

НАЦІОНАЛЬНІ ФІЛЬМИ В ПРОКАТІ: СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ

Розглядаються позитивні передумови функціонування кінопрокатного сегмента для поступового відродження національного кінематографа.

Ключові слова: фільм, кінопроцес, кіноринок, телеканал, підтримка, перспектива.

Рассматриваются позитивные условия функционирования кинопрокатного сегмента для постепенного возрождения национального кинематографа.

Ключевые слова: фильм, кинопроцесс, кинорынок, телеканал, поддержка, перспектива.

Considered positive film distribution segment of the operating conditions for the gradual revival of national cinema.

Key words: film, filmmaking, film market, television channel, support, perspective.

Останніми роками державне фінансування кіновиробництва ледве вистачає на зйомки кількох фільмів на рік, але створена кінопродукція не знаходить свого глядача. Один з варіантів вирішення проблеми — держзамовлення на виробництво фільмів повинно передбачати витрати на їхнє просування. Росія, наприклад, витрачає на рекламу національного фільму від 20 до 100 тис. доларів державних коштів. У нас — нуль. Тому досі маємо парадоксальну ситуацію, коли державна служба кінематографії звітує, що кіно знімається, а в кінотеатрах його немає.

Мета статті — визначення основних складових позитивного балансу в кінопрокатному сегменті, що є ключовим в організаційному й економічному аспектах розвитку кіногалузі. Тому так важливо обрати пріоритетні напрями розвитку цієї ланки кіноіндустрії для національної кінематографії.

З 1 січня 2011 р. в Україні набули чинності довгоочікувані зміни до Закону «Про кінематографію». Серед найважливіших «кінозмін» — податкові нововведення. Так, до 1 січня 2016 р. кіно на всіх етапах (від виробництва до показу й дублювання іноземних фільмів українською) в Україні звільняється від ПДВ. Важливо, що відтепер кіновиробники не сплачують і податок на землю. Й ще одна суттєва пільга — не підлягають оподаткуванню кошти спонсорів, які вкладаються у виробництво національних фільмів. Податкові пільги поширюються й на всі технологічні кінопроцеси. Усе це — позитивні передумови для поступового

нарощення кіновиробництва. Суми, що виділяються на підтримку національної кінематографії в державному й місцевих бюджетах, не можуть використовуватися з іншою метою. Але всі ці важливі заходи не гарантують наявності вітчизняної кінопродукції на великому й малому екрані найближчим часом.

Національні фільми неконкурентоспроможні в кінотеатральному прокаті міського рівня. Інвестори сучасних кінотеатрів представляють іноземні (переважно американські або російські) інтереси й зацікавлені в касовому репертуарі. Якщо відбувається прокат фільму українського виробництва (наприклад, «Аврора»), дистриб'ютор перебуває в жорстких умовах, пов'язаних з мінімальним часом демонстрування й невігідним розміщенням сеансів. Такий обмежений прокат залишається малопомітним для широкого загалу глядачів, особливо на тлі масової промоції американської кінопродукції.

Механізм підтримки національного виробника встановленням квоти в кінотеатральному прокаті й на телебаченні не спрацьовує. Якщо національна кінопродукція й пропонується до показу, то їй надається найневігідніший ефірний час — переважно нічні або ранкові години кінопоказу.

Незважаючи на всі проблеми, ми все-таки маємо свій кінопродукт, про який знають лише творці вітчизняних кінофільмів та невелике коло фахівців. Створені фільми гідно репрезентують українське кіномистецтво на міжнародних кінофестивалях вищого рангу (С. Коваль — на Берлінському, І. Стрембицький та М. Врода — в Каннах). Досягнення українського кінематографа залишаються поза інтересами українського кінопрокату насамперед тому, що в сучасних умовах аудіовізуального ринку необхідно пов'язувати виробництво національних фільмів з потенційними можливостями різних видів прокату.

Підтримка телеканалів.

Для успішної реалізації фільму дуже важливим є його передпродаж. Лише в цьому разі без додаткових ризиків можна планувати, знімати й не залишитися банкрутом. Фільми завжди пропонуються ринку ще до завершення кіновиробництва. Гарантією якості майбутньої кінопродукції є тільки прізвища й імена її творчої групи. За словами продюсера Олександра Роднянського, нещодавно Джон Сільвер оголосив на кіноринку про новий фільм: його назву, жанр, книжку, за якою його планується знімати, при цьому нічого навіть не сказав про творчий і акторський склад. Права прокату на території Росії щодо цього проекту одразу було придбано за 3,5 мільйона доларів [8]. Поки що в нас немає ринку,

де можна запропонувати ідею, сценарій і бути впевненими, що за них заплатять.

