

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВІТЧИЗНЯНОГО КІНОПРОКАТУ**

*(оглядова довідка за матеріалами преси  
та неопублікованими документами  
2012–2013 рр.)*

Світовий досвід свідчить, що завдяки виваженій, послідовній державній політиці у сфері культури відбуваються зміни в соціально-економічному, політичному розвитку суспільства. А важливою складовою української культури є кінематографія, кращі досягнення та здобутки якої широко відомі у світі. І сьогодні українські кінематографісти успішно виконують складні завдання із створення та реалізації сучасної моделі кінематографу, а молодь приймає творчу естафету від корифеїв національного кінематографу, примножуючи традиції вітчизняного кіно [1].

Може й повільно, але українське кіно все ж таки потроху набирає обертів. Кінобум пояснюється просто – з 2011 року держава значно збільшила фінансування фільмів [2].

Нині в Україні розвиток національної кінематографії закладено як пріоритетний напрямок державної політики у гуманітарній сфері, що закріплено Законами України „Про культуру” та „Про кінематографію”. Верховною Радою України прийнято Закон України «Про внесення змін до Закону України „Про кінематографію” та інших законів України щодо підтримки виробництва національних фільмів», „Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв’язку з прийняттям Податкового Кодексу України”, Податковий Кодекс України, яким врегульовано пільги щодо національного фільму – від кіновиробництва до кінопоказу. Зокрема, до 1 січня 2016 року звільняються від сплати податку на додану вартість операції з постачання національних фільмів, визначених відповідно до Закону України „Про кінематографію” виробниками цих фільмів, постачання робіт і послуг з

виробництва цих фільмів, операції постачання послуг з демонстрування національних фільмів, а також дублювання українською мовою іноземних фільмів [3, 4].

Успішний розвиток кіновиробництва тісно пов'язаний з функціонуванням кінопрокату. Саме успішний, прибутковий кінопрокат має підготувати фінансову базу для розвитку кіновиробництва, подолати економічні проблеми українського кіно. За радянських часів кінотеатри посідали третє місце за прибутковістю після торгівлі алкоголем і тютюном. У дев'яності роки ситуація в Україні кардинально змінилася, хоча у всьому світі кінопоказ – один з найприбутковіших видів бізнесу, якщо його, звичайно, правильно поставити.

Але вже на початку XXI ст. розпочався і продовжується активний процес відродження кінопрокату.

В останні роки зберігалися і нарощувалися позитивні тенденції в кінопрокаті, пов'язані, насамперед, із збільшенням кількості кіновідвідувань, зростанням валових надходжень від кінопоказів, інвестуванням у будівництво та переоснащення кіномережі. На сьогодні в Україні діє понад 400 кінозалів, оснащених найсучаснішою апаратурою. У великих містах продовжується будівництво кінотеатрів-мультиплексів. Зростає валовий збір від кінопоказів: попри економічну кризу, за 2011 рік він збільшився на 25 % порівняно з 2010 роком, а кількість глядачів за цей же період зросла на 15%. А за 2012 рік збір збільшився на 3 % вже порівняно з 2011 роком [3, 4].

Попри це, за словами Голови Державного агентства України з питань кіно К. Копилової, гострою проблемою сьогодні є „низький рівень розвитку національної кінотеатральної мережі та нерівномірність її розподілу: переважна кількість реконструйованих та переобладнаних кінотеатрів розташована тільки у великих містах країни” [5].

Сьогодні основні гравці українського кінопрокатного поля представлені великими дистрибуторськими компаніями і мережами кінотеатрів: маємо близько 20 дистрибуторських компаній. Найбільша частка касових зборів (близько 50% за підсумками останніх років) припадає на компанію В&Н. Це український дистрибутор, що з'явився разом з мережею кінотеатрів „Кінопалац”. Така схема організації роботи, коли компанія, яка запускає фільми на український ринок, має власні канали (мережі) розповсюдження (демонстрації фільмів), є оптимальною для кінобізнесу. Як і усе успішне, мережі мають властивість поширюватися. Тому основна тенденція молодого кіноринку України – це кількісне збільшення однакових за форматом кінотеатрів.

Найбільш комерційно успішною є схема існування багатозальних кінотеатрів в ТРК (торгівельно-розважальних комплексах), саме за її рахунок відбувається стрімкий ріст українського кіноринку. Кількість кінозалів тут за десять років (з 2001 по 2011 рік) зростає від 15 до 370, тобто в 25 разів. Це 26% від загальної кількості українських кінотеатрів. Частина цих кінотеатрів є представництвами російських мереж: це багатозальні кінотеатри Кронверк, Баттерфляй, Мультиплекс. 20 грудня 2012 року в ТРК Магелан в Харкові відкрився четвертий кінотеатр революційної технології ІМАХ. Таким чином в Україну входять світові кінобренди, але ще не дуже впевнено.

Технологічний здобуток кінопрокату останніх років – 3D-формат. Ця нова атракція в процесі перегляду створила додаткову можливість для розширення аудиторії. Проте сподівання на комерційний ефект, можливо, були трохи перебільшені, оскільки за декілька років глядач почав втомлюватися від 3D. Кількість глядачів, які готові доплачувати за перегляд в 3D форматі, серед жителів великих міст вже зменшується. Натомість в регіонах, де щойно відкриваються перші 3D зали, ажіотаж ще тримається.

Поза тим з переходом на 3D пов'язана потреба переобладнання існуючих кінодемонстраційних установ, і якщо для великих кінотеатрів і мереж ці вкладення швидко окупилися, то для маленьких кінотеатрів це був ще один удар. На їхнє щастя, він не виявився нищівним. Більш відчутною проблемою є поступова і планомірна відмова дистрибуторів від кіноплівки [6].

За прогнозами британської дослідницької кампанії IHS Screen Digest до 2015 року у світі вже не буде комерційних показів на плівці. І цьому активно сприяють дистрибутори, які, в першу чергу, зацікавлені в позбавленні клопотів, що пов'язані з копіюванням, пересиланням та псуванням плівкових фільмокопій. Розроблена в Європі схема виплат за віртуальну копію (VPF) робить можливим переобладнання маленьких кінотеатрів. Завдяки VPF фактично придбання апаратури оплачує дистрибутор або держава [6].

Водночас фахівці зазначають, що якщо говорити про кількість екранів, залів, то треба підкреслити, якщо в Україні – 400 залів, а в Росії – 3200, у Франції – 5500, в США – 40000 екранів. Зрозуміло, що в Росії більше населення – але всього лише втричі, а екранів, виходить, більше у вісім разів. Цим і забезпечується масовість кіно. Сьогодні, навіть випустивши геніальний український фільм, ми не вплинемо на світогляд багатьох глядачів, і наше кіно, на жаль, у найближчому майбутньому залишатиметься лише частиною гуманітарної культури, а не масовим мистецтвом, яке доходить до національної аудиторії.

Показово також і те, що з наших 400 залів лише 200 пристосовані для показу в цифровому форматі. Перехід на цифру робить зйомку і показ фільму досконалими, недорогими, ефективними. Так, в торговельних центрах будують мультиплекси з цифровими залами, але навіть там ще залишилися плівкові проектори. А переобладнання залу – дуже серйозна сума для кінотеатру, близько 100000 доларів [7].

Попри це, за прогнозами фахівців, наближається час, коли українським кінопрокатним ринком зацікавляться світові мейджори. І якщо на даний момент серед українських дистрибуторів переважають вітчизняні і російські (Каравелла ДДС, Топ Фільм Дистрибушен, Вольга, Галеон) кінокомпанії, то можна вже зараз говорити про підстави відкриття безпосередніх представництв голлівудських мейджорів. Наразі ексклюзивними дистрибуторами Universal Pictures, Paramount Pictures є В&Н, 20th Century Fox – UFD, Warner Bros, Pictures – Кіноманія.

