

**ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ БРЕНДУ «УКРАЇНСЬКЕ КІНО»  
НА ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕРЕНАХ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ**

*(оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету  
та неопублікованими документами за 2017–2018 роки)*

Зважаючи на перемоги українських режисерів на міжнародних конкурсах, рекордні за всю історію вітчизняного кіно бокс-офіси, збільшення фінансування кіновиробництва з бюджету й кількість відзнятих стрічок, – 2017-й рік вважають знаковим для української кіноіндустрії. Упродовж року майже на всіх публічних заходах, так чи інакше пов'язаних з кіновиробництвом, обговорювалася тема «ренесансу українського кіно» [1].

У 2017-му році держава виділила на виробництво та розповсюдження українських фільмів понад 500 мільйонів гривень, у бюджеті на 2018-й – уже понад мільярд. Половина цих коштів ітиме через Держкіно, а інша – через спеціальну бюджетну програму Міністерства культури України «Виробництво (створення) та розповсюдження фільмів патріотичного спрямування» [2].

І хоч в Україні чимало проблем кіновиробництва вже вирішено, питання кінодистрибуції та промоції вітчизняних стрічок на сьогодні залишається досить актуальним.

На цьому наголошують і провідні українські кінофестивалі та кінооб'єднання, що звернулися з відкритим листом до Президента, Прем'єр-міністра й Голови Верховної Ради України.

Упевнено стверджуючи, що завдяки цілеспрямованій роботі Державного агентства України з питань кіно українська кіноіндустрія розвивається в перспективному напрямку, автори листа все ж звертають увагу адресатів на дуже важливу проблему промоції українського кіно, вважаючи, що українське кіно потребує просування та популяризації як серед українських глядачів, так і на міжнародному рівні [3].

Експерти вважають, що саме Закон України «Про державну підтримку кінематографії», ухвалений у березні 2017-го, сприятиме подоланню цієї проблеми, адже, крім іншого, передбачає надання державної підтримки не лише

кіновиробництву, а й суміжним, також важливим сферам, – кінодистрибуції, кінопромоції, кінотеатрам, кіноархіву та кіноосвіті.

Відтак, Державне агентство з питань кіно планує фінансувати і виробництво фільмів, і девелопмент (розробку), промокампанії, просування проектів у кінотеатрах, створення рекламних роликів, тизерів, фінансування івентів (допрем'єрних і прем'єрних показів), участь у міжнародних кіноринках, фестивалях тощо [4].

Керівник Одеської кіностудії Андрій Осіпов звертає увагу на світовий підхід до прокату, який полягає в тому, що більш ніж половина бюджету фільму витрачається на рекламу, її розробку, просування стрічки: «У нас мають з'явитися свої кіногерої, яких приємно мати на футболці, на чохлі для айфону чи на зошиті. У нас має вирости ця індустрія, де люди будуть приходити на впізнавані образи, – каже він. – Якщо говорити про бюджет, в середньому повнометражний фільм, який не соромно буде дивитись, можна зняти за 25–30 млн гривень. І, щонайменше, 5–10 млн треба витратити на його просування. Тоді цей фільм будуть знати всі, й приходитимуть в кінотеатри його подивитися» [5].

Кіно – це інвестиція в майбутнє, розвиток держави, а промоція українського кіно – фактор, що формує імідж країни.

Становлення кінодистрибуції та промоції, за словами голови Держкіно Пилипа Ілленка, є одним із найголовніших викликів української кіноіндустрії на сучасному етапі [4].

Прийняти цей виклик означає підтримати українське національне кіно, яке створює український культурний простір і український культурний контекст, які є основою формування національної самоідентифікації, сучасної української нації [6].

Однією з можливих і вже однозначно вдалих моделей промоції українського кіно на вітчизняному та міжнародному кіноринку став проект *«Дивись українське – твори своє майбутнє»*, ініційований компанією «ВАВІЛОН» та Асоціацією «Сприяння розвитку кінематографа в Україні – Дивись українське!».

Загалом проект циклічний та розрахований не на один рік. Ним передбачено щорічне проведення конкурсів сценаріїв короткометражних фільмів «Своє кіно» (вже завершено другий конкурс), а потім екранізацію сценаріїв переможців та показ їх у кінотеатрах.

Ідея проекту *«Дивись українське»* досить проста й легка для втілення: показувати 3–4-хвилинні фільми перед фільмами макроформи на 90–150 хв. А головна мета полягає у збільшенні контактів глядача з продуктом українського кіновиробництва, і принципово – через кінотеатри.

Стартували покази в листопаді 2016-го року. Впродовж двох місяців фільми проекту «Дивись українське» побачили понад 650 тисяч глядачів (це більше, ніж показники перегляду українського кіно за весь 2015 рік!)

Здавалося б, це нонсенс, що некомерційний проект так активно розвивається в сегменті комерційно спрямованого бізнесу. Експерти ж пояснюють, що роль тут відіграв позитив – глядач не має негативних емоцій, бо самі фільми заплановано робилися про світло, любов, дружбу, жертвність. Крім того, ці короткометражки перед великими фільмами трохи витіснили рекламні та проморолики, які доволі часто викликали глядацьке нарікання.

Журналіст, кінокритик, редактор Ярослав Підгора-Гвяздовський вважає проект винятково індустріальним, який не зміг би бути реалізованим без підтримки кінотеатрів, режисерів, продюсерів, меценатів, медійних ресурсів, критиків і самих глядачів. «Те, що врешті реалізувала асоціація „Сприяння розвитку кінематографа в Україні – дивись українське!“ як ініціатор проекту „Дивись українське – твори своє майбутнє!“, стало можливим завдяки вже сформованій вітчизняній індустрії, побудованій завдяки й навколо прокату іноземного продукту, рекламі, зйомці численних музичних кліпів, розвиткові кінотеатральних мереж, приватних продакшнів, рентал-хаузів, а також банківського сектору, інвестиційних структур та іншого, некіношного бізнесу», – переконаний він.