Реальний стан фінансування Україною власної кіногалузі залишає її на межі зникнення, вітчизняним кінопрофесіоналам для виживання доводиться за невеликі гроші створювати російські сіткоми. «Українського кіновиробництва взагалі поки немає, я його не знаю, — стверджує режисер Андрій Дончик, який зняв перший український сучасний фільм українською мовою з українськими й російськими акторами повністю на українські гроші «Украдене щастя» (проект виконано на замовлення української студії «1+1», коли її генеральним продюсером був Олександр Роднянський). Поки що в Україні кіно не стало бізнесом. Я бачу великий телевізійний бізнес, це правда. Знімають усі довгограючі серіали, бо Росія не здатна впоратися з цим потоком. В Україні тепер є десятки невеликих студій, продакшнів, російських дочірніх компаній — усі знімають тут телевізійні фільми» [2].

Продюсер О. Кохан, який очолює кінокомпанію «Сота сі-нема груп» й активно працює в українському кінематографі, долучає до своїх успішних проєктів (фільмів Кіри Муратової «Два в одному», «Мелодія для шарманки», Романа Балаяна «Райські птахи», Отара Іоселіані «Шантрапа», Кшиштофа Зануссі «Серце на долоні») гроші з різних джерел фінансування. Це не тільки допомога телевізійних каналів, а й внески з фондів, від спонсорів. Найближчим часом і в Україні планується створення фонду проєктів «Кіноарсенал», головною метою якого стане системна фінансова підтримка ключових складових кіноіндустрії, забезпечення ефективного партнерства кіноіндустрії, приватного бізнесу і держави [1].

За словами генерального директора «Central Partnership Sales House» Марко Лоло, один із найсерйозніших поштовхів до наявності російських фільмів у російських кінотеатрах відбувся у 2004 р. Ним стала зацікавленість кінопроцесом найбільших телеканалів, а саме — їхня підтримка у виробництві й просуванні фільмів. Тому він пропонує українським продюсерам і прокатникам шукати партнерів серед телевізійних каналів.

Вітчизняні виробники також починають активно опановувати цей напрям діяльності. Наприклад, нині Олег Кохан веде переговори з кількома каналами («Інтер», «1+1» та медійна група Пінчука) щодо спільного виробництва повнометражного художнього фільму. Олег Малишевський, виконавчий директор кіноконцерну «Ялта-фільм», спільно зі студією «Квартал 95» знімає фільм «День святого Валентина», інвестором якого виступив канал ICTV.

Цифровий кінопрокат.

Нові технології настільки стрімко змінюють кіноринок, що застосовувати досягнення минулого без коректив уже неможливо. Для українських дистриб'юторів виявився успішним 2010 кінопрокатний рік. Найбільший касовий успіх мали картини в 3D-форматі. Три з п'яти фільмів-лідерів за обсягом касових зборів («Аватар», «Аліса в Країні чудес», «Битва титанів») створені саме в цьому форматі. Аудиторію не стримувало навіть те, що самі квитки на картини в 3D коштували дорожче.

У 2010 р. інтенсивно збільшувалося переобладнання залів під цифровий показ у 3D-форматі. Зростання їхньої кількості порівняно з минулим роком склало майже 300% — це 70 залів у 53 кінотеатрах [10]. За прогнозами генерального директора «B&N Film Distribution Company» Богдана Батруха, до кінця 2011 р. їх повинно відкритися більше 100 [6]. Такий прогрес робить відчутними перспективи використання альтернативного контенту й надає можливість говорити про реальну зміну сил на ринку.

Очевидно, що майбутнє кінопрокату — за цифровими технологіями. Касовий успіх 3D-релізів спонукає до переоснащення кінотеатрів цифровим обладнанням. Основним стримуючим фактором залишається брак коштів.

В Україні зростає кількість вітчизняних компаній, що надають послуги з переобладнання кінотеатрів на цифрові технології («Кіносвіт», Time Line тощо). Перевагами введення цифрових технологій у кінотеатрах є економічна вигідність модернізації залів регіональних кінотеатрів та перспективи відновлення мережі в сільській місцевості.