Разом з кількісним зростають і якісні показники. Зараз серед прокатних посвідчень голлівудських мелодрам і екшенів, які в усі часи в усьому світі користувались найбільшою популярністю, можна знайти вагому кількість альтернативного кіно. Його присутність вже 10 років забезпечує вітчизняний дистрибутор Артхаус Трафік, а також з вересня 2012 року на ринок вийшла російська артхаусна торговельна марка „Другое кино” (представляє Каравелла ДДС) [6].

Крім того, більше фільмів європейського (зокрема, французького) і російського виробництва з'являється й у мейнстрімових дистрибуторів. Такі речі заважають тотальній монополізації ринку голлівудським кіно і створюють більш конкурентні умови.

А завдячувати цьому маємо інструментам нелегального поширення кіно, переважно, кіноклубам. Хоча пірати, які під час прокату фільму розповсюджують його в Інтернеті, приносять збиток у вигляді недоотримання касових зборів, але в такий спосіб вони працюють на рекламу фільмів: поширюють коло потенційної аудиторії і збільшують обізнаність населення про „різний” кінематограф. Мінусом є те, що вони не формують культуру перегляду фільмів в кінотеатрах, і з цим завданням стикаються компанії, які відкривають регіональні кінотеатри [6].

На сторінках преси і сьогодні можна прочитати про те, що „на шляху до встановлення остаточних – цивілізованих – правил гри в українському кінематографі, які б задовольнили всіх учасників ринку, схоже, „просвітлення” поки що не видно. Режисери, кінокритики й держава (в особі Держкіно) замість налагодження цивілізованого діалогу, в результаті якого можна було б дійти

консенсусу, активно продовжують звинувачувати одне одного у „вбивстві” щойно реанімованого національного кіно. Більше того, незважаючи на очевидні успіхи українського кінематографа в останні роки, деякі фахівці продовжують стверджувати, що „держава, на превеликий жаль, сьогодні не дбає про національне кіно... Сьогодні культивують думку про відсутність чи неконкурентоспроможність національного кінематографа, бо хочуть окупувати Україну продуктом іноземного виробництва. Це цілеспрямована політика витіснення українського кіно. Схожа проблема існує в цілому світі. Голлівуд витісняє європейське кіно, а російський кінопродукт – українське” [8].

Хоча, за великого бажання в українському прокаті, як вже зазначалося, повсякчас можна віднайти не лише продукт голлівудської фабрики мрій, як-то блокбастер, мелодрама чи фантастика у модному 3D, а й тематичну секцію фільмів. Йдеться про тижні фестивального кіно, що мають на меті показати національні кінематографії найрізноманітніших країн, у яких цей кінематограф зростає. Панорама таких тижнів фестивального іноземного кіно хоч і покликана „просвітити” кінолюбителя, але кількість не завжди означає якість. Слабкі місця, прогалини тамтешнього кінематографа глядач зможе розгледіти навіть із крісла кінотеатру в Україні [9].

Непростою залишається і ситуація з українськими стрічками. „Сьогодні, навіть створивши геніальний вітчизняний фільм, ми не вплинемо на уми, і наше кіно, на жаль, у найближчому майбутньому залишиться лише частиною гуманітарної культури, а не масовим мистецтвом, яке доходить до національної аудиторії”, – переконані деякі фахівці [10].

Тож, у пресі стверджують, що як би не зростало виробництво, шанси побачити наше кіно в українському кінотеатрі мізерні. Проблема криється, швидше, у пасивності прокатників, бо українське кіно не прибуткове. Чи може на це вплинути Держкіно? Відповідь хоч і печальна, та однозначна – ні. „Держкіно – це орган управління. Наша задача – допомагати. Тобто ми не створюємо кіно і не займаємось його промоцією. Коли дистрибутор приходить у Держкіно з розробленим проектом, повірте, ми допомагаємо. Але ми не можемо ініціювати дистрибутора до українського кіно”, – пояснює голова Державного агентства України з питань кіно К. Копилова. На її думку, аби наше кіно потрапило до прокату, потрібно, аби прокатник цього сам захотів і був патріотом свого кінематографа, а примусові заходи та квоти тут нічого не вирішують. „Я взагалі вважаю, що квота має бути відповідною до кількості фільмів, створених у відповідності до фільмів прокатних. Тобто якщо ми робимо 10 фільмів, а на екрані виходить 100 американських, то квота має бути 10 відсотків, – пояснює К. Копилова. – Це також питання і до глядача, тому що

його потрібно виховувати, разом із тим як виховується покоління українських кінематографістів. Наш глядач не зацікавлений у своєму кіно” [11].

Журналіст та радіоведучий програми „Кінопростір” на „Радіо „Промінь” Д. Іванов, який є також співзасновником мандрівного кінофестивалю польського кіно в Україні „Бо!” і піарником фільмів „ТойХтоПройшовКрізьВогонь” і „Звичайна справа”, має свою думку стосовно болючого питання дистрибуції: „Думаю, що зараз на державному рівні має бути серйозна програма, яка б займалась просуванням фільму. У цій галузі є низка серйозних проблем, я розумію, їх не можна вирішити винятково за кошти держави, або продюсерські кошти. Тому це має бути об’єднаний національний інтерес. Необхідна певна комерційна стратегія, аби це було не лише мрією патріотів”. Утім є і ті, хто послуговується самим лише бажанням. Таких у край мало. Так, „Артхаус Трафік” не перший рік власними силами продюсує та „катає” українські короткометражки у кінотеатрах України. Міжнародний кінофестиваль „Молодість” усіляко сприяє тому, аби український короткий метр потрапив не великий екран хоча б у фестивальному режимі. Ось і все. Минулої осені до них долучився Національний центр О. Довженка, започаткувавши покази свіжих короткометражок і об’єднавши їх у „Нову українську хвилю”. У подальших планах центру Довженка – зробити подію регулярною, а поки заступник генерального директора центру І. Козленко констатує невтішну перспективу: „У нас немає низової ініціативи. Не тільки в цій галузі, а взагалі, у нас інертне суспільство. Вимагати, щоб функції приватних компаній брала на себе держава, – це знову відтворювати ту саму планову економіку” [11].

Показово, що Державне агентство з питань кіно обіцяє не допустити обмеження прокату українських фільмів. Про це особливо наголосила голова Держкіно К. Копилова: „Що стосується того, що українського кіно не побачиш у кінотеатрах – це неправда, це лукавство... Жоден український фільм, знятий і готовий до прокату, не буде обмежений – я обіцяю! Єдине питання – у кількості копій”.

У той же час голова Держкіно вважає, що в Україні практично знищено державну систему кінопрокату, а майже вся вітчизняна кіноіндустрія тримається лише на приватних інвестиціях бізнесу [12].

Саме тому важливим фактом впливу на розвиток кінопрокату стало те, що у 2012 році провідні кінокомпанії країни створили першу в історії національного кіно організацію, яка захищає інтереси всього українського кінобізнесу – „Українську Кіно-Асоціацію”. За словами одного з ініціаторів створення асоціації Д. Іванова, керівника компанії „Артхаус Трафік”, кінобізнес

необхідно було об'єднати для створення сучасної, конкурентоспроможної індустрії: „Довгий час Україна залишалася на узбіччі глобального кінопроцесу. На наш ринок зливали, здебільшого, російські серіали та голлівудські блокбастери – свого ж продукту не було. Сьогодні потрібно не тільки знімати власне кіно, але й зробити його модним серед українців. Ми хочемо, щоб глядач із задоволенням дивився якісний національний продукт”. „Українська Кіно-Асоціація” зробила ставку на розвиток кінотеатральної інфраструктури. Один з її пріоритетів – стимулювання збільшення кількості кіноекранів в країні. Чим більше екранів, тим більше глядачів побачить український фільм, тим прибутковіше стане національний кінобізнес. А значить з'являться гроші для інвестиції в нові проекти, – вважає І. Савиченко, продюсер компанії „Pronto Film” [13].