Справді, фінансово, ідейно й практично проекту сприяли фонди та банки, аудиторські й консалтингові компанії, підприємства й міністерства, асоціації та виробничі компанії, фестивалі та інтернет-видання – загалом понад 50 організацій. Першим, хто підтримав цю ініціативу й виступив Генеральним партнером, став благодійний фонд Ігоря Янковського «Ініціатива заради майбутнього».

Важливо, що погодилися підтримати проект і кінотеатри. Першими «прийняли» фільми проекту п'ять мереж: «Київкінофільм» (10 кінотеатрів із загальною кількістю 25 зал), «Баттерфляй» (6 кінотеатрів, 29 зал), «Оскар» (2 / 14), «Планета кіно» (7 / 45) і Cinema City (3 / 19), плюс окремо два столичні кінотеатри – «Жовтень» (6 залів) і «Україна» (2 зали). Разом це склало 30 кінотеатрів, або 140 зал, а це більше третини всіх зал, що працюють в Україні.

Позитивною є і динаміка розвитку проекту стосовно міст-учасників – починалося все з Києва, Тернополя й Одеси, згодом долучилися Львів, Суми та Харків.

Олена Ніцко, директор із маркетингу мережі кінотеатрів «Сінема Сіті» впевнена, що скоротити рекламні блоки й показувати замість них короткі українські фільми – правильний вибір, адже вони подобаються глядачам. «Будемо вважати, що і наша мережа зробила свій внесок у розвиток національного кіно. У проекту є мета – переконати глядачів, що українське кіно

існує, воно може бути цікавим і якісним, добрим і зворушливим. Практично всі картини цікаві, а при цьому не крикливі й не настирливі, – нам це імпонує», – зазначає О. Ніцко.

Режисер повнометражних фільмів «Інді», «Ілюзія страху» й десятків серіалів Олександр Кириєнко погодився взяти участь у проекті й зняти короткометражку «На своїй землі». Він вважає, що коротка форма нічим не легша за велику, а може й складніша, бо треба швидко й стисло встигнути сказати те, про що зазвичай говорять повільно й довго. «Я ніколи не знімав короткий метр, власне тому й пристав на пропозицію, бо мені було дуже цікаво, – зізнається режисер і додає. – Більшою мірою я погодився через те, що вважаю – ми мусимо показувати нашому глядачеві, що самі можемо знімати красиво й професійно. Я впевнений, глядач захоче таке дивитися».

Великий плюс проекту ще й у тому, що до нього вдалося залучити не лише іменитих режисерів, а й упізнаваних вітчизняних акторів. Так у стрічках знялися Станіслав Боклан («На своїй землі»), Олексій Горбунов («Свічка»), Олег Примогенов («Ліфт»), В'ячеслав Довженко й Сергій Кобзар («Двері»), Василь Баша («Клоун») та інші. Передусім завдяки цим акторам, на думку режисера, письменника Андрія Кокотюхи, відбувається близьке знайомство глядачів із нашим кіно. Це, так би мовити, позитивна спекуляція авторів проекту, своєрідний маркетинговий хід: знайоме краще сприймається й продається.

Ідейний творець проекту Андрій Різоль порівнює проект із пробником парфумів: не наважуєшся купувати – просто спробуй. «Так, це маркетингова стратегія, і не ми її вигадали, – коментує він. – Проте нам важливо, щоб були якісні сценарії, талановиті режисери, щоб наш кінопробник викликав просту зацікавленість».

Режисер фільму «Кисневий голод» і серіалу «Украдене щастя» Андрій Дончик для проекту «Дивись українське» взявся за короткометражку «Моно», що входить до фільмів із першого етапу. Особисто він вважає наступні сезони проекту важливішими, бо вони вже будуть не тільки для того, щоб нагадати про існування українського кіно, а й для того, щоб дати дорогу молодим – студентам чи випускникам, – так би мовити, підштовхнути їх, дати практику виробництва й можливість контактів із продакшн-компаніями, щоб зазирнути у професійне кіно.

Погоджується з такою думкою й режисер Олександр Кириєнко, стверджуючи, що на маленьких формах можна тренуватися, і завдяки такому проекту молоді режисери можуть «набивати руку й заточувати око».

У цьому сенсі наступні сезони нагадуватимуть практику, запущену в 90-х роках американською компанією Pixar, яка почала показувати 2–4-хвилинні анімаційні фільми перед своїми ж мультфільмами, рекламуючи себе і

паралельно даючи можливість молодим аніматорам вийти у світ, щоби з часом вони, вже натреновані, перейшли у вищу лігу режисури.

На першому етапі партнерами проекту були тільки дві компанії – дистрибутор В&Н, що представляє чотирьох голлівудських мейджерів (Walt Disney, Universal, Paramount та Sony), і «Вольга-Україна», котра є незалежним дистрибутором. До другого етапу долучилися вже й прокатник фільмів Warner Bros. в Україні компанія «Кіноманія» та прокатник фільмів 20th Century Fox компанія UFD.

Так проект «Дивись українське» як ініціатива для популяризації вітчизняного кіно перейшов із фази інтригуючого концепту до статусу дієвого масштабного індустріального проекту, поєднуючи соціальний контекст і кінематографічні засоби.

«Дивись українське» став комунікативним майданчиком для представників різного фаху, які вболівають за українське кіно. Таке кіновиробництво – спосіб відкривати нові імена сценаристів і акторів. Також це експеримент щодо пошуку шляхів дистрибуції нового українського кіно.

Наразі завершився вже другий конкурс сценаріїв «Своє кіно – 2», що мав на меті залучити більше ідей, бо попит на нове, глядацьке, візуально багате й сенсовно позитивне кіно набув разючих розмірів і вимагає термінового створення пропозицій. Адже короткий метр нині в Україні став трендом і перестав сприйматися як маргінальне кіно для вузького кола обраних глядачів. За три хвилини – хронометраж кожної стрічки – масовий глядач встигає відкрити для себе нове українське кіно як явище [7–14].

Популяризація українського кіно є метою ще одного культурологічного проекту, ініційованого журналісткою та волонтером Оленою Чередниченко «Дні українського кіно на Донбасі». Проект реалізує Благодійний фонд «Хартія добра» за підтримки Державного агентства України з питань кіно.

