



EUROPOS
KOMISIJA

Briuselis, 2014 05 15
COM(2014) 272 final

**KOMISIJOS KOMUNIKATAS EUROPOS PARLAMENTUI, TARYBAI, EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI IR REGIONŲ
KOMITETUI**

**Europos kinas skaitmeniniame amžiuje.
Kultūrų įvairovės ir konkurencingumo sąsaja**

**KOMISIJOS KOMUNIKATAS EUROPOS PARLAMENTUI, TARYBAI, EUROPOS
EKONOMIKOS IR SOCIALINIŲ REIKALŲ KOMITETUI IR REGIONŲ
KOMITETUI**

**Europos kinas skaitmeniniame amžiuje.
Kultūrų įvairovės ir konkurencingumo sąsaja**

Audiovizualinis sektorius turi didelę kultūrinę, socialinę ir ekonominę reikšmę. Jis formuoja tapatybes, perteikia vertybes, kurdamas mūsų bendrą europinę tapatybę sykiu gali skatinti Europos integraciją. Šis sektorius prisideda prie ekonomikos augimo ir darbo vietų kūrimo Europoje ir skatina inovacijas.

Taip pat svarbu pažymėti, kad audiovizualinis sektorius yra labiau reguliuojamas negu kiti kūrybos sektoriai ir yra labai priklausomas nuo viešojo finansavimo¹.

Europos kino pramonė yra įvairi ir kūrybiška. Visame pasaulyje vertinamas jos kino paveldas įkvėpė ne vieną kino kūrėjų kartą ir turėjo įtakos ne vienam jų kūriniui². Tačiau, nors Europa geba sukurti nemažai įvairių ilgo metražo filmų, dauguma jų nepasiekia visų savo potencialių žiūrovų Europoje, o pasaulinėje rinkoje šiuos filmus išvysta dar mažiau žiūrovų. Dažniausiai filmai lieka nacionalinėse rinkose, tačiau net ir jose kai kurie iš jų nepasiekia kino ekranų ar nėra platinami kitais kanalais.

Taigi praleidžiama proga su Europos kultūrų įvairove supažindinti visą pasaulį, didinti konkurencingumą ir spręsti užsienio prekybos su trečiosiomis šalimis, ypač su JAV, balanso deficito klausimą.

Skaitmeninė revoliucija atveria daugiau galimybių, suteikia daugiau lankstumo platinimo srityje ir daro didelę įtaką žiūrovų elgesiui. Todėl būtina prisitaikyti prie skaitmeninio amžiaus ir naudotis jos teikiamomis galimybėmis, siekiant išsaugoti esamus žiūrovus ir pasiekti naujus, taip pat užtikrinti kultūrų įvairovės ir konkurencingumo sąsają. Tam reikia pokyčių: pramonė turi išmėginti naujus verslo modelius ir žiūrovų skaičiaus didinimo strategijas; taip pat turi keistis regioninė, nacionalinė ir Europos lygmenų viešoji politika.

Todėl itin svarbu tarptautiniu lygmeniu bendradarbiauti politikos srityje ir su šiuo sektoriumi palaikyti struktūrinį dialogą Europos mastu.

Šis komunikatas yra įtrauktas į Komisijos komunikate dėl kultūros ir kūrybos sektorių rėmimo siekiant ES ekonomikos augimo ir darbo vietų kūrimo³ pateiktą strateginę sistemą ir atitinka Europos skaitmeninę darbotvarkę⁴.

¹ Iš Europos kino fondų kasmet skiriamas 2,1 mlrd. EUR finansavimas (Europos audiovizualinė observatorija, „Filmams ir audiovizualiniams kūriniams Europoje skirtas viešasis finansavimas“ (angl. „Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe“), 2011 m.).

² Neseniai filmas „Neliečiamieji“ (angl. „The Intouchables“) savo originalumu sudomino viso pasaulio žiūrovus, parduota daugybė bilietų, filmas buvo pelningas.

³ COM(2012) 537 *final*.

Šiame komunikate apibendrinti pastarojo meto kino sektoriaus pokyčiai ir nustatyti dabartiniai uždaviniai kino sektoriui įtakos turinčios viešosios politikos srityse. Jame taip pat aptariamos dabartinės ES priemonės, kurios galėtų padėti spręsti šiuos uždavinius.

Komunikate siekiama visose aptariamose srityse didinti valstybių narių ir Sąjungos politikos tarpusavio papildomumą. Komunikate skatinama nustatyti bendras gaires, kurios padėtų geriau pasinaudoti su perėjimu prie skaitmeninių technologijų susijusiomis galimybėmis ir spręsti atitinkamus uždavinius, atsižvelgiant į kultūrų ir kalbų, taip pat nacionalinio audiovizualinio turinio įvairovę. Be to, pabrėžiama, kad reikia išvien siekti stiprinti bendrą esamų finansavimo priemonių poveikį Europos kino sektoriaus konkurencingumui ir įvairovei.

1. Dabartinė Europos kino sektoriaus padėtis

1.1. Didėja atotrūkis tarp kino gamybos ir žiūrovų?

Europos kino sektoriuje nėra gamybos ir platinimo bei vartojimo pusiausvyros, t. y. sukurtų filmų ir filmų, kurie iš tikrųjų pasiekia savo tikslinius žiūrovus, pusiausvyros. Europoje sukuriama gerokai daugiau filmų negu JAV ir Kanadoje⁵, tačiau Europos filmai platinami mažesniu mastu ir jiems sunku pasiekti daugiau žiūrovų kitose šalyse, įskaitant rinkas ES viduje.

Sėkmės išmatuoti atsižvelgiant vien į užimamos rinkos dalį ir pajamas už parduotus bilietus neįmanoma. Filmai gali būti skirti nišiniams žiūrovams, todėl nacionaliniu, ES ir pasauliniu lygmenimis jie gali užimti mažesnę rinkos dalį. Tačiau šie filmai gali sėkmingai pasiekti savo tikslinius žiūrovus ir tapti svarbia kultūrų įvairovės dalimi. Ekonominiu požiūriu santykinė filmo sėkmė turi būti vertinama atsižvelgiant ir į jo pelningumą, t. y. į investicijų į jo rengimą, gamybą ir platinimą bei pajamų santykį⁶. Tačiau daugelis ES sukurtų filmų kino teatruose rodomi retai arba išvis nerodomi, ypač už vidaus rinkų ribų. Be to, nepanašu, kad kitais kanalais platinamus šiuos filmus pamatytų gerokai daugiau žiūrovų.

Su skirtingais platinimo kanalais (kinas, transliavimas per televiziją, DVD, VOD⁷ ir kt.) susijusi padėtis ir skaičiai gali skirtis, taip pat gali būti didelių skirtumų tarp valstybių narių.

Kalbant apie kino teatruose rodomus filmus pagrindinės tendencijos yra tokios:

- Europos Sąjungoje Europos filmai vidutiniškai sudaro 62,52 proc. kino teatruose rodomų filmų, juos pamato 32,9 proc. kino žiūrovų⁸. Už bilietus į Europos filmus gaunamos pajamos ir tokių filmų žiūrovų skaičius gerokai

⁴ COM(2010) 245 galutinis/2.