Дистриб'юція вітчизняного кінопродукту в цифровому форматі (матеріали кінофестивалю «Відкрита ніч», «Молоде українське кіно» тощо) дозволяє зменшити собівартість фільмокопії, забезпечити високу якість зображення та звуку, можливість захисту від піратства фільмів спеціальним шифром. Упровадження цифрових технологій є передумовою виходу українського кінопродукту на міжнародний ринок кінопрокату.

Кінофестивалі та кіноринки.

Участь фільмів у кінофестивалях — це додатковий механізм промоції кінопроекту. Перемога на міжнародному фестивалі надає можливості продажу в десятках країнах світу. Саме тому лише участь у кінофестивалі вже є успіхом. Адже значна кількість журналістів дивляться ці фільми й пишуть про них у своїх газетах, на це реагують дистриб'ютори.

Фестивальний успіх фільму безпосередньо впливає на його касові збори. Якщо картина потрапляє на фестиваль класу «А»,

то продюсер одержує винагороду за цей фільм або преференції щодо свого майбутнього проекту. Так працює цей механізм. Кінопроекти Олега Кохана перемагали у Венеції, Римі, Каннах. За чотири роки — понад 50 призів. «Уже перед каннською прем'єрою «Щастя мого» на нас вийшли декілька великих європейських каналів із пропозиціями щодо співпраці в наступних проектах Сергія Лозниці. А вже після Канн «Щастя моє» було продано до 20 країн Європи, США та Ізраїлю. Вже є факти, успішність стратегії доведено», — підсумовує Олег Кохан [3]. Зі слів продюсера, важливими є різні позабюджетні фонди, які спеціалізуються на підтримці прокату. Наприклад, у Франції дистриб'ютор, який набув права фільму «Щастя моє», отримав від спеціального фонду на друкування копій, просування й поліграфію 80 000 євро, в Німеччині — 65 000 євро. В нас же все це, на жаль, відбувається на кошти продюсера. Не всі дистриб'ютори готові друкувати копії та витратити гроші на рекламу. Українська кінофундація на чолі з керівником міжнародного кінофестивалю «Молодість» Андрієм Халпахчі активно просуває вітчизняне кіно на світовому кіноринку.

З 2005 р. на міжнародному фестивалі «Молодість» почав працювати однойменний кіноринок. Його поява — одна з перших практичних позитивних змін на ринку дистрибуції в Україні, що стимулює розвиток кінобізнесу в цілому. Вітчизняний кіноринок стає бізнес-майданчиком, на якому можна купити чи продати права на кіно- та телепродукцію й повернути витрачені кошти через комерційний прокат. У широкому прокаті глядач міг бачити лише «Аврору» Оксани Байрак, «Інді» Олександра Кириєнка та «orANGELove» Алана Бадоева. А, наприклад, фільмові Єви Нейман «Біля річки», який мав гарну фестивальну долю, не пощастило у вітчизняному прокаті. За інформацією спеціалізованого журналу «Action!», для прокату в кінотеатрах України була продана лише одна копія, яку послідовно демонстрували у великих українських містах [4].

Нині важливу роль у вітчизняному кінобізнесі відіграють щорічні кіноринки: в травні — в межах Київського міжнародного телерадіоярмарку, в липні — наймолодший, але досить потужний Одеський міжнародний, в жовтні — Київський міжнародний «Кіноринок Молодість».

Артхаусний прокат.

Авторське прокатне кіно в нашій країні залишається в складних умовах. Попри те, що українські кінофільми постійно здобувають призи на міжнародних фестивалях, у широкому про-

кати некомерційні проекти не мають підтримки дистриб'юторів і кінотеатрів.

Натомість у вітчизняному кінопрокаті репрезентовані різні світові кінематографії та започатковані інноваційні проекти з метою жанрового урізноманітнення: «Невідоме європейське та українське кіно», «Вечори французького кіно», «Лінія іспанського кіно», «Тиждень німецького кіно» тощо.

Стан прокатного ринку авторського кіно в Україні фахівці оцінюють фактично як вільну нішу. Фестивальну кінопродукцію на території нашої країни представляє лише одна компанія — «Артхаус Трафік». Українському глядачеві не показують значної частини того, що демонструють у Росії. В Європі ж існують кінотеатральні мережі, які конкурують між собою в роботі з авторським кіно.