У рамках проекту кінопокази, розраховані на різні вікові категорії, проводяться на постійній основі в різних містах Донбасу, включно з населеними пунктами прифронтної зони. Крім демонстрації фільмів, організатори влаштовують для глядачів зустрічі з популярними українськими кінематографістами, майстер-класи відомих акторів і режисерів, творчі дискусії, лекції про історію кінематографа та інші культурологічні заходи.

Перший етап проекту стартував 24–28 квітня 2017-го року в Слов'янську, Краматорську й Торецьку (Донецька обл.) з метою ознайомлення мешканців Донецької та Луганської областей із взірцями сучасного та класичного національного кіномистецтва.

Після зустрічі з глядачами актриса Алла Сергійко, яка представляла фільм «Незламна», відзначила: «Було видно, що жителям Донбасу не вистачає уваги столичних кінематографістів, вони хочуть дивитися сучасне українське

кіно, до того ж, не тільки ігрове, але й документальне. Вразило, коли на зустрічі Молодіжної платформи „Вільна Хата” у Краматорську на запитання модератора, який репертуар хотіли би побачити глядачі наступного разу, молоді хлопці й дівчата відповіли: все, що пов'язане з Майданом, Чорнобилем та визвольною боротьбою УПА. Це дорого обходиться, тому що мисляча молодь – майбутнє нашої країни», – додала акторка.

Уже четвертий етап проекту – фестиваль сучасного кіно – тривав у прифронтовій Авдіївці впродовж 1–4 квітня 2018-го року. Програма заходу складалася з ігрових, документальних та анімаційних фільмів.

На думку організаторів та глядачів, «Дні українського кіно на Донбасі» – надзвичайно важливий і потрібний проект, адже не моралізаторством, а творчими методами допомагає творити майбутнє, формуючи в молоді власну думку щодо важливих життєвих та політичних ситуацій.

Олена Чередниченко наголошує, що головна ідея проекту – це залучення жителів Донецької та Луганської областей до єдиного культурного простору України, бо, на жаль, наше сучасне кіно там майже невідоме. А з огляду на те, що кінематограф є потужним засобом формування людської свідомості, – факт промоції вітчизняного кіно в умовах гібридної війни є питанням стратегічним [15].

Промоцію бренду «українське кіно», крім проектів, сповна покладено й на дистрибуторські компанії, яких в Україні щороку з'являється все більше.

Так, наприкінці 2017-го року українська компанія «Кіноман», що управляє кінотеатром «Жовтень», створила окремий підрозділ для промоції та розповсюдження українських національних фільмів – «Жовтень-прокат», директором якого стала засновниця ТОВ «Кіноман», очільниця кінотеатру «Жовтень» Людмила Горделадзе.

Таким чином кінотеатр бере на себе функції нового кінодистрибутора та збирається займатися просуванням українського кіно.

У рамках проекту періодично проводитимуться прес-брифінги «Українська кінопанорама. Репертуар наступного місяця».

Перший такий захід відбувся 2-го лютого 2018-го. Участь у заході взяли творці анонсованих на лютий фільмів і Голова Державного агентства з питань кіно Пилип Ілленко, який зазначив: «Щодо процесів виробництва, то тут багато проблем вже вирішено. З'являється багато фільмів, просто зараз півсотні повнометражних фільмів перебувають на різних етапах виробництва. І це лише ті, які виходять за підтримки Держкіно. Постає актуальна проблема донесення цих стрічок до глядачів». Режисер вважає, що кіноринок України поки що невеликий, і кількість дистрибуторів на ньому не може задовольняти наявний рівень виробництва.

Він висловив вдячність кінотеатру «Жовтень» за започаткування нового проекту на підтримку та розвиток бренду «українське кіно». «Я дуже радий з того, що кінотеатр «Жовтень» виконує функцію донесення українських фільмів до глядача. Треба працювати з глядачем, і тоді з'явиться інтерес, і будуть касові збори», – переконаний голова Держкіно [4; 16–18].

Варто зазначити, що ще в 2015-му році, відразу після відбудови, «Жовтнем» було започатковано креативний проект, який актуальний і зараз, – новий онлайн-ресурс «Друзі Жовтня» – комунікативний майданчик для шанувальників справжнього кіномистецтва, спрямований об'єднати шанувальників кіно. На основі цього ресурсу функціонує кіноклуб із однойменною назвою, а також проект «Меценатське крісло», суть якого в тому, що постійні глядачі, а також всі охочі можуть придбати іменну металеву табличку для себе та своїх рідних, яка кріпиться до обраного крісла в залі «Гегемон». Таким чином глядач отримує в кінотеатрі «Жовтень» персональне глядацьке місце. До акції приєдналися багато постійних відвідувачів кінотеатру, а також діячі культури [19].

Такі заходи надзвичайно важливі, адже, крім сприяння розвитку кінотеатру, допомагають підтримувати фінансово різноманітні культурні проекти – креативний підхід привертає увагу, дає можливість розвиватися новим ідеям.

«Дивіться українське кіно» – такий девіз уже впродовж 20-ти років студії «ВІАТЕЛ», яка активно просуває свої фільми й фільми, створені випускниками майстерні Василя Вітра (КНУТКТ ім. І. Карпенка-Карого). Партнером студії з дистрибуції є фірма GraphiTe. Посилання, яке намагаються донести засновники студії, – це те, що фільми не можуть жити без глядача. Фільмам потрібні сльози й сміх, оплески та емоції. Саме тому студія «ВІАТЕЛ» виступає в ролі дистрибутора, щоб допомогти молодим режисерам і їхнім фільмам зустрітися з глядачем, скоротити відстань між екраном і глядацьким залом.

Продуктом студії зокрема є серіал «Гра долі», у якому йдеться про загадкові історії з життя знаменитих людей, які жили на українській землі, та українців, які виїхали за кордон.

Цікаво, що це не просто телевізійний серіал – творці фільму сформували 22 тематичні диски, які пропонують для показу в школах, гімназіях, ліцеях та університетах. Ці 15-хвилинні фільми легко сприймаються під час уроку, викликають зацікавлення. З одного боку, вони допомагають викладачам та вчителям у роботі, з іншого – відкривають для молоді забуті та невідомі сторінки української історії та культури, сприятимуть підвищенню інтелектуального рівня української молоді, адже у фільмах ідеться про високу духовність української еліти, маловідомі факти з життя відомих людей, дотичних до української культури, мистецтва й науки [20–21].