⁵ Europos Sąjungoje sukurtų ilgo metražo filmų skaičius padidėjo nuo 1159 (2008 m.) iki 1336 (2011 m.). Per tą patį laikotarpį JAV ir Kanadoje sukurtų filmų skaičius padidėjo nuo 773 iki 818 filmų (Europos audiovizualinė observatorija, „Focus“, 2013 m.).

⁶ Apskaičiuota, kad už bilietus į filmą „Noliečiamieji“ gautos pajamos visame pasaulyje siekė 309 189 989 EUR, o jo gamybos biudžetas buvo apie 7 mln. eurų. Už bilietus į filmą „Artistas“ (angl. „The Artist“) gautos pajamos visame pasaulyje buvo 96 718 509 EUR, o gamybos biudžetas – apie 11 mln. EUR.

⁷ Užsakomosios vaizdo programų paslaugos.

⁸ 2008–2012 m. laikotarpis. Duomenys neapima Maltos. Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija.

mažesni, palyginti su JAV pagamintų filmų pajamomis ir žiūrovais. 2012 m. JAV sukurti filmai sudarė 19,84 proc. ES kino teatruose rodytų filmų, juos žiūrėjo 65,11 proc. kino teatrų lankytojų⁹. Nenacionalinių ES filmų žiūrovų kino teatruose skaičius ES rinkoje yra stabilus – vidutiniškai maždaug 12 proc¹⁰;

- tik nedidelė Europos filmų dalis parodoma kino teatruose už Europos ribų (2010 m. – 8 proc.), kur juos, atsižvelgiant į pajamas už bilietus, pamato reikšmingas, tačiau nedidelis žiūrovų skaičius¹¹. Iš tiesų 2010 m. daugiau negu 19 proc. visų Europoje pagamintų filmų žiūrovų juos pamatė kino teatruose už Europos ribų (atitinkamos pajamos už parduotus bilietus sudarė 16 proc.)¹².

Europos filmų žiūrimumas kitais būdais panašus į apibūdintą padėtį kino teatruose.

Televizija tebėra viena plačiausiai naudojamų filmų žiūrėjimo platformų. 2011 m. 41 proc. iš beveik 122 000 per televiziją Europoje parodytų ilgo metražo filmų buvo sukurti Europoje (7,7 proc. buvo nacionalinės gamybos filmai, 14,5 proc. buvo pagaminti kitose Europos šalyse ir 18,7 proc. filmų buvo visiškai arba iš dalies Europos šalių bendros gamybos filmai)¹³.

Nors išleidžiamų DVD skaičius mažėja, VOD yra palyginti nauja platinimo forma – manoma, kad artimiausiais metais šiomis paslaugomis bus naudojamos gerokai daugiau¹⁴. 2012 m. VOD rinka Vokietijoje padidėjo 59 proc., Prancūzijoje – 14,7 proc¹⁵. Daugelis VOD teikėjų paslaugas teikia ir savo prekės ženklą naudoja tik vienoje teritorinėje rinkoje ir tik keli teikėjai veiklą vykdo naudodami tą patį prekės ženklą pasauliniu mastu. Nors teoriškai VOD gali būti platinamos neribotai (palyginti su kitomis pardavimo platformomis), turima nedaug duomenų apie galimybę žiūrėti Europos kino filmus ir jų užimamą rinkos dalį VOD platformose. Pirmi tyrimai rodo, kad dauguma VOD platformų pajamų galimai gaunama už ne Europos filmus –

⁹ 2008–2012 m. laikotarpis. Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija.

¹⁰ Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija, 2012 m. metraštis, 2 t., p. 234.

¹¹ Pavyzdžiui, 2012 m. ES filmai užėmė tik labai nedidelę JAV rinkos dalį – vos 8 proc., o JAV filmai užėmė daugiau negu 90 proc. Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija, duomenų bazė „Focus“, 2013 m.

¹² Šaltinis: Europos audiovizualinės observatorijos tyrimas „Europos filmų eksportas į kino teatrų sales 2010 m.“ (angl. „Theatrical export of European films in 2010“), apėmęs Argentiją, Australiją, Braziliją, Čilę, Kolumbiją, Pietų Korėją, Meksiką, Naująją Zelandiją, Jungtines Valstijas ir Kanadą bei Venesuelą. Per tą patį laikotarpį JAV pagamintų filmų pajamos už parduotus bilietus užsienyje sudarė 66 proc. visų tokių pajamų.

¹³ Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija, 2012 m. metraštis, p. 150–155.

¹⁴ Skirtingai nei DVD, VOD taikoma Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva ir jos nuostatos, kuriomis siekiama remti Europos kūrinius.

¹⁵ 2011 m. vartotojų išlaidos už audiovizualinį turinį skaitmeninėse ir interneto platformose ir paslaugas padidėjo 20,1 proc. iki iš viso 1,2 mlrd. EUR, o Europos vartotojų DVD išlaidos sumažėjo 10 proc. iki 9,4 mlrd. EUR (šios išlaidos mažėjo septynerius metus iš eilės). Manoma, kad artimoje ateityje Europos vaizdo sektoriuje skaitmeninės ir interneto platinimo formos bus naudojamos dar plačiau. Pavyzdžiui, teikiant VOD nuosavybiniais tinklais (angl. „walled garden services“) pajamų gauta daugiau negu platinant internetu. Manoma, kad Europoje tokios pajamos nuo 850 mln. EUR 2011 m. padidės iki 1,5 mlrd. EUR 2017 m. Manoma, kad DVD ir „Blue Ray“ diskų išlaidos mažės. Šaltiniai: Europos audiovizualinė observatorija, 2012 m. metraštis; duomenų bazė „Screen Digest“, 2013 m.

panašiai kaip ir DVD rinkoje¹⁶. Kalbant apie Europos filmus, iš turimų duomenų matyti, kad viena pasaulinio masto bendrovė (vykdanti veiklą 26 ES šalyse) pagrindinėse nacionalinėse parduotuvėse parduoda daugiau ES populiarių ir Europos kino apdovanojimus laimėjusių filmų negu nacionaliniai VOD teikėjai¹⁷. Atsižvelgiant į tai, Europos filmai galėtų būti platinami didesniu mastu visais platinimo kanalais tiek Europoje, tiek už jos ribų.

