

NEPASIKLYSTI FESTIVALIUOSE:

studentiškų filmų sklaidos vadovas

Autorė Morta Verbickaitė,
KIMO 2026



Nacionalinė
kino mokykla

Leidinio autorė: **Morta Verbickaitė**

Dizainerė: **Gabrielė Uždavinytė**

Tyrimo vadovės: **Klementina Remeikaitė** ir **Aistė Račaitytė**

Kurso vadovai: **Monika Gimbutaitė** ir **doc. Laurynas Bareiša**

Leidiny s sukurtas kino meno (kino prodiusavimo krypties) magistro studijų metu Lietuvos muzikos ir teatro akademijos Nacionalinėje kino mokykloje (KIMO)



**Nacionalinė
kino mokykla**

TURINYS

04

Autorės žodis ir metodologinė pastaba

05

Filmų sklaidos svarba kino industrijoje
bei nauda studentui kūrėjui

08

Namų darbai: filmo medžiagų paruošimas
sklaidos etapui

19

Nuo ko pradėti? Filmų sklaidos strategijos
sudarymas ir jos vykdymas

29

Kaip vyksta filmų atranka kino
festivaliuose?

30

Dalyvavimas kino festivalyje

31

Bendradarbiavimas su filmų platintojais ir pardavimų agentais

34

Bendradarbiavimas su KIMO ir Lietuvos kino centru

35

Naudingi šaltiniai ir papildoma informacija

AUTORĖS ŽODIS IR METODOLOGINĖ PASTABA

Autorės žodis

Leidiny „NEPASIKLYSTI FESTIVALIUOSE: Studentiškų filmų sklaidos vadovas“ gimė kaip mano magistro studijų meninio tyrimo dalis. Studijuodama kino prodiusavimo bakalaurą ir magistrą Lietuvos muzikos ir teatro akademijos Nacionalinėje kino mokykloje pastebėjau, kad studentų filmų sklaidos procesas dažnai lieka nuošalyje. Vieniems trūksta motyvacijos, o kitiems – žinių, nuo ko pradėti pažintį su plačiu festivalių pasauliu.

Nors man šis filmų gyvenimo etapas visada atrodė nepaprastai įdomus ir praturtinantis, supratau, kad rasti koncentruotą informaciją pradedančiam kūrėjui nėra taip paprasta. Studijų metu apie tai kalbama mažai, o pats festivalių pasaulis yra be galo platus ir painus: kasmet jų vyksta per 12 500. Kyla klausimas: kaip čia nepasiklysti ir rasti savo auditoriją?

Šiame leidinyje rasite pagrindinius filmų sklaidos ir festivalių lauko aspektus, kurie gali būti naudingi jaunajam KIMO studentui, pradedančiam pažintį su šia nauja sritimi. Viliuosi, kad šios gairės padės jums jaustis drąsiau šioje painioje kino festivalių sistemoje, taps pirmuoju žingsniu pažinties su tarptautine industrija link ir motyvuos ieškoti platesnės auditorijos savo kūrybai.

Sėkmės!

Metodologinė pastaba

Šis leidinys sudarytas remiantis 2025 m. lapkričio mėnesį autorės atlikta anonimine esamų KIMO studentų bei neseniai studijas baigusių alumnų apklausa. Apklausus kino prodiusavimo ir vaizdo režisūros pakraipų studentus, buvo įvardytos daugiausia klausimų jiems keliančios temos, kurios yra aptariamoms šiame leidinyje.

Teksto šaltiniai nurodyti šaltinių skyriuje. Atliktas lauko tyrimas leidžia sukurti praktinį įrankį, padėsiantį studentams kūrėjams užtikrinčiau orientuotis tarptautinėje festivalių sistemoje.

Leidinio tekstų gramatikos tikrinimui pasitelktos dirbtinio intelekto sistemos („Gemini“ ir „ChatGPT“).

FILMŲ SKLAIDOS SVARBA KINO INDUSTRIJOJE BEI NAUDA STUDENTUI

Žmonės, besisukančius kino kūrėjų ir mėgėjų aplinkoje, kasmet pasiekia naujienos apie svarbiausius kino festivalius – ypač tuomet, kai viešojoje erdvėje pasirodo žinios apie lietuvių kūrėjų pasiekimus juose. Lokarno kino festivalio leopardai, Kanų palmės šakelės, atrankos į svarbiausias programas. Visgi, ką visa tai reiškia? Kokia to svarba ir nauda?

Kino festivalis – tai tam tikroje vietoje organizuojamas renginys, kuriame rodomi filmai, o kūrėjai turi galimybę pristatyti savo darbus žiūrovams ir industrijos atstovams. Dažnai jame vyksta tiek trumpametražių, tiek ilgametražių filmų konkursinės ir nekonkursinės programos (pvz., „showcase“ ar „festival darlings“ tipo), taip pat paraleliai rengiamos filmų mugės. Tai vieta, kur kino industrijos atstovai pristato, perka ir parduoda filmus bei mezga profesinius ryšius.



Trumpametražiams filmams festivaliai dažnai yra pagrindinis ir svarbiausias sklaidos kelias, kurį kūrėjai gali įgyvendinti savarankiškai. Festivalių laukas labai įvairus, jų pasaulyje vyksta per 12 500. Kiekvienas filmas gali rasti savo vietą ir auditoriją.

Svarbu suprasti, kad filmo sklaida nėra tik premjera kino festivalyje. Tai kelerius metus trunkanti filmo kelionė nuo jo užbaigimo ir sklaidos strategijos sudarymo iki galutinio jos įgyvendinimo.

Kino festivaliai veikia kaip tam tikras institucinis pripažinimas filmui ir jo kūrėjams. Jei filmas atrenkamas į prestižinį kino festivalį, sulaukiantį tūkstančių paraiškų, akivaizdu, kad jis kažkuo išsiskyrė ar pasirodė aktualus. Festivalis tarsi „patvirtina“ filmą kaip atitinkantį to festivalio kultūrinės ir kūrybinės vertybes. Tačiau vien atrinkimas į festivalį geros sklaidos negarantuoja. Svarbu, kaip išnaudojate atsiradusias galimybes ir susikuriate strategiją, atitinkančią būtent jūsų filmą.

Atrankos į prestižinius festivalius suteikia kūrėjams matomumo ir gali atverti daugiau galimybių – tiek su konkrečiu filmu tarptautinėje erdvėje, tiek vystant būsimus projektus. Po sėkmingos sklaidos lengviau pritraukti partnerius, gauti finansavimą, sudominti festivalių atstovus. Formuojasi kūrėjo pasiekimų istorija, kuri tampa svarbiu pasitikėjimo aspektu vertinant naujus projektus. Ilgametražiams filmams festivaliai taip pat veikia kaip svarbus rinkodaros įrankis, padedantis pritraukti žiūrovus į kino teatrą.

Dalyvavimas festivaliuose taip pat atveria galimybes susipažinti su užsienio kūrėjais bei kino industrijos profesionalais. Festivalyje galite pamatyti, kokie įvairūs būna filmai (ypač svarbu studijų metu), susipažinti su kitais kūrėjais, festivalių programų sudarytojais (*programmers*) ir industrijos atstovais. Šie ryšiai dažniausiai užsimezga palaipsniui – sugrįžtant į festivalius ir vėl susitinkant tuos pačius žmones.

Svarbu žinoti, kad trumpametražių filmų festivalių programų sudarytojai dažnai vienu metu dirba keliuose festivaliuose. Tas pats žmogus gali kuruoti programą mažame studentų festivalyje ir tuo pačiu būti susijęs su A klasės festivalių programų sudarymu. Tai reiškia, kad pradėjus nuo prieinamesnių festivalių galima palaipsniui patekti į platesnį matomumo lauką.

Kartu verta nepamiršti, kad ne kiekvienas filmas pateks į A klasės festivalius – ir tai yra visiškai normalu.