Творчо й незвично до промоції кіноринку на вітчизняних теренах підійшла команда фільму «Війна химер» на чолі з режисерами та продюсерами Марією й Анастасією Старожицькими, оголосивши в Києві 12 квітня 2018-го року про започаткування альтернативного розповсюдження документальних стрічок під назвою «Народна дистрибуція» як нового шляху документального фільму до глядачів в Україні та світі.

Марія Старожицька ділиться спогадами, як виникла ідея створення такої ініціативи: «Рік тому відбулася прем'єра нашої стрічки „Війна химер”, яку ми зробили власноруч і власнокошт. І зрозуміли, що стрічка може просто зникнути... Під час мандрівного фестивалю Docudays майже у 100 містах та містечках, після показів, нам почали телефонувати, зв'язуватися через Фейсбук із проханням показати стрічку в себе на батьківщині – в класі, студентській аудиторії, бібліотеці, кіноклубі тощо. Ми віддавали стрічку й зрозуміли, що це фантастичний шлях, який треба запропонувати решті документальних фільмів. І ми пропонуємо йому назву – народна дистрибуція. Це волонтерське розповсюдження, народжене Майданом, за формулою „Візьми й зроби”», – сказала режисер.

За її словами, правила народної дистрибуції досить прості та прозорі: кожен охочий відтепер може сконтактувати через сторінку стрічки чи соціальні мережі й отримати безпосередньо від режисерів «Війни химер» кінокопію для безкоштовного чи благодійного показу.

Тобто, звичайні глядачі, яким сподобалася стрічка, самі ініціювали й продовжують ініціювати організацію її подальших показів у школах, ВНЗ, бібліотеках, кіноклубах, палацах культури, військових частинах та реабілітаційних центрах.

Головною умовою є зібрати зацікавлену аудиторію й розмістити в соціальних мережах розповідь про показ, відгук про фільм. «Тому що промокампанія у нас ведеться „з вуст в уста”, й тільки так можна підтримати народну дистрибуцію», – зазначила Марія Старожицька. Водночас вона додала, що ця схема є відкритою для інших стрічок, які долучаться до ініціативи.

Художник фільму Андрій Єрмоленко намалював кілька варіантів логотипів народної дистрибуції. Вони можуть бути надані всім фільмам, які захочуть долучитися до ініціативи. Логотипи будуть розміщені на афішах і на фільмокопіях.

Своєю чергою Лариса Артюгіна – режисер, керівник проекту «Платформа української документалістики», одного з проєктів громадської організації «Новий Донбас», – висловила думку, що традиційний формат кінопоказів уже не спрацьовує, потрібні трохи інші формати, адже документальне кіно потребує обговорення, думки автора тощо. «Ми маємо думати, як його подати, як



зацікавити. І народна дистрибуція дає таку можливість тому, що організація показів іде знизу», – вважає вона.

Щодо «Платформи української документалістики», то це волонтерський проект – 12 фільмів, які показують глядачам упродовж двох років. Лариса Артюгіна вважає такий підхід феноменом виробництва й поширення незалежного сучасного документального українського кіно, яке показує, хто ми, як ми змінюємось, що з нами відбувається. «Я думаю, що знімати й показувати таке хороше кіно – дуже класна відповідь російській агресивній пропаганді, з якою ми маємо справу», – каже вона.

Отже, за мінімального сприяння можливих спонсорів щодо оренди залів, приїздів творчої групи, друку афіш, медійної підтримки тощо народна дистрибуція в момент зародження великої хвилі документальних фільмів про українське сьогодні може стати дієвою підтримкою обмеженим можливостям кінопрокату, зокрема стосовно документалістики [22].

Дати глядачам уявлення про те, що сьогодні документують молоді режисери України, хто герої їхніх історій та якою є мова, що нею говорить чи мовчить кінокадр, а також популяризувати документальне кіно стало наскрізною ідеєю молодого фестивалю просто неба Lampra.doc, який уперше відбувся в 2016-му році в шістьох містах України.

Головними локаціями проведення фестивалю стали або історично та культурно вагомі місця, або місця у центрах міст, щоб це було зручно й легкодоступно для всіх. Так, у Луцьку – замок Любарта, у Червонограді – околиця Палацу Потоцьких і сам палац тощо. Окрім кінопоказів організатори додали й освітній блок – лекції з історії документалістики та зустрічі з режисерами. Серед головних партнерів фестивалю – Державне агентство України з питань кіно, Інститут Адама Міцкевича (Польща) та програма «Активні громадяни» від Британської ради в Україні спільно з Управлінням туризму та промоції Луцької міської ради.

Триденна програма фестивалю у кожному з міст складалася з найкращих зразків сучасної української та польської документалістики різних жанрів. Луцьк став першим містом, де було показано 12 фільмів польських та українських режисерів, знятих за останні 2 роки. Також паралельно з показами документальної кінопрограми відбувалася окрема програма для дітей Lampra.mult – годинний показ української анімації виробництва останніх трьох років.

І організатори, й глядачі вважають, що такий фестиваль – унікальна можливість не лише відпочити, а насамперед побачити нове й познайомитися з цікавими людьми на екрані та поруч, зрозуміти, чим живе на сьогодні український кінематограф і загалом Україна. Так, у рамках фестивалю відбувся показ стрічки «Jamala.UA». «Історія вийшла дуже динамічна, вона відкриває

Джамалу не зі звичного для всіх медійного простору... Тут вона – справжня», – зазначила режисер фільму Анна Акулевич.

Засновниця фестивалю Наталя Красильникова наголошує на тому, що надзвичайно важливо проводити культурні події в регіонах, бо в цьому є величезна потреба. «У мене з'явилося бажання їхати в регіони й робити захід поза Києвом, – каже вона. – Після декількох виїздів із документальними фільмами якраз у Луцьк і Умань я побачила інтерес в очах людей, цікавість і здивування, бо таке авторське документальне кіно в регіони просто не потрапляє – у місцевих телеканалів немає коштів на покупку свіжого контенту» [23; 24].