Важливим кроком у вітчизняному кінопроцесі стало і започаткування нової моделі двоступеневого конкурсного відбору фільмових проектів за допомогою спеціально створеної експертної комісії (за західними лекалами).

До 2011 року Україна ніколи не працювала за європейськими правилами відбору кінопроектів, до цього часу державні кошти розподіляли за зачиненими дверима. Нові вимоги до конкурсантів, робота у форматі відкритих пітчінгів – захисту свого кінопроекту перед експертами та аудиторією – стали справжнім екзаменом для вітчизняної кіноспільноти.

Конкурс на отримання державного фінансування кінопроектів передбачає оцінювання кожного проекту загалом, з урахуванням його маркетингової складової, продюсерського підходу до кіновиробництва – від початку створення фільму до просування його до глядача. Основне досягнення конкурсу – відкритість і демократичність процедури його проведення. Конкурс має сприяти появі: режисерських дебютів для формування нового покоління українських кінематографістів; фільмів з високим глядацьким потенціалом; фільмів спільного виробництва для участі України в європейських програмах копродукції.

Для оцінки кінопроектів було сформовано Експертну комісію з питань кінематографії, до складу якої увійшли найкращі фахівці галузі, котрі не переривали своєї професійної діяльності у кінематографії, і по сьогодні беруть активну участь у кіновиробництві. Завдання комісії – визначити потенціал майбутніх фільмів: творчий, прокатний, комерційний. Голова Державного агентства з питань кіно К. Копилова зазначила, що „всі проекти, які перебувають у виробництві, відповідно до умов конкурсного відбору обов'язково мають знайти свою дорогу до глядача. Наявність маркетингової стратегії, шляхів просування фільму після його створення є обов'язковою

умовою участі кінопроекту в конкурсі й оцінюється як окремий критерій” [3, 4, 14].

Однією з актуальних проблем як кіновиробництва, так і кінопрокату залишається наявність коштів на виробництво фільмів та розбудови кінопрокатної мережі. Щоб вирішити питання з фінансуванням Кабінет Міністрів України має намір ввести податок на показ кіно, кошти від якого планують направляти на розвиток національного кінематографа. Щорік сума цих відрахувань становитиме 100 млн. грн. Щоквартальний збір стягуватимуть з демонстраторів і дистрибуторів фільмів у розмірі 5% від їхнього валового доходу, з операторів і провайдерів телекомунікацій – у розмірі 2%. Натомість планується скасувати держмити на кіноматеріали. Але учасники ринку такими змінами не задоволені. Зараз за рахунок мита на ввезення фільмів бюджет отримує всього \$200-300 тисяч, а зміни дозволять стягувати лише з кінопрокатників \$5 мільйонів. „Під виглядом скасування мита чиновники кидають українському прокату кістку, а за рахунок збору віднімають ласий шматок”, – підкреслює А. Вакалюк з медіаконсалтингової компанії „MRM”. Телевізійні провайдери критикують ініціативу ще більше. „По суті, це просто податок, оскільки не всі підприємства зв’язку мають стосунок до кінопоказу”, – підкреслює директор „Тріолану” В. Сидоренко. 2012 року оператори зв’язку заробили 52,2 млрд. грн., таким чином сума їхніх загальних відрахувань може становити 1 млрд. грн.; а Кабмін може отримати суму, як мінімум удесятеро більшу за очікувану. На думку В. Сидоренка, якщо такий збір запровадять, провайдери й оператори перекладуть його на плечі абонентів, піднявши ціни”. „Нічого надзвичайного в пропозиції ввести податок, який братимуть з прокатників, дистрибуторів, провайдерів телекомунікацій, я не бачу, – коментує новину голова Національної спілки кінематографістів України С. Тримбач. – Є зарубіжний досвід такого оподаткування, він загалом позитивний. Якщо гроші будуть спрямовувати на вітчизняний кінематограф – що тут поганого? А що ті, з кого будуть брати податки, цим незадоволені – це природно. Інша річ, що треба проаналізувати всі можливі „за” і „проти”. Хоча б для того, аби нововведення справді почали працювати. Бо ж у нас багато хороших законів, тільки ми те не завжди помічаємо. Скажімо, як це позначиться на вартості кінотеатральних квитків і, відповідно, на відвідуваності? Наскільки прозорою є фінансова звітність, чи реальні цифри показують нам при оцінці валового збору від прокату... І так далі. Зміни повинні бути системними, себто враховувати чималу кількість факторів. Кінематограф – це не тільки виробництво чи прокат, це багато всіяких чинників. Це, зрештою, складова культури, складова національного іміджу. Нас



це не цікавить, нам це не потрібно? Державна політика мусить працювати на досягнення цілей, які аж ніяк не зводяться до минутих, сьогоденних, меркантильних” [15].

Та звісно, проблеми кінопрокату та кіноіндустрії не вичерпуються фінансовими питаннями. Національний кінематограф спочатку повинен довести, що потрібен глядачеві і прокатникам, а потім уже думати про прибуток [16].

Останні два-три роки українське кіно почали нормально фінансувати. Але цього часу недостатньо, щоб розкачати українську кіноіндустрію.

Торік за підтримки Держкіно було знято 57 фільмів, з яких 11 – ігрові, 9 – неігрові, решта – анімаційні, на зйомки яких за програмою виробництва та розповсюдження національних фільмів було виділено 43 млн. 403 тис грн. 2013-го за підтримки держави повинно вийти 56 стрічок, з яких 23 – ігрові. У 2012–2013 рр. у прокат вийшли „ТойХтоПройшовКрізьВогонь”, „Звичайна справа”, „Істальгія”, кіноальманахи „Україно, Good-Bye!” та „Поza євро”. Короткометражні фільми-дебюти „Уроки української”, „Дорога”, „Борода” демонструються у кінотеатрах України в рамках проекту „Українська нова хвиля”. Мультсеріал „Ескімоска” було представлено у телевізійному прокаті на телеканалі „1+1”. На 2013–2014 рр. планується кінопрокат 10 повнометражних художніх фільмів.

Невдовзі вийде на широкі екрани стрічка „Параджанов” О. Фетисової та С. Аведікяна, останній фільм К. Муратової „Одвічне повернення”, „Іван Сила ” В. Андрієнка; десь у листопаді у прокаті з’явиться „Креденс” В. Васяновича. Раніше такого не було, щоби практично щомісяця у кінотеатрі була прем’єра. Тобто потроху процес рухається. „А з іншого боку, все ж таки український глядач не привчений ходити на українське кіно, він переважно споживає американську продукцію, – вважає кінорежисер В. Васянович. – І це теж проблема, що наш глядач аморфний, і розкачати його дуже важко. Важливо, щоб змінилося ставлення держави до українського кіно” [17, 18].

„Виходить, не досить фільм зняти, значно складнішим може виявитися шлях від кіностудії до кінотеатру чи телеканалу, – стверджує режисер Л. Левицький. – Українські експерти від кіно переконані, що ситуацію можна змінити, а для цього треба більше кінотеатрів, більше фільмів, підтримка держави, а також виховати свого українського глядача, який матиме потребу саме у національному якісному продукті, а не заморському ширвжитку... Дуже сумно, що сьогодні усе те, що виробляється в Україні – це переважно арт-хаусні фільми, які спрямовані на кінофестивалі. Багато режисерів експериментують, у багатьох немає досвіду, відтак страшно вливатися у якісь комерційні проекти.