Артхаусна продукція має невеликий тираж, переважно 1-2 копії на один фільм. Це становить менше 1% від кінопрокатного ринку України. В такому разі дублювання українською мовою не є вигідним.

За останній період нам здається цікавим досвід прокату українського кінопроекту «Мудаки. Арабески». Некомерційний за задумом і неоднозначний за змістом, він став досить успішним артхаусним кінопродуктом вітчизняного виробництва. Незважаючи на відмову більшості регіональних прокатників працювати з проектом, його валовий збір склав понад 100 тис. грн. Альманах подивилося більше трьох тисяч глядачів, 95% аудиторії — кияни [5]. Продюсери А. Тихий і Д. Іванов сподіваються на подальші прокатні перспективи в Росії та промоцію на міжнародних фестивалях класу «А».

DVD-ринок.

Світова тенденція на сформованих кінопрокатних ринках — зменшення об'ємів широкоформатного кіно, збільшення об'ємів домашнього кіно завдяки video-CD і DVD.

В Україні ліцензійний ринок залишається малорозвиненим порівняно з кінотеатральним прокатом. Реально оцінити об'єми ринку досить складно, у зв'язку з наявністю в продажу значної кількості піратської продукції.

З 2006 р. релізи виходять у новому якіснішому форматі Blu-Ray. Протягом наступних двох років найбільші американські кіностудії, які спочатку підтримували технологію HD DVD, поступово перейшли на Blu-ray.

З 2004 р. в Україні широко розповсюджуються DVD-версії фільмів суспільного надбання в межах Всеукраїнського проекту «Кінофонд телекомпанії: золота колекція вітчизняного кіно». «Старе» кіно почало активно демонструватися в ефірі

центральної та регіональної телеканалів, успішно підкорює багатомільйонну українську аудиторію різного віку. Молода аудиторія відкриває для себе велике кіномистецтво, старше покоління — з ностальгією повертається в спогади. Кінотворчість найкращих вітчизняних митців — цікавий художньо-просвітницький матеріал, що розширює світогляд і знайомить з талановитими акторами й режисерами: Н. Ужвій, А. Бучмої, О. Довженком, І. Кавалерідзе та ін. Важливо, що цінують майстерність кіномитців не тільки глядачі та керівники програмних служб телеканалів, а й регіональні рекламодавці. Це дає підстави для двох важливих висновків: по-перше, саме вторинний кінопрокат допоміг зберегти й донести до телеглядачів найкращі зразки кінокласики; по-друге, вітчизняний фільмофонд можна продавати й отримувати дивіденди. Сьогодні найкращі фільми минулих років успішно конкурують на телеекрані з масовою західною кінопродукцією, яку широко пропонують численні фірми-дистриб'ютори.

В грудні 2009 р. розпочав роботу центр цифрового відновлення фільмофонду Національної кіностудії художніх фільмів імені О. Довженка. Сучасні технології (високотехнологічний сканер ARRISCAN) допомагають відновити кращі здобутки національного кінематографа та сприяють їх популяризації як в Україні, так і за її межами. У зв'язку з появою нових технічних можливостей, нам здається доречним до наступного ювілею кіностудії випустити DVD-колекцію фільмів за тематичним принципом: фільмографія видатних режисерів, касові фільми, українське поетичне кіно тощо.

На думку вітчизняних (О. Кохан, О. Наследніков, А. Різоль, А. Пугач) та іноземних (Б. Батрух, М. Шліхт, М. Лоло, О. Березін) представників кінобізнесу, Україна з населенням 46 млн та щорічним зростанням масштабів кіноринку на 30% стає цікавою для інвестувань в кінобізнес. Сучасний ринок кінопрокату повільно, проте впевнено розвивається. Валовий збір кінотеатрів збільшується щороку на 20-25% [9]. Зростання ринку в таких темпах прогнозується й на найближчі кілька років.

На думку Марка Лоло, генерального директора «Central Partnership Sales House», нині у вітчизняному кінобізнесі переломний момент. На конференції «Кінобізнес в Україні» у 2010 р. він запропонував свою теорію чотирьох «П» (російською мовою), які є необхідними для подальшого активного розвитку вітчизняного кінобізнесу:

- виробництво: за 2009-2010 рр. в Україні фактично не було власних завершених проєктів, що ставить під загрозу зникнення вітчизняну кіноіндустрію;

- прокат: прокатники мають пасивну позицію в просуванні фільмів, намагаючись уникнути додаткових витрат;
- показ: абсолютно недостатня кількість сучасних екранів порівняно зі світовим досвідом кінобізнесу;
- прозорість ринку: відкрита комунікація між гравцями ринку, зокрема між конкуруючими сторонами, а також у питаннях державного регулювання.