Проте така ситуація не є стабільною: чимало волонтерів, режисерів, продюсерів і акторів щодня працюють над тим, щоб її змінити.

Так, потрапити не лише в регіони, а й на екрани багатьох зарубіжних країн вдалося документальному фільму «Міф» про життя оперного співака Василя Сліпака, який загинув у червні 2016-го у війні на сході України від кулі снайпера.

Фільм побудовано як розповідь старшого брата Василя, Ореста. Загалом робота над фільмом тривала 17 місяців. «Перші півроку ми знімали власне відео й збирали архіви, – уточнює режисер фільму Леонід Кантер. – Але так вийшло, що ми отримували відео до останніх днів перед виходом фільму. Є фантастичні кадри, коли Василь у Франції виходить на сцену з жовто-синім прапором на плечах. Ми були шоковані, бо так, як правило, виходять спортсмени. А тут оперний співак під оплески вийшов із прапором. Але ці кадри вже не потрапили до фільму».

«Міф» став одним із найуспішніших фільмів в історії українського документального кіно, який мав найширший прокат в Україні. Його показали усі найбільші мережі українських кінотеатрів, а також відбулися великі тури США, Канадою, Німеччиною, Італією, Чехією та Польщею.

«Хочу подякувати всім кінотеатрам за те, що вони стали українськими. Раніше українські документальні фільми в принципі не виходили в прокат. Тому вони пішли на ризик. Українське кіно є! І українські кінотеатри є: відтепер треба переконатися, що є і український глядач. Ми чекаємо його. Виходячи з того, що відбувалося на допрем'єрних показах, думаю, що жоден кінотеатр не пошкодує. На сході люди дуже добре приймають фільм. Спочатку мене шокував Харків, потім Дніпро, Херсон, Одеса. Ми думаємо, що там людям все одно, але насправді – навпаки», – поділився враженнями режисер [25; 26].

На думку Наталі Красильникової, організатора фестивалю документальних фільмів, документальне кіно в Україні справді не є менш популярним, ніж блокбастери. Воно не лише має шанс збирати повні зали, а й робить це.

Яскравим прикладом є фестиваль Docudays UA, команда якого виховувала свою аудиторію і привчала до документального кіно впродовж 13 років.

Із наведеним можна погодитися, бо це очевидний і позитивний факт. Проте є й інший факт – чимало документальних фільмів дуже високої якості та змісту – мають мало шансів знайти відгук у широкого глядача, – так вважає письменник Андрія Кокотюха. «І проблема тут не в режисері, – каже він, – не в сценаристі, не в обмежених можливостях прокату й не у кричущій відсутності належної кількості екранів в Україні – навіть зануреному в культурний контекст не випадковому глядачеві здебільшого треба розтлумачувати, про кого чи про що кіно».

Як приклад письменник наводить документальний фільм Тараса Томенка «Будинок «Слово», на допрем'єрному показі якого більшості глядачів потрібно було пояснювати, хто зображений на виставлених у фойє кінотеатру «Жовтень» фотопортретах [27].

Попри те, сотні схвальних та вдячних відгуків про фільм поширюються мережею. Актриса Ірма Вітовська на своїй сторінці у Фейсбук висловила сподівання, що фільм «Будинок „Слово”» стане обов'язковим до перегляду у школі: «Є фільми, які б хотілося, щоб були рекомендовані для перегляду в освітніх закладах. Фільми, які формують та мотивують нову генерацію. Фільми, що лікують історичну амнезію та допомагають уникнути фатальних помилок минулого. Саме таким є і „Будинок „Слово”».

А той факт, що на деякі сеанси глядачі не могли потрапити через брак квитків, свідчить про готовність українського глядача йти в кінотеатр, щоб дивитися якісне й різне українське кіно.

Проте, на сьогодні в Україні є ще чимало міст і містечок, де люди, попри своє бажання, позбавлені можливості переглядати українські прем'єри просто тому, що не мають доступу до кіноекранів.

Загалом українська мережа налічує приблизно 480–490 кінотеатрів на всю країну. І якщо у великих містах питання з кінопрокатом більш-менш вирішене, то в сільській місцевості, маленьких містах кінотеатри, які були побудовані ще за радянської доби, вже давно стали торговими центрами, або зруйновані.

Великий екран дає унікальну можливість бачити картинку так, як більше ніде її неможливо роздивитися. Тим паче екран кінотеатру набагато краще передає колір, ніж поліграфія чи телевізор.

Андрій Осіпов, в.о. голови правління ПАТ «Одеська кіностудія» переконаний, що кіно немислиме без кінотеатрів, а відновлення національної мережі просто необхідне. Інакше сподіватися на отримання достатньої суми в кінопрокаті просто неможливо.

Змінити ці реалії взявся Київський міжнародний кінофестиваль «Молодість», влаштувавши 19–22 грудня 2017-го року Дні українського кіно у

Верховині Івано-Франківської обл. Організатори заходу привезли необхідну апаратуру, щоб улаштувати кінозал в актовому залі місцевої школи, адже стаціонарного кінотеатру в місті нема.

Глядачі мали можливість подивитися сім найновіших українських стрічок, прем'єри яких відбулися напередодні. Кожну стрічку представляли її творці [2; 28–29].

Генеральний директор «Молодості» Андрій Халпахчі підкреслив, що вже мав досвід показів українського кіно в маленьких містах, тому вважає, що така акція має стати всеукраїнською, бо це справжнє свято для мешканців тих сіл і міст, де немає кінотеатрів із сучасним обладнанням. «Ми плануємо протягом року зробити своєрідний тур по регіонах України. І сподіваємося на співпрацю з владою на місцях. Сьогодні можемо впевнено стверджувати: українське кіно відбулося. З'явилося вже нове покоління режисерів та акторів, які творять справді якісний український продукт. І про них мають дізнатися всі українці», – наголосив Андрій Халпахчі.