1.2. Potencialūs žiūrovai ir kintantys įpročiai

Neseniai atliktas tyrimas rodo, kad 97 proc. 4–50 m. europiečių¹⁸ žiūri įvairiose šalyse sukurtus filmus, 54 proc. tai daro netgi kasdien¹⁹. Apie 27 proc. žiūrovų yra dideli kino mėgėjai – jie teigia per mėnesį pažiūrintys daugiau negu 11 filmų²⁰. Nors pastaraisiais metais kino teatrų lankytojų skaičius išliko stabilus²¹, tyrimas rodo, kad žmonės į kiną eina rečiau negu kartą per mėnesį, o 39 proc. neina visai²². Be kino teatrų, europiečiai filmus žiūri per nemokamą televiziją (79 proc. gyventojų), per DVD (67 proc.) ir naudodamiesi užsakomosiomis paslaugomis (56 proc.)²³. Taigi filmus namuose ar per mobiliuosius įrenginius žiūrinčių gyventojų dalis yra reikšminga, visų pirma dėl to, kad žiūrovai vis dažniau tikisi turėti galimybę turinį žiūrėti bet kuriuo metu, bet kurioje vietoje ir per bet kokius įrenginius. Tyrimas rodo ir tai, kad naudojamosi ir neteisėtu turiniu ir kad tam tikra visuomenės dalis nori ne tik žiūrėti, bet ir aktyviai prisidėti prie turinio – dalyvauti jį kuriant ar programuojant, pvz., per programėles ar socialinius tinklus.

Kalbant apie įvairių rūšių žiniasklaidai skiriamą laiką, audiovizualinis turinys vis dar dažniausiai žiūrimas per televiziją – visoje ES gyventojai apie 4 valandas per dieną vis dar praleidžia žiūrėdami televiziją²⁴. Šie skaičiai ES apskritai stabilūs; kartais jaunesnės kartos žiūri mažiau linijinio turinio²⁵. Kita vertus, nors vienam žiūrovui tenkantis vaizdo įrašų

¹⁶ Naujų technologijų tyrimų instituto tyrimas „Statistical, ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries — the film sector“, Sophie de Vinck, Sven Lindmark, 2012 m., 3.4.3 punktas.

¹⁷ Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija. Vokietijoje „iTunes“ siūlė 36 iš 50 filmų sąrašo, kurį sudarė 25 Europos kino apdovanojimus laimėję (1988–2012 m.) ir 25 itin populiariūs Europos filmai (1996–2012 m.), o nacionalinės VOD – ne daugiau kaip 29. Prancūzijoje atitinkami skaičiai buvo 30 ir 21, o Italijoje – 2 ir 8.

¹⁸ Tyrime dalyvavo 4 550 Europos vartotojų, kuriems buvo nuo 4 iki 50 metų, iš 10 šalių. „Dabartinių ir būsimų audiovizualinio turinio žiūrovų profilis“ (angl. „A profile of current and future audiovisual consumers“), galutinė ataskaita, EAC/08/2012, p. 10.

¹⁹ „Dabartinių ir būsimų audiovizualinio turinio žiūrovų profilis“, galutinė ataskaita, EAC/08/2012, p. 55.

²⁰ „Dabartinių ir būsimų audiovizualinio turinio žiūrovų profilis“, galutinė ataskaita, EAC/08/2012, p. 77.

²¹ Žr. Europos audiovizualinės observatorijos 2012 m. metraštį, 2 tomas, p. 222 (2011 m. – 966 mln.). Tačiau kai kuriose valstybėse narėse, pavyzdžiui, Prancūzijoje, Italijoje, Ispanijoje, Portugalijoje, Bulgarijoje, Slovėnijoje ir Slovakijoje, lankytojų skaičius sumažėjo.

²² „Dabartinių ir būsimų audiovizualinio turinio žiūrovų profilis“, galutinė ataskaita, EAC/08/2012, p. 60.

²³ Pastarasis skaičius taip pat apima „nemokamą“ srautinį duomenų siuntimą ir parsisiuntimą – daugiausia turbūt naudojantis neteisėtomis platformomis.

²⁴ Žalioji knyga „Pasirengimas visiškam audiovizualinės aplinkos integravimui: augimas, kūrimas ir vertybės“, kurioje daroma nuoroda į Europos audiovizualinės observatorijos metraštį, III t., p. 171.

²⁵ Neseniai atlikta analizė rodo, kad Jungtinėje Karalystėje 16–24 m. gyventojų praleidžiamas laikas žiūrint linijinę televiziją sutrumpėjo nuo 168 minučių per dieną 2010 m. iki 142 minučių per dieną 2013 m. Numatoma, kad šis laikas dar sutrumpės iki 119 minučių per dieną 2020 m. 25–34 m. kartos praleidžiamas laikas žiūrint linijinę televiziją sutrumpėjo nuo 200 minučių per dieną 2010 m. iki

internete žiūrėjimo laikas pagrindinėse ES rinkose vis dar trumpas, 2008–2011 m. laikotarpiu jis padidėjo 155–200 proc.²⁶.

1.3. Struktūriniai Europos kino sektoriaus trūkumai, trukdantys pasiekti potencialius žiūrovus Europos Sąjungoje ir visame pasaulyje

Audiovizualinio sektoriaus padėtis valstybėse narėse labai nevienoda. Skiriasi ne tik sektoriaus dydis, gamybos apimtis ir kalbinė aplinka, bet ir filmų finansavimo būdai, viešųjų filmų fondų dydis ir struktūra, transliuotojų ir kitų suinteresuotųjų subjektų svarba finansavimo sistemoje, taip pat nacionalinės ir regioninės kino politikos strategijos.

Kiekvienas filmas yra unikalus prototipas, taigi bandant sukurti sėkmę lėmusių veiksmų modelį, atsiranda per didelio supaprastinimo rizika. Tačiau akivaizdu, kad dėl kai kurių struktūrinių trūkumų Europos filmams sunku pasiekti savo potencialius žiūrovus tiek vietos lygmeniu, tiek užsienyje.

- ***Gamybos ir finansavimo susiskaidymas***

Europos kino sektorių daugiausia sudaro mažos ir labai mažos įmonės, turinčios ribotą nematerialųjį turtą. Šioms įmonėms vis sunkiau gauti reikalingų lėšų ir jos daugiausia yra priklausomos nuo viešojo finansavimo.

Vidutinis gamybos biudžetas valstybėse narėse labai skiriasi. Jungtinėje Karalystėje jis yra 10,9 mln. EUR, Vokietijoje ir Prancūzijoje – apie 5 mln. EUR, Švedijoje – 2,6 mln. EUR. O Vengrijoje ir Estijoje filmų gamybos biudžetas vidutiniškai siekia 300 000 EUR²⁷. „Motion Picture Association of America“ duomenimis, vidutinis JAV kuriamų filmų biudžetas yra 15 mln. USD²⁸. Naujausi turimi duomenys rodo, kad 2006 m. pagrindinių kino studijų sukurtų JAV filmų vidutinis biudžetas buvo 106,6 mln. USD.

Atsižvelgiant į tai, kad kuriant filmus patiriama daug išlaidų, siekiant ekonominio gyvybingumo vis dar svarbu gauti dideles pajamas, ypač už parduotus bilietus. Nors JAV sukurti filmai užima didelę rinkos dalį, keliems pastarojo metu populiarių JAV filmų kūrėjams buvo sunku susigrąžinti dideles investicijas. Nors kai kuriems Europos filmams, kurių biudžetai mažesni, gali pavykti pasiekti nenuostolingumo lygį, net kai juos pamato palyginti nedaug kino žiūrovų, turimi riboti duomenys rodo, kad didžioji dalis Europos filmų nėra pelningi ir investicijų susigrąžinti nepavyksta²⁹. Dėl to Europos bendrovėms sunku tapti stabilesnėms, pereiti nuo darbo su pavieniais projektais ir plėstis.

