

# BRĪVDIENAS

Piektdiena, 2018. gada 2. februāris. Redaktore: Ingrida Drazdovska. Tālr. 67063108, e-pasts: [bizness@db.lv](mailto:bizness@db.lv)



«Valstij ir jāpiešķir tikai daļa no nepieciešamā filmas budžeta, bet pārējais filmas veidotājiem ir jāsamaksā pašiem.»  
uzskata kino producers Andrejs Ēķis.

FOTO: EVILS TRIFANOV/LETA

PERSONĪBA

## Skatos uz auditoriju, mazāk uz ekrānu

Latvijas kino industrija var būt kā rūpnīca, kas atnes valstij nodokļus un rada jaunas darba vietas, tic kino producers Andrejs Ēķis

**G**an ar sajūsmas spiedzieniem, gan ar ne pārāk glaimojošiem vērtējumiem, tostarp no «dīvānu ekspertiem», krustgūnis nonākusi viņa jaunākā producētā episkā leģendu filma *Nameja gredzens*. Jūnijā finiša taisni sasniegs un uz ekrāniem būs skatāma viņa režisētā filma *Bleži*. A. Ēķa producēto filmu portfelī ir arī *Baiga vasara*, *Rīgas sargi* un *Sapņu komanda 1935*. Nesen viņš sācis nodarboties arī ar režiju – popularitāti iemantojusi filma *Svingeri* ir A. Ēķa veikums.

*Nameja gredzens* ir viens no vērienīgākajiem Latvijas kino projektiem ar 2,5 milj. lielu eiro budžetu. Kas jums kā producentiem šķiet grūtākais posms – finansējuma piesaiste vai šis periods, kad ar kailu sirdi ir jāgaida, kāds būs publikas un kritiķu vērtējums par paveikto?

Esmu producers, uz kritiķu skatos nedaudz citādi. Ja man uz šo jautājumu ir jāatbild vienkārši, tad, visticamāk, manis teiktais varētu latviešiem nepatikt. Latvieši kā nācija nav pieradusi pie tā, ka visās jomā, arī mākslā, ir jābūt tirgus attiecībām. Mēs dzīvojam tādā pasaulē, kad valstis savā starpā konkurē. Rūpniecības jomā līdere ir Ķīna, mums Latvijā tiek postulēts, ka ar radošumu un izdomu varam kaut ko sasniegt. Diemžēl Latvija kino industrijā visbiežāk nodarbojas hobijs līmenī, bet šajā jomā iesaistītie, ieskaitot Nacionālo kino centru (NKC), to nesaskata kā industriju, to, ka kino varētu būt viena no tām sastāvdaļām, kas varētu palielināt valsts IKP un valrot darba vietas. Mums ir jāveido tāds filmas projekts, kuru varam pārdot arī ārzemēm, eksportēt. Tieši šis ir viens no mērķiem, kāpēc tapa *Nameja gredzens*, jo, kad pirms četriem gadiem ar



2

## BRĪVDIENAS

Piektadiena, 2018. gada 2. februāris  
Redaktore: Ingrida Drazdovska  
Tālr. 67063108, e-pasts: [bizness@db.lv](mailto:bizness@db.lv)

**dienas  
bizness**

Aigaru Graubu pabeidzām veidot spēlfilmu *Sappu komanda 1935.* pirmo reizi mūsu sadarbības vēsturē saratām, ka ar nākamā projekta ir jāpanāk, lai izveidotu filmu vairāk ceļo, tiek izrādīta ārvalstu kinoteātros un televīzijās. Mēs atradām izplatītāju kompāniju, kura bija gatava ar mums satikties, un uzdevām konkrētu jautājumu: «Kāda ir tēma, kuru pasaulē gribētu dzirdēt no tādās valstīs kā Latvija?» Mūsu idejas nākamajai filmai bija par baronu Minhausenu, kurš 20 gadus ir dzīvojis Rīgā, leģenda par Nameja gredzenu, un trešā ideja bija par mūsu karavīru dalību Afganistānas karā.

