517p.

³ Strover, Sharon. *Financing Production in Europe: a Changing Market Place*. Sk. internetā (2006. 10.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en

⁴ Strover, Sharon. *Financing Production in Europe: a Changing Market Place*. Sk. internetā (2006. 10.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en

veidots balstoties uz ārvalstu subsīdiju bāzes, jo, ja industrija spēj piesaistīt ārvalstu finansējumu, tā gūs līdzekļus arī savā valstī.¹

Iemesls kopražojumu projektu attīstībai nav meklējams tikai finansējuma iegūšanā. Austrumeiropas filmu veidotājiem rietumi kļuva par kāroto partneri, iemesli saistījās gan ar politiku, gan ekonomiku. Ekonomikas nozīmē atšķirība starp Rietumeiropas kapitālistisko ekonomiku un Austrumeiropas pārejošo ekonomiku tika skaidrotas ar blēdīgā un nabagā attiecībām. Finansēm vajadzēja paturēt sekundārās ekonomikas sektoru. Politiskā pārorientēšanās uz rietumiem bija Austrumeiropas valstu galvenais dienas kārtības uzdevums, un sadarbība ar rietumu partneriem bija nepieciešama.²

Nepastāvība Austrumeiropas kinoteātros sakrita ar nedrošības periodu Rietumeiropas kinoteātru politikā, kas saistījās ar pieaugošās antiamerikāniskās produkcijas parādīšanos. Līdz ar Holivudas sērijveida produkcijas triumfu visā Eiropā, tika nodibinātas tādas finansēšanas organizācijas kā *Media* un *Eurimages*. Notika stingra Austrumeiropas kinoteātru pār-integrācija ar mērķi stiprināt Eiropas filmu veidošanu, tika formēts jauns audiovizuālās sfēras darbības plāns.³

Veiksmīgais veids, kādā ir izveidota filmu finansēšana politika Rietumeiropā, filmu veidotājus no Austrumeiropas mudina migrēt uz rietumu valstīm. Cilvēku pārvietošanās no vienas valsts uz otru arvien vairāk kļūst par galveno aspektu mūsdienu kopražojuma kultūras procesu attīstībā un austrumeiropiešu nostiprināšanās procesam rietumos, kļūst par radošā imperatīvu.⁴

Šobrīd subsīdiju finansējumus filmu tapšanas procesā ir būtisks garants, ka filma tiks labi realizēta internacionālajā tirgū, bet šāda veida garants nebija sagaidāms Eiropas filmu tirgū 1990. gadu sākumā. Augošā interese par komerckino izrādēm mainīja finansēšanas politiku. Jaunā filmu politika radīja skaidru dalījumu starp jaunajiem filmu veidotājiem no Austrumeiropas, kas saskārās ar ierobežotām

¹ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 517p.

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 518p.

³ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 518p.

⁴ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 518p.

iespējām, un starptautiski slaveniem filmu veidotājiem, kuru darbs bija atvieglots ar īpaši noslēgtu līgumu starpniecību. Dalījums starp šīm divām kategorijām vēl joprojām ir neskaidrs, bet notiek attīstības process, kura rezultātā palielinās iespējas filmu izplatīšanas loka paplašināšanai.¹

Jaunākās izmaiņas *Eurimages* finansēšanas noteikumos saistītas ar tirgus mehānisma sakārtošanu un procesa atvieglošanu. Agrāk *Eurimages* visiem finansēšanas projektiem bija tikai viens konkurss. Kopš 2000. gada līdzekļi tiek sadalīti divos virzienos – pirmais tiek filmām, kurām ir potenciāls aptvert plašu tirgu, bet otrais virziens paredzēts filmām, kas atspoguļo Eiropas kultūras dažādību. Ja vienā konkursā filma neiegūst finansējumu, otrā projektu konkursā piedalīties nav iespējams. Atbilstība kritērijiem ir cieši saistīta ar tālākajām izredzēm veiksmīgi iesaistīties tirgū. Projekti tiek vērtēti pēc dažādiem kritērijiem, piemēram, projekta potenciāls, pārdošanas izredzes, kādā apjomā un cik kvalitatīvi varēs veikt izplatīšanu, kā arī būtiska ir producenta un režisora pieredze. Svarīgi, lai projekta pieteikšanas brīdī būtu pārdošanas plāns un izplatīšanas, realizācijas saistības vismaz ar trijām valstīm.²

Kopražojuma līgums ir veiksmīgs instruments, ar kura palīdzību iespējams vieglāk iegūt starptautisko fondu atbalstu. Tas var notikt ar tādu Eiropas Savienībā eksistējošu fondu atbalstu, kā piemēram, *Media Pluss*, *Media II* vai arī *Eurimages* atbalsta programmu.³

Jaunais finansēšanas mehānisms tendēts tieši pieredzējušu režisoru un producentu filmu projektu atbalstīšanā. Praksē tas nozīmē, ka vairāk tiek atbalstītas valstis, kurās ir labi attīstītas kino tradīcijas. Piemēram, projektiem no Francijas, Itālijas vai Spānijas ir lielākas iespējas iegūt plašāku tirgu nekā projektiem no Rumānijas vai Slovākijas, kuras ir mazākas un pasaulei ne tik atpazīstams kino rokraksts.⁴ Austrumeiropas producentiem ir vēl kāda iespēja veidot kopražojumus. Tas ir veidot internacionālus kopražojumus, kuru daļēji finansē vietējie uzņēmumi,

¹ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 523p.

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 523p.

³ Strover, Sharon. *Financing Production in Europe: a Changing Market Place*. Sk. Internetā (2006.10.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en

⁴ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 525p.

taču tas ir sarežģītāks ceļš, jo vispirms jāiegūst atbalsts tieši no vietējo finansētāju puses.¹

Nacionālās un reģionālās atbalsta programmas veicina filmu ražošanu, iesaistoties finansēšanas procesā. Kopražojumu un valdības atbalsta programmas arī ir veiksmīgs sadarbības modelis filmu finansēšanas procesā, kas sekmē privāto finansu investīciju piesaisti. Piemēram, bankas un citi finansu avoti izmanto komplekta garantijas, lai mazinātu finansiālo risku. Garantijas paredz filmu piegādi noteiktā laikā, kā arī nodokļu atlaides. Šādi apstākļi ir sasītoši privātkapitālu piesaīstei.

Mūsdienās migrācija no Austrumeiropas uz Rietumiem nav tik ļoti saistīta ar radošo brīvību, bet gan tieši ar finansiālo izdevīgumu. Agrāk filmu producenti migrēja ierobežotās radošās brīvības dēļ. Notiek Austrumeiropas filmu producentu nostiprināšanās rietumos, iegūstot pastāvīgās dzīvesvietas atļaujas vai pilsonības. Šāda kārtība sniedz reālākas iespējas iegūt finansējumu, vismaz daudz lielākas iespējas nekā tad, ja dzīvojot Austrumos vēlētos iegūt Rietumu līdzekļus.²

Šobrīd filmu producentu migrācija ir tik intensīva, kā vēl nekad iepriekšējos gados. Ir daudz starptautisku finansējumu avotu, kas liek producentiem strādāt internacionāli. Pieredze rāda, ka daudzi filmu producenti strādā gan savā dzimtajā zemē, gan ārzemēs. Migrācija liek pārvērtēt piederību un uzticēšanos nacionālajai kultūrai. Būt transnacionālam nozīmē piederēt rietumiem.³

Eiropā iepriekšējos desmit gados audiovizuālajā ražošanā ieviesti jauni finansēšanas mehānismi un sadarbības partneru modeļi. Nozīmīga loma finansēšanā ir privātā sektora investīcijām. Kopražojumu projekti ir būtiski, jo tie apmierina plašākas auditorijas intereses, nekā nacionālie produkti. Nacionālās un reģionālās atbalsta programmas var ietekmēt privāto ražotāju motivāciju un

¹ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 525p.

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 526p.

³ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 526p.

realizāciju, un šīm programmām ir jārada akomodācija starp ražošanas un kultūras vajadzībām, ar producentu starpniecību, lai radītu spēcīgu kino vidi.¹

Līdzīga situācija vērojama arī Ziemeļvalstīs, kur skandināvu producenti strādā ar Baltijas valstu producentiem. Lai gan zviedru producenti gausi veido kopprojektus ar Baltijas reģiona valstīm, tomēr situācija uzlabojas, izveidojot Ziemeļvalstu Filmu organizāciju, kas rada plašākas iespējas sadarbībai un kopražojumiem šajā reģionā.²

Austrumeiropas valstis 1990 gadu sākumā bija saistītas ar aktīvām kultūras pārmaiņām un tieši filmu ražošanu pārmaiņas skāra visintensīvāk. Vienas valsts režisori, aktieri un kinematogrāfi bieži bija iesaistīti kādā projektā, kas tika veidots citā valstī. Tika noslēgti abpusēji līgumi kino jomā, starp dažādām kino organizācijām, kas sekmēja ražošanas un izplatīšanas procesus Eiropā. Rezultātā gandrīz katram Austrumeiropas filmas projektam tika dota garantija, ka tas tiks izrādīts ārpus Austrumeiropas robežām.³

Attīstoties tendencei, ka pieaug filmu ražošanas un izplatīšanas izmaksas, attīstās arī Amerikas filmu dominante pasaules tirgū, jo tikai vadošas filmu kompānijas spēj nodrošināt veiksmīgas izplatīšanas kampaņas starptautiskajā arēnā. Amerikas filmu kompānijas nemainīgi saglabā līderpozīcijas šajā tirgū, un tikai dažas valstis ir spējīgas iekarot starptautisko filmu tirgu ar nelielu filmu klāstu. Pat salīdzinoši spēcīgais britu tirgus ir spējīgs strādāt ar minimālu skaitu lokālā līmenī ražoto filmu, sekmīgi izplatot tās starptautiskā mērogā. Līdz ar to nesamērīgais finansiālais sadalījuma balanss starp ražošanas un izplatīšanas izmaksām, rada barjeru un grūtības ar filmu pelnīt adekvāti Amerikas tirgus vērienam, kā arī ar savu produktu iekļūt tajā. Iespējamais veids, kā strādāt ar līdzīgu finansiālo vērienu ir gūstot vietējo nozīmīgo filmu izplatītāju atbalstu.⁴

Tādēļ liela nozīme sadarbības un kino starpvalstu attīstības procesa vecināšanā Eiropā bija jau minētajai atbalsta programmai *Eurimages*. Pēc 1989.

¹ Stover, Sharon. *Financing Production in Europe: a Changing Market Place*. Sk. internetā (2006.10.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 529p.

³ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 527p.

⁴ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 10 p.

gada lielākā daļa no sakariem Austrumeiropas valstu starpā zuda, bet strauji auga interese par sadarbības iespējām ar rietumiem. Šis process sakrita ar laiku, kad tika izveidots jauns finansēšanas mehānisms Eiropā - *Eurimages*, kur daudzas Austrumeiropas valstis pievienojās pēc 1990. gada. *Eurimages* tika radīts ar mērķi veidot plašākas integrācijas iespējas starp Rietumeiropas un pārējām Eiropas valstīm. ¹ *Euromages* pastāv vairāk kā desmit gadus, tās pastāvēšanas laikā organizācija atbalstījusi vairāk kā 400 projektu. Pēc vairāk kā desmit gadu pastāvēšanas norisinās izvērtēšana, vai organizācija palīdzējusi mazināt plaisu starp austrumiem un rietumiem kino jomā. Filmu projektu atskaites liecina, ka *Eurimages* veiksmīgi sekmējusi Eiropas jauno valstu integrāciju tieši kultūras jomā. ²

Eurimages programmas specifika paredz, ka izplatīšana nav saistīta ar producēšanu. Atbalstu, kas saistīts ar izplatīšanu un realizāciju, nesaņem visas dalībvalstis. Mehānisms paredz, ka atbalstu iegūst tikai tās valstis, kuras nesaņem atbalstu no Eiropas Savienības *Media* programmas. *Eurimages* organizācijā ir 25 dalībvalstis un tikai astoņas (pārsvarā Austrumeiropas valstis) ir piemērotas, lai *Eurimages* atbalstītu šo valstu filmu izplatīšanu. Pārējās valstis var pieteikties izplatīšanas finansējumam, ja filmas kopražojums ir saistīta ar kādu no šīm astoņām valstīm. ³

Viens no svarīgākajiem izplatīšanas programmas noteikumiem ir, ka neviens izplatītājs nedrīkst pieteikties uz finansējumu filmas izplatīšanai savā valstī. *Eurimages* administratori uzskata, ka filmu veidotājiem vismaz savā valstī noteikti ir iespējas nodrošināt filmas realizāciju. Tā rezultātā, daudzas filmas nekad nerasniedz savu partneru valsts robežas. Šāda situācija vērojama mazo valstu producentiem, tāpēc mazo filmu industriju valstis, nekad nekļūst par daļu no savas valsts nacionālās kino kultūras.

Eurimages vēl paredz, ka ir neloģiski dot papildu finansējumu filmu izplatīšanai, ja jau ir sniegts atbalsts tās režijai. Ja filmu producenti paši nevar

¹ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 527p.

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 528p.

³ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 530p.

nodrošināt realizāciju bez *Eurimages* atbalsta, tad iespējams filmas nav pietiekami labas, lai vispār tiktu izplatītas. Līdzekļi tiek piešķirti filmu projektiem, kuri jau ir piesaistījušas internacionālu interesi.¹

Nacionālās filmas, kuras tiek producētas ar internacionālo finansējumu, kļūst par nacionālo skandālu, jo tiek zaudētas nacionālās iezīmes. Par šo jautājumu notikušas diskusijas starptautiskajā mērogā. Nacionālo filmu skaits, kurās ir grūti noteikt to piederību, palielinās, taču tā nav raksturīga iezīme Austrumeiropas projektos – šeit parādās stigrī izteiktas nacionālās filmu industrijas iezīmes.

Filmu veidošanas process vairs nav ierobežots, to var attīstīt arī ārpus savas valsts robežām, popularizējot nacionālās kultūras īpatnības. Nacionālās filmas arvien vairāk sevi pierādīs un attīstīs audiovizuālajā sfērā, piedaloties festivālos, saņemot godalgas. Austrumeiropas valstu projekti tiek arvien vairāk nodoti izskatīšanai, lai saņemtu atbalstu. Kopražojumos visspēcīgākie ir tieši jaunie producenti, tomēr pagaidām to aktivitāte nav pietiekoši izteikta.²

¹ Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 532p.

² Irdanova, Dian. *Feature filmmaking within the New Europe*. UK: University of Leicester, 2002. 534p.

Filmu nozares izmaiņas

Kino kā produkts atšķiras skatīšanās nozīmē no kino teātra un no televīzijas. Pirmkārt, auditorijas apjomi ir atšķirīgi. Otrkārt filmas kinoteātrī skatās tumsā uz liela ekrāna, skatītājs ieņem daļēji publisko un daļēji privāto telpu, cerot neredzēt citu cilvēku reakciju. Būtisku nozīmi ieņem arī vēlme rast fantāzijas un iztēles prieku.¹ Filmu skatīšanās procesā izraisītā fantāzija un kopsakarības ar filmu mākslu pēta psihoanalīzes speciālisti.

