

WGI

Україна №16, 2017 р.

CINEMA

PIRACY IN UKRAINE:

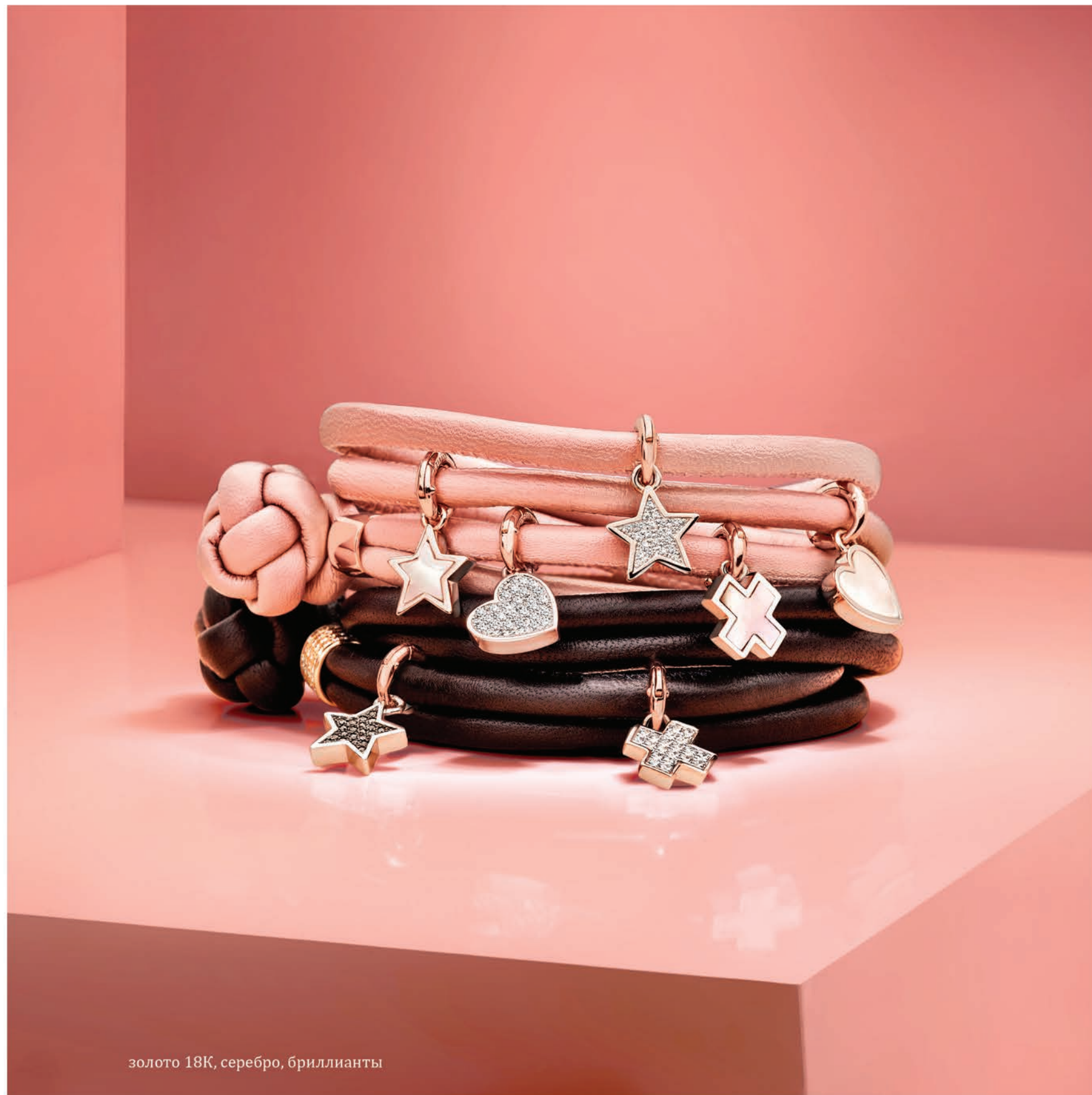
HOW RIGHTS HOLDERS
PROTECT CONTENT

MEET
MAJOR
CREAMPIE

ANNA MACHUKH:

Our main goal is to popularize
Ukrainian cinema





золото 18K, серебро, бриллианты

TIRISI *Moda*



ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ В УКРАИНЕ:



Вечные ценности...

г. Днепр, пр. Яворницкого, 54-Д,
тел.: (056) 376-90-65
www.cellini.com.ua



Драгоценности скажут больше...

г. Харьков, ул. Сумская, 73/75, тел.: 068-680-57-75
г. Киев, ул. Заньковецкой, 3/1, тел.: 068-928-87-08
www.ilcammeo.ua



Зоря своєї колекції

г. Львов, пр. Шевченко, 15,
тел.: (032) 298-74-85
www.jbk.com.ua

www.tirisi.com

VGL

№ 16, 2017 р.

C I N E M A

Victory Generation Life Cinema

Засновники:

Вікторія Хотянова
Галина Шкуренко

Видавець:

Вікторія Хотянова

Директор:

Галина Шкуренко

Дизайн/верстка:

Надія Мазур
Ірина Борисовська

Коректор:

Ольга Котова

Головний редактор:

Вікторія Хотянова

Журналісти:

Ярослава Наумова
Ірина Невінчана
Світлана Деревецька
Софія Дамарі

Висловлюємо подяку за допомогу в підготовці номера:

голові Державного агентства України з питань кіно Пилипу Ілленку,
організаторам КМКФ «Молодість» і особисто:

Андрію Халпахчі, Владиславу Ласовському, Богдану Жуку, Ользі Боровських, Анастасії Пугач,
медіаконсалтинговій компанії Media Resources Management (організатор Міжнародного медіафоруму KYIV MEDIA WEEK) і особисто: Вікторії Ярмошук,
Катерині Удот, Аллі Преловській, Артему Вакалюку, виданню CONTENT REPORT, організаторам Одеського кінофестивалю й особисто: Вікторії Тігілко,
Юлії Сінкевич, Юлії Шарко, Анні Мачух, Катерині Звездіній, студії «Квартал 95», компанії V&N FILM DISTRIBUTION,
компанії Solar Media Entertainment та особисто Сергію Лавренюку.



Періодичність: 1 раз на 2 місяці.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія KB № 21028-10828P від 08.08.2014.

Авторські права захищено. Думки, виражені авторами публікацій, можуть
не збігатися з поглядами редакції. Відповідальність за зміст рекламних
матеріалів несе рекламодавець. Використання матеріалів, опублікованих
у журналі VGL Cinema, допускається лише з письмового дозволу редакції.

® – матеріали, опубліковані на правах реклами.

Адреса редакції: вул. Каравасва, 31, оф. 60, м. Дніпро, Україна, 49000
Тел.: +38 067 510 50 15, +38 098 675 73 88
E-mail: vglcinema@gmail.com
www.vglcinema.com

Віддруковано в типографії ТОВ «Інтерконтиненталь-Україна»
вул. Інститутська, 16, оф. 1/15, м. Київ, 01024
тел. +38 044 360 00 85, факс +38 044 239 97 88
www.printstore.com.ua

Обкладинка:
Авторська робота Braty Desing Studio спеціально для VGL Cinema #16

Наші партнери:


iDO

by MINICONF

100% BAMBINI

от итальянских дизайнеров с рождения до 16 лет

АДРЕСА МАГАЗИНОВ НА ido.in.ua

8



З М І С Т

КІНОБІСНАЛЕ

Анна Мачух: «Головне наше завдання — це популяризація українського кіно»
с. 8

КІНОБІСНАЛЕ

«Молодість. Пролог - 47»
с. 10

КІНОБІСНАЛЕ

1-й Одеський Єврейський
Кінофестиваль: підсумки
с. 12

ОБРАЗИ

Коли трапляються дива
с. 14

ЗНІМАЛЬНИЙ МАЙДАНЧИК

Зірковий дубляж
анімаційної пригоди «Коко»
с. 22

ЗНІМАЛЬНИЙ МАЙДАНЧИК ТБ

Новий сезон
Новий «Вечірній Київ»
с. 24

ЗНІМАЛЬНИЙ МАЙДАНЧИК ТБ

Велика новорічна пригода
с. 26

КРУПНИЙ ПЛАН

Семен Горов:
«Україна — у пошуках свого героя»
с. 28

АКТУАЛЬНА ТЕМА

Піратство по-українськи:
як правласники захищають контент
с. 30

ПЕРСОНА

Валентин Васянович:
«Цікаво, коли з “нічого” народжується
“щось” і це “щось” потім висувають
на “Оскар”»
с. 46

VGI
CIBER

НОВИНИ

с. 50

СВОЄ КІНО

Фільм «Дике поле» за романом
Сергія Жадана «Ворошиловград»
с. 52

СВОЄ КІНО

«Груднева казка» починається
с. 54

СВОЄ КІНО

Знайомтесь — Major Creampie
с. 56

ІНТЕРВ'Ю

Сергій Лавренюк: «Рух у напрямку
створення комерційно успішного кіно
розпочнеться тоді, коли кіновиробництво
відійде від впевненості
у неможливості цього процесу»
с. 58

ПОДІЯ

Kyiv Media Week- 2017
с. 60

СВОЄ КІНО

Розробка візуального стилю
для просування фільму
с. 62

ІНСАЙД

Підсумки кінопрокату в Україні
за три квартали 2017 року
с. 64

ПО ТОЙ БІК ЕКРАНА

Не просто чипси
с. 66

ПО ТОЙ БІК ЕКРАНА

Повноліття компанії «Кіносвіт»
с. 68

28



46



MENDI'S
RESTAURANT



K O S H E R

КОШЕРНО ДЛЯ КОЖНОГО!

KOSHER FOOD

- BREAKFAST
- LUNCH
- DINNER
- SHABBATH MEAL
- FOOD FOR TAKE AWAY
- DELIVERY
- CATERING
- ORGANIZATION OF BANQUETS
- FOOD FOR GROUPS

НА СЬОГОДНІ КОШЕР Є БРЕНДОМ № 1 У СВІТІ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ЯКОСТІ ЇЖИ

Кошерна їжа – перевірена, натуральна, повністю відповідає всім вимогам кашруту. Усі страви готують з якісних, свіжих, а головне – екологічно чистих продуктів за правилами «меадрин» під наглядом побоязливих машгіхів.
«Модно, а головне корисно!», – вважають багато ресторанів, використовуючи у своєму меню страви ізраїльської кухні.
Кошерний ресторан – це висока якість продуктів, корисна, правильна, збалансована їжа, що і є найважливішим у харчуванні здорової людини. Найголовніше в кашруті – це якість продуктів, з яких готують смачні та корисні страви. Кошерна їжа не містить барвників, стабілізаторів, синтетичних добавок, ГМО, лікарських препаратів, вона оброблена й упакована в стерильних умовах, а це головні показники якості й корисності для організму людини.
Кошерні ресторани «Мендіс» відчинені для всіх гостей незалежно від віри й релігії. Тож сьогодні представники інших релігійних конфесій також часто віддають перевагу кошерним продуктам. Відвідавши наш ресторан, Ви раз і назавжди оберете правильну й корисну кошерну їжу для Вашого щоденного раціону.

CHAIN OF KOSHER "MENDI'S" RESTAURANTS IN UKRAINE

Dnipro (Dnipropetrovsk)
st. Sholom-Aleichem 4/26
business center "Menorah" 1 fl
+38 (096) 770 09 09
+38 (093) 071 09 09

Kyiv
st. Esplanadna 24
(Synagogue Brodskogo)
+38 (068) 960 54 40
+38 (044) 235 74 18

Uman
st. Pushkina 27 b
(Hotel Jerusalem)
+38 (063) 148 14 84

Анна Мачух.

«ГОЛОВНЕ НАШЕ ЗАВДАННЯ — ЦЕ ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО КІНО»



ПРО СТАН РИНКУ
КІНОПРОКАТУ, ЙОГО
ЗМІНИ ТА СИТУАЦІЮ
В НАЦІОНАЛЬНОМУ
КІНОМАТОГРАФІ РЕДАКЦІЇ
ЖУРНАЛУ VGL CINEMA
РОЗПОВІЛА ВИКОНАВЧИЙ
ДИРЕКТОР УКРАЇНСЬКОЇ
КІНОАКАДЕМІЇ ТА
ДИРЕКТОР ЗИМОВОГО
КІНОРИНКУ ОДЕСЬКОГО
КІНОФЕСТИВАЛЮ
АННА МАЧУХ.

— Кіноринок Одеського кінофестивалю існує вже 6 років. Скажіть, як за цей час змінився ринок кінотеатрального прокату?

— Кіноринок у рамках Одеського міжнародного кінофестивалю проводиться з 2011 року. За цей час багато чого в Україні змінилося, і, звісно, ринок кінотеатрального прокату не може не реагувати на те, що відбувається. Якщо у 2013 році в Україні було 424 екрани, то в кінці 2014 року — усього 384. Україні знадобилося майже 4 роки, щоб повернутися до колишніх цифр. Зараз нам вдалося досягти показника 480, за прогнозом, скоро буде 500. Звичайно, це дуже мало для такої великої країни, як Україна. І потрібно багато зробити, щоб вийти на достатній рівень кінотеатральних екранів.

Друга зміна пов'язана з ухваленням у 2013 році законом про дублювання всіх іноземних фільмів українською мовою. Тоді багато говорили, що це призведе до зменшення кількості глядачів у кінотеатрах, але, як виявилось, українське дублювання не тільки не зменшило бокс-офіси фільмів, але ще й стало показником якості роботи українських студій озвучення, а також приводом піти подивитися фільм до кінотеатру, а не чекати піратську версію в Інтернеті.

У 2015 році відбулася ще одна зміна в законодавстві — набув чинності закон, що забороняє до показу в Україні російські фільми. Це принесло свої дивіденди для національного кінопродукту — українські фільми в 2017 році збирають

пристойні бокс-офіси, деякі вже на рівні блокбастерів. Важливо, що кілька років тому кінотеатри об'єдналися в асоціацію, що також впливає на внутрішню кухню кінопрокату.

— Цього року програма Кіноринку розширилася — його продовжили на один день. З чим це пов'язано?

— З'явилося більше контенту, яким учасники готові ділитися, багато тем для обговорення на дискусіях і в кулуарах. Літній і Зимовий Кіноринок — це єдині заходи, які об'єднують усіх учасників кінопрокатного процесу на одному майданчику. Насправді, ми б і до чотирьох днів продовжили, але розуміємо, що учасникам з регіонів складно приїхати до Києва на такий термін у кінці року.

— Як вплинула на ринок кінопрокату велика кількість українських фільмів, які вийшли цього року?

— У 2016 році в прокат вийшло 6 повнометражних українських фільмів, за 11 місяців 2017 року глядач подивився понад 25 релізів (з урахуванням добірок короткометражок). На жаль, у нас не так багато дистриб'юторів, а без дистриб'ютора «розписати» фільм на гідну кількість екранів дуже складно. На щастя, велика кількість релізів прокує появу нових гравців ринку. Цілком можливо, що незабаром з'явиться дистриб'юторська компанія, яка займатиметься тільки національним продуктом.

— Продовжуючи тему національного кіно, розкажіть, будь ласка, про те, чого очікуєте від Другої Національної кінопремії «Золота Дзига»?

— Українських фільмів стало значно більше, і це означає, що конкуренція буде набагато жорсткішою. Після Першої Національної кінопремії правлінням Української кіноакадемії було прийнято рішення про розширення списку номінацій. Серед нових нагород був затверджений приз глядацьких симпатій. Це буде єдина номінація, у якій рішення приймають не члени кіноакадемії, а глядачі. Ми вважаємо, що це приверне більшу увагу масової аудиторії, а також у майбутньому стане додатковим стимулом піти в кіно і подивитися український фільм. Окрім цього, у номінації «Найкращий фільм» будуть змагатися не тільки повнометражні ігрові фільми, а й повнометражні документальні та анімаційні фільми. Обов'язковою умовою участі в конкурсі Кінопремії для повнометражних ігрових фільмів стала прокатна історія. Раніше достатньо було участі в міжнародному кінофестивалі. Заявки ми приймаємо до 15 січня, тому навіть якщо фільм вийде в прокат 31 грудня — він зможе брати участь у конкурсі.

— Чи можлива така ситуація, що основні номінації знову візьме один і той самий фільм, як це було минулого року з «Гніздом горлиці»?

— Передбачити, як голосуватимуть кіноакадеміки, дуже складно. У конкурсі Першої Національної кінопремії найбільша інтрига була серед документальних картин: було багато сильних фільмів, і голоси розділилися ще на етапі розподілу в номінації. Серед повнометражних фільмів особливої ситуації не спостерігалося, оскільки було дуже мало претендентів. У 2017 році в прокат вийшло досить багато сильних картин, багато українських фільмів отримують призи на міжнародних кінофестивалях. Наприклад, на «Оскар» номіновано 3 фільми — 1 український і 2 копродукції. Усі вони потенційно можуть бути номінантами на «Золоту Дзигу». У цьому році в нас замість двох етапів конкурсу буде три етапи, перший з яких — це відбір усіх поданих фільмів у короткий список. Голосувати будуть усі кіноакадеміки. Думаю, для всіх інтрига збережеться до останнього моменту.

— Ви прийняли рішення про введення нових номінацій? Яких і чому?

— У 2018 році фільми будуть конкурувати у 18 номінаціях. З них 4 — нові. Приз глядацьких симпатій, про який говорилося вище, найкращі звукорежисер, художник по гриму і художник по костюмах. Нові номінації вводяться тоді, коли є кому їх вручати. Коли ми обговорювали це питання на засіданні правління, ми наводили конкретні приклади тих, хто потенційно може претендувати на участь у конкурсі. Кількість номінацій та їх назви будуть змінюватися з року в рік.

— Які плани на подальший розвиток Української кіноакадемії?

— Головне завдання Кіноакадемії — це популяризація українського кіно. Уся наша діяльність присвячена досягненню цієї мети. Після Першої Національної кінопремії ми збрали побажання й зауваження членів УКА, проголосували правлінням за кожне з них і сформували програму діяльності до вересня 2018 року, яку презентували в липні під час Одеського міжнародного кінофестивалю. Головною подією залишається Національна кінопремія «Золота Дзига», яка відбудеться 20 квітня 2018 року. 15 листопада ми відкрили прийом заявок на участь у конкурсі Другої Національної кінопремії.

Крім цього, ми запустили серію освітніх заходів. Вже пройшли творчі зустрічі з головою правління Михайлом Ілленком, членом правління Сергієм Букоським, членом Кіноакадемії Владом Ряшиним. Попереду на нас чекають майстер-класи з актрисою — лауреатом першої «Золотої Дзиги» Ларисою Кадочніковою, членами наглядової ради Української кіноакадемії Сергієм Тримбачем і Юлією Сінкевич, членами правління Володимиром Войтенком і Сергієм Борденюком, а також головою наглядової ради Вікторією Тігіпко.

Також діяльність Кіноакадемії зачіпає й інші важливі питання кіноіндустрії. Ми не можемо стояти осторонь від долі українського режисера Олега Сенцова. Голова правління Михайло Ілленко ініціював підготовку відео, у якому Українська кіноакадемія закликає звільнити українського режисера. Нас підтримали колеги з радіо «Свобода» надавши фотоматеріали, а також компанія 2FLAME, яка виготовила заставку українською та англійською мовами. Ми пропонуємо кіноакадемікам використовувати відео перед показами вітчизняних фільмів як в Україні, так і у світі. ■



Друга
НАЦІОНАЛЬНА КІНОПРЕМІЯ
"ЗОЛОТА ДЗИГА"

20 квітня 2018 року

Встигни подати фільм до 15 січня!
Подробиці на uafilmacademy.org



ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО
УКРАЇНИ З ПИТАНЬ КІНО

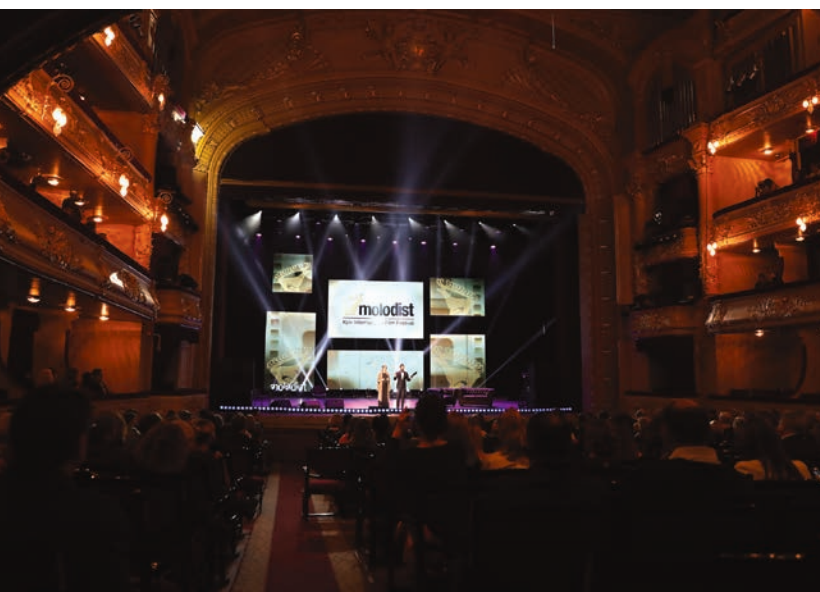


uafilmacademy.org | facebook.com/uafilmacademy

«Молодість. Пролог-47»

НА ЦЕРЕМОНІЮ ВІДКРИТТЯ ФЕСТИВАЛЬНОЇ ПОДІЇ «МОЛОДІСТЬ. ПРОЛОГ-47» ГОСТІ ЙШЛИ ДОРІЖКОЮ ЗЕЛЕНОГО КОЛЬОРУ — СИМВОЛ ОНОВЛЕНОГО ФЕСТИВАЛЮ, ЩО ТЕПЕР ПРОХОДИТИМЕ НАВЕСНІ.

«МОЛОДІСТЬ» ЗАВЖДИ БУЛА КАМЕРТОНОМ ЧАСУ, І НА НІЙ У РАДЯНСЬКИЙ ПЕРІОД МОЖНА БУЛО РОБИТИ РЕЧІ, ЯКІ БУЛИ НЕМОЖЛИВІ В МОСКВІ. ЦЬОГОРІЧНИЙ ФЕСТИВАЛЬ ВПЕРШЕ ВІДКРИВАТИМЕ УКРАЇНСЬКА КАРТИНА — «МИР ВАШОМУ ДОМУ!», І ЦЕ ПЕРЕМОГА ПОРІВНЯНО З ТИМ ЧАСОМ, КОЛИ «МОЛОДІСТЬ» ТІЛЬКИ ПОЧИНАЛАСЬ І УКРАЇНСЬКОГО КІНО МАЙЖЕ НЕ БУЛО», — НАГОЛОСИВ ДИРЕКТОР ФЕСТИВАЛЮ АНДРІЙ ХАЛПАХЧІ, ВІДКРИВАЮЧИ ЦЕРЕМОНІЮ.



Урочиста церемонія відкриття спеціальної фестивальної події «Молодість. Пролог-47» у Національній опері України

Сучасне українське видання про кіно VGL Cinema — інформаційний партнер події



Зліва направо: засновники українського журналу про кіно VGL Cinema Галина Шкуренко та Вікторія Хотянова



Творча група фільму-відкриття «Мир Вашому дому!»

Спеціальні гості урочистої церемонії відкриття фестивальної події «Молодість. Пролог-47» режисер фільму-відкриття «Мир Вашому дому!» Володимир Лерт (третій зліва) та соліст гурту «С.К.А.Й» Олег Собчук з дружиною Марією (крайній справа)



Гості події: генеральний директор міжнародного кінофестивалю «Молодість» Андрій Халпахчі (третій справа), народний депутат України Юрій Павленко (другий зліва) та ведучий церемонії зеленої доріжки відкриття спеціальної фестивальної події «Молодість. Пролог-47» актор фільму «Сторожова застава» Олег Волощенко (крайній справа)



Зліва направо: польський політичний діяч та один із засновників «Солідарності» Збігнєв Буяк та Уповноважений Президента України у справах кримськотатарського народу Мустафа Джеміль під час дискусії в рамках програми «Свобода. Кіно соціальних змін» (спільний проєкт «Молодості» та Інституту Адама Міцкевича)



Зліва направо: генеральний директор Міжнародного кінофестивалю «Молодість» Андрій Халпахчі з привітальним словом та ведучий урочистої церемонії «Молодість. Пролог-47» Тимур Мирошниченко



Зліва направо: голова журі Національного конкурсу, програмний консультант секції «Панорама» на Берлінале Віланд Шлек, програмний координатор «Молодості» Богдан Нук та гість фестивальної події «Молодість. Пролог-47»



Режисер стрічки «Випуск '97» Павло Остріков отримує статуетку «Скіфський олень» за найкращий фільм Національного конкурсу

Вечірка з нагоди відкриття фестивальної події «Молодість. Пролог-47»: (зліва направо) генеральний продюсер ОМНО Юлія Сінкевич, виконавчий директор Української кіноакадемії та директор Кіноринку ОМНО Анна Мачух, адміністративний директор ОМНО Юлія Шарко, українська актриса Катерина Молчанова



Вечірка з нагоди відкриття фестивальної події «Молодість. Пролог-47»: (зліва направо) успішний бізнесмен, власник продажної компанії Maq Entertainment, учасник шоу «Холостяк-6» Іраклій Макацарія, генеральний продюсер кінофестивалю «Молодість» Іванна Дядюра, засновник українського журналу про кіно VGL Cinema Галина Шкуренко і Вікторія Хотянова, керівник відділу маркетингу і PR Київського міжнародного кінофестивалю «Молодість» Ольга Боровських, директор компанії MRM, виконавчий директор Української Кіноасоціації Вікторія Ярмоцук



Пітчінг Boat Meeting: Друге спеціальне заступання «За несподіване перенесення американського вестерну на монгольський ґрунт» дісталася проєкту «Останній ковбой». Режисер Кріс Мартін (ліворуч) і член журі Boat Meeting Іван Жирар (праворуч)



Представник партнера фестивальної події «Молодість» директор з маркетингу оператора державних лотерей М.С.Л. Павло Вайсєро презентує головний приз від офіційного партнера фестивалю

Режисер фільму «Ма» Марія Стоянова отримувє диплом фестивалю. Спеціальна відзнака журі фестивальної події «Молодість. Пролог-47» «За вдумливе та зворушливе поєднання витриманої форми та тонке відображення стану душі в часи війни»



Зліва направо: ведучий урочистої церемонії «Молодість. Пролог-47» Тимур Мирошниченко, міністр культури України Саген Нищук та голова Державного агентства України з питань кіно Пилип Ілєсно з привітальним словом



Режисер стрічки «Випуск '97» Павло Остріков отримує головний приз — 50 000 грн від офіційного партнера «Молодості» оператора державних лотерей М.С.Л. За ним (зліва направо): член журі конкурсу, генеральний продюсер Solar Media Entertainment Сергій Лавренко, директор з маркетингу оператора державних лотерей М.С.Л. Павло Вайсєро та голова журі Національного конкурсу, програмний консультант секції «Панорама» на Берлінському кінофестивалі Віланд Шлек



1-Й ОДЕСЬКИЙ ЄВРЕЙСЬКИЙ КІНОФЕСТИВАЛЬ: ПІДСУМКИ

У КІНЦІ ЖОВТНЯ — НА ПОЧАТКУ ЛИСТОПАДА НА БЕРЕЗІ ЧОРНОГО МОРЯ ВІДБУВСЯ 1-Й ОДЕСЬКИЙ ЄВРЕЙСЬКИЙ КІНОФЕСТИВАЛЬ. У РАМКАХ ЄДИНОЇ ПРОГРАМИ БУЛО ПРЕДСТАВЛЕНО КРАЩІ УКРАЇНСЬКІ ТА ІНОЗЕМНІ СТРІЧКИ ОСТАННІХ РОКІВ, ПРИСВЯЧЕНІ ЄВРЕЙСЬКІЙ ТЕМАТИЦІ, У ТОМУ ЧИСЛІ НЕКОНКУРЕНТНІ В МАСОВОМУ ПРОКАТІ. ЯК ЦЕ БУЛО, ЯКІ ПЕРСПЕКТИВИ Й ЧОМУ УКРАЇНЦЯМ ВАРТО ЧЕКАТИ НАСТУПНОГО ФЕСТИВАЛЮ — ПРО ВСЕ ЦЕ РЕДАКЦІЯ VGL CINEMA РОЗПОВІЛА ОРГАНІЗАТОРИ ЦЬОГОРІЧНОГО ДЕБ'ЮТНОГО ЗАХОДУ.



Сміливості організаторам фестивалю не позичати — за сьогоднішніми мірками стартувати з настільки вражаючими показниками ризикне не кожен. За п'ять днів фестивалю глядачам продемонстрували 32 кінороботи з найширшою географією. Серед них фільми національних кінематографів, які вкрай рідко доходять до українських кіноекранів, — угорського, датського, канадського. Широченна тематика, вражаюче розмаїття жанрів — у три фестивальні програми («Художні фільми», «Документальне кіно», «Короткий метр») організатори змогли вмістити, як і обіцяли, кінороботи настільки різноманітні як за темами, так і за виконанням, що навіть найвередливіший глядач не міг залишатися осторонь.

