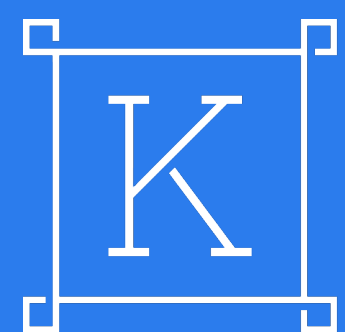


# LIETUVOS KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE TIKSLINIŲ PRIEMONIŲ IR JŲ POVEIKIO VERTINIMAS



LIETUVOS  
KULTŪROS  
TARYBA

LIETUVOS  
RESPUBLIKOS  
KULTŪROS  
MINISTRIŲ



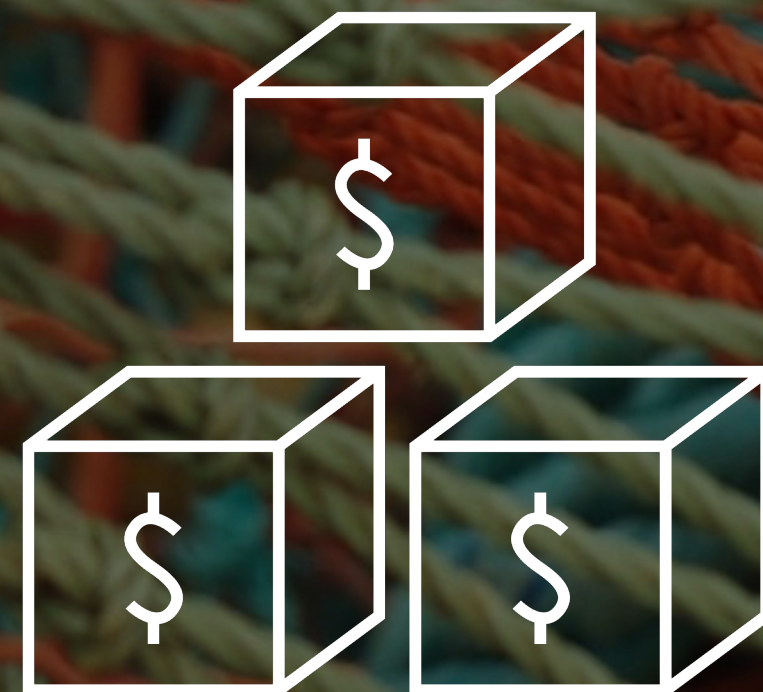
Atliko „Xwhy / Supratimo agentūra“, 2022 m.

Tyrimas parengtas Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos užsakymu, dalyvaujant Lietuvos kultūros tarybai



# Tyrimo tikslas

Išanalizuoti vykdomas Lietuvos kultūros sklaidos tikslines priemones ir jų poveikį kultūros sklaidai užsienyje 2018–2021 m. laikotarpiu, pateikti išvadas ir rekomendacijas dėl strateginių veiksmų konkrečiose kultūros srityse ir geografinėse teritorijose bei jų įgyvendinimo galimybių / sąlygų / perspektyvų.



Lietuvos vykdomų tikslinių kultūros sklaidos užsienyje priemonių analizė



Kokybinė muginio pobūdžio projektų, vykdytųjų sklaidą užsienyje, ataskaitų ir viešinimo analizė



Kokybinės konsultacijos ir papildomos apklausos su kultūros sektoriaus atstovais



# 1. TYRIMO METODIKA

# Lietuvos vykdomų tikslinių kultūros sklaidos užsienyje priemonių tikslų ir rezultatų vertinimas



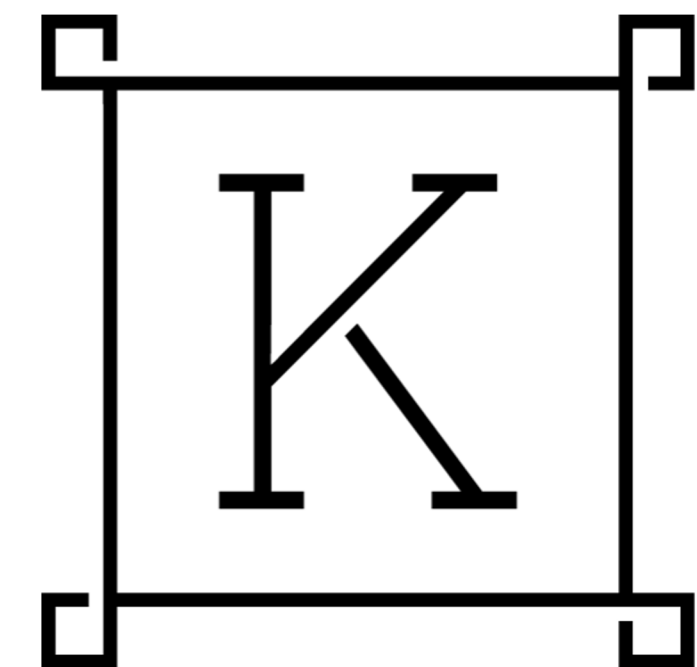
Lietuvos kino  
centro priemonės  
(LKC)



Lietuvos kultūros  
instituto priemonės  
(LKI)



Kultūros atašė  
priemonės



Lietuvos kultūros  
tarybos priemonės  
(LKT)

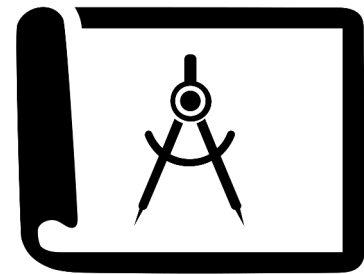
# Konsultacijos su kultūros sektoriaus atstovais

50  
dalyvių

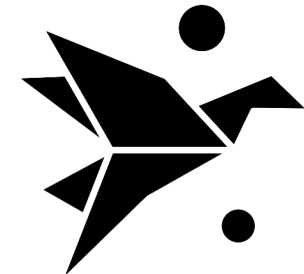
29  
papildomos  
apklausos

11  
skirtingų  
sričių

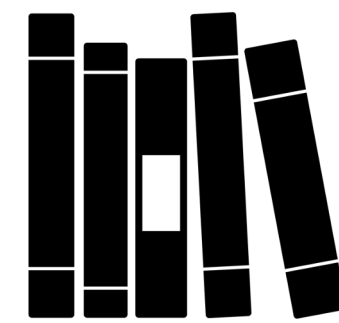
27 val.  
diskusijų



Architektūra



Dizainas



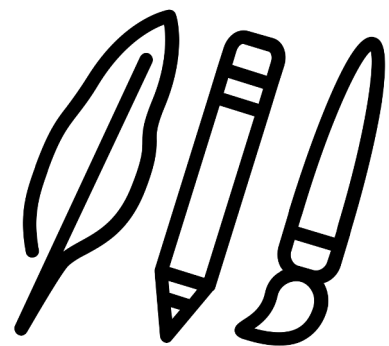
Bibliotekos ir  
archyvai



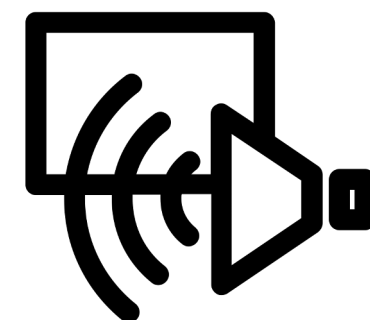
Muziejai ir kultūros  
paveldas



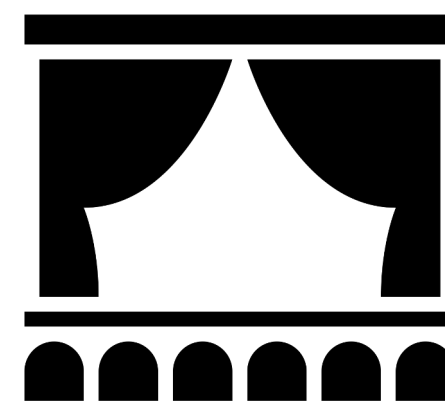
Literatūra ir  
leidyba



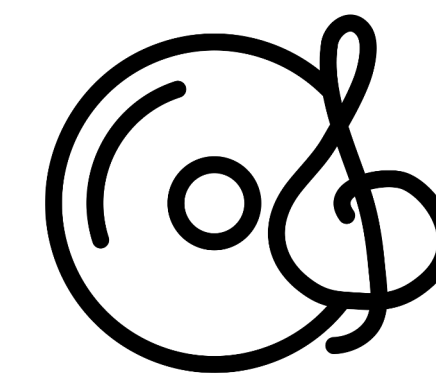
Vizualieji menai



Kinas ir  
audiovizualinė  
produkcija



Šokis ir teatras



Muzika



Kultūrinė  
diplomacija

## **2. LIETUVOS VYKDOMŲ TIKSLINIŲ KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE PRIEMONIŲ ANALIZĖ**

# SKLAIDOS UŽSIENYJE PRIEMONIŲ FINANSAVIMAS

# Įgyvendinančių institucijų vidutinis metinis finansavimas, skirtas (ir) sklaidai užsienyje

\* Skaičiuojama be LKC veiklų: „Lietuvos kino industriją kino mugėse gyvai ir virtualiai“, „Pristatyti kino industriją tarptautinėse žiniasklaidos priemonėse“, „Pristatyti Lietuviško kino programas tarptautiniuose kino renginiuose, organizuoti lietuviško kino pristatymo projektus, remti industrijos pristatymus“, „Leisti leidinius, skirtus populiarinti šalies kino industriją, jos rezultatus ir veiklą“, nes duomenys apie šių programų finansavimą nėra kaupiami.