Verta turėti omenyje, kad sklaida reikalauja laiko, nuoseklumo ir aktyvaus darbo – pats filmas savaime „neprefestivaliausias“.

Taigi pradėkime!

**„Kai pats darai filmo sklaidą, labai
labai daug dalykų atrandi, sužinai
ir išmoksti. Nesvarbu, festivalis
tavo fillmą paima ar nepaima,
bet apskritai sužinai, kaip ir
kur tie festivaliai vyksta.“**

**- Režisierius ir operatorius
Vytautas Katkus**

NAMŲ DARBAI: FILMO MEDŽIAGŲ PARUOŠIMAS SKLAIDOS ETAPUI

Prieš pateikiant filmą festivaliams (*film submissions*), svarbu suprasti: festivalio atstovai vertina ne tik jūsų komandos filmą, bet ir tai, kaip jis pateiktas. Filmo kopija ir visa papildoma medžiaga – tekstai, filmo kadrai ir techniniai duomenys – sukuria pirmąjį įspūdį dar prieš paspaudžiant „Play“ mygtuką. Jei medžiaga netvarkinga, filmas be subtilybių, jo neįmanoma žiūrėti, net ir geras filmas gali likti nepastebėtas. Visas filmo paketas turi sudaryti gerą įspūdį. Todėl pasiruošimas sklaidai – tai svarbūs namų darbai, kurių negalima palikti paskutinei minutei prieš pat filmų teikimo terminą (*deadline*).

Skaidos etapo pradžioje tinkamai surinkus ir paruošus filmo medžiagas sutaupysite laiko ateityje bei užtikrinsite tolygų filmo įvaizdį viešojoje erdvėje. Jei ne visas medžiagas spėsime pasiruošti prieš atliekant pirmąjį filmo pateikimą festivaliui – nesijaudinkite, prioritetas yra filmo pateikimas, o papildomas medžiagas galėsite paruošti ir atnaujinti filmų teikimo festivaliams portaluose vėliau.

Filmo kopija

Svarbiausia paraiškos dalis, žinoma, yra pats filmas. Dažniausiai festivaliams užtenka nedidelio, apie 2 GB dydžio H.264 tipo failo.



Jei iki termino nespėjote užbaigti filmo – nieko tokio – kai kuriems festivaliams galima siųsti ir *Work in Progress* (ne iki galo užbaigta filmo versija, dažnai vadinama trumpiniu „WIP“) versiją.

Tą reikėtų pasitikrinti kiekvieno festivalio taisyklėse. Visais atvejais reikėtų siųsti jau užrakintą montažo versiją. Siunčiant WIP versiją svarbu atlikti pirminį garso dizainą bei spalvų korekciją, uždėti darbinius titrus.

Festivalių programų sudarytojai turi pajauti būsimą filmo atmosferą. Galbūt filme yra scenų, kuriose esminiai dalykai vyksta tik garse, ar esate sugalvoję išskirtinį filmo vaizdinį sprendimą, kurį tobulinsite spalvų korekcijos metu. Pagalvokite, kas yra išties svarbiausia, norint tinkamai atspindėti filmą ir jo nuotaiką. Teikiant festivaliui WIP versiją,

pažymėkite šią informaciją komentaruose ar filmo pradžioje uždėję skaidrę su paaiškinimu, pavyzdžiui.: „*Work in Progress. Sound, colour correction and titles are not final*“.



Angliški subtitrai turėtų būti „įkepti“ (burned-in) – pateikus tokią kopiją, užsienio programų sudarytojai galės žiūrėti jūsų filmą bet kurioje platformoje, o sistemų klaidos ir subtitrų failų „neužsikrovimas“ ne leis praleisti jūsų filmo pro akis.

Daugelis festivalių dabar leidžia į paraiškos formą įklijuoti filmo „Vimeo“ (ar kitos platformos) nuorodą. Tai yra geras variantas, kadangi vėliau galėsite įkelti naujesnę filmo versiją nekeisdami pačios nuorodos. Apie filmo kopijos atnaujinimus reikėtų pranešti festivalio atstovams.

Informacija apie filmą ir reklaminės medžiagos

Teikiant filmą festivalių atrankai, informacija apie filmą visur turi būti vienoda – tiek paraiškos formoje, tiek viešojoje erdvėje. Oficialus pavadinimas, gamybos šalis, užbaigimo data, formatas, trukmė ir pagrindiniai tekstai negali kisti. Tai padės nepasimesti nei jums patiems, nei industrijos atstovams.



Svarbu pabrėžti, kad visas pagrindines filmo medžiagas rekomenduojama turėti lietuvių ir anglų kalbomis.

Festivaliams būtina žinoti, kokius filmo kopijų formatus galite pateikti peržiūroms ar rodymui (pavyzdžiui, ProRes, H.264 ar DCP), taip pat kokią garso versiją turite – stereo ar 5.1. ir t.t.

Taip pat iš anksto pasirinkite subtitrų failus. Dar prieš pradėdant sklaidą rekomenduojama turėti subtitrų versijas originalo (*original dialogue list*) ir anglų kalbomis. Atkreipkite dėmesį, kad galutiniai skirtingų kalbų filmo subtitrų failai būtų sinchronizuoti ir su vienodais laiko kodais (*timecodes*) – taip išvengsite papildomų taisymų ateityje.



Beje, jei užsienio festivalis jūsų filmui sukuria naujus subtitrus (pvz., prancūzų ar ispanų kalbomis), būtinai paprašykite, kad juos perduotų ir jums.

Mažesni festivaliai kartais neturi biudžeto vertimui, tad kuo daugiau kalbų turėsite savo „bagaže“, tuo plačiau galėsite keliauti ir teikti filmą festivalių atrankai.

Logline

Viskas prasideda nuo *logline* – tai trumpas vieno ar dviejų sakinių tekstas, kuris pasako, apie ką yra jūsų filmas. Šiame tekste neturėtų būti perteklinių detalių ar visos istorijos atpasakojimo – logline veikia kaip jūsų „kablukas“, kuris sudomins žiūrovą pažiūrėti filmą. Dažnai jame pateikiamas trumpas pagrindinio veikėjo apibūdinimas ir konfliktas, su kuriuo jis susiduria filme. Standartinis logline gali turėti tokią ar panašią struktūrą:

Kai [įvyksta išjudinamasis įvykis], [būdvardis] [pagrindinis veikėjas] privalo [tikslas / veiksmas], kol neatsitiko [pasekmė / grėsmė].

Pagrindiniai klausimai, į kuriuos būtų puiku atsakyti rašant logline:

- Kas yra jūsų pagrindinis veikėjas?
- Kur jis yra?
- Ką veikia?
- Koks yra išjudinamasis įvykis?
- Koks veikėjo tikslas?
- Kokia yra pagrindinė tikslą pasiekti trukdanti kliūtis?
- Gal natūraliai galima įpinti ir filmo temą?

Aišku, vienos taisyklės nėra – jūs geriausiai jaučiate savo filmą ir žinote, kaip jį pristatyti. Tik būkite konkretūs – logline turėtų būti ne ilgesnis nei 25 žodžiai (100–150 ženklų). Toks glaustas tekstas padės jums patiems lengviau išsigryninti filmo esmę, o kartu tai bus puikus paruoštukas, kai reikės kam nors greitai papasakoti apie savo kūrinį gyvai – lyg trumpas *pitch’as* (filmo pristatymas).