Зараз, звісно, державою фінансується дуже багато проектів, але вони не спрямовані на розвиток аудиторії, вони спрямовані на самореалізацію окремих продюсерів, режисерів, але аж ніяк не на розвиток самого кіноринку.

Тільки тоді, коли держава перестане просто фінансувати кіно, а почне давати гроші у безвідсотковий кредит, почнуть з'являтися якісні українські фільми. Бо продюсери будуть розуміти, що нехай через два чи три роки ці кошти доведеться повернути, а отже, кіно має бути якісним і має себе виправдати. Інший вихід – на незалежному ринку з'являтимуться недорогі проекти, які втиратимуть носа дорогим державним” [17].

Далі Л. Левицький підкреслює, що „наразі в Україні знімають кіно, не орієнтуючись на глядача, тобто його роблять не для людей, а виключно для закритих чи відкритих фестивальних показів. Насправді ще перед початком роботи повинно усе продумуватися – аудиторія, хто прийде на фільм, якою буде реакція. Про глядача треба думати вже на перших етапах, бо саме глядач є головним замовником, а не кінокритики, тобто той, хто купує квиток у касі. Кінобізнес – це дуже жорстка річ. Повірте, у кінопрокат не потрапить жоден фільм, який не буде цікавим глядачеві, оскільки дистрибутори на цьому роблять гроші. Пролізти з поганим проектом неможливо. Дуже важливо, щоб фільм базувався на місцевих історіях, про місцевих людей і, звичайно, витримувати подачу матеріалу... Треба більше думати про своїх, і тоді більше буде доступу і до глядача, і до кінотеатрів, і дистрибутори не відмовлятимуть якісній продукції. Потрібні лише хороші комерційні плани” [17].

„Варто привчати глядача до українського, – впевнений народний артист України О. Ступка. – Знімаймо стрічки, які, хоч як банально це звучить, спроможні зібрати касу: музичні комедії, трилери, фільми жахів, побудовані на нашому фольклорі! Матимемо українське комерційне кіно – зможемо створювати і так звані філософські притчі й авторські картини. Так живе і працює світ! Наші ж митці прагнуть знімати авторські (або масштабні соціальні) полотна і просять кошти на них у держави. Чому б не екранізувати „Енеїду” Івана Котляревського? Який блокбастер можна створити! З літаючими богами, битвами на морі! Зрештою, кіно – це із захватом переказана історія” [19].

А на думку продюсера Анни Паленчук: „українське кіно наразі не так цікаве українському глядачу, очевидно, так само, як і український театр, література чи живопис. Ми повинні виховати у глядачеві потребу пізнання українського. Українські фільми мають відповідати потребам сучасної української аудиторії. Як відомо, до кінотеатру насамперед ходить молодь, яка робить це не тому, аби над чимось серйозно замислитися, а задля розваги.

Натомість українські фільми наразі не можуть розважати, тому що школа української кіноіндустрії налаштована більше на авторський кінематограф, аніж на масовий. Гадаю, ця тенденція тимчасова. Після тих спроб, які були зроблені у прокаті, продюсери починають усвідомлювати потреби аудиторії і будуть намагатися робити продукт для аудиторії, яка йде до кінотеатру... Протягом 20 років ми намагаємося зрозуміти: хто ми і звідки. А потрібен дещо глибший аналіз. Усі розуміють, що те, що зараз пропонує український кінематографіст – це арт-хаус, а не комерційне масове кіно” [17].

Режисер В. Васянович визначив декілька причин, які пояснюють чому наразі шлях українського фільму є таким складним до українського глядача. На його думку, проблема полягає як у малій кількості фільмів, так і у тім, що важко потрапити у кінотеатральні мережі, бо там усе зайнято; а також у тому, що наш глядач бідний і не ходить у кінотеатри. „Відповідно потрібно, по-перше, набагато більше залів, по-друге, покращення матеріального стану українського глядача, щоби він міг собі дозволити витратити 40 гривень на фільм, по-третє, потрібен час і останнє, треба знімати хоча б 50 фільмів на рік, щоб кожного тижня була прем'єра. Думаю, тільки за таких умов років за 5–7 глядач звикне до такого культурного явища, як українське кіно, у нього виникне потреба споживати цей продукт” [17].

Ще однією проблемою вітчизняного кінопрокату є відсутність реклами українських стрічок. У нашому законодавстві немає такої статті, яка говорила б про фінансування рекламної кампанії фільму. Тому гроші, які виділяються Державним агентством з питань кіно, можуть витратитися на зйомки, пост-обробку і максимум на друк копій готового продукту. А ось реклама, як і раніше, залишається вразливим місцем, не вдається зацікавити і спонсорів. Вітчизняні олігархи і просто великі бізнесмени не поспішають вкладати кошти у вітчизняний кінематограф. У Росії бізнесмени самі йдуть до продюсерів і дають гроші, щоб фільми знімалися. А у нас такого немає, у нас бізнесмени не вірять в українське кіно. Адже щоб інвестувати у вітчизняний продукт, потрібно бути хоч трохи патріотом, якому небайдужа доля українського кіно. У нас із цим поки що туго. Що ж до прихованої реклами, то теоретично вона, звичайно, можлива. Але практично її немає. Наші рекламодавці теж не довіряють вітчизняному кінематографу: ніхто не вірить, що український фільм взагалі вийде в прокат [16].

Ще одне актуальне питання – український дубляж. За словами директора столичного кінотеатру „Жовтень” Л. Горделадзе, „український дубляж багато дав для освоєння нових технологій, дав роботу для професіоналів. А ось у кінотеатрах аудиторія дещо скоротилася. Частина

глядачів просто не сприймає кіно українською. Проте це незначна частина – адже кінотеатри відвідує переважно молодь, а для неї це вже не проблема” [7].

Тут слід звернути увагу, що проблема дублювання фільмів українською мовою доволі часто стає об’єктом політичних спекуляцій, зокрема на сторінках опозиційної преси. Та статистичні дані спростовують ці звинувачення. Так, у 2012 році 68% фільмів у легальному кінопрокаті дубльовані або озвучені українською, решта 32% мають українські субтитри. Серед субтитрованих фільмів більшість становлять картини російського виробництва, озвучені, відповідно, російською мовою. А у 2011 році українською було озвучено та дубльовано 65% фільмів. Тобто, спостерігається тенденція до зростання фільмів, що йдуть у вітчизняних кінотеатрах українською мовою [20].

„Мову, на яку дублюється фільм для українського прокату, повинен вибирати ринок. Політичні спекуляції в цьому питанні тільки шкодять індустрії”, – вважає голова Української Кіно-Асоціації Д. Ржавський.

„За останні декілька років український варіант перекладу неодноразово визнавався кращим на міжнародному рівні. Я був одним із перших, хто почав розвивати дубляж закордонних фільмів українською. У нашій країні першокласні актори, перекладачі, режисери і, найголовніше, їх робота подобається глядачеві. Ми докладемо максимум зусиль, щоб український дубляж не тільки не здав своїх позицій, але й активно розвивався”, – заявив Д. Ржавський.

Разом з тим, останні два роки Україна успішно дублює фільми на експорт – для російського ринку. Це дозволяє максимально реалізувати творчий потенціал кіноіндустрії, забезпечити більше робочих місць.

„Сьогодні немає сенсу ставити якісь штучні бар’єри. Український дубляж вже зайняв лідируючу позицію на ринку. Зараз потрібно розвивати індустрію, розширювати її можливості за рахунок російської та інших мов. Це питання конкурентоспроможності, а не політики”, – підкреслив Д. Ржавський [21].