111 003.50\* €

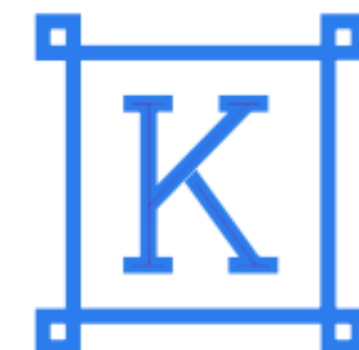


357 943.75 €



201 554.00 €

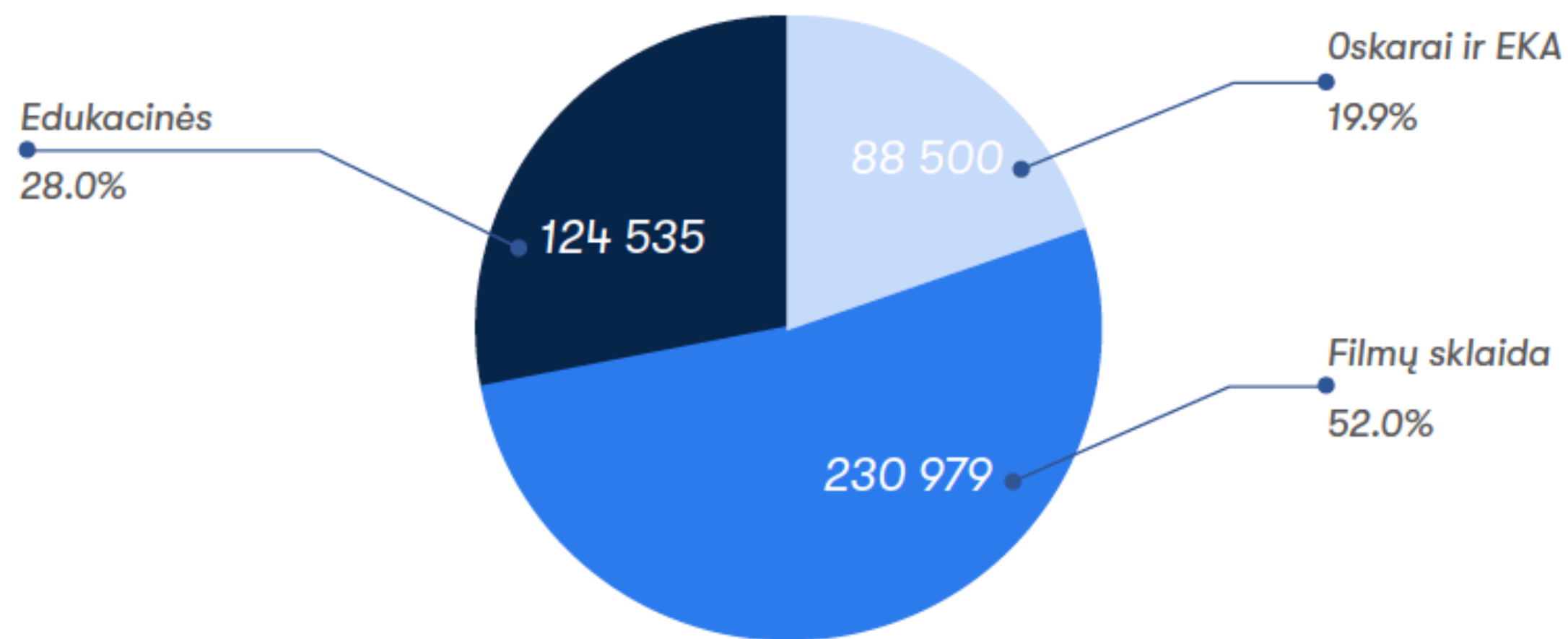
3 680 000.00\*\* €



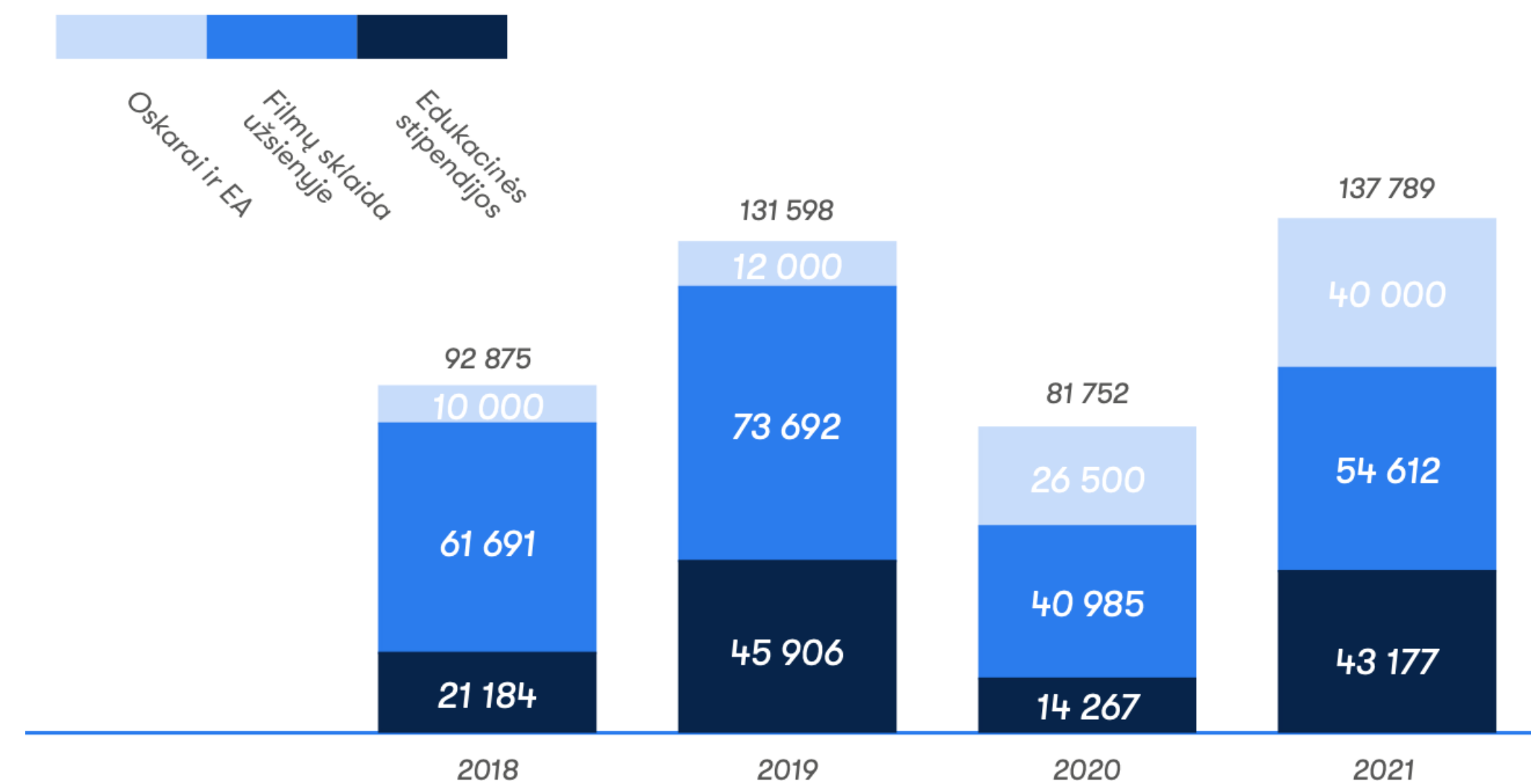
\*\* Suma skirta finansuotiems projektams, kurie nurodė įgyvendinimo vietą ne tik Lietuvoje, bet ir užsienyje.