Mākslas filmu uzplaukums un diženums, kas bāzējas rietumu kultūrā, meklējams trīsdesmitajos gados, turpinot savu attīstības ceļu arī šodien. Bet realitātē izmaiņas kopš trīsdesmitajiem gadiem un šodien ir notikusi – deviņdesmitajos gados. Ir nostabilizējusies tendence straujam filmu auditorijas pieaugumam tā iemesla dēļ, ka pieaug ekrānu skaits. Šobrīd populārs kinoteātris ļoti atšķiras no tā, kāds tas bija trīsdesmitajos gados. Pašreizējā situācijā reti filmas tiek piedāvātas kā atsevišķs produkts vai prece. Visbiežāk tas ir preču komplekts.² Šis preču un dažādo priekšmetu, suvenīru komplekts tiek dēvēts par merčendaizingu, kas veido ļoti būtisku ieņēmumu daļu no katras filmas finansiālās peļņas, eksperti aprēķinājuši, ka veiksmīga mārketinga apstākļos tie varētu būt ap 25 procentiem no kopējiem filmas ieņēmumiem.

Izmaiņas, kopš trīsdesmitajiem gadiem norisinājušās arī filmu skatīšanas paradumiem – došanās uz kinoteātri vēl joprojām ir notikums, taču tas nav atsevišķs notikums. Vēl pirms kāda laika rietumu valstīs notika straujš filmu auditorijas kritums. Galvenie iemesli tam bija kabeļtelevīzijas nostiprināšanas un ienākšana masu kultūrā, kā arī video magnetofonu izmantošana mājas apstākļos, datora izmantošana brīvā laika pavadīšanai. Minētie apstākļi radīja milzu konkurences apstākļus filmu nozarei multimediju tirgū. Tā kā filmu producenti

¹ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 139 p.

² Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 6 p.

praktiski konkurēja šajā tirgū ar izmirstošu produktu, iepretim visiem jaunajiem produktiem, bija jāveic izmaiņas filmu industrijā.¹

Pirmkārt, kino industrija koncentrējās uz saviem iekšējiem resursiem, liekot uzsvāru uz tā sauktajiem grāvējiem. Ar agresīva mārketinga palīdzību tika aktivizētas un popularizētas lielbudžeta filmas ar augstām ražošanas izmaksām – lielas filmu *zvaigznes*, masu filmu kopiju ražošana, tirdzniecība un pieaugoša dārgu specefektu izmantošana - radīja iespaidīgu publicitāti un pārdošanas rādītāju kāpumu filmām, kas bija ne īpaši oriģinālas un interesantas.²

Taču deviņdesmito gadu beigas zīmīgas ar to, ka iepriekš minētie mārketinga instrumenti negūst tik lielu atbalstu kā deviņdesmito gadu sākumā. Neskaitāmi filmu projekti ar augstām filmu ražošanas izmaksām – labi atmaksātām filmu zvaigznēm, dārgiem specefektiem, vai arī jaunu filmu veidošana uz labi zināmu motīvu un tēlu bāzes, cieta smagu sakāvi. Šo apstākļu dēļ vairāk tika strādāts pie filmām, kas iedalāms vedējā ranga kategorijā, kur ražošanas izmaksas nav tik grandiozas un vērienīgas.³

Otrā izmaiņa, kas tika realizēta deviņdesmito gadu sākumā filmu industrijā bija saistīta ar mārketinga līdzekļu sadali un novirzīšanu. Industrijas vidē tika radīts komerciāls spiediens uz filmu producentiem – izplatītājiem, kuriem bija jānosaka un jāveido sezonas aktuālās filmas, kurās tika ieguldīti milzu reklāmas līdzekļi. Šīs aktuālās filmas iegūst ekskluzīvās tiesības veidot merčendaizingu - komplekto piedāvājumu pircējam (piemēram, tiek pārdots filmas ieraksts kopā ar filmas skaņas ierakstu kopiju), apjomīgu filmas reklāmas kampaņu un izplatīšanas stratēģiju.⁴

Skatītāju vēlme skatīties populāras filmas ir saistāma arī ar virkni citu vēlmju un to apmierināšanu, piemēram,- modi, visu jauno, apsēstību pēc ikonām, kas tiek vērtētas augstu, komplektā ar katru konkrēto filmu.

Filmas laikā indivīds ir iekļauts dekodēšanā - maņu un sajūtu datu organizēšanā. Uzsvārs tiek likts, lai skatītājs sekotu stāsta iemeslam, efektam, kas

¹ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 140 p.

² Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 6p.

³ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 7p.

⁴ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 7p.

radīts ar stāsta palīdzību. Filma izraisa skatītājā kognitīvās prāta reakcijas un modelēšanas. Šādā modelī estētiskais filmas aspekts kļūst grūti diskutējams; eksistējošs aptver ne tikai iepriekš apzinātas sfēras un emocionālo efekta lauku, bet arī citas formācijas, kā rase, šķira, dzimums, seksualitāte, kas ietekmē teksta uztveri. Kognitīvo modeli izmanto tā vietā, lai apgalvotu, ka skatītājs ir kā bezdzimuma, bezšķiru, bez nācijas hipotētisks subjekts. Šī pieeja līdzinās ekonomiskās teorijas ideālajam - patērētājam, veicinot tirgus nozīmi.¹ Šīs parādības dēļ filmu pārdošanas mārketinga speciālisti ir sapratuši, ka filma ir tikai daļa no multimediju kompleksa. Kino mārketinga paplašināšana, kur pamatprodukts ir filma, palielina pārdošanas apjomus gan pašai filmai, gan arī tā sauktajām komplektā pērkamajām precēm.²

Lai veiksmīgi tiktu pārdota filma un ar to būtu iespējams veidot pozitīvu budžetu nozīmīgi līdzekļi jāiegulda produkta reklāmā. Filmu reklāmas budžeta apjomam ir tendence augt divu apstākļu dēļ. Pirmkārt, lai auditorija sasniegtu informāciju par filmu un tā tiktu ieinteresēta ar konkrēto produktu, un, otrkārt, lai mainītu publikas kino skatīšanās ieradumus. Kinoteātru uzplaukumu laikā publikas filmu skatīšanās paradumi saistījās ar regulāru – ne retāk kā reizi nedēļā – kinoteātra apmeklējumu, neskatoties uz to, kāda filma tika demonstrēta kinoteātrī. Došanās uz kinoteātri bija notikums, nevis došanās uz konkrētu filmu. Savukārt parādījās alternatīvām brīvā laika pavadīšanas iespējām kinoteātra loma mazinājās un mainījās apmeklētāju paradumi.

Līdz ar to paradumu maiņa nozīmē, ka katrs potenciālais skatītājs ar reklāmas starpniecību ir jāuzrunā konkrēti un jāmeģina ieinteresēt skatītāju, par labu kinoteātra apmeklējumam par konkrētas filmas noskatīšanās nepieciešamību. Nereti šis filmas reklāmas budžets var būt lielāks par filmas ražošanas budžetu.³

¹ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham, 2000. 142 p.

² Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 8 p.

³ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 8p.

Dominējošas kino lielvalstis

Kino māksla aizvien straujāk iekļaujas globalizācijas kontekstā, pildot arī starpkultūru komunikācijas uzdevumus. Bet šis process nav vērtējams viennozīmīgi tā iemesla dēļ, ka paralēli pastāv tā sauktais Holivudas kino un ne-Holivudas.

Holivuda ir nepārprotami komerciāla savās struktūrās un mērķos, turpretī nacionālās kino industrijas ir sabiedrības, privātā finansējuma, komerciālo un kultūras mērķu konkurējošs nacionāls un internacionāls produkts. Nacionālās industrijas ir vienlaikus estētikas un produkcijas aprite, nacionālās sabiedrības interesēm atbilstoša nozare, industriāla stratēģija, kā arī internacionāls produkts.¹

Ideja par filmu industriju Eiropā, kā naudas pelnīšanas mehānismu dzima Francijā un šādas industrijas līderpozīcijas saglabāja līdz pat Pirmajam pasaules karam. Līdz šim laika periodam, piemēram, Lielbritānijas tirgus ar Francijā ražotajām filmām tika nodrošināts 40% apmērā, pretstatā filmu lielvalstij ASV (30% no rādītajām filmām Lielbritānijā), trešo vietu ieņēma Itālija ar 17% filmu.²

Amerikas jeb Holivudas filmu industrijas ietekmes dēļ attiecības starp filmu industriju un tās kultūru ne vienmēr veidojušās veiksmīgi. Cits attiecību modelis, daudz veiksmīgāks, vērojams nacionālo industriju nozarē. Piemēram, Holivudā, lai izdzīvotu filmu industrijā, visa pirmsākums un veiksmīgas attīstības process iespējams vienīgi ar producentu starpniecību, kas ir sarežģīts uzdevums, kurā valda milzīga konkurences cīņa.³

Pirmajam pasaules karam sākoties, Francijas un Itālijas filmu industrijas savu kino ražotni dramatiski samazināja. Savukārt ASV šajā laika posmā savu filmu izplatīšana oreolu paplašināja gan Eiropas tirgū, gan arī Latīņamerikā, kas līdz šim bija Francijas filmu tirgus, un Japānā, kur līdere filmu izplatīšanā bija Itālija. Rezultāts bija dramatisks – pēc kara beigām ASV filmu eksports veidoja 85 % no pasaulē demonstrēto filmu skaita, savukārt pašā Amerikā filmu pārklājums ar to ražotajām un producētajām filmām sastādīja 98%. ASV bija būtiski kontrolēt

¹ Turner, Greame, Routledge (ed.). *The Film Cultures Reader*. London and New York, 2002. 135 p.

² Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 16 p.

³ Turner, Greame, Routledge (ed.). *The Film Cultures Reader*. London and New York, 2002. 135 p.

savu iekšējo tirgu, jo filmas, kas tika taisītas Amerikas tirgum bija sava veida patriotisma nodeva, bet ārvalstu tirgum veidotās – peļņas gūšanas instruments. Tādēļ filmu producenti savu produkciju necentās īpaši pieskaņot ārvalstu auditorijas prasībām un interesēm.¹ Savukārt tajā pašā laikā Eiropā tika realizēta kino kultūras mantojuma saglabāšana, ieviešot obligāto iemaksu sistēmu ar mērķi glābt un atjaunot vecos kino darbus.² Kino ideja kā mākslas forma un kā vērtīga pagājušu gadsimtu vēsturiska liecība veidojās par Eiropas tradīciju.

Laika posmā, kad Amerika savu iekšējo tirgu bija nostiprinājusi un stabilizējusi, tās filmu industrija ieviesa izmaiņas šajā struktūrā. Filmu ražošanas izmaksas, izplatīšana kino teātros un filmu reklamēšanas izmaksas apkalpoja atsevišķi uzņēmumi. Apstākļos, kad Amerikas industrija attīstījās un auga, bija neapšaubāms fakts, ka ražot, izplatīt un izrādīt pašu veidotās filmas ir finansiāli izdevīgi.

Šo struktūras maiņu sauc par vertikālo integrāciju, kuras pirmsākumi meklējami pēc Pirmā pasaules kara. Vertikālās integrācijas viens no būtiskajiem aspektiem ir paplašināt kapitāla bāzi, kas iespējama piesaistot banku un komunikāciju kompāniju un citus investoru finanses.³

Šajā kontekstā būtisku nozīmi atklāj termins mediju imperiālisms, kas iepriekš tika izmantots, runājot par mediju industrijas izplatīšanos - bieži vien process ir bijis vienvirziena. Tas norāda uz nevienlīdzīgu vienvirziena plūsmu, kas sākotnēji parādījās 19.gadsimta rietumu imperiālistu darbībā, kas vēlāk rada sadarbību ar Savienoto Valstu ekonomikas, politikas un militārajām interesēm.⁴

Attīstībai turpinoties, ārējo līdzekļu piesaiste kļuva nepieciešama, rūpējoties gan par valstiskās piederības atspoguļojumu filmās, gan arī finansiālo segmentu, kas savukārt saistījās ar atbildību pret investoriem.⁵ Piemēram, britu, spāņu, franču nāciju valoda un izglītības sistēma liecina par spēcīgu kultūras ietekmi visā pasaulē. Termina „imperiālisms” lietojums ir saprotams ar imperiālisma formām un

¹ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 17p.

² Gorina, Sabina. *The Protection of Cinematographic Heritage in Europe*. Sk. Internetā (2006. 14.01.) http://www.obs.coe.int/oea_publ/

³ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 18p.

⁴ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 62 p.

⁵ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 18p.

rietumu mediju izplatīšanos - informācija, reklāma un izklaidēšanās jomās.¹ Šajā kontekstā būtiska nozīme ir filmu veidošanas un finansēšanas procesam, kas ir kļuvis globāls. Finansiāli ietekmīgo sponsoru globālā – lokālā loģika nav vērsta uz globāli līdzīgu darba iespēju izveidi, lai arī filmas tiek uzņemtas globāli visā pasaulē.²

Industrijas struktūras izmaiņa un jauninājums ir filmu studiju attīstība un iesakņošanās, kuras pirmsākumi meklējami nedaudz pirms divdesmitā gadsimta divdesmito gadu sākuma. Studiju sistēma bija vēl viens līdzeklis kā gūt kontroli pār filmu ražošanas un izplatīšanas procesu. Studija var nodrošināt filmas izplatīšanu ar savu izplatīšanas un izrādīšanas tīkla palīdzību, veidojas spēcīga ekonomiskā bāze, kas savukārt šo filmu veidošanā ļauj strādāt ar populāriem aktieriem, noslēdzot ekskluzīvus līgumus, maksājot honorārus avansā, līdz ar to veidojot sava veida pastāvīgu aktieru komandu.³

¹ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 62 p.

² Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 67 p.

³ Turner, Graeme. *Film as social practice*. Routledge: 2001. 18p.

Kino nozīme kultūras procesū

Darbā minētas atšķirības starp Amerikas un Eiropas filmu nozares atšķirībām. Eiropas filmu nozares būtiskākā iezīme ir kultūras un arī starpkultūru funkciju nodrošināšana. Kino jaunās komunikācijas telpas kontekstā pilda ļoti būtisko starp nāciju informācijas apmaiņas procesu. Dažādās kultūras definīcijas sevī ietver ļoti plašu un daudzveidīgu skatījumu par starpkultūru komunikācijas jēdziena izpratni un nozīmi.

Kultūra tiek definēta kā vērtības un ticības sistēma, ar kuru dalāmies ar citiem indivīdiem, kas mums sniedz piederības un identitātes apziņu. Būtisks ir jautājums par to, kādā mērā cilvēks sevi izjūt kā piederīgu kādai konkrētai grupai, sabiedrības slānim, un sasaista sevi ar realitāti. Katrs kultūras procesos iesaistītais indivīds dažādo vērtību un ticību sistēmu, kas realizē un īsteno izmaiņas realitātē.¹

Filma ir pastāvošās kultūras simptoms. Ceļš cauri kultūrai līdz ekrānam ir tiešs, atklājot filmu veidošanas procesu, kultūras vēsturi, negadījumus, cenzūras u.c. procesus. Arī kino teksts var kalpot par starpnieku sociālajām procesiem. Teksts ir pretējs akustiskajam, bet kino tas ir kopīgs ar citām kultūras formām, kā, piemēram, literatūru.²

Starpkultūru komunikācija norisinās dažādām vidēm un pieredzēm apmainoties telpā un tiekoties citā vidē – kultūras veido savstarpējo komunikāciju. Šo procesu virza indivīdi un to darbība. Jebkurš svešs, līdz šim nepieredzētu vērtību un pieredžu kopums rada zināmu barjeru. Vācu sociologs G.Zimmels šo barjeru interpretē kā svešā ienākšanu citā vidē. Svešais ir tas, kurš šodien nāk un rīt paliek, tas nozīmē – tas, kas šodien ir, bet rīt nav, nepieder pie svešo kategorijas. Uzsverot, ja svešais ir zināms un daļēji iepazīts un ir konstatēts, tad svešais nav saderīgs (vismaz pagaidām), un tādēļ saglabā savu svešā pozīciju. Visefektīvākais ceļš uz saderības veida atrašanu ir svešā pakāpeniska integrēšanās mītnes zemes valstiskās un sabiedriski sadzīvīskās dzīves sfērās, pieņemot šīs dzīves rakstītos un

¹ Gary R, Weaver. *Culture, Communication and Conflict: Readings in Intercultural Relations* (Revised Second Ed), 2000. 67 p.

² Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham 2000. 140 p.

nerakstītos pamatnoteikumus. Rezultātā svešie ar laiku kļūst par savējiem, saglabājot savu *citādību*.¹

Šajā kontekstā, kad kultūrā A ienāk indivīds no kultūras B, veidojot starpkultūru komunikāciju, jāpievērš uzmanība arī tādām jēdzienam kā sazarota kultūra (Clustering culture). Dažas valstis veidojot savu kultūras tēlu izmanto daudzus simbolus, kas palīdz veidot kultūras priekšstatu, tā var būt valoda, reliģija, ģeogrāfiskais izvietojums u.c. Balstoties uz šādas pieredzes vēsturiskās bāzes, valstis iespējams grupēt pēc līdzīgiem parametriem – vērtībām un attieksmes. Izmaiņas iespējams sagaidīt, kad vienas kultūras iekšienē kāda grupa tiek pārvietota un uz kādas citas grupas oreola.²

Starpkultūru komunikācija ir zinātnes lauks, kas pētī cilvēkus, kuri nāk no atšķirīgām vidēm un ir ar dažādām kultūras pieredzēm, un pētī to savstarpējo komunikāciju. Starpkultūru komunikācija mēģina savienot tik relatīvi nesavienojamus jēdzienus, kā kultūras antropoloģija, kā arī stabilus komunikācijas laukus. Būtība ir konstatēt un saprast kā notiek komunikācija dažādu cilvēku starpā, kuri pārstāv dažādas kultūras. Starpkultūru komunikācijas viens no uzdevumiem ir radīt pamatnostādnes, ar kuru palīdzību cilvēki no dažādām kultūrām spēj labāk komunicēt savā starpā.³

Starpkultūru komunikācija nav vērtējama tik vienkāršoti, kā atgriezeniskās saites modelis, piemēram, valstī A tiek demonstrēta filma par valsti B; valsts A iedzīvotāji tiek iepazīstināti ar tās kultūras vērtībām un mentalitāti; valsts A iedzīvotāji dodas iepazīt valsti B klātienē – notiek kultūras informācijas apmaiņas process.

Kino gan mākslas, gan arī komunikācijas izpratnē nevar ne attīstīties, ne izdzīvot, nerēķinoties ar auditoriju, tādēļ būtiski ir izprast auditorijas – kino

¹ Gunew, Sneja. *Denaturalizing cultural nationalisms: multicultural readings of Australia*. New York: 1990. 143p.

² Hofstede, G. *Cultures and Organizations: Software of the mind*. New York: McGraw Hill. 1997.84 p

³ Sk. Internetā (2005.12) http://en.wikipedia.org/wiki/Cross-cultural_communication

patērētāju domāšanu un vajadzības.¹ Lai arī kino ir gan tekstuālas, gan vizuālās komunikācijas apvienojums, būtiska nozīme tiek piešķirta tekstam.

Kino un auditorijas vajadzību pētniecība ir grūts dārgs un laikietilpīgs process, kas jāveic sistemātiski. Viena no svarīgākajām parādībām tieši komerckino ir kino *zvaigžņu* ietekme uz auditoriju. Kino *zvaigznes* daļēji dara vienkāršāku filmu pētīšanas procesu, jo ietekme uz auditoriju ir spēcīgākā, nekā, piemēram, teksta efekts ar īpaši izcilām frāzēm uz pasīvu auditoriju. Taču pieņēmums, ka ir viegli uzzināt, ko domās auditorija, ja filmā ir izmantots noteikta teksta veids un slaveni aktieri, ir zudis.² Identifikācija ir vēl viens nozīmīgs termins, par ko diskutē saistībā ar kino auditoriju. To izmanto, lai radītu pilnīgu iedziļināšanos dažādās kino formās. Skatītāju identifikācija filmā vai tēlā nosaka īpašu sociālo identitāti.³

Filmu māksla ir viens no visaptverošākajiem kultūras elementiem, kurā ietvert informāciju par valsti, tās kultūru, indivīdiem, to mentalitāti. Kino ir ideāls ziņojumu veids, kurā iespējams iekodēt visus nepieciešamos simbolus, kas var „strādāt” gan pozitīvi, gan arī negatīvi.

¹ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham, 2000. 115 p.

² Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham, 2000. 117 p.

³ Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham, 2000. 143 p.

Tendences

Šajā gadsimtā aptuveni septiņi simti miljoni cilvēku visā Eiropā pavada nozīmīgu laika daudzumu, patērējot audiovizuālos medijus. Liels un arvien pieaugošs televīziju programmu piegādātāju un izplatītāju skaits cīnās par to, lai viņu pakalpojumi spētu piesaistīt pēc iespējas lielāku auditoriju. Eiropā ir aptuveni 2600 televīzijas kanāli, 10 000 kabeļu operatori un vairāk kā seši miljoni sēdvietu kinoteātros. Visi multimediju produkti konkurē savstarpēji Eiropas tirgū.¹

Kinoteātris tiek uzskatīts par 19.gadsimta tehnoloģijas attīstības produktu. Pagājušajā gadsimtā kinoteātris iegūst skaņu, krāsu un platāku ekrānu, bet neviens no minētajiem elementiem nav būtiski ietekmējis pilnmetrāžas filmas stāstījuma būtību.² Kinoteātris, kā nozīmīgs filmu distribūcijas instruments, pilda simboliska vēstījumu sniegšanu sabiedrībai ar kultūras un sociālo zīmju starpniecību. Pēdējo gadu laikā attīstās tendence, kuras rezultātā tiek aktualizēts jautājums par kinoteātru atjaunošanu, kuros tiktu demonstrēts nacionālais kino. Daļēji šis jautājums tiek saistīts arī ar pretreakciju globālajiem kino produktiem.³ Tas atspoguļojas arī faktā, ka gandrīz visas Eiropas valstis, ieskaitot ekonomiski spēcīgākās Austrumeiropas valstis, gūst atbalstu no nodokļu maksātāju naudas filmu ražošanai.⁴

Audiovizuālā komunikācija, kas sastāv no informācijas, izglītības, kultūras un izklaides, ieņem centrālo lomu modernajā demokrātijā. Tā ir kļuvusi par svarīgu industriju ar lielām ekonomiskām izaugsmes iespējām. Tā ietekmē politiku rīcību, kontrolē valdības un administrācijas un dod impulsu politiskajai kustībai. Tā rada, saglabā un izplata kultūras produktus un mantojumu, nodrošinot galvenās kultūras platformas Eiropas sabiedrībā.⁵

¹ Traschys, Daniel. Transparency in the Media Sector Enhances Democracy. Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

² Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 488 p.

³ Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā. (2006.08.02) http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

⁴ Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā. (2006.08.02) http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

⁵ Traschys, Daniel. Transparency in the Media Sector Enhances Democracy. Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

Kopš *Louis Lumiere* 1895. gadā paziņoja, ka: „Kinematogrāfija ir māksla bez nākotnes” kino sasniedzis pārsteidzošas sekmes - kustīgi attēli tiek radīti ne tikai kinoteātros, tie ienākuši praktiski ikvienā mājsaimniecībā ar televizora, video un datora palīdzību.¹

Digitalizācija ir strauji progresējusi. Digitalizācijas attīstības rezultātā kinoteātru skaņa ir kļuvusi kvalitatīvāka, jo pilnveidota digitālās ierakstīšanas tehnoloģijas, šajā procesā aktīvi iesaistījusies arī mūzikas industrija. Pagājuši vairāk kā desmit gadu kopš pirmo reizi bija filmās redzami dzīvi tēli, kas radīti ar digitālajām tehnoloģijām. Pirmā filma, kurā viss uz ekrāna redzamais bija digitāli radīts ir *Rotaļlietas Stāsts* (John Lasseter, 1995).²

Digitālās tehnoloģijas ir vērtīgs ieguvums ne tikai audiovizuālā mantojuma saglabāšanā, ar tās palīdzību filmu veidotājiem ir iespējams īstenot savas idejas. Digitālā tehnoloģija var arī ietekmēt filmas māksliniecisko kvalitāti. Digitālo tehniku arvien vairāk izmantos, lai individualizētu patērētāju tirgu, piemēram, pievienojot papildus informāciju vai interaktīvus elementus filmai, mainot tēlu izskatus un balsis, mūziku, krāsas, dialogus utt.³

Augstas kvalitātes digitālās kameras var ierakstīt dzīvās (live-action) pilnmetrāžas filmas, kas nozīmē, ka filmas materiāls ir pārveidojams un maināms. Attīstoties šādai tehnikas progresijai, rodas bažas par kinoteātru turpmāku pastāvēšanu, jo kinoteātris pašos pamatos ir reālisma veids. Nav svarīgi, ka attēls fotografējot var būt mākslīgs, papildināts ar dekorāciju, kostīmu un dekoratīvās kosmētikas palīdzību, būtiski, ka kinoteātris darbojas, pārliecinot auditoriju realitātē. Atsakoties no kinoteātru reālās attēlu koncepcijas, palielinās iespēja, ka kinoteātris zaudēs uzticamību.⁴ Pastāv diezgan izteikts pretējais viedoklis, kura pamatā ir ideja, ka veids kādā attēli tiek radīti, nevar pamatīgi ietekmēt kinoteātru būtību. Tuvākajā laika periodā cilvēki vēl joprojām maksās, lai skatītos pilnmetrāžas filmu izrādes, kur būs reāla vide ar reāliem aktieriem, jo nepieciešamību pēc šāda veida produkta izraisa sociālās un psiholoģiskās

¹ Zeender, Christian. *Celebrating the Cinema to Preserve it*. Sk. Internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

² Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 488 p.

³ Seignette, Jacqueline. *Digital Technology: Salvation or Threat?* Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

⁴ Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 488 p.

vajadzības. Pretstatā viedoklim, ka digitālā tehnoloģija iznīcina reālās pasaules atainojumu, tehnoloģiju attīstības tendences arvien straujāk progresē attīstot reālistiskos efektus un stiprinot ilūziju, ka skatītājs redz reālus aktierus, kuri izpilda reālas darbības.¹

Digitālās tehnoloģijas attīstība radījusi arī iespēju katrai filmai, pēc tās uzņemšanas tikt izmainītai. Filmas izmaiņas pēc uzņemšanas nosaka filmu veidotāji, producenti un izplatītāji, bet tuvākajā nākotnē ikviens patērētājs varēs pats mainīt filmu tādā versijā, kādā to vēlas skatīties - kā pilnmetrāžas, TV vai video versijā, dublētu vai ar subtitriem, vācu vai ķīniešu valodā, krāsainu vai melnbaltu, interaktīvu, ar dimensijām vai kā citādi. Filmu veidotāji varētu garantēt radošo kontroli, vienojoties ar producentiem. Autortiesību un ētisko tiesību jautājums minētajā kontekstā ir ļoti svarīga.²

Līdz ar to jau tuvā nākotnē tehnoloģijas attīstīties tik tālu, ka filmu uzņemšanas procesā varēs iztikt bez reāliem aktieriem, jo filmu zvaigznes varētu būt digitāli veidotas. Digitālo aktieru idejas attīstības priekšrocība varētu samazināt izdevumus, kas paredzēti aktieru algām. Bet izvirzās būtisks jautājums, vai auditorija būs gatava skatīties uz digitāli radītiem aktieriem, vai saglabāsies pieprasījums pēc reāliem cilvēkiem reālās filmās.³

Nākamā tendence, kas saistās ar digitālo tehnoloģiju attīstības procesu, ir filmu izplatīšana kinoteātros digitālajā formātā kompaktajā disku formātā vai ar satelīta palīdzību. Problēma, kas saistās ar šāda veida filmu izplatīšanu ir pirātisms, bet, lai ierobežotu to tiek veidotas sarežģītas šifrēšanas un kodēšanas sistēmas.⁴

Tā kā digitālās tehnoloģijas paredz filmu oriģinālu maiņu dažādos elementos, parādās tendence, ka ar digitālās tehnoloģijas palīdzību ir ļoti vienkārši manipulēt ar filmu attēliem un tādējādi radot vairākas versijas, kas balstās uz vienu filmu, līdz ar to aktuāls kļūst jautājums par autortiesību pārkāpumiem⁵

¹ Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 488 p.

² Seignette, Jacqueline. *Digital Technology: Salvation or Threat?* Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

³ Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 488 p.

⁴ Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 489 p.

⁵ Seignette, Jacqueline. *Digital Technology: Salvation or Threat?* Sk. internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en

Jaunāko filmu iegāde internetā vai DVD pirms filmas pirmizrādes kinoteātrī, ir vēl viena iespējamā digitālo tehnoloģiju attīstības tendence, ko šobrīd tehniski jau ir iespējams veikt. Bet pret šāda veida attīstību un tendenci filmu izplatīšanā ir divi spēcīgi argumenti. Pirmkārt, tas strauji attīstīs pirātisma uzplaukumu. Otrkārt, Holivuda ir ieinteresēta filmu pirmizrādes demonstrēt uz lieliem ekrāniem prestižos kinoteātros. No skatītāju viedokļa raugoties nozīme ir arī fakts, ka skatīties filmu datora vai TV ekrānā, tā zaudē kvalitāti. Lai arī iepriekšminētajam faktam ir būtiska nozīme, attīstās tendence, ka kinoteātri zaudē skatītāju auditoriju straujās video un DVD kopiju izplatīšanas dēļ. Tas gan neattiecas uz valstīm, kurās ir augsts dzīves līmenis - ASV un Eiropas Savienības valstīs, kur cilvēkiem ir viskomfortablākās dzīvojamās istabas aprīkotas ar labām audio video iekārtām.¹

Filmas veids, ko redzēsīm nākotnē, ir atkarīgs ne tikai no tehnoloģiskā progressa, bet tas veidosies arī sociālo un ekonomisko faktoru attīstības rezultātā. Lokāla mēroga kinoteātriem visā pasaulē jādarbības spēcīgas konkurences apstākļos. Neapstrīdams fakts, ka ASV filmas ir dominējošas visā pasaulē pēc ieņēmumu apjoma. Ne-Holivudas filmu industrija nav apmierināta ar nepārvaramo Holivudas hegemonijas pozīciju pasaules filmu tirgū. ASV mērķtiecība rīkoties pēc brīvās tirdzniecības kārtības ir tieši draudi nacionālo kino pastāvēšanai, kas gūsts līdzekļus no sabiedrības un valsts subsīdijām.²

Jaunās tehnoloģijas, kas jau ir ieviestas filmu tirgū var vēl vairāk nostiprināt Holivudas pozīciju. Tehnoloģiskās inovācijas veicinās vieglāku un lētāku Holivudas filmu izplatīšanu visā pasaulē. Digitālajās tehnoloģijas attīstība un vienkāršā informācijas pārraide veicinās kinoteātru konkurētspēju. Filmu ražošanas process var kļūt vienkāršāks un lētāks. Tehnoloģiju attīstības tendences rada iespēju ne tikai vietējiem kinoteātriem, saglabāt to raksturīgo nacionālo identitāti, bet arī attīstīties neatkarīgajam kino sektoram ASV, kas jau piedāvā alternatīvu Holivudai. Lai arī video un kabeļu tehnoloģiju iespējas ir brīvi pieejamas, ir ļoti neliela pieeja brīvam nacionālā kino piedāvājumam. Digitalizēta filmu izplatīšana varētu veicināt auditorijas piesaisti nacionālajām filmām. Digitālo tehnoloģiju

¹ Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 489 p.

² Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 489 p.

attīstība padara filmas ne tikai vieglāk veidojamas, bet arī vieglāk demonstrējamas un izplatāmas.¹

¹ Buscombe, Edward. *Cinema Today*. Phiadon Press Limited, 2003. 489 p.

Praktiskā izpēte

Latvijas kino nozares problēmas

Darba praktiskā izpēte galvenokārt balstīta uz kino nozares attīstību finansiālā kontekstā, kā arī būtisku nozīmi pievēršot kino kā mākslas un kultūras funkciju pildītājam. Kino nozares procesa attīstība cieši saistīta ar politiskiem lēmumiem. Izpētes daļā uzmanība tiks veltīta finansiālās situācijas iespējamām attīstības virzieniem, aplūkojot tos no šī brīža situācijas. Savukārt no finansiālo resursu pietiekamības vai nepietiekamības ir atkarīgi darbā izvirzītie nākamie divi argumenti - profesionalitāte un auditorija.

Kino finansēšana un politika

Filmu nozare ir kultūras un audiovizuālās sfēras atzars, kas ir gan uzņēmējdarbības veids, kas Latvijā šobrīd nav attīstīts, gan arī valsts kultūrpolitikas un sociālo mērķu sasniegšanas instruments. Nozares gala produkts ir vienlaicīgi gan prece, gan mākslas darbs. Kultūrpolitiskās un sociālpolitiskās nozīmības un finansu ietilpīgumā dēļ nozarei ir nepieciešams valsts atbalsts.

Valsts ikgadējais finansējums, kas pēdējo gadu laikā sastāda nepilnus divus miljonus latu, tiek sadalīts atklātā finansējuma sadales projektu konkursā. Latvijā pastāv divi galvenie valsts finansējuma resursi – Nacionālais Kino centrs un Latvijas Kultūrkapitāla Fonds. Kino nozarē iesaistītie speciālisti pauž viedokli, ka Latvijas galvenās problēmas, kas kavē kino nozares attīstību ir finansiālo resursu nepietiekamība un neizstrādātā nozares stratēģija, kas savukārt kavē attīstīties virknei ar kino nozari saistītiem jautājumiem. Savukārt finansiālie jautājumi ir vistiešākajā veidā saistīti ar politisko nostāju un valsts attieksmi pret savu kino nozari.

Finansējums galvenokārt tiek virzīts filmu veidošanai, lai nodrošinātu filmu nozares minimālu izdzīvošanu, taču filmu izplatīšanas segments, izņemot ārvalstu festivālu dalību, faktiski nedarbojas. Līdz ar to nedarbojas atgriezeniskā saite starp filmu industriju un profesionālu sagatavošanu – esošā profesionālās izglītības

kvalitāte nenodrošina profesionālu konkurētspēju. Mazais filmu ražošanas apjoms nerada vidi, kurā norisinās nepārtraukts filmu ražošanas process. “Atsevišķi filmu taisīšanas darbiņi nav process. Process ir apturēts. Pārāk daudz komponentu vajag, lai to iedarbinātu: gan naudas, gan cilvēkresursu. Un tas sākums ir atkarīgs no taisītājiem, nevis no skaisti uzrakstīta projekta. Ir jābūt videi, kur tas notiek,” uzskata režisors Arvīds Krievs.

Kino ir valsts ekonomiskā un sociālā potenciāla rādītājs. Ja tiek uzņemtas mākslas filmas, kas apliecina visai sarežģītu ražošanas, organizētības un radošo spēku ieguldījumu, tas nozīmē, ka šī valsts ir spējīga veidot un pārvaldīt sarežģītas struktūras.¹

Filmu nozare ir viena no dārgākajām mākslas nozarēm, bet filmu nozares specifika saistās ar to, ka tā pilda sociālo procesu virzību ne tikai savas valsts ietvaros, bet arī starptautiskajā izpratnē, sniedzot priekšstatu par valsti un tās iedzīvotājiem. Kinematogrāfija šobrīd, kaut vai Latvijas PR nozīmē ir vissvarīgākā lieta. Protams, ir vajadzīgas dažādas filmas. Taču nozares pamats ir normālas spēlfilmas, kas iedarbojas uz miljoniem skatītāju – uz visiem, kas vien skatās televizoru.² Valsts finansiāls atbalsts kino nozarei ir visā Eiropā realizēta prakse, jo tā ir daļa no valsts kultūrpolitikas, kas rūpējas par valodas un kultūras saglabāšanu.”³

Kino var piesaistīt plašu auditoriju, ieinteresēt to par mūsu kultūru un problēmām, parādīt cik skaisti cilvēki mēs esam un cik skaistā zemē dzīvojam. Tāpēc kino ir politiska māksla. Un atbalstīt kino vai ne – tas ir politisks jautājums. Kino atbalstīšana pasaulē ir prestiža jautājums. Spilgts piemērs tam ir Krievija, kur atbalstīt kino ir prestiži, līdz ar to iespējams attīstīt nozari. Bet, kamēr tas nenotiks pie mums attīstība nenotiks.⁴

Situācija ir sarežģīta arī tā iemesla dēļ, ka visa Latvijas filmu sistēmas darbība ir radikāli mainījusies pēc padomju iekārtas sabrukuma. Industrijai mainoties no situācijas, kurā filmu ražošana bija pilnīgi pakļauta valsts ideoloģijas

¹ Redovičs, Agris. Kāpēc Latvijas valsts nemīl kino. *Kino Raksti* 2002.8.:46.-51.lpp.

² Redovičs, Agris. Kāpēc Latvijas valsts nemīl kino. *Kino Raksti* 2002.8.:46.-51.lpp.

³ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

⁴ Darba autora intervija ar Latvijas Kinematogrāfistu savienības priekšsēdētāju Ievu Romānovu 24. 04.2006

paušanai, turklāt 100% finansētai no valsts budžeta, uz apstākļiem, kad filmu radošais process ir pilnīgā mākslinieku - režisoru un producentu – pārraudzībā.¹

Finansējuma palielināšana ir strīdīgs jautājums, vai tas veicinās nozares attīstību. Jo ir zaudēts mehānisms. Jaunie cilvēki, kas darbojas kino, nekad nav strādājuši profesionālā kino grupā, tāpēc viņiem liekas, ka tā kā viņi dara tā arī vajag.²

Finansējums ir vienkāršākais, ko var minēt kā problēmu filmu nozarē Latvijā. Problēma ir tajā, ka jāmaina domāšana. Jo finansējuma situācija kļūst ar vien labāka. Tagad tiek aktivizēts automātiskais finansējums. Problēma rodas, ja finansējuma apjomu salīdzina ar Igauniju, jo tur uz mazo valsti finansējums ir divreiz lielāks. Tā vairāk ir latviešu domāšanas problēma.³ Automātiskais finansējumu nozīmē, ka, ja filma ir bijusi veiksmīga vai auditorijas piesaistīšanas ziņā, vai kultūras mērķu īstenošanā vai kā savādāk tikusi atdzīta par labu esam, tad tās veidotāji automātiski saņem nākamajam projektam, ārpus konkursa kārtības.

Svarīgi, lai ražošanas procesā veidotos filmu daudzums un tad no šī daudzuma, pirmkārt, rastos pieprasījums, apgrozījums produktam un , otrkārt, rastos māksla. Nedrīkst baidīties no komercattīstības. Četras spēlfilmas ir minimums nozares attīstībai. ⁴ „Nauda nepieciešama iespējai taisīt vismaz piecas spēlfilmas gadā. Lai justu, ka šīs filmas ir. Tā ir arī citās mums līdzīgās valstīs.”⁵ Andrejs Apsītis, Kino Centra direktora vietnieks, uzskata, ka normāla attīstība sagaidāma, ja Latvijā tiktu uzņemtas vismaz desmit spēlfilmas gadā. A.Krievs saskata procesa attīstības sākumu ar četru maz budžeta spēlfilmu ražošanu gadā. Ieva Romānova, Latvijas Kinematogrāfistu savienības priekšsēdētāja, atzīst, ka šobrīd jau ir vajadzīgas astoņas spēlfilmas gadā. Mākslas filmu ražošana ir galvenais kritērijs spēcīgai internacionālai atpazīstamībai starptautiskajā filmu laukā. Padomju Savienības laikos (1970. – 1980.gados) tika radītas vidēji sešas līdz

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005.4p.

² Darba autora intervija ar Latvijas Kinematogrāfistu savienības priekšsēdētāju Ievu Romānovu 24. 04.2006

³ Darba autora intervija ar kino producentu Uldi Cekulu 08. 05.2006

⁴ Darba autora intervija ar Latvijas Kinematogrāfistu savienības priekšsēdētāju Ievu Romānovu 24. 04.2006

⁵ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Rihardu Pīku 2002. 8: 28.-45.lpp.

septiņas filmas katru gadu. Savukārt šobrīd tās ir trīs filmas divu gadu laikā, kas kino kritiķes Dairas Āboliņas skatījumā, ir katastrofāli mazs skaitlis.¹

Kino nozares pārstāvju uzskati liecina, ka nozares veiksmīgai attīstībai nepieciešamais minimums, lai nozare pastāvētu, ir četras, bet veiksmīgas attīstības variantā desmit spēlfilmas gadā. Pirmkārt, tas nodrošinātu kino vides radīšanu un nepārtrauktu darbu visiem kino ražošanas procesā iesaistītajiem cilvēkiem, sākot ar režisoru un beidzot ar gaismotāja asistentu. Otrkārt, tas radītu radošo konkurenci, kuras rezultātā rastos dažādība.

Tas, ka spēlfilma un to skaits ir kā nozares attīstības rādītājs ir pasaules prakse. Bet valstī, kur kino nozare daļēji ir iznīcināta, nedomāju, ka tas ir kā rādītājs. Svarīgs ir kvalitātes kritērijs. Kvantitāte tikai pati par sevi neraksturo nozares dzīvotspēju.²

Industrijas sakārtošanas process ir lēns, tā attīstību sākotnēji (deviņdesmito gadu sākums) Latvijā kavēja finansiālās problēmas. “Iespējams, ka varēja strādāt intensīvāk.”³ Kino nozares speciālisti un cilvēki, kas šajā laukā darbojas par būtisku problēmu uzskata arī biežo valdību maiņu, kas kavē pieņemt stratēģiskus lēmumus gan nozares finansējuma palielināšanā, gan arī valsts nostājas definēšanā – kādām jābūt attiecībām starp kino nozari un valsti. „Ja mūsu valdības vidējais vecums ir mēnešos rēķināms, tad tās nevar neko daudz aizdomāties. Ko prasīt no varas, kas mūs ignorē, ja tā ir uz pusgadu, gadu? Tauta nav pieradusi savu kultūru aizsargāt, domā, ka to darīs vara – tautas vietnieki parlamentā..”⁴

Lai šāda situācija nerastos turpmāk un tā netraucētu kino nozares produktīvai attīstībai, 2005.gadā Latvijas Kinematogrāfijas centrs izstrādājis nozares attīstības stratēģijas tēzes. Šeit rodams iespējamais problēmas risinājums: “Filmu nozares pastāvēšana un tās pamatnosacījumi nedrīkst būt atkarīgi no politiskās ietekmes maiņām. [...] Eiropas valstu prakse pierādījusi, ka audiovizuālā nozare mērķtiecīgāk un koordinētāk attīstās tajās valstīs, kurās ir nozares darbību regulējošs likums.” Šāds filmu likums atrisinātu arī finansu problēmu sakārtošanu. Problēma ir tā, ka no mums prasa plānus ilgākam laikam, bet budžets tiek

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005. 4p.

² Darba autora intervija ar kino producentu Uldi Cekulu 08. 05.2006

³ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

⁴ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Arvīdu Krievu 2002. 8: 28.-45.lpp.

apstiprināts vienam gadam. Salīdzinājumam: Dānijas Filmu institūts ar valdību slēdz līgumu uz četriem gadiem. Tas ļauj veidot stratēģiju. Tas ir viens no iemesliem, kāpēc nepieciešams Filmu likums.¹

Filmu likuma galvenā jēga ir sakārtot kino nozares attiecības ar valsti. Tajā noteikti tiktu definēta arī valsts finansiālā atbildība pret kino nozari, neatklājot konkrētus skaitļus, bet procentuālo samēru no kādas nozari vai, piemēram, iekšzemes kopprodukta apjomu.

Eiropas līmenī katras valsts valdība ir atbildīga par kino nozares esamību un attīstību, kā arī par tās juridisko nodrošinājumu. Eiropā ir kultūras, kas globalizācijas procesā var sajaukties un izzusts. Bet šī kultūras dažādība ir Eiropas bagātība. Tāpēc ir tik svarīgi saglabāt savdabību. Katru valodu.² Kino kā medijs veic kultūras identitātes saglabāšanas misiju.

Kamēr pie varas ir liberālās partijas, mūsu izredzes ir stipri bezcerīgas. Līdz ar to es gribu teikt, ka liberālisms ir naidīgs kultūrai, izglītībai, zinātnei un mākslai. Sports, masu psihozes sarīkojumi – tie gan der.³ Arī A.Apsītis uzskata, ka Latvijā daudz lielāka interese atbalstītājiem ir par sportu, nevis kultūras jomu.

Kino izplatīšana Latvijā un Eiropā

Būtisks jautājums ir filmu izplatīšanas process, kur sastopamas problēmas gan Latvijā, gan ārpus valsts robežām. Kinoteātru skaita straujais sarukums Latvijā, jo īpaši ārpus galvaspilsētas, radīja milzu plaisu starp latviešu kino un tā skatītāju. Kinoteātru skaits, kas regulāri darbojas Latvijas teritorijā ir krasī sarucis pēdējo piecu gadu laikā. 2000.gadā Latvijā darbojās 30 kinoteātru, bet 2005.gadā jau tikai 19.⁴ Padomju Savienības laikos plaši filmas tika demonstrētas dažādos pilsētu un pagastu kultūras namos. Tā bija iespēja skatītājam, ja ne kvalitatīvos kinoteātra apstākļos vērot filmas, tad vismaz nezaudēt saikni ar pašmāju kino. Bet pēdējo piecu gadu laikā arī šādu filmu demonstrēšanas vietas samazinājušas uz pusi – 2000.gadā 108 iestādes, kur tiek demonstrēts kino, bet 2005.gadā tikai 49 iestādes,

¹ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Bruno Aščuku 2002. 8: 2.8-45. lpp.

² Redovičs, Agris. Kāpēc Latvijas valsts nemīl kino. *Kino Raksti* 2002.8.:46-51.

³ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Arvīdu Krievu 2002. 8: 28.-45.lpp.

⁴ Published by Baltic Films. *Facts & Figures*. 2005.

kur tiek demonstrēts kino.¹ Ir aprēķināts, ka vidējais kinoteātru apmeklējumu skaits vienam Latvijas iedzīvotājam ir 0,4 seansi gadā.

Ja filmu kinoteātrī noskatās desmit tūkstoši skatītāju, tas tiek uzskatīts par ļoti labu rādītāju. Problēma Latvijā ar auditorijas sasniedzamību sasiņās ar to, ka filmas nav kur rādīt. Savukārt, ja filma tiek rādīta televīzijā ir garantēta aptuveni miljonu auditorija, bet no televīzijas filmai nav atdeves finansiālajā ziņā.²

Svarīgs ir arī pieradums un pieprasījums. Un, ja cilvēkam nav iespēju aiziet uz kino un noskatīties filmu, tad viņš tās arī nezina. Cilvēki ir zaudējuši tradīciju iet uz kino, jo nav jau kur iet! Latviešu filmas nevar nekur redzēt.³

Filmu izplatīšana process Latvijā robežās ir vienlīdz svarīgs arī Eiropas kontekstā. Filmas, kas veiksmīgi tiek izplatītas ārpus valsts, kurā darbs tiek uzņemts, veic divu veidu darbu. Pirmkārt, filma ārpus savas zemes robežām veic starp kultūru sakaru funkciju, sniedzot informāciju par konkrētās valsts iezīmēm. Otrkārt, filma ieguvusi plašu izplatīšanas loku un kanālus pelna naudu.