Pavyzdžiai:

Nebylus jaunuolis nepritampa statybų aikštelėje. Sunkiai susižeidus vienam darbininkui, įtampa tarp bendradarbių išauga. („Hablo dėsnis“, rež. Arnas Balčiūnas)

Elena – drovi aštuntokė, apleistame pastate užklumpa nuogą pozuojančią Laurą – vyresnę merginą iš choro. Netikėtai užsimezgusi draugystė Elenai tampa proga pažinti intriguojantį suaugusiųjų pasaulį. („Tu kaitini mano kraują“, rež. Melita Sinušaitė, 2025)

Sinopsis

Prie filmo paketo pridėkite ir trumpą sinopsį – tai viena pastraipa, maždaug iki 300 ženklų. Jis turėtų plačiau atverti duris į jūsų istoriją, bet jokia būdu neišduoti pabaigos ar visų siužeto vingių.

Tik nesumaišykite: festivalinis sinopsis, pritaikytas žiūrovams, nėra tas pats tekstas, kurį rašėte gindami scenarijų ar pristatydami projektą kino profesionalams – jame nereikia visko detaliai paaiškinti. Žmogus, perskaitęs šias kelias eilutes, turi pajusti filmo atmosferą ir užsinerėti pamatyti, kas bus toliau, o ne iškart sužinoti, kuo viskas baigiasi.

Pavyzdys:

Abiturientė Viktė ruošiasi jos karjerą nulemsiančioms bėgimo varžyboms. Didelio intensyvumo kasdienybėje Viktė atsiduria per žingsnį nuo perdegimo. Vienos treniruotės metu ji susipažįsta su naujoke Aura. Tarp merginų mezgasi draugystė. Stiprėjant ryšiui Viktė pajunta poreikį keisti ateities planus. („Aš noriu sužinoti apie gyvenimą“, rež. Beatričė Sofija Piesliakaitė, 2025)

Režisieriaus pastaba (Director's note)

Nors šis tekstas nėra privalomas, pridėti režisieriaus pastabą visada verta. Tai trumpas, atviras tekstas, kuriame režisierius paaiškina savo asmeninį santykį su tema ir filmu: kodėl jis ar ji apskritai ėmėsi šios istorijos ir kas jame jiems svarbiausia.

Svarbu prisiminti, kad tai nėra filmo eigos ar galutinio rezultato aprašymas – tai režisieriaus kūrybinio požiūrio ir motyvacijos pristatymas, padedantis festivalio atrankos komisijai suprasti filmo kontekstą. Šis tekstas neturėtų būti ilgesnis nei 200 žodžių.

Pavyzdys:

„Klasės nuotrauka“ prasidėjo nuo realios vietos – mano apleistos mokyklos, kurią buvo suplanuota nugriauti. Mokykloje formuojasi nemaža dalis mūsų tapatybės, kartais pagalvoju apie tai, kokiais skirtingais keliais aš ir mano klasiokai nukeliavome. Filmas seka jauną vaikina Igną, sugrįžtantį į savo buvusią mokyklą atsisveikinti ne tik su pastatu, bet ir su jame likusiais prisiminimais. Vaikščiodamas tuščiais koridoriais, jis susiduria su praeities fragmentais, kurie yra kartu ir asmeniškai, ir lengvai atpažįstami kiekvienam. „Klasės nuotrauka“ – tai atmosferiškas pasakojimas apie atmintį ir vietą. („Klasės nuotrauka“, rež. Arnas Balčiūnas, 2026)

Kūrybinės komandos informacija

Formoje nepamirškite pristatyti pagrindinių kūrėjų: režisieriaus, scenarijaus autoriaus, prodiuserio, operatoriaus, kompozitoriaus, aktorių bei montažo ir garso režisierių. Jų biografijos ir ankstesnių darbų sąrašai geriausiai pagrindžia komandos pajėgumus ir patirtį. Aprašymus rašykite glaustai – užteks kelių sakinių apie išsilavinimą, specifinę patirtį ar svarbiausius įvertinimus. Tai ypač aktualu teikiant paraiškas specializuotiems festivaliams, kuriuose dėmesio centre atsiduria konkrečios sritys, pavyzdžiui, operatorinis meistriškumas ar garso dizainas.

Pasiruošę šią informaciją iš anksto, sutaupysite laiko ateityje.

Vizualinės filmo komunikacijos elementai

Vaizdinė reklaminė medžiaga yra viena stipriausių filmo reprezentacijos priemonių, nes būtent pagrindiniai kadrai (*stills*) dažniausiai tampa pirmuoju žiūrovo kontaktu su jūsų kūryba.



Rekomenduojama turėti 3–5 aukštos kokybės filmo kadrus, kurie aiškiai atspindėtų filmo atmosferą, toną ir temą.

Svarbu, kad jie būtų pakankamai skirtingi, tačiau neperkrauti detalėmis ir neišduotų esminių siužeto vingių – ypač jei filme gausu netikėtumo efektu grįstų scenų. Kadrai turėtų būti vienas kitą papildantys. Stenkitės, kad kadrių rinkinys atskleistų pagrindinius veikėjus, lokacijas. Šie kadrai neturėtų būti per tamsūs ir turėtų būti parengti iš filmo kopijos su galutine vaizdo postprodukcija, kad kuo artimiau atspindėtų patį filmą.

Verta išskirti vieną pagrindinį kadrą (*key still*) – jis taps vizitine filmo kortele kataloguose bei komunikacijos kampanijose. Turint vieną pagrindinį vizualinį motyvą, jūsų filmą bus lengviau atpažinti ir atskirti, ypač jam figūruojant skirtingų festivalių programose.



Renkantis šį esminį kadrą, naudinga atlikti nedidelį testą: kritiškai įvertinkite, ar jis yra pakankamai stiprus, kad galėtų tapti pagrindiniu visos programos ar festivalio veidu. Taip pat verta pasvarstyti, kaip jūsų pasirinktas kadras atrodys skirtinguose kontekstuose – atspausdintas mažu formatu (gal net nespaltotai) festivalio kataloge, internete, socialiniuose tinkluose.

Bet kokių formatu jis turėtų būti pakankamai aiškus ir pagavus. Pasirinkę savąjį key still būtinai jį išskirkite atitinkamai pavadindami failą ir išskirdami jį iš kitų kadro.

Apie filmo vizualinės komunikacijos elementus pravartu galvoti jau filmavimo metu. Jei aikštelėje turite fotografa, duokite jam konkrečių užduočių, mąstant apie medžiagas, kurių jums gali prireikti vėliau formuojant filmo paketą: užfiksuoti užkadro vaizdus ir komandą behind the scene tipo nuotraukose. Taip pat režisieriaus, operatoriaus ir kitų komandos narių nuotraukas dirbant aikštelėje, galbūt jums bus naudinga padaryti veikėjų portretus, lokacijų nuotraukas ar tekstūras, kurias naudosite plakate ar pakete žiniasklaidai (*press kit*).

Jei turite idėjų plakatui, verta svarbias scenas kokybiškai nufotografuoti aikštelėje. Taip išvengsite papildomų fotosesijų organizavimo. Tam pasitelkiami filmo kadro fotografai (*still photographers*), kurie fiksuoja vaizdą iš panašių rakursų kaip ir kino kamera – taip gaunamas aukštesnės kokybės kadras nei tiesiog iškerpant jį iš vaizdo failo. Tačiau, jei filmuojate kino juosta arba planuojate ryškia vaizdo postprodukciją, atkreipkite dėmesį, kad naudojami kadrai būtų panašios nuotaikos ir stilstikos kaip galutinis filmas.

Papildomai bus reikalingos ir kūrybinės komandos portretinės nuotraukos – pirmiausia režisieriaus, o prireikus ir prodiuserio, scenarijaus autoriaus, operatoriaus ar aktorių. Tai turėtų būti profesionalūs, vertikalaus formato, vidutinio stambumo portretai, gerai apšviesti, su neutraliu fonu, tinkami naudoti festivalio kataloguose, akreditacijose, internetinėse platformose ir komunikacijoje.