# Kino sklaidos užsienyje priemonių finansavimo pasiskirstymas (2018–2021 m.)

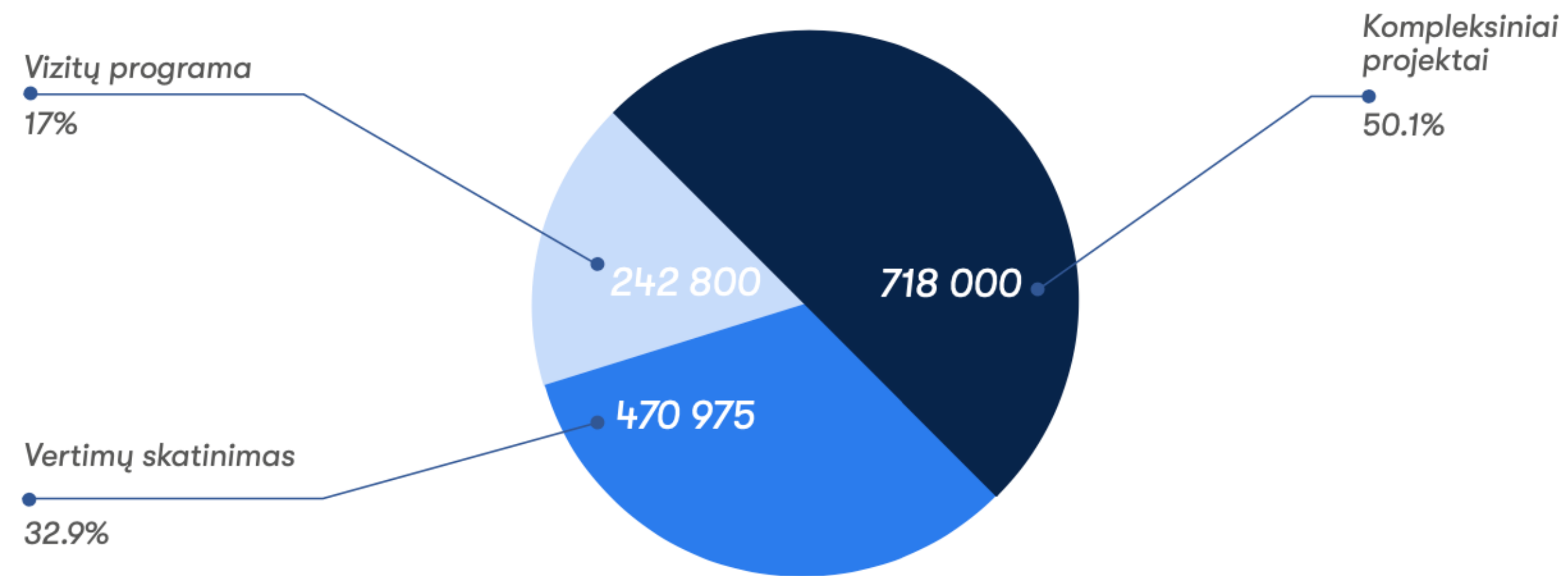


Pasiskirstymas tarp programų

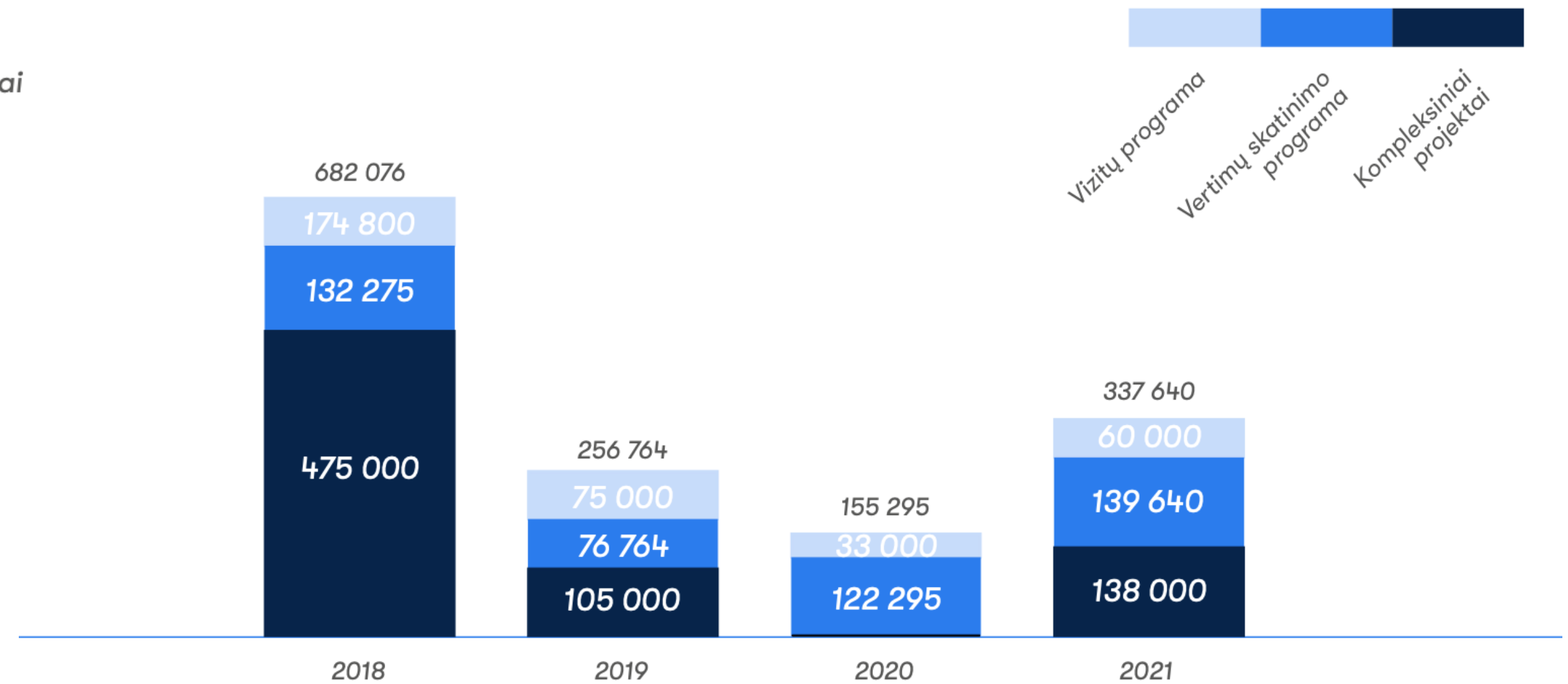


Pasiskirstymas pagal metus

# LKI kultūros sklaidos užsienyje priemonių finansavimas (2018–2021 m.)



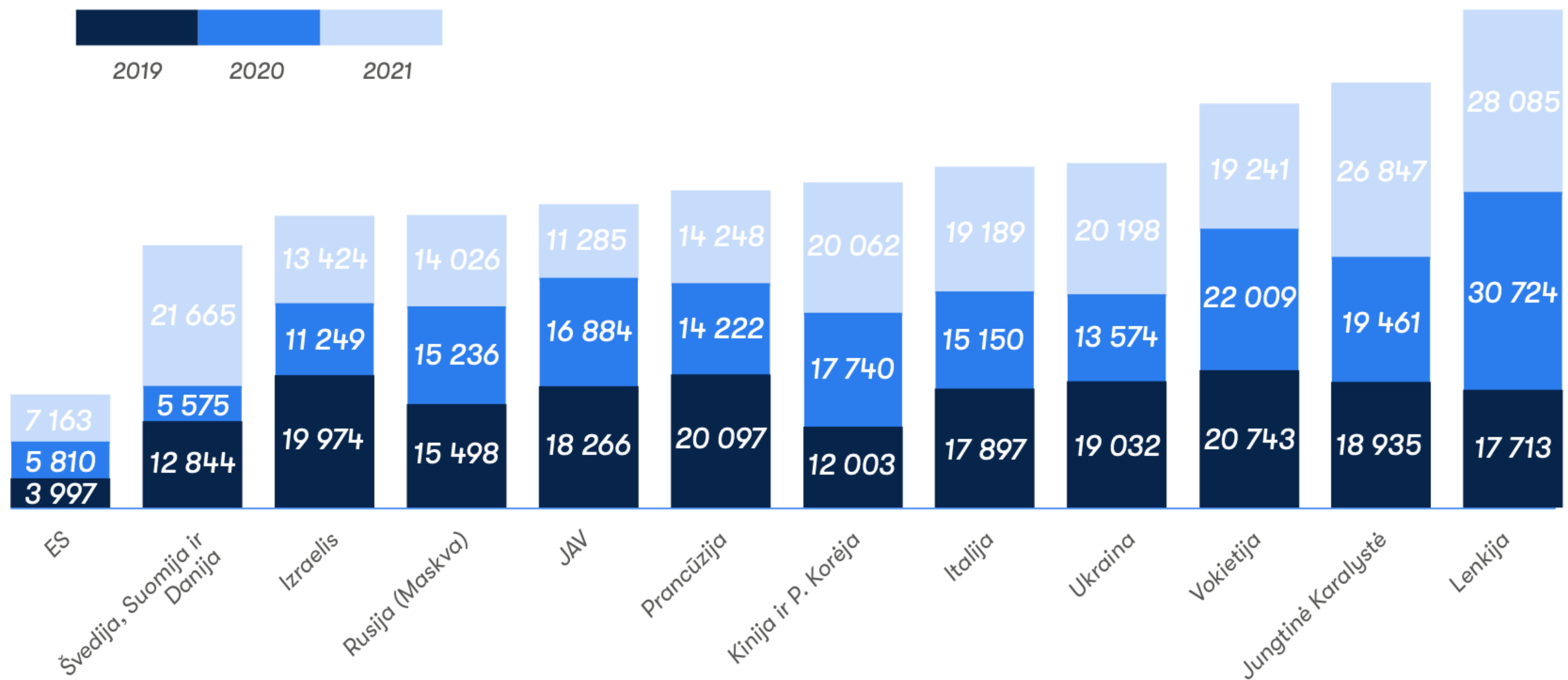
Pasiskirstymas tarp programų



Pasiskirstymas pagal metus



# Kultūros atašē skaidros užsienyje projektu finansavimas (2019–2021 m.)



**SKLAIDOS UŽSIENYJE  
PRIEMONĖMIS FINANSUOJAMOS  
KULTŪROS IR MENO SRITYS**



# Pagrindinės kultūros sklaidos sritys



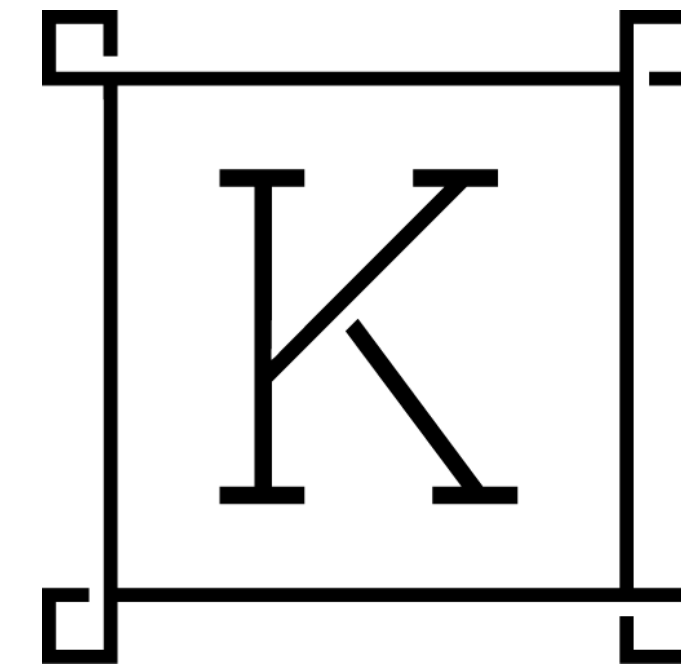
1. **Kinas**



1. **Literatūra ir leidyba**
2. **Vizualieji menai**
3. **Teatras, šokis, cirkas**
4. **Įvairios sritys**
5. **Muzika**