«Вони всюди»

Понад 80% показаних стрічок на українському екрані з'явилися вперше і, що сумно, навряд чи з'являться знову. Наприклад, на думку організаторів, жодних шансів пробитися в масовий український кінопрокат не має фільм, який відкривав фестиваль. Це остання на сьогодні робота французького актора й режисера Івана Атталі. Тонка, іронічна, місцями жорстка й жорстока для мислячого глядача, місцями їдка сатира — усе це про комедію, що вийшла у світовий прокат під назвою «Євреї». Рідна французька назва «Ils sont partout» («Вони всюди»), можливо, узагальнює авторське висловлювання (а Атталі є в цьому випадку не тільки режисером і виконавцем головної ролі, а й одним зі сценаристів) набагато краще, ніж світова прокатна назва, оскільки, хоч глядач і сміється до колькок над кумедними скетчами, що обігрують стереотипи, але режисер усе ж не дає нам забути, що мова йде про легкі й ненастирливі прояви побу-

тового антисемітизму, які у Франції давно вже вилилися в абсолютно не смішні людські трагедії. «Песимісти живуть у Голлівуді. Оптимісти залишилися в Аушвіці. Але я все одно вважаю за краще бути оптимістом. Я залишаюся», — жартує, дивлячись в очі глядачеві, головний герой у виконанні Івана Атталі. Схожим на серйозне висловлювання робить фільм і акторський склад: у комедії на не зовсім зручну тему зіграли мало не всі зірки першої величини франкомовного кінематографа (передусім комедійного, але не тільки), включаючи й дружину Атталі Шарлотту Генсбур. У складний для французької єврейської громади період участь в обговоренні «єврейського питання» для кожного з акторів, напевно, як мінімум є демонстрацією підтримки, своєрідним жестом солідарності з тими, кому зараз непросто.

ЖАРТОМА ПРО СЕРЬОЗНЕ

Загалом уся програма, схоже, стверджувала право художника обговорювати з глядачем серйозні теми зі здоровою часткою гумору. Драмеді «Вчорашній цвіт» режисера Кріса Крауса, романтична комедія Філіпа Котларського й Енн Вейл «Друзі з Франції», драма «Світанкова лихоманка» Петера Гардоша, комедія Аманди Лундквіст «Пінські» й багато інших фільмів програми зачіпають глядача за живе — травма Голокосту і її прояви в третьому поколінні, проблеми «батьків і дітей», біль розчарування в ідеалах — але в залі постійно чути здоровий гучний сміх. Так що якщо й підбирати характеристики «єврейському кінематографові», то пошуки варто почати саме з такого визначення: вони вміють жартувати в будь-якій ситуації. Більш «академічними» за настроєм, як і належить, були документальні стрічки. До-

слідження життєвого шляху і творчої спадщини Моріца Данієля Опенгайма, першого єврейського художника з академічною освітою, «художника Ротшильдів і Ротшильда від художників»; кіноподорож у суть феномена ізраїльської кухні, що перебуває на піку популярності; фільм про долю творів мистецтва, створених бранцями концентраційних таборів (надзвичайно актуальне, глибоке дослідження питання про те, як у принципі можна творити посеред смерті); історія американського єврея-неонациста — всередині програми документального кіно спостерігалася та сама заявлена широта тем і професійних інструментів. На особливу увагу заслуговує робота улюбленця кінокритиків ізраїльтянина Томера Гейманна «Містер Гага». Документальний фільм, який досліджує феномен і природу творчості Охада Нахаріна, хореографа, який змінив світ сучасного танцю, завоював серця глядачів усього світу. Неймовірно видовищна картина, у якій режисерові вдалося торкнутися цілої джогни тем і больових точок сучасного суспільства. Байопік, який виявляється зовсім не переказом історії успіху всесвітньо відомого хореографа, а вельми інтимною розмовою про кожного з нас.

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА — ВИХІД ЗА РАМКИ ФОРМАТУ

Не можна не відзначити й заходи, що пройшли в рамках освітньої програми. Спеціально розроблені екскурсії з історії зародження і становлення єврейського кінематографа в Одесі, наприклад, відкрили багатьом цікавий факт, що цей жанр, цілком можливо, зародився саме в цьому місті, а історія кіно в Південній Пальмірі пов'язана з діяльністю першопрохідців із єврейськими іменами та прізвищами. Відеозапис відкритого інтерв'ю зі свідком епохи й учасником дисидентського руху поетом, публіцистом і перекладачем Борисом Херсонським, який зібрав масу захоплених відгуків, можна знайти в Інтернеті, а от щасливчикам, які побували на закритому допрем'єрному показі фільму «Скрипка», третьої новели з кіноальманаху «Свідки», що проходив за участі режисера Костянтина Фама та виконавця головної ролі німецького актора Ленна Кудривіцькі, залишається тільки позаздрити й чекати повноцінної прем'єри альманаху на наступному Одеському Єврейському Кінофестивалі. Організатори заявляють, що основне завдання освітньої програми — розкрити контекст, дати глядачеві можливість дізнатися трохи більше про поданий у фільмах матеріал, дати шанс «зануритися трохи глибше». Якщо взяти до уваги, що заходи ці практично самодостатні і являють собою готовий цікавий «продукт», то стараннями організаторів фестиваль ніби «випадає» із формату, адже в кінозалах ми бачили носіїв різних культур, яких об'єднував у той момент ширший інтерес до хорошого кіно.

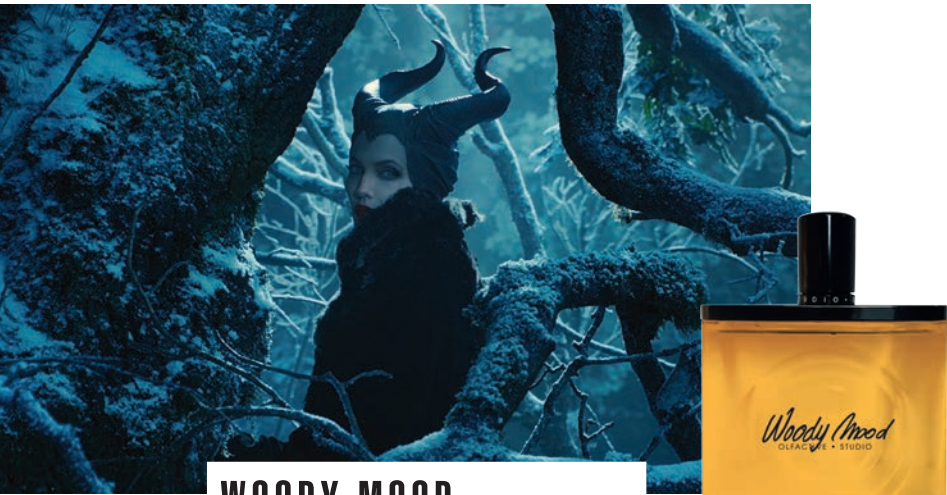
Перший Одеський Єврейський Кінофестиваль пройшов за підтримки благодійного фонду «Генезис», ARK Foundation і майданчика Стальканат Арт. Команда фестивалю не приховує, що організувати таку масштабну культурну подію в сучасних умовах було вкрай складно. «Навряд чи ідея великого Єврейського кінофестивалю в Україні, що давно вилетіла в повітрі й просилася на кіноекрани, втілювалася б у життя без професійної підтримки ARK Foundation, для якої цей проект став першим у нашій країні, — зазначив продюсер і програмний директор фестивалю Гера Грудев. — Місія Фонду — популяризація єврейського кінематографа — якнайкраще відображає суть і самого фестивалю, адже в кінозалах ми бачили носіїв різних культур, яких об'єднував у той момент ширший інтерес до хорошого кіно».

Що нас, глядачів, чекає наступного року? На це запитання організатори 1-го Одеського Єврейського Кінофестивалю відповідають лаконічно: «Нас знову чекає свято хорошого кіно!». Тож залишається чекати 2-го фестивалю й стежити за оновленнями на сайті oiff.eu і на сторінці фестивалю у Facebook.



Коли

ВИ ВЖЕ ПОМІЧАЄТЕ ЛЕГКЕ ПЕРЕДЧУТТЯ ЧОГОСЬ КАЗКОВОГО І МАГІЧНОГО ДЕСЬ У ГЛИБИНІ СЕБЕ? І З НАБЛИЖЕННЯМ РІЗДВЯНИХ СВЯТ ЦЕ ТРЕМТЛИВЕ ХВИЛЮВАННЯ БУДЕ ЛИШЕ ПОСИЛЮВАТИСЯ. АРОМАТИ ВАНІЛІ, КОРИЦІ Й МАНДАРИНІВ, ЗАТИШОК І ТЕПЛО ДОМІВКИ, СОЛОДКИЙ ПОЛОН ТЕПЛИХ ПЛЕДІВ І ГЛІНТВЕЙНУ. ЧАС ЗДІЙСНЕННЯ БАЖАНЬ І ЗАРОДЖЕННЯ НОВИХ МРІЙ, ЧАС ДЛЯ РОМАНТИКИ Й ПЕРЕГЛЯДУ УЛЮБЛЕНИХ КІНОСТРИЧОК. ВІДЧУВАЙТЕ, НАСОЛОДЖУЙТЕСЯ, ВІРТЕ В ДИВА, ДОБРО І КАЗКУ, І ВИ ОБОВ'ЯЗКОВО ПОРИНЕТЕ В ЇХ АТМОСФЕРУ.



WOODY MOOD ВІД OLFACTIVE STUDIO

Чаклунство і магія в дії — це інтенсивний і захоплюючий аромат Woody Mood від Olfactive Studio. Він наростає із силою, подібною могутності величної секвойї. Його композиція так грас у висоту, глибину, насиченість, що неревально світло, здається, стає казковим. Ми входимо в аромат, немов загадка героїні Роберта Стромберга — чарівниці Малефисента — входить у свій казковий дрімучий ліс. Тисячолітні дерева й тиша, що порушується тільки кроками чародійки. Просіка, гіпнотична ясність, що розпалос цінність: бергамот та імбір освітлюють дорогу в зачарованому лісі, акорди величної секвойї, чорного чаю і гімалайського нарду хвилюють і задають відповідний настрій. Пік чарівності забезпечують стиракс, шкіра і пачулі, і здається, саме ці ноти можуть вдихнути нове життя в чарівне лісове царство.

USA CINEMA УКРАЇНА №16.2017

Коли враняються дива

НОВА РІЗДВЯНА КОЛЕКЦІЯ СВИЧОК ВІД ПАРФУМЕРНОГО БУДИНКУ DIPTYQUE

Коллекція свічок зима — 2017/18 від Diptyque і Філіппа Боделока наповнена магичною казкою, заспокійливою чарівністю і зворушливими мріями. Зображуючи одну з міфічних істот: Фенікса, Дракона і Єдиноного, кожна має особливий колір і аромат і, сяючи золотом, відсилає нас до зірок, які спрямовують наші мрії і розкривають багато секретів.



FEU D'AGRUMES. ВОГНЯНИЙ АПЕЛЬСИН
Космічний вогнедишний Дракон дає світло і тепло, випромінюючи при цьому потужну життєву силу. Її передає база аромату — димна і деревна, підсолоджена шиплячою апельсиновою кіркою, а затишні спеції додають цьому чаклунству яскравості й теплоти.



LARMES D'ENCENS. СЛІЗОЗИ ЛАДАНУ
Із захоплюючого поєднання ладану й мирри, обгорнутих у яскраву корицю, постає легендарний птах Фенікс, який, за повір'ям, живиться лише соком рідкісних ароматичних рослин і благовоєними смолами. Синій колір свічки нагадує небеса, а також безсмертя цієї тварини, яка вміє читати серця людей.



FORÊT GIVRÉE. ЗАМОРОЖЕНИЙ ЛІС
Соснові голки, деревина хінокі й м'ята сплітаються разом, створюючи рідкісні пахощі безкрайнього морозного лісу, над яким мерехтить сузір'я Єдиноного, послаючи на Землю гармонію, красу й порядок.



Парфумерний гардероб для неї: мініатюри Aqua Universalis, Aqua Vitae, Aqua Celestia (новинка), Amyris femme, féminin Pluriel, Grand Soir (новинка), Baccarat Rouge 540 (eau de parfum), OUD satin mood (eau de parfum)

НОВИЙ АРОМАТ SUNNY SIDE UP ВІД JULIETTE HAS A GUN

Переддень Нового року — час чаклунства й очікування щастя. Ці відчуття не порівняти ні з чим, вони просто наповнюють нас, розбухують і хвилюють, як і герої фільму «Старий Новий рік» — мешканці Нью-Йорка. Вони живуть своїм життям, приймають важливі рішення, навіть не підозрюючи про те, що перебувають лише за декілька кроків від власного щастя. Воно зовсім близько. Sunny side up від Juliette has a gun від Романо Річчі — новий дивовижний аромат, створений окриляти й дарувати відчуття безмежного щастя, відкривати щось нове в кожному з нас. Секрет криється в есенції сандала, який автор підкреслив відтінками мускусу, жасмину й коносового молока. І ось він — аромат справжнього щастя! Sunny side up від Juliette has a gun повністю занурює у відчуття свободи й божества. Якщо Вашій душі необхідна терапія щастям — це те, що Вам потрібно! Вдихайте його повними грудьми та наповнюйтеся цією неймовірною енергією, і нехай Вас, як і героїв нашого новорічного фільму, обов'язково огорне щастя!



Парфумерний гардероб для нього: мініатюри Aqua Universalis, Aqua Vitae, Aqua Celestia (новинка), Amyris homme, masculin Pluriel, Grand Soir (новинка), Baccarat Rouge 540 (eau de parfum), OUD satin mood (eau de parfum)

ПАРФУМЕРНИЙ ГАРДЕРОБ: РІЗДВЯНА КОЛЕКЦІЯ ВІД MAISON FRANCIS KURKDJIAN

Вирушіть у захоплюючу подорож, відкривши для себе всебіт ароматів від Maison Francis Kurkdjian завдяки четвертому виданню парфумерного гардероба для чоловіків і жінок. Геть сумніви і заобони, не бійтеся йти на експерименти, як це зробили головні героїні романтичної різдвяної комедії «Відпочинок по обміну». Повністю віддавшись почуттям, дві незнайомі жінки, що живуть на відстані 10 000 кілометрів одна від одної, наважуються на авантюру, домовившись поїхати континентами й будинками на час відпустки. І кожна в новому місці зустріне своє щастя Різдво! Наша чуттєва подорож побудована навколо восьми творів парфумерного будинку (включаючи 2 новинки, що вже стали визнаними бестселерами) і є вишуканою колекцією ароматів, що задовольнять всі ваші бажання.



НОВА ВЕРСІЯ BACCARAT ROUGE 540 EXTRAIT DE PARFUM

Інтригуюча й заворожлива квінтесенція єгипетського жасмину, грандіфлоруму, шафрану, гіркого марокканського мигдалю, кедрю, амбрі, підкреслена деревними мускусними акордами. Новий Baccarat Rouge 540 Extrait de Parfum посилює інтенсивність і яскравість звучання деревно-бурштинової і квіткові ари аромату. У цій видатній інтерпретації цвітіння жасмину й деревного мускусу з'єднуються в алхімії почуттів. Він нагадує історію щирого кохання молодих і романтичних героїв картини «Зимава фантазія». Почуття, що огорнуло Пітера Лейна і красуню Бевеллі Пенн, як і чарівний та яскравий аромат, наповнене безбачками й випробуваннями: між коханнями і долею, між світлом і п'тьмою. Дива, та й годі. Насолоджуйтеся ними з новою версією культового аромату.

КОСМЕТОЛОГ-ЕСТЕТИСТ, ЛІКАР ІН'ЄКЦІЙНИХ МЕТОДИК

ТВАРДОВСЬКА РОКСАНА



JUVEDERM VOLITE:

Революція в біоревіталізації, або Як сяяти по-голлівудськи

Чарівна врода голлівудських зірок — результат щоденної копіткої роботи над собою, а також зусиль цілої плеяди професіоналів: стилістів, імідж-мейкерів, візажистів і, звичайно ж, косметологів. Адже по-справжньому красивою, сяючою й доглянутою може бути тільки здорова шкіра. Саме шкіра найбільш схильна до дії величезної кількості шкідливих чинників довкілля, що значною мірою впливає на її зовнішній вигляд. У чому ж секрет ідеального «look»-селебритис? У ефективному поліпшенні якості шкіри за допомогою процедур біоревіталізації.

Знайомтеся — Juvederm Volite — новинка від компанії Allergan (Аллегран) — лідера в галузі естетичної фармацевтики й косметології. Абсолютно новий продукт багаточільового призначення, що встиг створити революцію у сфері ін'єкційної косметології! Чому? По-перше, цей диво-препарат дозволяє домогтися тривалої дії на шкіру всього лише за 1 процедуру, а ефект триває 9 місяців (у той час як інші біоревіталізанти потрібно колоти курсом). По-друге, він не лише усуває небажані зморшки, але, головне, покращує гідратацію, еластичність і текстуру шкіри (до речі, такі проблеми, як шкіра з рубцями після акне, неоднорідна текстура й сухість шкіри, теж залишаться в минулому). І нарешті, новинка підходить для пацієнтів різних вікових груп і може використовуватися не лише на шкірі обличчя, але й зачіпати шию, область декольте, руки.

ПЕРЕЛІК ПОСЛУГ:

Збільшення губ, скул, заповнення носогубних складок, носослізної зморшки, мезотерапія, біоревіталізація, ботулінотерапія, плазмотерапія, лікування гіпергідрозу

ДНІПРО | КИЇВ | ХАРКІВ | ЛЬВІВ | ОДЕСА

«SHINE BRIGHT LIKE A DIAMOND», — ЗАКЛИКАЄ НАС RИHANNA. ТОЖ ДАВАЙТЕ ЗАСЯЄМО!

Juvederm Volite — це філер гіалуронової кислоти, до складу якого входить лідокаїн, що зводить на мінімум больові відчуття під час процедури. Але і це ще не все. Ін'єкції цього препарату здійснюються за допомогою спеціальної тонкої голки нового покоління, мінімізуючи тим самим набряклість і гематоми. Унікальна техніка введення препарату позбавить вас потреби зачинятися вдома в очікуванні зникнення слідів після виконаної процедури. Уже впродовж 20 хвилин від почервоніння й набряклості не залишиться й сліду. Тож не втрачайте часу, поспішайте підкорювати світ!

ТЕЛ.: 093 218 89 95

✉ RNACHKEBIYA@GMAIL.COM

ФОТО РОБИТ: 📷 KSNACHKEBIYA

Фото: Євген Бойко

VGL

CINEMA

КИЇВ • ДНІПРО • ЛЬВІВ

01

ЗАЙДИ НА VGLCINEMA.COM

ЗАПОВНИ АНКЕТУ

02

03

ОПЛАТИ ПЕРЕДПЛАТУ

ЧИТАЙ [VGL CINEMA](http://VGLCINEMA)

04

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ ЗА ТЕЛ.: 38067 510 50 15 ✉ vglcinema@gmail.com





Meiher  Meiher
by Meiher

ТВОРЧА МАЙСТЕРНЯ MEIHER BY MEIHER
М. КИЇВ, ВУЛ. ШОТА РУСТАВЕЛІ, 40/10
+38095 710 81 44

 MeiherByMeiher

 Meiher_by_Meiher



Meiher  Meiher
by Meiher

Ви, кожен окремо, унікальні й не схожі один на одного.
Здобуйте життєвий досвід, але формула повноцінності
буття в кожного своя. Є Ви і Божа іскра. Щиро бажаю,
щоб Ви знаходили в собі сили заповнювати
своє життя всіма барвами веселки.
Я знаю, як буває нелегко, як буває боляче...
Але цей нюанс прикрашає нас і робить наше життя
більш усвідомленим, глибоким...
Не здавайтеся! Не бійтеся з невідомістю грати!
Сміливості Вам! Нехай вічний вогонь душі Вашої
освітлює шлях завдяжки з життя! Люблю Вас!

ЗІРКОВИЙ ДУБЛЯЖ АНІМАЦІЙНОЇ ПРИГОДИ «КОКО»

23 листопада в прокат вийшла анімаційна пригода «Кокко» від дивовижних Disney/Pixar, які подарували нам відомі анімаційні хіти «Думками навиворіт», «Тачки», «ВОЛЛ-І»! До команди українського дубляжу цієї захопливої пригоди приєдналися вітчизняні зірки: Валентина Хамайко, ведуча програми «Сніданок. Вихідний» на каналі «1+1», яка подарувала свій голос добрій і ніжній Мамі Рівера, комік Юрій Ткач («Одного разу під Полтавою», «Ліга сміху», «Танці з зірками») перевтілює у вуличного музиканта Маріачі, а потойбічних тітоньок Росіту і Вікторію дублювали учасниці гурту Dakh Daughters Руслана Хазіпова і Соломія Мельник.

Зі студії дубляжу зірки діляться своїми враженнями, а деякі — враженнями від першого досвіду.



Ведуча каналу "1+1" Валентина Хамайко:

«Зізнаюся, я трохи хвилювалася, адже це мій перший досвід дубляжу і я не знала, що на мене чекало. Та коли процес пішов, я ловила кожну деталь та намагалася пропустити роль через себе. Дубляж дуже тонка і філігранна справа, я б залюбки повчилася цьому у професіоналів. Працюючи, думала про екранного сина, як про своїх власних дітей, і це допомагало відтворити екранні емоції. Ось хлопчика звати Мігель, а мого сина — Михайло, — коментує відома телеведуча. — Новий проєкт Дісней безумовно потрапить до колекції улюблених мультків нашої родини, бо попри візуальну красу, відповідає на дуже вважливі питання, які ставлять діти, а ти губишся з відповіддю: «Чи існує потойбічне життя?» «А де наша бабуся зараз?». Фільм подає непросто тему світло й позитивно. Меседж картини, що наші предки живуть стільки, скільки ми їх пам'ятаємо, на мою думку, є правильним! Чекаємо на прем'єру «Кокко»!».

Комік Юрій Ткач:

«Я обожнюю мультики, а завдяки маленькій донечці маю законне право дивитися їх щодня! Дублювати анімацію було мрією мого дитинства, і тепер вона здійснилася завдяки широму й відвертому музиканту Маріачі. Герой припав мені до душі! Крім того, що я також люблю грати на гітарі, мені імponує одна з основних ідей картини «лови свою мить і йди за своєю мрією». Дубляж — завдання не з легких, але було страшенно цікаво і незвично спостерігати, як твій власний голос, емоції та енергетика починають по-іншому грати в образі анімаційного героя. Йдіть у кіно і дивіться, яким вийшов «мій Маріачі»».



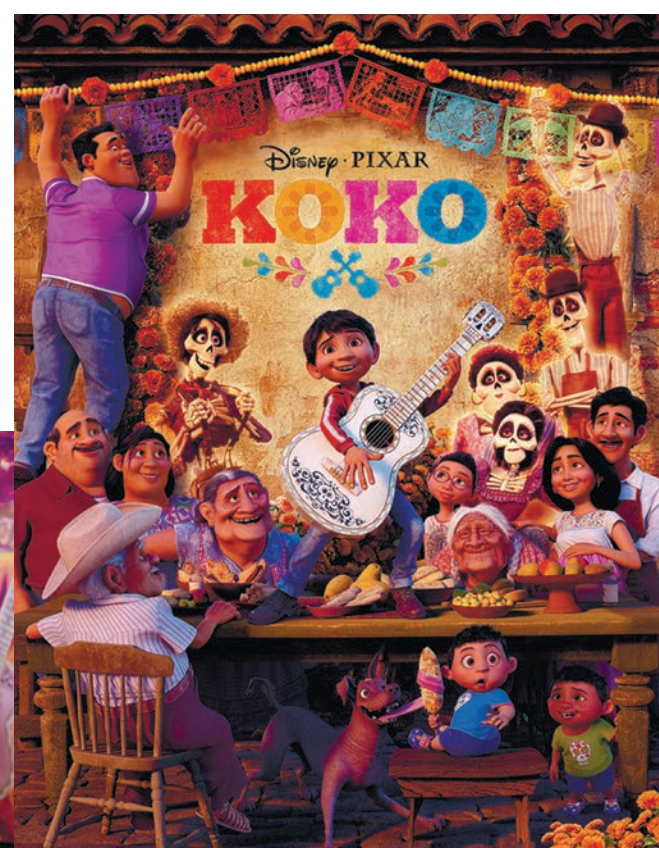
Про фільм:

Дивовижна пригодницька історія хлопчика Мігеля, який мріє піти шляхом свого кумира Ернесто де ла Круза, найславетнішого співака в історії Мексики. Та в родині Мігеля музика суворо заборонена. Щоб здійснити свою мрію, хлопець має розгадати давню таємницю свого роду, заховану у Світі Мертвих. Отож, взявши в напарники скелета-провідника та дивакуватого пса Данте, Мігель вирушає у потойбіччя!...



Актрис театру «ДАХ» Руслана Хазіпова і Соломія Мельник:

«Ми багато граємо в театрі та гастролюємо з концертами, а зараз отримали абсолютно новий фантастичний досвід. Своїх ексцентричних героїнь ми намагалися наділити унікальними рисами, гадаємо, наші характери добре лягли на кумедних тітоньок. Містичний Світ Мертвих у стрічці є дивовижним, нам імponує містика, адже творчість завжди перебуває десь між світом матеріальним і тим іншим, невидимим. Нам цікаво все це переживати. Чудово працювалося на студії дубляжу, там надзвичайно професійна команда, дуже грамотно ставлять завдання акторам. Після роботи над «Кокко» хочемо потрапити у Мексику, їхня культура зачаровує, а фольклор перетинається з українським. Сподіваємося, українські глядачі оцінять нову магічну історію!»



MUM'S
MANIA
"маминь фенечки"

mums-mania.com



одежда • коляски • автокресла • мебель • аксессуары

ТРЦ "ArtMall" ул. Заболотного 37
(097) 413 26 22

бул. Леси Украинки 12
(050) 654 57 39

ТРЦ "Dream Town2"
Оболонский пр-т, 21Б

НОВИЙ СЕЗОН НОВИЙ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ»

НА КАНАЛІ «1+1» ВИЙШОВ ОНОВЛЕНИЙ СЕЗОН РОЗВАЖАЛЬНОГО ШОУ СТУДІЇ «КВАРТАЛ 95» «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ». БЕЗЛІЧ РІЗНИХ РУБРИК, СКЕТЧІВ І НОМЕРІВ, СЦЕНКИ ЗА УЧАСТЮ ЗІРОК, ОРИГІНАЛЬНІ МОНОЛОГИ, ГОСТРІ ПАРОДІЇ НА ВІДОМИХ ЛЮДЕЙ І БАГАТО АКТУАЛЬНОГО ГУМОРУ. РОДЗИНКОЮ ШОУ СТАЛИ СМІЛИВІ РОЗІГРАШІ ЗІРОК ШОУ-БІЗНЕСУ. СПЕЦІАЛЬНО ДЛЯ НОВОГО СЕЗОНУ «ВЕЧІРНОГО КИЄВА» БУЛИ СПОРУДЖЕНІ СКЛАДНІ ДЕКОРАЦІЇ З П'ЯТЬМА ЛОКАЦІЯМИ І КРУГЛИМ ЗАЛОМ ДЛЯ ГЛЯДАЧІВ, ЯКИЙ ПОВЕРТАЄТЬСЯ ДО КОЖНОЇ З ЛОКАЦІЙ.

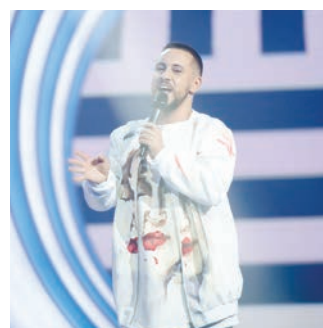
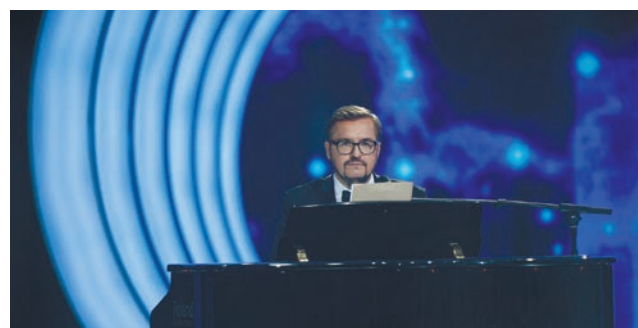
У РАМКАХ ШОУ СТАРТУВАВ НОВИЙ АНІМАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ «ШМЕПА — ДОЧКА НАРДЕПА» — ПАРОДІЯ НА МУЛЬТФІЛЬМ «СВИНКА ПЕППА», ЯКИЙ РОЗПОВІДАЄ ПРО ЖИТТЯ ДІТЕЙ-«МАЖОРІВ». НЕЗМІННИМ ВЕДУЧИМ ШОУ «ВЕЧІРНІЙ КИЇВ» Є ВОЛОДИМИР ЗЕЛЕНСЬКИЙ.



НАДМІРНЕ ВЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ
ШКОДИТЬ ВАШОМУ ЗДОРОВ'Ю

Велика новорічна кригада

У НОВОРІЧНУ НІЧ ТЕЛЕКАНАЛ «УКРАЇНА» ПРИВІТАЄ ГЛЯДАЧІВ ГРАНДІОЗНИМ СВЯТКОВИМ ШОУ ЗА УЧАСТЮ НАЙВІДОМІШИХ УКРАЇНСЬКИХ ПОП-ЗІРОК, ВЕДУЧИХ КАНАЛУ ТА АКТОРІВ УЛЮБЛЕНИХ СЕРІАЛІВ. У МУЗИЧНІЙ КОМЕДІЇ ВІД КАНАЛУ «УКРАЇНА» ПО-НОВОМУ ЗАВУЧАТЬ ЗОЛОТІ ХІТИ УКРАЇНСЬКОЇ ЕСТРАДИ Й НАЙСКРАВІШІ МУЗИЧНІ ВІДКРИТТЯ РОКУ, ЩО МИНАЄ. ЗА СЮЖЕТОМ ГОЛОВНИЙ ГЕРОЙ — ОЛЕГ ВИННИК — ГРАЄ ВЕДУЧОГО «БЛАКИТНОГО ВОГНИКА», ЯКИЙ ЗАБЛУКАВ У ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ЦЕНТРІ Й ПОТРАПЛЯЄ НА ЗНІМАЛЬНІ МАЙДАНЧИКИ РІЗНОМАНІТНИХ ПРОЄКТІВ. ТАМ НА НЬОГО ЧЕКАЮТЬ НЕЙМОВІРНІ ПРИГОДИ. РАЗОМ З ВЕДУЧИМИ Й АКТОРАМИ ПРОЄКТІВ ТЕЛЕКАНАЛУ ЗАСПІВАЮТЬ СОФІЯ РОТАРУ, ТІНА КАРОЛЬ, ОЛЕГ ВИННИК, МОПАТІК, МАКС БАРСЬКИХ, «НЕАНГЕЛИ», НАТАЛІЯ МОГИЛЕВСЬКА, ЗЛАТА ОГНСВІЧ, OZIZIO, ІРИНА БІЛІК, ОЛЯ ПОЛЯКОВА, РІАНОВУ, ОЛЕКСАНДР ПОНОМАРЬОВ, МАРІЧКА ЯРЕМЧУК, ОЛЬГА ГОРБАЧОВА, СВІТЛАНА ТАРАБАРОВА, ДМИТРО КОЛЯДЕНКО, ДАША АСТАФЬЄВА, ВІКТОР ПАВЛІК, ГРУП «ТІК».