Дні українського кіно у Верховині відбулися за підтримки Державного агентства України з питань кіно, Івано-Франківської облдержадміністрації, Верховинської райдержадміністрації та Верховинської районної ради, Голови комітету Верховної Ради України з питань культури та духовності Миколи Княжицького, який відзначив символічність того, що саме у Верховині відбулася така культурна подія. Це край, де збереглися унікальні традиції та звичаї нашого народу й завданням українців є не просто зберегти, а й відродити їх. Депутат також висловив сподівання, що наступним кроком стане створення у Верховині окремої культурної інституції, що відродить гуцульську культуру, популяризуватиме її у світі та заохочуватиме туристів відвідувати цей регіон [30].

Чимало надій на розвиток національної мережі кінотеатрів покладено на вже згадуваний Закон «Про державну підтримку кінематографії в Україні», адже він передбачає багато різних форм підтримки, зокрема, й підтримку розвитку кінотеатральної мережі, особливо у малих містах, а саме – запровадження у сільській місцевості мобільних пересувних кінокомплексів, освітні проекти, збереження й відновлення української кінематографічної спадщини тощо.

До останнього належить і німе кіно 20-х років, яке колись підкорило світ, та ще донедавна було недоступним для перегляду. Така ситуація занепокоїла поціновувачів кіно, ентузіастів, і в 2010-му році в Одесі вперше було проведено фестиваль німого кіно та сучасної музики «Німі ночі».

«Нам вдалося бодай кільком сотням людей, – пригадує організатор фестивалю Іван Козленко, – показати іншу Україну: сучасну, урбанізовану,

невпізнавано-знайому. Я знаю, що для багатьох це був шок. І пізніше – опора для плекання нової української політичної ідентичності».

У 2011-му році за підтримки Держкіно Іван Козленко випустив DVD-колекцію українських німих фільмів «Українське німе», озвучених сучасними музикантами для перших «Німих ночей».

На посаді заступника директора з архівної роботи Центру Довженка він склав перелік українських німих фільмів, відсутніх у Центрі, а також започаткував проект «Коло Дзиги» – це серія кіноперформансів, у рамках яких Центр показував реставровані німі стрічки, десятиліттями недоступні широкому глядачеві, в живому музичному супроводі сучасних українських музикантів.

Так народилися найвизначніші кіноперформанси серії: «Земля» О. Довженка в супроводі «ДахаБраха», «Хліб» Миколи Шпиковського в супроводі «Порт Моне», «Навесні» Кауфмана в супроводі Олександра Кохановського, його ж «Небувалий похід» у супроводі колективу Антона Байбакова.

«Ми показували кіноперформанси не лише в Україні, а й у Німеччині, Італії, Данії, а „ДахаБраха” – навіть у Мексиці. Тільки в циклі „Коло Дзиги” було повернуто після 80-літнього забуття та озвучено понад більш як 10 фільмів – шедеврів українського кіноавангарду, і ще десятки – на „Німих ночах”», – зазначає Іван Козленко.

Такий непересічний, креативний і дуже продуктивний освітній підхід дав результати і в 2015-му році, за підтримки Британської Ради в Україні, вперше з українським німим фільмом почав працювати бристольський музикант Гай Бартелл, який написав музику до Довженкового «Арсеналу».

Закономірним продовженням цього епізоду стала пропозиція Британської Ради зробити в Україні освітній проект для кінокомпозиторів, аналогічний тому, що Рада проводила в Південно-Східній Азії. І в Україні було розроблено абсолютно новий дизайн проекту, який відповідав потребам вітчизняного кіноринку та досвіду роботи з архівним кіно. «Ми запровадили окрему секцію німого кіно та значно розширили секцію для сучасного, яке ще перебуває в процесі зйомок, але вже потребує свого композитора», – підкреслив Іван Козленко.

Так, Національний центр Олександра Довженка в партнерстві з Британською Радою запустили Envision Sound – першу в Україні програму професійного розвитку кінокомпозиторів, яка пройшла в Києві 22–26 січня 2018-го року.

Envision Sound ще й перший в історії України спеціалізований кіноархівний проект із міжнародними учасниками, адже програма збирає композиторів для кіно з України та сусідніх країн. Він спрямований на

зближення музичного та кіносередовища для створення спільного кінопродукту та міжнародну професійну колаборацію композиторів і кінорежисерів.

«В Україні існує потужна кінокомпозиторська традиція, та немає спеціалізованої освіти, тож наша амбіція – закласти певний базис в цій сфері та, сподіваюся, таким чином започаткувати кілька міжнародних проектів», – відзначає Іван Козленко, директор Довженко-Центру.

Том Світ, регіональний радник музичної програми Британської Ради, охоче підтримав проект. «Музика і кіно нерозривно пов'язані вже понад століття. З технологічним розвитком, який дає музикантам можливість працювати з кінематографом, необхідне й удосконалення навичок у роботі з усіма складнощами й нюансами цієї практики. Envision Sound зводить шанованих композиторів та інституції для того, щоб дати новому поколінню артистів засоби та інструменти для того, аби вони могли стати повноцінними композиторами для телевізійного та кінопродукту», – переконаний він [31–32].

Як бачимо, популяризація бренду «українське кіно» – це не лише підрахунок касових зборів чи народна любов – це ще й професійна освіта, певне «включення» в ринок усіх гравців кіноіндустрії – від творців до глядачів. Це також відкриття для громадян своєї країни забутих сторінок історії та культури. Саме так можна підштовхнути нове покоління до глибшого вивчення й розуміння історії, приналежності до своєї землі, самопізнання, формування національної свідомості.

Важливу роль у промоції «свого кіно» відіграють і засоби масової інформації – критичні статті, цикли інтерв'ю з українськими акторами тощо – потрібні нині. Такі речі важливі, бо не тільки фільм створює зірку, а й уся інформаційна активність навколо проекту. Журналісти теж є частиною кіноіндустрії, тієї, успіх якої, в тому числі, суттєво залежить і від них, вважає голова Держкіно Пилип Ілленко. «Вони ж можуть поширювати інформацію, і це буде цікаво навіть у різних жанрах – від пліток у жовтій пресі до серйозної аналітики чи фахової критики», – каже він.