**Tas nozīmē, ka tēmas izvēle bija aprēķins, lai filma spētu pelnīt, nevis tikai izklaidēt?**

Filmā ir jābūt kaut kam tādām, ar ko mēs sevi parādām pasaulei. Piemēram, pēc *Nameja gredzena* pirmizrādes mūsu montāžas režisorei Līgai Piparei jau tika piedāvāts darbs strādāt pie kāda starptautiska projekta. Tāpat tika pamanīti mūsu aktieri Juris Žagars un Ivo Martinsons, kā arī režisors Aigars Grauba. Mēs dodam iespēju pasaulei pamānīt mūsu talantus, un pēc tam viņi jau kļūst interesanti starptautiskajam kino industrijas tirgum. Tieši šādu ceļu jau vairākus gadus iet skandināvu kino lauks, jo vairāki šī reģiona labākie aktieri filmējas Holīvudas seriālos, piemēram, *Vīķingos*. Mēs dzīvojam pasaulē bez robežām, un man kā producentam bija svarīgi, kur mēs šo produktu liksim pēc tam, kad tas tiks izrādīts Latvijā.

**Kas būs tālāk?**

Ir divi veidi, kā iet tālāk. Bieži kino cilvēku mērķis ir savu veikumu parādīt kādā no pasaulē notiekošajiem filmu festivāliem, kas būtu būtu milzīgs tirgus. Tā ir platforma, kur savu lolojumu, dimantu izcelt saulīt, bet pēc festivāla ir jāseko aktīvam darbam, jāmeklē filmas pārdošanas iespējas ārvalstu tirgos. Pārdodot Latvijā ražoto filmu ārvalstīs, kā atgriezenisko saiti iegūstam ne tikai atpazīstamību, bet arī nodokļus, kas nonāks atpakaļ mūsu valstī. Kino industrija ir arī rūpnīca. Piemēram, filmas par Hariju Poteru nekad nerādā festivālos, lai gan tas nenozīmē, ka tajās nav augstvērtīgas mākslas. Filmas producentam jau saknē ir jāizvēlas, vai taisīt autorkino un ar to piedalīties festivālā, vai arī ražot tādu produktu, kas spēj izraisīt lielu kino skatītāju interesi. Dzīvojam 21. gadsimtā un gribam, lai filma ceļo. Mūsu mērķis ir pārdot filmu *Netflix* vai *Amazon*. Interese ārzemēs par šo filmu ir – to varu teikt jau uzreiz, bet vēl nedaudz jāuzgaids, lai varētu runāt par konkrētiem līgumiem.

**Vai ir iespējams, veidojot filmu, izpildīt noteiktus kritērijus, kas dos veiksmes garantiju gan Latvijas, gan ārvalstu tirgos?**

Tieši šī iemesla dēļ *Nameja gredzens* ir veidots angļu valodā ar iespēju filmu skatīties ar latviešu subtitriem. Taču, pretei citu apgalvojot, ir izveidota arī ļoti veiksmīga latviešu valodas versija, kuru radījam kopā ar skaņu režisoru Aleksandru Vaicahovski. Ir svarīgi, lai tevi pasaulē saprot. Ja izņem veidot autorkino, tad filma var būt jebkādi valodā – serbu, arabe vai latviešu. Protams, ar subtitriem, bet tik un tā valodas barjera uzreiz samazina auditorijas skaitu. Ja režisors ir pasaulē pazīstams, tad viņš var darīt, kā vēlas. Otrā svarīgā lieta ir ieturēt skaidru žanra līniju, bet trešais kritērijs ir aktieru komanda dabūt vismaz kādu zvaigzni. Mūsu stratēģija bija pieaicināt aktieri, kuram ir nākotnes potenciāls pasaules līmenī, piemēram, Džeimsu Blūru, kurš *Nameja gredzenā* tēlo Romas pāvesta dēlu Maksu.

**Atsauksmes no ārvalstīm vēl ir priekšā, bet Latvija tās jau ir izskanējušas. Cik vispār ir iespējams sagatavoties kritikai?**

Jebkuram māksliniekam, protams, ir patīkami dzirdēt pozitīvu kritiku. Te, lūk, citējot, kas par kritiku atrodams interneta dzīvē: «Kritika ir izteikts vērtējums par cilvēka rīcību, kur uzsvars tiek likts uz kļūdām, neprecizitātēm, ko vajadzētu darīt citādi. Kritika nozīmē salīdzinošu analīzi un vērtējumu, vispirms izceļot pozitīvo un norādot uz trūkumiem. Kritika nav vienīgi negatīvs novērtējums, kā bieži vien tiek uzskatīts.» Man dažreiz šķiet, ka kritiķiem šī definīcija būtu laiku pa laikam jāatgādina. Prese kritika sleja ir paredzēta tam, lai savai auditorijai pateiktu, vai ir vērts skatīties konkrēto filmu vai nav. Nākamais jautājums ir, vai cilvēks notic saticamam vai ne. Tāpat kā politikā, arī kino industrijā visiem izpatikt nav iespējams. Ja tu ražo popmūziku, tad kritiķim, kurš raksta par klasisko mūziku, nekad nepatiks, kaut vai uz aizmūguri izlēksi divkāro salto.