Тут треба звернути увагу ще на одну проблему, з якою стикаються відвідувачі кінотеатрів. Дедалі більше глядачів бажають ходити в кінотеатри, де не їдять. Адже інколи складається враження, що до кінозалів люди ходять не насолоджуватись новим витвором кінематографістів, а банально попоїсти. Тож глядачі, які йдуть до кінотеатру для перегляду фільму, замість задоволення отримують лише роздратування. Можливо, вже варто вводити сеанси „без попкорну”?! – пропонують журналісти. Та і вони не сподіваються, що найближчим часом у кінотеатрах перестануть продавати попкорн й іншу „швидку” їжу. Побороти це зло не просто, адже попкорн – мало не головна

стаття прибутків власників кінотеатрів. Якщо грошима, отриманими за квитки, потрібно „ділитися” з тими, кому належать права на фільми, то прибутки, отримані від кукурудзи, нікому віддавати не потрібно. Цікаво, що у наших східних сусідів практика показу фільмів „без попкорну” набирає популярності. Особливо, коли йдеться про серйозні стрічки, над якими потрібно думати. Окрім того, їжа, яка продається в холах кінотеатрів, здебільшого не є корисною. Звісно, подекуди кафе кінотеатрів пропонують своїм гостям придбати той же овочевий салат, проте з ним не дозволять заходити до зали. Річ у тому, що прибрати розсипаний кимось попкорн значно легше, ніж розмазані по ковроліну помідори. Представниця одного із вітчизняних кінотеатрів, який дислокується в центрі столиці, на запитання глядача, чи є у них сеанси „без попкорну”, на своєму сайті дала доволі цікаву відповідь. Вона зауважила, що це дуже цікава ідея. Проте засумнівалась, а чи не буде це насиллям у наше вільне століття?! Хоч, з іншого боку, попкорн – насилля над іншими глядачами. Звісно, все залежить від того, як дивитись на цю проблему. На її думку, глядачі цього кінотеатру не дуже захоплюються попкорном, це простежується з невеликого виторгу, який отримує кінотеатр від його продажу. На сайті цього кінотеатру в своїх коментарях навіть глядачі писали: „Приємно, що тут не чути хрусту та смороду попкорну”. Тож, приємно, що сама ідея таких „вільних” сенсів адміністрацію зацікавила [22].

У різних регіонах нашої держави розвиток кінопрокату проходить по-різному. Так, нині триває процес реорганізації столичних муніципальних кінотеатрів. До складу комунального підприємства „Київкінофільм” увійдуть „Братислава”, „Київська Русь”, „Лейпциг”, „Ленінград”, „Росія”, „Флоренція”, „Загреб”, „Кінотеатр імені Шевченка”, „Краків” та „Кінотеатр імені Гагаріна”. Окрім об’єднання бухгалтерії закладів та підвищення ефективності їхньої роботи, влада планує запровадити однакові квитки на сеанси, ціна на які не зміниться. «Переважна більшість кінотеатрів наразі – у незадовільному стані, мають накопичені борги та перебувають у судових процесах, – зазначила директор департаменту культури Київської міськдержадміністрації С. Зоріна. – Техніко-економічне обґрунтування та попередні розрахунки свідчать про значні переваги приєднання до КП „Київкінофільм”».

Реорганізація муніципальних кінотеатрів проводиться не вперше. У 2007 році рішенням Київради було створено комунальне підприємство „Київкінофільм”. Тоді до нього увійшло 9 дитячих кінотеатрів”.

„Поодинокі кінотеатри не здатні провести повноцінну реконструкцію: встановити нове обладнання, меблі, відремонтувати фасади та інтер’єри будівель”, – впевнена С. Зоріна. За її словами, при об’єднанні кінотеатрів в

єдину мережу керівна компанія зможе реінвестувати кошти й провести якісну реконструкцію кінотеатрів. Це стосується не лише зовнішнього вигляду приміщень, а й питання кондиціонування та опалення – щоб глядачі мали змогу переглядати стрічки в комфортних умовах, не мерзли взимку та не морилися в спеку. Також реорганізація дозволить встановити цифрове обладнання та налагодити взаємовигідні стосунки з дистрибуторами, які надають фільми для прокату. При цьому ціни на квиток для глядача не підвищаться.

Наразі нове цифрове обладнання встановлено в малому залі кінотеатру „Ленінград”, його переобладнання повністю завершено. У „синьому” та „зеленому” залах кінотеатру „Флоренція” також стрічки транслює цифровий проектор. На черзі переобладнання кінотеатрів „Лейпциг” і „Братислава” (останній відновив кінопоказ минулого тижня). Восени відбудеться комплексна реконструкція та відновлення роботи кінотеатру „Загреб”, у якому майже 10 років не було кінопоказів.

Кінотеатр „Жовтень” залишиться окремою одиницею. „Це єдиний кінотеатр, що входить до мережі кінотеатрів Європи, він має особливе обличчя, – підкреслила С. Зоріна. – І багато в чому це відбулося завдяки його директору Л. Горделадзе. В „Жовтні” проходять круглі столи, зустрічі з режисерами. Це більше, ніж просто кінотеатр”.

Планується, що оновлені кінотеатри вже восени зможуть прийняти і гостей Міжнародного кінофестивалю „Молодість”. „На сьогодні Київ має достатньо кінофестивалів, проте найвідоміший з них – „Молодість”. Його знають далеко за межами України, – підкреслила директор Департаменту культури.

В цьому році, сподіваюся, ми зможемо надати більшу кількість майданчиків для проведення цього фестивалю. Окрім фестивальных показів в „Жовтні” та „Києві”, „Молодість” могла б проходити в „Київській Русі”, якщо встигнемо владнати всі питання, а також у „Флоренції”, де добре було б показувати молодіжне кіно”[23].

Але реорганізація столичних кінотеатрів викликала неоднозначну реакцію у представників преси. Зокрема, на шпальтах газети „Вечерние вести” цю реорганізацію назвали „Скандальна реорганізація”, та зазначили, що „з одного боку, ідея щодо реорганізації є досить розумною й логічною – в такий спосіб можна було б заощадити на адміністративних витратах. А з іншого – методи виконання рішення Київради виходять за всі правові рамки... Хоча голова Київської міськдержадміністрації О. Попов і запевняє, що цільове призначення кінотеатрів не зазнає змін, цілком можливо, що на їхньому місці з’являться нові нічні клуби або торговельні центри. Адже наші чиновники-

„умільці” спроможні навіть висотку в цей простір втулити. І тоді дешевому столичному кіно настане сумний кінець”[24].

Та, попри певні проблеми, київські кінотеатри займають провідні позиції у вітчизняному кінопрокаті. Це пояснюється не лише розташуванням у столиці, а й давніми традиціями кінотеатрів. Так, одним з найстаріших столичних кінозакладів є кінотеатр „Київ”. 23 листопада 2012 року столичний кінотеатр „Київ” відзначив своє 60-річчя. Саме цього дня у 1952 році тут відбулися перші кіносеанси. Кінотеатр відразу завоював глядацькі симпатії і став одним з найулюбленіших місць відпочинку мешканців і гостей столиці. У 2000-х роках для кінотеатру „Київ” розпочалася нова доба: сьогодні це культурний центр із сучасним цифровим обладнанням, який постійно радує кіноманів фестивальними стрічками.