183 minučių per dieną 2013 m. Numatoma, kad šis laikas dar sutrumpės iki 148 minučių per dieną 2020 m. „Enders Analysis“, „Where have all the young viewers gone?“, 2014 m. sausio mėn.

²⁶ 2011 m. Jungtinėje Karalystėje internetu turinį gyventojai žiūrėjo 20,5 minučių per mėnesį. Prancūzijos ir Vokietijos duomenys buvo atitinkamai 15 min. ir 22 min.

²⁷ Žr. Europos audiovizualinės observatorijos 2012 m. metraštį, 2 tomas, p. 206.

²⁸ „Motion Pictures Association of America“ dokumento, pateikto <http://www.mpa.org/Resources/3037b7a4-58a2-4109-8012-58fca3abdf1b.pdf>, p. 21.

²⁹ Žr. 2008 m. O. Bomsel and C. Chamaret atliktą tyrimą „Rentabilité des investissements dans les films français“. Jis rodo, kad iš 2005 m. Prancūzijoje sukurtų 162 filmų tik 15 filmų gamybos ir

Dėl skaitmeninių technologijų paskatintų platinimo ir vartojimo pokyčių sudėtingoms filmų gamybos finansavimo sistemoms kyla sunkumų. Televizijos pajamoms gali turėti įtakos didėjantis kanalų skaičius ir žiūrovų susiskaidymas. Nors pajamos už platinimą internetu dinamiškai didėja, kol kas jomis negalima kompensuoti prarastų pajamų už DVD³⁰. Be to, itin didelio žiūrovų dėmesio sulaukia televizijos serialai, įskaitant europinius, žiūrėti tiek per televiziją, tiek naudojantis VOD³¹. Kino filmų platinimo srityje patiriama išlaidų dėl kino teatrų skaitmeninio ir žiūrovų įpročių pokyčių. Nauji dalyviai (pvz., VOD platformos, telekomunikacijų operatoriai) turi vis daugiau įtakos platinimui, bet nedaug prisideda prie filmų gamybos ir finansavimo.

- ***Ribotos galimybės ir paskatos vykdyti tarptautinius projektus ir pasiekti kelias tikslines rinkas***

Nedaug Europos filmų gamintojų vykdo veiklą daugiau negu vienoje rinkoje. Apskritai kino sektorius tarptautinio pobūdžio projektams ar tarptautinio dėmesio galintiems sulaukti projektams nesutelkia pakankamų lėšų iš viešųjų subsidijų, investuotojų įprastinėje vertės grandinėje ar naujų investuotojų. Didelė lėšų dalis dažnai gaunama iš nacionalinių ar regioninių viešųjų subsidijų ir naudojama nacionalinio ar regioninio pobūdžio projektams. Tik labai maža dalis viešųjų lėšų gaunama iš viršvalstybinių fondų (pvz., 2009 m., 1 919 mln. EUR gauta iš Europos nacionalinių ir subnacionalinių fondų, o 144 mln. EUR – iš viršvalstybinių fondų)³². Todėl projektai paprastai būna skirti vietos žiūrovams. Tam įtakos turi ir tai, kad nepakankamai dėmesio skiriama parengiamajam etapui, kuriuo galima veiksmingai nustatyti ir potencialius būsimo filmo žiūrovus ir optimaliai padidinti jų skaičių. Be to, nors bendros gamybos filmai paprastai platinami plačiau negu vien nacionaliniai³³, iš esmės jie pasitelkiami finansavimui gauti – daugiausia tose šalyse, kuriose maži gamybiniai pajėgumai. Galima geriau išnaudoti bendros gamybos teikiamas galimybes užtikrinti atitinkamų filmų populiarumą. Pernelyg daug bendros gamybos filmų atitinkamose šalyse ir už jų ribų vis dar platinami neturint aiškios strategijos.

- ***Dėmesys telkiamas į gamybą ir per mažai jo skiriama platinimui ir reklamai***

platinimo išlaidos buvo susigražintos.

http://crg.polytechnique.fr/fichiers/crg/perso/fichiers/chamaret_728_RentabContango2.pdf.

³⁰ Vartotojų lygmens vaizdo rinka pagrindinėse 17 Europos šalių 2012 m., palyginti su 2011 m., sumažėjo 1,1 proc., o skaitmeninių vaizdo filmų ir VOD pardavimas nuosavybiniais tinklais (per TV) padidėjo atitinkamai 71 proc. ir 26 proc. Šaltinis: Tarptautinė vaizdo federacija, 2013 m. metraštis, p. 17 ir 18.

³¹ Su 100 programų, kurios turi daugiausia žiūrovų, 6 valstybėse narėse (UK, DE, FR, IT, ES, PT) susiję statistiniai duomenys rodo, kad 2012 m. gruodžio mėn. populiariausias žanras buvo televizijos serialai – juos žiūrėjo iš viso 62 proc. žiūrovų. Šaltinis: lesaudiencestv.com; <http://www.lesaudiencestv.com/categorie-12499478.html>. Europoje sukurti serialai įgyja vis daugiau svarbos nacionalinių ir tarptautinių televizijos kanalų programose. Pavyzdžiui, serialas „Real Humans“ (Švedija, Danija ir Suomija) netrukus bus adaptuotas Jungtinėje Karalystėje ir jau eksportuotas į 53 šalis. Šaltinis: „Médiamétrie“, „Scripted Series Report 02“, 2013 m. spalio mėn.

³² Šaltinis: Europos audiovizualinė observatorija, „Filmų ir audiovizualinių kūrinių viešasis finansavimas Europoje“ (angl. „Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe“), 2011 m.

³³ Europos audiovizualinė observatorija: „Europos bendros gamybos ir vien nacionalinių filmų platinimas Europoje 2001–2007 m.“ (angl. „The circulation of European co-productions and entirely national films in Europe 2001 to 2007“) http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/film/paperEAO_en.pdf.

Kino politikos srityje gamybai teikiamas dėmesys neatitinka pastangų, dedamų siekiant pateikti filmus žiūrovams. Pagal dabartinę valstybės pagalbos sistemą daugiausia remiama filmų gamyba, o platinimui teikiama nepakankamai dėmesio. 2009 m. Europos viešosios filmų finansavimo įstaigos darbų kūrimui vidutiniškai skyrė 69 proc. biudžeto, o jų platinimui ir reklamai – atitinkamai tik 8,4 proc. ir 3,6 proc. Viršvalstybinio lygmens fondai paprastai platinimui teikia daugiau dėmesio (33,6 proc. biudžeto lėšų, palyginti su kūrimui išleidžiamais 35,7 proc.) negu nacionaliniai (7,4 proc. platinimui, 70,4 proc. kūrimui) ir subnacionaliniai fondai (3,5 proc. platinimui, 75,5 proc. kūrimui). Tačiau, kaip minėta, tik labai maža dalis viešųjų lėšų gaunama iš viršvalstybinių fondų. JAV daug biudžeto lėšų skiriama filmų rinkodarai, Europoje paprastai taip nėra³⁴.