Anonsai (*trailer*) trumpametražiams filmams nėra būtini, tačiau kai kurie festivaliai prašo pateikti filmo anonsą ar scenų iškarpas komunikacijai. Tiek anonsas, tiek iškarpos galėtų būti iki vienos minutės trukmės, atspindinčios filmo nuotaiką, bet neišduodantys per daug. Įkvėpimo anonsų kūrimui galima ieškoti festivalių ar platintojų tinklalapiuose bei „YouTube“ platformoje (nuorodas į platintojų tinklalapius rasite naudingų šaltinių skyriuje leidinio pabaigoje).

Press kit (paketas žiniasklaidai)

Visa ši informacija ir medžiaga kartu sudaro vientisą, sumaketuotą filmo sklaidos paketą žiniasklaidai, vadinamą *press kit*. Tai struktūruotas filmo pristatymo rinkinys, skirtas festivaliams, programų sudarytojams, spaudai ir kitiems industrijos atstovams. Turint paruoštą paketą nereikia kiekvieną kartą iš naujo rinkti informacijos ar jos rengti kiekvienam festivaliui. Tai lengvai platinamas dokumentas, kurį bet kuriam susidomėjusiam galite nusiųsti per akimirką.

Vizualinės filmo komunikacijos elementai



„Numeris vienas“, rež. Milda Augustaitytė, 2023



„Paskutinė diena“, rež. Klaudija Matvejevaitė, 2017



„Viskas gerai“, rež. Jorūnė Greičiūtė, 2020



„Hablo dēsnis“, rež. Arnas Balčiūnas, 2024



Paketas žiniasklaidai dažniausiai ruošiamas PDF formatu; rekomenduojama apimtis – 10 puslapių.

Svarbu paminėti, kad nors paketas žiniasklaidai yra svarbus dokumentas filmo sklaidos procese, jis dažniausiai neturi tiesioginės įtakos filmo atrankai į festivalius – teikiant filmą internetinėse platformose programų sudarytojai greičiausiai žiūrės tik į filmą, o ne į papildomas medžiagas. Tačiau sklaida užsiimančiam filmo atstovui paketo žiniasklaidai gamyba tampa naudingu pratimu, padedančiu geriau suprasti savo kūrinį ir tai, kaip jį efektyviai pristatyti auditorijai.

Kas sudaro bazinį filmo paketą žiniasklaidai?

- Vientisas stilius: dokumento dizainui naudokite filme ar tituose pasirodančias spalvas ir šriftus. Tai padės sukurti tolygų ir atpažįstamą filmo įvaizdį. Jei filmo premjera įvyko žinomame festivalyje, titulinį puslapį galite papildyti festivalio pavadinimu ar laurų vainiku (*laurel*);
- Filmų plakatas (jei turite sumatuotą);
- Filmų kadrai;
- Techniniai duomenys: filmo trukmė, metai, šalis, žanras, vaizdo ir garso formatai;
- Nuoroda į anonsą (jei turite sumontuotą ir paruoštą sklaidai);
- Logline ir sinopsis;
- Režisieriaus pastaba;
- Pagrindinių kūrybinės komandos narių sąrašas;
- Režisieriaus nuotrauka ir trumpa biografija;
- Dokumento pabaigoje – susisiekti kviečiantys gamybos kompanijos ar prodiuserio (ar sklaida užsiimančio asmens) kontaktai, nuorodos į filmo socialinių medijų kanalus, filmo „IMDb“ bei „Letterboxd“ paskyras.

PATARIMAS: Teikdami filmą festivaliams, venkite nurodyti savo studento el. pašto adresą kaip pagrindinį kontaktą – baigus studijas, adresas taps nebenaudojamas, tad negausite naujienų apie filmo kelionę ir galimybes.

Dažniausios klaidos ruošiant filmo medžiagas:

- 1.** Nesutampanti arba besikeičianti informacija skirtingose platformose;
- 2.** Per ilgi, literatūriniai tekstai apie filmą, atskleidžiantys per daug detalių;
- 3.** Režisieriaus pastaba, kalbanti apie rezultatą, o ne intenciją ar motyvaciją;
- 4.** Netinkamai parinkti filmo kadrai;
- 5.** Neparuošti, netvarkingi arba riboti subtitrų failai;
- 6.** Nėra vieno aiškaus kontakto festivaliams;
- 7.** Press kit ruošiamas per vėlai.

„Skatinčiau studentus kūrėjus nebijoti rodyti savo filmų ir bandyti juos siųsti į festivalius – pradėti nuo lietuviškų, o vėliau pamažu žengti ir į užsienį. Juk filmus kuriame tam, kad juos pamatytų kuo daugiau žmonių, ir būtent iš to kyla didžiausias malonumas. O jeigu festivaliai filmo nepriima, nereikia nusiminti – kiekvienas jų turi savo technines taisykles ir „rėmus“, savo kryptį, savo atrankos logiką. Filmas gali ir nepatekti į festivalį, bet vis tiek būti geras. Tad linkiu visų filmų komandų nariams jausti filmą kaip savą ir dėti pastangas, kad jis rastų savo žiūrovą.“

- Operatorius Zbigniev Bartoševič

NUO KO PRADĖTI? FILMO SKLAIDOS STRATEGIJOS SUDARYMAS IR JOS VYKDYMAS

Kaip jau įsivardinome anksčiau, filmo sklaida prasideda gerokai anksčiau nei pirmasis pateikimas į festivalį. Šiame skyriuje aptarsime, kaip susidaryti realistišką ir strategiją pagrįstą festivalinį planą, suvokti savo filmą bendrame kontekste ir išvengti dažniausių klaidų.

ATMINKITE: festivalių atmetimų jūroje kvietimai bus išimtis. Anot festivalių lauko profesionalų, net ir labai geras filmas su stipria premjera gali tikėtis tik apie 20 % atrankos sėkmės. Pasiruoškite šiai realybei. Jei laikysitės savo strategijos, ilgainiui rasite savo festivalius. Nemeskite visko po pirmojo „ne“.

Pirminis įvertinimas

Pirmasis žingsnis – filmo ir jūsų norų bei siekių įsivertinimas. Dar prieš užbaigiant baigiamuosius filmo darbus svarbu suprasti, kada planuojate pradėti jo festivalinį kelią ir kaip jį formuoti.

Pagrindiniai klausimai, į kuriuos atsakius paaiškės tinkamiausia kryptis:

- Koks yra jūsų filmas ir ką norite pasiekti jo sklaida?
- Ar siekiate prestižinės premjeros, ar kuo platesnio festivalinio kelio?
- Ar norite kuo greičiau apkeliauti daug festivalių, ar esate pasiryžę ilgiau laukti premjeros?
- Ar norite išnaudoti filmo specifiškumą (temą, formą, auditoriją)?
- Kokia yra jūsų tikslinė auditorija?
- Ar režisieriaus ankstesni filmai jau buvo rodyti festivaliuose? Jei taip, kuriuose?
- Kiek finansinių ir laiko resursų galite skirti sklaidai?

Strategijos pagrindai

Galime išskirti dvi pagrindines studentiško filmo tarptautinės sklaidos kryptis:

1. kai siekiate kuo greičiau apkeliauti daug festivalių ir didelės svarbos premjerai neteikiate;
2. kai orientuojatės į prestižinius festivalius, esate linkę ilgiau laukti premjeros ir pagal festivalių kalendorių nuosekliai teikiate filmą į aukščiausio lygio renginius, o tik vėliau – į svarbius regioninius festivalius.

Tokių atvejų strategijos pagrindu dažniausiai tampa „svarbieji“ festivaliai. Net jei studentiško filmo patys neteiksite į Kanus, Berlyną ar Veneciją, vis tiek verta juos turėti galvoje kaip orientyrus (ypač jei filmą gali atrankai pateikti, pavyzdžiui, KIMO).