**Vai ilgile darbā gadi, kas pavadi, strādājot TV jomā, kad noteikti tika uzaudzēti arī «bieza āda», palīdz arī kino industrijā?**

Kad ilgus gadus dari vienā darbā, jau ar muguras smadzenēm sāc just dažādas nišas. Redzu skatītāju, ko viņš domā un darīs, skatoties konkrēto kadru. Es paredzu, kā viņš skatīs filmu, kad vērsīs pēc popkoma. Tēle

### CV Andrejs Ēķis

**Izglītība:**

■ 1987.–1991. gads Ļeņingradas Kultūras institūts.

**Darba pieredze:**

■ kopš 2012. gada SIA Cinevilla studija valdes loceklis;

■ kopš 1998. gada SIA Platforma filma valdes loceklis;

■ 1994.–2012. gads LNT direktors;

■ 1991.–1994. gads LTV režisors;

■ 1985.–1991. gads LTV operators;

■ 1982.–1983. gads LTV dekorāciju uzstādītājs.

**Hobiji:**

■ Cinevillā būvēt dekorācijas.

ANDREJS ĒĶIS

vīzijā tiek ņemts vērā minētais reitings. Tiem, kas ražo tik jau filmas, droši vien briedums šajā ziņā iestāties pēc desmitām filmām. Televīzijā katru dienu ražo produktus un jau pēc laika saproti, kas gūs augstu reitings un kas ne.

**Kādas ir tendences pieprasītāko kino žanru jomā Eiropā?**

Pirmkārt, ir svarīgi, lai filmai ir tīrs žanrs. Ja tā ir romantiskā komēdija, tad pie tā arī jāpieturas. Nedrīkst filmā sajaukt žanrus, jo cilvēki brīdī, kad izvēlas, ko skatīties, jau domā, vai gribēs smieties vai raudāt.

**Filmā jāspēj garantēt emocijas?**

Tieši tā. Katram žanram pretim ir konkrēts skaits patērētāju. Nevienam žanriem nav peļņas, un katram filmas veidotājam ir jāpieliek tas virziens, kurā tas izvēlējies strādāt.

**Vai varat raksturot *Nameja gredzena* skatītāju?**

Jancīgi, ka mēs dzīvojam tādā pasaulē, kurā cilvēks ikdienā iet uz darbu, tērpiens uzvalkā vai kostīmā, bet brīvdienās vai vasaras atvaļinājumā norauš konservatīvās drēbes, ataudzē bārdū vai traucas lielā ātrumā ar motociklu. *Nameja gredzena* skatītāji ir tieši šādi cilvēki. Tie, kas alkst brīvību un aktīvus notikumus.

**Cik liela nozīme, lai panāktu filmas finansiālu veiksmi, ir tam, kāds darbs un līdzekļi ir ieguldīti mārketingā?**

Mēs dzīvojam uzmanības laikmetā. Vari izveidot labu filmu, bet par to uzzina samērā maz cilvēku. Tieši tāpēc pirms filmas pirmizrādes ir jāizdara kaut kas tāds, kas rada «Bam!» efektu. Tas ir īstais brīdis, lai ātri potenciālajiem patērētājiem izstāstītu, kādēļ šī filma ir jāskatās. Pasaulē reklāmas troksnis ir tik liels, ka cilvēks valsts nemeklē ziņas, bet tās atrod savus patērētājus. Pat kaut kādā mērā ir nepieciešams radīt skandālu. Piemēram, tā tas bija ar filmu *Svingeri*, kas jau pirms tās izrādīšanas izraisīja emocijas un runas, lai gan pašā filmā par svīngosānu ir mazāk, nekā pēc nosaukuma varētu nodomāt. Galvenais ir dabūt reakciju, lai no smadzeņu operatīvās atmiņas, kas ir fonā, ziņa var sasniegt D disku. Cilvēks apstājas un padomā, vai tas viņam ir vai nav vajadzīgs.