Dėl to, kad daug dėmesio skiriama filmų rodymui kino teatruose ir per televiziją (tai svarbu siekiant susigrąžinti investicijas), neišnaudojamos platinimo visomis įmanomomis platformomis galimybės. Dėl žiūrovų elgesio pokyčių³⁵ vis didesnis spaudimas daromas dabartinei kūrinių rodymo laikotarpių sistemai³⁶. Dėl griežtų šios srities taisyklių ir to, kad esami rinkos dalyviai paprastai yra linkę išsaugoti *status quo*, gali būti sunku parengti ir taikyti naujas inovacines filmų rodymo strategijas ir verslo modelius. Tai gali trukdyti mažiems, nišiniams filmams, kuriems sunku prasiskverbti į kino teatrų ekranus ir kurie juose rodomi labai trumpai arba išvis nerodomi, pasiekti savo žiūrovus kitomis platinimo platformomis, pvz., VOD³⁷.

VOD suteikia daug galimybių, tačiau šioje srityje reikia pritaikyti investicijas ir ugdyti naujus įgūdžius. Filmus VOD platformose skelbiantys subjektai patiria naujų techninių ir su sandoriais susijusių sąnaudų. Kiekvieno filmo investicijų dalis – sąnaudos, susijusios su skaitmeninių originalų kodavimu ir skirtingų kalbų versijų (įgarsintų arba su subtitrais) parengimu. Dėl teisių susiskaidymo ir lėto teisių sutelkimo³⁸ veiklos plėtojimo kino sektoriuje, Europoje sandorių sąnaudos yra itin didelės. Dėl to mažėja Europos katalogų patrauklumas naujiems dalyviams. Be to, kai filmai paskelbiami VOD platformose, reikia atlikti redakcinio pobūdžio pakeitimų, taip pat būtina imtis tinkamai parengtų reklamos ir filmų pristatymo priemonių, o tam prireikia papildomų investicijų. Apskritai visas šias sąnaudas galima susigrąžinti, tik jeigu filmus pažiūri daug žiūrovų, o tam gali prireikti daug laiko. Finansavimo priemonėmis turėtų būti atsižvelgiama į šias sąnaudas ir padedama užtikrinti veiksmingas išlaidas.

³⁴ JAV 2006 m. vidutinis biudžetas buvo 106,6 mln. USD – 70,8 mln. USD gamybos išlaidoms ir 35,9 mln. USD rinkodaros išlaidoms. Šaltiniai: „Motion Picture Association of America“, „Theatrical Market Statistics“, 2007 m.

³⁵ Žr. I.2 punktą.

³⁶ Sistema, pagal kurią filmai kas tam tikrą laiką rodomi skirtingose naudojimo platformose. Tokie laikotarpiai ar tvarkaraščiai valstybėse narėse skiriasi, bet įprasta eiga, pvz., ilgo metražo filmo atveju, yra tokia: filmas rodomas kino teatre, išleidžiamas vaizdo laikmenoje/DVD/„Blue Ray“, VOD, vėliau rodomas per mokamos televizijos kanalus ir galiausiai – per nemokamos televizijos kanalus.

³⁷ Reikėtų pažymėti, kad daugelis Europos filmų, kurie sulaukia sėkmės vidaus rinkose, taip pat tampa nišiniais kai kuriose kitose šalyse.

³⁸ Tarpininkų teikiamos paslaugos, kurių tikslas – vesti derybas su įvairių filmų teisių turėtojais ir parengti VOD platformoms patrauklų katalogą. Šią veiklą gali papildyti aktyvaus redagavimo komponentas (kuravimas).

Europos kino paveldo skaitmeninimo, kuris būtinas siekiant užtikrinti skaitmeninę prieigą, srityje Europa atsilieka. Tik 1,5 proc. kino paveldo prieinama skaitmenine forma³⁹. Taip yra dėl to, kad trūksta finansavimo, o su teisių įsigijimu susijusios finansinės ir laiko sąnaudos yra didelės. Supaprastinta teisių įsigijimo tvarka galėtų padėti, be kita ko, sumažinti sąnaudas ir palengvinti šį procesą.

- ***Nepakankami verslumo įgūdžiai ir įvairių sektorių partnerystė***

Pradinio etapo kino specialistų mokymai dažnai nesuteikia reikiamų verslumo ir verslo įgūdžių. Kino mokyklų ir verslo ryšiai silpni, mokymai vis dar nesuteikia pakankamai galimybių įgyti tarptautinę perspektyvą ir megzti ryšius.

Europos kino sektoriuje nepakankamai plačiai į veiklą įtraukiami galimi partneriai, kaip antai reklamos, informacinių ir ryšių technologijų sektoriaus specialistai, ir nepakankamai su jais bendradarbiaujama, nors jie galėtų padėti padidinti VOD platformose rodomų kūrinių žiūrovų skaičių.

2. Dabartiniai uždaviniai

Siekiant įveikti šiuos struktūrinius trūkumus būtina imtis bendrų pastangų visais lygmenimis. Tam, kad būtų sudarytos galimybės susipažinti su pačiais įvairiausiais Europos filmais, kad jie sudomintų daugiau žiūrovų ir kad Europos filmai ir kino bendrovės taptų pelningesni, reikia spręsti uždavinius toliau nurodytose srityse.

2.1. Finansavimo sąlygų peržiūra

Tam, kad Europos kino pramonė būtų sėkminga, reikia perskirstyti filmų gamybos, platinimo ir reklamos išlaidas ir, be kita ko, padaryti pažangą toliau nurodytose trijose srityse.

- ***Viešojo finansavimo sistemos***

Filmų gamybos, rengimo ir platinimo vidaus paramos mechanizmai daro tiesioginį ar netiesioginį poveikį sektoriaus struktūroms ir praktikai bei gaminamų ir platinamų filmų rūšims. Europos lygmens parama gali tik papildyti tokius nacionalinio lygmens mechanizmus, bet ne būti pagrindinė parama. Atsižvelgiant į pokyčius, kuriuos lėmė skaitmeninė aplinka ir žiūrovų lūkesčių pokyčiai, laikantis valstybės pagalbos teikimo taisyklių reikia persvarstyti viešosios paramos schemas⁴⁰. Apskritai uždavinys yra ne didinti viešąją paramą šiam sektoriui, o didinti jos bendrą papildomą naudą ir užtikrinti kuo didesnę skirtingų lygmenų priemonių ir politikos krypčių tarpusavio papildomumą.

Atsižvelgiant į tai, ypatingą dėmesį reikėtų skirti toliau nurodytiems klausimams.

³⁹ Europos filmų archyvų asociacijos vertinimu.