Latvijas vēsturiskā situācija ir apliecinājums, ka ar plašu izplatīšanas loku iespējams atgūt filmas ražošanas izdevumus un vēl iegūt papildus peļņu. „Boļševiku laikā nauda dokumentālajam kino nāca no republikas budžeta, bet mākslas filmām – no Vissavienības budžeta. Mūsu filmas bija *kaut kas no Rietumiem* un visas apmaksājās. Tā bija pašu pelnīta nauda ar uzviju.”⁴

Eiropas kontekstā mūs atzītu par normāliem sadarbības partneriem, valstij jārod iespēja pilnvērtīgi atbalstīt uz kopražojumiem orientētus projektus. Arī tas ir politisks jautājums. Valsts pilnīgā vienaldzība pret kinoteātru tīklu attīstību vēlreiz apliecina tās neizpratni par to, ko dod kino.⁵

„Izplatīšanas process Latvijā ir pavisam aizlaists - latviešu filmām trūkst izplatītāju Latvijā robežās. Jo tā ir viena no filmu nozarēm, kur ir vajadzīgs entuziasms un veiksmē. Bez šīs nozares nav jēgas nedz producentu, nedz režisora

¹ Dati no *Baltic Films 2005* informatīvā materiāla.

² Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

³ Darba autora intervija ar Latvijas Kinematogrāfistu savienības priekšsēdētāju Ievu Romānovu 24. 04.2006

⁴ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Rihardu Pīku. 2002. 8: 28.-45. lpp.

⁵ Redovičs, Agris. Kāpēc Latvijas valsts nemīl kino. *Kino Raksti* 2002.8.:46.-51. lpp.

darbam. Un, ja iztrūkst šīs izplatīšanas stadijas, tad mierīgi var aizklāpēt to bodīti ciet (NKC – aut.), jo priekš kam atbalstīt precī, kura nevienam nav vajadzīga?”¹

Kino šobrīd ir svarīgākā nozare, ar kuru varam iziet pasaulē. Kino tiek līdz katram televīzijas aparāta īpašniekam. Ir maz cerības, ka Latvija ražos desmit filmas gadā un visas tiks rādītas pasaules kinoteātros. Bet filmas nonāk televīzijā, arī Rietumos.²

Pagājušajā gadā NKC piešķīra papildus līdzekļus filmas izplatīšanas procesa nodrošināšanai Latvijas robežās. Bet NKC jēdzienu izplatīšana vērtē ļoti šaurā nozīmē. Skaidro A.Apsītis, kas ir filmas izplatīšana: “Filmās kopijas, subtitru un afišu izgatavošanai, kas prasa maz naudas.” Līdz ar to vērojama tendence, ka NKC nav pilnīgas izpratnes par filmu mārketinga veiksmīgu realizāciju un īstenošanu, jo netiek pareizi pozicionēta filma, ka prece. Intervijas gaitā tika izvirzīts jautājums - kam ir vajadzīgas latviešu filmas, ja netiek aktivizēts filmu izplatīšanas process?

A.Apsītis piekrīt apgalvojumam, ka ar filmas uzņemšanu, pirmizrādi šauram sabiedrības lokam, filmas ceļš ir apstājies un nenotiek virzība uz plašāku sabiedrības loku. Bet NKC nespēj piedāvāt iespējamo problēmas risinājumu filmas veiksmīgai virzībai plašam sabiedrības lokam.

Filmu laukā Latvijā izrāda interesi par filmu izplatīšanas procesa attīstīšanu. Bet NKC nevēlās aktivizēt vienas filmas ražošanu, lai to izplatītu DVD vai citā formātā. Tāpēc, ka tad varētu tikt izplatītas tikai komerciāli ejošākās filmas, ar kurām uzņēmēji varētu gūt peļņu. NKC vēlas, lai uzņēmēji ražotu veselu filmu paketi, kas uzņēmējiem nav interesantu un izdevīgi.

Kino un televīzijas sadarbība

Pasaules un arī Eiropas pieredze, kas ir vistuvākā Latvijas situācijai, liecina, ka filmu uzņemšanas procesā ir iesaistīta televīzija. Tas ir būtiski, gan tādēļ, ka televīzija sniedz daļēju finansiālu atbalstu filmas ražošanas procesā, gan arī

¹ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

² Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Arvīdu Krievu 2002. 8: 28.-45. lpp.

automātiski tiek nodrošināta filmas izplatīšana. „Vēl viena problēma, līdz šim bija, ka televīzija neiesaistījās ražošanas procesā, viņi gaidīja gatavas filmas, par filmām nemaksāja vai maksāja ļoti maz, bet šobrīd situācija mainās.”¹

Pasaules pieredze rāda, ka ar likumu ir noteikts – ja kino institūcija finansē kādu filmu, tad TV automātiski piedalās ar 50%, par to saņemot tiesības šo filmu rādīt, izmantot programmu apmaiņā. No valstiskā viedokļa tas būtu visracionālākais līdzekļu izlietojums – iedzīvotājiem, par kuru maksātajiem nodokļiem tiek uzņemtas filmas, ir tiesības šīs filmas redzēt.² Eiropas valstu vidū televīzijas visbiežāk iesaistās ar 20% no kopējā filmas ražošanai nepieciešamās summas, par šo summu saņemot tiesības izplatīt filmu savos kanālos. Papildus tam televīzija iegūst aptuveni 10% no filmas peļņas, ja tāda izveidojas. Līdz ar to situācija līdz šim Latvijas filmu nozarē ir bijusi neproduktīva. „Pasaulē filmas tiek ražotas un izplatītas caur TV kanāliem. Labi TV un labi producentiem. Īpašuma tiesības paliek producentam, bet TV iegūst tiesības neskaitāmas reizes filmu rādīt. Pie mums – pilnīgs absurds. Producentam jāpērk laiks, viņš iegūst tiesības ievietot tajā laikā paša savāktu reklāmu. Pasaulē tā nav.”³ „Tas, ka kino un TV atrodas ne tikai divās Daugavas pusēs, bet arī katrs uz savas pilnīgi atšķirīgas finansēšanas planētas, ir kropla sociālisma variants.”⁴

Bet atkal nevajag salīdzināt, piemēram, ar Somijas pieredzi, kur par šādiem projektiem televīzija maksā 50% no kopējā finansējuma. Televīzija sniedz ne tik daudz atbalstu, kā sadarbības iespēju. Televīzija iegūst no šāda projekta reklāmu – iespēju izvietot logo, un galu galā tas ir labs imidžs, ja televīzija atbalsta nacionālās filmas.⁵

Televīzija nav pārliecināta, ka tai sava nauda būtu jādala ar kādiem citiem. Saka, mēs paši varam uztaisīt seriālus, filmas, kādus tur vēl *kinošņikus* mums vēl vajag. Lai viņi iet savu ceļu. Vairumā zemju TV piedalās producēšana, jo par to viņi rāda filmas. Viņi varētu iegūt arī tiesības izplatīt šīs filmas TV tīklos citur, un

¹ Darba autora intervija ar kino producentu Uldi Cekulu 08. 05.2006

² Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Bruno Aščuku 2002. 8: 28.-45.lpp.

³ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Rihardu Pīku 2002. 8: 28.-45.lpp.

⁴ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Agri Redoviču 2002. 8: 28.-45.lpp.

⁵ Darba autora intervija ar kino producentu Uldi Cekulu 08. 05.2006

tad būtu normālas, harmoniskas attiecības.¹ „Mūsu televīzijā ir zināms sociālisms. Jo televīzija pati ražo, pati rāda.”²

Latvijas apstākļos televīzija nav spējīga iesaistīties ar finansiālu atbalstu filmu ražošanas procesā. Kino un televīzijas sadarbība būtu jāiekļauj kino stratēģijā, kā arī Kino likumā, kur būtu atrunāti sadarbības jautājumi.

Kino institūcija nesekmē attīstību

Latvijā kino ražošanas procesam pamata atbalsts no valsts tiek piešķirts ar Nacionālā Kino centra (NKC) starpniecību, kas darbojas Kultūras ministrijas pakļautībā. Otrs, valsts finansējuma avots, ne tik apjomīgs ir Kultūrkapitāla fonds, kas atbalsta dažādas kultūras mērķprogrammas, tai skaitā arī kino. NKC finansējumu piešķir projektu konkursu kārtībā, projektus vērtē komisija. Bet šajā kārtībā rodamas nepilnības, tās atklāj pirmais NKC direktors Rihards Pīks: „Valsts naudiņu sākām dalīt konkursu kārtībā. [...] Tagad sistēma ir pamainījusies, bet problēmas palikušas tādas pašas. Sabiedrība esam maza, šaura, cits citu pazīstam, viens iesaka palīdzēt šim, cits – tam.”³ Par līdzīgu problēmu runā tagadējais NKC direktora vietnieks A. Apsītis, atzīstot, ka pastāv tā sauktā *draugu būšana* finansējuma piešķiršanā, vērtējot projektus.⁴

NKC galvenais uzdevums ir veikt komunikatora funkcijas starp valsti un skatītāju, lai tiktu sabalansētas valsts intereses un skatītāja vēlmes.

Tās daudzās funkcijas, kuras tagad ir uzticētas Kinocentram, varētu strukturēt atsevišķu organizāciju ietvaros. Filmu producēšanas pārraudzība, līdzdalība filmu izplatīšanā, līdzdalība filmu tirgos, informatīvo materiālu sagatavošana – tās ir funkcijas, kuras tādai valsts pārvaldes organizācijai nemaz nebūtu jāpilda.⁵ Domu papildina arī Arvīds Krievs: „Mums vajag savu filmu nozares pārvaldi demokratizēt, nevis birokratizēt. Visā Eiropā to dara no valsts samērā brīva organizācija, filmu institūcija, mums tā no paša sākuma ir veidota kā

¹ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Agri Redoviču 2002. 8: 28.-45.lpp.

² Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Arvīdu Krievu 2002. 8: 28.-45.lpp.

³ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Rihardu Pīku. 2002. 8: 28.-45.lpp.

⁴ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

⁵ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Agri Redoviču 2002. 8: 28.-45.lpp.

civiliestāde.”¹ Šeit iespējams strukturēt Filmu institūta izveidi, kas strādā ar valsts budžetu, bet kuru neadministrē ierēdņi, bet gan radošās struktūras.

Pie šādas ražošanas un finansējuma sadrumstalotības, kad ražošana nav centralizēti organizēta, nav pakalpojumu sniedzēju organizēta struktūra, lai viņi spētu konkurēt savā starpā, līdz ar to ir augstas cenas.² Svarīgi, ka šīs iestādes, kas sniedz valsts atbalstu specializētos uz konkrētam nozarēm, lai būtu mazāks šīs administrēšanas un papīru darbs. Tad vairāk laika varētu veltīt produktam – filmai.³

¹ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Arvīdu Krievu 2002. 8: 28.-45.lpp.

² Darba autora intervija ar Latvijas Kinematogrāfistu savienības priekšsēdētāju Ievu Romānovu 24. 04.2006

³ Darba autora intervija ar kino producentu Uldi Cekulu 08. 05.2006

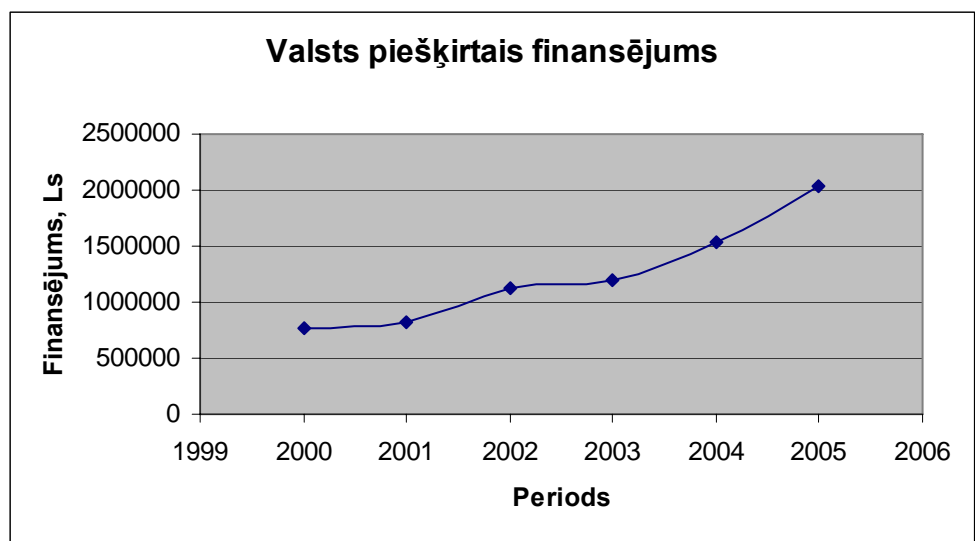
Latvijas kino nozares iespējamā attīstība

Darba praktiskās izpētes pirmā nodaļa veltīta galveno problēmu apkopojumam, kas šobrīd nesekmē kino nozares attīstību Latvijā. Šajā nodaļā tiks aplūkots iespējamais attīstības virziens.

Finansu aspekts

Finansējuma apjoms katru gadu filmu nozarei tiek palielināts, bet tas nerada pietiekamas iespējas kino nozares attīstībai Latvijā. Apjoms līdzinās inflācijas rezultātā pieaugošo izmaksu atmaksai.

Tabulā redzams finansu piešķirums kino nozarei Latvijā, laika periodā no 2000. -2005.gadam.

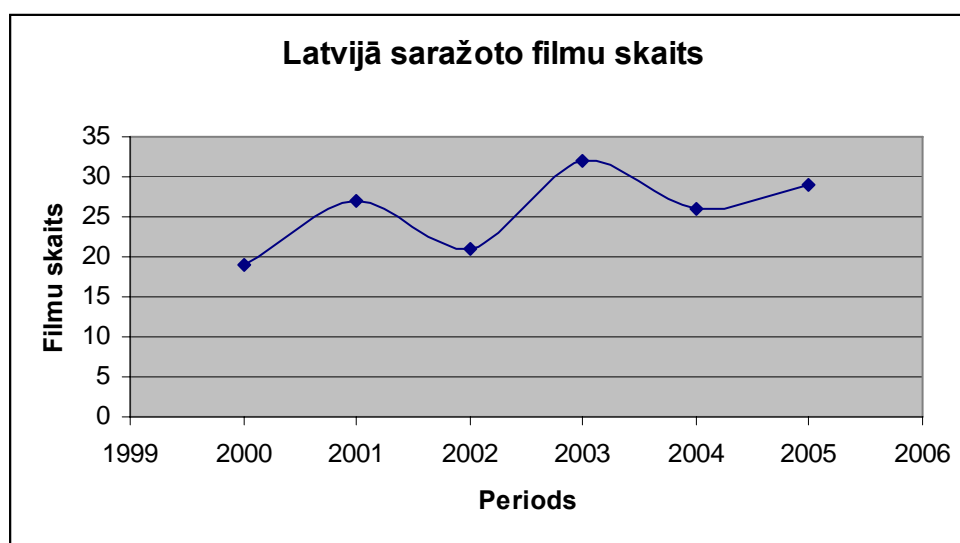


Finansējuma pieaugums ir pakāpenisks, bet filmu nozares atdzimšanai un sekmīgai attīstībai nepieciešams straujš finansu pieaugums „Kad biju ministrs (1996.gadā), izdarīju šo finanšu grūdienu (finansējums kino tika palielināts divkārtīgi – aut.), lai

¹ Published by Baltic Films. *Facts & Figures*. 2005.

neiznīktu spēles kino, bet tagad ir vajadzīgs vēl viens grūdiens. [...] Proti – vajadzētu vēl dubultot naudas piešķirumu kinematogrāfijai.”¹

Tabulā redzams Latvijā ražoto filmu apjoms (apkopotas gan spēlfilmas, gan dokumentālās, gan animācijas filmas). Saražoto filmu līkne parāda, ka pakāpeniskais, bet nelielais finansējuma pieaugums nerada filmu kopapjoma pieaugumu.