Для виробництва й просування національних фільмів у прокаті необхідні потужні витрати. Однак претенденти на фінансування відсутні. Кінотеатри посилаються на те, що свій прибуток їм слід інвестувати в модернізацію й відкриття нових залів. Кінодистриб'ютори, у свою чергу, незадоволені маленькими об'ємами бізнесу. А держава, якщо й фінансує, то поодинокі некомерційні кінопроекти.

Світовий досвід пропонує дві схеми можливої підтримки національного кіновиробництва зі сторони прокатників. Перша — відсоткові відрахування з комерційного прокату іноземного (в першу чергу — американського) кіно. Так діяли, наприклад, у Франції. Але там цей процес відбувається за умов могутньої і розвинутої системи кінопрокату. Частка вітчизняних фільмів у французькому прокаті становить 40% і стільки ж мають американські блокбастери (офіційно вони називаються продукцією неєвропейського виробництва) [7]. Правда, досягається цей паритет завдяки встановленню жорстких квот. Причому не лише для кінотеатрів, а й для телеканалів, на яких у певні дні та години (зокрема по середах та суботах) заборонено транслювати касові фільми. Французьке законодавство зобов'язує всі телеканали демонструвати національні кінокартини. Найбільші податки там сплачують ті кінотеатри, які демонструють невітчизняні кінофільми. У Франції законом категорично заборонено ввозити готові копії, їх мають виготовляти на теренах французьких студій.

У нас інвестори поки вкрай нерішуче погоджуються на витрати, пов'язані з переобладнанням кінотеатрів і придбанням фільмів. Якщо їх поставити перед необхідністю відрахувати хоча б 5% від зборів на користь будь-чого, процес узагалі може зупинитися. В цій ситуації прокат американських фільмів нагадує локомотив. Сподіваючись саме на прибутки від прокату голлівудського кіно, будуються нові кінотеатри й реконструюються старі. Коли кінозалів стане більше, виникне можливість і для прокату якісних художніх фільмів. Спочатку необхідно створити нову технічну базу кінопрокату, на основі модернізованих потужностей спробувати повернути людям звичку ходити в кіно, тобто регулярно витрачати на це гроші. Й не тільки у великих містах.

Друга можлива схема — участь кінопрокатних компаній у фінансуванні українських кінопроектів. Але фінансування припускає

існування чіткого механізму повернення коштів від реалізації прав на основних ринках і на всіх видах носіїв (кіно, відео, DVD). Це складний процес, що перебуває на стадії формування.

Перспективними напрямками дослідження може бути створення замкненого циклу «фільмування — прокат — показ» з метою повернення коштів у кіновиробництво; вивчення організаційних, економічних, правових аспектів у функціонуванні ефективної системи взаємозв'язку між ланками кінопроцесу.

Список літератури

1. В Україні створюють Фонд підтримки кіно [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://culture.unian.net/ukr/detail/192423>.
2. Годованець О. Український Голівуд / Ольга Годованець [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<http://glavred.info/archive/2008/04/29/132002-8.html>.
3. Десятерик Д. У наших силах дати світові український новий кінематограф / Дмитро Десятерик [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/299451>.
4. Кокотюха А. Вітчизняне кіно: шукайте в кінотеатрах / Андрій Кокотюха [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.telekritika.ua/events/2007-10-29/34612?theme_page=20&.
5. Кокотюха А. Зводи президента в кіно! / Андрій Кокотюха [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/media-continent/authorcolumn/kokotuha/2011-07-06/64106>.
6. Попова М. Кино неплохо смотрится / Мария Попова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kommersant.ua/doc/1677967>.
7. Приходько О. Антиголлівудская коалиция / Оксана Приходько [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zn.ua/articles/31584>.
8. Роднянський О. Ситуація в Україні вагітна українським подієвим фільмом / Олександр Роднянський [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/cinema/2010-12-01/58018>.
9. Україна стоит на пороге новой эры в развитии кинорынка [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://kino.meta.ua/readnews/51298>.
10. Шевченко В. Кино-2010: пациент скорее жив / Валерия Шевченко [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/21867/48/lang,ru/>.

Надійшла до редколегії 26.03.2012 р.