⁴⁰ Visų pirma reikėtų pažymėti, kad lapkričio 15 d. paskelbtu Komisijos komunikatu dėl valstybės pagalbos filmams ir kitiems garso ir vaizdo kūriniams atnaujinti valstybės pagalbos kriterijai, pagal kuriuos vertinamos valstybių narių paramos schemas. Komunikate numatoma valstybės pagalba įvairesnei veiklai, akcentuojamas subsidiarumo principas kultūros politikos srityje ir vidaus rinkos principų laikymasis, įvedamas aukštesnis didžiausias pagalbos intensyvumo lygis tarpvalstybiniam filmams ir skiriamas dėmesys kinematografijos paveldo apsaugai ir prieigai prie jo.

- Siekiant padidinti finansuojamų projektų kokybę ir pelningumą, reikėtų daugiau dėmesio skirti rengimo etapui. Reikėtų užtikrinti, kad projektas būtų plėtojamas atsižvelgiant į jo ypatumus ne tik vidaus rinkoje, bet ir ES bei pasauliniu lygmeniu, ir kad jis pasiektų tikslinius žiūrovus.
- Reikėtų nustatyti tinkamą gamybos paramos ir platinimo bei reklamos paramos pusiausvyrą ir veiksmingiau susieti šią paramą. Pavyzdžiui, reikėtų užtikrinti, kad viešosiomis lėšomis finansuojami projektai būtų įgyvendinami pagal tinkamai parengtą platinimo ir rinkodaros strategiją, arba skatinti gamintojus ir gamybos bendroves daugiau dėmesio skirti tam, kad kūriniai būtų pristatomi didesniai žiūrovų skaičiui.
- Reikėtų užtikrinti, kad filmai, kuriems teikiamas viešasis finansavimas, būtų naudojami veiksmingai ir juos galėtų pamatyti visuomenė.
- Reikėtų skaidriau pateikti filmų, kuriems skiriamas viešasis finansavimas, rezultatus. Pavyzdžiui, būtų galima nustatyti reikalavimą teikti tokių filmų žiūrimumo įvairiose platinimo platformose duomenis. Tai suteiktų galimybę skelbti kiekvieno viešosiomis lėšomis finansuojamo filmo žiūrimumo visose platinimo platformose duomenis.
- Siekiant padidinti bendrą viešosios paramos efektyvumą, reikėtų didinti jos papildomumą ir darną. Šių veiksmų reikėtų imtis regioniniu, valstybiniu ir viršvalstybiniu finansavimo lygmenimis įvairiose veiklos srityse (rengimo, gamybos, platinimo, reklamos ir rinkodaros).
- Taip pat gamintojams ir kitiems subjektams reikėtų suteikti galimybę pereiti nuo darbo su pavieniais projektais prie įmonių plėtojimo strategijų.
- Reikėtų sutartimis užtikrinti finansuotų filmų deponavimą ir plėtoti mechanizmus, kurie padėtų tokius filmus po to, kai baigiasi jų komercinio gyvavimo laikotarpis, laikantis intelektualinės nuosavybės teisių naudoti švietimo reikmėms⁴¹.

Programos „Kūrybiška Europa“ paprogramė MEDIA bus vykdoma remiantis programų „MEDIA 2007“ ir „MEDIA Mundus“ įgyvendinimo patirtimi. Pagal ją bus remiamas filmų rengimas, platinimas ir rodymas kino teatruose, be to, sektoriui bus padedama nagrinėti skaitmeninės aplinkos teikiamas galimybes, visų pirma galimybes pasiekti daugiau žiūrovų. Pagal minėtą paprogramę daug dėmesio bus skiriama ir toms sritims, kurios bus akivaizdžiai naudingos ES lygmeniu, ir bus siekiama papildyti valstybių narių priemonės. Visų pirma bus remiamos užsakomosios paslaugos, kuriomis siekiama didinti Europos filmų prieinamumą ir žinomumą, taip pat subjektai, kurie sudarinėja ir rengia skelbti internete Europos filmų rinkinius, ir naujų rūšių sąsajos skirtingose naudojimo platformose.

• *Naujų dalyvių vaidmuo vertės grandinėje*

Atsiradus naujų platinimo platformų, visų pirma VOD, kyla svarbių klausimų, susijusių su kintančia žiniasklaida, pvz., kaip keisis dabartinis finansavimo modelis ir kokį vaidmenį naujo turinio finansavimo srityje atliks nauji dalyviai. Pastebima tendencija, kad pasaulinės VOD platformos, pvz., „Netflix“, investuoja į originalų turinį, visų pirma į serialus, taip pat kitų

⁴¹ Tai daroma, pavyzdžiui, Danijoje, Ispanijoje, Švedijoje ir Latvijoje. Žr. Kino paveldo rekomendacijos trečiąją įgyvendinimo ataskaitą (angl. „Third Implementation Report on the Film Heritage Recommendation“) https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/swd_2012_431_en.pdf.

žanrų kūrinius, pavyzdžiui, dokumentinius filmus ir komikų pasirodymus. Dar nežinia, ar tokie dalyviai apskritai ateityje bus komerciškai suinteresuoti labiau prisidėti prie kitų rūšių audiovizualinio turinio, įskaitant kinematografijos kūrinius, kūrimo. Dėl dinamiško VOD augimo ir dėl to, kad šiuo metu transliuotojai tam tikrose šalyse prisideda prie Europos kūrinių gamybos (be kita ko, esama teisės aktų, kuriais nustatytos tokios prievolės), tose valstybėse narėse iškilo diskusijų. Kai kuriais atvejais kyla klausimų dėl vidaus teisės aktų taikymo kitose Europos Sąjungos valstybės narėse ar už ES ribų įsisteigusiems rinkos dalyviams.

- ***Galimybės gauti privatų finansavimą naudojantis ES finansinėmis priemonėmis***

Dėl specialios su filmų gamyba susijusios rizikos ir neaiškumų sektoriaus įmonėms dažnai sunku gauti banko paskolas⁴². Gauti privačių lėšų padeda finansų inžinerijos priemonės (visų pirma garantijų fondai). Tokia garantijų priemonė taip pat galėtų padėti pritraukti kapitalo infrastruktūros projektams (pvz., susijusiems su kino teatrais, paveldu ir naujomis technologinėmis platformomis). Siekiant didinti bendrą Europos kino pramonės konkurencingumą, būtina užtikrinti galimybes gauti paskolų.

Nuo 2016 m. šį procesą palengvins programos „Kūrybiška Europa“ kultūros ir kūrybos sektorių garantijų priemonė. Ji turėtų suteikti daugiau galimybių gauti privatų finansavimą paskolų forma. Kino sektorius taip pat galės naudotis įvairesnėmis horizontaliosiomis priemonėmis, kuriomis skatinamas verslo vystymas (MVĮ politikos priemonės pagal programą COSME⁴³), investicijos (Sanglaudos fondas, finansavimo priemonės pagal programą COSME ir „Horizontas 2020“), turinio kūrimas ir jo pristatymas naudojantis naujomis technologijomis, taip pat socialiniai tinklai ir konvergencija (programos „Horizontas 2020“ tikslas „Pirmavimas kuriant didelio poveikio ir pramonės technologijas“)⁴⁴ bei inovacinis kino archyvų medžiagos naudojimas⁴⁵.