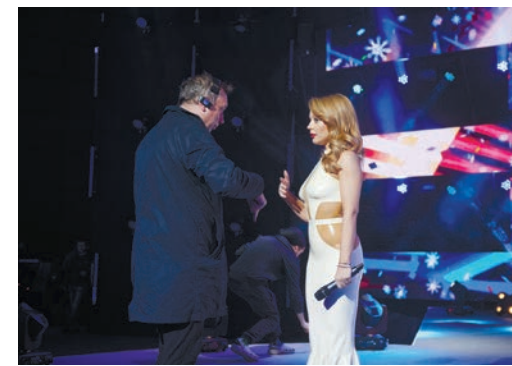


Олег Винник: «Зізнаюсь, було не просто грати себе, адже я досить самокритична людина. Сценаристи придумали стільки пригод, я сам був шокований! Але підійшов до участі в проєкті з посмішкою. Сподіваюся, буде весело».

Оля Полякова: «Які традиції на Новий рік можуть бути в артиста? Жаллива традиція не зустрічати свято в колі сім'ї, а бути присутнім на якійсь прекрасній п'янци. Так уже заведено... Тому задовольняєся тим, що після Нового року виїжджаю із сім'єю куди-небудь в теплі краї і там пую до верху прекрасно відпочиваю і присвячую час чоловікові, дітям і собі коханій».

Олександр Пономарьов: «У новорічну ніч на каналі «Україна» я заспіваю дві пісні. Одна з них — пісня мого колеги, але кого саме залишу в таємниці, нехай буде інтрига. Це експеримент, який мені дуже сподобався. А друга — дуєт з однією хорошою дівчинкою (Марією Яремчук. — Прим. ред.)».

Мопатік: «У новорічну ніч ми постараємося зарядити людей вітаміном D, адже зима — це холод і мороз. А нам дуже хочеться розрядити цю справу сонцем. Своїми номерами ми спробуємо компенсувати нестачу тепла і сонця, якого глядачам так бракує впродовж року — та так, щоб це на наступний вистачило».



Семен Горюв (режисер шоу): «Це буде фільм-концерт з ігровими елементами й драматургією. Я уперше працював з Олегом Винником, і залишився повністю задоволений нашою спільною роботою. Він виявився дуже професійною, інтелігентною людиною, з акторським досвідом роботи в мюзиклах. У проєкті буде багато пісень і вітчизняних зірок. Головна ідея фільму-концерту — там звучать тільки пісні українських поетів і композиторів періоду Незалежності України. Діапазон задіяних виконавців дуже широкий. У «Неймовірних пригодах Олега Винника на телеканалі "Україна" глядач побачить і таких «мастодонтів» сцени, як Софія Ротару, Ірина Білик, Віктор Павлік, і молодих артистів — Мопатіка, Макса Барських... Ми провели величезну роботу: це живий концерт, грає живий оркестр, для усіх пісень робилися оригінальні аранжування. Усе ексклюзивно і чесно, і ми сподіваємося на фідбек від глядача, що йому сподобається те, що ми йому приготували. Тому що працювали всі з душею, уявляючи по той бік екрана і себе, своїх рідних і близьких».



Микола Матросов (ведучий програми «Ранок з Україною»): «Чесно кажучи, відбувається щось неймовірне. Камера літає, режисер у мікрофон щось говорить. Я уперше на зйомках такого масштабу, ми всі щасливі, посміхаємося, цоккаємося келихами. Атмосфера дійсно святкова, і я впевнений, що наше шоу вийде крутим! Був у моєму житті Новий рік, який запам'ятовується: я його святкував у ресторані з друзями. З настанням Нового року, щоб додати трохи святкового шуму, я вирішив підірвати петарду. Ось тільки врізалася вона в колону і відскочила назад до нас на стіл прямо в піалу із соусом. Ніколи ні до, ні після цього я не бачив, щоб люди так швидко вставали з-за столу і розчинялися в просторі».

Олексій Суханов (ведучий ток-шоу «Говорить Україна»): «Я просто у захваті. Для мене Новий рік — це свято номер 1, яке я навіть не знаю, з чим можна порівняти. Тому, мабуть, і такий піднесений настрій. Обіцяю всім нашим глядачам, що програма буде дуже емоційною і по-справжньому казковою. Крім того, у нас буде багато талановитих артистів. Усе робимо для того, щоб глядачі зустріли Новий рік у гарній компанії і чудовому настрої».

Юрій Великий (ведучий «Шоу Братів Шумахерів»): «Скажу чесно: я уперше брав участь у новорічному проєкті. Ніколи не думав, що буду по той бік екрана. Для мене це великий і, безумовно, цікавий досвід. Попри те що іноді дублі знімають по кілька разів, ти розумієш, що глядач чекає цього, і в кадрі ти маєш бути красивим і усміхненим. Святкова атмосфера і новорічний настрій уже готові! Нові знайомства, келихи, цокання, серпантин — це усе просто чарівно!».

НОВОРІЧНИЙ ЕФІР УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ УЖЕ НЕМОЖЛИВО УЯВИТИ БЕЗ МЮЗИКЛІВ «ВЕЧОРИ НА ХУТОРІ БІЛЯ ДИКАНЬКИ», «СОРОЧИНСЬКИЙ ЯРМАРОК», «ПОПЕЛЮШКА» ЧИ «ОДРУЖЕННЯ ФІГАРО». ЇХ РЕЖИСЕР СЕМЕН ГОРОВ РОЗПОВІВ VGL CINEMA ПРО РЕЦЕПТ ІДЕАЛЬНОГО НОВОРІЧНОГО ТЕЛЕПРОЕКТУ, ВЛАСНІ УПОДОБАННЯ ІЗ СВЯТКОВОГО ЕФІРУ, СЕРІАЛЬНІ ПРОЕКТИ, СВОЇ АМБІЦІЇ У СВІТІ ПРОКАТНОГО КІНО ТА ВИСЛОВИВ ПОБАЖАННЯ ТЕЛЕ – ТА КІНОГАЛУЗІ НА НАСТУПНИЙ РІК. ЗЙОМКИ КІНОФІЛЬМУ «ГРУДНЕВА КАЗКА» С. ГОРОВ РОЗПОЧИНАЄ ВЖЕ В СІЧНІ, ЩЕ ОДИН ФІЛЬМ ЗБИРАЄТЬСЯ ПОДАВАТИ НА НАСТУПНИЙ КОНКУРС ДЕРЖКІНО, АЛЕ ЯКЩО ТЕЛЕКАНАЛИ ПОБАЖАЮТЬ ЗНЯТИ МЮЗИКЛ – ГОТОВИЙ ВЗЯТИСЯ ТА ЗАПРОПОНУВАТИ НОВІ ІДЕЇ.



Семен Гороб:

«УКРАЇНА — У ПОШУКАХ СВОГО ГЕРОЯ»

— Ми всі Вас знаємо як режисера легендарних новорічних мюзиклів. За вашими відчуттями, чи повернуться канали до такого жанру в найближчій перспективі, і від чого це залежатиме?
— Я дуже на це сподіваюсь. Але питання їх створення має комерційний ґрунт, а отже, точну відповідь знають лише продюсери. Ми всі — як творчі одиниці — готові повернутися до мюзиклів. А головне, глядач до їх повернення готовий.

— А ідеї нових мюзиклів у Вас є?

— Безліч. Ця тема практично невичерпна. Наприклад, може бути і українська, і світова класика. У нас дуже співоча нація, у нас одна з найсильніших естрадних шкіл, а отже — безліч цікавих артистів, композиторів, чудові аранжувальники, оператори, режисери. Взагалі, музична галузь перебуває на етапі відродження і розквіту. Так що всі ми в очікуванні.

— Щойно Ви зняли новорічний проект для телеканалу «Україна». У чому його особливість, яке послання глядачу він несе?

— Це фільм-концерт з ігровими елементами. Головний герой — Олег Винник. Продюсери телеканалу «Україна» дуже чітко усвідомлюють, на якого глядача розрахований цей проект. Широ кажучи, я уявляю і себе перед телевизором, своїх друзів, свою маму, дружину, сина. Уявляю сімейне свято, стіл з олів'є, проводи старого та зустріч нового року. Новорічним музичним проектом ми прагнули викликати лише позитивні емоції, відволікти від щоденних проблем і вселити надію на краще. Для цього запросили найкращих артистів, зробили красиві декорації, написали оригінальні аранжування. І — чекаємо на фідбек та високі рейтинги.

— А у Вас є рецепт ідеального новорічного проекту?

— Насамперед це проект, зроблений з любов'ю. Коли його творці не думають, що «піпл схаває», а поважають себе і свого глядача. Люди це дуже гостро відчувають. Звичайний українець — це добра, освічена людина з почуттям гумору, який розуміє красу, любить повеселитися, потанцювати та поспівати, сказати комплімент жінці, погладити по голові дитину, побавитись на вулиці в сніжки та повернутися в теплий дім. Саме про такого глядача і варто думати.

— Тобто рецепт у тому, щоб ті, хто знімають, відчували себе на місці глядача?

— Так. У жодному випадку не можна відокремлювати себе від глядача.

— А що Семен Гороб дивиться в новорічну ніч?

— Усе традиційно. Я дивлюся привітання Президента. Ми проводжаємо старий рік, зустрічаємо новий, виголошуємо тости, клацаємо пультом. Іноді критикуємо, іноді у захваті від того, що бачимо на екрані. Мені подобається, коли на ТБ пропонують щось нове, а не йдуть прокладеними стежками. У телефірі я люблю ризик, парадоксальність. І багато чого вибачаю, якщо бачу, що люди ризикують. Адже, якщо постійно боятися зробити необережний крок і думати лише про рейтинги — це буде монастир, а не ТБ (*посміхається*). Руху вперед не буде. Після певного періоду застою за останні рік-два українське телебачення значно просунулося вперед. І тут не можна виключати фактор політики. Україна стала повноцінно незалежною, стало актуальним виробляти власний контент, який відповідає особливостям нашої культури, показувати своїх героїв.

— Після настільки успішного «Останнього москаля», де Ви були режисером, які Ваші серіальні плани? І чи взялися б після комедії за інший жанр, наприклад драму чи детектив?

— Нещодавно я зняв для телеканалу «1+1» серіал «Артистка». Це мій перший досвід роботи з драмою. На ринку існував стійкий стереотип, що я комедіограф, але насправді я не можу стверджувати, що так уже й полюблюю знімати комедії, — просто так склалося. Я вважаю себе драматичним режисером, ще з інституту (Семен Гороб — випускник режисерського факультету Київського театрального інституту імені І. Карпенка-Карого. — Прим. ред.) це мені вдавалося. І я довго продюсером доводив, що можу знімати драми, а вони довго мені не вірили (*посміхається*). Зрештою, я переконав Олену Васильєву (продюсер серіального виробництва «1+1 media»). — Прим. ред.), і мені довірили «Артистку». Але саме зараз я всіма своїми думками в кіно. Відчуваю, що вже дозрів до повного метра, до того ж вчився я саме на режисера кіно. Проте з ТБ я, звичайно, не пориваю повністю.

— Ви брали участь у останньому пітчінгу Держкіно.

— Так, ми його виграли й уже в січні розпочинаємо зйомки кінофільму «Груднева казка». Це буде мій кінодебют. Зйомки плануємо провести взимку, а вийти на екрани — у другій половині наступного року. Щойно я повернувся з Карпат, де ми обирали натуру. Уявіть, там на одній з гір ми зустріли одразу три українських знімальних групи! Отже, ренесанс українського кіно не можна не помічати. Головне, цей момент не втратити і правильно використати.

Неможливо знімати два фільми на рік і чекати, що один з них виграє «Оскар». Як говорив Гегель, кількість переходить у якість. Якщо щорічно виходитиме 20 фільмів, є шанс, що один з них буде вдалим. І передбачити успіх неможливо. Буває так, що і сценарій блискучий, і група професійна, а не виходить шедевр. Треба набувати досвіду, через кількість, через помилки... Щоб чомусь навчитися, треба тренуватися. Щоб навчитися їздити на ковзанах, треба виходити на лід, падати, підніматися, а не сидіти й розмірковувати, якими б ми могли бути ковзанярами. Тож я дуже радий, що українська влада приділяє зараз велику увагу кіно. Це правильно, і обов'язково принесе результат.

— Окрім «Грудневої казки», які ще Ваші плани в напрямку прокатного кіно?

— У мене є власний оригінальний сценарій. Це історія з мого життя. Автор завжди розповідає про себе, і я не виняток (*посміхається*). Тож я хочу збагатити героя й іншими рисами і якостями. Якраз зараз над цим працюю. Навесні буду подавати фільм на пітчінг Держкіно.

— Який жанр?

— Трагікомедія. Як і все наше життя...

— Зважаючи на те що наближаються новорічні свята, що б Ви побажали українській кіно- і телевізійній галузі на наступний рік? Чого уникати, на чому концентрувати увагу?

— Я б побажав нашому телебаченню позбавитися від штампів. Від сліпого копіювання форматів. Глядача притічує одноманітність, коли він перемикає канали, але не бачить між ними різниці. На жаль, ТБ часто грішить тим, що віддає перевагу вже перевіреному речам і не наважується ризикувати, показувати щось новаторське. Але ж і в житті, і на екрані ми прагнемо різних відчуттів. На мою думку, саме в різноманітності й полягатиме успіх ТБ. Таким чином, кожен глядач знайде свою нішу.

І добре, що з наступного року держава буде підтримувати серіали. Існують соціально важливі теми, які розвивають суспільство. Для їхньої появи потрібна така «ін'єкція». Для кіно я б теж побажав більше жанрів. Щоб глядачеві було з чого обирати. І звичайно, що дуже важливо для кіно, — показати власних героїв: і чоловічих, і жіночих, і дитячих. Українці вже давно готові бачити на екрані саме свою країну: українські міста, вулиці, наші характери й архетипи... Це дуже непростя тема. Крім того, що країна молода, ще й останніми роками все дуже швидко змінюється. Те, що було актуальним раніше, відходить, з'являються нові обставини, ситуації та суспільні потреби. Отже, Україна — у пошуках свого героя.

— У сценарії, який Ви збираєтесь презентувати на весняному пітчінгу, Ви знайшли такого героя?

— Я теж у його пошуках. Сподіваюся віднайти. Будь-що, я впевнений, що український глядач заслуговує на найкраще. ■

СЕМЕН ГОРОВ режисер, кліпмейкер

1996 р. — закінчив Київський державний інститут театрального мистецтва ім. І. Карпенка-Карого. Працював режисером Київського театру російської драми ім. Лесі Українки. Режисер-постановник новорічних програм та мюзиклів, серед яких такі: «Вечори на хуторі біля Диканьки», «Попелюшка», «Божевільний день, або Одруження Фігаро», «Сорочинський ярмарок», «Пригоди Верки Сердючки». Зняв понад 50 кліпів для українських і російських виконавців. Режисер комедійного серіалу «Останній москаль» («1+1 Продакшн»). Володар премії «Телетріумф» у номінації «Режисер телепрограми».

Боротьба за права на українськи: ЯК ПРАВОВЛАСНИКИ ЗАХИЩАЮТЬ КОНТЕНТ

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІРАТСТВО — ОДНА З НАЙВАЖЛИВІШИХ ТЕМ У ПОРЯДКУ ДЕННОМУ ГАЛУЗЕВИХ ЗАХОДІВ. ОСТАННІМ ЧАСОМ В УКРАЇНІ ВІДБУЛОСЯ БАГАТО ПОЗИТИВНИХ ЗРУШЕНЬ У ЦАРИНІ БОРОТЬБИ З ЦИМ ЯВИЩЕМ: УДОСКОНАЛЕНО ЗАКОНОДАВСТВО, ІСНУЄ ОБ'ЄДНАНА ПОЗИЦІЯ ПРАВОВЛАСНИКІВ, ВЕДЕТЬСЯ МОНІТОРИНГ ПІРАТСЬКИХ РЕСУРСІВ ТА БРЕНДІВ, ЯКІ ТАМ РОЗМІЩУЮТЬСЯ. ПРОТЕ РІВЕНЬ ПІРАТСТВА В НАШІЙ ДЕРЖАВІ ВСЕ ОДНО ДОСИТЬ ВИСОКИЙ І НИЗКА ПИТАНЬ ЩЕ ДОСІ ЛИШАЄТЬСЯ НЕВИРІШЕНОЮ.

Найбільше проблем, пов'язаних з порушенням прав інтелектуальної власності, спостерігається в Інтернеті. На другому місці — кардшейрінг та ретрансляція телеканалів провайдером платного телебачення без дозволу правовласників. Але всі ці галузі тісно переплетені, тому проблеми однаково стосуються кожної. Правовласники, які створюють продукт у будь-якій галузі, стикаються з крадіжками своєї інтелектуальної власності.

Останній рік вважають найбільш продуктивним за «антипіратським» ефектом. Були закриті ресурси ex.ua і fs.to, заборонений доступ до такого «легендарного пірата», як російська соціальна мережа Вконтакте. На законодавчому рівні введена кримінальна відповідальність за фінансування піратства, а у правовласників з'явилася можливість співробітничати з хостингами для блокування нелегального контенту. Після того як комерційні телеканали було виключено з переліку універсальної програмної послуги, до піратства прирівняли і їх нелегальну ретрансляцію провайдером платного телебачення та андерепортинг. Це все дуже важливі, але лише перші кроки, — запевняють експерти.



КАТЕРИНА ФЕДОРОВА,

КЕРІВНИК ІНІЦІАТИВИ «ЧИСТЕ НЕБО»

Піратство — це проблема не лише правовласників, які створюють продукт і стикаються з крадіжками своєї інтелектуальної власності, вона також стосується суміжних галузей зокрема і всієї держави загалом.

Щоб подолати це явище як на законодавчому рівні, так і для досягнення найбільших результатів на практиці, необхідні згуртовані дії учасників ринку. Чим краще ми всі, починаючи від свідомих громадян і закінчуючи небайдужим бізнесом, відчуємо суть проблеми та її наслідки, чим скоріше ми почнемо діяти — то швидше перейдемо на новий рівень як у взаємодії всередині галузі, так і в житті країни загалом. Адже крадіжка інтелектуальної власності шкодить не тільки створенню якісного контенту, але й усій країні: це приховані прибутки, несплачені податки, нестворені робочі місця, низькі заробітні плати, репутація країни. А в перспективі — не виключено, що й економічні санкції від США, які регулярно вводяться для країн — найбільших порушників права інтелектуальної власності американських кіно- і телевізійників.

ЗАКОНОДАВЧИЙ ПРОРИВ

Цього року з'явилися нові механізми боротьби з інтернет-піратством. Законом «Про державну підтримку кінематографії в Україні», який набув чинності у квітні 2017 року, передбачено зміни як у сфері захисту авторських і суміжних прав, так і в боротьбі з піратством у цілому.

«Закон має довгу історію виникнення. Усе почалося ще років 10 тому, але реалізувати цю ініціативу не було можливості, а от за останні три роки, завдяки об'єднанню ринку та проведенню непростих дискусій, вдалося досягти певних результатів», — розповідає В'ячеслав Мієнко, заступник гендиректора «1+1 медіа» з правових питань. За його словами, свідчення непростого шляху законодавчих змін — кількість правок у статті законопроекту про блокування нелегального контенту в Інтернеті. Їх було більше 400. «Противники ініціативи використовували будь-які способи, щоб затягнути процес. Зрештою, те, що було ухвалено, — компроміс, і це лише перший крок — з чогось же треба було починати», — коментує В'ячеслав Мієнко.

Отже, покровоко процедура сьогодні має такий вигляд. Правовласник відслідковує появу в Інтернеті нелегального контенту, звертається до адвоката, той знаходить відомості про власника веб-сайту й відправляє йому за своїм підписом заяву про порушення, а її копію — хостеру. Протягом 48 годин (з моменту відправлення електронного листа) власник веб-сайту повинен надати відповідь заявнику та хостеру, і якщо контент дійсно з'явився нелегально, заблокувати його. На цьому процедура досудового регулювання може бути закінчена.

Якщо правовласник незадоволений відповіддю і все одно має претензії — він звертається до суду.

Заблокувати доступ до контенту може і сам хостер (у разі відсутності відомостей про власника веб-сайту та його реакції на заяву заявник звертається безпосередньо до хостера). При цьому власник веб-ресурсу має право оскаржити таке блокування.

Також внесено зміни до Кримінального кодексу: там з'явилися нові самостійні злочини — камкординг, кардшейрінг та фінансування піратства.

Усі ці позитиви нівелюються технічними недоліками. Поки ухвалювався закон, в Україні розпустили службу інтелектуальної власності, а її права передали до Міністерства економіки. Але там досі немає окремого уповноваженого посадовця та відповідних інспекторів.

«Відсутність такого інституту, як державний інспектор з питань інтелектуальної власності, повністю унеможливило виконання ч.1 ст. 3 Прикінцевих положень зазначеного закону, а врешті й вимог Кодексу України про адміністративні правопорушення: складання адміністративного протоколу за будь-які порушення авторського права, у тому числі з використанням мережі Інтернет», — зазначає Володимир Ілінг з Української антипіратської асоціації.

5 жовтня цього року Верховна Рада у другому читанні ухвалила законопроект «Про основи забезпечення кібербезпеки України», де визначено основні терміни кібербезпеки,

об'єкти та суб'єкти забезпечення кібербезпеки, принципи забезпечення кібербезпеки і функціонування національної системи кібербезпеки, орган влади, який буде координувати діяльність у сфері кібербезпеки як складової національної безпеки України, відповідальних за забезпечення кіберзахисту тощо.

Експерти наголошують на важливості того, що дія цього закону буде поширюватися, крім іншого, також на соціальні мережі, приватні електронні інформаційні ресурси в мережі Інтернет (включаючи блог-платформи, відеохостинги, інші веб-ресурси), якщо такі інформаційні ресурси будуть містити інформацію, необхідність захисту якої встановлена законом.

КІНО В ЗАКОНІ

Основними проблемами правовласників у кіноіндустрії є камкординг та інтернет-піратство. В Україні до цих двох проблем додалася ще одна — незаконна демонстрація фільмів у приватних кінозалах, кінокафе та кінотеатрах. А от піратство в кінозалі за допомогою відеокамери з появою нових мобільних пристроїв відходить у минуле.

Проблемою для кінематографа залишається поява будь-якого нового аудіовізуального твору в Інтернеті задвог до його виходу на кіноекрани України. Причини можуть бути різні: камкординг фільму в кінотеатрі тієї країни, де прем'єра відбулася раніше, ніж в Україні; викрадення копії фільму з монтажного столу кіностудії; несанкціонований запис фільму під час його презентації на кінофестивалях тощо.

Відкрите питання — відповідальність користувачів піратських сайтів. В Україні такої практики немає. Українська антипіратська асоціація (УАПА) вважає, що в нашій країні доцільно розглянути існуючі в інших країнах методи впливу на недобросовісних користувачів, які можна було б застосовувати хоча б як засіб виховання. І наводить приклади Англії, Франції, Хорватії, де законодавство передбачає відповідальність користувачів за використання піратського контенту, у тому числі у вигляді позбавлення права доступу до Інтернету.

«На наш погляд, дійовим кроком, який зміг би змінити ставлення користувачів до піратського контенту, є офіційне надання потужним легальним інтернет-ресурсам



ВОЛОДИМИР ІЛІНГ,

ГОЛОВА УКРАЇНСЬКОЇ АНТИПІРАТСЬКОЇ АСОЦІАЦІЇ

Незважаючи на те що в нашій державі достатньо правових норм для боротьби з піратством у сфері інтелектуальної власності, останнім часом у цій роботі, на жаль, не помітний реальний прогрес. Основними причинами, на наш погляд, є правовий нігілізм населення, відсутність відповідальності користувача інтернет-ресурсом, незрозуміла пасивність працівників деяких підрозділів кіберполіції, недовість деяких положень нового закону, про який ми говорили вище, а це означає,

що в нього необхідно вносити нові зміни, ухвалення яких потребує часу. Крім того, реорганізація Державної служби інтелектуальної власності (ДСІВ), а по суті її ліквідація, і разом з нею державних інспекторів з питань інтелектуальної власності, є, на нашу думку, помилкою, тому що в державі має бути окремий орган, основним завданням якого є реалізація державної політики у сфері інтелектуальної власності, який повинен здійснювати державний нагляд (контроль) за дотриманням суб'єктами господарювання незалежно від форми власності вимог законів України, що стосуються захисту об'єктів авторського права і суміжних прав.

З боку влади необхідні кроки щодо подальшого удосконалення чинного законодавства, враховуючи постійний розвиток технологій. А найголовніше — це безумовне виконання державними та правоохоронними органами покладених на них зобов'язань щодо захисту прав інтелектуальної власності та бажання це робити. Крім того, УАПА рекомендувала б повернутися до створення єдиного державного органу, такого як ДСІВ.

Серед перспектив антипіратських дій на найближчі роки ми вбачаємо: подальшу кооперацію з платіжними системами (блокування транзакцій, що пов'язані з піратськими сайтами); роботу з рекламодавцями (скорочення реклами на піратських ресурсах); розширення/збільшення державних програм щодо протидії піратству; більш ефективні та цілеспрямовані дії правоохоронних органів.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ КОРИСТУВАЧА

ФРАНЦІЯ:

У 2009 році було ухвалено закон про боротьбу за дотримання авторських прав (Закон Надорі) та створено відповідне агентство, що слідкує за його виконанням. Згідно з положеннями закону, користувач, що отримав три попередження за скачування піратського контенту, позбавляється доступу до Інтернету строком від двох місяців до року та отримує штраф.

8 липня 2013 року з ініціативи французького уряду частина закону, яка дозволяла призупинити доступ до Інтернету при повторних порушеннях, була скасована, оскільки таке призупинення було несумісним з планами уряду щодо розвитку інтернет-економіки. Право ж накладення штрафів та інших санкцій на злісних порушників залишилось у силі.

ВЕЛИКОБРИТАНІЯ:

З 2010 року діяв закон «Про цифрову економіку», відповідно до якого абоненти після першого використання нелегального контенту отримували попередження у вигляді листа. Якщо правопорушення продовжувалось, провайдер мав право обмежити швидкість інтернет-доступу або взагалі перекрити його.

У 2015 році було прийнято нововведення, згідно з яким користувачі, які завантажують нелегальний контент, отримують листи з попередженнями про те, що їхня діяльність незаконна. Але в разі ігнорування повідомлення жодних подальших дій на їхню адресу не застосовується. Нововведення прийняли в результаті довгих переговорів між провайдерами, політиками, представниками кіно- та музичної індустрії.

За інформацією ініціативи «Чисте небо»

прав на демонстрацію за помірну ціну аудіовізуальних творів у мережі Інтернет. Звісно, за умови додержання цими ресурсами відповідних критеріїв, які напрацювали б самі правовласники та узгодили б їх з власниками інтернет-ресурсів», — зазначає Володимир Ілінг.

ТЕЛЕВІЗІЙНІ ПРИСТРАСТІ

Перехід на комерційні відносини з провайдером платного ТВ поставив нові завдання в проблемах боротьби з піратством. На сьогодні телевізійні групи стикаються з такими основними напрямками піратської діяльності: VoD — відео на запит (поширення творів, програм в Інтернеті); IPTV/OTT — ретрансляція телеканалів за допомогою Інтернету як у мережах окремих провайдерів, так і без обмежень (OTT); ретрансляція телеканалів провайдерами програмної послуги; On-line steam — ретрансляція телеканалів чи окремих подій в Інтернеті; кардшейрінг — надання нелегального доступу до закодованих супутникових каналів; HoReCa — використання телеканалів з комерційною метою в громадських місцях (кафе, готелі, бари).

Зараз медіагрупи працюють в окремих технологічних напрямках і напрацьовують кейси — від методик моніторингу та звернення безпосередньо до порушників і до співпраці з кіберполіцією та судових позовів.

Втім, не завжди порушник має конкретне ім'я. «Найскладніше, якщо піратство має деперсоналізований характер і не зрозуміло, з ким ведеш боротьбу. Наприклад, це стосується торент ТВ-сервісів», — наголошує Микола Фаєнгольд, комерційний директор StarLightDigital.

Ще одна особливість — поведінка піратів змінюється прямо пропорційно тиску на них з боку правовласників. «Пірати чудово знають, хто з правовласників активно

захищає свої права, і не хочуть ризикувати, продовжуючи «піратити» найменш захищені об'єкти. Таким чином телеканали «Футбол1» і «Футбол2» зникли з більшості плей-листів», — розповідає про власний досвід Павло Миколюк, юридичний представник з питань захисту прав інтелектуальної власності «Медіа Група Україна» та директор юридичної фірми «Віндекс».

Пірати також оперативно реагують і на зміни та розвиток нових форм споживання контенту. Яскравий приклад — кардшейрінг: раніше до нього підключали здебільшого ті, хто встановлював супутникове обладнання. А тепер уже продають супутникові тюнери з встановленою на них послугою шейрінгу.

СПІЛЬНІ ДІЇ

Залучення до боротьби з піратством якомога ширшого кола учасників ринку та об'єднання зусиль для загального блага — такі кроки правовласники вважають найбільш ефективними.

Ініціатива «Чисте небо» об'єднала чотири найбільші медіагрупи України для розвитку ринку легального відеоконтенту в Уанеті й боротьби із сайтами, які розміщують без дозволу правовласників контент, що охороняється правом інтелектуальної власності.

Активну антипіратську позицію займає об'єднання #КіноКраїна, яке стало ініціатором закону про кінематографію.