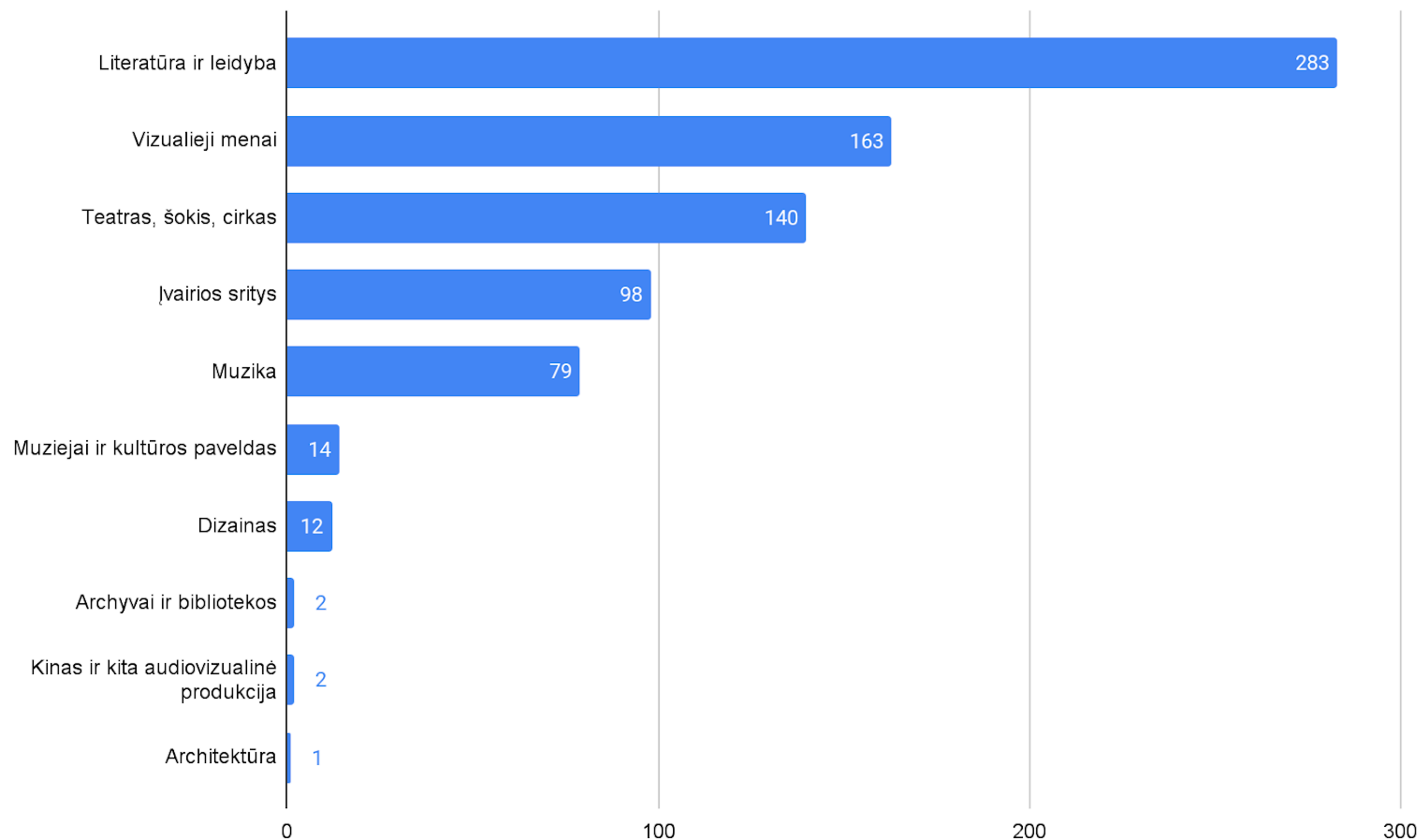


1. **Vizualieji menai**
2. **Muzika**
3. **Literatūra ir leidyba**
4. **Kinas**
5. **Teatras, šokis, cirkas**



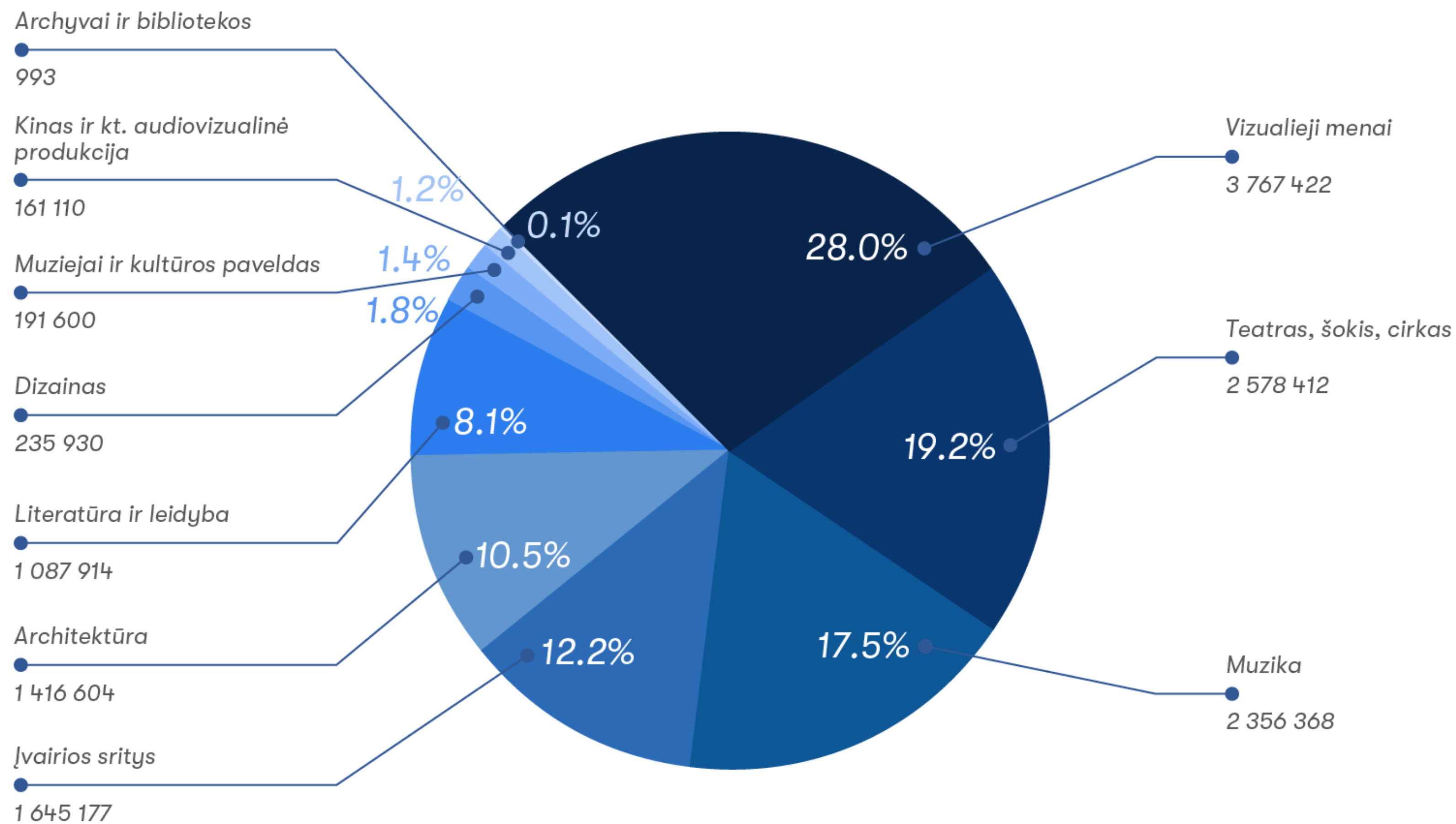
1. **Vizualieji menai**
2. **Teatras, šokis, cirkas**
3. **Muzika**
4. **Įvairios sritys**
5. **Architektūra**