2.2. Inovacinės verslo aplinkos kūrimas

Reguliavimo sistema turi didelės įtakos kino sektoriaus verslo aplinkai. Šiuo atžvilgiu labai svarbi autorių teisių sistema ir žiniasklaidos bei turinio reguliavimas.

Autorių teisės yra pagrindinis investicijas į filmus skatinantis veiksnys ir visų vertės grandinėje dalyvaujančių subjektų (visų pirma autorių) pajamų pagrindas. Filmai dažnai finansuojami parduodant išskirtines teises tam tikrose teritorijose – dėl tokios verslo praktikos vėliau yra sunkiau ir brangiau gauti licencijas, susijusias su keliose teritorijose teikiamomis interneto paslaugomis bendrojoje skaitmeninėje rinkoje. Šiuo atžvilgiu, be jau baigto

⁴² Žr. tyrimą „Bankų vaidmuo Europos kino pramonėje“ (angl. „Study on the Role of Banks in the European Film Industry“), „Peacefulfish“, 2009 m. gegužės mėn. <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/documents/about/filmbanking.pdf>.

⁴³ COSME yra 2014–2020 m. ES įmonių konkurencingumo ir mažųjų bei vidutinių įmonių programa.

⁴⁴ „Horizontas 2020“ yra 2014–2020 m. Europos Sąjungos mokslinių tyrimų programa. Tai programos „Horizontas 2020“ dalis.

⁴⁵ „Horizontas 2020“ visuomenės uždavinių tikslas Nr. 6.

suinteresuotųjų subjektų dialogo „Europos licencijavimas“⁴⁶, Komisija, kaip nurodyta Komunikate dėl turinio bendrojoje skaitmeninėje rinkoje⁴⁷, atlieka autorių teisių sistemos peržiūrą. Šios diskusijos bus labai svarbios kino sektoriui.

Dėl sektoriuje vykstančių sparčių pokyčių sektoriaus subjektams reikia užtikrinti galimybę pakankamai lanksčiai eksperimentuoti ir išmėginti naujus metodus bei verslo modelius. Visų pirma būtina užtikrinti rodymo laikotarpių sistemos lankstumą⁴⁸, kad būtų galima išbandyti, plėtoti ir naudoti alternatyvias filmų rodymo strategijas, pritaikytas atsižvelgiant į skirtingas filmų rūšis ir didinant skirtingų platformų, kurios padeda pasiekti žiūrovus, tarpusavio papildomumą. Filmų naudojimo metodų bandymas ir plėtojimas, atsižvelgiant į pasikeitusius žiūrovų lūkesčius, suteiks galimybę filmus pamatyti nedelsiant, vos apie juos sužinojus. Tai galėtų padėti padidinti tų Europos filmų, kuriuos labiau tinkama platinti pagal naujus platinimo metodus, pvz., naudojantis VOD, žiūrovų skaičių. Tai taip pat padėtų kuo labiau padidinti rinkodaros poveikį, tai pat pagausinti teisėtų filmų pasiūlą ir taip kovoti su piratavimu. Būtų galima išnagrinėti galimybes skirtingų šalių kino teatruose filmus pradėti rodyti vienu metu ar derinti jų rodymo laikus, arba sparčiau suteikti prieigą prie interneto paslaugų.

Klausimai dėl konkretaus kiekvieno kinematografijos kūrinio rodymo laikotarpio visų pirma turi būti sprendžiami sudarant suinteresuotųjų šalių ar atitinkamų specialistų susitarimus. Šiuo atžvilgiu su rodymo laikotarpiais susijusias taisyklės būtų galima peržiūrėti, atsižvelgiant į rinkos ir technologijų pokyčius. Tai leistų teisių turėtojams kurti ir naudoti naujas ir inovacines filmų reklamavimo ir platinimo strategijas, be kita ko, suteikti galimybę filmus vienu metu arba beveik vienu metu pamatyti ir kino teatruose, ir naudojantis užsakomosiomis vaizdo programų paslaugomis.

2014 m. pavasarį sektoriaus atstovai bus supažindinti su rengimosi platinti Europos filmus derinant skirtingus filmų rodymo laikotarpius rezultatais⁴⁹. Patirtis, įgyta įgyvendinant finansuojamus projektus, ir atitinkami duomenys gali padėti plėtoti labiau inovacines rodymo strategijas ir verslo modelius.

Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva⁵⁰, kuria reglamentuojamas visoms audiovizualinės žiniasklaidos priemonėms – ir įprastinėms televizijos transliacijoms, ir užsakomosioms paslaugoms – taikomų nacionalinių teisės aktų koordinavimas ES mastu, nustatytas minimalus bendrų taisyklių rinkinys. Šiomis taisyklėmis audiovizualinės žiniasklaidos paslaugoms leidžiama laisvai judėti ES viduje ir kartu apsaugomi svarbūs politikos tikslai. Žaliaja knyga „Pasirengimas visiškam audiovizualinės aplinkos integravimui:

⁴⁶ <http://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/en/content/about-site>.

⁴⁷ COM(2012) 789, 2012 12 18.

⁴⁸ Ypač kiek tai susiję su filmų išleidimo seka (rodymu kino teatruose, per mokamą televiziją, išleidimu parduodamose ir nuomojamose laikmenose, rodymu per nemokamus televizijos kanalus ir naudojimusi užsakomosiomis vaizdo programų paslaugomis).

⁴⁹ C(2012) 1890, 2012 3 27.

⁵⁰ Direktyva 2010/13/ES, OL L 95, 2010 4 15, p. 1–24.

augimas, kūrimas ir vertybės⁵¹ pradėtos viešos konsultacijos įvairiais klausimais, susijusiais su kintančia audiovizualine žiniasklaida. Siekiama sužinoti, ar dabartiniai Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos reikalavimai yra geriausias būdas skatinti kurti ir platinti Europos kūrinius, užtikrinti jų prieinamumą ir patraukliai pateikti juos bendrojoje skaitmeninėje rinkoje.

2.3. Kūrybinės aplinkos tobulinimas

Europai reikia ugdyti savo kino pramonės talentus ir plėtoti profesinius gebėjimus. Tai būtina, kad Europos filmai būtų kokybiški, įvairūs ir originalūs. Tai taip pat itin svarbu siekiant pritraukti žiūrovų ir didinti konkurencingumą.

Reikia skatinti Europos kino mokyklų bendradarbiavimą (mokymo programų ar judumo klausimais) ir mokyklų bei įmonių kūrybinės partnerystės projektus. Reikėtų siekti užtikrinti, kad mokymas ir įgūdžiai labiau atitiktų sektoriaus poreikius (įskaitant verslumo, IRT, reklamos ir rinkodaros įgūdžių ugdymą). Sektoriaus kūrybinius subjektus taip pat reikėtų skatinti pasiekti daugiau žiūrovų tarptautiniu ir pasauliniu mastu.