Pirmojo varianto privalumai - galimybė per trumpą laiką pasiekti daugiau festivalių, ypač jei dirbate su ne diplominio filmo sklaida ir žinote, kad turite ribotą laiką iki kito režisieriaus projekto. Taip pat tokia strategija gali būti pigesnė.

Antrojo varianto privalumai - suteikiate savo filmui geriausią galimybę būti parodytam prestižiniame festivalyje, taip sustiprindami jo ir kūrėjų poziciją bendrame kontekste. Tačiau dažnai šis variantas užtrunka ilgiau ir reikalauja didesnio biudžeto, mat filmų teikimas tokiems festivaliams kainuoja daugiau.



Formuojant strategiją patogų remtis Oskarams ar Europos kino akademijos (EFA) kvalifikaciją turinčių festivalių sąrašais (sąrašų nuorodos - šaltinių skyriuje).

Dažniausiai tai yra regione lyderiaujantys festivaliai, keliantys premjeros reikalavimus. Atsižvelgiant į tai, galima planuoti tolimesnį festivalinį kelią – po pagrindinio festivalio filmą teikti į kitus tos šalies ar regiono renginius, kurie premjeros jau nereikalauja.

Taip susiformuoja pirminis strategijos karkasas:

- premjeriniai (aukščiausio lygio) festivaliai, pvz., Kanų, Venecijos, Berlyno, Toronto, Sandenso, Lokarno kino festivaliai – reikalaujantys pasaulinės premjeros;
- svarbūs regioniniai festivaliai, pvz., Talino „POFF Shorts“, Varšuvos, Rygos, San Sebastiano kino festivalis – dažniausiai reikalaujantys nacionalinės ar regioninės premjeros, dažnai turės Oskarų ar EFA kvalifikacinį laipsnį;

- nišiniai ar žanriniai festivaliai, pvz., Puatjė studentų kino festivalis, „Pink Screens“ LGBTQ kino festivalis – dažniausiai neturintys premjeros reikalavimų;
- mažesni, papildomi festivaliai (vėlesniuose sklaidos etapuose) – mažesnių miestų, kino mokyklų festivaliai ir pan – premjeros reikalavimų neturės.

Taip pat svarbu įvertinti pateikimo mokesčius – kai kurie festivaliai yra nemokami, kiti gali kainuoti nuo kelių iki keliasdešimt eurų, todėl rekomenduojama iš anksto nusistatyti prioritetus ir turimą biudžetą. Idealiu atveju filmo sklaidai galima skirti iki 500 eurų. Studentiškiems filmams dažnai taikomi mažesni mokesčiai, kartais festivaliai patys pakviečia filmą, pamatę jį kitur. Prizai ir surinkti rodyimo mokesčiai gali padengti jūsų investicijas.



Įprastai, dirbant su profesionaliais filmo platintojais, filmas pateikiamas į maždaug 150 festivalių. Apie platintojus – vėliau, tačiau šį skaičių galite laikyti orientaciniu.

Svarbu atkreipti dėmesį, kad festivalių kalendorius yra cikliškas – daugelis reikšmingų renginių vyksta tik kartą per metus. Dėl to netinkamai suplanuota premjera gali apriboti galimybes dalyvauti kituose svarbiuose festivaliuose.



Vertinant festivalius, svarbu atsižvelgti ne tik į jų prestižą, bet ir į programų kryptį. Ne kiekvienas filmas tinka kiekvienam

Analizuojant ankstesnių metų programas galima geriau suprasti festivalio profilį – ar jis orientuotas į autorinį kiną, žiūroviškesnį turinį, ar specifines temas. Pavyzdžiui, jei festivalis daugiausia rodo žanrines ar komiškas programas, o jūsų filmas yra lėtas, tikėtina, kad jo atrankos tikimybė bus mažesnė. Taip pat gali būti, kad festivalio programose dominuoja eksperimentiniai filmai, o jūsiškis yra gana standartinio naratyvo.

Strategiją planuoti ir pildyti patogu naudojantis festivalių pateikimo platformomis, pavyzdžiui:

- „FilmFreeWay“ – plačiausiai naudojama platforma, kurioje patalpinta daugiau nei 10 000 kino renginių. Festivaliai patys įvairiausi, todėl svarbu rinktis atidžiai.
- „Short Film Depot“ – labiau kuruota platforma, kilusi iš Klermono-Ferano trumpametražių filmų festivalio iniciatyvos. Joje pateikiami keli šimtai festivalių, dažniausiai iš Prancūzijos ir Vokietijos. Tai kokybiškesnių ir patikimesnių festivalių platforma.

- „Festhome“ – platformoje pateikiama daugiau nei 6 000 festivalių, dažnai – iš Ispanijos ir Pietų Amerikos.

Vis dėlto dalis festivalių paraiškas priima tik per savo oficialius tinklalapius, todėl prieš teikiant filmą būtina patikrinti „submissions“ skiltį.

Jei filmą atstovauja pardavimų agentas ar platintojas, festivalinė strategija paprastai derinama kartu su juo ir vykdoma jo.

Formuojant strategiją rekomenduojama vengti šių klaidų:

- per anksti viešai publikuoti filmą internete;
- vienu metu teikti filmą į festivalius su nesuderinamais premjeros reikalavimais (daugiau apie juos vėlesniame skyriuje);
- teikti filmą be aiškios strategijos ir filmo suvokimo, „visur iš eilės“.

Kaip atpažinti patikimus festivalius

Renkantis festivalius svarbu įvertinti jų patikimumą – juk nenorite švaistyti pinigų nerimtiesiems renginiams.

Patikimi festivaliai dažniausiai:

- turi svarbių apdovanojimų ar asociacijų suteiktą kvalifikacinį laipsnį (pvz., Oskaru, EFA, BAFTA, Goya, FIAPF (Tarptautinės kino prodiuserių asociacijų federacijos) akreditaciją ir pan.);
- vyksta jau ne vienerius metus;
- organizuoja fizinius (gyvus) renginius.

Galimi nepatikimumo požymiai:

- nurodyta labai daug kategorijų ar nominacijų, už kurias reikia papildomai mokėti;
- neaiški ar perteklinė apdovanojimų sistema („*semi-finalist*“, „*finalist*“ ir pan.); renginys vadinasi „*awards*“, o ne „*festival*“;
- festivalio pavadinimas imituoja žinomą renginį;
- trūksta aiškios informacijos apie realius rodymus – nėra informacijos apie renginio datas ir vietą;
- renginys vyksta tik internetu;
- kasmenėsiniai festivaliai.

Rekomenduojama peržiūrėti festivalio komunikaciją, nuotraukas ir įsitikinti, kad renginys iš tiesų vyksta kino salėse ar kitose tam tinkamose erdvėse. Mažesni festivaliai, kurių seansai vyksta neįprastose vietose, taip pat gali būti vertingi, tačiau dažniau jie įtraukiami į vėlesnius sklaidos etapus.

Filmo analizės kriterijai teikiant filmą festivaliui

Dirbant su studentiškais filmais svarbu realistiškai įvertinti jų potencialą ir strategiškai pasirinkti tinkamus festivalius, siekiant kuo efektyviau panaudoti ribotą biudžetą. Pasitarkite su kursiokais, dėstytojais, KIMO žmonėmis, kurių nuomone pasitikite, išklauskite jų įžvalgų apie filmą.

Taip pat svarbu objektyviai suvokti filmo meninį ir techninį lygį – tai padės nuspręsti, ar verta taikyti į aukščiausio lygio festivalius, ar koncentruotis į regioninius ir nišinius renginius. Šie kriterijai padės įsivadyti, kurie festivaliai yra tinkamiausi jūsų filmui, o atidus taisyklių laikymasis leis išvengti nereikalingų išlaidų.



Prieš teikiant filmą festivaliui, būtinai peržiūrėkite festivalio taisykles.