# LKI kultūros sklaidos užsienyje projektu finansavimas pagal kultūros sritis

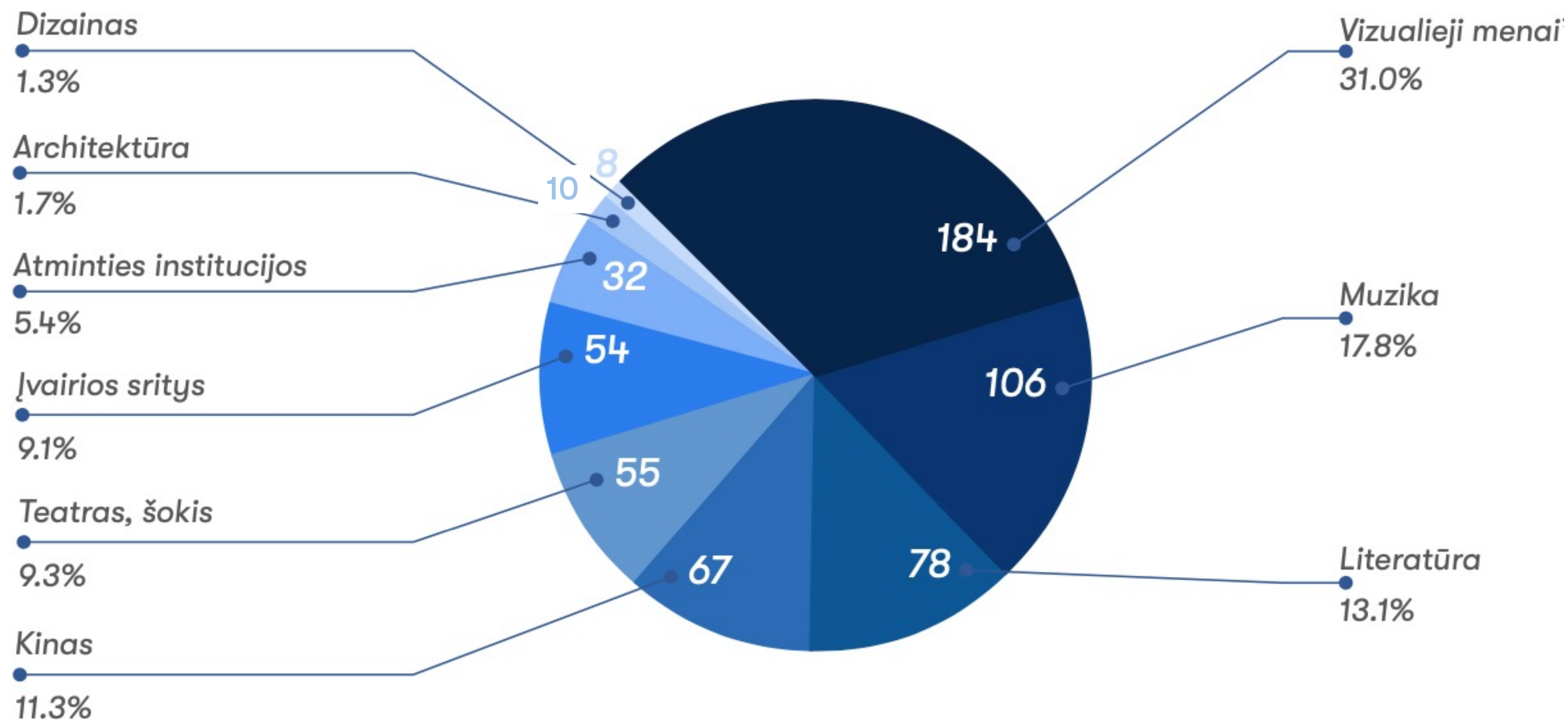




# LKT kultūros sklaidos Lietuvoje ir užsienyje vykdančių projektų finansavimas pagal kultūros sritis



# Kultūros atašē skaidros uzsienyje projektu finansavimas pagal kultūros sritis





# Konsultacijų dalyvių įvardinti strateginiai kultūros sklaidos užsienyje renginiai



# KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE PRIEMONIŲ GEOGRAFIJA



# Pagrindinės kultūros sklaidos kryptys užsienyje



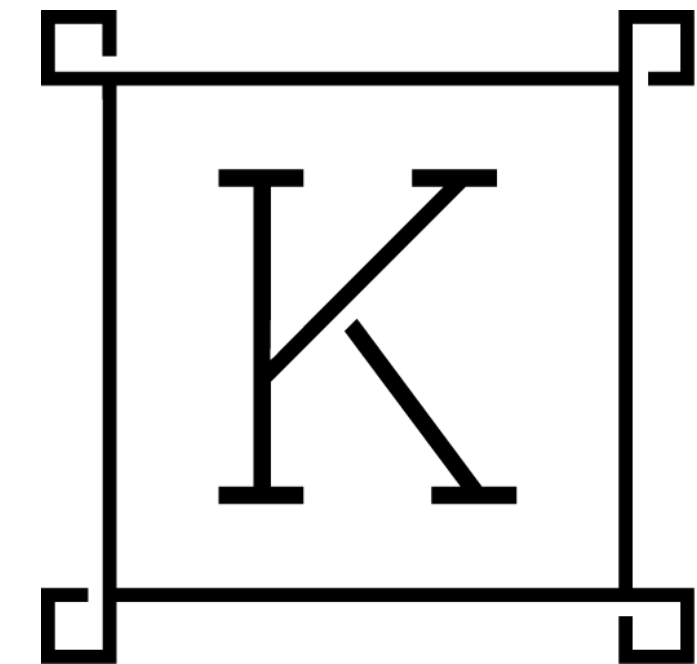
1. Italija
2. JAV
3. Prancūzija
4. Čekija
5. Vokietija



1. Vokietija
2. Jungtinė Karalystė
3. Italija
4. Lenkija
5. Izraelis

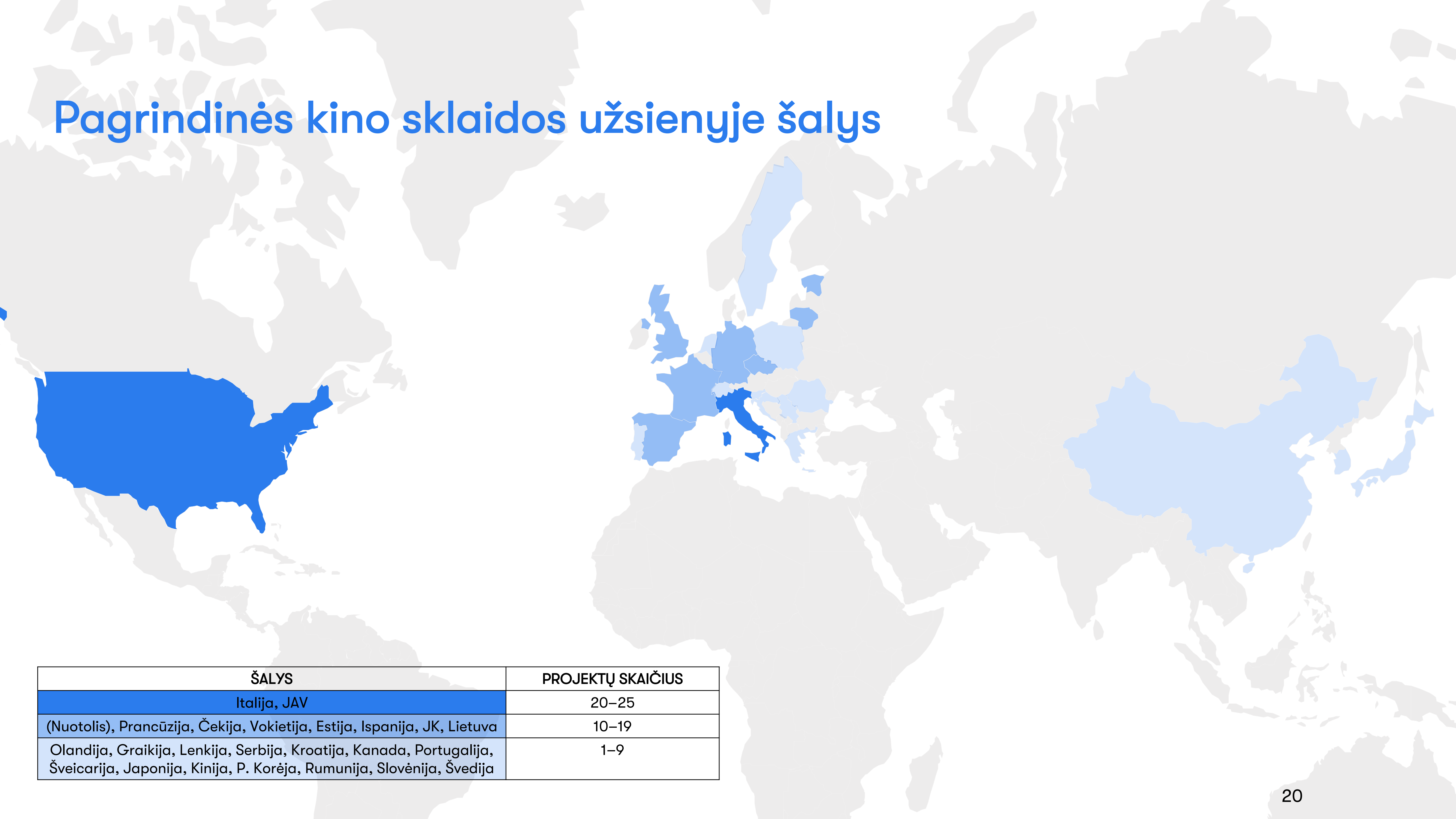


1. Lenkija
2. Vokietija
3. Jungtinė Karalystė
4. Italija
5. Ukraina



1. Vokietija
2. Lenkija
3. Italija
4. Latvija
5. Jungtinė Karalystė

# Pagrindinės kino sklaidos užsienyje šalys



ŠALYS	PROJEKTŲ SKAIČIUS
Italija, JAV	20–25
(Nuotolis), Prancūzija, Čekija, Vokietija, Estija, Ispanija, JK, Lietuva	10–19
Olandija, Graikija, Lenkija, Serbija, Kroatija, Kanada, Portugalija, Šveicarija, Japonija, Kinija, P. Korėja, Rumunija, Slovėnija, Švedija	1–9

