



Target audience /tikslinė auditorija/ – žiūrovų dalis, kurią norima paveikti filmo reklama, siekiant įtikinti pirkti reklamuojamą prekę (filmą). Tikslinę auditoriją galima apibrėžti pagal demografinius ir socialinius požymius (amžius, lytis, pajamos ir pan.), vartojimo prioritetus, gyvenimo stilių, motyvaciją (kodėl perka šią prekę?) ir sudaryti tipiško vartotojo portretą.

Teletext /teletekstas/ – nemokamas informacijos paieškos šaltinis televizijos transliacijos metu. Teletekstu perduodami naujausi duomenys: orų prognozė, TV programos ir anon-sai, valiutų kursai, keleivinio transporto tvarkaraščiai, naujausios žinios, asmeniniai skelbimai ir pan.

Television broadcaster /TV transliuotojas/ – asmuo, kuris prisiima redakcinę atsakomybę už transliuojamas programas, jas rengia ir transliuoja arba leidžia jas nepakeistas siųsti ir transliuoti kitiems asmenims.

Television broadcasting /TV transliavimas/ – programų rengimas ir jų pirminis perdavimas visuomenei teleko-munikacijų tinklais.

Television without Frontiers directive (TVWF directive) /direktyva „Televizija be sienų“/ – priimta 1989 m., 1997 m. pakeista Europos Parlamen-to ir Europos Tarybos. Tai pagrindinis ES dokumentas, reglamen-tuojantis transliavimą. Užtikrina laisvą transliavimo paslaugų teikimą bendroje ES rinkoje ir gina žiūrovų teises, skatina Europos audiovizualinę gamybą bei platinimą. Įgyvendindamos šią direkty-vą, ES šalys nustato reikalavimus nacionaliniuose teisės aktuose dėl TV programų transliavimo, TV reklamos, teisės imtis atsako-mųjų veiksmų, auditorijos teisės matyti svarbiausius įvykius, dėl paramos, mažumos teisių gynimo, teisės į kultūrinę įvairovę. Šiuo metu svarstoma nauja direktyvos redakcija, kuri gali būti priimta ne anksčiau negu 2007 m.

Territorialisation of State aid /valstybinės paramos susiejimas su savo teritorija/ – kai kurios ES šalys reikalauja, kad prodiuseriai, gavę paramą filmui iš kurios nors šalies, dalį tų pinigų išleistų remiančioje šalyje. Pagal ES kino ir audiovizualinės gamybos paramos politiką, prodiuseris gali išleisti ne daugiau nei 20% filmo biudžeto kitoje ES šalyje.

Theatrical distribution /platinimas kino teatruose/ – kino filmų rodymas kino teatrų salėse.

Theatrical distribution rights /teisė platinti filmą kino teatruose/ – kino platintojų įsigyjamos teisės rodyti filmą kino teatruose.

Theatrical release /premjera kino teatruose/ – filmo demonstravimo pradžia kino teatruose.

Trades, trade papers /periodiniai leidiniai kino profesionalams/ – leidiniai, kuriuose kasdien ar kas savaitę skelbiamos kino industrijos naujienos. Pvz., Variety, Screen International ir t.t.

Trailer /filmo anonsas/ – iš filmo ištraukų parengta reklaminė medžiaga apie greitai ekranus pasiekiantį filmą. Trukmė – 2-3 min.

3D /trimatė grafika/ – trimatė (turinti tris dimensijas: aukštį, plotį, ilgį) kompiuterinė grafika, kuriama erdviniais virtualiais objektais.

Training /mokymai/ – MEDIA *mokymų* programos, kurių tikslas – skatinti mokymų iniciatyvas tarp Europos audiovizualinio sektoriaus profesionalų, siekiant tobulinti jų kompetenciją bei konkurencingumą tarptautinėse rinkose, suteikti audiovizualinės industrijos profesionalams žinių ir patirties, padėsiančių jiems gau-ti kuo daugiau naudos iš bendrosios Europos rinkos ir naujausių technologijų. Programa veikia partnerystės tarp skirtingų mokymo institucijų – kino ir televizijos mokyklų, specialiųjų mokymo centrų, prodiuserinių ir platinimo kompanijų – principu.

Treatment /scenarijaus traktuotė/ – filmo sce-narijaus metmenys, pagrindiniai filmo principai, jo dramaturginė struktūra, visų scenų seka. Traktuotėje pristatomi veikėjai, yra dialogo pavyzdžių, ilgis – 10-20 psl.

TV film /televizijos filmas/ – filmas, sukurtas tele-vizijos arba skirtas rodyti per televiziją. Dažniausiai filmuojamas vaizdo, skaitmenine kamera. Nuo kino filmo skiriasi biudžetu, aktorių parinkimu, filmavimo tempais. Filmuojama dažniausiai paviljone. Didžiausia TV filmo auditorija – šeimos.