**Kas bija *Nameja gredzena* āķis?**

Pats gredzens. Katrs latvietis zina, kas ir *Nameja gredzens*, un droši vien vēlētos uzzināt arī leģendu par to. Mēs esam maza tauta, un mūs interesē vēsturiskie notikumi. Ir krietni vieglāk radīt interesi par stāstu, ja tam par pamatu tiek ņemts kādas tautas vēsturiskais krustpunkts, leģenda, stāsts. Šajā gadījumā grūtāk noritēja filmēšanas darbs, bet vieglāk filma bija reklamēt.

**Salīdzinot ar citās Eiropas valstīs tapušajām filmām, *Nameja gredzena* budžets ir ievērojami mazāks. Vai tam ir izšķiroša loma starptautiskā konkurencē?**

Skatoties padomju laika filmas, domāju, ka to uzņemšanā izērēts daudz naudas, bet tagad, tās novērtējot ar producenta pieredzi, redzu, cik patiesībā tās ir lēti uztaisītas. Tolaik notika kārtīga ražošana. Ja filmas budžets nav tik vērienīgs, kā gribētos, ir svarīgs mākslinieka pieskāriens. Tu nevari pasaulē pateikt, ka esam nabadzīgi, filmai bija neliels budžets. Nevienam to neklāus, bet salīdzina ar visu labāko, kas pasaulē kino jomā ir skatāms. Režisora un mākslinieka uzdevums ir izspiest no produkta visu, kas ir iespējams. Nauda ir svarīga, bet tādēļ cilvēkam ir dotas smadzenes, lai izdomātu, kā tās trūkumu noslēpt. ASV šāda līmeņa filma tiktu uzņemta par desmitiem milj. eiro. Mūsu priekšrocība bija tā, ka mums pašiem ir sava kino pilnveidīga Cinevilla, kā arī ļoti daudzi entuziasti. Filmās budžetam no valsts caur Nacionālo kino centru pieprasījām miljonu eiro, bet parāvēji 1,5 milj. eiro ir pašu spēkiem sarūpēti.



**Kopš ir parādījušies sociālie mediji un filmu straumēšanas platformas, klasiskā televīzija mirst. Izdzīvot var tikai tās, kas no skatītāja iekasē abonenta maksu.**



Filmu atbalstītāja LMT, *Latvijas Valsts meži*, *Depo* u.c. Lai filmēšana neapstātos, esmu tajā ieguldījis arī savas personīgās garantijas vairāku simtu tūkstošu apmērā. Riskēju, jo ticu šim produktam.

**Kuras Eiropas valsts ražotais kino nosaka toni industrijā?**

Anglija, tāpat kā ASV, ir ārpus konkurences, jo tās ir angļiski runājošas zemes. Eiropā esošās lielas valstis, kas ir pašpieņemamas, zināmā mērā ir iemīgušas, piemēram, Vācija, Spānija un Itālija. Es neko daudz par šīm valstīm kino jomā neesmu dzirdējis. Man patīk Dānija un Zviedrija, kas pasaules kontekstā ir mazas valstis, bet ir pierādījušas, ka vietējam kino ir jādod nozīmīga vieta kinoteātros pieejamā repertuārā. Katra valsts savam kino centram iedod naudu un kaut ko gaida pretī. Latvijā varbūt tas drīz būs, bet principā par to skali nerunā. Latvijā ir bijis tāds periods, kad kinoteātros 98% ir Holīvudas produkcija. Francijas valsts daļēji sponsorē vietējo kino, tas veido vidēji 35% no repertuāra. Tas nozīmē, ka nauda nevis aiziet uz Holīvudu, bet paliek valstī, jo pieprasījuma dēļ tiek ražotas nākamās vietējās filmas un šeit strādājošajiem ir darbs.