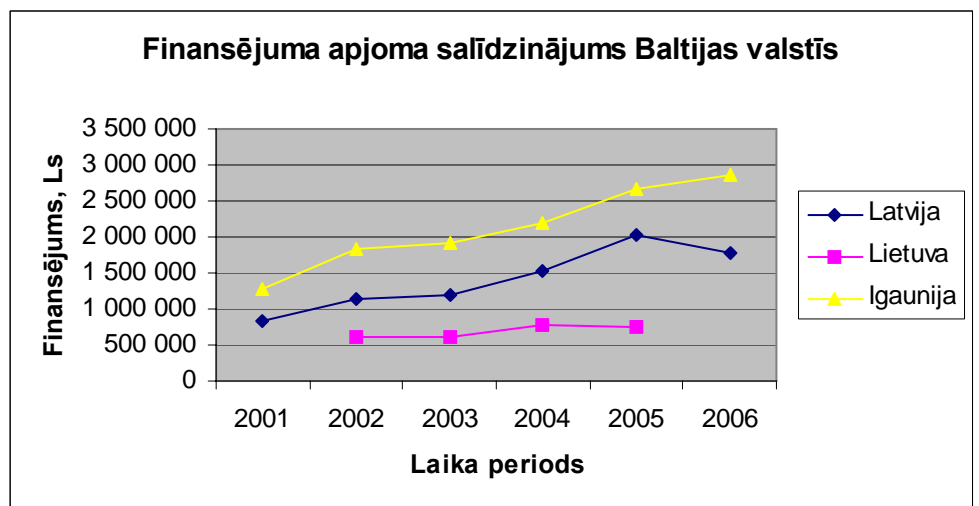


Filmu ražošanas apjoma līknei raksturīga vēl kāda iezīme. Latvijas pieredze rāda, ka spēlfilmas netiek ražotas pusgada līdz astoņu mēnešu laikā, kā tas notiek citviet Eiropā un pasaulē. Latvijā ražošanas process ir mērāms pat vairākos gados, jo filmas finansējums tiek piešķirts vairākās kārtās. Līdz ar to kopējā finansējuma pieaugums nav garants saražotās produkcijas pieaugumam.

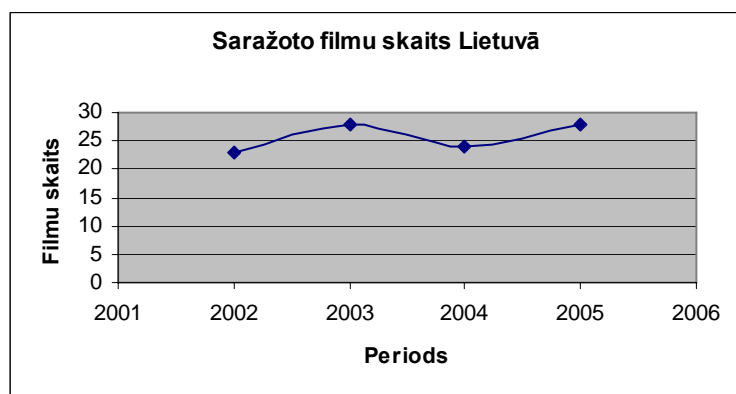
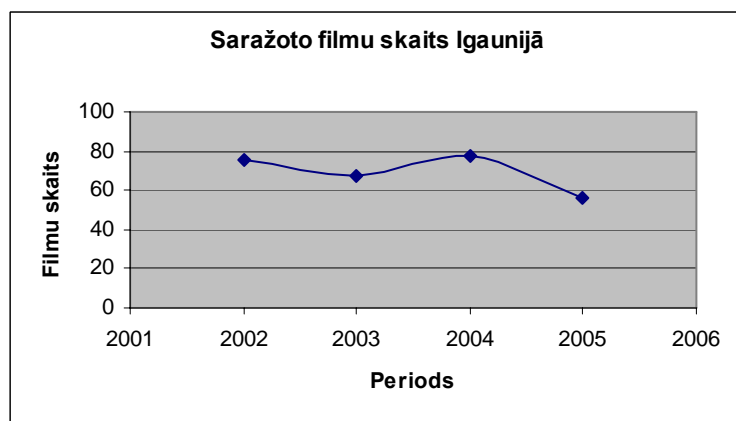
¹ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Rihardu Pīku. 2002. 8: 28.-45.lpp.

² Published by Baltic Films. *Facts & Figures*. 2005.

Salīdzinājumam un priekšstata gūšanai izveidota nākamā tabula, kur redzams Baltijas valstu finansējuma apjomu.



Sekojošās divās tabulās aplūkojams filmu ražošanas apjoms Lietuvā un Igaunijā



¹ Published by Baltic Films. *Facts & Figures*. 2005.

² Published by Baltic Films. *Facts & Figures*. 2005.

Darba izstrādes gaitā no oficiāliem avotiem tika iegūta informācija, ka Kultūras ministrija nākamajā gadā (2007.gadā) plāno kino nozarei piešķirt papildus vienu miljonu latu (šī informācija vēl netiek publiskota). Ja šādas finansējums tiks piešķirts filmu nozarei Latvijā, tad attīstības process iespējams būtu aizsācies.

Producents Uldis Cekuls iesaka nedzīvot ar cerību nākotnē, bet gan izmantot esošos resursus, apstākļus un situāciju: “Šajā situācijā drīzāk ir vērts meklēt kaut kādus hibrīdus produktus, formu pielāgojot situācijai, kāda tā ir. Tādus projektus kā *Rīgas Sargi* var atļauties vienu piecos vai trijos gados. Filmai jābūt pielāgotai finansu situācijai jau idejas līmenī, tad gan var uztaisīt kādas piecas vai desmit filmas un kāda būs laba.”

Bet, lai sasniegtu iepriekšminēto filmu nozares attīstības izrāvienu, ir virkne jautājumu, kas jārisina valstiskā līmenī. Lai veiksmīgi piesaistītu privātā biznesa līdzekļus, valstij jāizstrādā nodokļu atlaižu sistēma. Tas nepieciešams tādēļ, lai privāto struktūru pārstāvjiem būtu izdevīgi iesaistīties filmu ražošanas procesā. Izmaiņas šajā procesā ir sagaidāmas laika periodā no 2006. -2010.gadam (Skat. pielikumu Nr. 1). Mecenātisms ir plaši izplatīta prakse Eiropā filmu atbalstīšanas procesā. Producents U.Cekuls: „Mecenāta ieguldījums varētu sastādīt kādus piecus līdz desmit procentus no filmas budžeta, jo, ja tas sastāda kādus 50%, tas var pārvērsties pasūtījuma darbā. Ja Latvijā tiktu aktivizēta nodokļu atlaižu sistēma šiem mecenātiem, tad sistēma veiksmīgi sāktu darboties arī Latvijā.”

Eiropas pieredze liecina, ka filmu finansēšanas procesā iesaistās vietējās pašvaldības un tūrisma nozares uzņēmumi. Šāda veida sadarbība gan pašvaldībām, gan arī tūrisma uzņēmumiem ir izdevīga, ja filmas tapšanas process norisinās konkrētajā pašvaldības teritorijā, un ja tiek izmantoti tūrisma organizācijas pakalpojumi.

NKC pārstāvis A.Apsītis novērojis tendenci, ka filmu veidotāji, kas pretendē uz valsts atbalstu, parasti cenšas iegūt visam filmu projektam nepieciešamo summu no valsts, bet šāda situācija neesot vērojama Eiropā. Situācija ir loģiski pamatojama, jo vēl nav sekmīgi attīstītas alternatīvas finansējuma iegūšanai.

Kā jau iepriekš minēts Latvijas situācijā ir pamatoti, ka pamata finansējums filmas ražošanai tiek nodrošināts no valsts puses, taču paralēli jāattīsta arī citi finansu avoti. Viens no tādiem ir mediju princips, kas nozīmē televīziju iesaistīšanos filmu izplatīšanas un arī ražošanas procesā. „Ar televīzijām vajag veidot sadarbību, kura nav naudas izteiksmē, bet gan tehnikas nodrošinājumā,” pieredzē dalās filmu producentis Uldis Cekuls. Latvijas situācijā šāda veida atbalsts ir reāli iespējams, jo tāpat kā kino nozare arī valsts televīzija nav pietiekoši finansiāli atbalstīta. Savukārt sākotnēji reāls finansiāls atbalsts meklējams Baltijas valstu televīziju lokā. Jo Eiropas pieredze liecina, ja trīs līdz piecas televīzijas tiek iesaistītas filmu ražošanas un izplatīšanas procesā, tas jau ir nozīmīgs atbalsts. Būtiski šajā sadarbībā ir ne tikai labs filmas projekts, bet arī draudzīgas savstarpējās attiecības, kādas iespējams uzturēt tieši starp Baltijas valstu nozares pārstāvjiem.

Atrodoties vienotā Eiropas kultūras telpā veidojas tendence, kurā pieaug starptautiskais finansu atbalsts. Latvija ir Eiropas audiovizuālā atbalsta sistēmas dalībvalsts – *Euroimages* fondam un *Media Plus* programmai, kas atbalsta filmu projektus ar starptautiska saknējuma potenciālu. Latviešu filmu veidotāji šīs programmas sāk apgūt un līdz 2005.gadam 13 filmu un 8 filmu izplatīšanas projekti ir saņēmuši atbalstu no minētajiem Eiropas fondiem.

Eiropā viens no filmas budžeta veidošanas veidiem ir banku kredītu finansiāls piešķirums. Latvijā šāda veida finansiāls avots nav paredzēts kino attīstības stratēģijā. Banku kredītu procesā nepieciešams ietekmīgs galvotājs, jo pieprasītās summas ir lielas un filmu projekti ne vienmēr var nest peļņu. Līdz ar to šim galvotājam vajadzētu būt valstij, bet situāciju skaidro NKC pārstāvis A.Apsītis: „Finanšu piesaiste filmu ražošanas procesā ir iespējama ar banku kredītu palīdzību, taču filmu projekti ir bez garantijām atpelnīt līdzekļus. Tomēr Latvijā šādu politiku liedz realizēt NKC statūti, jo NKC nav savu pamat kapitālu. Savukārt šāda politika tiek realizēta, piemēram, Francijā.”

2006.gadā lielākais finansējums piešķirts režisora Aigara Graubas veidotajai filmai *Rīgas Sargi* (Ls 93 506).¹ Filma ir balstīta uz būtiskiem

¹ Ziņu aģentūra LETA. 08.03.2006.

vēsturiskajiem faktiem par Latviju, kas risinājušies pagājušā gadsimtā. Šī ir pirmā filma, kas tiek uzņemta HDTV formātā, projekta tapšanas procesā iesaistot Holivudas cienīgus vizuālos specefektus. Šis ir arī pirmais reāla izmēra dekorāciju projekts, kas ataino reālo Rīgu, kaut arī filmēšana norisinās 60 kilometrus no Latvijas galvaspilsētas. Filmas izmaksas jau šobrīd šo projektu ir padarījis par dārgāko filmu Latvijas vēsturē. Ņemot vērā filmas ilgo trīs gadu tapšanas posmu, tā ir izraisījusi lielu interesi Latvijas sabiedrība. Zīmīgs fakts, ka filma jau pārdota vairākiem Eiropas TV kanāliem, ka arī saņemts atbalsts no Media Plus TV finansējuma sistēmas.¹

Latvijā valsts finansējuma piešķiršanā pastāv selektīvais finansējuma modelis – projektu konkurss. Attīstītās Eiropas valstīs līdzās šim modelim eksistē arī divi citi – automātiskais un tiešais. Automātiskais atbalsts tiek piešķirts to producentu nākamo projektu finansēšanai, kuru jau iepriekš veidotie darbi sasnieguši labus rezultātus komerciālajā izplatīšanā vai festivālu aprītē. Automātiskais modelis motivē veidotājus radīt uz skatītāju orientētas filmas. NKC pamazām sāk aktivizēt automātiskā atbalsta sistēmu, jo pēc veiksmīga izplatīšanas projekta filmai *Ūdens bumba resnajam runcim*, filmas veidotājiem tika garantēts automātisks atbalsts nākamā projekta realizācijai.

Savukārt tiešais finansēšanas modelis paredz atbalsta piešķiršanu filmām, kuru producenti ir jau no citiem avotiem piesaistījuši lielāko daļu no filmas ražošanai paredzētajiem līdzekļiem. Tādā veidā ar mazāku valsts finansējuma apjomu tiek nodrošināts lielāks filmu skaits. Izstrādātās filmu stratēģijas vadlīnijas paredz šo mērķi pilnībā īstenot sekojošo sešu gadu periodā (Skat. pielikumu Nr.1).

Latvijā vēl jāsakārto jautājums, kurš skar filmas peļņas izlietojumu. Jo nedz likumdošanā, nedz kino projektu noteikumos nav iestrādes ko producentam darīt ar peļņu. A.Apsītis pauž viedokli par iespējamo peļņas izlietojumu no veiksmīga filmu projekta: “Peļņu no filmas ieņēmumiem gribat varat nodzert, gribat varat pirkt filmas aparatūru, gribat varat nopirkt māju, bet tā peļņa nav liela.”² Filmu projektu nolikums neparedz, ka naudu būtu jānovirza nākamā projekta finansējuma veidošanai.

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005.5p

² Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

Auditorijas aspekts

Latviešu filmām, gluži tāpat kā par finansējumu iegūšanu, jācīnās arī par savas auditorijas iegūšanu – jāpiesaista skatītāja uzmanība un jā saglabā interese pēc iespējas ilgāku laika posmu. Tādēļ svarīgi saprast, kā rīkoties nākotnē, lai latviešu filmām nezustu pašmāju skatītāju loks.

Kinomākslas pieejamība vai nepieejamība ir arī vispārējās izglītības jautājums. Situācija modernajā pasaulē ir attīstījies, bet tradicionālā izglītība nav spējusi izsekot pārmaiņām mākslā un kultūrā. Nav ņēmusi vērā to valodu, ar kuru jaunais cilvēks šodien dzīvo. Kino ir šo moderno - nosacīti ekrāna (kino, TV un arī datora) - valodu sākums un pamats.¹ Kino nozares pārstāvji par ļoti būtisku jautājumu izvirza tieši skatītāj sagatavotību un izglītību. Kino attīstības stratēģijā par nozīmīgu punktu izvirzīta tieši kino vēstures un pamatzināšanu apgūšana vispārīzglītojošajās skolās (Skat. Pielikumu Nr.1). Kino stratēģijā programmu paredzēts ieviest 2006. -2013.gadam.