Навесні цього року стартувала ініціатива #ДайШансМрії, яка висвітлювала права інтелектуальної власності в кіно, музиці та IT. Серією соціальних роликів вона мала на меті показати, що, підтримуючи нелегальні інтернет-ресурси, ми не даємо

ПАВЛО МИКОЛЮК, ДИРЕКТОР ЮРИДИЧНОЇ ФІРМИ «ВІНДЕКС», ЮРИДИЧНИЙ ПРЕДСТАВНИК З ПИТАНЬ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ «МЕДІА ГРУПА УКРАЇНА»

В Україні ще досить високий рівень піратства, і причин такої ситуації декілька: законодавче забезпечення, практика застосування права (ефективність роботи поліції, судових органів), усвідомлення суспільства, активність правовласників. У зв'язку з цим не можна сказати, що, вирішуючи одну з проблем (наприклад, ухваливши нове законодавство), можна повністю вирішити проблему піратства. Необхідні комплексні заходи в усіх напрямках. І головна дійова особа тут — правовласник. Лише він може почати захищати свої права, ініціювати кримінальні провадження й подавати позови до суду. Правовласник знає, які норми законодавства необхідно впровадити чи вдосконалити, щоб створити сприятливі умови для захисту своїх прав. Роль держави в цьому процесі — слухати правовласників та йти їм назустріч — своєчасно ухвалювати потрібні норми законів, створювати можливості для роботи поліції і, звичайно ж, спільно із правовласниками вести роз'яснювальну роботу в суспільстві. На мою думку, першочерговим є об'єднання зусиль медіагруп та інших правовласників у боротьбі з піратством. Один правовласник може суттєво знизити рівень піратства свого контенту, але на загальний рівень піратства це не матиме впливу. І лише завдяки спільним зусиллям за останні роки ми вже досягли прогресу по кожному з напрямків діяльності.

розвиватися українським талантам і зменшуємо можливості у сфері інтелектуальної власності.

«Чи можливо перемогти піратство? Мабуть, повністю ні. Але можливо зробити це маргінальною активністю. Піратство — це зло і збитки для чесного бізнесу. Сьогодні важливо, щоб усі учасники бізнесу (усі провайдери, які легально платять за контент, усі правовласники), які конкурують з піратством, згуртувались і почали виступати об'єднаним фронтом. Як тільки це станеться, піратство зникне як прибутковий бізнес і всі від цього лише виграють», — резюмує Микола Фаєнгольд.



КРИСТІ ЕНН ХОФЛАНД, ДИРЕКТОР АМЕРИКАНСЬКОГО ДОМУ

Коли фільм «#SelfieParty» наступного дня після виходу опинився на різних піратських платформах, його режисер Любомир Левіцький прийшов до Американського дому з ідеєю підвищення обізнаності українців щодо права інтелектуальної власності. Як режисер він захоплений розвитком кіноіндустрії в Україні, проте розуміє, що творчі таланти не залишаться тут, поки права інтелектуальної власності не будуть захищені. Американський дім допоміг Любомиру зв'язатися з іншими ключовими партнерами та став співорганізатором запуску кампанії.

У результаті соціальна реклама про права інтелектуальної власності охопила щонайменше 4 мільйони людей в Україні та як мінімум кожен четвертий з них повідомив про вплив роликів на його/її споживачку поведінку щодо неліцензованих продуктів. Загальна тенденція — зниження темпів використання неліцензованих продуктів в Україні у вересні 2017 р. порівняно з лютом 2017 р. Проект #ДайШансМрії не лише показує, як талановиті люди страждають від незаконного використання інтелектуальної власності, але й інформує про легальні ресурси, які дозволяють безкоштовно слухати музику, дивитися фільми та користуватися програмним забезпеченням.

АМЕРИКАНСЬКА ІНІЦІАТИВА

Влітку 2017-го найбільші закордонні телеканали, онлайн-сервіси та кінокомпанії оголосили про створення альянсу для боротьби з піратством (Alliance for Creativity and Entertainment, ACE). Його основне завдання — захист ринку легального контенту й боротьба з піратством у Інтернеті. До альянсу ввійшли 30 компаній, серед яких — Amazon, BBC Worldwide, Canal + Group, CBS Corporation, Lionsgate, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), NBCUniversal, Netflix, Paramount Pictures, Sky, Sony Pictures, Twentieth Century Fox, The Walt Disney Company, Warner Brothers Entertainment та інші. ACE буде працювати спільно з антипіратськими ресурсами Американської кіноасоціації (MPAA), виконувати дослідження, співробітничати з правоохоронними органами та організаціями із захисту контенту. За даними ACE, за останні роки ринок легального контенту значно виріс за рахунок великих інвестицій компаній у цифрову модель поширення контенту. Так, у США творчий сектор додає більше \$1,2 трлн в економіку та утримує понад 5,5 млн робочих місць щороку. Проте значно зросла й кількість піратів: тільки у 2016 році зафіксовано майже 5,4 млрд завантажень піратських фільмів і телешоу, а також приблизно 21,4 млрд відвідувань піратських стрімінгових майданчиків. Крім того, виконаним дослідженням щодо 589 найбільш популярних піратських сайтів виявлено, що вони «заробили» майже \$209 млн річного доходу від реклами і їхня рентабельність від реклами складає 86–93 %.

Джерело: сайт УАПА



МИКОЛА ФАЄНГОЛЬД, КОМЕРЦІЙНИЙ ДИРЕКТОР STARLIGHT DIGITAL

У різних країнах своя унікальна ситуація з піратством. Ми можемо переймати кращі моделі боротьби з цим явищем. Наприклад, цього року в рамках вирішення питань нелегальної ретрансляції провайдером нашого контенту ми вперше співпрацювали з Visa і Mastercard. У цих платіжних систем є внутрішня політика, яка дозволяє правовласникам захищати свої права. Не буду розкривати подробиці процедури, але це позитивний досвід, і правовласникам було б простіше захищати свої права, якби така практика застосовувалась і українськими платіжними системами.

Гравці галузі об'єднуються, чого не було раніше, і створюють нові ініціативи. А от пірати для збереження бізнесу змушені виходити за кордон України і хоститися там. Зростають їхні витрати, рекламодавці надають все менше бюджетів, і бізнес-модель трансляторів нелегального контенту на ринку України стає менш прибутковою. Якщо додати до цього особисті ризики організаторів таких сайтів, то можна сказати, що піратські кораблі рано чи пізно підуть на дно. Ми ставимося до піратства як до злочинного бізнесу. У випадку з провайдерами пірат — це ще й конкурент наших партнерів, які мають невіправдану конкурентну перевагу. Провайдер оплачує свої права — його витрати набагато вищі, ніж у пірата, який нічого не платить. Ми виступаємо проти такої нерівності: усі повинні платити правовласникам роялті, це нормально для всього світу. Тож три завдання, які ставимо: зменшення аудиторії пірата (кінцевому користувачу треба ускладнити отримання послуг у пірата); ускладнення процесу монетизації піратських сервісів; збільшення кола правовласників, які будуть захищати свої права.

ІГНАТ БЕРЕЖНИЙ, ДИРЕКТОР АСОЦІАЦІЇ МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ



Світові тенденції у мережі такі, що споживання контенту все більше переходить у «стрімінг» (потоківне відео і аудіо), тобто користувачі хочуть мати постійний доступ до улюбленого медіа, але не воліють його купувати (скачувати), а просто хочуть його «орендувати». Тому знижується популярність піратських ресурсів, де кіно й музику треба було завантажити у вигляді файлу для подальшого перегляду.

Відмінність України полягає, передусім, у загальному рівні піратства. Він завжди був вищим за аналогічний показник у економічно розвинутих країнах. Насамперед тому, що законодавство і держава дозволяли безкарне існування величезних піратських майданчиків на кшталт ex.ua та fs.to, якими користувалися мільйони наших співвітчизників. Ще одна особливість — існування так званих шахрайських організацій колективного управління, які, спираючись на прогалини в законодавстві, «ліцензують» бізнес, побудований на використанні кіно і музики.

Минулого року ситуація в Україні почала змінюватися, адже з початком активної роботи нової кіберполіції великі піратські оператори змушені були закритися, а народні депутати України почали розробляти зміни в законодавство про авторське право для підвищення ефективності боротьби з піратством. Піратські сайти відчутно подрібнішали, вони намагаються працювати з офшорів, але технічно це складніше. Відповідно, чим вищі витрати на функціонування піратського ресурсу, тим менше охочих займатися цим тіншовим бізнесом. Паралельно розвиваються й покращують свою пропозицію легальні інтернет-ресурси. На сьогодні вони стали доступними практично кожному українцю, а якість і кількість контенту, який вони пропонують, може задовольнити більшість користувачів. Звичайно, ті, хто звик дивитися останні голлівудські блокбастери ще навіть до появи їх у кінотеатрах або слухати новий музичний альбом до дати його офіційного релізу (так звані pre-release), мабуть, ніколи не будуть задоволені легальними сайтами. Але розвиток громадянського суспільства, соціальні програми на кшталт #ДайШансМрії сприяють тому, що користувачі Інтернету стають все більш обізнаними й роблять свідомий вибір на користь легальних сайтів.

PIRACY IN UKRAINE: HOW RIGHTS HOLDERS PROTECT CONTENT

INTELLECTUAL PIRACY IS ONE OF THE MOST IMPORTANT TOPICS ON THE AGENDAS OF INDUSTRY EVENTS. RECENTLY, UKRAINE HAS MADE MANY POSITIVE DEVELOPMENTS IN THE FIGHT AGAINST THIS PHENOMENON: LEGISLATION HAS BEEN IMPROVED, RIGHTS OWNERS NOW HAVE A UNIFIED POSITION, AND PIRATE RESOURCES AND BRANDS THAT FEATURE ON THEM ARE BEING MONITORED. HOWEVER, THE LEVEL OF PIRACY IN OUR COUNTRY IS STILL RATHER HIGH, AND A NUMBER OF ISSUES STILL REMAINS UNRESOLVED.

Most problems related to the violation of intellectual property rights are found on the Internet. In second place are cardsharing and re-broadcast of TV channels by pay-TV providers without the permission of rights holders. But all these industries are closely interwoven, so these problems are equally impactful for every one of them. Rights holders who create a product in any industry are faced with potential theft of their intellectual property.

The last year is considered the most productive in terms of the "anti-piracy" effort. The websites ex.ua and fs.to were shut down, and access to the "legendary pirate", Russian social network VKontakte, was blocked. At the legislative level, criminal liability for financing piracy has been introduced, and the rights holders now have the opportunity to cooperate with web-hosts to block illegal content. After commercial TV channels were excluded from the list of universal programmed services, their illegal re-broadcast by pay-TV providers and underreporting was equated with piracy. These steps are all very important, but they are just the beginning, experts say.

LEGISLATIVE BREAKTHROUGH

New mechanisms to combat internet piracy were introduced this year. The Law "On State Support of Cinema in Ukraine", which came into force in April 2017, introduces changes both in the protection of copyright and related rights and in the fight against piracy in general.

"The law has a long history. It all started 10 years ago, but back then, it was not possible to realize this initiative. However, in the last three years, through the unification of the market and many difficult discussions, we managed to achieve certain results," says Vyacheslav Mienko, Deputy Director General of "1+1 media" on legal issues. According to him, the difficult path of legislative changes is evidenced by the number of amendments to the article of the bill on blocking illegal content on the Internet. There were over 400 of them. "Opponents of the initiative have not hesitated to use any methods to delay the process. In the end, the approved bill was a compromise, but this is only the first step – we had to start somewhere," comments Vyacheslav Mienko.

So, the step-by-step of the current procedure is as follows: the rights holder tracks the appearance of illegal content on the Internet, contacts their lawyer, finds information about the owner of the website and sends them a signed statement of offense, as well as its copy to the host. Within 48 hours (from the moment the email was sent), the website owner must provide an answer to the plaintiff and the host, and if the content had indeed appeared there illegally, block it. This may conclude the conflict without going to trial.

If the rights holder is dissatisfied with the answer, they file a lawsuit.

The owner of the website can block access to the content (in the absence of information about the owner of the website and their response to the statement, the plaintiff contacts the host directly). In this case, the owner of the website has the right to appeal such a blocking.

There have also been amendments added to the Criminal Code: camcording, cardsharing and piracy financing are now defined as independent crimes.

All these positive changes are offset by technical disadvantages. While the law was being passed, the Ukrainian Service on Intellectual Property was dissolved, and its rights were transferred to the Ministry of Economy. But the Ministry still has no officers or inspectors who specialize in this issue.

"The absence of the state inspector on intellectual property issues completely precludes the implementation of Part 1 of Art. 3 of the Final provisions of the aforementioned law, as well as the requirement of the Code of Ukraine on Administrative Offenses: filing an administrative protocol for any violation of copyright, including one committed via the Internet," said Volodymyr Iling from the Ukrainian Anti-Piracy Association.



KATERYNA FEDOROVA,
HEAD OF THE "CLEAN SKY" INITIATIVE

Piracy is a problem not only for rights holders who create a product and are faced with theft of their intellectual property — it also concerns related industries in particular and the whole country in general.

In order to overcome this phenomenon at the legislative level and achieve the best results in practice, unified actions of market participants are necessary. The better all of us, ranging from concerned citizens to indifferent businesses, understand the problem and its consequences, the sooner we start to act, the quicker we will move to a new level both in terms of unification within the industry and life in the country as a whole. After all, theft of intellectual property damages not only the creation of high-quality content but also the whole country: it spawns hidden profits, unpaid taxes, undocumented jobs, low wages, jeopardizes the reputation of this country. And in the long run, it makes us vulnerable to economic sanctions from the USA, which are regularly introduced for the countries who are the largest violators of intellectual property rights of American film and television producers.



A VOVA LERT FILM

BITCOIN MOVIE

HOW MUCH DO YOU THINK IT WILL COST IN 2019 ?

HE THREW OUT 10 THOUSAND BITCOINS
AND NOW HE WILL DO EVERYTHING TO FIND THEM

www.happymonkey.io
www.bitcoinmovie.io



MADE ON PLANET EARTH

On October 5 of this year, the Verkhovna Rada adopted the bill “On the Basics of Ensuring Cybersecurity in Ukraine” in the second reading, which defines the main terms of cybersecurity, the objects and subjects of cybersecurity, the principles of ensuring cybersecurity, and the functioning of the national system of cybersecurity, and the authority that would coordinate activities in the field of cybersecurity as part of upholding the national security of Ukraine.

Experts emphasize the importance of extending this law to social networks, private electronic information resources on the Internet (including blogging platforms, video hosting sites, and other web resources) if such resources contain information the need for the protection of which is established by the law.

CINEMA IN LAW

The main problems for copyright holders in the film industry are posed by camcording and Internet piracy. In Ukraine, there is another additional problem — illegal screenings of films in private theatres, film cafes, and cinemas. However, with the advent of new mobile devices, pirating films with the help of a video camera is becoming the thing of the past.

The appearance of new audio-visual works on the Internet long before they are released in Ukrainian cinemas remains the main issue for the film industry. The reasons for that may be different: camcording from a cinema of a country where the premiere took place earlier than in Ukraine; theft of the film's copy from the studio's editing suite; unauthorized recording of a film during its screening at a film festival, etc.

Meanwhile, the question of liability of pirate website users remains open. There is no such practice in Ukraine. The Ukrainian Anti-Piracy Association (UAPA)



VOLODYMYR ILING,
CHAIRMAN OF THE UKRAINIAN
ANTI-PIRACY ASSOCIATION

Despite the fact that there are enough legal norms in our country to combat piracy of intellectual property, unfortunately, no real progress has been made lately in this area. The main reasons, in our opinion, are the legal nihilism of the population, the lack of accountability for Internet users, the incomprehensibly passive attitude of some members of the cyberpolice, the inefficiency of some of the provisions of the new law, which we have previously discussed, which means that it needs new changes, the adoption of which takes time. In addition, the reorganization of the State Service of Intellectual Property (SSIP), or, in essence, its liquidation, and, together with it, of the state inspectors on intellectual property, was, in our opinion, a mistake, because the state should have a separate body, the main task of which is the realization of the state policy on intellectual property, and which should carry out state supervision (control) of the adherence of business entities, regardless of their form of ownership, to the requirements of the laws of Ukraine that deal with the protection of copyright and related rights. The state authorities need to further improve the current legislation, taking into account constant technological advancements. And most importantly, the state and law enforcement agencies need to unconditionally fulfill their obligations to protect intellectual property rights and have the desire to do so. In addition, the UAPA would recommend reinstating a single specialized government body, such as the SSIP. Among the prospects for anti-piracy actions in the coming years, we see further cooperation with payment systems (blocking transactions related to piracy websites); working with advertisers (reduction of advertising on pirate resources); expansion/increase of state counter-piracy programs; more effective and purposeful actions of law enforcement agencies.

believes that in our country it is advisable to consider using methods that exist in other countries that aim to punish unscrupulous users. In Britain, France, Croatia, the law provides mechanisms for holding users of pirated content accountable, including in the form of blocking their access to the Internet.

“In our opinion, the measure that could change the attitude of users towards pirated content is officially granting lawful web platforms rights to demonstrate audio-visual works on the Internet at a moderate price. Of course, they would need to meet the criteria that the rights holders themselves would have developed and agreed on with the owners of said Internet platforms,” said Volodymyr Iling.

PASSIONS ON THE TV

The transition to commercial relations with pay-TV providers has put up new challenges in the fight against piracy. Today, television groups are faced with the following main methods of piracy: VOD — video on demand (distribution of programs on the Internet); IPTV / OTT — re-broadcast of TV channels through the Internet both within networks of separate providers, and without restrictions (OTT); re-broadcast of TV channels by providers of programmed services; On-line steaming — re-broadcast of TV channels or individual events on the Internet; cardsharing — providing illegal access to encrypted satellite channels; HoReCa — the use of commercial channels in public spaces (cafes, hotels, bars).

Currently, media groups are working in separate technological directions and developing cases — from monitoring methods and direct contacts with offenders to cooperating with cyberpolice and filing lawsuits.

However, the offender not always has a specific name. “The most difficult thing in piracy is depersonalization, when it is not clear who your opponent is. For example, this concerns torrent TV services,” emphasizes Mykola Faiengold, commercial director of StarLightDigital.

It is also important to note that the pirates behave in direct proportion to the pressure put on them by the rights holders. “Pirates know very well which rights holders actively protect their rights, and do not want to put themselves at risk by continuing to “pirate” the least vulnerable objects. Thus, the TV channels “Football1” and “Football2” have disappeared from most playlists,” tells legal representative on issues of intellectual property rights at “Media Group Ukraine” and director of the law firm “Vindex” Pavlo Mykoliuk about his own experience.

PAVLO MYKOLIUK,

DIRECTOR OF THE LAW FIRM “VINDEK”, LEGAL REPRESENTATIVE ON ISSUES OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS AT “MEDIA GROUP UKRAINE”.

Ukraine still has a fairly high level of piracy, and there are several reasons for this: legislation, the work of law enforcement (the effectiveness of the police and judicial authorities), social awareness, efforts by rights holders. However, solving one of these problems (for example, by adopting new legislation) cannot solve piracy completely. Comprehensive measures in all directions are imperative, and the main players here are the copyright holders. Only they can begin to defend their rights, initiate criminal proceedings and file lawsuits. The rights holders know what norms of law need to be implemented or improved in order to create favorable conditions for the protection of their rights. The role of the state in this process is to listen to the rights holders and meet them halfway by promptly adopting necessary laws, creating favourable conditions for the police to do their jobs, and, of course, working together with the rights holders to raise awareness in society.

In my opinion, our primary goal is to unite the efforts of media groups and other rights owners in the fight against piracy. One rights holder may significantly reduce the level of piracy of his content, but it will not have any effect on the overall level of piracy. The progress that was achieved in each of these areas in the recent years was possible only through joining our efforts.



Pirates are also prompt to respond to changes and developments in new forms of content consumption. A striking example of this is cardsharing: earlier, it was mostly used by those who installed satellite equipment. Now they are selling satellite tuners with a sharing service already installed on them.

JOINT ACTION

Involving the largest possible number of market participants in the fight against piracy and combining efforts for the common good — these are the steps that rights holders consider to be the most effective.

The Clean Sky initiative brought together the four largest media groups in Ukraine to develop a legal video content market on the UaNet and to combat websites that host copyrighted material without the permission of copyright holders.

An active anti-piracy position was taken by #KinoKraina, an organization that initiated the Law on Cinema.

The spring of this year saw the start of the initiative #GiveDreamAChance, which shed light on the issue of intellectual property rights in cinema, music and IT. A series of social video ads was intended to explain that by supporting illegal internet resources, we do not allow Ukrainian talents to develop, and reduce opportunities in the field of intellectual property.

“Is it possible to defeat piracy? Not completely. But it is possible to turn it into a marginal activity. Piracy is evil, and it damages honest businesses. It is important that all businesses (all providers who pay for content legally, all rights holders) who combat piracy, rally together and start acting as a united front. As soon as this happens, piracy will no longer be a profitable business, and everyone will only win,” concludes Mykola Faiengold.



IGNAT BEREZHNYI,
DIRECTOR OF THE UKRAINIAN MUSIC
INDUSTRY ASSOCIATION

Global trends on the Web are such that content consumption is increasingly leaning towards streaming (video and audio), meaning users want to have constant access to their favorite media, but do not want to buy (download) it — they simply want to “rent it”. Therefore, the popularity of pirate resources decreases, since films and music from them have to be downloaded as a file for further viewing.

Ukraine is different primarily because of the overall level of piracy. It has always been higher than in economically developed countries, first of all, because legislation and the state allowed the unchecked existence of huge pirate websites, such as ex.ua and fs.to, which were used by millions of our citizens. Another reason is the existence of so-called fraudulent organizations of collective management, which, by using legal loopholes, “license” the businesses built on the use of films and music.

Last year, the situation in Ukraine began to change, as the new cyberpolice began its active work and large pirate operations were forced to shut down, and the Ukrainian parliament started developing changes to the legislation on copyright to increase the effectiveness of the fight against piracy. The piracy websites diminished, were forced to work offshore, which is more difficult from a technical standpoint. Accordingly, the higher the costs of operating a pirate resource, the less there are people willing to engage in this unsavoury business. In parallel, legal Internet resources are developing and improving their service. Presently, they have become accessible to virtually every Ukrainian, and the quality and quantity of content they offer can satisfy most users. Of course, those who are used to watching the latest Hollywood blockbusters before they premiere in cinemas or listening to a new music album before the date of its official release (the so-called pre-release) will probably never be satisfied with legitimate sources. But the development of the civil society and such social programs as #GiveDreamAChance contribute to the fact that Internet users are becoming more aware and make a conscious choice in favour of legitimate websites.

MYKOLA FAIENGOLD, COMMERCIAL DIRECTOR OF STARLIGHT DIGITAL



Different countries have their own unique piracy situations. We can follow the best models of combating this phenomenon. For example, this year we co-operated with Visa and Mastercard as part of solving the issues of illegal re-broadcast of our content. These payment systems have an internal policy that allows the rights holders to protect their rights. I will not disclose the details of this procedure, but it garnered positive results, and it would be easier for the rights holders to protect their rights if this practice was adopted by Ukrainian payment systems.

The industry players are unified, which is unprecedented, and they begin to create new initiatives. Meanwhile, pirates are forced to go abroad and hide their businesses there. Their costs are rising, advertisers are providing less income, and the business model of illegal content providers on the Ukrainian market is becoming less profitable. Add to that the personal risks to the people who run these websites, and we can safely say that their pirate ships will sink, sooner or later.

We treat piracy as a criminal business. In the case of providers, pirates are also the competitors of our partners, and ones that have an unjustified competitive advantage. The providers pay for their rights — their expenses are much higher than those of the pirates who do not pay anything. We oppose such inequality: everyone must pay royalties to rights owners — such is the norm around the world. So, we put three tasks before us: reducing the audience of the pirates (complicating the access to pirate services for users); complicating the process of monetization of pirate services; increasing the number of rights holders who are willing to defend their rights.

CHRISTI ANNE HOFLAND, DIRECTOR OF AMERICA HOUSE



When the film “#SelfieParty” appeared on various pirate platforms the day after its release, its director Lyubomyr Levytsky came to America House with the idea of raising awareness of Ukrainians about intellectual property rights. As a director, he is fascinated by the development of the film industry in Ukraine, but realizes that creative talent will not remain here until intellectual property rights are protected. America House connected Lyubomyr with other key partners and became a co-organizer of the launch of the campaign.

As a result, the social advertising campaign on intellectual property rights reached at least 4 million people in Ukraine, and at least one in four of them reported that the ads made an impact on their consumer behavior regarding unlicensed products. The general trend in the use of unlicensed products in Ukraine is favouring a decrease in the use of pirated materials (as evidenced by September 2017 statistics compared to those of February 2017).

The project #GiveDreamAChance not only highlights the ways talented people suffer from the illegal use of intellectual property but also informs the public about the legal ways to listen to music, watch films and use software for free.

THE WILD FIELDS — A SCREEN VERSION OF "VOROSHYLOVHRAD", A NOVEL BY SERHIY ZHADAN



It was in summer 2017 that LIMELITE PRODUCTION in cooperation with Ukraina TV Channel started the shoots of the a.m. feature based on Serhiy Zhadan's famous novel "Voroshlyovhrad" which had been Book of the Year (2010) and Book of the Decade (2014) as announced by BBC Ukraine. As of now the long awaited full length feature named The Wild Fields* (Dyke Pole) is in postproduction scheduled to go on theatrical release in autumn 2018. The motion picture budget is in excess of EURO 1,000,000. 50% of the amount is contributed by Ukrainian State Film Agency (Derzhkino) after the project victory in the Ninth Pitching.

It is worth noticing that the screen version of Serhiy Zhadan's novel was time and again mentioned when still in preproduction, thus winning The Connecting Cottbus Best Pitch Award 2016 and the Connecting Cottbus Producers Network Award 2016; besides, it was announced the best one at the 2017 Cottbus Pitching, winning the Connecting Cottbus Work-In-Progress Award 2017.



The project has been supported by Media Group Ukraine.

It is no wonder that we asked **OLHA ZAKHAROVA**, Strategic Marketing Director, Media Group Ukraine, to provide her insight on the Group's role in the project.

— Why does Media Group Ukraine provides its particular support for The Wild Fields (Dyke Pole)? What is so unique about the project?

— We are very well aware of the motion picture art contribution towards shaping the national culture environment in Ukraine, fashioning the worldview of today's Ukrainians. It is the vigorous and dynamic motion picture process, which is in full swing now being also heavily supported by Derzhkino that gives us hope for generating resonant names that would enable Ukraine to be present on Europe's culture map. As Media Group Ukraine, we cannot remain aloof and find it necessary to contribute to revival of the nationwide habit of or even commitment to watching our own home-made motion pictures. Such a habit or commitment is a critical element of the cine-industry development, which is otherwise impracticable. We have chosen a few projects to be completed in 2018-2019 to provide backing for their premier shows. All of them address issues such as soul searching, pursuing answers to topical and challenging questions faced by Ukraine. These major projects might be implemented only if we pool our efforts and show creative endeavor to meet the objective.

— Which media channels of the Group are taking part in the project promo? How do you manage to pool the efforts so that to ensure the comprehensive support since your channels are targeted at different audiences?

— The Wild Fields nationwide premier is vigorously supported by Ukraina TV Channel, first and foremost, which is sure our flagship. No less active in the business are our news resources jointly branded as "Segodnia", including TV newscasts, site Segodnia.ua and Segodnia newspaper. We also engage our audiences' attention via social media sites, our channels in YouTube and that is about million viewers now. Having gained quite an experience in backing cine projects, we deem it highly expedient to address different audiences to cover them with a single "umbrella" of the main communication message. Therefore, we are planning to draw the audiences of our channels' such as NLO TV, Football1/Football 2, Indigo TV targeted towards niche audiences and even readers of VOGUE. We expect the strategy to help attract the proper attention to the film.

The Wild Fields is directed by **YAROSLAV LODYGIN**, written by **NATALIA VOROZHBIT**, produced by **VOLODYMYR YATSENKO** with the leads played by **OLEKSIY HORBUNOV**, **VOLODYMYR YAMNENKO**, **OLEH MOSKALENKO**, **RUSLANA HAZIPOVA**. It is worth mentioning that **SERHIY ZHADAN** also played a part in the motion picture.



The Wild Fields has become **YAROSLAV LODYGIN**'s debut as director in a full-length feature:

"I have been cherishing a hope to do the film since I read the book. And I read it as soon as it was published and thus we have been working on the script for nearly six years trying to arrange the best team possible so as to produce a screen version of the outstanding novel. Anyone could find oneself in the story, a person of any age and language. Apart from well-known actors a lot of background artists and extras were present with a great number of exclusive costumes created". Further commenting on his work Yaroslav Lodygin said: "More than six thousand actors took part in auditions. Some of them proved to be brilliant, some of them — not so good. We had more than 145 candidates for the part of Herman, the main character. That was a highly discriminating choice, we had no room for mistake since the protagonist had 30 production days out of 33. But I am quite satisfied with our star team as a whole and each and any actor in particular."

SERHIY ZHADAN on his novel:

"Voroshlyovhrad" is one of the most striking and acute works in today's Ukrainian literature. This is a story of homecoming, a story of roots, of gratitude and responsibility". It is worth mentioning that Serhiy also played a part in the motion picture.



VOLODYMYR YATSENKO, General Producer, shares his memories on the production period:

"We did the filming in the town of Starobilsk, Luhansk Oblast, where Serhiy Zhadan was born. Besides, we travelled all over Kyiv suburbs in search of proper location for the motion picture. It was impossible to miss the village of Derev'iane, Obukhiv Region. We fell for the place the moment we saw it with its beautiful hills and terrain features bearing strong resemblance to the Starobilsk landscapes. It was seen with the naked eye, thus it is no wonder we filmed a few sequences there. We do hope that it is not only beautiful landscapes that would catch the viewer's eye, but also action, too and the staged explosion in particular given that it is a turning point in the protagonist's life story."

And that's how

OLEKSANDRA KOSTINA, Executive Producer, comments on the notorious sequence:

"It took us a whole production day to film the petrol lorry explosion. We first dwelled on live action sequences: the actors were laying the explosives, having noticed the crooks the main hero was trying to run for life and only then, the truck was blown up. When preparing the explosion the tank was overwatered so as to prevent petrol vapours from combustion. The weather was extremely torrid and the nearby grass and trees were overwatered to prevent inflammation. The gas station was watered, since according to the script the explosion was to take place after rain. The firefighters had to go for refueling four times."