Саме прем'єри 2017–2018-го років, широко розрекламовані у ЗМІ, відкрили глядачам імена тих людей, котрі потенційно можуть стати українськими кінозірками. Саме зірок із точки зору маркетингу, зараз бракує в Україні. Бо кіно – це шоу-бізнес, і кіно продає обличчя головного виконавця. Люди ходять на впізнавані імена, на тих акторів, яких вони знають і люблять. Важливо, щоб в Україні були актори, фанати яких за будь-яку ціну штурмуватимуть кінотеатри в перший же день показу фільмів. «Так, зараз продюсери намагаються залучати так званих зірок-суміжників, тобто, естрадних співаків, КВН-ників, розкручених телевізійних ведучих. Можливо, для швидкого старту індустрії це правильне рішення, але з точки зору

далекоглядної стратегії – нам потрібно виховувати саме кінозірок», – наголошує голова Держкіно.

Так, люди, що створюють кіно в Україні, стикаються з безліччю проблем фінансового, організаційного, технічного й творчого характеру. Багато чого робиться вперше. Та, попри все, хоч кіно як високотехнологічна індустрія в нас тільки народжується, – у 2017-му році на перегляд фільмів українського виробництва у кінотеатрах було продано 1,5 млн квитків. Це вже добра тенденція, адже це майже вчетверо більше, ніж у 2016-му році.

Прокатний успіх багатьох українських фільмів свідчить про величезний суспільний попит саме на «своє» кіно, не важливо – стосується воно війни чи історичних подій, є драмою чи комедією. Тут головним є культурний контекст як основа формування нації, чинник, що згуртовує й допомагає зрозуміти національну приналежність, сприяє розвитку патріотизму й гордості за свою країну [6; 33; 34].

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зінченко Лілія. 2017-й кінематографічний: рік нового закону, копродукцій, фестивального успіху та гучних національних прем'єр. Його називають роком відродження українського кіно. Яким був 2017-й для вітчизняної кіноіндустрії? [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/rinok/article/133863/2018-01-19-2017-i-kinematografichnii-rik-novogo-zakonu-koproduktsii-festivalnogo-uspikhu-ta-guchnikh-natsionalnikh-premer/>

2. Українці навчилися робити комедії, якісне фентезі та нарешті українське кіно стало збирати повні зали кінотеатрів. Усе про українські фільми, які вийшли на екрани в 2017 [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://espresso.tv/article/2017/12/07/ukrayinski\\_filmu\\_2017](https://espresso.tv/article/2017/12/07/ukrayinski_filmu_2017)

3. Українська кіноспільнота просить керівництво країни збільшити фінансування на промоцію національного кіно [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/rinok/article/131880/2017-11-13-ukrainska-kinospilnota-prosit-kerivnitstvo-kraini-zbilshiti-finansuvannya-na-promotsiyu-natsionalnogo-kino/>

4. Зараз в Україні знімається півсотні повнометражних фільмів – П. Ілленко [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://zik.ua/news/2018/02/02/v\\_ukraini\\_zaraz\\_znimayut\\_z\\_pivсотni\\_povnometrazhnyh\\_filmiv\\_\\_illienko\\_1257603т](https://zik.ua/news/2018/02/02/v_ukraini_zaraz_znimayut_z_pivсотni_povnometrazhnyh_filmiv__illienko_1257603т)

5. В українських реаліях кіно – це не бізнес, – керівник Одеської кіностудії Андрій Осіпов [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://usionline.com/2017/10/10/v-ukrayinskih-realiyah-kino-tse-ne-biznes-kerivnik-odeskoyi-kinostudiyi-andrij-osipov/>

6. Як фінансують українське кіно і як забороняють російське. Інтерв'ю з головою Держкіно Пилипом Ілленком [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://nv.ua/ukr/style/person\\_art/interview\\_per/patriotizm-na-velikomu-ekrani-i-500-miljoniv-na-rozvitok-ukrajinskoho-kino-intervju-z-hlavoju-derzhkino-filipom-illjenko-2463738.html](https://nv.ua/ukr/style/person_art/interview_per/patriotizm-na-velikomu-ekrani-i-500-miljoniv-na-rozvitok-ukrajinskoho-kino-intervju-z-hlavoju-derzhkino-filipom-illjenko-2463738.html)

7. Кокотюха А. «Дивись українське»: встигнути за три хвилини [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/kritika/article/132976/2017-12-17-divis-ukrainske-vstignuti-za-tri-khvilini/>

8. Підгора-Гвядзовський Я. Еврика! Або як рекламувати кіно по-українськи [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/production/article/134714/2018-02-15-evrika-abo-yak-reklamuvati-kino-po-ukrainski/>



9. 84 експерти оберуть 20 найкращих робіт в рамках проекту «Дивись українське – твори своє майбутнє!» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/medialife/article/123718/2017-01-29-nataliya-ligachova-alik-shpilyuk-ta-andrii-kulikov-uviishli-do-skladu-zhuri-konkursu-stsenariiv-svoe-kino/>

10. Підгора-Гвяздовський Я. Конкурс сценаріїв «Своє кіно – 2» шукає історії успіху [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/production/article/135543/2018-03-13-konkurs-stsenariiv-svoe-kino-2-shukae-istorii-uspikhu/>

11. Визвольна війна за українські екрани. Оголошено переможців конкурсу сценаріїв «Своє кіно» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/medialife/article/123696/2017-03-01-vizvolna-viina-za-ukrainski-ekrani-ogolosheno-peremozhstiv-konkursu-stsenariiv-svoe-kino/>

12. «Дивись українське – твори своє майбутнє!» готується до прем'єри перших 10 фільмів [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/withoutsection/article/131073/2017-10-19-divis-ukrainske-tvori-svoe-maibutne-gotuetsya-do-premeri-pershikh-10-filmiv/>

13. Підгора-Гвяздовський Я. Дивись українське! Відвоювати три хвилини [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/kritika/article/132778/2017-12-11-divis-ukrainske-vidvovuvati-tri-khvilini/>

14. Коркодим О. «Своє кіно»: як гартують стрічки про зміни в країні [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/production/article/127281/2017-06-24-svoe-kino-yak-gartuyut-strichki-pro-zmini-v-kraini/>

15. «Дні українського кіно на Донбасі» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://dergkino.gov.ua/ua/news/show/1040/dni\\_ukrayinskogo\\_kino\\_na\\_donbasi.html](http://dergkino.gov.ua/ua/news/show/1040/dni_ukrayinskogo_kino_na_donbasi.html)

У прифронтовій Авдіївці відбудеться Фестиваль українського кіно. – День. – 2018. – 29 берез.