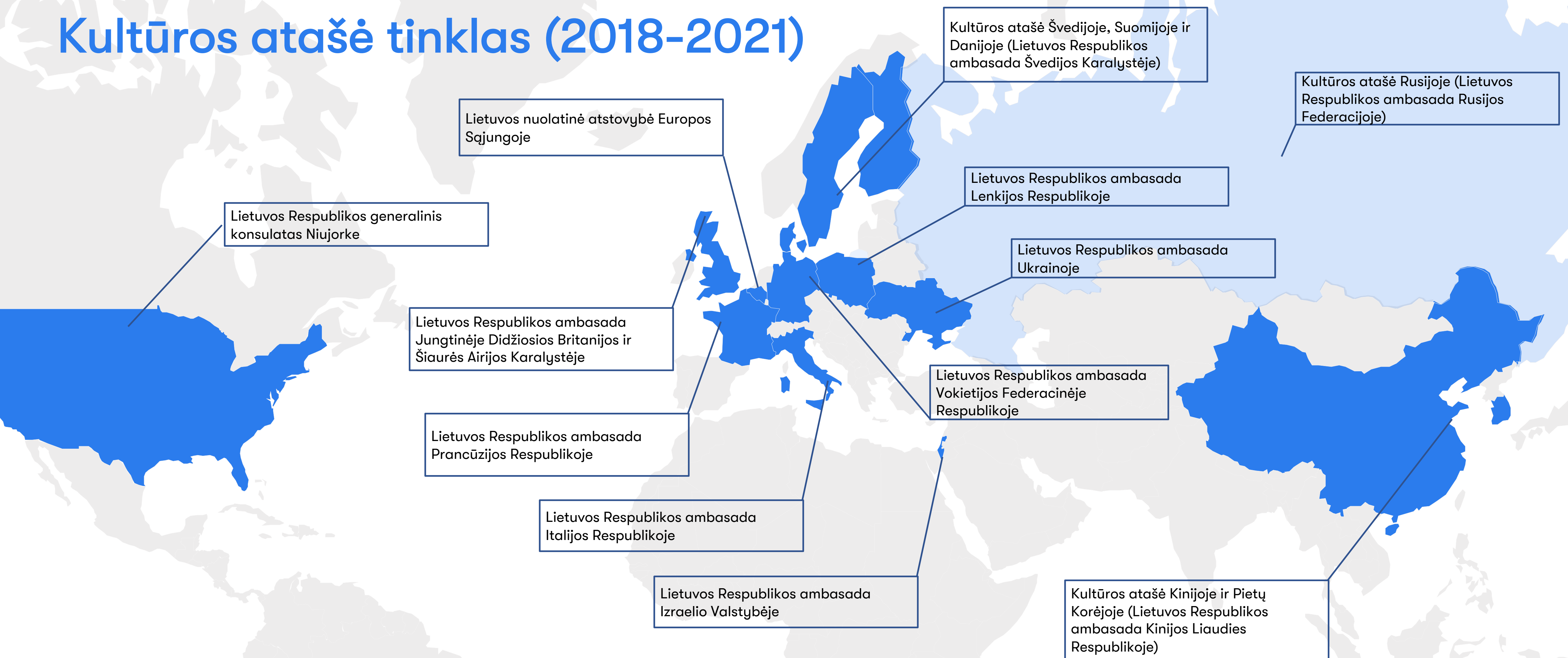


# Pagrindinēs LKI kultūros sklaidos užsienyje šalys

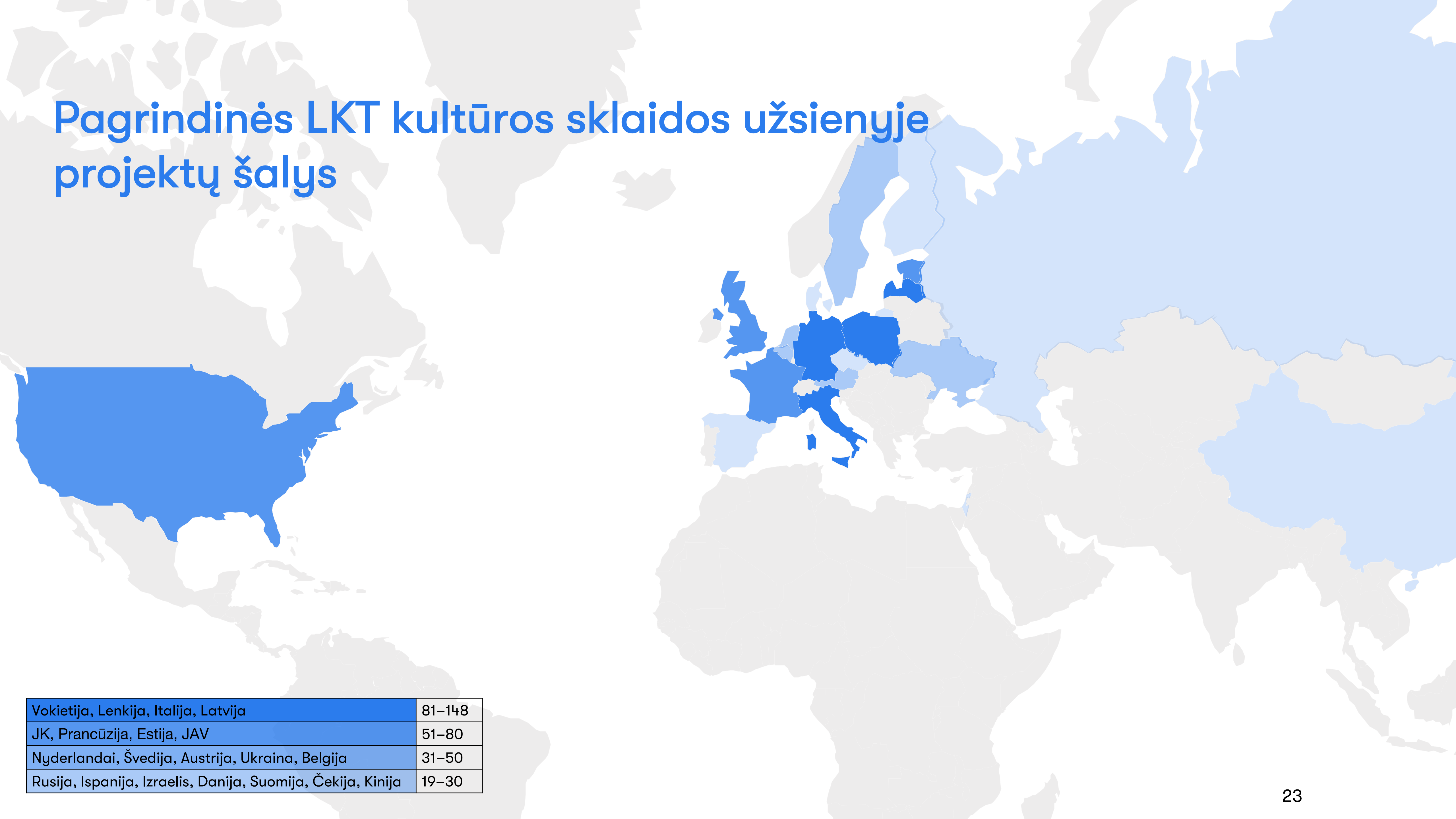


ŠALYS	PROJEKTŲ SKAIČIUS
Vokietija, JK, Italija	81–120
Lenkija, Izraelis, Prancūzija	61–80
Rusija, Kinija, Ukraina, Latvija, Estija	21–60
Švedija, P. Korėja, JAV, Slovėnija, Austrija, Ispanija, Nyderlandai, Š. Makedonija, Kroatija	1–21

# Kultūros atašė tinklas (2018-2021)



# Pagrindinēs LKT kultūros sklaidos užsienyje projektų šalys



Vokietija, Lenkija, Italija, Latvija	81–148
JK, Prancūzija, Estija, JAV	51–80
Nyderlandai, Švedija, Austrija, Ukraina, Belgija	31–50
Rusija, Ispanija, Izraelis, Danija, Suomija, Čekija, Kinija	19–30



# 3. IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

REKOMENDACIJOS KULTŪROS  
SKLAIDOS UŽSIENYJE TIKSLAMS,  
PRIORITETINĒMS KRYPTIMS IR  
ĪGYVENDINIMO PRINCIPAMS

# 1

## ĮVARDYTI TARPTAUTINIŲ KANALŲ IR PARTNERIŲ TINKLO AUGINIMĄ PAGRINDINIŲ KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE TIKSLU

— Išplėtojus tokį tinklą, galima kartu ieškoti tolesnio finansavimo, bendrai įgyvendinti projektus ir taip pritraukti naujas auditorijas. Šis tikslas taip pat apima siekį integruotis į tarptautinę meno rinką bei pagrindinius pasaulinius kultūros ir meno diskursus, nes šiuo metu Lietuvos kūrėjams sudėtinga juose dalyvauti, sunku patekti į užsienio spaudą.

— Kaip atskleidė kokybinė LKT finansuotų projektų ataskaitų analizė, vienu efektyviausių sklaidos kanalų ir partnerių tinklo didinimo būdų buvo dalyvavimas tarptautinių tinklų ir organizacijų veikloje.

— Tarptautinių kanalų ir partnerių tinklo plėtra lemia daugelį kitų kultūros sklaidos užsienyje tikslų. Tai sukuria sniego gniūžtės efektą: sudaro sąlygas didinti žinias, pritraukti turinį į Lietuvą, kurti papildomas pajamas; atsiranda koprodukcijos galimybės.



# 2

## SISTEMIŠKAI STEBĖTI IR MATUOTI KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE POVEIKĮ

Atliekant tyrimą, susidurta su kultūros sklaidos duomenų stygiumi: pastebėta, kad duomenys nėra renkami sistemiškai. Rodiklių vertinimas atskleidė keletą pagrindinių trūkumų, apsunkinančių Lietuvos kultūros sklaidos užsienyje poveikio matavimą. Rekomenduojama taikyti bendrus bazinius poveikio matavimo rodiklius, kurie leistų įvertinti sklaidos užsienyje kaštus, pasiektus rezultatus ir veiklų efektyvumą:

- auditorijos dydis
- koprodukcijų skaičius
- įgyvendintų veiklų Lietuvoje ir užsienyje skaičius bei tam skirta finansavimo dalis
- renginių formatas / įgyvendinimo forma
- veiklų įgyvendinimo šalis
- viešinimo kanalai kultūros srities / plačiojoje žiniasklaidoje
- sklaidos užsienyje įgyvendinimo partneriai
- užmegzti nauji pardavimų / tolesnio bendradarbiavimo kontaktai

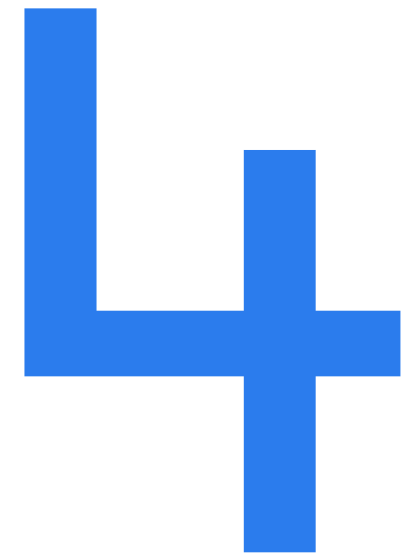
# 3

## STIPRINTI ESAMAS IR PLĖTOTI NAUJAS KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE KRYPTIS

Tyrime išryškėjo visoms kultūros sritims aktualios šalys. Tai – strateginių partnerių valstybės (Vokietija, Jungtinė Karalystė, Italija, Prancūzija, JAV), su kuriomis kultūriniai ryšiai jau egzistuoja. Išryškėjo ir jau esami svarbūs saitai su kaimyninėmis valstybėmis (Latvija, Estija, Lenkija, kurių kontekste minėta ir Ukraina). Taip pat pastebimos kitos kelioms sritims aktualios šalys, kuriose kultūrinė sklaida jau vyksta: Čekija, Skandinavijos šalys, Pietų Korėja. Beveik visose šiose šalyse įsteigta kultūros atašė pareigybė, tai garantuoja stabilumą ir veiklą tvarumą. Išvardintose valstybėse jaučiamas vertybinis suderinamumas, ligšiolinis įdirbis; lengviau plėtojamos naujos ir tęsiamos esamos iniciatyvos.

Svarbiausios šalys, kurios minimos kaip potencialios kultūros sklaidos kryptys, tačiau kuriose sklaida vyksta nepakankamai, yra:

- Skandinavijos valstybės.
- Italija minima kaip šalis, kurioje skirtingų kultūros sričių sklaida jau įgyvendinama, tačiau joje matomas ir potencialas plėtrai.
- Kitomis Europos šalimis su dideliu sklaidos potencialu įvardyti Nyderlandai ir Ispanija.
- Kaimyninės valstybės, kuriose sklaida jau vyksta, tačiau ją reikėtų stiprinti, ypač Latvijoje ir Estijoje (bei kaimyninių šalių kontekste minima Ukraina).



## PANAUDOTI KULTŪROS POTENCIALĄ MINKŠTAJAI GALIAI KURTI

Kokybinėse konsultacijose įvardyta, kad Lietuvos kultūra turi itin daug potencialo, nes – iš dalies dėl karo Ukrainoje aplinkybių – juntamas susidomėjimas mūsų regionu ir kultūra. Nauja geopolitinė situacija įvardyta ne tik kaip iššūkis, bet ir kaip galimybė pasakoti apie mūsų šalį, reprezentuoti regioną. Tai patvirtina ir kultūros sklaidos užsienyje duomenų analizėje pastebimi suintensyvėję ryšiai su Ukrainos partneriais bei aktyvus Lietuvos menininkų įsitraukimas į tarptautinius diskursus.

Kultūra kaip priemonė minkštajai galiai kurti yra svarbus, bet naujas aspektas, kuris dar nėra atspindėtas Lietuvos kultūros politikos strategijose, nors Lietuvos kultūros bendruomenės lyderystė šiame kontekste yra stipri. Kultūros sklaidos užsienyje stiprinimas gali prisidėti ir prie platesnių, ne vien kultūrinių, tikslų. Įgyvendinant nacionalinę kultūros sklaidą svarbu planuoti plačiau nei vien savo šalies kontekste. Lietuvos kultūra gali reprezentuoti ir platesnę – Europos – kultūrą ir skleisti ją taip pat prasmingai ir efektyviai kaip nacionalinę.