Latvijā nav attīstīta un nekad nav bijusi kino klubu kustība, kas citur pasaulē ir normāla prakse, piemēram, Horvātijā vai Slovēnijā. Savukārt Amerikā Eiropas filmas neskatās tādā izpratnē, kā Eiropā skatās amerikāņu filmas. Amerikā ir tā saucamās *Art-House*, kur šaurā lokā tiek demonstrētas Eiropā ražotās filmas. Šādas nekomerciālās filmas ir nozares profesionalitātes virzītājspēks. Šādu klubu auditorija ir šaura, orientēta uz mākslas baudīšanu. Klubi izglīto sabiedrību, bet jau konkrētākā un specifiskākā līmenī, salīdzinājumā ar iepriekšminēto izglītošanu skolu līmenī. Šādu klubu attīstība veicinātu interesi par latviešu kino. Bet tuvāko gadu laikā to izveide nav paredzēta. „Auditorija ir pieradusi pie Amerikas filmām, kuras kinoteātros tiek labi apmeklētas. Bet tiklīdz skatītājs sastopas ar latviešu filmu, kur ritms un ideja ir krasi atšķirīgi, viņu tas vairs neinteresē. Tādēļ Latvijas auditorija ir jāsagatavo mūsu filmām,” viedokli pauž A.Apsītis. Daļēji kino klubu funkciju pilda latviešu filmu festivāli, kas gan izglīto skatītāju, bet tā kā festivāli nenotiek bieži, netiek radīts pieradums.

¹ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Bruno Aščuku. 2002. 8: 28-45lpp.

Lielākais latviešu nacionālais filmu festivāls ir *Lielais Kristaps*, kas norisinās katru otro gadu, festivāls apvieno, prezentē publikai un vērtē latviešu kino profesionālos sniegumu. Aplūkojot pēdējā gada *Lielo Kristapu* iezīmējas tendences par latviešu kino apmeklētāja paradumiem.

Lielo Kristapu 2005. gadā apmeklēja 5200 skatītāju. Lai gan organizatoriem nav pieejami precīzi dati, bet novērota tendence, kura liecina, ka skatītājos lielāku interesi pēdējā festivāla laikā izraisījusi spēlfilmu nozare, tendences novērojusi Zigita Saulīte, NKC informācijas un distribūcijas daļas vecākā speciāliste. Apliecinājums tam ir arī spēlfilmas *Ūdensbunba resnajam runcim* iegūtā skatītāju balva. Bet iepriekšējos *Lielā Kristapa* festivālos skatītāju balvu ieguvušas dokumentālās latviešu filmas, un arī auditorijas apjoms kopumā dokumentālajām filmām bijis salīdzinoši augstāks ar spēlfilmām iepriekšējos festivālos. 2005.gada festivāls liecina, ka labi apmeklētas ne tikai spēlfilmas, bet arī animācijas filmas.

Viens no instrumentiem, kā pārbaudīt skatītāju interesi par latviešu kino ir televīziju reitingi. Lai iezīmētu tendences tika aplūkoti televīzijā demonstrēto filmu reitingi 2005.gada marta mēnesī. Par galveno rādītāju filmu auditorijas novērtēšanai tika izvirzīts atlases kritērijs – pētāmo filmu sarakstā tiek iekļautas filmas, kuru auditorija nav mazāka par 100 000 skatītāju. Televīziju piedāvājumā nospiedošais vairākums ir ASV tapušās filmas, bet neskatoties uz to apkopoto filmu sarakstā veiksmīgi iekļuvušas latviešu filmas. 2005. gada marta rādītāji liecina, ka vispopulārākā filma bijusi ārvalstu filma *Tērners un Hučs*, kas ieguvusi 262 tūkstošus lielu skatītāju loku. Savukārt latviešu filma *Tauriņdeja* skatītāko filmu sarakstā ierindojas 27.vietā ar 156 tūkstošu lielu auditoriju. Pēc izvirzītā kritērija - auditorija ne mazākā par simts tūkstošiem – 2005. gada martā Latvijas populārākajos komercanālos (LNT, TV3) un sabiedriskajā televīzijā (LTV1 un LTV7) izveidoto sarakstu veido 66 filmas, no kurām tikai divas ir latviešu filmas. Sarakstā iekļuvušās abas latviešu filmas *Tauriņdeja* un *Kad lietus un vēji sitas logā* demonstrētas LTV 1 kanālā. (Skat. pielikumā Nr. 4)¹

Savukārt Latvijas situāciju, darbam ar auditorijas vēlmju apmierināšanu, apgrūtina arī nacionālās sadalījums – no Latvijas iedzīvotāju skaita (2,5 miljoni)

¹ Dati iegūti no TNS Latvijas datu bāzes.

vairāk kā 30% ir cittautieši, kuri nav primārā mērķauditorija nacionālo filmu produktiem.¹

Spēlfilmās tiek uzņemtas tik reti, ka skatītāji vairs tās negaida – nav radīts pieradums. Veidojas situācija, kurā sabiedrība nacionāls filmas negaida kā notikumu, jo tās tiek ražotas ļoti reti un maz. Savukārt novērojams otrs fenomens – klasiskās latviešu filmas iegūst milzu auditorijas, kad tās tiek pārraidītas televīzijā. „Televīziju reitingi latviešu filmu pārraidīšanas laikā iespējams salīdzināt ar vakara ziņu programmu, kas liecina, ka filmu auditorija nav zaudēta,” viedokli pauž D. Āboliņa.²

Savukārt A. Apsītis par auditorijas piesaistīšanu kino min iespēju, ka nākotnē kinoteātra apmeklējums varētu būt prestiža jautājums - filmu pirmizrādes varētu norisināties kopā ar filmu aktieriem, kas procesu radītu prestižu un saistošu.³

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005. 5p

² Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005. 4p.

³ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju 21. 03.2006

Profesionalitātes aspekts

Neviena latviešu filma nav guvusi satriecošus komerciālus panākumus starptautiskajā līmenī, savukārt vairākas filmas veiksmīgi startējušas un guvušas lieliskus panākumus starptautiskajos filmu festivālos (Skat. pielikumu Nr.2).

Piemērs, kas saistās ar veiksmīgu komerciālo filmas projektu ir Aigara Garubes veidotā filma *Baiga Vasara*, kuras apmeklējums kino teātros veidoja nozīmīgu apmeklētāju skaitu - 80 000 pārdotas biļetes kinoteātros. Neskatoties uz šiem rādītājiem, filma vēl aiz vien nespēj atpelnīt savas izmaksas.¹ Latvijā ir radošā un ekonomiskā potenciāla neatbilstība kino nozarē, jo katru gadu Nacionālais Kino centrs saņem vismaz piecus radoši spēcīgus spēlfilmu projektus, bet visus finansiāli nav iespējams atbalstīt. Lai šo problēmu risinātu Latvijā ir nepieciešams attīstīt kopražojumu projektus. Nav arī iespējams visus projektus veidot kā kopražojumus, jo katras nācijas specifika diktē savus nosacījumus. Piemēram, stāstu par Lāčplēsi citu valstu iedzīvotājiem būs grūti uztvert, pat vēl vairāk ārzemju auditorijai tas nebūs saistoši. „Grūti Eiropas publikai būs pārdot arī topošo filmu *Rīgas sargi*. Bet kopražojumu potenciāls Eiropas televīziju tīklā ir milzīgs.² Tādēļ rodas jautājums, kādēļ šādu apjomīgu nodokļu maksātāju naudu tērēt? Latvijas kino stratēģijā būtu arī jāiekļauj šādi gadījumi.

Latvijā nozares speciālistu vidū dominē ne uz industrijas attīstību vērsts viedoklis – „Stimuls veidot filmas Latvijā ir, pirmkārt, lai režisors sevi varētu realizēt kā mākslinieks,” otrkārt, uzsver A.Apsītis: “Ja režisora iecere sakrīt ar kaut kādu tur auditorijas vēlmi. Un vidū šim procesam ir naudas devēji (NKC), kas iecerētajā produktā saskata kultūras vērtību, tad tas būtu vēl viens darbs mūsu mākslas krātuvē.”³ Izvērtējot šādu nostāju rodams būtisks traucēklis Latvijas kino nozares veiksmīgas attīstības potenciālam.

Problēmas risinājums un nozares attīstības virzība varētu būt kopražojumu sadarbības izveide. Bet pagaidām Latvijas situācijā problēmas ar kopražojumu

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005.4p

² Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

³ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

projektiem rodas tajā apstākļi, ka Latviju un tās profesionālos nozares darbiniekus slikti pazīst Eiropā. Piemēram, Dānijai bija nepieciešami aptuveni 20 gadi, lai iegūtu atpazīstamību Eiropas un pasaules kontekstā. *Larsa fon Triera* fenomens bija labākais Dānijas kino nozares attīstības sabiedrisko attiecību gājiens.

Lai attīstītos radošs process ir nepieciešama industrija vai citu cilvēku rosība šajā konkrētajā kino laukā. A. Apsītis uzsver: "Latvijā profesionālais līmenis iet uz leju, jo tas ir atkarīgs no ražošanas apjuma." Latvijas apstākļos profesionāls kino cilvēks var strādāt gadā aptuveni divus mēnešus un tad gaidīt nākamo projektu, kas varētu būt pēc pus gada vai ilgāka laika posma. Tad darbu kino laukā cilvēks var uztvert tikai kā vaļasprieku, nevis kā profesiju.

Mūsu valstī kino jābūt kultūras jeb nacionālās esamības izpausmes sastāvdaļai, bet šobrīd tas vairāk ir apmaksāts vaļasprieks, kas pamazām veidojas profesionāls vispārīgā līmeņa ziņā. Pamazām parādās pirmie rezultāti, kas skatāmi ne tikai pašiem, bet arī citiem.¹

Rīgas kino studijas piemērs liecināja, ka ražošanas process tika nostādīts augstā līmenī. Rīgas kino studijā notika konsekventa laika plānošana, kas neļāva filmu uzņemšanai neievērot termiņus. Šobrīd termiņi nav tik strikti jāievēro, līdz ar to rodas situācijas, kad filmu uzņemšanas pabeigšana var kavēties. NKC nav argumentu kāpēc kāds filmu projekts būtu jāpabeidz projekta aprakstā norādītajā datumā, tādēļ ļoti pozitīvi būtu šajā filmu ražošanas procesā iesaistīt televīziju, kad topošā filma tiek iekļauta televīzijas programmā un tās veidotājiem nav iespēju neievērot projektā norādīto filmas ražošanas datumu.

Filmu nozarē strādājošo profesionālā izglītība ir ļoti nosacīti profesionāla Latvijā. Atšķirība no Eiropas pieredzes ir tāda, ka Latvijā samērā nepieredzējis režisors var iegūt tiesības veidot pilnmetrāžas filmu, bet Eiropā ir jābūt augstai iepriekšējai profesionālas pieredzes bagāžai. Latvijā ražošanas ziņā uzlabojas kvalitāte, jo aug tieši producentu profesionalitāte, paplašinās kontaktu loks, kas ir nozīmīgi filmu nozarē, jo paveras iespējas veidot kopražojumus. Bet šis process norisinās ļoti pakāpeniski un lēni.

¹ Avotiņš, Viktors. Valsts un Kino. *Kino Raksit*. Intervija ar Rihardu Pīku 2002. 8: 28.-45.lpp.

Lielākā problēma profesionālas kino izglītības iegūšanai tieši Latvijā ir vērtīgas profesionālas pieredzes un prakses trūkums potenciālajiem pasniedzējiem, jo ar tehniski profesionālām zināšanām ir par maz. Izglītības jomā ir tāda tendence, ka Amerikas skolas sniedz zināšanas tehniskajā lietu izpratnē, savukārt Eiropā vairāk tik likts uzsvars uz radošajām niansēm. A.Apsītis ir pozitīvi noskaņots par topošas Baltijas Filmu skolas modeli: „Baltijas skolas modelis vieš cerības vairāku apstākļu dēļ. Pirmkārt, finansiālu apsvērumu dēļ būs iespēja aicināt vieslektorus. Otrkārt, studentu kodolu veido triju valstu pārstāvji, jo sastopas, lai arī nedaudz, bet atšķirīgas kultūras. Jo, ja pieredzes apmaiņa notiek vienas kultūras un domāšanas stila kontekstā radošs process norisinās gauši. „

Latvijas, Lietuvas un Igaunijas filmu nozarē līdz šim ir valdījusi diezgan nekonkrēts profesionālās izglītības iegūšanas tendence. Atsevišķi režijas kursi, atsevišķi operatoru kursi Latvijas Kultūras akadēmijas paspārnē sniegusi pamat izglītību Latvijas kino profesionāļiem, bet vienmēr valdījusi tendence, kuras apstākļos izglītības meklējumos topošie filmu nozares profesionāli devušies studēt dažādās ārzemju augstskolās.

2006.gads līdzšinējā situācijā nesīs jaunas pārmaiņas, kad pirmos studentus uzņems Baltijas filmu un mādiņu skola (*The Baltic Film and Media School*). Šajā skolā 2006.gada rudenī varēs pieteikties studenti, kas jau ieguvuši augstāko izglītību, mācības ilgs divus gadus. Skolas modelis paredz apvienot studentus no trim Baltijas valstīm – Latvijas, Lietuvas un Igaunijas. Topošajiem kino profesionāļiem izglītība tiks piedāvāta režijas, kinematogrāfijas, filmu teorijas, scenāriju autoru, montāžas, un skaņu operatoru specialitātē. Savukārt mediju nozarē tiks sagatavoti audiovizuālo mediju, audiovizuālo producentu un sabiedrisko attiecību un komunikāciju speciālisti. Skolā nozīmīgs uzsvars tiks likts tieši uz praktisko treniņu pielietojuma mācību procesā, kas ir ļoti būtiski un nepieciešami Baltijas filmu industrijas attīstībā un izaugsmē. Nozīmīgi, ka skolas finansiālais nodrošinājums ļaus piesaistīt profesionālus un zinošus ārvalstu vieslektorus.

Šobrīd latviešu filmu ražošanas garu nosaka gados jauni filmu veidotāji un viņi ir radoši visaktīvākais slānis. Daži no viņiem savu profesionalitāti ieguvuši studijās Latvijas Kultūras akadēmijā, daļa savu profesionalitātes spējas

papildinājuši Eiropas filmu skolās. Jaunie filmu veidotāji attīstījuši savu individualitāti plašā spektrā profesionālo izpaušmju – veidojot savas ražošanas kompānijas, radošas apvienības, filmas, kā arī ceļot savu radošo pašapziņu.

Latvijā šobrīd ir reģistrētas vairāk kā 40 filmu ražošanas kompānijas. Lielākā daļa no šīm kompānijām ir vienas filmas, vai pat vienas personas kompānija. No šīm 40 aptuveni 15 ir vairāk vai mazāk aktīvi darbojošās. Lielākā daļa no šīm kompānijām darbojas reklāmas laukā un tikai reizēm darbojas filmu veidošanā.¹

Latvijas profesionālo kino veidotāju lokā lielu popularitāti ir izpelnījušās dokumentālās filmas. Pirmkārt, šāds process attīstījies tāpēc, ka dokumentālajam kino ir senas vēsturiskās attīstības saites Latvijā, bet otrkārt, dokumentālais kino neperas tik lielus ieguldījumus kā spēlfilmu žanrs. Filmu veidotāji varētu būt sarūgtināti, bet sekojošā tendence ir raksturīga arī pasaules pieredzē – populārākais ekrāns dokumentālo darbu demonstrēšanai ir TV ekrāns, neskaitot dažas reizes, tūlīt pēc filmas izlaišanas, kad filmas tiek parādītas uz lielajiem kinoteātru ekrāniem. Latvijas problēma ir tā, ka TV kanāli nav saistīti un neiesaistās producēšanas procesos. Pēc tam, kad filma ir uzfilmēta, to var demonstrēt TV, bet samaksa par demonstrēšanas atļauju ir vairāk kā simboliska. Kaut gan šobrīd vērojama tendence, ka šī summa pamazām, bet palielinās. Taču, kā jau minēts video formāts jeb amatieru tehnikas izmantojums ir krietni lētāks, par profesionālo filmu tehniku, līdz ar to amatieru tehnika ir viegli pieejama visiem, pat neliela producentu kompānija, tāpēc arī liels skaits režisoru un citu radošu personu ir saistīti ar dokumentālo filmu ražošanu. Tādējādi jaunajiem filmu veidotājiem ir radusies iespēja izmēģināt savu veiksmi filmu ražošanā, līdz ar to tiek veidotas daudz dokumentālās filmas, kas ir laba tendence.