16. В структурі кінотеатру «Жовтень» запрацював підрозділ для розповсюдження і промоції українського кіно «Жовтень»-прокат» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [http://dergkino.gov.ua/ua/news/show/1388/v\\_strukturi\\_kinoteatru\\_zhovten\\_zapratsyuvav\\_pidrozdil\\_dlya\\_rozprovsyudzhennya\\_i\\_promotsiyi\\_ukrayinskogo\\_kin.html](http://dergkino.gov.ua/ua/news/show/1388/v_strukturi_kinoteatru_zhovten_zapratsyuvav_pidrozdil_dlya_rozprovsyudzhennya_i_promotsiyi_ukrayinskogo_kin.html)

17. Супрун О. Держкіно: допоможе популяризувати українське кіно [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1714034-derzhkino-kinoteatr-zhovten-dopomozhe-populyarizuvati-ukrayinske-kino>

18. Кінотеатр «Жовтень» допоможе популяризувати українське кіно [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://glavcom.ua/kyiv/news/kinoteatr-zhovten-dopomozhe-populyarizuvati-ukrajinske-kino-472114.html>

19. Кінотеатр «Жовтень» запустив веб-сайт «Друзі Жовтня» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/135650/2018-03-15-kinoteatr-zhovten-zapustiv-veb-sait-druzi-zhovtnya/>

20. Дистрибуція і промоція українського кіно [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://viatel.kiev.ua/projects/distributsiya-i-promotsiya-ukrayinskogo-kino/>; Серіал «Гра долі» <http://viatel.kiev.ua/projects/distributsiya-i-promotsiya-ukrayinskogo-kino/serial-gra-doli/>;

21. Молоде українське кіно [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://viatel.kiev.ua/projects/distributsiya-i-promotsiya-ukrayinskogo-kino/molode-ukrayinske-kino/>

22. Народна дистрибуція у кінематографі. Новий шлях документального фільму до глядачів України та світу [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2437012-narodna-distribucia-u-kinematografi-novij-slah-dokumentalnogo-filmu-do-gladaciv-ukraini-ta-svitu.html>

23. Марченко Ю. В хорошем свете : как фестиваль Lampa.doc просвещает страну документальным кино. [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://platfor.ma/magazine/text-sq/reinvent/krasilnikova-natalya/>; <https://www.volyn.com.ua/news/81280-u-lutsku-rozpochnetsya-festival-dokumentalnogo-kino-lampadoc.html>

24. "LAMPА.DOC": лучан кличуть на фестиваль документальних фільмів [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://uacrisis.org/ua/58240-festival-dokumentalnogo-kino>

25. «І тут зойкнув Василь», – фільм «МІФ» про оперного співака Сліпака, загиблого на Донбасі, виходить у прокат [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://ua.censor.net.ua/video\\_news/3049497/i\\_tut\\_zoyiknuv\\_vasyl\\_film\\_mif\\_pro\\_opernogo\\_spivaka\\_slipaka\\_zagyblogo\\_na\\_donbasi\\_v\\_yhodyt\\_u\\_prokat\\_videofoto;](https://ua.censor.net.ua/video_news/3049497/i_tut_zoyiknuv_vasyl_film_mif_pro_opernogo_spivaka_slipaka_zagyblogo_na_donbasi_v_yhodyt_u_prokat_videofoto;)

26. У Варшаві фільм «Міф» викликав справжній ажіотаж. – День. – 6 трав.

27. Кокотюха А. Будинок «Слово»: триумф і трагедія [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/kritika/article/132016/2017-11-16-budinok-slovo-triumf-i-tragediya/>

28. Підгора-Гвяздовський Я. Що робити продюсеру на українському ринку? Частина 1: «Свінгери» [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. –

Режим доступу: <http://detector.media/rinok/article/133772/2018-01-17-shcho-robiti-prodyuseru-na-ukrainskomu-rinku-chastina-1-svingeri/>

29. Сліпченко К. У кіно замість музею (Які виставки можна подивитись на великому екрані) [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://zaxid.net/u\\_kino\\_zamist\\_muzeyu\\_n1446094](https://zaxid.net/u_kino_zamist_muzeyu_n1446094)

30. Сучасні українські фільми покажуть в Верховині, де нема кінотеатру [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://espreso.tv/news/2017/12/18/suchasni\\_ukrayinski\\_filmy\\_pokazhut\\_v\\_verkhovyni\\_de\\_nema\\_kinoteatru](https://espreso.tv/news/2017/12/18/suchasni_ukrayinski_filmy_pokazhut_v_verkhovyni_de_nema_kinoteatru)

31. Козленко І. Envision Sound. Надзвичайно голосно і неймовірно близько [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: [https://ukr.lb.ua/blog/ivan\\_kozlenko/387911\\_envision\\_sound\\_nadzvichayno\\_golosno.html](https://ukr.lb.ua/blog/ivan_kozlenko/387911_envision_sound_nadzvichayno_golosno.html);

32. Envision Sound. Навчальна програма для кіно композиторів [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://www.dovzhenkocentre.org/event/236/>

33. Базів Л. Пилип Ілленко, голова Державного агентства України з питань кіно: Дискусія про «Іронію долі» – це чіткий культурний маркер [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2426477-pilip-illenko-golova-derzavnogo-agentstva-ukraini-z-pitan-kino.html>

34. Порошенко повідомив, скільки квитків продали торік на українські фільми в кінотеатрах [Електронний ресурс]. – Текст. і граф. дані. – Режим доступу: <http://detector.media/production/article/135459/2018-03-09-poroshenko-povidomiv-skilki-kvitkiv-prodali-torik-na-ukrainski-filmi-v-kinoteatrakh/>

Матеріал підготувала

**М. Б. Лелик,**  
голов. бібліограф відділу НАУІ  
Інформцентру з питань  
культури і мистецтва

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

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,16. Б/т. Зам. 50. Безплатно

---

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12