**Cik liels ir Latvija pašmāju filmu procents kino repertuārā?**

Latvijā pēdējos gados vidēji šis procents ir 6–7%, kas ir pilnīgi nepietiekami. Igaunijai tie ir 10%, bet lietuviešiem 2016. gada bija 21% un šogad jau prognozēts sasniegt 27%. Lietuvai ir mazākais valsts finansējums viens no augstākajiem lokālo filmu apmeklējumiem, un lietuvieši šajā ziņā iegājuši Eiropas desmitniekā, tā liecina Dānijas Filmu institūta apkopotie dati. Lietuvai nav daudz lielāka valsts par Latviju, un viņu kino centrs vietējo kino subsīdijā līdzīgā apmērā kā pie mums. Es ticu, ka lietuvieši sāks atņemt talīt angļiski filmas un eksportēs, lai pēc tam ienestu valstij naudu. Veiksmīgākais piemērs Eiropā ir Dānija, kas gadu no gada lokālā kino ziņā sasniedz vidēji 30%. Drīvai, ka pagājušogad nokritis uz 21%. Visi zina daļu seriālus, piemēram, *The Bridge*. Daudzi daļu aktieri strādā Holīvudā, viņi arī piekopi praksi, ka pēc filmas vai seriāla parādīšanas vietējā tirgū eksportē intelektuālo īpašumu (ideju, scenāriju, tēlus)



**dienas  
bizness**

Piektā diena, 2018. gada 2. februāris  
Redaktore: Ingrida Drazdovska  
Tālr. 67063108, e-pasts: bizness@db.lv

**BRĪVDIENAS**

3



ir patīcis, un ir jārada tāds produkts, kuru ir vērts skatīties. Cilvēki pērk kino biļetes un vēlas saņemt pretim citādas dzīves, kaut ko atšķirīgu no ikdienas, piemēram, sajūsties kā Džeimss Bonds.

**Cik nozīmīga loma filmas tapšanas procesā ir režisora un producenta savstarpējai sinerģijai?**  
Tā ir vissvarīgākā uz pasaules. Režisoram un producentam, tāpat kā daiļslidotāju pārim, ir jāstrādā tandēmā. Protams, ne visi piekopj šādu darba praksi, un citi producenti vairāk ir kā grāmatveži. Mēs ar Aigaru Graubu strādājam tā, kā tas ir pieņemts ASV, un mums ir cieša sadarbība, sākot no produkta ieņemšanas līdz dzemdībām un pēc tam vēl izvešanai tautā.

**Vai ar Aigaru Graubu arī nākotnē turpināsiet sadarbību, un, ja nav noslēpums, kādi ir jūsu nākotnes plāni?**

Protams! Aigaram ir vēlme jau sākt strādāt pie nākamās filmas. Idejas ir. Šobrīd strādājam gan pie projekta, gan tīnģus izpēti ne tikai Latvijā, bet arī ārvalstīs. Protams, bez Latvijas tirgus nevar izlaist. Ja izgāzies pašu mājās, tad, visticamāk, neveiksme sagādās arī eksportā. Cilvēki visā pasaulē ir vienādi. Visi mīl, smejas, mīl, raud. Proti, emociju un notikumu saturs ir vienāds, bet forma katrā tautā atšķiras.

**Kāda žanra filmas jums pašam patīk skatīties? Vai bieži ejat uz kino vai dodat priekšroku mājās apskatīties, kad pats varat būt sava ekrāna noteicējs?**  
Izvēlos skatīties filmas gan mājās, kad selektīvi tās izraugos, gan eju uz kino. Esmu sava veida kino narkomāns, skatos vidēji vienu līdz divas filmas dienā. Varu noskatīties desmit ne visai augstas kvalitātes filmas un tad vienu izcilu, par kuru katfoju pēc tam divas dienas.

**Šobrīd pasaulē ļoti aktuāla ir seriālu tendence, jo tie cilvēku savā varā patur ne tikai divas stundas kā filmā, bet vairākas dienas, nedēļas un mēnešus. Tiesa, bet, lai gan seriāls uz *kaifa viņa* patur ilgāk, man filmas patīk labāk. Turklāt jāņem vērā fakts, ka, kopš ir parādījušies sociālie mediji un filmu straumēšanas platformas, klasiskā televīzija mirst. Latvijā ir pieejami 500 kanāli, un klasiskās televīzijas līdzšinējais darba ritms tiek pilnībā izjaukts. Izdzīvot var tikai tās televīzijas, kas no skatītāja iekasē abonenta maksu. Mūsdienās distribūcija nav tikai kinoteātra priekšrocība, jo mēs dzīvojam jaunā pasaulē, kas dod iespēju arī mums, latviešiem, kaut ko pasaulē izdarīt. Ja kādam produkts iepatikas, tad to ir iespējams iegādāties pa tiešo no ražotāja un nav nepieciešams starpnieks. Piemēram, filmu un televīzijas seriālu straumēšanas kompānija Netflix ir kā līelvalsts, kurā ir ļoti daudz produktu. Cilvēks samaksā konkrētu summu un ņem tik daudz satura, cik vēlas.**

**Glūži kā kino brančs?**

Tiesi tā. Amerikā ļoti grūta situācija ir nonākuši tie uzņēmēji, kuriem pieder televīzijas, jo ASV ir aktuāla kampaņa *Cut the Cable* (latviski – pārgriez kabeli). Cilvēki vairs nevēlas maksāt lielu maksu par kabeļu kompāniju sniegtajiem pakalpojumiem, bet dod priekšroku Netflix, kas piedāvā neizmērojamu saturu.