FILMO TRUKMĖ

Trumpametražių filmų festivaliuose dažnai taikomos 15, 20, 30 ar 40 minučių ribos. Taip pat vyksta ir vidutinio ilgio filmų (medium-length) festivaliai, kuriuose rodomi 30–60 min. trukmės filmai. Įsitinkite, kad jūsų filmo trukmė atitinka festivalio taisykles. Programų sudarytojai turi ribotą programų trukmę, todėl ilgesni filmai susiduria su didesne konkurencija.



Svarbu suprasti: 30 minučių filmas turi būti toks pat stiprus kaip du 15 minučių filmai, kad būtų įtrauktas į programą. Tai nereiškia, kad negalite kurti ilgesnių trumpametražių filmų – tiesiog reikia tai turėti omenyje. Galbūt verta formuoti strategiją, įtraukiant ir vidutinio ilgio filmų festivalius.

FILMO REGIONAS / KILMĖS ŠALIS

Kai kurie festivaliai ar konkursinės programos yra skirtos konkreitiems regionams, tad prieš teikiant filmą atkreipkite dėmesį, ar festivalyje yra jūsų filmui skirta programa.

Pavyzdžiui, Sarajevo kino festivalyje konkursinės programos skirtos tik filmams iš Pietryčių Europos, Rytų Europos ir Kaukazo regionų. O „2ANNAS“ festivalyje Latvijoje konkursinė programa skirta tik filmams iš Baltijos šalių.

ŽANRAS IR TEMATIKA

Daugybė festivalių yra orientuoti į specifines kryptis, pavyzdžiui:

- žanrinis kinas (siaubo, fantastika ir pan.);
- moterų režisierių filmai;
- studentiški filmai;
- LGBTQ+ tematika;
- vaikų ir jaunimo auditorija;
- dokumentika tam tikromis temomis (pvz., gamta, kelionės).

Tokie festivaliai dažnai yra itin tinkami nišiniams filmams, todėl įsivardykite savo filmo nišą ir papildykite strategiją atitinkamais festivaliais.

PREMJEROS STATUSAS

Daugelis svarbiausių festivalių reikalauja premjeros statuso. Dažniausiai naudojami terminai:

- Pasaulinė premjera (*World Premiere*) – pirmasis viešas filmo rodymas. Pasaulinės premjeros reikalauja tik keletas prestižiškiausių kino festivalių pasaulyje.
- Tarptautinė premjera (*International Premiere*) – pirmasis rodymas už kilmės šalies ribų. Pavyzdžiui, jei filmo premjera įvyko „Kino pavasaryje“ Lietuvoje, po jo sekantis rodymas „Go Short“ festivalyje Nyderlanduose būtų tarptautinė premjera. Tai dažnesnis reikalavimas nei pasaulinė premjera.
- Žemyno premjera (*Continental Premiere*) – pirmasis viešas rodymas tam tikrame žemyne. Dažnai sutinkama kalbant apie pagrindinius Šiaurės Amerikos festivalius.
- Nacionalinė premjera (*National Premiere*) – pirmasis viešas rodymas tam tikroje šalyje. Dažnas reikalavimas, į kurį svarbu atkreipti dėmesį. vaikų ir jaunimo auditorija;
- Regioninė / miesto premjera (*Regional / City Premiere*) – pirmasis viešas rodymas tam tikrame mieste ar regione. Dažniau sutinkama, pavyzdžiui, Italijoje (regionų lygmeniu) ar JAV (miestų lygmeniu).

Uždaros peržiūros (pvz. egzaminai) nelaikomos viešu rodymu, todėl nėra laikomos oficialia premjera.

Taip pat kartais pamatysite, kad festivaliai nereikalauja konkrečios premjeros, tačiau

nurodo, jog į aukštesnio lygio premjeras bus atsižvelgiama ir jos yra pageidaujamos (*preferred premieres*).

FILMO UŽBAIGIMO DATA

Festivaliai į konkursines atrankas dažniausiai įtraukia filmus, sukurtus per pastaruosius 18–24 mėn. Kiekvieno festivalio taisyklėse bus nurodomas tikslus laikotarpis. Patvirtinus filmo premjerą, svarbu suskubti ir kuo greičiau teikti filmą į festivalius pagal jūsų strategiją.

Progreso sekimas

Norint efektyviai valdyti sklaidos procesą, rekomenduojama turėti filmo teikimo festivaliams sekimo lentelę. Ši lentelė padės nepasimesti, ypač įsibėgėjus filmo kelionei, kai atrodo, kad filmą teikiate visur, o kai kur jis pakviečiamas ir paties festivalio.

Lentelę galite prisitaikyti pagal savo poreikius, tačiau svarbu sekti šiuos aspektus:

- festivalio pavadinimas;
- filmo pateikimo festivalio atrankai terminas;
- festivalio šalis;
- ar ankstesnis režisieriaus filmas jau dalyvavo šiame festivalyje (turint šią informaciją galite tai paminėti paraiškoje, motyvaciniame laiške (cover letter) ar pan.);
- premjeros reikalavimai (jei jūsų filmą jau rodė kurioje nors šalyje, sekdami festivalių premjeros reikalavimus išvengsite išlaidų, teikdami filmą į nacionalinės premjeros reikalaujančius festivalius);
- filmo pateikimo kaina;
- pranešimo apie atrankos rezultatus data;
- festivalio datos;
- filmo pateikimo platforma („FilmFreeway“, „ShortFilmDepot“, festivalio tinklalapis ar pan.);
- komentarai / specifika (galite pasižymėti kertinius momentus, tarkime, kad filmas pateiktas studentų filmų konkursui, arba pasižymėti, kad parašėte laišką programos sudarytojui);
- nuorodos į festivalio ir pateikimo tinklalapius.

FESTIVALIS	DEADLINE	ŠALIS	AR ANKSTESNIS REŽISIERIAUS FILMAS DALYVAVO FESTIVALIJE?	PREMIJEROS	KAINA
La Cinef (Cannes)	2026-02-15	Prancūzija	Ne	Negali būti rodytas „dideliame festivalyje“	0
Drama ISFF	2026-04-30	Graikija	Taip	Graikijos premjera	8

PRANEŠIMO DATA	FESTIVALIO DATOS	PATEIKIMO PLATFORMA	KOMENTARAI / SPECIFIKA	FESTIVALIO PUSLAPIS	PATEIKIMO PUSLAPIS
2026 04	2026 05 12-23	Kanų platforma (teikia KIMO)	Studentų programa. Medžiagas pateikiame KIMO 02.10.	https://www.festival-cannes.com/en/	
2026 07	2026 09 6-12	Filmfreeway	Studentų programa. Parašytas cover letter.	https://www.dramafilmfestival.gr/en/submissions/	https://filmfreeway.com/Dramafilmfesti

Užpildžius pagrindinę informaciją, spalvų pagalba galėsite sekti strategiją, pvz.: raudona – atmesta, geltona – laukiama atsakymo, žalia – atrinkta. Taip, vesti tokią lentelę užtruks laiko, bet ji tikrai bus naudinga.

PATARIMAS: Būkite aktyvūs bendraudami su festivaliais, atrašykite kuo greičiau, nelaukite medžiagų pateikimo terminų. Būkite malonūs ir megzkite šiltą santykį.

PATARIMAS: Plačiai komunikuokite apie savo festivalių kelionę socialiniuose tinkluose, reguliariai atnaujinkite informaciją „IMDB“ ir „FilmFreeway“.

PATARIMAS: Stenkitės neteikti filmų festivaliams paskutinę termino dieną. Kuo anksčiau pateiksite filmą, tuo daugiau laiko programų sudarytojai turės su juo susipažinti. Jei filmą pateiksite pačiu intensyviausiu laikotarpiu, yra tikimybė, kad jis bus peržiūrėtas skubuočiau. Taip pat, kuo anksčiau filmą siųsite, tuo pigesnis bus teikimo mokestis.