Серед усіх подібних столичних закладів культурний центр «Кінотеатр „Київ”» вирізняється особливим репертуаром, що відзначається різноманітністю жанрів та стилів і може задовольнити смаки найвибагливішого глядача. Успішна діяльність кінотеатру в останні роки стала можливою завдяки наполегливій праці колективу. З початку 2002 року у культурному центрі «Кінотеатр „Київ»» пройшло понад 200 найвизначніших фестивалів, різноманітних прем'єр, ексклюзивних програм та спецпроектів. Також у обох залах демонструється величезна кількість ретроспектив найвидатніших режисерів та акторів світового та вітчизняного кінематографа. Вже протягом багатьох років поспіль кінотеатр „Київ” є центром Міжнародного кінофестивалю „Молодість”. За ці роки культурний заклад відвідали зірки світового кінематографу: Ф. Ардан, С. Лорен, Ж.-К. Ван Дамм, К. Ден'єв, О. Куриленко, А. Асанте, С. Марсо, К. Ламберт, В. Касель, М. Плачідо та інші. Але найголовніше, що кінотеатр „Київ” активно підтримує і український кінематограф. Саме тут відбулася прем'єра першого документального фільму, зробленого у звуковій системі „Dolby”, – стрічки кінорежисера В. Вітра „Успенський собор”. Також вперше було проведено ретроспективи відновлених фільмів видатних українських режисерів О. Довженка та Ю. Іллєнка – нетлінної спадщини українського кінематографа. Показово, що 1 січня 2007 року кінотеатр „Київ” було прийнято до міжнародної організації „Europa Cinemas”. Це міжнародна мережа, куди входять найкращі кінотеатри Європи, Латинської Америки, Азії та франкомовних країн Африки. Завдяки своїй насиченій програмі „Київ” став справжнім фестивальним центром столиці, покази в якому проходять з аншлагами. Лише 2012 року кінотеатр відвідало понад 300 тис. глядачів. „Ми прагнемо бути не просто кінотеатром, – зазначила директор кінотеатру В. Бондаренко, – а культурним і фестивальним центром,

співпрацюємо з посольствами та пропонуємо нашим відвідувачам унікальні стрічки різних країн світу”[25, 26].

Проблеми розвитку кінопрокату залишаються актуальними і для інших регіонів України. У пресі наголошують, що на місцевому рівні продовжується тотальний розпродаж комунальних кінотеатрів. Їхнє існування не гарантоване ніякими нормативно-правовими актами. Тому місцева влада активно експлуатує термін „базовий кінотеатр”, концентруючи свою увагу на ньому і намагаючись вигадувати способи розвитку кінотеатру власними силами. Проте часто цей кінотеатр залишається єдиним в місті, а інші передаються в оренду або продаються без збереження функції. Очевидно, що продаж комунального кінотеатру – це найпростіший спосіб ефективного використання майна. Окрім того, тема відродження культури – одна з найулюбленіших для позитивного піару серед політиків. Тому ЗМІ рясніють гарними анонсами про відродження кінотеатрів і створення сучасних кінозакладів, проте далі намірів справа зазвичай не йде [6].

Навіть отримавши повністю обладнаний сучасний кінотеатр, як це сталося в Тернополі в 2009 році після виселення звідти Кінопалацу за борги, місцева влада не змогла організувати його роботу на рівні з приватними кінозакладами. Мабуть, одна з причин тому – нестача кадрів, адже сучасний кінопрокатний бізнес – нова й нерозвинена галузь, і знайти досвідчену в цій сфері людину на керівну посаду майже неможливо [6].

У той час як у 1992 році у Львові функціонувало 28 кінотеатрів, сьогодні працюють тільки 6. А з 20 районних кіномереж на Львівщині функціональними залишилися всього лиш чотири. Про це розповів директор ДКП „Львівська обласна контора прокату кінофільмів” А. Бабінський. „Сьогодні функціонують тільки Жовківська, Мостиська, Кам’янка-Бузька та Старосамбірська кіномережі – беруть у нас фільми під знаменні дати і просто художні кінокартини. У нашому розпорядженні також „Сокіл”, „Львів” - демонструємо українське кіно, хоча нещодавно був і „Київ” (та зараз у закладу почались проблеми з обладнанням”, – зазначив А. Бабінський. Також він поділився проблемами, які загрожують існуванню кінооб’єктів.

На його глибоке переконання: якщо влада немає коштів на утримання кінотеатрів комунальної власності і передає приміщення в оренду, шукає інвестора, який готовий зайнятись кінотеатром, то важливо, щоб обов’язково в умовах договору було чітко зафіксовано, що основний вид діяльності кінотеатру повинен зберігатися. Кількість кінотеатрів, незважаючи ні на що, не повинна змінюватись, – переконаний А. Бабінський. Окрім того, що кінотеатри помалу під чиеюсь орудою змінюють своє функціональне призначення,



кіногалузь Львівщини потерпає від ще ряду факторів. Це передусім поділ на комунальну власність міста і комунальну власність області, до останньої належать обласний кінопрокат і кінотеатр „Львів”.

„Ніякого об'єднаного органу немає. Через це, власне, і маємо хаос, – вважає А. Бабінський. – У Києві теж існує проблема з кінотеатрами, грошей немає, але щоб привести їх до порядку, залучають інвестиції. Ми на початку 90-х роз'єднались, бо кожен хотів бути самостійним і тепер ця самостійність вилазить боком. Коли існувало виробниче об'єднання „Кіновідепрокат”, всі були підпорядковані нам. Відповідно, було легше керувати. У Києві об'єднують кінотеатри комунальної власності і виходитимуть з кризи”, – зазначив А. Бабінський.

Водночас, на його думку, у кіногалузі області спостерігається негативна тенденція до того, що кінотеатрами починають керувати люди, далекі від кіно, які не мають відповідної освіти і не є „кіношниками”. „Потрібно, щоб все перебувало в одних руках – в управлінні культури. Бо кінотеатри і ми – це заклади культури”, – підсумував директор обласної контори прокату кінофільмів [27].

Всі ці тенденції демонструють потребу Львова, який претендує позиціонувати себе не тільки „колискою народних традицій”, але й центром сучасної інтелектуальної міської культури, у повноформатному кіноцентрі – з альтернативним насиченим репертуаром і навчальними заходами, який був би майданчиком для створення різних кінематографічних проєктів. Ця тема постійно озвучується як серед студентів, так і серед досвідчених кінодіячів. Базою для такого центру мав би стати один з комунальних кінотеатрів. Подібні ідеї не нові, але найчастіше їх використовують не для реалізації, а для прикриття справжніх намірів перетворити кінотеатр на якийсь комерційний об'єкт, здати в оренду або продати. Так сталося з кінотеатром, який мав нібито стати Галицьким центром кіномистецтва, а став рестораном „Грушевський”. Можливо, насправді це відповідає попиту на кіно, і львівський глядач поки що віддає перевагу споживати кіно у вигляді десерту в ресторані. Тим не менше, кінотенденції загалом позитивні: повільно, але стабільно зростає зацікавленість глядачів [6].

Непроста ситуація склалася і у Чернівцях. Плачевний стан кінотеатру ім. І. Миколайчука у Чернівцях порівнюють із підстреленим символом фільму, в якому актор зіграв свою незабутню роль, – білим птахом із чорною ознакою. Заклад стоїть пусткою, в боргах, руйнується.