**Kas ārpus filmu producēšanas vēl aizņem jūsu darba dienu?**

Mans hobbjs ir filmu parks *Cinevilla*. Laikā, kad tur beidzās *Rīgas sargu* filmēšana, dabūjām diplomu, kas apliecina, ka *Cinevilla* ir trešais apmeklētākais tūrisma objekts Latvijā, lai gan mēs nekad nebijām domājuši, ka kino pilsētai būs šāds statuss un funkcija. Tas bija filmēšanas laukums, kas raisīja interesi 150 tūkst. apmeklētājiem. Pēdējos gados to skaits ir ievērojami sarucis, un tagad ir divi varianti – vai nu *Cinevilla* pazūd no zemes virsas, vai arī tai tiek piešķirta jauna elpa. Mēs izvēlējāmies otro variantu un veidojam jaunas atrakcijas, kas jauniešiem vecumā no 7 līdz 15 gadiem izzināšos veida parādīs, kā tiek taisīts kino, rakstīts scenārijs. Jaunā veidolā *Cinevilla* apmeklētājus uzņem no jūnija, un man gribētos cerēt, ka tā būs internacionāla vieta, kurā reklamēt kino un radošās profesijas. Ceru, ka *Cinevilla* piesaistīs starptautiskos tūristus tāpat kā *Lotes zeme* Igaunijā.

**Vai no televīzijas esat pavisam pagājis malīnā? Vai sirdī nav tukšuma, vai arī tas laika posms ir izdzīvots?**

Televīzija tagad ir pilnīgi cits izaicinājums, un, lai tur darbotos, būtu no sākuma jāiziet garš moku ceļš. Cilvēkam, kurš tagad iet vadīt televīziju, ir jāgatavojas, ka viss būs slikti un vēl sliktāk. Tam, kurš tagad televīzijā ir pie stūres, ir jābūt izgudrotājam. Tas ir liels moku ceļš. Teorētiski es to varētu darīt vēl vienu reizi, bet tas prasītu katru dienu pļēst kreklus. Tas viss ir citādi.

Linda Zalāne

uz dažādām valstīm. Tas ir tāpat kā *Svingeriem*, kas tika ražoti un izmēģināti Latvijā, bet tagad ar lieliem panākumiem startē Igaunijā un Ukrainā. Igaunijā esam trešā visu laiku veiksmīgākā igauņu filma un Ukrainā tikko sasniedzām pirmo rezultātu starp vietējām filmām. Latvijā 2016. gadā *Svingerus* kinoteātri apmeklēja 60 tūkst. cilvēku, bet 2017. gadā 59 tūkst. Manuprāt, ja skaties uz ārvalstīm, ir svarīgi, cik lielu procentu kino repertuārā aizņem pašu filmas. Domāju, ka Latvijā viena no problēmām ir tā, pēc kādiem principiem veidoto kino politika, no kā izriet arī NKC punktu sistēma un naudas piešķiršana jauniem projektiem. Viens no tā kritērijiem ir iepriekš paveikto darbu rezultāti. Piemēram, vai radošās komandas iepriekš uzņēma filmu ir dabūjuši balvu kādā A klases festivālā, kas, manuprāt, ir pareizi. Savukārt otrs kritērijs ir punktu sistēma, kas man šķiet aplama. Proti, ja iepriekš uzņemto filmu ir noskatījušies 20 tūkst. cilvēku, tiek piešķirti pieci punkti, bet, ja desmit tūkstoši, tad trīs punkti. Latvijā gadā vidēji tiek nopirkts 2,5 milj. kino biļešu, un, ja vidēji pie mums ražo divas līdz trīs filmas gadā, tad NKC ambīcija mudināt filmas veidotājiem palielināt skatītāju skaitu jau pašā sākumā ir smieklīga. 20 000 skatītāju ir tik, cik var noskatīties divdesmit teātra izrādes. Kam tad tā filma ir vajadzīga?