# 5

## KULTŪROS SKLAIDAI UŽSIENYJE TAIKYTI DARNAUS VYSTYMOSI PRINCIPUS

Kad sklaida prisidėtų prie tvarumo ir darnaus vystymosi, reikia skatinti produkciją užsienyje pristatyti ne vieną kartą; kviesti menininkus ilgesniam laikui; pristatyti veiklas platesne geografija; kur įmanoma ir efektyvu – naudoti skaitmeninius sklaidos būdus. Turėtų būti skatinamas išteklių tausojimas, kai mažiau jų skiriama kelionėms, o nuvykus įgyvendinamos kompleksinės priemonės, jungiančios skirtingų kultūros sričių, formatų ir veiklų sklaidą. Kaip atskleidė knygų mugių, kultūros atašė veiklų ir projektų viešinimo analizė, kombinuotas skirtingų kultūros ir meno sričių bei temų pristatymas taip pat susilaukia didesnio lankytojų ir žiniasklaidos dėmesio.

Darnesnė, mažiau išteklių reikalaujanti ir labiau aplinką tausojanti kultūros sklaida galėtų būti skatinama per tęstines ir jungtines veiklas. Tai reikalauja laiko, finansų ir ilgesnio planavimo; tam turi būti išskirti aiškūs tvarumo kriterijai; kaip prioritetas turėtų būti skatinamos ilgesnės gastrolės, platesnės veiklos, apimančios keletą sklaidos formatų, tvarios partnerystės, vietos dalyvių įtraukimas.

# 6

## SUTEIKTI BŪTINAS KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE KOMPETENCIJAS

Skirtingų sričių konsultacijose išryškėjo joms atstovaujančių ir sklaidą užsienyje padedančių įgyvendinti kompetencijos centrų poreikis. Jie turėtų padėti sričių praktikams pasiekti gerokai platesnę auditoriją, užmegzti ryšius, juos išlaikyti.

Juntamas ir vadybinių bei administracinių kompetencijų poreikis, pastebima bendresnio pobūdžio profesionalių tarpininkų tarp kūrėjų ir užsienio rinkų problema, atviros jungiančios platformos sklaidai užsienyje trūkumas.

Šiuos iššūkius galėtų padėti spręsti specialios kompetencijų kėlimo programos, kurių įgyvendinimas galėtų būti įtraukiamas į permąstomas LKI funkcijas.

Būtina stiprinti skėtines sričių organizacijas. Užauginus atskirų sričių skėtinių organizacijų kompetencijas sklaidai užsienyje ir joms bendradarbiaujant su LKI kaip bendruoju sklaidos užsienyje kompetencijų centru, būtų galima efektyviau vykdyti atskirų sričių sklaidą, prisitaikant prie konkrečių poreikių.

# 7

## KURTI PASITIKĖJIMĄ TARP KULTŪROS SKLAIDĄ UŽSIENYJE FINANSUOJANČIŲ INSTITUCIJŲ IR JĄ ĮGYVENDINANČIŲ VEIKĖJŲ

Svarbu tarptautiškumą suvokti kaip apykaitą, ne tik kaip kultūros pristatymą užsienyje ar užsienio kultūros pristatymą Lietuvoje, matyti dalyvavimo globaliuose tinkluose vertę, nereikalaujant būti kiekybiškai produktyviems, įgalinant dalyvaujančius menininkus veikti toliau.

Skirtingose programose atrenkant kultūros sklaidos užsienyje iniciatyvas, būtina daugiau dėmesio skirti kompetentingų ekspertų atrankai ir pritraukimui, kurie išmanytų skirtingų sričių ir jų sklaidos užsienyje specifiką, gebėtų įvertinti pareiškėjų įdirbį, kompetencijas, įsitinklinimą ir aptikti didžiausią potencialą turinčias iniciatyvas.

Stiprinant bendrą pasitikėjimo atmosferą, būtina toliau plėtoti dialogą tarp finansuojančių institucijų bei kultūros ir meno lauko atstovų: rengti seminarus, leidinius, informacinius renginius apie finansavimo galimybes, finansavimo procesą, teikti konsultacijas dėl paraiškų teikimo formų ir ataskaitų tobulinimo.



REKOMENDACIJOS  
VEIKSMINGIAUSIEMS KULTŪROS  
SKLAIDOS UŽSIENYJE VEIKIMO  
BŪDAMS IR JŲ EFEKTYVINIMUI

# 8

## MUGINIO POBŪDŽIO RENGINIUOSE DERINTI KOMERCINIUS IR KULTŪRINIUS SKLAIDOS UŽSIENYJE TIKSLUS

Analizuojant muginio pobūdžio renginių ataskaitas ir įgyvendinant kokybines konsultacijas, išryškėjo atskirtis tarp komercinių, į pardavimus nukreiptų, ir kultūrinių, į šalies ir srities žinomumą nukreiptų, tikslų atotrūkis.

Kokybinių konsultacijų dalyviai įvardijo komercinių ir kultūros tikslų sinergiją kaip kuriančią ypatingą pridėtinę vertę.

Finansuojant kultūros užsienyje sklaidą, į komercinius ir nekomercinius būtus galima skirstyti ne pareiškėjus, o jų siekiamus tikslus ir įgyvendinamas veiklas.

Siekiant komercinių ir kultūrinių tikslų derinimo, prioritetas turėtų būti teikiamas dalyvavimui pusiau komercinėse mugėse, festivaliuose ar parodose.

# 9

## SKATINTI SKIRTINGUS DALYVAVIMO MUGINIO POBŪDŽIO RENGINIUOSE FORMATUS IR PRISTATOMAS TEMAS

Kokybinė mugės pobūdžio renginių ataskaitų ir viešinimo analizė atskleidė, kad įvairesni nestandartiniai formatai, tokie kaip kūrybinės dirbtuvės, performansai ar filmų peržiūros, nors ir naudojami rečiau, turi daug potencialo pritraukti auditorijas ir užsienio žiniasklaidos dėmesį. Taip pat stebima efektyvesnė sklaida, kai kūryba pristatoma ne tiesiogiai, o per skirtingoms kultūros ir meno sritims aktualias temas arba kai nagrinėjami platesni socialiniai, istoriniai kontekstai. Tokia temų įvairovė ir subtilus jų pateikimas, dažniausiai naudojant diskusijų formatą, padeda pritraukti įdomius ir žinomus užsienio pašnekovus, būti pastebėtiems žiniasklaidos, pritraukti ne tik konkrečia kultūros sritimi besidominčias auditorijas, taigi – suteikia didesnį matomumą.



# 10

## SKATINTI KULTŪROS ATAŠĖ VEIKLŲ TĘSTINUMĄ IR JŲ PRISTATOMŲ KULTŪROS IR MENO SRIČIŲ ĮVAIROVĘ

Kultūros atašė inicijuoti, organizuoti ar įgyvendinti renginiai, susilaukę didžiausio tarptautinio dėmesio, dažniausiai sutampa su tomis šalimis, kuriose projektų buvo įgyvendinta daugiausiai (Prancūzija, Italija, Jungtinė Karalystė, Lenkija, Ukraina). Taigi galima daryti išvadą, kad sklaidos užsienyje kuriamas poveikis yra proporcingas įdirbiui ir kad kryptingas darbas su tikslinėmis rinkomis duoda rezultatų. Vertinant tai, kokios kultūros ir meno sritys susilaukė daugiausiai tarptautinio dėmesio, taip pat išryškėja tęstinio įdirbio rezultatai: čia pirmauja vizualieji menai ir muzika – sritys, kurios pristatomos daugiausiai. Itin daug dėmesio susilaukia ir renginiai, pristatantys kelias sritis vienu metu, tai rodo tokių formatų sėkmę.

Kaip labiausiai pasiteisinanti veiklos forma, kuri pelno didžiausią užsienio žiniasklaidos dėmesį, išskirtini festivaliai. Tokio formato projektai, derindami keletą sričių ar renginio formų, turi potencialo efektyviau nei kiti įgyvendinti kultūros sklaidą ir galėtų būti labiau skatinami.

# 11

## DERINTI KULTŪROS SKLAIDĄ UŽSIENYJE NUOTOLINIAIS IR FIZINIAIS FORMATAIS



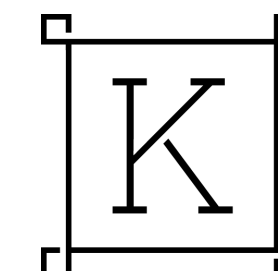
Programos „Edukacinių stipendijų kino kultūros ir meno kūrėjams“ dalyvavimo formatai tampa nuotoliniai ir hibridiniai (22 proc.), skiriant 26 proc. finansavimo.



Nauji formatai leido mažesniais kaštais pritraukti didesnį ekspertų skaičių, nei planuota, tačiau įvardytas ir mažesnis tokio formato rezultatyvumas.



2020-2021 m. išpopuliarėjus virtualioms veikloms, tik kelių kultūros atašė veiklose ši forma tapo ryškesnė (JAV ar JK, kur maždaug pusė visų projektų buvo įgyvendinta virtualioje erdvėje).



2020 m. ir 2021 m. projektai, susiję su Lietuvos kultūros sklaida užsienyje, kiek aktyviau įtraukė ir nuotolines veiklas. 2018 m. tokių projektų buvo 0.6 proc., 2019 m. – 2 proc., 2020 m. – 17 proc., o 2021 m. – 18 proc.

# 12

## SKATINTI VIEŠINIMO PRANEŠIMŲ MUGINIO POBŪDŽIO RENGINIUOSE TEMŲ IR ŽANRŲ ĮVAIROVĘ

Pranešimai apie Lietuvos kultūrą dažniausiai pasiekia menu / kultūra besidominčius užsienio skaitytojus ar šio lauko profesionalus.

Jie dažniausiai pasirodo kaip informacinio pobūdžio tekstai ir pranešimai spaudai.