Dokumentālo filmu žanram ir dziļas tradīcijas Latvijā, bet vairākas dokumentālās mākslas filmas ir sasniegušas starptautisku atpazīstamību. Kulminācija šajā filmu nozarē tika sasniegta astoņdesmito gadu beigās, kad Ivara Selecka veidotā filma *Šķērsiela* ieguva balvu – Labākā Eiropas dokumentālā filma.

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005.6p

Dokumentālo filmu nozare attīstās veiksmīgi, lai arī vēl nav iekarots tirgus. Interesants piemērs ir dokumentālā filma Šķērsiela, kura sākotnēji no valsts puses finansiāli tika atbalstīts negribīgi. Bet rezultātā šis projekts ieguva visas iespējamās balvas dokumentālā kino nozarē visā pasaulē.¹

Salīdzinot ar minēto Dānijas piemēru Latvijas populārākā starptautiski atpazīstamā kino režisore ir Laila Pakalniņa. Pirms pieciem gadiem L.Pakalniņas filma *Kurpes* tika rādīta Kanneru filmu festivālā, taču pēc pāris gadiem viņas otrā mākslas filma *Pitons* tika rādīta Venēcijas Starptautiskajā Filmu Festivālā. L.Pakalniņa cieši sadarbojas ar kinooperatoru Gintu Bērziņu un skaņu operatoru Anriju Krenbergu, kopā radot netradicionālu filmas estētiku. Eiropas žurnālisti šo sadarbības iznākumu, kas redzams filmās, nodēvējuši par smalku attēla kultūru, skaistu gaismas un ēnu rotaļu, kā arī uzslavētas skaņas spēles filmās, kas rada realitātes simfonijas iespaidu.²

Latvijā ir izveidojušās arī spēcīgas animācijas tradīcijas. Pirmā leļļu animācijas filma, Arnolda Būrova vadībā, Latvijā tapa 1966. gadā. Vēlāk attīstību veicināja Rozes Steibras un Anša Bērziņa ienākšana animācijas laukā ar zīmētajām filmiņām. Šobrīd Latvijā veiksmīgi eksistē gan zīmētā, gan leļļu animācija. Lielākā leļļu animācijas kompānija Latvijā ir Animācijas Brigāde, tās direktors Jānis Cimmermanis un Nils Skapāns veidojuši vairākas filmas bez dialogiem, kuras galvenā mērķauditorija ir ģimenes. Jaunākais piemērs tam ir režisores Daces Rīdūzes filmiņa *Jāņtārpiņš*. (Skat. pielikumu Nr.2) Šī filmiņa ir piedalījies 23 filmu festivālos, tai skaitā Berlīnes Starptautiskajā Filmu festivālā. Sākotnēji šī filma pārsteidza pasauli ar to, ka tā ir roku darbs, kurā nav izmantotas augstās tehnoloģijas, tad sekoja nākamais pārsteiguma elements – tās bija filmas gaišā noskaņa un sirsnīgums.³ Animācijas producentu kompānijas Rija vārds pirms kāda laika jau izskanējis pasaulē saistībā ar filmas *Randiņš Belavillā* starptautiskajiem panākumiem. Šī pasaulē pazīstamā filma gandrīz pilnībā tika radīta studijā *Rija*. Tāpat filmu režisore Signe Baumanē, kas strādā filmu studijā Rija, ir pazīstama

¹ Darba autora intervija ar Nacionālā Kino Centra direktores vietnieku Andreju Apsīti 21. 03.2006

² Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005.7p

³ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005.5p

pasaulē ar veidoto psiholoģisko animācijas eseju *Sieviete*, kas vēsta par īpašo ķīmiju starp sievieti un vīrieti.¹

Latvijas gadījumā izņēmums ir animācijas filmu nozare, kas gandrīz spēj savu nozari uzturēt pašu spēkiem, jo tiek pildīti daudz pasūtījumu darbi no visas pasaules, šādā veidā rodas arī nozares profesionāļu atpazīstamība. Animācija no visām kino nozarēm Latvijā ir vienīgā līdere, kas veiksmīgi atrodas tirgū.

Viens no spilgtākajiem profesionalitātes rādītājiem kino nozarē ir balvu iegūšana dažādos konkursos un festivālos. Iegūtās balvas ir kvalitātes un nozīmības rādītājs tādēļ, ka šo konkursu un festivālu žūriju sastāvā ir profesionāli nozares speciālisti. Dalība starptautiskajos kino konkursos un festivālos, kā arī balvu iegūšana ir tiešs apliecinājums profesionalitātes līmenim. Pirmkārt, tas ir profesionalitātes apliecinājums pašam filmas autoram un radošai grupai. Otrkārt, dalība šādos festivālos veic starp kultūru funkciju. Jāatzīst, ka filma šādos festivālos sasniedz daudz šaurāku auditorijas segmentu, nekā to varētu izdarīt ar komercproduktu. Dalība šādos kino festivālos pēdējo gadu laikā ir bijusi visai apjomīga, kā arī iegūtais balvu skaits ir nozīmīgs (Skat. pielikumu Nr. 2)

¹ Āboliņa, Daira. Tendencies and Prospects in Latvian Filmmaking. *Film News from Latvia*. 2005. 7p

Secinājumi

Latvijas kino nozares attīstība definējama kā process. Darba gaitā iegūto kino nozares pārstāvju viedoklis liecina par to, ka šīs nozares attīstība vērtējama, kā pārtrauktas attīstības process, kas tiek “uzturēts pie dzīvības”. Šis vājais pastāvēšanas process balstās tikai uz kino nozares entuziastiem, kas kino procesu Latvijā padara par amatierismu. Šādas sekas rodamas tajā apstākļī, ka nav konkrētas attīstības vīzijas, kas būtu valsts akceptētas un nozares institūciju izstrādātas. Viena no nozares smagākajām problēmām ir nepietiekamais finansējums veiksmīgai nozares attīstībai. Nelielais finansējuma pieaugums katru gadu nespēj nodrošināt nozares attīstību, nosedzot tikai inflācijas kāpumu. Finansiālo jautājumu nesakārtošana vistiešāk saistāma ar biežās politiskās virzības (partiju un valdību) maiņām. Šādas situācijas izmaiņas sagaidāmas ar Kino Likuma galīgo izstrādi un pieņemšanu politiskajā līmenī.

Kino nozares attīstība netiek virzīta plānoti, jo nav izstrādāta nozares darbības stratēģija. Darbība tiek plānota viena gada ietvaros, nevis vadoties pēc vismaz īstermiņa plānošanas laika apjoma – trīs līdz pieci gadi. Iestrādes kino nozares attīstības pētniecībā liecina, ka plānots attīstības process varētu sākties tikai ar brīdi, kad tiks izstrādāta nozares stratēģija, ka arī kino tiks atdzīvīta kā prestiža nozare politiskajā plāksnē.

Nobeigums

Bakalaura darba tēma “Latvijas kino attīstība – finansu, auditorijas un profesionalitātes aspektā” sākotnēji tika izvēlēta, lai detalizētāk būtu iespējams izpētīt un izsekot kino attīstības procesiem un gaitai Latvijā. Darba gaitā sākotnējā iecere attaisnojās un tika realizēta.

Teorētiskajā daļā apkopotā informācija sniedz noderīgu informāciju par Eiropas kino, pie kura pieder arī Latvija. Šie apkopotie materiāli ir vērtīgi arī tā iemesla dēļ, ka latviešu valodā nav sastopama līdzīga veida informācija. Teorētiskajā daļā atrodama informācija darba gaitā palīdzēja izprast Latvijas kino specifiku un funkciju.

Strukturējot praktiskās izpētes daļu divos virzienos – galveno nozares problēmu apzināšana un iespējamie problēmu risinājumi, darbā tiek uzsvērts nozares sarežģītais un laikietilpīgais sakārtošanas un attīstības process. Veicot intervijas un apkopojot nozares pārstāvju viedokļus atklājās kopīgs problēmu loks, kas liecina, ka nozarē nepastāv atsevišķu indivīdu pašrealizācijas problēmas, bet gan kopīgas nozares nepilnības un procesa disfunkcija. Darba gaitā tika atklāts, ka un kā šīs problēmas ir risināms, bet, lai process notiktu, ir nepieciešami nemainīgi un mērķtiecīgi politiski lēmumi nozares attīstības virzībai, kā arī nozares stratēģijas izstrāde. Darba pielikumā atrodamais kino attīstības stratēģijas melnraksts papildina praktiskās izpētes daļā izvirzītos nozares attīstības elementus.

Darba gaitā tika pierādīta izvirzītā hipotēze - Latvijas kino procesu lēnais temps pagaidām nenodrošina kino attīstības procesu. Rezultātā veidotais darbs radīts nevis, lai kritizētu Latvijas kino nozari, bet gan lai meklētu reālus risinājumus, kā arī cēloņus, kas kavē nozares attīstībai.

Literatūras avotu saraksts

1. Aitken, Ian. *European Film Theory and Cinema: a Critical introduction*. Edinburg: Edinburg University Press, 2001. 275 p.
2. Brantson, Gill. *Cinema and Cultural Modernity*. Philadelphia: Open University press Buckingham, 2000. 207 p.
3. Buscombe, Edward. *Cinema Today*. London: Phaidon Press, 2003. 512 p.
4. Buscombe, Edward. *Cinema Today*. London: Phaidon Press Limited, 2003. 512 p.
5. Cleve, Bastian. *Film Production Management*. Amsterdam: Elsevier, 2006. 226 p.
6. Colbert, Francois. *Marketing Culture and the Arts*. Canada: National Library of Canada, 2001. 245 p.
7. Eglītis, Valdis. *Gribu Uzņemt Filmu*. Rīga: Jumava, 2003. 176 lpp.
8. Gary R, Weaver. *Culture, Communication and Conflict: Reading in Intercultural Relations (Revised Second Ed)*, 2000. 314 p.
9. Godard, Jean-Luc. *Cinema: the Archeology of Film and the Memory of a Century*. Oxford: Berg Publ, 2005. 143 p.
10. Gorina, Sabina. *The Protection of Cinematographic Heritage in Europe*. Sk. Internetā (2006. 14.01.)http://www.obs.coe.int/oea_publ/
11. Gunew, Sneja. *Denaturalizing cultural Nationalisms: Multicultural Readings of Australia*. New York: 1990. 540 p.
12. Gyory, Michel. Making and Distributing Films in Europe. Sk. Internetā (2006.01.02)http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/natfilm.html
13. Hamly, Nicky. *Film Art Phenomena*. London: BFI Publ., 2003. 200 p.
14. Hofstede, G. *Cultures and Organizations: Software of the mind*. New York: McGraw Hill. 1997. 434 p.
15. Irdanova, Dian. *Cinema of the Other Europe: the Industry and Artistry of east Central European film*. London; New York: Wallflower Press, 2003. 536 p.
16. Klevjer, Aas, Nils. *Challenges in European Cinema and Film Policy*. Sk. internetā.(2006.08.02)
http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/aas.html

17. Kroplis, A, Rašcevska, M. Kvalitatīvās Pētniecības Metodes Sociālajās Zinātnēs. Rīga: Raka, 2004. 178 lpp.
18. Published by Baltic Films. *Facts & Figures*. 2005.
19. Published by the National Film Centre of Latvia. *Film News from Latvia*. Special Issue Laila Pakalniņa. 2005. 20 p.
20. Published by the National Film Centre of Latvia. *Film News from Latvia*. 2005. 15 p.
21. Published by the National Film Centre of Latvia. *Film News from Latvia*. Special Issue IDFA Amsterdam. 2005. 19 p.
22. Published by the National Film Centre of Latvia. *Film News from Latvia*. Special Issue Berlinale. 2006. 17 p.
23. Published by the National Film Centre of Latvia. *Film News from Latvia*. Special Issue for Berlinale. 2005. 15 p.
24. Redovičs, Agris (red.). *Kino Raksit*. 2002. 8. 160 lpp.
25. Seignette, Jacqueline. *Digital Technology: Salvation or Threat?* Sk. Internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en
26. Sk. Internetā (2005.12) http://en.wikipedia.org/wiki/Cross-cultural_communication
27. Strover, Sharon. *Financing Production in Europe: a Changing Market Place*. Sk. Internetā (2006. 10.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en
28. TNS Latvija. Datu bāzes resursi.
29. Traschys, Daniel. *Transparency in the Media Sector Enhances Democracy*. Sk. Internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en
30. Turner, Greame (ed.). *The Film Cultures Reader*. London and New York, 2002. 524 p.
31. Turner, Greame. *Film as Social Practice*. London and New York, 2001. 221 p.
32. Zeender, Christian. *Celebrating the Cinema to Preserve it*. Sk. Internetā (2006. 12.02) http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia3.pdf.en
33. Ziņu aģentūra LETA. Sk. internetā (08.03.2006) www.leta.lv

Anotācija

Bakalaura darbs “Latvijas kino attīstība – finansu, auditorijas un profesionalitātes aspektā” ir veidots, lai izprastu Latvijas kino nozares attīstības procesu. Darba teorētiskā daļa veltīta, lai aplūkotu Eiropas kino nozares specifiku, attīstību un tendences, kā arī nozīmi komunikāciju procesā. Eiropas pieredze aplūkota, jo Latvijas kino nozare pēc būtības un funkcijas pieder Eiropas kino. Darba praktiskā daļa sadalīta divos virzienos. Pirmais virziens veltīts tam, lai tiktu apzinātas galvenās problēmas kino nozarē Latvijā. Savukārt otrais virziens balstīts uz iespējamo problēmu risinājumu rašanos. Praktiskā izpēte balstās uz nestrukturētām intervijām, kuras darba izstrādes gaitā snieguši ar Latvijas kino nozari cieši saistīti profesionāļi. Darbā iespējams rast atbildes par Latvijas kino nozares attīstības iespējām, kā arī pētnieciskā daļa sniedz atbildes uz jautājumiem, kādi ir galveni traucēkļi veiksmīgai un straujai kino nozares attīstībai Latvijā.

Annotation

Bachelor paper “Development of Latvian cinematography in aspects of finances, audience and professionalism” has been made to track changes in Latvian cinematography’s development. Theoretical part of this paper is meant to understand European cinematography’s specificity, development and tendencies, as well as cinematography’s importance in process of communication. European experience has been examined because Latvian cinematography’s industry by nature and functions belongs to European cinematography. Practical part of paper has been divided in two courses. The first course tries to understand most important problems in Latvian cinematography. The second one tries to find possible solutions to these problems. Practical research holds up on non-structural interviews, which were given by professionals closely connected with Latvian cinematography’s industry. In this paper reader will find possible ways for the development of Latvian cinematography’s industry. The research part of this paper gives answers to questions about main obstacles in rapid and successful development of the Latvian cinematography.

Pielikums