”

**Esmu sava veida kino narkomāns un skatos vidēji vienu līdz divas filmas dienā.**

**2018. gadā Latvijā saņemsim simtgades filmu trieciena devu, kad uz ekrāniem nonāks 16 filmas. Kā vērtējat šādu milzu kino ražošanas aktivitāti, un vai pēc tam nav sagaidāmas tādas kā pašmāju kino pagāris?**

Finansējums, kas piešķirts simtgades filmu veidošanai, ir kā elektrošoks, kas pielikts pie mirušā kino industrijas ķermeņa. Jautājums ir, vai tas būs tramplīns uz kaut ko jaunu vai ne. Ja mēs spēsim pārvarēt robežu un eksportēt uz ārvalstīm, tad šī injekcija būs bijusi veselīga. Ja sēdēsim un gaidīsim, kad Latvijas valsts piešķirs finansējumu nākamajam projektam, tad nekas nenotiks. Manuprāt, valstij ir jāpiešķir tikai daļa no nepieciešamā filmas budžeta, bet pārējais filmas veidotājiem ir jāsamēklē pašiem. Šāda sistēma mudina kustināt kājas un domāt. Es uz kino industriju raugos no saimnieciskā aspekta, jo bieži izprotam, ka kino ir tikai dotācijas lieta. Dotācija ir tikai sekla.

**Pirms sākt veidot *Svingerus*, izkalkulējāt arī pānākumus?**

Jā, jo mēs visiem lielajiem kino projektiem vienmēr lielu daļu budžeta esam nodrošinājuši paši. Režisors Viesturs Kairiņš kādā intervijā teicis, ka valstij nākotnē būtu jāizvērtē, vai finansiāli atbalstīt komerciālo kino. Mans jautājums ir – kas ir komerciāls kino? Latvijā ir par mazu, lai apelnītu jebkādu filmu, līdz ar to es šo izteikumu skaidroju, ka komerciālas filmas ir tās, kuras skatās daudz skatītāju. Vai tad vajag atbalstīt tikai meklējumus?

Piemēram, Viestura Kairiņa režisēto filmu *Melānijas hronika* noskatījās ļoti daudz skatītāju. Tātad nākamais šī režisora darbus vairs nedrīkst valsts finansiāli atbalstīt? Taču prieks, ka mūsu NKC vadītājam Dītai Rietumai ir redzējums par Latvijas kino Eiropā un pasaulē, ka arī viņas mērķi liela mērā sakrīt ar mūsujiem, un viņas atbalsts *Nomeja gredzena* tapšanā ir ļoti ievērojams. Manuprāt, valstij ir jāatbalsta daudzveidīgs kino, lai industrija būtu konkurētspējīga pasaulē un pati sāktu meklēt naudu. Lai tā būtu radošā industrija, kas dod vispārējam tautas labumam ienākumus.

**Kā vērtējat Latvijas kino industrijas līmeni?**

Šajā jomā esam lielu soli paspēruši, jo mums ir ļoti labi operatori, montāžas meistari. Speciālisti mums ir, bet trūkst marketinga stratēģijas. Mūs valsts nākotnes perspektīva ir spēcīga. Rīga ir skaista pilsēta, kurā var ļoti daudz filmēt, bet mēs vēl neesam uz Eiropas kino industrijas kartes. Pateicoties simtgades kino injekcijai, varam saražot filmas un pasaulē parādīt, ko mēs spējam izdarīt. Manuprāt, Latvijā producentiem ir jābūt ambiciozākiem. Nevajag gaidīt, ka valsts piešķirs visu nepieciešamo filmas finansējumu, bet pašiem ir jāstrādā, lai naudu sagādātu. Skandināvijas valstīs to sen jau ir sapratušas, un paskatieties, cik daudz šī reģiona aktieru un filmu profesionāļu strādā Holivudā!

**Kāpēc jums patīk producēt filmas?**

Man patīk vērot, ka cilvēkiem patīk, ka skatītāji smejas, raud, līdzās pārdzīvo. Kinoteātri es vairāk skatos nevis uz ekrānu, bet uz auditoriju. Es piekritu apgalvojumam, ka skatītājam nevajag izpatikt, bet man skatītājs vienmēr