* Steppe frontier region of what is now war torn eastern Ukraine, Zhadan's native Luhansk Oblast, a huge expanse of open steppe historically understood as a zone of uncertainty with ever present danger for those who ventured into it or lived nearby. When preparing the article materials from online media, such as Vysoky Zamok and Ukrayinska Pravda were used.

December, 2018!

DECEMBER TALE



Production Big Hand Films Supported by Ukrainian State Film Agency.

DIRECTOR **SEMEN GOROV** SCRIPT **ANTON BAZELINSKY** DOP **OLEKSIY STEPANOV** ART DIRECTOR **VITALIY YASKO**
 COSTUME DESIGNER **LESYA PATOKA** CAST **VIKA II'INA** COMMERCIAL DIRECTOR **NATALU BONKO**
 LINE PRODUCER **MARIA DONCHIK** EXECUTIVE PRODUCER **EVGEN MATVIENKO** PRODUCER **MARIA KEIL**

BIG HAND FILMS

<https://www.facebook.com/BigHandFilms/>

<http://bighandfilms.com/>



UKRAINIAN STATE FILM AGENCY



ANNA MACHUKH: OUR MAIN GOAL IS TO POPULARIZE UKRAINIAN CINEMA

VGI spoke to Anna Machukh, executive director of the Ukrainian Film Academy and director of Winter Film Market of Odesa International Film Festival, about film exhibition market, its changes and situation in national cinema.

— The film market of the Odesa Film Festival has existed for 6 years now. Tell me, how has the theatrical release market changed over this time?

— The film market of the Odesa International Film Festival has existed since 2011. Of course, during this time, much in Ukraine has changed — we survived a revolution, lost the Crimea, and there is war raging in the East. Naturally, the cinema market cannot but react to what is happening. With the loss of territories and the economic crisis, the number of cinema screens has significantly decreased. It took Ukraine almost 4 years to return to the old numbers. In 2013, the whole country had 424 cinema screens, and at the end of 2014 the number lowered to 384. Now we managed to increase it to 480, and forecasts say that there will soon be 500 cinema screens in the country. Of course, this is a very small number for such a large country as Ukraine. And we need to work hard to get the number of cinema screens to a sufficient level. The second change was brought upon by the law on dubbing all foreign films into the Ukrainian language, which was adopted in 2013. At the time, many said that this would lead to a reduction in the number of cinema-goers, but as it turned out, Ukrainian dubbing not only did not reduce box office numbers, but it also became an indicator of the quality of Ukrainian dubbing studios and a reason to go see films in the cinema, instead of waiting for them to leak on the Internet.

In 2015, the market was affected by another change in legislation — the Rada passed the law banning the release of Russian films in Ukraine. This brought its dividends for the national film product — in 2017, Ukrainian films collected decent box offices, some already at the level of blockbusters.

It is also important that a few years ago cinemas united into an Association, which also affects the internal “kitchen” of film distribution.

— This year, the program of the film market expanded — you added one extra day. What was the reason behind this?

— There is more content that the participants are willing to share, many topics for discussion at the events and privately. The Summer and Winter Film Markets are the only events that unite all participants of the film distribution process in one place. In fact, we would have extended it to 4 days, but we understand that it is difficult for participants from different regions to come to Kyiv for such a long period at the end of the year.

— How has the number of Ukrainian films that came out this year affected the film distribution market?

— In 2016, 6 full-length Ukrainian films were released, and in the 11 months of 2017 the viewers watched more than 25 releases (including short films). Unfortunately, we do not have many distributors, and without a distributor, it is difficult to “schedule” a film onto a decent number of screens. Fortunately, a large number of releases provokes the emergence of new market players. It is possible that soon there will be a distribution company that will only work with national product.

— Continuing with the topic of national cinema, please tell us, what are your expectations from the Second National Film Awards “Golden Dziga”?

— There are a lot more Ukrainian films now, and this means that the competition will be much tougher. After the First National Film Awards, the Board of the Ukrainian Film Academy decided to expand the list of nominations. Among the new nominations is the Audience Choice Award. This will be the only nomination in which the decision will be made not by the members of the film academy, but by the audience. We believe that this will attract more attention from the mass audience, which in the future will serve as additional incentive to go to the cinema and watch a Ukrainian

film. Also, the nomination “Best Film” will include not only feature narrative films, but feature documentaries and animated films. An obligatory condition for participation in the competition of the Best Film Prize for feature films is their theatrical release history. In the past, to qualify for the nomination it was enough to participate in an international film festival. We accept applications until January 15, so even if the film is released on December 31, it will be able to participate in the competition.

— Is it possible for one film to sweep up all the main nominations, as it happened last year with “The Nest of the Turtledove”?

— It is hard to foresee how the members will vote. In the competition of the First National Film Awards, the Best Documentary category held the biggest intrigue — there were many strong films and votes were divided even at the nomination stage. Among feature films, there was no intrigue, since there were very few options. In 2017, a lot of strong films were released, many Ukrainian films receives prizes at international film festivals. 3 films have been nominated for the Oscars — 1 Ukrainian and 2 co-productions. All of them can potentially be the nominees for the “Golden Dziga”. This year, instead of two stages of the competition, we will have three stages, the first of which is shortlisting all the submitted films. All the members of the academy will be voting. I think, the intrigue will hold until the last moment.

— Have you decided to introduce new nominations? Which ones and why?

— In 2018, films will compete in 18 categories. Of them, 4 are new. Audience Choice, which was mentioned above, Best Sound, Best Make-up Artist and Costume Designer. New nominations are introduced when there are people worthy of receiving the award. When we discussed this issue at the Board meeting, we gave concrete examples of those who could potentially qualify for the nomination. The number of nominations and their names will vary from year to year.

— What are the plans for the future development of the Ukrainian Film Academy?

— The main task of the Film Academy is the popularization of Ukrainian cinema. All our actions are dedicated to achieving this goal. After the first National Film Awards, we asked all members of the UFA for wishes and comments, and the Board voted on each of them and formed a program of activities up to September 2018, which was presented in July during the Odesa International Film Festival. The main event is the National Film Awards “Golden Dziga”, which will be held on April 20, 2018. On November 15, we opened the applications for the Second National Film Awards.

We also launched a series of educational events. Creative meetings have already been held with the Head of the Board Mykhailo Iliencko, Member of the Board Serhiy Bukovskiy, member of the Film Academy Vlad Ryashin. We look forward to the master classes with actress and recipient of the first Golden Dziga Larisa Kadochnikova, members of the Supervisory Board of the Ukrainian Film Academy Serhiy Trymbach and Julia Sinkevych, members of the Board Volodymyr Voitenko and Serhiy Bordeniuk, and Head of the Supervisory Board Viktoriya Tigipko.

Also, the activities of the Film Academy affect important industry issues. We cannot stand aside and abandon the Ukrainian director Oleg Sentsov. The Head of the Board Mykhailo Iliencko initiated the production of a video in which the Ukrainian Film Academy calls for the release of the Ukrainian director. We had the support from Radio Liberty, who provided us with some photographic materials, as well as 2FLAME, which produced the title card in Ukrainian and English. We ask the Film Academy members to use this video before the screenings of Ukrainian films both in Ukraine and around the world.



SERGE LAVRENYUK: MOVEMENT ON THE DIRECTION OF CREATION A COMMERCIAL SUCCESSFUL CINEMA WILL BE MADE WHEN CINEMA PRODUCTION STEP AWAY FROM THE ASSURANCE OF THE INABILITY OF THIS PROCESS

22,150,000 UAH, 311,000 viewers, 13 weekends. And it's still not the final numbers for Ukrainian-wide screening of DZIDZIO CONTRABASS. The first feature film that paid off solely on the tickets sold in movie theaters. As of now, we can state the precedent is established. We decided to ask Serge Lavrenyuk, executive producer of a successful project DZIDZIO CONTRABASS, whether it is possible to talk about the new era of Ukrainian film production. What can be expected from the industry in the future and what the perspectives of commercial cinema are.

— Rapid development of the film industry is obvious. Many things happened for the first time in 2017, including the precedent of commercial success of DZIDZIO CONTRABASS. What predictions for the industry can you make as a producer who managed to calculate a financially beneficial project?

— For the most part, the situation depends on the stability of state support for such a start. At the beginning of budgeting for 2018, there was a sum of 500 million UAH. What will it mean for the industry? This number barely covers the needs of the 9th and 10th pitchings. I mean that talking under such conditions about conducting the new selection of projects for state funding is like discussing an only hypothetical possibility to make a movie one day. We still have unfinished and underfunded from earlier time periods. Therefore, any pitching conducted in 2018 gives the winning projects a minimum of one year's waiting for the funding if twice as much money is approved for 2018. This is a big danger for the Ukrainian film industry that has just gained momentum.

— For now, the only pillar holding the progress of Ukrainian cinema is the state. Can we say that commercial success of DZIDZIO CONTRABASS will become the flagship for the future similar projects with the non-state production funding?

— Definitely. I am certain of that. I believe that we have proved one thing: you can make money of the movie. First of all, we have proved that to ourselves, and secondly, to the industry. And thus, we have defined the way, the algorithm as to which elements are required for commercial success. The other thing is that not always will these elements depend on the producer. The important thing is, and it is already clear, that it is not an abyss. State support should be targeted at social and big projects, important for the state, the society, support of young moviemakers.

— Which genre, in your opinion, apart from light and cheap production wise comedy, has chances to pay off at the box office?

— As of today — none. Only light inexpensive romantic or eccentric comedies. Tomorrow the situation will change. But for now, they can compete only with Hollywood or television product. Today the level of television shows is so high here that they make up serious competition for the comedy shown in the movie theater. A person will have to make a decision: to go to the cinema and have fun or stay at home watching television. I am not talking about the non-cinephiles now, the ones that do not go to movie theaters on regular basis just because this is their usual leisure routine. For example, these people went to see our movie. The ones that have not been to the cinema in years.

— So, only the light genre has a chance.

— Imagine an average viewer. He or she came to the movie theater for entertainment. If you think that people came to the movies to think and ponder on being, you are wrong. They want to relax. We have a lot of high quality movies, but they are mainly depressive. And no artistic value of such movies will bring the mass spectator to watch them. This story is only relevant for the festivals and specific audiences

where cinephiles gather along with film critics. It is not for the movie theaters with popcorn. So, if you came to the multiplex at mall with your product and want that people fresh from shopping came to see your war feature and psychological drama, I am sorry, it won't work. 30% of people who come to movie theaters make the decision as to which movie to see right before the ticket office. For two or three years we have to be giving the viewer light comedies, he or she will get used to perceiving Ukrainian cinema, watching something of our own, and perhaps for the third or fourth year we will have chances for a more serious genres of film.

— What is the essence of competitiveness of Ukrainian film? Why should the viewer go to see our product?

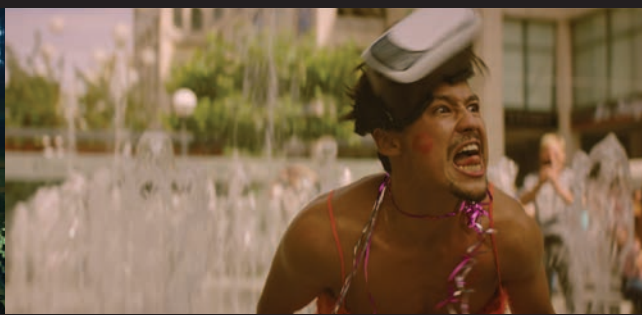
— People always and everywhere want to see their own thing and about themselves. If you offer the product of the same quality (and I am talking about the emotional level) as the American comedy, if the viewer is certain, that he or she will get the same feelings after watching the film — emotional boost, — he or she will definitely go to see Ukrainian film. But the viewer has to believe in that.

— You personally need to be interested that the majority of your colleagues think the same way, so that trust of the viewer accumulated, for example, by DZIDZIO CONTRABASS is not lost because of other feature films.

— I am always respectful of the colleagues who produce movies, and always insist on the fact that our strength is in our cooperation. It seems to me that the meaning of competition in Ukrainian film environment is way overrated. If we create the culture of consumption of the local movie product, we will be gradually raising the percentage of Ukrainian films to attract the viewers who prefer the Hollywood movies. Today it is only 3-4% in Ukraine, but in Poland or France this number reaches as high as 40%. In Poland, according to the statistics, people go to the movies twice or thrice a year on average. And “half the time” here. I mean, once a year, but each second person, five times as rare as the Polish. And I am not even talking about the price of the ticket. There the price range is between 10 and 13 dollars.

— The sacred cow of the discussions about commercial profitability of Ukrainian film production is the topic of the number of movie theaters in Ukraine. Whose, you think, is this primary concern?

— In general, it is profitable to open movie theaters only under condition of 4-5 movie halls in each. For now, we are talking about that in Ukraine there are only 6-7 cities where people go to the cinema. When the production becomes a business and, additionally, will step away from the assurance that it is impossible to make a commercially profitable movie, the movement in this direction will be commenced. Everything comes gradually. Although we, for example, have announced the end of screening of DZIDZIO CONTRABASS after 11 weeks, we keep showing it in small towns, in the halls where there is no equipment for DCP-copies in HD-format. And people gladly come. There are a lot of district centers. And there are a lot of halls with old equipment like that. Therefore, if there is some life and activity around them, with time, a normal multiplex can emerge replacing them.



MEET MAJOR CREAMPIE



MYKHAILO KOOKSA,
PRODUCER, KOOKSA FILM STUDIO FOUNDER



OLEH STAHURSKY,
DIRECTOR AND SCREENWRITER



OLEKSIY TARASENKO,
PRODUCER, HEAD OF THE VISUAL
EFFECTS STUDIO RAKETA FILM



YULIANNA PAKHNIY,
PRODUCER, HEAD OF THE STUDIO
KOOKSA FILM

"MAJOR CREAMPIE" IS AN UPCOMING UKRAINIAN ACTION COMEDY MOVIE FILMED BY KOOKSA FILM STUDIO, IN ENGLISH, FOR INTERNATIONAL SCREENING. SO, WE TALKED WITH THE STUDIO FOUNDERS ABOUT CREATING CONTENT FOR THE FOREIGN MARKET, FILMING IN DNIPO, COLLABORATION AND FUTURE PLANS. "MAJOR CREAMPIE" IS THE DEBUT FEATURE FILM FROM DNIPO-BASED KOOKSA FILM STUDIO. THE STUDIO DEVELOPED FROM A COMPANY CALLED RAKETA FILM WHICH HAS CREATED VISUAL EFFECTS FOR INTERNATIONAL PROJECTS FOR A LONG TIME. DIRECTOR — OLEH STAHURSKY, SCREENWRITERS — OLEH STAHURSKY, ARTEM ZAYATS, DOP — VOLODYMYR IVANOV, PRODUCERS— OLEKSIY TARASENKO, YULIANNA PAKHNIY, MYKHAILO KOOKSA.

ABOUT THE FILM:

an American writer and illustrator experiences writer's block and has to go to "a wild and unpredictable European country", Ukraine, where he gets mixed up in a tale of crime. Unexpectedly, within a day, he helps neutralize a local gang, exposes a corrupt politician and changes his views on the country, a country he had previously considered to be in the middle of nowhere. In this movie, two cultures collide and the way they see each other changes.

MYKHAILO KOOKSA:

— Everyone knows that today's film industry, particularly in Ukraine, is not a great business model. Why did you decide to invest in the project?

— From a business point of view, working for the home market isn't interesting because the investments are big, getting money back takes lots of time, the number of cinemas is small, and movies are often pirated. In such conditions, one can only make independent films for festivals using grant money and earn only at the production stage, not at the box office. But the biggest problem for many is that the product is virtual rather than material. So, there are not so many options. Americans have created their magic formulas that let viewers from different countries enjoy their movies, regardless of cultural differences. Thus, by focusing on the American market, we're actually focusing on a formula that works for the whole world. If our producers didn't have partners from the US, with whom they've worked on VFX, it would hardly be possible to start such a project. In addition, while a couple of million dollars is a significant amount of money for any other business, it's not enough for the film industry. But!!! Sooner or later there must be someone who will say — if it works for the whole world, then it has to work for us as well; we just need to find the correct approach. And when this person meets a team of young and ambitious specialists, the film industry becomes a business model.

OLEH STAHURSKY:

— This is your first feature film project. Why did you choose an 18+ comedy film? Where did the ideas for the script come from and for whom is the story written?

— "Major Creampie" is a debut work. Before the launch of the project, we decided to film in Dnipro, cast a Hollywood actor and get to the American market. Then, together with Artem Zayats, the screenwriter, we started thinking about

a reason for an American to go to Dnipro. And we've got a pretty amusing story. The 18+ rating was chosen not because we wanted it; big film studios don't want to risk it by making movies for a narrow audience. It's important for them to attract the whole family. If you compare the first and last films of "The Mummy" franchise, you will see that the last part is more appropriate for children, while the first one was completely different. Thus, most films are meant for family viewing, and it will be difficult for us to compete with them, especially when it's our debut film. That's why we've chosen the R rating. It means there are less competitors and more viewers who want to see honest films.

— The DoP of "Major Creampie" is a young, ambitious and very popular Volodymyr Ivanov. He is known for the projects "Cross", owner of The Palme d'Or of the 64th Cannes Film Festival, "Inspiration", "Haytarma", etc. How did you manage to get Volodymyr for your project?

— Despite the fact that we are limited to genre features and the framework that we have set, everyone is interested in providing creative freedom for each member of the team. Maybe Vova likes this idea, because all of his experiments are welcomed and appreciated. For quite some we couldn't choose the right operator, but when we saw Vova's works... There was something elusive in them. It was obvious that he was the one we'd been looking for! As work on the teaser has shown, we understand each other perfectly and as a result we've become a good team. Plus, the project is done for the foreign market, and that has already attracted many good specialists to the team.

— Was the previous experience of shooting music videos useful?

— Of course! That experience gave me an opportunity to develop in the right direction. I've always liked movies very much and wanted to make movies. That's why I've always tried to shoot small films when it came to shooting video clips. Our studio Raketa Film mainly created visual effects for big international companies, and my task was to develop the concept of the effects and their production, so I developed a good visual understanding of how a great scene can be made. Naturally, communication with international professionals has taught us all a lot, because when you work on big projects, the requirements for you are high as well. On the one hand, we had to work hard, but on the other — the experience is priceless, as we now know a lot about international standards and have the right approach towards work.

OLEKSIY TARASENKO:

— A separate and key story for a successful film is a teaser. We know that as a result you have a short film. What was it like to work on the promo?

— Technically, the filming of the promo was no different from working on many other projects in which we took part. Thus, the process went quite smoothly. Our only problem was the lack of time. Therefore, the traditional 'step by step' approach has been changed to a parallel one, at all stages. For example, in post-production the editing and graphics were done at the same time. In this case, a lot depends on the director, on his experience and ability to organize work. Otherwise, his wrong actions can not only increase the working time, but also its cost due to numerous alterations. Luckily, Oleh Stahursky has the necessary experience and endurance to get the result he needs. I am sure that the viewer will remain satisfied with the work.

— A famous American actor will be working with you on the movie... who is he?

— Without good actors, cinema will not come to life, but without a famous one — it won't be successful. Our Hollywood friend has been a success on all continents. He's tall with brown hair, a charismatic smile and an amazing sense of humor. Many have seen him as a friend, an idol, a simple dude, a lover of sweets, and of course, as a guy who gets himself into some tricky situations but always finds a way to come out unscathed. And our film is going to be another interesting task for him. A little patience and you'll find out who this person is that is already close to your heart.

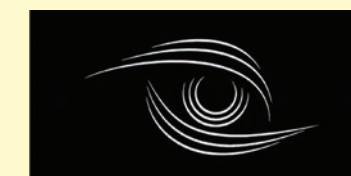
YULIANNA PAKHNIY:

— Why did you choose to film in Dnipro? Were there any difficulties? Does the city have the potential as a location for more films?

— We assumed, but did not fully realize how beautiful Dnipro can look through the magic anamorphic lens! There are many beautiful locations and nice people who are ready to help. At home, as they say, even the walls help. We are very grateful to the studio of the 9th channel, police, firefighters, railway men, ambulance workers, as well as to the customs and border guards and the airport for their support. At the last moment, Vadym Shebanov and the mayor's office were extremely helpful. According to the plot, all the action in the film takes place in the SEC "Most City". We are very pleased that they liked our idea and granted us full access to all the secret corners of the building. Thanks to the support of our citizens, we can do much more than just one film — our goal is to build a film studio, to attract Hollywood professionals and interesting international projects to the city. And that will lead to job creation, movie tourism, the replacement of non-ecological businesses with more high-tech, new prospects for the city as a whole, not to mention tax deductions to the budget. At the moment, the infrastructure might not be quite suitable, but this is not an extremely urgent issue; gradually, everything can be solved.

— Share your plans for the near future.

— Of course, we have a plan to conquer the world and dreams that many great films will be shot in Dnipro in about five years. But, so that this does not remain a dream you need a lot of work and coordinated operation with other people. We are used to working hard and that is why the effects for many Hollywood projects were made here, in Dnipro. Meanwhile, support and mutual assistance are always needed. That's why we are very happy to co-operate with both Ukrainian specialists and foreign industry representatives who have the same goals as we do — doing amazing international projects in Ukraine. At the moment, Kooksa Film Studio has developed two more English-language films, one of which we might try to co-produce with American partners. In Dnipro, there are many talented people, smart businessmen and interesting locations. Therefore, we think that this city is perfect for the silver screen!

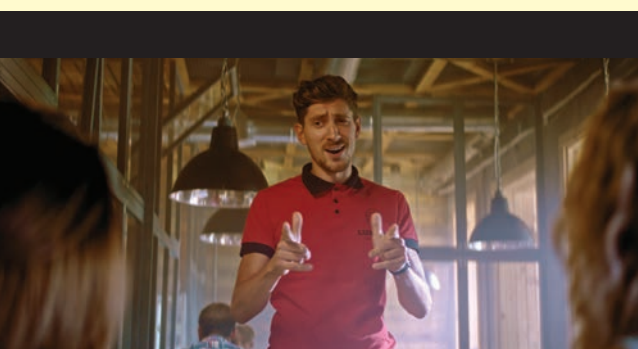
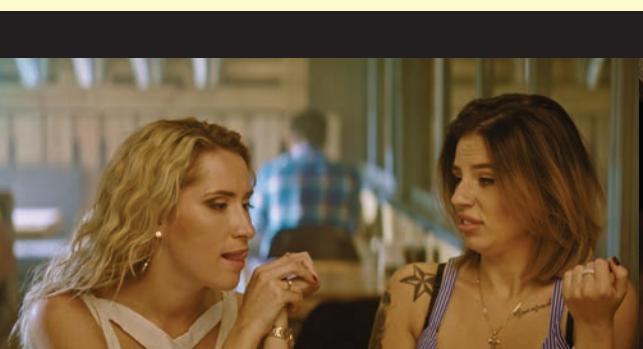
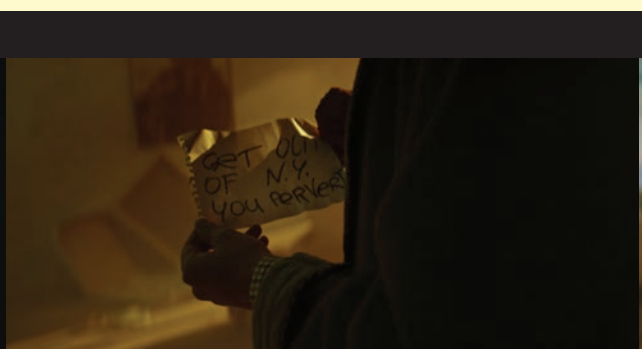
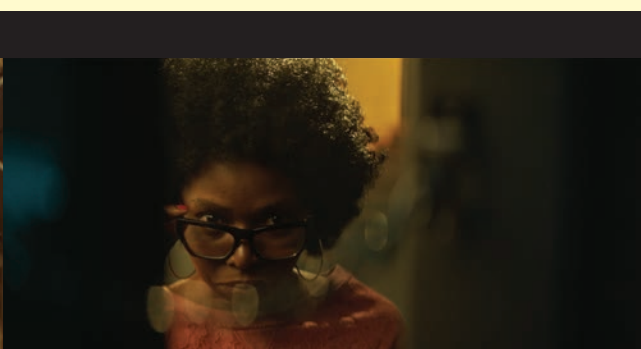
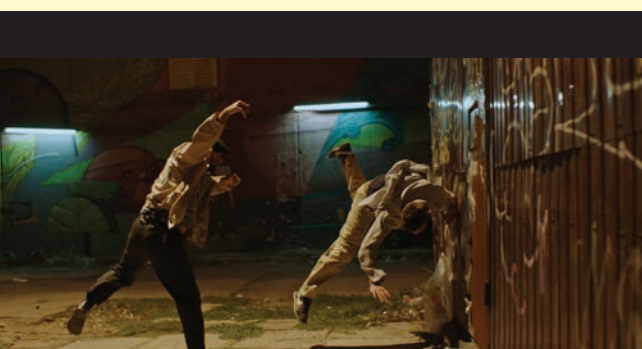
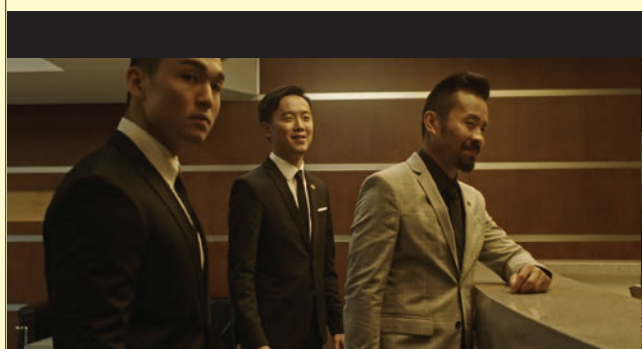


+38 067 900 09 77

@KooksaFilm

www.kooksafilm.com

www.majorcreampie.com



NOT JUST CHIPS

MOST OF US ARE FAMILIAR WITH THE DESIRE TO TEMPER BLANDNESS AND GLUM OF A COLD SEASON WITH SOMETHING REALLY FLAMBOYANT AND HOT, THIS BEING EITHER MEMORIES OF THE HOT SUMMER PASSED, BRIGHT STRIKE IN APPAREL, OR A SINGULAR AND WARMING CUISINE. ALL OF THIS IS PRESENT IN MEXICO, THE COUNTRY WE'D LIKE TO INVITE YOU TO VISIT VIA PAGES OF THE VGL CINEMA.

Mexican culture had been formed due to a mixture of a pre-Columbus American and Spanish cultures (in the XVI century), while later in the XX it was influenced by the US culture. Beliefs and traditions of the two great civilizations — Indian and European — coexist peacefully in this unique country, whereas its populace, despite globalization, respect its traditions.

Mexican cuisine

It is a synergy of Aztec and Spanish culinary traditions. Spanish traditions had formed on the border between the classic Europe and Mauritanian east (Mexican burrito is similar to the shaurma). In this cuisine, a Mauritanian streak is combined with the European refinement and traditions of ancient Maya and Aztec peoples – it's interesting indeed to get to know it better.

Mexican cuisine is known for its aromas, bright design and variety of spices. When conquistadors arrived to the then Aztec capitol of Tenochtitlan (now Mexico), they'd found out that indigenous people's nutrition consisted largely of meals of corn with chili and herbs, usually complemented by beans and tomatoes. Corn (or maize) is a staple kernel in Mexico. The conquistadors combined their imported food items of beef, pork, chicken, wine, garlic and onions with the indigenous staples, inclusive chocolate, maize, tomatoes, vanilla, avocado, papaya, pine apple, hicama, chili, squash beans, peanut, fish and turkey. More exotic treats one can find in villages made in Aztec or Maya style with ingredients ranging from a lizard to a snake to ants' eggs. However, today we'll discuss not those exotic to a European's palate treats as crickets. We'd like to narrate of the pearl of the Mexican cuisine that has already become pervasive in North America and Western Europe and keeps conquering gourmets' hearts. A sly reader has already guessed that these are the "Nachos" chips, meanwhile a fresher would be interested to know of the world's most popular snack.

In a story that may be apocryphal, Nacho was the nickname of the snack's inventor, Ignacio "Nacho" Anaya. In 1943, while working at the Victory Club in the Mexican border town of Piedras Negras, he combined the ingredients to serve a group of American army wives visiting from a base in Eagle Pass, just over the border in Texas.

Melting cheddar over corn chips is sort of a dumbed-down version of chilaquiles, a Mexican breakfast dish in which the chips are often coated in salsa roja and topped with queso fresco and/or a fried egg. But the simplified dish was a hit; the recipe went back to Texas with the wives and was later promoted through a church cookbook in Eagle Pass.

By the 1970s, nachos were popular in America, though they had lost the apostrophe in "Nacho's especiales" and were still mostly found in Mexican restaurants. In the US restaurants that specialize on Mexican cuisine corn chips and meals of them had become ubiquitous since late 60-es of the last century. With American economic might on its peak, this facilitated expansion of American cuisine. These days you may encounter "Nachos" in any steak-house, from Europe to Asia to Australia. The interior also corresponds to the uncouth Texan style: roughly-cut tables, low ceilings, murals on roughly plastered walls...

In a wider sense "Nachos" means also all variety of Mexican snacks. Sometimes this term also defines the so-called "Tex-Mex" cuisine: a peculiar gastronomical synergy of Texan and Mexican culinary traditions: peppered enchiladas, tortillas and burritos complement classic American South dishes, like the Chili-Concarne soup of beans and chili pepper.

One can eat corn chips without any additions. However, these days Nachos are not just chips, but an independent dish that one can't imagine without a variety of dips. Let's elaborate. Dip a corner of the crunchy snack in a warm cheese sauce, close your eyes for a while to imagine yourself in that snug Mexican restaurant where an agile and inventive Nacho pours on a piece of a bread a viscose piquant cheese, serving burning Jalapeno. The leading manufacturers of the cheese Nachos dips currently use the aged varieties, complementing the flavor with a sharpness and piquancy of an aged cheese. A cheese dip is server with Nachos mandatory warm. For this purpose in the most busy places warm shelves are installed that enable both to keep a cheese dip warm, and sustain the form of the triangular chips, as originally was invented.