Боротьба чернівчан за кінотеатр ім. І. Миколайчука, триває вже понад 3 роки. На початку 2010 року першими на його захист стали самі працівники

кінотеатру, які вважали, що нове керівництво веде заклад до занепаду. Потім забили тривогу представники місцевих ЗМІ, і влада тоді не наважилася на радикальні дії (навіть відремонтувала дах будівлі). Але вже під завісу того ж року, начебто через борги, все-таки вирішила ліквідувати заклад як юридичну особу, а натомість створити „Кіномистецький центр ім. І. Миколайчука”. Депутати навіть ухвалили рішення про виділення понад 4 млн. грн. на проект реорганізації та реконструкції. Але кошти так і не надійшли. Проте є інформація, що на капітальний ремонт приміщення та покрівлю кінотеатру все-таки було витрачено понад 525 тис. грн. А на реконструкцію відповідно до проекту їх нібито не вистачило. Коментуючи перебіг подій довкола кінотеатру, депутат Чернівецької міської ради О. Калмикова зауважила: „Тут спрацювала схема, за якою споруда знищується, а потім продається або здається „своїм”. На думку депутата Чернівецької міськради О. Каспрука, „є підприємці, котрі зацікавлені в цьому приміщенні, бо воно чудово підходить під розважальний комплекс. Тому влада і зволікає з його реконструкцією під кіномистецький комплекс”. Ситуацією, що склалася навколо кінотеатру ім. І. Миколайчука, занепокоєна і родина митця. Дружина покійного, народна артистка України М. Миколайчук зауважує: „Це неповага до пам'яті Івана... Якщо місцева влада найближчим часом нічого не зробить для відновлення кінотеатру, я, як відповідальна за спадщину Миколайчука, буду вимагати, аби його ім'я забрали з назви”. Нині у Чернівцях створено ініціативну групу зі збереження кінотеатру ім. І. Миколайчука, представники якої обіцяють контролювати кожен крок влади і не допустити його знищення [28].

Нарешті міська влада подала сигнал про початок „рятувальної операції” – підготувала рішення щодо проведення конкурсу на право укладання договору довгострокової оренди приміщення „кіномистецького центру” (так тепер пропонується його називати). Остаточне слово належало сказати депутатам на сесії. Однак цей начебто благородний крок насторожив громадськість: в умовах договору більше проглядаються інтереси бізнесу, якому потрібний ще один розважальний комплекс. Як функціонуватиме кінозал – суцільний туман. Члени ініціативної групи зі збереження кінотеатру ім. І. Миколайчука вимагають той зал по-сучасному обладнати й повернути йому статус муніципального об'єкта культури, якого його поспішили позбавити, передбачити у бюджеті міста кошти на ремонт і використовувати в майбутньому виключно за призначенням, а не як кабаре. Зокрема, варто запровадити „День Іванового кіно”, щоб глядачі могли переглядати фільми з участю Миколайчука, влаштовувати творчі зустрічі з відомими режисерами, акторами, організувати роботу гуртка кіноаматорів тощо. Все ж проект рішення про затвердження умов конкурсу на право

укладання договору довгострокової оренди приміщення кінотеатру ім. І. Миколайчука було внесено на розгляд сесії Чернівецької міськради. Невизначене майбутнє закладу викликало гарячу дискусію, деякі депутати пропонували взагалі зняти це питання. Зрештою зійшлись на тому, що необхідно розробити критерії конкурсу, які б гарантували збереження профілю кінотеатру, а презентація поданих проектів має бути публічна [29].

У непростих умовах функціонує кінопрокат у Херсонській області. Схоже, влада Херсонщини та обласного центру влаштувала між собою неформальне змагання: хто скоріше позбудеться комунальних кінотеатрів. Торік у „лідери” вирвалася обласна рада, продавши під створення розважального центру будівлю кінотеатру „Україна” – найпопулярнішого й одного з небагатьох таких, які не встигли перепрофілювати на нічний клуб або супермаркет. Тепер обласних чиновників наздоганяє Херсонська міськрада – своїм рішенням її депутати ліквідували комунальне підприємство «Кінотеатр „Супутник”». Причому, якщо раніше йшлося про наміри пустити „Супутник” на приватизацію з умовою збереження цільового призначення об’єкту, то тепер на порядку денному його реалізація з аукціону без будь-яких попередніх умов. Депутати зазначають, що інакше інвесторів не зацікавити, а зволікати з пошуками ефективнішого власника нерухомості просто небезпечно для самої будівлі кінотеатру на проспекті Текстильників. Оскільки „Супутник” не ремонтували майже чверть століття, там от-от почне обвалюватися стеля та потріскаються стіни [30].

А ось жителі десятка сіл, а віднедавна і Драбівець та Домантового, що в Золотоніському районі Черкаської області, мають можливість переглядати новинки світового кінематографа вже через 2–3 тижні після початку офіційної трансляції у мережі „кінопалаців” України. Новинки вітчизняного та зарубіжного кінематографа там показують регулярно. Директор міськрайонної дирекції кіновідеомережі В. Пономаренко вже не один десяток років забезпечує таке приємне дозвілля крсянам. Правда, якщо раніше квиток на сеанс коштував буквально копійки, то нині вартість зросла – доводиться платити від 3 до 5 грн. Кіновідеомережі доводиться самій заробляти на себе, адже бюджетне фінансування відсутнє. Завдяки наявності пересувної апаратури та професійному ставленню до обов’язків кіномеханіків найновіші стрічки демонструють у сільських кінотеатрах та на літніх майданчиках щотижня. Та й аудиторія кінолюбителів у селах стабільна. На перегляд часто збирається від 60 до 100 осіб [31].

А у Дніпропетровську, за підтримки мережі кінотеатрів „Кінотема”, у серпні 2013 року для дітей молодшого й середнього шкільного віку відбувся

показ комедійного фільму „Смурфики-2”. Кінотеатр „Комунар” гостинно відчинив двері для понад 50 дітей із інтернату та дитячого будинку міста. Подібні заходи – важлива складова процесу соціалізації дітей з особливостями. Бо кіно є не тільки чудовим способом урізноманітнити культурне життя дітей, а також виступає важливим елементом формування уявлень про життя і дійсність. Під час відвідування кінотеатру на дітей очікувала розважальна програма, підготовлена волонтерами Всеукраїнської благодійної організації „Волонтерське об’єднання „Крила” [32].

У дні, коли відзначаються дати, пов’язані з Другою світовою війною, кінотеатри в обласному і районних центрах Хмельниччини демонструють безплатні кіносеанси. Вхід вільний не лише для ветеранів, а й для всіх охочих. У чому причини такої уваги до воєнної тематики, розповідає директор обласної фірми „Кіновідеопрокат”, заслужений працівник культури України В. Піддубняк: „Обласна фірма „Кіновідеопрокат” ось уже п’ятий рік поспіль проводить кінофестиваль „Ми пам’ятаємо”, присвячений подвигу українського народу в роки Другої світової війни. Слід зазначити, що в області успішно реалізується програма поліпшення кінообслуговування населення, яка завершується цього року. Сподіваюся, що обласна влада і надалі підтримуватиме розвиток кінопрокату. Адже люди із задоволенням ходять у кінотеатри... Фірма „Кіновідеопрокат” не обмежується демонстрацією фільмів. Разом із ветеранськими організаціями і освітянами ми започаткували конкурс серед школярів. Після „Уроків мужності”, до програми яких обов’язково входить перегляд фільму про війну, вони можуть написати твір або реферат про подвиг нашого народу в роки війни і надіслати його на конкурс „Ми пам’ятаємо”. На переможців чекають нагороди – цінні подарунки, які підготувала наша фірма, а вручатимемо їх в День пам’яті і скорботи, біля Вічного вогню в обласному центрі” [33].

Певним проривом у пропаганді сучасного вітчизняного кіно у регіонах нашої держави мав би стати проект „Кіно на периферію”, ініційований режисером Д. Сухолитким-Собчуком. Його мета – показати фільми молодих українських режисерів у найвіддаленіших куточках країни. Учасники планують відвідати зі своїми картинами села, райцентри і містечка. Наявність кінотеатру не обов’язкова. Покази проводитимуть за допомогою проєкторів. „Мені як автору важливо, щоб моє кіно побачили”, – підкреслив Д. Сухолиткий-Собчук.