„Ilgųjų žanrų“ tekstai, detalizuojantys platesnį istorinį ir kultūrinį kontekstą, Lietuvos dalyvavimą sklaidos renginiuose, to procesus ir bruožus bei pateikiantys vertingų pavyzdžių, susilaukia daugiau užsienio žiniasklaidos dėmesio.

Kadangi didžioji dauguma užsienio žiniasklaidoje pasirodžiusių publikacijų naudojo kultūros renginių, projektų ar stendų organizatorių pavišintą informaciją, atsakingos organizacijos, siekdamos temų įvairovės, turėtų užtikrinti prieigą prie įvairaus formato kokybiško turinio bei gebėti pačios jį generuoti.



REKOMENDACIJOS STRATEGINIAMS  
VEIKSMAMS TIKSLINIŲ SKLAIDOS  
UŽSIENYJE PRIEMONIŲ STIPRINIMUI

# 13

## TOBULINTI LIETUVOS KINO CENTRO VYKDOMAS PROGRAMAS EFEKTYVESNEI KINO SKLAIDAI UŽSIENYJE

Šiuo metu galiojančiuose LKC nuostatuose nėra tiesiogiai į kino sklaidą užsienyje nurodančių funkcijų.

Kitų LKC sklaidos užsienyje priemonių taikymo tvarka nėra skelbiama viešai. Veiklos inicijuojamos vidiniais LKC darbo organizavimo sprendimais; duomenys nėra sistemiškai renkami.

Finansavimo programos orientuotos į kino kūrėjus ir gamintojus.

Į kino sklaidą orientuotos tikslinės programos nėra prieinamos kitų kino sektoriaus sričių atstovams (filmų platintojams, kino rodytojams ar pan.).

43,6 proc. programos „Filmų sklaidos užsienyje finansavimas“ paraiškų skirta dalyvauti A klasės festivaliuose; tam skirta 64,9 proc. finansavimo.

Finansavimas teikiamas pirmumo teise, tačiau šios programos asignavimai nepatenkina srities poreikio.

# TOBULINTI LIETUVOS KINO CENTRO VYKDOMAS PROGRAMAS EFEKTYVESNEI KINO SKLAIDAI UŽSIENYJE

Įvardytos pagrindinės šalys, kuriose labiausiai išplėtota kino industrija, yra Prancūzija ir Vokietija.

Kiekybinės analizės duomenys atskleidė, kad pagal projektų skaičių į pirmą trejetuką patenka Prancūzija, o pagal gaunamą finansavimą – Vokietija.

Baltijos šalys (Latvija ir Estija) kokybinėje apklausoje įvardytos kaip bendradarbiavimo ir koprodukcijos potencialo turinčios šalys.

Bendradarbiavimas su šiomis ir kitomis kaimyninėmis šalimis skatinamas per trišalius LKC inicijuojamus bendradarbiavimo projektus ir galėtų būti aktyvesnis.

LKC finansavimas turėtų būti nukreipiamas tikslingai į sklaidos projektus, atskiriant juos nuo kultūros atašė veiklų ar LKI vykdomų programų. Turėtų būti siekiama ne tik panaikinti finansavimo dubliavimą, bet ir užtikrinti, kad bendroje kultūros sklaidos užsienyje finansavimo sistemoje nebūtų „pilkoje zonoje“ liekančių, nors ir svarbių veiklų.



# 14

## STIPRINTI EFEKTYVIAI VEIKIANČIĄ LKI VIZITŲ PROGRAMĄ, ORIENTUOJANTIS Į ILGALAIKIUS REZULTATUS

Vizitai ne iš karto virsta konkrečiais projektais ar tolesniu bendradarbiavimu. Tai – ilgalaikis procesas.

Vizitai inicijuojami ir įgyvendinami per kultūros atašė, Lietuvos ir užsienio kultūros institucijas.

Vizitų programoje galėtų būti sudaromos geresnės galimybės kreiptis finansavimo tiesiogiai patiems vizituotojams.

Virtualūs vizitai negali visiškai pakeisti gyvų (jų rezultatyvumas yra 10 kartų žemesnis už gyvai įvykusių). Fiziniai susitikimai vyksta ilgiau, gaunama daugiau informacijos, užmezgami tvirtesni ryšiai, tad jie turėtų būti labiau skatinami.

# 15

## IŠSKIRTI LKI VERTIMŲ PROGRAMOS PRIORITETUS IR SKATINTI TĘSTINES PARTNERYSTES

Kryptingai auga programos lėšomis finansuotų knygų vertimų skaičius ir kalbų įvairovė.

Tarp populiariausių sklaidos šalių dominuoja kaimyninės ir kultūriškai artimos šalys bei tikslinės kultūrinės rinkos, su kuriomis kultūriniai saitai jau egzistuoja.

Juntamas nuoseklumas auginant grožinės bei vaikų ir jaunimo literatūros žanrus.

Mažiau kryptingas augimas ar net mažėjimo tendencijos pastebimos negrožinės literatūros, poezijos, atsiminimų žanruose.

Dominuoja vienkartinis bendradarbiavimas su atskiromis užsienio leidyklomis.

Tęstinio bendradarbiavimo šalys dažnai sutampa su populiariausiomis vertimų geografinėmis kryptimis; projektai šiose šalyse leidžia pasiekti geresnių rezultatų ir galėtų būti aktyviau skatinami.

# 16

## SKATINTI AKTYVESNĄ VYSTOMĄJĄ BENDRADARBIAVIMĄ TARP LIETUVOS IR UŽSIENIO ATMINTIES INSTITUCIJŲ

Kokybinėje kultūros paveldo ir muziejų konsultacijoje įvardyta, kad šioje srityje esama daug žinių ir potencialo, kurį galima skleisti, juo dalintis. Kaip svarbus darbo su užsienio kolegomis formatas išskirtas vystomasis bendradarbiavimas. Lietuvos atminties institucijos turi puikių galimybių dalintis patirtimi ir skatinti abipusį pasikeitimą.

Muziejų srityje į vizitus dažniausiai vykstama, jei tokie vizitai finansuojami užsienio partnerių. Šis požiūris indikuoja prioriteto veikloms užsienyje nebuvimą ir proaktyvumo stoką. Įvardyta, kad atminties institucijoms trūksta finansavimo megzti tarptautinį bendradarbiavimą.

# REKOMENDACIJOS DĖL KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE FUNKCIJŲ IR PILOTINIŲ PROGRAMŲ



# 17

## ATSKIRTI DALYVAVIMO VENECIJOS BIENALĖJE FUNKCIJAS

2021 m. Venecijos architektūros bienalės konkursas sulaukė tik vienos paraiškos.

Kompetencijų trūkumas, kad būtų galima sėkmingai dalyvauti tokio pobūdžio renginiuose, išreikštas tiek architektūros, tiek vizualiųjų menų konsultacijų metu.

Galimybė spręsti šį iššūkį yra veiklų ir funkcijų rengiantis bienalei atskyrimas: atskirais konkursais skelbiant atranką kuravimui, idėjai ir jos įgyvendinimui, o vadybą bei administravimą patikint kompetentingai institucijai (srities sklaidą užsienyje koordinuojančiai institucijai arba LKI, funkcionuojančiam kaip sklaidos užsienyje kompetencijų centras).

Rekomenduojama sudaryti sąlygas kultūros profesionalams patiems nusistatyti, kas yra svarbiausia kiekvienai sričiai (šalys, regionai, renginiai, mugės, platformos, festivaliai), atsižvelgus į individualią jų situaciją. Reikėtų vengti vieno principo taikymo skirtingoms sritims. Taip pat – paskatinti jau gerai veikiančias ir atrasti į tarptautinę kultūros sklaidą dar tik žengiančias organizacijas.

# 18

## ATSKIRTI KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE ĮGYVENDINIMO FUNKCIJAS

Kultūros sklaidos užsienyje situaciją gerai atspindi projektų finansavimo intensyvumas. 2018–2021 m. projektams, vykdomiems ir veiklas užsienyje, skirta KRF lėšų suma vidutiniškai sudarė 32,1 % viso prašomo biudžeto. Taigi akivaizdu, kad kultūros sričių poreikiai kultūros sklaidai užsienyje nėra patenkinami. Kokybinėse konsultacijose išryškėjo, kad pareiškėjai, dėl mažo finansavimo intensyvumo mažinant projektų biudžetus, yra linkę visų pirma riboti būtent sklaidos užsienyje veiklas.

Pastebima, kad sklaidai užsienyje skirtos priemonės egzistuoja, tačiau nėra bendros sistemos, siejančios ir finansuojančios skirtingus kūrybos etapus. LKT projektų prioritetai – veiklos Lietuvoje, tad reikalingas papildomas paskatinimas sklaidai užsienyje. Turėtų atsirasti finansavimas, palaikantis visą kultūrinio produkto gyvavimo ciklą ir padengiantis tiek produkcijos sukūrimą (koprodukciją), tiek sklaidą Lietuvoje ir užsienyje.

# ATSKIRTI KULTŪROS SKLAIDOS UŽSIENYJE ĮGYVENDINIMO FUNKCIJAS

Rekomenduojama atkreipti dėmesį į finansavimo tarptautinėms koprodukcijoms poreikį, kuris šiuo metu nėra patenkinamas.

LKT priemonėmis galėtų būti skatinamos koprodukcijos, o naujos LKI funkcijos galėtų būti orientuotos į sklaidą užsienyje, tokiu būdu atskiriant šių dviejų institucijų funkcijas.

Lietuvoje trūksta finansavimo galimybių jungtiniam kūrėjų pristatymui užsienyje.

Reikalinga lanksti skatinimo schema, investavimas į skatinimo platformas, pritraukiant daugiau tarptautinių partnerių susidomėjimo. Tokia skatinimo schema taip pat galėtų atsirasti tarp naujų LKI finansavimo prioritetų.

Rekomenduojama į naujai kuriamus LKI finansavimo prioritetus įtraukti trumpalaikio finansavimo programą, kuri galėtų reaguoti į staiga atsirandančius sričių sklaidos užsienyje poreikius, tokius kaip kelionių išlaidų padengimas ar bendros produkcijos, kurios galimybės ateina kitu metu nei nacionalinių sklaidos priemonių finansavimo kalendorius, ko-finansavimas.



Atliko „Xwhy / Supratimo agentūra“, 2022 m.

Tyrimas parengtas Lietuvos Respublikos kultūros ministerijos užsakymu, dalyvaujant Lietuvos kultūros tarybai