Salsa is quite another story! A tomato dip with bit of ripe peppers and tomatoes, seasoned with chili and spicy herbs creates such a searing, steeped with the Mexican sun mosaic of flavor which would bestow each gourmet with a warmth feeling without even being actually warmed. Closing the leading three among companions of the corn snack is the "Guacamole" dip, a derivative from the Aztec's "ahucamoli" ("Avocado dip"). A soft, oily substance of avocado, mixed with a lemon juice and spices — the original Mexican invention continues to excite us with it's piquancy.

Current technologies allow to instill new flavoral features to the proper chips. For this instance, to the well-known and simple Nachos recipe quite easily joined and has become popular the "Barbeque" flavor: a sour-sweet piquancy with a tint of a live fire.

However, each customer of a European or American restaurant knows that, having ordered the well-known bits of maize nuts, he'd receive them served with a mosaic of dips — cheese, tomato and avocado. The restaurateurs compete merely to have the treats trimmed with some house spice, add some secret ingredient, or serve in a peculiar way. Nachos decorates a pizza, a burger and accompanies a salad!

The Ukrainian gourmets are well acquainted with this dish in the first turn due to a movie theater's bar assortment. For over 10 years ago Tehnika Dnepr Co. had presented to our concession-zones the snack at the time very popular in the theaters the world over, which forever had changed the notion of chips. A bright warm shelf with ready to be served chips and dips has become a staple in any movie theater in Ukraine. Having debuted in movie bars, the nachos chips stepped over the thresholds of the cinemas and are entrenching on the HoReCa market. Now we know that there are just chips, and there's the Nachos — a whole-grain maize triangular nut, accompanied by a dip, for us to enjoy the flavor of Mexico.

ТЕХНІКА ДНЕПР

Ukraine, Dnipro

+38 056 788 38 81

+38 056 794 31 63

www.pop-corn.com.ua



KINOPROKAT®

**СОЗДАДИМ КИНОТЕАТР
ВАШЕЙ МЕЧТЫ**

WWW.KINOPROKAT.COM
MADE IN UKRAINE

INSTALLATION
AND FULL SERVICE
FOR CINEMA HALL

Валентин Васянович:



КОЖНИЙ ФІЛЬМ ВАЛЕНТИНА ВАСЯНОВИЧА — ЦЕ РЕЖИСЕРСЬКИЙ ВИКЛИК САМОМУ СОБІ. ІСТОРІЯ ПЕРЕМОГИ «РІВНЯ ЧОРНОГО» У ВІДБОРІ УКРАЇНСЬКОГО ОСКАРІВСЬКОГО КОМІТЕТУ ПЕРЕТВОРИЛАСЯ НА СВОЄРІДНУ «УКРАЇНСЬКУ МРІЮ» КІНЕМАТОГРАФІСТА. ЧЕРЕЗ ЦЮ ПРОНИКЛИВУ ІСТОРІЮ САМОТНОСТІ БЕЗ СЛІВ, ПРОФЕСІЙНИХ АКТОРІВ, СЦЕНАРІЮ, ПОЛІТИКИ ТА ВЕЛИКИХ БЮДЖЕТІВ МОЖНА ПОВІРИТИ, ЩО ГАРНЕ КІНО ІНОДІ МОЖЕ НАРОДИТИСЯ ІЗ САМОГО БАЖАННЯ ВИСЛОВИТИСЬ. АЛЕ САМ РЕЖИСЕР НЕ ЗВИК ЖИТИ ВЧОРАШНІМИ ЗВЕРШЕННЯМИ. ПОКИ УКРАЇНСЬКА ПУБЛІКА ТРИМАЄ КУЛАКИ ЗА ПОТРАПЛЕННЯ ФІЛЬМУ ДО ШОРТ-ЛИСТА ОДНІСІ З НАЙПРЕСТИЖНІШИХ ПРЕМІЙ СВІТУ, ВАСЯНОВИЧ МРІЄ ЯКОМОГО СКОРИШЕ ЗАВЕРШИТИ ОСКАРІВСЬКУ КАМПАНІЮ І ЗНІМАТИ НОВИЙ АНТИУТОПІЧНИЙ ФІЛЬМ, ЯКИЙ МАЄ ПОПЕРЕДИТИ ГЛЯДАЧА ПРО НАСУВАННЯ ЕКОКАТАСТРОФИ НА СХОДІ УКРАЇНИ.

«ЦІКАВО, КОЛИ З “НІЧОГО” НАРОДЖУЄТЬСЯ “ЩОСЬ” І ЦЕ “ЩОСЬ” ПОТІМ ВИСУВАЮТЬ НА “ОСКАР”»

ВАЛЕНТИН ВАСЯНОВИЧ ПРО ЗВОРОТНИЙ БІК ОСКАРІВСЬКИХ ПЕРЕГОНІВ ТА МАРІУПОЛЬСЬКУ АНТИУТОПІЮ

— Після перемоги у відборі Українського Оскарівського комітету Ви дуже скромно оцінювали шанси потраплення в шорт-лист. Ваші настрої не змінилися?

— Зараз наша задача «максимум», яку не менш важко реалізувати, — це потрапити в лонг-лист. Він не так давно з'явився, це 9 фільмів перед шорт-листом. Взагалі туди потрапляють призери фестивалів класу «А» — уже титуловані фільми, у яких багато призів. Цього року подалося 90 фільмів, здається. Тому ми думаємо, що на щось розраховувати нема сенсу. Але ми мусимо все одно їхати для того, щоб пройти цей шлях та заявити, що в Україні є кінематографія та індустрія. Це дуже важливо для тих, хто буде висуватися після нас. У нас дуже невеличка промокампанія, бюджет якої 20 тис. доларів при необхідних 70 або 100 тис. Скажімо, бюджет минулорічного «Тоні Ердмана» був 200 тис. євро — це дуже комфортний і класний бюджет. Можна працювати і зі 100 тис., але в нас є тільки 20 тис.! Фактично 10 тис. доларів нам виділило зі своїх фондів Держкіно. На жаль, у них поки що немає такої статті видатків — промо оскарівських кандидатів. Але, я думаю, що за рік-два це має з'явитись і фільми, які будуть висуватись від України, автоматично будуть підтримуватись нормальним бюджетом. Ми їдемо, у нас буде показ, ми замовили рекламу в Variety і The Hollywood Reporter. Ми співпрацюємо з журналом WRAP, який буде організовувати нам покази, забезпечить нам інтерв'ю та журналістів. У нас було багато перемовин з публіцистами, але коли люди чують про наш бюджет, у них одразу з'являються якісь інші справи і вони просто зникають, на жаль. Я вилітаю 6 грудня, всього в Лос-Анджелесі проведу день або два, і за цей час ми дуже скомпресовано маємо виконати нашу програму. Все ж таки кіно специфічне — без діалогів, і воно дуже важко продається. Ринок архаїчного кіно — це теж ринок, і публіка до чогось привчена.

— Останнім часом побутує думка, що «Оскар» звикли переоцінювати і насправді це не більш як гламурна подія з нальотом політичного підтексту. Яке Ваше особисте ставлення до «Оскара» та нагороди яких фестивалів мають для Вас авторитет? — Ні, я взагалі до премій спокійно ставлюся. Я отримав дуже багато гарних відгуків від поважних людей, закордонних критиків, які керують різними секціями Канн-

ВАЛЕНТИН МИКОЛАЙОВИЧ ВАСЯНОВИЧ —

український кінорежисер, сценарист. Народився 21 липня 1971 року в Житомирі (Україна). Там же закінчив музичне училище імені Віктора Косенка. Професійний шлях у кіно починав у КДІТМ імені І. Карпенка-Карого, який закінчив у 1995 році з дипломом оператора, а в 2000 році отримав диплом режисера документального кіно. Займався у творчих майстернях українських кінематографістів О. Прокопенка і А. Ковалю. У 2006-2007 роках навчався в Школі режисерської майстерності А. Вайди (Польща). Має нагороди і премії багатьох міжнародних кінофестивалів у Франції, Канаді, Португалії. Володар Гран-прі міжнародного фестивалю короткометражних фільмів у м. Нансі (Франція) та міжнародного кінофестивалю «Літопис». Нагороджений Державною премією України імені О. Довженка за видатний творчий внесок у створення художнього фільму «Плем'я».

ського фестивалю, хоч ми туди й не потрапили. Але це було б дійсно зручно отримати якусь відзнаку на великому фестивалі. Передусім, для просування наступних копродукційних проектів. З одного боку, це ніби мало, а з іншого — дуже багато. Якби я щось отримав, з наступним проектом я дуже швидко б знайшов копродуксерів на повну суму і мені не треба було б їх тут болісно та довго шукати. Це дуже полегшує життя і продюсеру, і режисеру, і всім — одразу ти отримуєш гарантовані ринки збуту для наступного проекту. Але, на жаль, так не відбулось. Нічого страшного, я збираюся робити наступний фільм, і в мене все попереду. Принаймні, я себе цим заспокоюю — я повністю переключився на наступний проект. Скоро маю їхати

на 48-й Індійський міжнародний фестиваль у Гоа. Його теж відносять до класу «А», він є в цьому списку з 15 фестивалів, серед яких і Каннський, і Каірський, і він досить давній. Нас запросили в конкурсну програму. Я думаю, на цьому мої поїздки закінчатся, бо в мене вже почався кастинг і препродакш, я хочу в лютому розпочати зйомки, тобто часу дуже мало.

— Фільм без слів — це виклик для режисера. Чи можна стверджувати, що спартанський досвід «Племіні» Мирослава Слабошпицького побічно надихнув Вас на цей творчий експеримент?

— Ні, там фільм зі словами, просто жестову мову мало хто розуміє. Там весь час люди розмовляли. «Плем'я» — це пластичний етюд, а в мене, фактично, і цього немає. Мене надихнула не ця робота, а обставина, що Костя (*Костянтин Мохнач — фотограф, виконавець головної ролі у фільмі «Рівень чорного».* — Прим. ред.) — не професійний актор. Він пластичний, чудово тримається в кадрі, легко робить все, що я хочу. Але коли він починає розмовляти, на жаль, вся органіка зникає. Взагалі, знайти органічну людину, яка б гарно трималась у кадрі й так само природно розмовляла, — це дуже важке завдання. Навіть серед професіоналів. Я зараз проводжу кастинги й запрошую переважно непрофесійних акторів, типажних, але інколи запрошую і професійних. Так я хочу сказати, що ці непрофесійні актори переконливіші за професійних. Професіонали привчені до сцени, вони дуже чітко артикують. Навіть якщо я прошу: «Скинь трохи», «Розмовляй ввічливо», «Не треба мені такий посил давати, щоб я почув у останньому ряду» — воно не відключається. Дуже важко з цим працювати, тому зараз я просто намагаюся брати людей з потрібним мені досвідом. Моя наступна історія відбувається на Сході України, і я запрошую людей, які дійсно воявали і мають посттравматичний синдром. Звісно, не в дуже тяжкій формі, бо з такими людьми дуже складно працювати. Їм навіть нічого не треба казати! Вони мовчки дивляться, і це дуже промовисто. При цьому вони можуть дуже переконливо розповідати: у них уже всередині є потрібний мені стан, а цей стан дуже важко отримати від людини, яка там не була і це не пройшла. Тому зараз в мене будуть непрофесійні актори грати, але вже з текстом. А з Костею я просто обійшов гострі кути: давай спробуємо так, якщо це не виходить — давай підемо іншим шляхом. Просто ми відмовилися від тексту й зробили сучасне німе кіно. Я знімаю загальними планами, бо вони розповідають про героя більше, ніж текст. Уся ця фактура, яка оточує героя, — світ усередині кадру, він малює глядачу настрій і життя героя, він дуже промовистий. І для мене дуже важливо, як актор рухається, бо мова тіла теж дуже виразна. Оскільки Костя не зірка і не медійний актор — немає сенсу показувати його портрет.

— Життя Костянтина та його родини якось змінилося після зйомок?

— Фактично, ні. Костя отримує багато приємних фідбеків від родичів, друзів і всіх-всіх. Йому це приємно, і мені приємно, що йому приємно. Єдине, я зрозумів, що тепер йому без цього важко жити (*сміється*). «Слухай, може ти мене в якийсь наступний проект візьмеш?» Цікаво просто, коли з «нічого» народжується «щось» і це «щось» потім ще на «Оскар» висувають. Це фактично магія.

— Бюджет «Рівня чорного» склав рекордні 10 тисяч доларів, неодноразово Ви наголошували, що деякі з учасників творчої групи працювали безкоштовно. Скажіть, що виявилось найдорожчим під час створення картини?

— Наприклад, взяти сцену дня народження Кості: 3 комплекти кульок, оренда великої зали фотостудії, довгий стіл, і вся ця «поляна», яка лишилася після святкування. Я попросив допомогти Владіка Олуденка, дуже відомого художника-постановника, з яким ми знімали кіно раніше і ще будемо знімати. Він зі своїми помічниками приїхав, «накрили» такий день народження — і ми всі почали його «обживати». Так «наобжи-валися», що ледь зняли сцену. Було дуже весело, приємно і класно. Ця сцена коштувала, скажімо, 500 доларів. Ось де ці гроші можна помітити. Ще сцена з квітами, де Катя (*актриса Катерина Молчанова.* — Прим. ред.) ходить між квітами, а Костя фотографує. Це дуже дорогі квіти, на жаль, вони теж коштували приблизно 500 доларів. Костя знімав схожі квіти для якоїсь фешн-зйомки, я сказав: «О, класно! Такі гарні квіти! Їх би ще спалити — взагалі супер було б!». Гроші потрошку-потрошку й розходились. Заплатити каскадерам, невеличкий гонорар Каті, бо вона дівчинка і їй просто так знімати не можна. А Костю я просто пригощав і заправляв йому машину, тобто працював він за ідею та їжу. Плюс ми зробили зведення в «Le Douen», це найкраща українська студія дубляжу. Після зйомок я запросив звукорежисера Сергія Степанського, щоб він «поремонтував» мені звук. Він взагалі грошей не взяв, поїхав по усіх локаціях і записав звук. У нас були ще пару змін синхронного озвучення. Скажімо, сцена, де Костя ногами топче кульки, а потім танцює, була повністю синхронно перешумлена. Кожен крок Кості, кожен звук лопнутої кульки був записаний наново. У мене навіть відео десь є... (*Валентин дістає телефон і показує відео зі зйомок, на якому Костянтин у навушниках дивиться сцену на планшеті й синхронно повторює рухи, а Сергій Степанський записує звук*). Сергій наново записав увесь звук, бо на знімальному майданчику звукорежисера не було, був лише простий накамерний мікрофон. Звісно, Сергій сварився, але як я міг запрошувати когось, коли вранці не знав, чи буде в обід чи ввечері зйомка — усе було дуже спонтанно. Під час зйомок сцени з дня народження

звучала інша композиція — «Calling all stations» Genesis. Але її використання коштувало б нам втричі дорожче за сам фільм, тому ми домовились з «Океаном Ельзи» та взяли їх музику, яка і ритмічно, і за настроєм підійшла.

— На Вашу думку, чому українським режисерам так рідко вдається досягти ефекту органічності повсякденної мови на екрані? Як можна вирішити цю проблему: на рівні професійної школи акторів та режисерів чи це радше наслідок історичних утисків української мови та митців?

— Українська мова взагалі ні до чого, бо справжні гарні актори, хоч арабською напиши та скажи, як це звучить, зможуть зіграти! Головне ж не слова, а що насправді відчуває людина в процесі. Дехто каже: «Українською мовою це взагалі неприродно буде, погано». Гарному актору однаково, якою мовою грати. Це проблема підготовки кіноакторів. У нас немає школи кіноакторів — є театральна школа, а там інше. Там мусиш передати все жестом або інтонацією дуже виразно, перебільшено, щоб тебе почув увесь зал. А в кіно на крупному плані на обличчі видно здригання кожної жилки, тож це не має бути надмірним. Якщо в тебе підходяща психофізика, мусиш занурити себе в необхідний стан, і тоді твоя шкіра й тіло зроблять усе потрібне. Взагалі не треба кривлятися, а цьому не дуже в нас вчать. У нас нема школи кіноактора — все! Бо не було кіно. Раніше актор, йдучи в кіно, фактично залишався без заробітку: він не міг утримувати сім'ю — обов'язково мусив працювати в театрі. Бо в театрі була непогана зарплата, якийсь соцпакет, третє-десяте. Колись давно був один курс кіноакторів, у 60-70-х роках, але то був один випуск, на жаль. І це треба виправляти зараз, на тлі того, що кінотовиробництво підіймається і тут уже можна заробити гроші. Я думаю, з'являться якісь нові люди. Поки що, скажімо, гарних 30-40-річних акторів дуже важко знайти. І знов-таки, у мене досить документальна стилістика, тому мені важливо, щоб актор був 100-відсотково переконливий. А людину, яка все життя працює в театрі, відразу видно. Відразу зрозуміло — людина із заводу чи з театру. І ти ж не обдуриш камеру: не виходить наклеїти вуса, наморщити лоба і щось продекламувати — тут таке не проходить.

— У фільмі «Креденс» Ви повністю відмовилися від розкадровки та влаштували імпровізаційний театр на майданчику. У «Рівні чорного» позбулися сценарію та придумували ігрові сцени на основі документальних спостережень за героєм. Ваш наступний проєкт «Атлантида» присвячений темі деіндустріалізації Донбасу. Як народився цей задум і які нові творчі виклики хочете поставити перед собою?

— Це ігровий проєкт. Там буде великий продакшн, натурні домальовки, інтегрована 3D-графіка — маю надію, що її помітно не буде взагалі. Ми вже готуємося до зйомок, хоч ще не підписали держконтракт. Дія відбуватиметься в майбутньому, після закінчення війни з Росією. Це антиутопія. Зрозуміло, у фільмі ми перемогли ворога і очистили територію. Але вона, на жаль, стала непридатною для життя. Не тому що там багато мін, які вже 10-15 років тому треба було розмінувати, і про це навіть кажуть європейські та американські місії. А тому що там давно відбувається екологічна катастрофа, яка нарощується дуже швидкими темпами. Там тисячі закритих шахт, з яких раніше обов'язково відкачували воду. Інакше вона підіймається, заповнює всі ці проходи, розмиває їх, вони падають, і відбувається гідродудар — ця брудна водна витискається в ґрунтові води. Потреби в питній воді покриваються лише на 10-15 відсотків, а через 10 років усе буде ще гірше. Фактично там залишиться солона непридатна для життя пустеля, і це такий фільм-попередження. Я розумію, що пізно попереджати, бо все це вже відбувається і з цим нічого не можна вдіяти. Герой мусить робити вибір: або намагатись якось себе знайти на цій території, або виїхати. Через тотальний біль він знаходить сили жити далі. Для мене важливо, щоб усі герої заговорили максимально переконливо та документально. Я думаю, у цьому мій виклик.

— Тарковський любив порівнювати професію режисера з ремеслом кравця. Він стверджував, що придумувати фасон сукні так само захоплююче, як створювати ідею фільму, а знімальний процес — нудний, як пришивання гудзиків. Для Вас як режисера, оператора та продюсера взагалі існує рутинна всередині професії?

— Є різні підходи. Оскільки я користуюся методом документального «рісьорчу», то я наперед шукаю якісь знахідки на локаціях — звороти мови чи те, який люди мають вигляд, і вже конструю з них якусь історію на репетиціях. Якщо все традиційно робити — то так, нудно. Раніше я так робив: сценарій, ідея, придумуєш, переживаєш. Коли готовий сценарій — ти кіно фактично зняв. Репетиція, мізансцена, вирішення сцени, знайшов один-третій варіант, четвертий — фантастичний — знімаємо! А зараз у мене все змістилось: весь початковий етап перемістився на майданчик та репетиції, і я багато придумую вже на місці. Мені все цікаво, на всіх етапах. Я кажу, що я живу в казці, і я дуже переживаю, щоб вона не закінчилась, ця казка. Монтувати — цікаво, писати сценарій — цікаво. Насамперед відштовхуюся від зображення — операторство для мене важливе. Продюсерством я просто вимушений займатись. На жодному етапі тебе ніхто не примушує робити те, з чим ти не згоден, і ти весь час перебуваєш у гармонії. Це справді круто! ■



BRATY
design studio

Студія Animagrad завершила виробництво першої серії «Клубу всезнайок». Режисером серії «Гітара» є Євген Єрмак, продюсером — Єгор Олександров, автори сценарію — Антон Базелінський, Євген Єрмак і Саша Рубан, художник-постановник — Аліна Харченко. Творці серії планують, що «Клуб всезнайок» буде багатосерійним анімаційним серіалом, який запропонує німому глядачеві вирушити в захопливу навколосвітню подорож.

Права на показ фільму «DZIDZIO Контрабас» продали до Китаю. Нарешті українські фільми почали підкорювати Піднебесну не лише зусиллями групи FILM.UA і студії «Квартал 95». Права на показ фільму «DZIDZIO Контрабас» виробництва Solar Media Entertainment теж були продані до Китаю. За словами продюсера стрічки Сергія Лавренюка, це результат участі в American Film Market. «Угодою займався наш англійський сейлз-хаус, — уточнив продюсер. — Йдеться як про кінотеатральні, так і про телевізійні та диджитал-права. На жаль, ми нічого не можемо повідомити про заплановану дату релізу — таких подробиць ще немає».

Компанія «Артхаус Трафік» увійшла в п'ятірку найбільших дистрибуторів французького кіно. За підсумками прокату французького і створеного в копродукції з Францією кіно за межами цієї країни у 2016 році українська компанія «Артхаус Трафік» увійшла до топ-5 світових дистрибуторів, які випустили в прокат найбільшу кількість французьких фільмів. Таку статистику оприлюднила французька організація Unifrance. За її даними минулого року в українських кінотеатрах вийшли 34 французькі фільми, прокатом 21 з них займалася компанія Дениса Іванова. Загальна кількість глядачів французького кіно в Україні — 230 тис. 26 чоловік, збори склали 538 тис. 32 євро. Таким чином, у 2016 році Україна зайняла 28 місце у світі за кількістю проданих квитків на французькі фільми.

Фільм про суд над Олегом Сенцовим здобув приз фестивалю в Будапешті. Поки український режисер Олег Сенцов намагається вижити в російській в'язниці, фільм про нього продовжує з успіхом подорожувати світом. Стрічка «Процес» Аскольда Курова здобула приз глядацьких симпатій на фестивалі документально-го кіно про права людини Verzio International у Будапешті. Додамо, що це вже не перша перемога авторів картини.

Сценарист «ГОЛОДНИХ ІГОР» БУДЕ ПРАЦЮВАТИ НАД ШОСТИМ «ТЕРМІНАТОРОМ». СЦЕНАРІЙ МАЙБУТНЬОГО «ТЕРМІНАТОРА 6» ВІДПРАВЛЕНИЙ НА ДООПРАЦОВАННЯ, ЯКЕ ПРОДЮСЕР ФІЛЬМУ ДЖЕЙМС КЕМЕРОН І РЕЖИСЕР ТІМ МІЛЛЕР ДОРУЧИЛИ БІЛЛІ РЕЮ («ГОЛОДНІ ІГРИ», «КАПІТАН ФІЛІПС»). ПОПЕРЕДНЮ ВЕРСІЮ СКРИПТА НАПИСАВ ДЖАСТІН РОУДС («КАНДИДАТ»). МАЙБУТНЯ КАРТИНА СТАНЕ ПРЯМИМ ПРОДОВЖЕННЯМ «ТЕРМІНАТОРА 2: СУДНИЙ ДЕНЬ» І ПРОГНОРУЄ ПОДІЇ ПОПЕРЕДНІХ ТРЬОХ ЧАСТИН ФРАНШИЗИ. ГОЛОВНА ЗІРКА СЕРІЇ АРНОЛЬД ШВАРЦЕНГЕГЕР ПОВЕРНЕТЬСЯ ДО СВОЄЇ РОЛІ, ЯК І ЛІНДА ГАМІЛТОН, ЯКА ЗНОВУ ПРИМІРЯЄ НА СЕБЕ ОБРАЗ САРІ КОННОР. ДЕТАЛІ СЮЖЕТУ НЕ РОЗКРИВАЮТЬСЯ, АЛЕ ВІДОМО, ЩО ОСНОВНІ ПОДІЇ РОЗГОРНУТЬСЯ В МЕКСИЦІ.

Знайдений головний лиходій для «Дівчини, яка застрягла в павутині». Студія Sony знайшла актора на роль головного антагоніста в картині «Дівчина, яка застрягла в павутині» — ним став даний Клас Банг, відомий за участю у фільмі «Квадрат» і телесеріалі «Зібель і Макс». Образ головної героїні Лісбет Саландер утілить Клер Фой («Корона», «Вовчий зал»), також у касті значиться зірка «Того, що біжить по лезу 2049» Сільвія Гукс. Режисерське крісло займе Федеріко Альварес («Не дихай», «Зловісні мерці. Чорна книга»). Сюжет стрічки буде адаптацією четвертої книги з циклу про Лісбет Саландер, написаної Девідом Лагеркранцом, яка є продовженням трилогії «Міленіум» Стіга Ларссона. Над сценарієм працюють Стівен Найт, Джей Басу і сам Альварес.

Названо виконавця головної ролі у фільмі про покемонів. Студія Legendary Pictures вибрала виконавця головної ролі у фільмі про покемонів. Як повідомляє видання The Hollywood Reporter, ним стане молодий актор Джастіс Сміт, знайомий прихильникам серіалу «Відпал». Раніше стало відомо, що сценарій картини з робочою назвою «Детектив Пікачу» підготують Ніколь Перлман і Алекс Гірш, що працювали раніше над адаптацією коміксів Marvel про вартових Галактики. Обов'язки режисера були покладені на Роба Леттермана, режисера популярних мультфільмів «Підводна братва» і «Монстри проти прибульців». Кіностудія Universal відповідатиме за прокат проекту у всьому світі, окрім Японії. На батьківщині ж покемонів дистрибутором стане компанія Toho.

Квентін Тарантіно знайшов студію для свого нового фільму. Як повідомляють джерела Deadline, Sony змогли виграти в гонці за права на картину завдяки голові студії Тому Ротману і його глибоким знанням з історії кіно, які змогли вразити навіть такого завязаного синефіла, як Тарантіно. Дія сюжету розгорнеться в кінці 1960-х — на початку 1970-х, зачіпаючи вбивства Чарльза Менсона і його послідовників з комуни «Сім'я». Відомо, що за своєю структурою фільм нагадує «Кримінальне чтиво»: у центрі уваги декілька історій, одна з яких присвячена Шерон Тейт — актрисі й дружині режисера Романа Поланського, убитій членами секти Менсона, коли дівчина була на восьмому місяці вагітності. Роль Шерон Тейт запропонована Марго Роббі. На дві головні чоловічі ролі претендують Том Круз, Бред Пітт і Леонардо Ді Капріо (втім, до касту можуть увійти всі троє). Також Тарантіно спеціально прописав ролі в сценарії для Дженифер Лоуренс і Семюеля Л. Джексона, Шеннон Макінтош («Джанго звільнений») і Джорджія Касандес («Мерзена вісімка»). Старт зйомок намічений на літо 2018-го, випустити стрічку в прокат планується в 2019 році. Це буде перший фільм постановника, створений без участі Miramax / The Weinstein Company і Гарві Вайнштайна, який загруз у сексуальних скандалах.

ДЖЕЙК ДЖІЛЛЕНГОЛ МОЖЕ ЗАМІНИТИ БЕНА АФФЛЕКА В РОЛІ БЕТМЕНА. ПОКИ МАЙБУТНЄ БЕНА АФФЛЕКА У ВСЕСВІТІ ОС ЗАЛИШАЄТЬСЯ ТУМАННИМ, РЕЖИСЕР НОВОГО «БЕТМЕНА» МЕТТ РІВЗ УЖЕ ШУКАЄ ЗАМІНУ АКТОРОВІ Й ВЕДЕ ПЕРЕГОВОРИ З РІЗНИМИ ВИКОНАВЦЯМИ, ПОВІДОМЛЯЮТЬ COLLIDER. НА СЬОГОДНІ ГОЛОВНИМ ФАВОРИТОМ ПОСТАНОВНИКА ВВАЖАЮТЬ ДЖЕЙКА ДЖІЛЛЕНГОЛА. РАНІШЕ САМ АФФЛЕК ЗАЯВИВ, ЩО «НЕ МОЖНА ГРАТИ ЦЮ РОЛЬ ВІЧНО», ТОМУ ВІН ХОЧЕ «ЗНАЙТИ ВИТОНЧЕНИЙ І ДУЖЕ КРУТИЙ СПОСІБ ПОПРОЩАТИСЯ З ПЕРСОНАЖЕМ».

Стали відомі подробиці про ролі принців Вільяма і Гаррі в «Зоряних війнах». До прем'єри фільму «Зоряні війни: Останні джедаї» залишилося менше місяця. І хоча увага глядачів до стрічки не зменшується, її творці продовжують підігрівати до неї глядацький інтерес. Чергова порція подробиць про «Зоряні війни» стосується принців Вільяма і Гаррі, які зіграли у фільмі невеликі ролі. У кадрі вони приміряли костюми штурмовиків і на екрані з'являться разом з Томом Гарді й автором хітів Take That Гар Барлоу. «Усі четверо були одягнені в костюми штурмовиків і були схожі на дивну сім'ю. Для мене це краще з обох світів», — поділився враженнями про роботу з монархами виконавець однієї з головних ролей у картині Джон Бойсга. Щоправда, навряд чи глядачі зможуть їх впізнати, адже штурмовики не повинні знімати шлеми при виконанні, та й досі не відомо, чи були в Гаррі й Вільяса якісь репліки.



Кіно без меж у ЗАЛІ №3

Новий 4DX — прем'єра січня 2018

Сінема Сіті — це більше, ніж кіно

У січні 2018 року в київському кінотеатрі «Сінема Сіті» відкривається зал з технологією 4DX на 84 місця. Це другий зал у столиці, який пропонує перегляд кіно в інтерактивному форматі.