PATARIMAS: Įprastai patys filmą teiksite konkursinėms programoms, tačiau kartais festivaliai pakviečia jį dalyvauti nekonkursinėje programoje. Kiek tenka girdėti iš savo filmų sklaida užsiimančių kolegų, tokiais atvejais galima pasiteirauti festivalio dėl rodymo mokesčio (screening fee). Suma gali būti nedidelė, tačiau vis tiek verta. Jei jaučiate, kad jūsų filmas sukurtia pridėtinę vertę tai nekonkursinei programai, drąsiai apie tai užsiminkite.

PATARIMAS: Norint pasisemti įkvėpimo festivalių strategijai, labai rekomenduoju peržiūrėti kitų trumpametražių filmų kelią internete ar platintojų puslapiuose (nuorodos pateiktos šaltiniuose). Raskite į jūsų panašų filmą – galbūt lietuvišką, panašios trukmės ar žanro, studentišką. Pažiūrėkite, kur jis buvo rodomas – galbūt jūsų kelias gali būti panašus?

PATARIMAS: Išskirtiniais atvejais filmų teikimo platformose galima parašyti motyvacinį laišką. To daryti nebūtina, tačiau verta trumpai parašyti festivaliams, kuriuose režisieriaus filmas jau buvo rodomas anksčiau. Festivalio komanda gali keistis, todėl priminimas gali būti naudingas. Elektroninių laiškų siuntimas festivalio programų sudarytojams dažniausiai vertinamas atsargiai, nebent jau turite su jais užmegztą ryšį.

Kaip vyksta filmų atranka kino festivaliuose?

Konkursas norint patekti į beveik bet kurį kino festivalį yra sunkiai suvokiamas.

Ekstremalus pavyzdys:

2026 m. „Sundance“ kino festivalio atrankai buvo pateikta 11 480 trumpametražių filmų, iš kurių vos 54 tapo programos dalimi.

Vilniaus trumpųjų filmų festivalis dar prieš gaunant prestižines Europos kino apdovanojimų ir „Oskaro“ kvalifikacijas (kurios gerokai padidino susidomėjimą) kasmet sulaukdavo 1 500–2 000 filmų paraiškų.



Pradedant sklaidos etapą, pirmiausia reikia suprasti, kad konkurencija bus mižiniška, o neigiamų atsakymų bus kur kas daugiau nei kvietimų.

Kiekvieno festivalio komanda dirba savaip: atrankos principai ir formatai paremti skirtingomis festivalių programos sudarytojų vertybėmis bei patirtimi. Pavyzdžiui, „Berlinale Shorts“ programų sudarytojai tūkstančius pateiktų filmų žiūri kartu – du atrankos komisijos nariai gyvai diskutuoja ir čia pat sprendžia filmo likimą. Kituose festivaliuose procesas primena filtrą: dirba atrankos nariai (pre-selectors), kurie dalimis peržiūri visą srautą, o kiekvienas atrenka savo favoritus. Svarbu paminėti, kad dažniausiai filmai žiūrimi savarankiškai per nešiojamuosius kompiuterius. Tik tada pagrindiniai programos sudarytojai žiūri „prasijotus“ darbus. Tokių atrankos etapų gali būti ne vienas ir ne du, o tik retais atvejais visą festivaliui pateiktą turinį peržiūri vienas asmuo. Be to, nemaža dalis festivalių (ypač ne A klasės) dalį programos susirenka ne per atvirą kvietimą, o tiesiogiai lankydamiesi kituose didžiuosiuose renginiuose ir atsirinkdami jau pasiteisinusius filmus.

Svarbu suprasti ir filmų atrankos procesuose veikiančią žmogiškąją faktorių. Šis procesas yra imlus laikui, pavyzdžiui, Italijoje vykstančiame Lago trumpametražių filmų festivalyje kiekvienas atrankos komisijos narys, žiūrėdamas filmus, prie ekrano vidutiniškai praleidžia apie 160 valandų. Nors filmus vertina profesionalai, siekiantys objektyvumo, besivadovaujantys festivalio kriterijais ir gerai išmanantys platesnį filmų kontekstą, vertinimas vis tiek iš dalies išlieka subjektyvus. Galbūt jūsų filmą žiūrintis

žmogus bus pavargęs, alkanas, o gal į jo monitorių spigins saulė. Filmą festivalio atrankai pateikęs kūrėjas šių aplinkybių kontroliuoti negali. Galiausiai filmas gali tiesiog neatitikti komisijos nario asmeninio skonio. Todėl tai, kad kūrinyje įveikia kelis tokius nenusipėjimus ir kūrėjui nepavaldžius filtrus, dažnai yra ir didelė sėkmė. Be to, festivaliai kartais turi savo metų temą, toną ir griežtą laiko limitą, kurį privalo užpildyti trumpametražiais filmais. Programų sudarytojai turi balansuoti tarp skirtingų regionų, žanrų, užtikrinti kūrėjų ir temų įvairovę. Tad jei gavote „ne“, tai nebūtinai reiškia, kad filmas yra blogas. Galbūt jis tiesiog netilpo į festivalio visumą pagal temą, trukmę, o gal programoje jau buvo patvirtintas kitas filmas iš Lietuvos ar Baltijos regiono.

DALYVAVIMAS KINO FESTIVALIJE

Kai kurie festivaliai suteikia galimybę kūrėjams atvykti ir dalyvauti renginiuose gyvai. Tokiu atveju verta skirti laiko aktyviam dalyvavimui festivalio programoje – peržiūrose, susitikimuose, diskusijose ir neformaliose veiklose. Festivaliai yra ne tik filmų rodymo vieta, bet ir svarbi erdvė kontaktų mezgimui.

Rekomenduojama:

- aktyviai bendrauti su kitais kūrėjais;
- susipažinti su festivalio programų sudarytojais ir organizatoriais;
- dalyvauti industrijos renginiuose (jei tokie vyksta);
- dalyvauti filmų peržiūrose.

Kitų filmų stebėjimas padeda geriau suprasti festivalio programavimo kryptis ir „trumpametražių filmų pulsą“ – kas šiuo metu aktualu, kokios temos ir formos dominuoja.

Mažesniuose festivaliuose dažnai susiklosto artimesnė atmosfera – kūrėjai daugiau laiko praleidžia kartu, todėl lengviau užmegzti ryšius.

BENDRADARBIAVIMAS SU FILMŲ PLATINTOJ AIS IR PARDAVIMŲ AGENTAIS

Platintojas / festivalinės sklaidos atstovas (*festival distributor*) yra atsakingas už filmo festivalinę strategiją ir pateikimus. Jis:

- sudaro festivalių planą;
- teikia filmą į festivalius;
- bendrauja su festivaliais ir suteikia jiems filmo kopijas be reklamines medžiagas.

Pardavimų agentas (*sales agent*) – atsakingas už filmo pardavimus tarptautinėse rinkose. Jis dirba su:

- televizijomis;
- oro linijomis;
- viešbučiais;
- VOD platformomis ir kitais kanalais;
- ilgametražių filmų kontekste pardavimų agentas bendrauja su skirtingų teritorijų filmų platintojais ir kino teatrais.

Trumpametražių filmų atveju dažnai festivalinė sklaida ir pardavimai yra patikimi vienam agentui ar agentūrai. Tačiau tokios paslaugos gali kainuoti ir keletą tūkstančių eurų.

Dažniausiai verta agento ieškoti tada, kai jau turite patvirtintą stiprią (ypač prestižinę) premjerą arba aiškiai matote filmo potencialą platesnėje rinkoje. Tokiu atveju agentas gali efektyviau išnaudoti laikotarpį po premjeros – jums nereikia laukti ir prarasti svarbiausių festivalių galimybių.