„В Україні треба будувати прокатну стратегію. Вона у стані затишшя. Кінотеатри є лише у великих містах. А глядач – по всій Україні. Нехай вони люблять серіали, але хай подивляться ще щось. Якщо в райцентр приїде режисер один раз, наступного разу вони його вже знатимуть. Вже провели у

Чернівцях Вечори короткометражного кіно. Там вивели формулу – шукаємо маленький зал, де є стільці, ставимо DVD- програвач, проектор - і показуємо кіно”, – зазначив Д. Собчук-Сухолиткий.

За задумом організаторів проекту, автор фільму надає свої фільми для некомерційного перегляду. Заповнює анкету та відсилає на скриньку проекту. Автор обирає область, район, села, в які йому хочеться поїхати і показати свої фільми. Покази можуть відбуватися за згоди авторів без їх присутності. Також планують зібрати фільми молодих режисерів у загальну базу і створити матеріально-технічну платформу для показів – зібрати проектори, екрани, звукову апаратуру [34].

„Коли людина дивиться гарне кіно, – зазначає голова Української Кіно-Асоціації Д. Ржавський, – для нього не має значення географічна приналежність стрічки... Нашому глядачу необхідно дати можливість дивитися вітчизняні фільми. Надати право вибору. Показати перевагу нашого кіно та намагатися зробити так, щоб воно було конкурентним та цікавим” [35].

Завершуючи огляд актуальних проблем та нових тенденцій в українському кінопрокаті, можна зазначити, що зараз в Україні, незважаючи на певні труднощі, йде поступовий процес відновлення вітчизняного кінопрокату. Хоча тут ще є поле для великої роботи. Зокрема, стратегія розвитку кінопрокату має бути спрямована на відновлення української кінематографії як самоокупної конкурентоспроможної галузі культури шляхом запровадження стимулюючих форм і методів господарювання та вдосконалення механізмів позабюджетного фінансування

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Азаров М. Працівникам галузі кінематографії з нагоди Дня українського кіно / Азаров М. // Уряд. кур'єр. – 2012. – 11 верес.
2. Панченко А. Наше кино: врач-драчун, Иван-Сила и трубач / Панченко А. // Сегодня. – 2012. – 14 сент.
3. Реалізація державної політики в галузі культури : Аналітичний звіт Міністерства культури України за 2011 рік. – К. : Міністерство культури і туризму України, 2012. – 80 с.
4. Аналітичний звіт Міністерства культури України за 2012 рік. – К. : Міністерство культури і туризму України, 2013. // <http://mincult.kmu.gov.ua>
5. Копилова К. Голова Державного агентства України з питань кіно Катерина Копилова: „Україна має кінематографічний талант” / Копилова К. // Уряд. кур'єр. – 2012. – 30 серп.

6. Український кінопрокат: тенденції і сподівання / Інф. // <http://zbruc.eu/node/6458>
7. Десятерик Д. Декілька незлих слів про український кінопрокат / Десятерик Д. // <http://www.day.kiev.ua/uk/article/kultura/dekilka-nezlih-sliv-pro-ukrayinskiy-kinoprokat>
8. Лубчак В. Чому український глядач і українське кіно не можуть зустрітися? / Лубчак В. // День. – 2012. – 9–10 лист.
9. Дацюк Г. Кіно з Країни Зелених Пагорбів / Дацюк Г. // Україна молода. – 2013. – 21 берез.
10. Горделадзе Л. Декілька незлих слів про український кінопрокат / Горделадзе Л. // <http://vdslr.com.ua/tag/ukra%D1%97nskiy-kinoprokat/>
11. Дацюк Г. Силою не будеш милою / Дацюк Г. // Україна молода. – 2013. – 12-13 квіт.
12. Керівник Держкіно вважає, що українське кіно досить представлене в прокаті / Інф. // <http://life.pravda.com.ua/culture/2013/04/9/126035/>
13. Антоненко А. Кіноекранів стане більше / Антоненко А. // День. – 2012. – 1 лют.
14. Бондарчук Л. Хто згадає „Час життя об’єкта в кадрі”? / Бондарчук Л. // Уряд. кур’єр. – 2013. – 2 лют.
15. Поліщук Т. Кабмін хоче запровадити податок на показ кіно / Поліщук Т. // День. – 2013. – 1 серп.
16. Мацюк Б. Вітчизняні бізнесмени поки не вірять в українське кіно / Мацюк Б. // <http://ua.comments.ua/life/195265-vitchiznyani-biznesmeni-poki-ne-viryat-v.html>
17. Особливості української кіноіндустрії: з глядачами або без / Інф. // <http://www.pohlyad.com/zhyttya/n/21390>
18. Крылов В. Украинское кино / Крылов В. // УИКЕНД. – 2013. – 12 верес. – С. 4–5.
19. Бондарчук Л. Актор театру і кіно Остап Ступка: „Матиме українське комерційне кіно – зможемо створити й авторські картини” / Бондарчук Л. // Уряд. кур’єр. – 2013. – 8 черв.
20. Українська мова втрачає позиції в освіті та книговидавстві, але тримається в кінопрокаті / Інф. // <http://texty.org.ua/pg/article/movchun>
21. Українська Кіно-Асоціація: Українським студіям вигідно дублювати фільми і на українську, і на російську / Інф. // <http://www.telekritika.ua/pres-reliz/2012-04-18/71290>
22. Поліщук І. Думати чи жувати – ось в чому питання / Поліщук І. // Урядовий кур’єр. – 2013. – 12 лют.

23. Катаєва М. Столичні кінотеатри увійдуть до „Київкінофільму” / Катаєва М. // Хрещатик. – 2013. – 9 серп.
24. Прорывай Е. Кина не будет / Прорывай Е. // Веч. вести. – 2013. – 12 авг.
25. Катаєва М. Кінотеатр „Київ” відзначає ювілей / Катаєва М. // Хрещатик. – 2012. – 21 лист.
26. Федорчук Т. Довгий метр / Федорчук Т. // Веч. Київ. – 2012. – 22 лист.
27. Ільчук С. У кінотеатрах – „Балада про солдата” / Ільчук С. // Уряд. кур’єр. – 2012. – 22 черв.
28. Вишневська М. У Чернівцях може зникнути кінотеатр ім. І. Миколайчука / Вишневська М. // День. – 2013. – 29 січ.
29. Михлик З. Добивають „птаха”... / Михлик З. // Сіл. вісті. – 2013. – 7 лют.
30. Яновський С. Кажуть, що інакше інвесторів не зацікавити / Яновський С. // Голос України. – 2013. – 28 лют.
31. Кирей В. Кінохіт для Драбівця / Кирей В. // Уряд. кур’єр. – 2012. – 11 лип.
32. Подарував захоплюючі кінопригоди в Парижі / Інф. // Голос України. – 2013. – 31 серп.
33. Кінотеатрами починають керувати люди, далекі від кіно, – директор Львівського обласного кінопрокату / Інф. // <http://www.pohlyad.com/news>

34. Молоді режисери поїдуть по селах / Інф. // Демокр. Україна. – 2012. – 15 черв.

35. Крылов В. Украинское кино / Крылов В. // УИКЕНД. – 2013. – 12 верес. – С. 4–5.

Матеріал підготував

***Бурнашов І.Ю.,***

зав. сектором відділу наукового  
аналізу і узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування ***І. Г. Піленко***

Підписано до друку 30.09.2013. Обл.-вид. арк. 1,5. Б/т. Зам. 94. Безплатно

---

Ротапринт НПБ України, Київ–1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12