Незважаючи на те що технологія відносно молода, новий формат кіно припав до душі активним глядачам по всьому світу — армія його прихильників нараховує понад 16 мільйонів кіноманів.

4DX забезпечує глядачам ефект повної присутності в кінострічці. Глядач рухається зі швидкістю і в такт погоням і вихорам, відчуває запахи й пориви вітру, його огортає туман та засліплює блискавка. Це не просто кіно — це атракціон.

Технологія 4DX створена південнокорейською компанією CJ 4DPLEX, яка до недавнього часу спеціалізувалася на виробництві атракціонів «віртуальної реальності» у парках розваг. Розширюючи сфери впливу, компанія почала співробітництво з кінотеатрами та запропонувала їм новий формат демонстрації фільмів. Сьогодні CJ 4DPLEX обладшує технологією 4DX кінотеатри в 47 країнах світу. Щороку понад 30 видовищних фільмів випускаються у форматі 4DX. Для кожного з них створюється спеціальна доріжка ефектів, що дозволяє глядачеві максимально поринути в події на екрані й відчувати себе кіногероєм.

Головною рушійною силою в залі є крісла, які не тільки переміщуються по вертикалі, горизонталі, нахилиються ліворуч та праворуч, але ще й вібрують та навіть доскокують. Це досягається за допомогою механізмів, які встановлені в платформах для крісел, а також у конструкції самих крісел.

Пориви вітру забезпечуються спеціальними вентиляторами, а дим, туман та пар — машинами-генераторами. Для імітації блискавок та світлових спалахів працюють стробоскопи. Дощ, сніг та мильні бульбашки — це також частини фільмів, які передбачає технологія 4DX. Навіть запахи присутні під час перегляду фільму — їх у новому залі «Сінема Сіті» десять, зокрема запах лугових квітів, морського бризу, пороку, смаженого м'яса та дощової свіжості.

4DX — це складна система механізмів під керуванням центрального контролера.

4DX — це більше, ніж кіно.

Ще однією перевагою залу 4DX в «Сінема Сіті» буде екран виробництва Harkness Screen — світового лідера у виробництві кінотеатральних екранів. Екран Clarus XC дає більш глибокий 3D-контент, відтворює максимальну яскравість картини. Нова технологія d-гладкого покриття 4-го покоління має особливі властивості. Вона дозволяє екрану Clarus XC отримувати вигоду із значно удосконаленого розподілу світла порівняно з традиційними 3D-срібними екранами.



Чекаємо наших глядачів у новому 4DX залі. Приємного перегляду й захоплюючих емоцій!



ТРЦ «Оушен Плаза» м. Київ, вул. Антоновича, 176 3-й поверх



ФІЛЬМ «ДИКЕ ПОЛЕ» ЗА РОМАНОМ

ВЛІТКУ 2017-ГО ПРОДАКШЕН LIMELITE В ПАРТНЕРСТВІ З ТЕЛЕКАНАЛОМ «УКРАЇНА» РОЗПОЧАВ ЗЙОМКИ ФІЛЬМУ ЗА РОМАНОМ СЕРГІЯ ЖАДАНА «ВОРОШИЛОВГРАД», ЯКИЙ ВВС ОГЛОСИЛО НАЙКРАЩИМ УКРАЇНСЬКИМ РОМАНОМ ДЕСЯТИРІЧЧЯ. ДОВГООЧІКУВАНА ПОВНОМЕТРАЖНА СТРІЧКА ОТРИМАЛА НАЗВУ «ДИКЕ ПОЛЕ». У ШИРОКИЙ ПРОКАТ ЇЇ ВИХІД ПЛАНУЄТЬСЯ ВОСЕНИ 2018-ГО, НАРАЗІ ПРОЕКТ ПЕРЕБУВАЄ НА ЕТАПІ ПОСТПРОДАКШЕНУ.

БЮДЖЕТ КІНОКАРТИНИ — ПОНАД МІЛЬЙОН ЄВРО, 50% З ЯКИХ ВИДИЛИЛО ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО УКРАЇНИ З ПИТАНЬ КІНО ПІСЛЯ ПЕРЕМОГИ ПРОЕКТУ В ДЕВ'ЯТОМУ ПІТЧИНГУ.



Проект екранізації роману Сергія Жадана отримав дві відзнаки ще на етапі препродакшену: 2016 — The Connecting Cottbus Best Pitch Award 2016 та The Connecting Cottbus Producers Network Award 2016; 2017 — став найкращим серед презентованих на пітчінгу Cottbus, здобувши The Connecting Cottbus Work-In-Progress Award 2017.



Автор роману **СЕРГІЙ ЖАДАН**:

— «Ворошиловград» — один з найбільш пронизливих творів у сучасній українській літературі. Це історія повернення додому. Історія про коріння. Це історія про вдячність та відповідальність.



ГОЛОВНИЙ ПРОДЮСЕР: ВОЛОДИМИР ЯЦЕНКО,
РЕЖИСЕР-ПОСТАНОВНИК: ЯРОСЛАВ ЛОДИГІН,
СЦЕНАРИСТ: НАТАЛЯ ВОРОНБИТ,
У РОЛЯХ: ОЛЕКСІЙ ГОРБУНОВ, ВОЛОДИМИР ЯМНЕНКО, ОЛЕГ МОСКАЛЕНКО, РУСЛАНА ХАЗІПОВА, А ТАКОЖ У СТРІЧЦІ ЗАДІЯНИЙ ПИСЬМЕННИК СЕРГІЙ ЖАДАН

Для режисера картини **ЯРОСЛАВА ЛОДИГІНА** це дебют у повнометражному кіно: — «Ворошиловград» є фільмом моєї мрії. Я прочитав видатний роман С. Жадана одразу після публікації, і відтоді вже майже шість років ми працювали над сценарієм і створенням найкращої команди для його екранізації. Кожен може знайти в цій історії себе — людину будь-якого віку та мови.

Ми провели кастинг серед майже шести тисяч акторів — хороших і не дуже. У нас було 145 Германів, і ми відбирали ретельно, бо в головного актора 30 знімальних змін із 33. Але я повністю задоволений нашою зірковою командою і кожним актором окрема.



СЕРГІЯ ЖАДАНА «ВОРОШИЛОВГРАД»



У фільмі є яскрава й складна для постановки сцена з вибухом — один із поворотних моментів у історії головного героя Германа.

Виконавчий продюсер картини **ОЛЕКСАНДРА КОСТИНА**:

— На сцену з вибухом бензовоза ми відвели практично цілу зміну. Спочатку знімалися ігрові елементи: як актори закладають вибухівку, як герой у бензовозі помічає злочинців, як він намагається врятуватися втечею, після чого підірвали автомобіль. Для підготовки вибуху цистерну заливали водою, щоб не спалахнули пари бензину. З метою безпеки також заливали водою дерева і траву, розташовані поруч з місцем вибуху, оскільки погода була дуже спекотна. Поливали водою і саму заправку, адже за сценарієм вибух стався після дощу. Пожежникам за зміну довелося чотири рази їздити на дозаправку!



Зйомки відбувалися в місті Старобільську Луганської області та на Київщині, у селі Дерев'яна Обухівського району, у місці, яке за рельєфом нагадувало Старобільськ.

Окрім відомих акторів була задіяна велика кількість масовки й групки, для яких спеціально створювалися яскраві ексклюзивні костюми.



ВОЛОДИМИР ЯЦЕНКО,
генеральний продюсер фільму:

— Ми багато їздили околицями столиці, вибирали локацію. У це місце відразу закохалися, оскільки схожість з ландшафтами Старобільська видно неозброєним оком. Тут є красиві пагорби і рельєф. Тож у цьому районі ми зняли кілька сцен.

У фільму «Дике поле» вже є потужний партнер — медіахолдинг «Медіа Група Україна». Про його роль в проєкті розповідає директор зі стратегічного маркетингу «Медіа Групи Україна» **ОЛЬГА ЗАХАРОВА**.

— Чому «Медіа Група Україна» підтримує фільм «Дике поле»? Чим унікальний цей проєкт?

— Ми розуміємо роль кіно у формуванні національного культурного середовища в Україні, сучасного світогляду українців. Активний кінопроцес, який сьогодні розпочався за підтримки Держкіно, дає надію на появу гучних імен, здатних у майбутньому забезпечити присутність України на культурній карті Європи і світу. Ми не можемо стояти осторонь цього процесу і вважаємо необхідним допомогти відродженню звички дивитися своє, українське кіно. Без цієї звички розвиток кіноіндустрії неможливий. Ми обрали кілька кінострічок різних жанрів, виробництво яких завершиться у 2018–2019 роках, щоб підтримати їх прем'єрні покази. Усі історії про пошук себе, пошук відповідей на актуальні для України питання. Це масштабні проєкти, які можуть відбутися, тільки якщо ми всі об'єднаємося заради них.

— Які медіаканали Групи задіяні в промо фільму? Як Ви інтегруєте комплексну підтримку від всієї «Медіа Групи Україна», адже ваші канали розраховані на досить різні аудиторії?

— Насамперед національну прем'єру фільму «Дике поле» підтримує наш флагманський актив — канал «Україна» і наші новинні ресурси, об'єднані під брендом «СЬОГОДНІ» — ТВ новини, сайт Segodnya.ua, газета «СЕГОДНЯ». Також ми залучаємо аудиторію наших сторінок у соціальних мережах, наших каналів на Youtube, а це нині вже мільйонна аудиторія. Наш попередній досвід підтримки кінопроєктів свідчить про те, що доцільно працювати з різними аудиторіями глядачів, об'єднуючи їх під «парасолькою» основного комунікаційного повідомлення. Тому ми плануємо залучити також глядачів наших каналів НЛО TV, «Футбол 1»/«Футбол 2», Индіго TV, які спрямовані на нішові аудиторні сегменти, а також аудиторію журналу VOGUE. Сподіваємось, ця стратегія дозволить привернути належну увагу до фільму.



«ГРУДНЕВА КАЗКА» ПОЧИНАЄТЬСЯ

У СІЧНІ 2018 РОКУ, ВІДРАЗУ ПІСЛЯ НОВОРІЧНО-РІЗДВЯНИХ СВЯТ РОЗПОЧНУТЬСЯ ЗЙОМКИ СІМЕЙНОЇ КОМЕДІЇ «ГРУДНЕВА КАЗКА». КОМАНДА ВЖЕ ВІДІБРАЛА НАЙМАЛЬОВНИЧІШІ КАРПАТСЬКІ ЛОКАЦІЇ, ПЛІДНО ПРАЦЮЮТЬ ХУДОЖНИКИ, ДИЗАЙНЕРИ, ВНОСЯТЬСЯ ОСТАННІ ПРАВКИ ДО СЦЕНАРІЮ. ВИХІД КІНОКАРТИНИ ЗАПЛАНОВАНО, ЯК НЕВАЖКО ЗДОГАДАТИСЯ, НА ГРУДЕНЬ — ГРУДЕНЬ 2018 РОКУ.



Марія Каель, продюсер:

— У мене є неймовірне бажання створити прекрасний дитячий фільм. Це весела казкова історія про дітей і Миколая. Я в захваті від цього традиційного для українців чарівника. Адже він є не лише символом свята, зимових забав, він уособлює сімейне тепло, любов батьків до дітей. Усі ж ми знаємо, хто підкладає солодощі під подушку. — І все одно віримо в казку!
Я вважаю, що зараз дуже не вистачає добрих вітчизняних казок на кіно- і телеекранах. Багато говорять про горе, страждання, проблеми. Та, аби ці проблеми долати, потрібні сили. І от ці сили наші глядачі можуть брати з милих і кумедних сімейних стрічок. Усі ми родом з дитинства, усі хочемо вірити в чарівників і в те, що дуже скоро все буде добре. Я дивлюся на своїх дітей — вони вірять, і це прекрасно. Цей фільм — цікаве й важке завдання. У нас найскладніша цільова аудиторія — діти. Їх неможливо обманути, бути фальшивим. Саме тому ми працюємо над кожним епізодом у сценарії, точно вивіряємо локації, костюми, реквізит. Це казка, але в ній все має бути по-справжньому.



Семен Горов, режисер:

— Велика відповідальність — створювати кіно для дітей. Насправді, для них треба знімати так само, як і для дорослих. Тільки краще! Адже фільми, переглянуті в дитинстві, запам'ятовуються на все життя. Це буде яскрава святкова стрічка, створена в наших Карпатах. У американців, поляків, інших народів є свої різдвяні й новорічні фільми. Я дуже хочу, аби і в українців було своє кіно.



Антон Базелінський, сценарист:

— Я починав працювати з цією історією навесні, продовжив влітку. На вулиці сонце, спека, у соцмережах — світлина з морів. А мої персонажі кличуть мене кататися на ковзанах, лижах, кидають у мене сніжками. Уявними, звичайно. Але їм вдалося мене підганяти. Хоча, мені й самому хотілося швидше дописати до кінця.



Олексій Степанов, оператор-постановник:

— Ця стрічка для мене дуже важлива. Передусім через те, що вона знімається для дітей, для затишного перегляду всією сім'єю серед передсвяткової радісної метушні. Тож мені, як оператору-постановнику, та й усій нашій творчій групі випав унікальний шанс створити святкове, барвисте і навіть чарівне зображення.



Віталій Ясько, художник-постановник:

— Із самого початку мене вразила історія. Це буде фільм із цікавим сюжетом, сповненим доброти. Сподіваюся на велику кількість яскравих імпровізацій, які вдихають душу в міцну історію. Мій досвід мені підказує, що пан Семен Горов є великим майстром у цій нелегкій справі. Мені цікаво спостерігати, як він працює з історією, з акторами. Мене ж ця історія надихає на створення численних ескізів, малюнків, образів. Так важливо передати, як бачать сучасні українські діти традиційні карпатські будиночки, їхнє оздоблення, одяг колядників. І при цьому створити атмосферу казки!



Наталія Бонько, комерційний директор:

— Я — молода мама. Коли я прочитала сценарій, я повірила в цю історію, адже для мене дійсно дуже важливими є сімейні цінності, які, власне, і є найголовнішими в стрічці.
Цей проект — виклик для мене, я реалізую свої амбіції. Ми споруджуємо платформу, нестандартний канал, будемо правильну маркетингову стратегію із залученням партнерів. Ми створюємо інтеграції, закладаємо підґрунтя для успішних рекламних кампаній, які просувають продукт і, звичайно ж, саму стрічку. Такого в Україні досі ніхто не робив. Усім нинішнім і майбутнім батькам треба буде обов'язково подивитися цей фільм. Він добрий, легкий, зрозумілий для кожного. І нашому герою Святому Миколаю дійсно вдасться занурити глядачів у казку, подарувати їм дива.

Грудень, 2018

ГРУДНЕВА КАЗКА



Виробництво Big Hand Films за підтримки Державного агентства України з питань кіно.

РЕЖИСЕР **СЕМЕН ГОРОВ** СЦЕНАРІЙ **АНТОН БАЗЕЛІНСЬКИЙ** ОПЕРАТОР **ОЛЕКСІЙ СТЕПАНОВ** ХУДОЖНИК ПОСТАНОВНИК **ВІТАЛІЙ ЯСЬКО**
ХУДОЖНИК ПО КОСТЮМАХ **ЛЕСЯ ПАТОКА** КАСТ **ВІКТОРІЯ ІЛЬІНА** КОМЕРЦІЙНИЙ ДИРЕКТОР **НАТАЛУ БОНЬКО**
ЛІНІЙНИЙ ПРОДЮСЕР **МАРІЯ ДОНЧИК** ВИКОНАВЧИЙ ПРОДЮСЕР **ЄВГЕН МАТВІЄНКО** ПРОДЮСЕР **МАРІЯ КАЕЛЬ**

**BIG
HAND
FILMS**

<https://www.facebook.com/BigHandFilms/>

<http://bighandfilms.com/>



ДЕРЖАВНЕ АГЕНТСТВО
УКРАЇНИ З ПИТАНЬ КІНО



ЗНАЙОМТЕСЬ — MAJOR CREAMPIE



МИХАЙЛО КУКСА,
ПРОДЮСЕР,
ЗАСНОВНИК СТУДІЇ KOOKSA FILM



ОЛЕГ СТАХУРСЬКИЙ,
РЕЖИСЕР І СЦЕНАРИСТ ФІЛЬМУ



ОЛЕКСІЙ ТАРАСЕНКО,
ПРОДЮСЕР, КЕРІВНИК СТУДІЇ
ВІЗУАЛЬНИХ ЕФЕКТІВ RAKETA FILM



ЮЛІАННА ПАХНІЙ,
ПРОДЮСЕР, КЕРІВНИК СТУДІЇ
KOOKSA FILM

ДНІПРОВСЬКА СТУДІЯ KOOKSA FILM, СФОРМОВАНА НА БАЗІ КОМПАНІЇ RAKETA FILM, ЯКА ТРИВАЛИЙ ЧАС ЗАЙМАЄТЬСЯ СТВОРЕННЯМ VFX ДЛЯ МІЖНАРОДНИХ ПРОЕКТІВ, РОЗПОЧИНАЄ ЗЙОМКИ ДЕБЮТНОЇ ПОВНОМЕТРАЖНОЇ СТРІЧКИ В ЖАНРІ ЕКШЕН-КОМЕДІЇ. НОВИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ФІЛЬМ «МАЙОР КРИМПАЙ» (АНГЛ. MAJOR CREAMPIE) БУДЕ ЗНЯТО АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ ДЛЯ МІЖНАРОДНОГО ПРОКАТУ.

ПРО СМІЛИВИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ ЗІ СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ ЗОВНІШНЬОГО РИНКУ, ЗЙОМКИ В ДНІПРІ, СПІВПРАЦЮ Й ПЛАНИ РОЗВИТКУ VGL CINEMA ПОВОРОРИЛИ ІЗ ЗАСНОВНИКАМИ СТУДІЇ.

ПРО ФІЛЬМ:

Американський письменник-ілюстратор, що перебуває у творчій кризі, вимушений вирушити в «дику й непередбачувану країну Європи» — Україну, де одразу ж потрапляє в кримінальну історію. Протягом доби, несподівано для себе, він допомагає нейтралізувати місцеву банду, викриває корумпованого політика й змінює свій погляд на країну, яка спочатку здалася йому дірою. У фільмі зіткнуться дві культури й буде зроблено спробу зруйнувати шаблони стосовно того, як їхні представники сприймають один одного.

МИХАЙЛО КУКСА:

— Загальновідомо, що кіно, особливо молоде українське, не є бізнес-моделлю. Чому Ви вирішили інвестувати в проєкт?

— З позиції бізнесу не цікаво працювати усередині ринку: вкладення — великі, повернення грошей — не один рік, кінотеатрів — мало, піратства — багато. І найголовніше — дуже тривалий час немає матеріального підтвердження продукту, він віртуальний, що для багатьох є великою проблемою. У таких умовах можна створювати тільки інтелектуальне авторське кіно для фестивалів за гроші фондів і заробляти лише на виробництві, а не на прокаті. Тож варіантів небагато. Америка вивела свої чарівні формули, що дозволяють глядачеві з будь-якої країни, незважаючи на культурні відмінності, отримувати задоволення від перегляду їхніх фільмів. Тому, орієнтуючись на американський ринок, ми орієнтуємося, по суті, на формулу, яка спрацює для всього світу. Звичайно, якби за роки роботи над VFX у продюсерів не встановилися міцні та надійні відносини з нашими партнерами із США, навряд чи можна було б так сміливо вплутуватися в цю затію. До того ж у кіноіндустрії інший порядок цифр: якщо в будь-якому побутовому бізнесі пара мільйонів доларів — це великі гроші, то для кіно це просто дріб'язок. Але!!! Рано чи пізно повинна знайти людина, яка скаже: «Якщо це працює у всьому світі й навіть в Індії, чому в нас має не працювати? Потрібно тільки правильно підійти до процесу». А коли ця людина зустрічає команду молодих і амбітних фахівців, тоді кіно починає ставати бізнес-моделлю.

ОЛЕГ СТАХУРСЬКИЙ:

— Це Ваш перший режисерський повнометражний проєкт? Чому Ви обрали жанр комедії 18+, звідки взяли ідеї для сценарію і для кого призначена ця історія?

— Так, «Майор Кримпай» — це мій дебют в повнометражному кіно. Перед запуском проєкту зібрали всі первинні ввідні вказівки: зняти кіно в Дніпрі, залучити голлівудського актора й пробитися на американський ринок. Далі разом зі сценаристом Артемом Зайцем почали шукати, а під яким цікавим приводом американець міг би потрапити в Дніпро? І закрутилася досить захоплива історія. Відповідно й рейтинг 18+ обрали не тому, що нам так захотілося. Тенденція така, що великі студії не ризикують звужувати аудиторію. Їм важливо, щоб на фільми ходили цілими сім'ями. Якщо ви порівняєте перший і останній фільми популярної франшизи «Мумія», то побачите, що остання частина зроблена так, щоб її змогли дивитися навіть діти, хоча в першій все було зовсім по-іншому. Отже, на ринку багато фільмів розраховано саме на сімейний перегляд і нам важко буде з ними конкурувати, тим більше це дебютна стрічка. Звідси рейтинг R, який веде нас у нішу з меншою конкуренцією і більшим жаданням глядача, який скупив за непричепуреними й чесними фільмами.

— Оператором «Майора Кримпай» є молодий, амбітний і дуже затребуваний Володимир Іванов, відомий за проєктами «Крос» (володар Золотої пальмової гілки 64-го Каннського кінофестивалю), «Натхнення», «Хайтарма» та ін. Як Вам вдалося залучити Володимира до проєкту?

— Ми довго не могли вибрати оператора, але коли побачили роботи Вови, у яких є щось невлізне, стало відразу зрозуміло — це він! Незважаючи на жанрові особливості й ті рамки, які самі собі поставили, ми намагаємося не обмежувати творчу свободу кожного члена команди. Можливо, Вову це й зацікавило, оскільки будь-які його експерименти тільки вітаються. Як показала робота над тизером, ми прекрасно розуміємо один одного і стали хорошою командою. Плюс проєкт спрямований на зовнішній ринок, а це відіграє неабияку роль у формуванні команди, до нас приєдналося багато хороших фахівців.

— Чи став у нагоді попередній досвід зйомок музичних кліпів?

— Звичайно! Це давало можливість розвиватися в тому напрямку, у якому мені було цікаво. Я завжди дуже любив кіно і хотів займатися саме кіно, тому, знімаючи кліпи, я знімав маленькі фільми. Ще більше допомогло те, що наша студія Raketa Film в основному займалася створенням візуальних ефектів для великих міжнародних проєктів і моє завдання полягало в розробці концепцій ефектів і їх постановці, що дуже сильно розвинуло візуальне розуміння того, як робляться хороші сцени. Незамінним є і спілкування з професіоналами міжнародного класу, яке багато чому всіх нас навчило, адже коли ти працюєш на таких проєктах — то й вимоги до тебе відповідні. З одного боку, доводилося багато працювати, а з іншого — це безцінний досвід, який привчив нас до міжнародних стандартів і правильного підходу до роботи.

ОЛЕКСІЙ ТАРАСЕНКО:

— Окрема й ключова історія для успішного фільму — тизер. Ми знаємо, що у Вас вийшла ціла короткометражка. Розкажіть, як складалася робота над промо.

— Технічно робота над промоматеріалом фільму нічим не відрізнялася від роботи над багатьма іншими проєктами, у яких ми брали участь, тому все пройшло досить гладко. Єдиною нашою проблемою була відсутність часу. Тому традиційні послідовний підхід у роботі на усіх етапах було змінено на паралельний. Наприклад, на постпродакшні графіка й монтаж йшли одночасно. У такій ситуації багато що залежить від режисера, від його досвіду й уміння організовано вести роботу, інакше його неправильні дії можуть збільшити не лише терміни роботи, але і її вартість

через численні переробки. На щастя, Олег Стахурський має необхідний досвід і витримку, щоб пройти через усе це й отримати потрібний результат. Упевнений, глядач неодмінно залишиться задоволеним його роботою.

— У фільмі буде зніматися відомий американський актор, хто він?

— Без хороших акторів кіно не буде живим, а без відомих — успішним. Наш голлівудський друг має успіх на всіх континентах. Високий брюнет з харизматичною посмішкою і «відпадним» почуттям гумору. Кожен у ньому знаходив приятеля, кумира, простого чувака, любителя солодкого і, звичайно, шибайголову, що з будь-якої халепи виходить сухим із води. А наш фільм — це ще та головоломка, у яку йому доведеться пограти. Трішечки терпіння, і ми відкриємо карти, хто ця людина, яка знайома вашим серцям.

ЮЛІАННА ПАХНІЙ:

— Чому для зйомок було обрано саме Дніпро? Чи має місто потенціал як локація для зйомок і чи були якісь складності?

— Ми припускали, але до кінця не усвідомлювали, яким красивим може бути це місто через призму крутого анаморфотного об'єктива! Тут багато красивих локацій і хороші люди, які щиро бажають допомогти. Удома, як відомо, і стіни допомагають. Ми дуже вдячні студії 9-го каналу, поліції, пожежникам, залізничникам, швидкій допомозі, свою підтримку запропонували митниці й прикордонники, а також аеропорт. У останню секунду дуже виручив Вадим Шебанов і мерія. За сюжетом уся дія фільму відбувається в ТРЦ «Міст-Сіті». Ми дуже раді, що їм сподобався наш задум і вони відкрили повний доступ до усіх, навіть найпотаємніших куточків будівлі. Завдяки такій підтримці наших городян ми зможемо зробити набагато більше, ніж просто зняти фільм: побудувати кіностудію, привезти в це місто голлівудських фахівців і залучити цікаві міжнародні проєкти. А це — нові робочі місця, кінотуризм, заміна неекологічних видів бізнесу більш високотехнологічними, абсолютно нові перспективи для міста в цілому, не говорячи вже про відрухування податків у казну. Нехай зараз інфраструктура не зовсім придатна для кіновиробництва, але це не першочергове питання, все можна буде налагодити поступово.

— Розкрийте плани на найближче майбутнє.

— Звичайно ж, у нас є план підкорення світу і мрії про те, що багато крутих голлівудських фільмів зніматимуться в Дніпрі вже років через п'ять. Але, щоб це не залишилося мріями, треба багато-багато працювати, координуючи спільні дії з іншими людьми. Працювати ми звикли, адже в Дніпрі вже створювалися ефекти не для одного голлівудського проєкту. А підтримка й взаємовиручка ніколи не була зайвою, тому ми дуже раді співпрацювати як з українськими фахівцями, так і з іноземними представниками індустрії, що мають такі самі цілі, як у нас, — робити круті міжнародні проєкти в Україні. Уже зараз у студії Kooksa Film в розробці ще два англомовні фільми, на одному з яких, можливо, спробуємо копродукцію з американськими партнерами. У Дніпрі багато талановитих людей, розумних бізнесменів і привабливих кінолокацій, тому це місто просто створене для кіно! ■

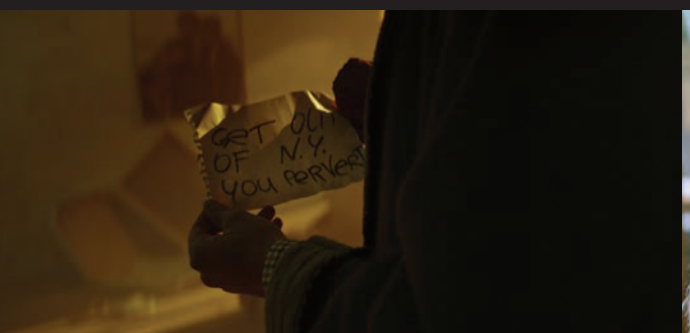


+38 067 900 09 77

@KooksaFilm

www.kooksa.com

www.majorcreampie.com



Сергій Лавренюк:

«РУХ У НАПРЯМКУ СТВОРЕННЯ КОМЕРЦІЙНО УСПІШНОГО КІНО РОЗПОЧНЕТЬСЯ ТОДІ, КОЛИ КІНОВИРОБНИЦТВО ВІДІЙДЕ ВІД ВПЕВНЕНОСТІ У НЕМОЖЛИВОСТІ ЦЬОГО ПРОЦЕСУ»

13 ТИЖНІВ

311 000 ГЛЯДАЧІВ

22 150 000 ГРИВЕНЬ.

І ЦЕ ЩЕ НЕ ОСТАТОЧНІ ЦИФРИ ПРОКАТУ В УКРАЇНІ ФІЛЬМУ «DZIDZIO КОНТРАБАС» — ПЕРШОЇ СТРІЧКИ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА, ЯКА ОКУПИЛА СЕБЕ ВИКЛЮЧНО ЗА РАХУНОК КУПЛЕНИХ ГЛЯДАЧЕМ КВИТКІВ У КІНОТЕАТРАХ. З ЦЬОГО МОМЕНТУ МОЖНА ГОВОРИТИ ПРО ПРЕЦЕДЕНТ. ЧИ МОЖНА ПОЧИНАТИ ОБГОВОРЮВАТИ НОВУ ЕРУ В КІНОВИРОБНИЦТВІ В УКРАЇНІ, ЩО ЧЕКАТИ ВІД ІНДУСТРІЇ НАСТУПНОГО РОКУ І ЯКІ ПЕРСПЕКТИВИ В КОМЕРЦІЙНОМУ КІНО, РЕДАКЦІЯ ЖУРНАЛУ VGL CINEMA ВИРІШИЛА ЗАПИТАТИ В ГЕНЕРАЛЬНОГО ПРОДЮСЕРА УСПІШНОГО ПРОЕКТУ «DZIDZIO КОНТРАБАС» СЕРГІЯ ЛАВРЕНЮКА.

СЕРГІЙ ЛАВРЕНЮК

Народився та виріс у Львові. Другу вищу освіту за спеціальністю «Менеджмент та економіка» здобув у Львівському державному політехнічному університеті.