Jei jau paskelbta vieša informacija, kad jūsų filmas bus rodomas tam tikrame prestižiniame festivalyje, agentai dažnai susisieks su jumis patys. Jei ne - nusiųskite jiems užklauso laišką su filmo nuoroda. Pirmiausia jie įvertins patį filmą ir tai, kaip jis dera su kitais jų katalogo filmais, pažiūrės, ar jiems filmas patinka, ar mato jo potencialą.

Privalumai

- nereikia savarankiškai rūpintis visais sklaidos procesais, kurie reikalauja laiko;
- agentai gerai orientuojasi festivalių lauke ir aktualiose tendencijose;
- dažnai turi tiesioginius kontaktus su programų sudarytojais;
- agento atstovavimas gali sustiprinti filmo patikimumą festivalių akyse;
- pardavimų srityje tai ypač svarbu – individualiam prodiuseriui parduoti filmą yra sudėtinga.

Trūkumai

- filmas atsiduria bendrame agentūros kataloge su kitais stipriais filmais, todėl gali būti sunkiau išsiskirti;
- paslaugos gali būti brangios;
- dalis sprendimų pereina agentui, todėl sumažėja kūrėjo kontrolė;
- perdavę šį darbą kitiems prarasite galimybę patys susipažinti su festivalių veikimu ir pasauliu.

Alternatyvos ir asmeninis pasirinkimas

Festivalinę sklaidą galima sėkmingai vykdyti ir savarankiškai, ypač pirmiesiems filmams. Tai leidžia geriau suprasti procesą ir festivalių veikimo principus.

Taip pat egzistuoja modelis, kai festivalinę sklaidą vykdote patys, o pardavimams samdote atskirą agentą. Tai gali būti tinkamas pasirinkimas, jei filmas turi stiprių „pardavimo“ aspektų (pvz., prestižinę premjerą ar aktualią temą), bet festivalių sklaidą norite vykdyti patys.

Pavyzdys:

Ne visi, net ir labai sėkmingi filmai dirba su platinimo agentais.

Pavyzdžiui, režisierė Olga Lučovnicova, pristatiusi filmą „My Uncle Tudor“, kuris laimėjo Berlyno kino festivalyje laimėjo „Auksoinį lokį“ ir buvo apdovanotas Europos kino apdovanojimuose, nusprendė filmo sklaidą rūpintis pati.

Jos sprendimą lėmė asmeninis santykis su filmo tema – kūrėja norėjo išlaikyti visišką kontrolę. Filmą sėkmingai keliavo po festivalius ir buvo parodytas daugiau nei 40 renginių.

„Patarčiau aktyviai dalyvauti festivaliuose, nes tai yra vienintelis būdas susikurti savo kaip kūrėjo reputaciją ir kelti sau didesnius tikslus. Lietuvoje kino rinka nėra didelė, todėl visada verta galvoti plačiau. Mane labai pozityviai nuteikia atsiveriančios naujos galimybės – festivaliai jų atveria žymiai daugiau, nei galėtum pasiekti savarankiškai. Iš kitos pusės, svarbu nepradėti daryti filmų vien tik festivaliams. Dauguma jų turi tam tikrą filosofiją, madas, ir kartais pradeda lįsti į galvą mintys, kaip sukurti filmą, kurį pamatytų kuo daugiau žmonių. Bet tai būtų išdavystė ir melas.“

**- Režisierė Klaudija Matvejevaitė,
15min.lt, 2018 m. rugpjūčio 27 d**

BENDRADARBIAVIMAS SU KIMO IR LIETUVOS KINO CENTRU

Filmo sklaidos procese svarbu bendradarbiauti su pagrindinėmis kino industrijos institucijomis Lietuvoje, prisidedančiomis prie jūsų filmo sukūrimo ir sklaidos.

BENDRADARBIAVIMAS SU KIMO

Filmo sklaidos etape rekomenduojama palaikyti ryšį su KIMO atstovais:

- kreipkitės dėl konsultacijų ar patarimų;
- dalinkitės informacija apie filmo atrankas į festivalius ir inicijuoti komunikaciją KIMO kanalais;
- laiku KIMO archyvui pristatykite savo filmo kopijas ir medžiagas;
- teiraukitės apie festivalius ar programas, į kurias filmus gali teikti tik kino mokyklos.

BENDRADARBIAVIMAS SU LIETUVOS KINO CENTRU

Lietuvos kino centras taip pat gali būti svarbus partneris filmo sklaidoje. Jis gali:

- skirti finansinę paramą kelionėms į kino festivalius;
- padėti atstovauti Lietuvos kūrėjams tarptautiniuose renginiuose.

LKC taip pat deleguoja kūrėjus į „European Film Promotion“, „Future Frames“ programą, vykstančią Karlovy Varų kino festivalio Čekijoje metu. Ši programa skirta perspektyviems jauniems režisieriams ir jų diplominiams filmams. Sekite LKC naujienas – jie visuomet dalijasi kvietimais.

NAUDINGI ŠALTINIAI IR PAPILDOMA INFORMACIJA:

LABAI NAUDINGA! Festivalių, suteikiančių kvalifikaciją Europos kino akademijos apdovanojimams, sąrašas.

LABAI NAUDINGA! FIAPF (Tarptautinės kino prodiuserių asociacijų federacijos) akredituoti kino festivaliai.

LABAI NAUDINGA! „Oskarų“ apdovanojimų kvalifikacinį statusą turinčių festivalių sąrašas.

LABAI NAUDINGA! „Filmų platinimo ir pardavimo įmonės „Square Eyes“ vadovo Wouterio Janseno paskaita apie trumpametražių filmų sklaidą.

LABAI NAUDINGA! Organizacijos „Talking Shorts“ kuruota vieša diskusija apie savarankišką trumpametražių filmų sklaidą „DIY Short Film Distribution“:

Pokalbis su Dublino tarptautinio kino festivalio direktore Grainne Humphreys apie [navigavimą kino festivalių pasaulyje](#).

Organizacijos „Talking Shorts“ kuruota diskusija apie trumpametražių filmų gamybą ir sklaidą [„Don’t Break the Chain. From Production to Distribution of Short Films“](#).

Organizacijos „Talking Shorts“ kuruota diskusija apie trumpametražių filmų sklaidą ir strategijos kūrimą [„What’s the Point of Premiere Status?“](#)

Organizacijos „Talking Shorts“ kuruota diskusija apie trumpametražių filmų sklaidą [„Everything You Never Dared to Ask About Distribution“](#).

Organizacijos „Talking Shorts“ [tinklalaidė su trumpametražio kino kūrėjais](#) ir industrijos profesionalais.

Jei norite pamatyti, kaip atrodo profesionaliai paruošta filmo pristatymo medžiaga, verta pasižvalgyti po filmų platintojų ir pardavimo agentų katalogus. Juose rasite ne tik gerų pavyzdžių, bet ir galėsite pamatyti, kokius festivalių maršrutus įveikia sėkmingi trumpametražiai filmai:

- **„LIGHTS ON“**
- **„VARICOLOURED“**
- **„SQUARE EYES“**
- **„GARGANTUA“**

Organizacijos „Lithuanian Shorts“ kuruojamas [lietuviškų trumpametražių filmų katalogas ir archyvas](#), kuriame galima pasisemti įkvėpimo filmo pristatymui ir medžiagų parengimui.

Vaizdo įrašas apie [kino festivalių strategiją ir filmų sklaidą](#) (kalbinamas „Sundance“ kino festivalio trumpametražių filmų programos vadovas).

Vaizdo įrašas apie [trumpametražių filmų sklaidą ir festivalių kelią](#) (kalbinamas „Fantasia International Film Festival“ programos sudarytojas Vincenzo Nappi).

Straipsnis apie Kanų kino festivalio „[Short Film Corner](#)“ reikšmę ir ribotumus.

Vaizdo įrašas apie [kino festivalių industriją, filmų sklaidą ir strategijos sudarymą](#).