Taip pat reikėtų skatinti kino sektoriaus ir kitų sektorių kūrybinį bendradarbiavimą. Bendradarbiauti reikėtų ne tik su susijusiais sektoriais (pvz., televizijos, vaizdo žaidimų ir mišrių medijų) ar dalyviais skaitmeninėje aplinkoje (pvz., telekomunikacijų operatoriais ar buitinės elektronikos gamintojais), bet ir su kitais kūrybos, taip pat švietimo sektoriais.

Be programos „Kūrybiška Europa“, visų pirma jos tarpsektorinės paprogramės, kuri padės siekti šio tikslo, bendradarbiavimą ir mobilumą pirminio mokymo etapu, taip pat filmų švietimo sektoriaus bei įmonių žinių partnerystės projektus ir įgūdžių sąjungas padės skatinti programa „Erasmus+“.

2.4. Prieinamumas ir žiūrovų skaičiaus didinimas

Vykdamas kino politiką, dėmesio centre visais etapais (nuo rengimo iki naudojimo) turėtų būti ne vien kūrybinis indėlis, bet ir žiūrovai – masiniai arba nišiniai. Todėl, kaip ir kituose kultūros sektoriuose, reikia plėtoti strategijas ir priemones, kurios padėtų didinti Europos – ypač nenacionalinių – filmų prieinamumą ir paklausą. Visais filmų kūrimo ir platinimo etapais svarbu atsižvelgti į žiūrovus. Informacija apie žiūrovų pageidavimus ir vartotojų elgesį galėtų padėti geriau nustatyti veiksnius, kurie padeda užtikrinti filmų sėkmę, ir atkreipti į juos dėmesį. Tokia informacija galėtų būti naudinga filmų rengimo etape.

Be to, reikia didinti Europos filmų matomumą ir galimybes juos surasti, taip pat būtina sudominti žiūrovus. Taikomus metodus būtina pritaikyti prie atskirų projektų reikmių, tačiau akivaizdu, kad dalijimasis patirtimi ir bendrų priemonių (pvz., programėlių ar interneto paslaugų, prekių ženklų pristatymo ar su prekių ženklais susijusios veiklos) plėtojimas gali padėti veiksmingiau nustatyti Europos kino žiūrovus ir juos sudominti.

⁵¹ COM(2013) 231 *final*.

Galimybei užtikrinti audiovizualines žiniasklaidos paslaugas, kuriomis naudojantis būtų galima teisėtai ir už prieinamą kainą pažiūrėti įvairius Europos filmus, įtakos turi įvairūs veiksniai. Teisių telkimas ir labiau suderintas požiūris į filmų galutinio originalo rengimą ir kalbinių versijų valdymą, galėtų padėti gerokai sumažinti sandorių ir technines sąnaudas, dėl kurių gali būti sudėtinga prasiskverbti į VOD platformą. Pavyzdžiui, galėtų būti parengiamas kiekvieno filmo pakankamos kokybės skaitmeninis originalas su unikalia nuoroda, pagal kurią vėliau būtų galima parengti visas konkrečias versijas, tinkamas skirtingoms VOD. Dėl to nereikėtų finansuoti skirtingų originalų, pritaikytų skirtingos šalims ir VOD platformoms, rengimo.

Kad ateities kartos domėtųsi kinu, svarbu investuoti ir į švietimą kino klausimais. Europos filmai kompleksiški tiek vizualiai, tiek naratyvo prasme – jų vertę visapusiškai galima suvokti tik turint tam tikrų analitinių įgūdžių. Žiūrovai domisi švietimu kino klausimais⁵² ir kino sektorius turėtų į tai investuoti.

Žiūrovų skaičiaus didinimo veiklai taip pat daug dėmesio skiriama pagal programą „Kūrybiška Europa“.

Per suinteresuotųjų subjektų dialogą „Europos licencijavimas“⁵³ pasiekta svarbių rezultatų, kurie aktualūs kino sektoriui ir dėl kurių reikės imtis papildomų veiksmų⁵⁴. Visų pirma audiovizualinio sektoriaus atstovai priėmė bendrą pareiškimą, kuriame patvirtino norintys toliau plėtoti tarpvalstybinį prenumeruojamų interneto paslaugų perkeliamumą. Filmų paveldo srityje filmų gamintojai ir autoriai bei paveldo institucijos susitarė dėl principų ir procedūrų, padėsiančių skaitmeninti Europos kinematografijos paveldo kūrinius, gerinti prieigą prie šių kūrinių ir didinti susidomėjimą jais. Taip pat diskutuota, kaip padidinti filmų prieinamumą įvairesnėmis kalbomis arba visomis konkrečių šalių kalbomis.

3. Išvada

Europos kino pramonę reikia skatinti išnaudoti visą savo kultūrinį ir ekonominį potencialą. Dėl to veiksmų turi imtis visų lygmenų – nuo vietos iki nacionalinio – susiję subjektai: tiek pačiame sektoriuje, tiek valstybėse narėse. Europos Sąjunga taip pat gali prisidėti prie šio proceso, visapusiškai atsižvelgdama į subsidiarumo principą.

Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad be esamų viešųjų fondų tinklų ir regioninių, pvz., Šiaurės šalių, partnerystės projektų, ES taip pat gali įvairiais atžvilgiais prisidėti prie bendro tikslo užtikrinti kino sektoriaus kultūrinę įvairovę ir ekonominę plėtrą. Tačiau yra aišku, kad pagrindinės pareigos tenka valstybių narių valdžios institucijoms ir patiems sektoriaus dalyviams bei suinteresuotiesiems subjektams ir jie gali imtis veiksmingiausių priemonių.

⁵² „Dabartinių ir būsimų audiovizualinio turinio žiūrovų profilis“, galutinė ataskaita, EAC/08/2012, p. 72.

⁵³ <http://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/en/content/about-site>.

⁵⁴ Žr. dokumentą „Dešimt įsipareigojimų daugiau turinio skelbti internete“ (angl. „Ten pledges to bring more content online“), http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/licences-for-europe/131113_ten-pledges_en.pdf.

Atsižvelgiant į sparčią šio sektoriaus raidą, reikia skatinti Europos masto diskusijas ir užmegzti dialogą su visais suinteresuotaisiais subjektais – valdžios institucijomis ir privačiuoju sektoriumi – apie kino politiką Europoje. Daugiausia dėmesio reikėtų skirti bendriems tikslams – suteikti žiūrovams daugiau galimybių pamatyti pačius įvairiausius Europos filmus, taip pat didinti kino sektoriaus konkurencingumą ir pelningumą.

Todėl Komisija ketina pradėti Europos kino forumą – procesą, kuris bus grindžiamas esamomis priemonėmis ir kuriuo bus siekiama skatinti keistis patirtimi ir gerosios praktikos pavyzdžiais, taip pat įgyti žinių apie bendro intereso klausimus ir jomis dalytis. Šiame forume daugiausia dėmesio turėtų būti skiriama kino sektoriui skirtos viešosios politikos aptarimui. Bus siekiama, kad į šį visiškai skaidrų ir visam sektoriui naudingą forumą Europos lygmeniu savanoriškai įsitrauktų suinteresuotosios šalys.