Сьогодні — успішний підприємець, продюсер Solar Media Entertainment, співласник телеканалу «Сонце». Одружений, має трьох дітей. Продюсер повнометражних фільмів: «#Selfieparty» (2016, реж. Любомир Левицький), «DZIDZIO Контрабас» (2017, реж. Олег Борщевський), «EGREGOR» (2018, реж. Любомир Левицький). Український копродюсер повнометражних стрічок: «Ладіна» (2017, реж. Сергій Лозниця), «Жінка на війні» (2018, реж. Бенедикт Ерлінгссон). Член журі Національного конкурсу «Молодість. Пролог-47». З 2017 року член правління Української кіноакадемії.

— Бурхливий розвиток української кіногалузі очевидний. Багато чого в 2017-му відбулося вперше, зокрема прецедент комерційного успіху фільму «DZIDZIO Контрабас». Які прогнози для галузі зараз Ви можете робити як продюсер, якому вдалося прорахувати фінансово вигідний проект?

— Багато в чому ситуація залежить від стабільності підтримки державою такого старту. На початку формування бюджету-2018 з'явилася цифра 500 мільйонів гривень. Що вона означатиме для галузі? Цифра ледь покриває потреби 9-го та 10-го пітчінгів. Тобто говорити за такої умови про проведення нового відбору проектів для держфінансування — це обговорювати виключно гіпотетичну можливість колишнього зняти кіно. Тому що цей відбір не буде підкріплений грошима. У нас є ще незавершені й недофінансовані фільми з ранніх періодів. Отже, будь-який проведений у 2018 році пітчінг — це мінімум рік очікування проектами-переможцями на фінансування, якщо у випадку на 2018 рік не буде затверджено суму вдвічі більшу. Це велика небезпека для української кіногалузі, яка щойно набрала обертів.

— На 10-му пітчінгу була рекордна кількість заявок.

— Так, а що відбуватиметься навколо 11-го, навіть важко уявити! Усі відчули це справжнє «м'ясо» галузі, коли є кошти на виробництво. Багато в кого склалося враження, що Держкіно — це джерело манти небесної, а гроші ллються рікою і роздають їх всім охочим. Але ж це не так. Подані заявки і прийняті заявки — це різні цифри. Тому що все одно є якась розумна кількість фільмів, вище якої переступати — це розмазувати кашу по тарілці.

— Поки що єдиний «кіт», на якому стоїть прогрес українського кіно, — це держава. Чи можемо ми говорити, що комерційний успіх «DZIDZIO Контрабас» стане флагом і за ним потягнуться подібні проекти з недержавним фінансуванням виробництва?

— Звісно. Я в цьому впевнений. Я вважаю, що ми довели: заробити на кіно можна. Передусім собі довели, а водночас і індустрії. І визначили таким чином шлях, алгоритм — які саме елементи потрібні для комерційного успіху. Інша справа, що не завжди ці елементи залежатимуть від продюсера. Але головне, що вже зрозуміло — це не прірва. До того ж, на моє переконання, держпідтримка має бути спрямована на соціальні та великі проекти, важливі для держави, для суспільства. Плюс гроші Держкіно мають підтримувати молодих кінематографістів.

— Який, на Ваш погляд, жанр, крім легкої й дешевої у виробництві комедії, ще має шанси окупитися в прокаті?

— На сьогодні — жоден. Лише легкі недорогі романтичні або ексцентричні комедії. Завтра ситуація зміниться. Але поки що лише вони зможуть скласти конкуренцію голлівудському й телевізійному продукту. Про телебачення не дарма згадав. У нас наразі рівень телевізійних шоу такий високий, що для комедії в кіно театрі це серйозний конкурент. Людина прийматиме рішення: піти в кіно розважитись чи вдома перед телевизором посидіти. Я зараз про не-кіноманів, про тих, хто не ходить до кінотеатрів регулярно лише тому, що це їх звичне дозвілля. Наприклад, на наше кіно пішли саме ці люди. Ті, хто роками не був у кіно театрі.

— Тобто лише легкий жанр має шанс?

— Уявіть собі пересічного глядача. Він прийшов до кіно театру розважитись. Якщо Ви вважаєте, що люди прийшли до кіно і шукають шансу подумати, порозмірковувати над буттям, то це неправда. Вони хочуть відпочивати. Їм треба дати таку можливість.

У нас багато якісного кіно, але воно переважно депресивне. І жодна художня цінність такого фільму не приведе на нього масового глядача. Це історія лише для фестивалів та спеціальних залів, де збираються кіномани, кінознавці, кінокритики. Але не для кінотеатрів з поп-корном. Тож, якщо ви прийшли зі своїм продуктом у багатозальник у ТРЦ і хочете, щоб на ваше кіно про війну або про переживання та глибокі драми прийшли люди, які щойно з шопінгу, то вибачте — не вийде. 30 % відвідувачів кінотеатрів (а то і більше) приймають рішення, на яке кіно йти, лише перед касою.

Два-три роки ми маємо давати глядачеві легкі комедії, він привчиться сприймати українське кіно, звикне ходити на своє і, можливо, уже на третій-четвертий рік ми матимемо шанси на більш серйозне жанрове кіно.

— У чому конкурентність українського кіно? Чому глядач має піти саме на наше?

— Люди завжди й усюди хочуть дивитися своє і про себе. Якщо ви запропонуєте рівний за якістю продукт (і я зараз не про технічний рівень, а саме про емоційний) з американською комедією, якщо глядач буде впевнений, що отримає приблизно ті самі відчуття від перегляду, той самий результат — покращення настрою — він точно піде на українське кіно. Але він має в це повірити.

— Ви особисто маєте бути зацікавлені в тому, щоб переважна більшість Ваших колег думала так само, щоб ту довіру глядача, яку напрацював, наприклад, «DZIDZIO Контрабас», не втратити через інші стрічки.

— Я завжди з повагою ставлюся до колег, які виробляють кіно, і завжди наполягаю на тому, що в нашій взаємодії — наші переваги. Мені здається, що значення конкуренції в українському кіносередовищі занадто перебільшено. Більше того, під конкуренцією часто схована звичайна заздрість. Тому глибоко переконаний: якщо ми створимо культуру споживання локального кінопродукту, ми потроху нарощуватимемо відсоток українських фільмів, які відбратимуть глядача в голлівудського кіно. Якщо сьогодні це 3-4 відсотки, то в Польщі або Франції ця цифра доходить до 40 %. У Польщі за статистикою до кіно театру ходять у середньому два-три рази на рік. У нас «півразу», тобто раз на рік і через одного, у 5 разів рідше, ніж поляки. Я вже не кажу про ціну на квиток. Там вона в межах від 10 до 13 доларів.

— Священна корова дискусій про комерційну рентабельність українського кіновиробництва — тема кількості кінотеатрів в Україні. Як Ви вважаєте, чий це в першу чергу клопіт?

— Коли ми говоримо, що в нас у райцентрах, у маленьких містах немає, де дивитися кіно, то починати треба з того, що навіть не в усіх обласних центрах є мультізальні кіно театри. Взагалі, відкривати кіно театр вигідно лише за умови, якщо там буде мінімум 4-5 залів. Поки що ми говоримо про те, що в Україні міст, які дивляться і ходять у кіно, лише 6-7. Рух у напрямку створення комерційно успішного кіно розпочнеться тоді, коли кіновиробництво відійде від впевненості у неможливості цього процесу, коли кіновиробництво стане до того ж і бізнесом. Це просто другий етап. Усе поступово. Ми, наприклад, хоч і оголосили про завершення прокату «DZIDZIO Контрабас» після 11 тижнів, але продовжуємо показувати його в невеличких містах, у залах, де немає обладнання для DCP-копій, у форматі HD. І люди залюбки ходять. Це невеликі для нас гроші, але на масі можна зібрати ще шматок бокс-офісу. Райцентрів багато. І таких залів із старим обладнанням теж вистачає. Отже, якщо навколо них почне зароджуватись якість життя і активність, на їх місці з часом може з'явитися нормальний мультізальник. ■

Фото: Олександр Задніпраний

Київ Media Week - 2017

ПОДІЯ

ПОДІЯ

З 18 по 22 вересня в Hyatt Regency Kyiv пройшов VII міжнародний медіафорум KYIV MEDIA WEEK. ГОЛОВНА МЕТА ЗАХОДУ, ОРГАНІЗОВАНОГО КОМПАНІЄЮ MEDIA RESOURCES MANAGEMENT (MRM), — ДОПОМАГАТИ УЧАСНИКАМ РИНКУ ВИБУДОВУВАТИ ПРАВИЛЬНІ БІЗНЕС-ВІДНОСИНИ ВСЕРЕДИНІ КРАЇНИ Й ТАК САМО ПОСЛІДОВНО, ВИВАЖЕНО РОЗВИВАТИ ПАРТНЕРСТВО ЗІ СВІТОВОЮ ІНДУСТРІЄЮ. ДОВІВШИ, ЩО УКРАЇНА МОЖЕ БУТИ ПОВНОЦІННИМ ГРАВЦЕМ МІЖНАРОДНОГО МЕДІАБІЗНЕСУ, KYIV MEDIA WEEK ЩОРІЧНО РОЗШИРЮЄ ГЕОГРАФІЮ КРАЇН-УЧАСНИЦЬ. ЦЕЙ РІК НЕ СТАВ ВИНЯТКОМ: ДО СПИСКУ ПОТЕНЦІЙНИХ ПАРТНЕРІВ УКРАЇНИ, ЗАЦІКАВЛЕНИХ У СПІВПРАЦІ НА РІВНІ ІНДУСТРІЙ, ДОДАЛИСЯ КИТАЙ І МОЛДОВА, А ВІДНОСИНИ З ПІВДЕННОЮ КОРЕЄЮ, НАЛАГОДЖЕНІ МИНУЛОГО РОКУ, ПЕРЕЙШЛИ НА ЯКІСНО НОВИЙ РІВЕНЬ. ОСОБЛИВІСТЮ KMW-2017 СТАЛА БЕЗПРЕЦЕДЕНТНА КІЛЬКІСТЬ ЗАХОДІВ, А САМЕ — 14. ОКРІМ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ КОНТЕНТУ ТА 5 ТРАДИЦІЙНИХ КОНФЕРЕНЦІЙ ДО ПРОГРАМИ KMW-2017 УВІЙШЛИ 8 СПЕЦІАЛЬНИХ ІВЕНТІВ: КРУГЛІ СТОЛИ, МАЙСТЕР-КЛАСИ, СКРИНІНГІ Й ДОПОВІДІ ЗА УЧАСТЮ ЕКСПЕРТІВ ТЕЛЕ- І КІНОБІЗНЕСУ СВІТОВОГО РІВНЯ, ПРЕДСТАВНИКІВ ДЕРЖОРГАНІВ, МІЖНАРОДНИХ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ФОНДІВ. ЗАГАЛОМ KMW ВІДВІДАЛИ 1050 УЧАСНИКІВ, ЯКІ ПРЕДСТАВИЛИ 315 КОМПАНІЙ ІЗ 32 КРАЇН СВІТУ. НА ДОДАТОК ДО ОСНОВНОЇ ПРОГРАМИ ВСІ УЧАСНИКИ KMW, ЯК ЗАВЖДИ, ЗМОГЛИ ПРОДОВЖИТИ СПІЛКУВАННЯ В НЕФОРМАЛЬНІЙ АТМОСФЕРІ НА ГРАНДІОЗНІЙ ВЕЧІРЦІ, ОРГАНІЗОВАНІЙ СПІЛЬНО З ОФІЦІЙНИМ ПАРТНЕРОМ МЕДІАФОРУМУ КОМПАНІЄЮ EUTELSAT.



Керівник відділу культури і преси посольства США в Молдові (по центру) Джозеф Торделла (Joseph Tordella) і співробітник інформаційної служби посольства США в Молдові Гейвін Д. Пірсі (Gavin D. Piery) разом з учасницями KMW-2017 на прийомі-коктейлі, що завершив круглий стіл, присвячений українсько-молдовській співпраці



Менеджер міжнародних проектів KMW і MRM, організатор конференції «Кінобизнес» і форуму B2B Doc CoProduction Meetings Алла Преловська



Директор Media Resources Management, виконавчий директор Української Кіноасоціації Вікторія Ярмоуцк та заступник директора KMW і MRM Катерина Удуд



Президент Small World IFT (США) Тім Кресценті (Tim Crescenti) і менеджер з форматів Нового каналу (Україна) Ася Батасва



Учасники круглого столу «Продакшн-індустрія в Україні та Молдові: обмін досвідом та пошук можливостей співпраці в новому законодавчому середовищі» (зліва направо): голова Державного агентства України з питань кіно Пилип Ілленко, голова Національного кіноцентру Республіки Молдова Валерій Йерегі (Valeriu Jereghi), голова Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Юрій Артеменко та голова координаційної ради з питань телебачення і радіо Республіки Молдова Драгош Вікол (Dragos Vicol)



Менеджер з міжнародних продажів компанії Eurodata TV Worldwide/Mediаметріе (Франція) Джессіка Лалуш (Jessica Laloum) і представник компанії Nicosat (Нігерія)



Зліва направо: директор з продажу форматів у країнах СНД та Балті FremantleMedia International (Велика Британія) Анне Кірсіпу (Anne Kirsipuu), менеджер по роботі з інноваційними клієнтами KMW і MRM (Україна) Павло Лінсвич, менеджер з комунікацій консалтингової компанії K7 Media (Велика Британія) Девід Чарамелла (David Ciaramella), заступник директора KMW і MRM (Україна) Катерина Удуд, менеджер з продажу форматів Banijay Rights (Велика Британія) Саманта Фергюсон (Samantha Ferguson), віце-президент з ліцензування TaRa Global (Нідерланди) Ерік Кафо (Eric Kafoe)



Продюсер, засновник компанії Taska Film (Естонія) Крістіан Таска (Kristian Taska) під час виступу на X конференції «Кінобизнес»



Голова Держкіно України Пилип Ілленко під час виступу на конференції «Кінобизнес»



Генеральний продюсер Friends Production (Україна) Олексій Гончаренко із співзасновником і генеральним продюсером Mama's Film Production (Україна) Аллою Липовецькою



Факхієвський відділу закупівель TRK «Україна» Наташа Романець на зустрічі з представником компанії KANAL D (Туреччина)



Всесвітньо відомий український піаніст-віртуоз Євген Хмара під час виступу на вечірї KMW-2017



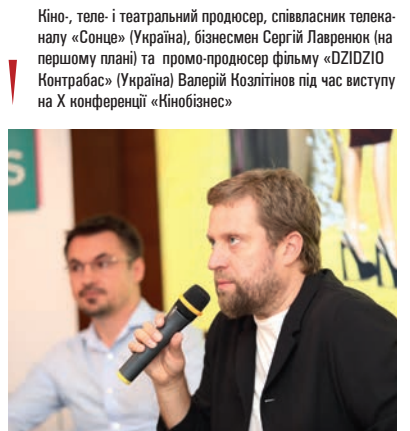
Зліва направо: директор Casa Media (Молдова) Дорін Павелеску (Dorin Pavelescu), директор MRM і KMW, виконавчий директор Української Кіноасоціації Вікторія Ярмоуцк, директор з продажу Global Agency (Туреччина) Деніз Тузун (Deniz Tuzun) та генеральний директор компанії GMG (Молдова) Петру Желіховський (Petru Jelihovschi) на вечірї KMW-2017



Продюсер, засновниця компанії Masha Production (Ізраїль) Марія Фельдман (Maria Feldman) під час свого виступу на спеціальному заході «Серіали. How-to»



Віце-президент із власного виробництва компанії HBO Central Europe (Велика Британія) Джонатан Янг (Jonathan Young), спікер спеціального заходу «Серіали. How-to»



Кіно-, теле- і театральний продюсер, співласник телеканалу «Сонце» (Україна), бізнесмен Сергій Лавренко (на першому плані) та промо-продюсер фільму «DZIDZIO Контрабас» (Україна) Валерій Нознігінов під час виступу на X конференції «Кінобизнес»



Продюсер, керівник ініціативи Bridging the Dragon (Німеччина/Китай), засновник Orisa Produzioni та Yui Pictures (Італія) Крістіано Бортоне (Cristiano Bortone)



Зліва направо: директор FILM.UA Distribution (Україна) Ігор Сторчак, менеджер з маркетингу Fashion TV (Австрія) Тереза Кірпілова (Teresa Kirilova) і менеджер з продажу FILM.UA Distribution (Україна) Євген Драчов



Учасники міжнародного ринку контенту KMW Content Market (справа наліво): співзасновник і комерційний директор C21 Media (Велика Британія) Одрі Івуджі (Odril Ivujic), шеф-редактор C21 Media (Велика Британія) Ед Воллер (Ed Waller), співголова правління FRAPA і генеральний директор компанії Missing Link Media (Данія) Ян Селлінг (Jan Salling) з гостями KMW-2017

Представники компанії EUTELSAT (офіційний партнер KMW-2017) Сабріна Плевніаж (Sabrina Plevnjage) та Апостолос Тріантафілос (Apostolos Triantafyllou) разом з генеральним директором компанії «Воля» Дмитром Нембері (по центру)



Зліва направо: співазасновник, керуючий партнер мережі кінотеатрів «Оскар» Ірина Заря, українська телеведуча Снігана Бгорова і виконавчий директор Української телевізійної академії Оксана Ісідорова



Голова Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Юрій Артеменко (ліворуч) з гостем KMW-2017



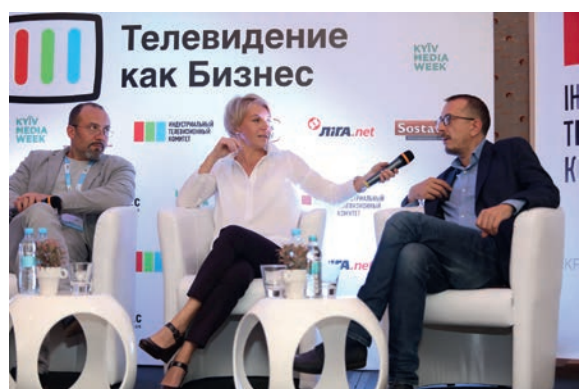
Керівник міжнародної платформи B2B Doc Алекс Ширьяс (Швейцарія)

Підписання меморандуму про співдружність анімаційних індустрій України та Південної Кореї. Зліва направо: директор Korea Radio Promotion Association (RAPA) Йонг-У Чжонг (Yong-Woo Chung), віце-президент Korea Animation Producers Association (KAPA) Чанг-Хван Шин (Changhwan Shin), виконавчий директор Української анімаційної асоціації Олена Голубєва, в.о. генерального продюсера-директора «Українфільм» Дмитро Лисенбарт

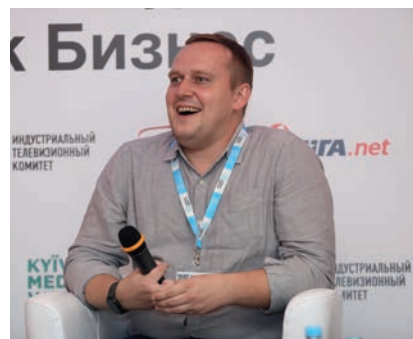


Спікери майстер-класу від FILM.UA Фанульєт «Як змусити digital-контент працювати на вас у 2018-му?». Зліва направо: креативний продюсер FILM.UA Group Анна Єліссєва, директор департаменту з просування брендів на YouTube компанії AIR Bira Смієвська, комерційний директор Starlight Digital Микола Фасінгольд, креативний директор Starlight Digital Віталій Чирков, маркетинг-директор Медіаго Іван Шестанов, засновник агенції інтернет-маркетингу UaMaster Євген Шевченко

Зліва направо: головний редактор «Вісник-новини» СТБ Володимир Павлюк, телеведуча ICTV Оксана Соколова, директор департаменту новин «1+1 медіа» Сергій Попов



Генеральний директор телеканалу НЛО TV Іван Букрєв на конференції «Телебачення як бізнес»



Підписання угоди про співробітництво між Національною суспільною телерадіокомпанією України (НСТУ) та Міжнародним радіо Китаю (China Radio International). Підписують: голова правління Національної суспільної телерадіокомпанії України Зураб Аласанія, заступник генерального директора China Radio International Тянь Юйхун (Tian Yuhong), другий ряд (зліва направо): директор відділу дублюю China Radio International Ху Му (Hu Mu), член Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Валентин Новал, перший секретар Посольства КНР в Україні Дін Цзяньвей (Ding Jianwei), заступник директора департаменту China Radio International Мен І (Meng Yi)

Співазасновник FILM.UA Group (Україна) Сергій Созановський з дружиною і продюсером FILM.UA Group Іриною Костюк на вечірці KMW-2017



Міністр культури України Євген Нищука на конференції «Телебачення як бізнес»

РОЗРОБКА ВІЗУАЛЬНОГО СТИЛЮ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ФІЛЬМУ



ЄВГЕН ЗАХАРОВ

Засновник і творчий директор компанії 2Flame, кінорежисер, продюсер. Закінчив Київський державний інститут театрального мистецтва імені І. К. Карпенка-Карого



БОГДАН СИРОТИНСЬКИЙ

Провідний дизайнер компанії 2Flame. Закінчив Республіканську художню середню школу імені Т. Г. Шевченка та Національну академію образотворчого мистецтва і архітектури (монументально-живописний факультет), працював у багатьох рекламних агентствах України

НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ ІСНУЄ ВСЬОГО ДЕКІЛЬКА КОМПАНІЙ І ТВОРЧИХ КОМАНД, ЯКІ ПРОФЕСІЙНО ПРАЦЮЮТЬ У СФЕРІ ПРОСУВАННЯ МЕДІЙНИХ І АУДІОВІЗУАЛЬНИХ БРЕНДІВ І МОЖУТЬ ПРИДУМАТИ Й РЕАЛІЗУВАТИ УСПІШНУ ПРОМОСТРАТЕГІЮ.

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ УКРАЇНСЬКОГО КІНО СПРЯЄ ТАКОЖ ФОРМУВАННЮ РИНКУ ПРОФЕСІЙНИХ ПОСЛУГ У СФЕРІ PR, МАРКЕТИНГУ Й ПРОСУВАННЯ ФІЛЬМІВ — ТІЄ ЧАСТИНИ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ, ЯКА МОЖЕ ЗАБЕЗПЕЧИТИ УСПІШНИЙ ПРОКАТ ФІЛЬМУ НЕ ЛИШЕ В УКРАЇНІ, АЛЕ Й ЗАКОРДОНОМ.

ПРО ТЕ, ЩО СТОЇТЬ ЗА ПРОЦЕСОМ РОЗРОБКИ ВІЗУАЛЬНОГО СТИЛЮ, НЕЕКРАНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ФІЛЬМУ, РЕДАКЦІЯ VGL CINEMA ПОВОРОРИЛА З КЕРІВНИКОМ КОМПАНІЇ 2FLAME ЄВГЕНОМ ЗАХАРОВИМ І ПРОВІДНИМ ДИЗАЙНЕРОМ БОГДАНОМ СИРОТИНСЬКИМ.

— Які, на Ваш погляд, обов'язкові повідомлення повинен нести постер до фільму/програми?

Богдан Сиротинський: — Я вважаю, що хороший постер — це квінтесенція ідеї фільму. Постер повинен готувати глядача до сприйняття історії, яку він має побачити. Постер завжди доповнює логотип — назву фільму й слоган, який часто є заголовним текстом.

— З чого складається робота над key visual. Які основні етапи цієї роботи?

Євген Захаров: — Спершу нам треба подивитися фільм, у будь-якій якості, часто на монтажному столі з чорним звуком. Потім, як правило, має відбутися тривалий етап обговорення і вибору ідеї. Ідеальна ситуація, коли вся творча команда: продюсер, автор сценарію, режисер і дистриб'ютор, — до цього моменту можуть чітко поставити нам завдання. Вони знають цільову аудиторію фільму, знають, хто найближчі конкуренти в прокаті, розуміють жанр і можуть одним реченням сформулювати, про що кіно і в чому вони бачать мету своєї стрічки. Наше завдання перетворити перехожого на глядача. Для цього ми намагаємося зрозуміти мотив глядача, чим він може керуватися, обираючи фільм, що в історії може зачепити його увагу. Ми шукаємо цей образ. Іноді ми робимо до 20 варіантів, поки не знайдемо те, що буде прийнято замовником. На жаль, у сучасній практиці підготовки фільмів до прокату не прийнято тестувати постери. Часто це рішення на власний розсуд приймає дистриб'ютор, тому що саме він знає найкраще, на яке кіно піде сучасний глядач.

— Яким має бути ідеальний бриф?

Богдан Сиротинський: — Бриф має бути зрозумілим і не залучений людині, він повинен, з одного боку, давати свободу дизайнерові, художнику, з іншого — містити інформацію, яка обмежить круг пошуку візуального образу, дозволить зосередитися на стилістиці, яка буде комплементарна естетиці фільму, жанру.

— Які найскладніші/найцікавіші проекти були у Вашій практиці?

Євген Захаров: — Робота над постерами для документального фільму режисера Тараса Томенка «Будинок "Слово"» — для нас дуже складний і дуже цікавий проект одночасно. Фільм було створено компанією Fresh Production Group за підтримки Держкіно України. Дистриб'ютор в Україні — компанія «Артхаус Трафік».

Відомо, що не буває другого шансу справити перше враження, тож для того, щоб змусити глядача подивитися фільм чи програму, дуже важливо використати перший шанс. Красивий, якісний і зрозумілий постер добре «продас» кіно і ще тривалий час працює на імідж його творців. Але постер, афіша — далеко не увесь перелік необхідних елементів для якісної «упаковки» фільму й доставки повідомлення «про що кіно» до потенційного глядача.

Світова прем'єра «Будинку "Слово"» пройшла в рамках 33-го Варшавського кінофестивалю, де стрічка була представлена в конкурсній програмі й претендувала на звання найкращого документального фільму. Восени фільм вийшов в український прокат.

З одного боку, ми мали обмеження у вигляді мінімального обсягу історичного матеріалу, що зберігся, старих знімків дуже низької якості, з іншого — обмеження накладав сам фільм.

Богдан Сиротинський: — У процесі роботи ми використали декілька образів — від стилістики авангарду до сучасних колажних прийомів. Врешті-решт, ми знайшли рішення, де використовується план забудови, вид будинку згори. А вже в плані будівля була у вигляді літери С. План будинку, залитий червоним кольором, і став образом культурного геноциду української інтелігенції 1937-1938 років, цей період був названий «Розстріляне відродження» («Розстріляне відродження» (також «Червоний ренесанс») — духовно-культурне та літературно-мистецьке покоління 20-х рр. ХХ ст. в Україні, яке дало високохудожні твори в галузі літератури, філософії, живопису, музики, театру і яке було знищене сталінським режимом в 1937-1938 рр. — Прим. ред.) Разом з режисером і продюсерами ми розробили також серію постерів з циклу «Будинок "Слово"» із зображенням українських літераторів і діячів культури того часу.



ІНСАЙД

ПІДСУМКИ КІНОПРОКАТУ В УКРАЇНІ ЗА ТРИ КВАРТАЛИ 2017 РОКУ

За дев'ять минулих місяців 2017 року в український прокат вийшли 208 стрічок і 22 тематичних добірки фільмів. Редакції Content Report вдалося отримати дані про результати касових зборів 132 фільмів. Інформацію про кількість проданих квитків і касові збори, щоправда не завжди повну, надали тільки шість прокатників. Доступні дані за період з 29 грудня 2016 року по 1 жовтня 2017 року свідчать про те, що обсяг касових зборів у національній валюті, що склав близько 1 млрд 641 млн, всього на 8,6 млн гривень менше, ніж підсумкова сума за увесь 2016 рік. У доларовому еквіваленті загальний бокс-офіс порівняно з результатом трьох кварталів попереднього року збільшився на 30 %, досягши \$61, 58 млн. Незважаючи на збільшення середньої ціни квитка (у доларах на 9 %), українські кінотеатри відвідало на 3,52 млн більше глядачів, ніж за дев'ять місяців 2016 року. Усього в касах було продано близько 21,79 млн квитків. Основні показники в цифрах відображені в таблиці, наведеній нижче.

Порівняльна характеристика кінопрокату в Україні за підсумками трьох кварталів у 2013-2017 рр.

Показник	Звітний період				
	01.01.2013 – 29.09.2013	01.01.2014 – 28.09.2014	01.01.2015 – 27.09.2015	31.12.2015 –25.09.2016	29.12.2016 –01.10.2017
Кількість релізів	232*	232*	216*	211*	208*
Кількість релізів, за якими надано дані	127	129	149	151	132
Кількість релізів виробництва Росії	17	27	15	11	3
Бокс-офіс, \$	76,91 млн	63,59 млн	39,55 млн	47,48 млн	61,58 млн
Бокс-офіс, грн	615,32 млн	667,85 млн	847,96 млн	1 223,39 млн	1 641,13 млн
Загальна відвідуваність за період	14,57 млн	14,34 млн	15,5 млн	18,27 млн	21,79 млн
Кількість фільмів, касові збори яких превиили \$1 млн	32	20	9	15	22
Кількість фільмів, на які продано більше 200 тис. квитків	30	23	29	27	39
Середня ціна квитка, \$	5,28	4,43	2,55	2,6	2,83
Середня ціна квитка, грн	42	47	55	67	75
Лідер за кількістю проданих квитків	Форсаж 6 (Fast & Furious 6) 563 тис.	Вій 850 тис.	Поспіаки (Minions) 856 тис.	Секрети домашніх тварин (The Secret Life of Pets) 1 182 тис.	Пірати Карибського моря: Помста Салазара (Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales) 1 244 тис.
Лідер за касовими зборами за період	Залізна людина 3 (Iron Man 3) \$3,34 млн	Вій \$4,64 млн	Поспіаки (Minions) \$1,99 млн	Загін самогубців (Suicide Squad) \$2,96 млн	Пірати Карибського моря: Помста Салазара (Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales) \$3,64 млн

* Без урахування показів тематичних добірок фільмів.

Варто зауважити, що частка фільмів виробництва Росії або спільно з Росією в загальній кількості релізів (без урахування тематичних добірок) порівняно з попереднім роком зменшилася з 5,2 % до 1,4 %.Росія представлена в українському кінопрокаті в 2017 році трьома анімаційними стрічками. Третій фільм франшизи від Wizard Animation «Снігова королева 3. Вогонь і лід» зібрав, за інформацією прокатника «Кінокомпанії ММД», \$80 тис. «Вольга Україна» випустила проект студії «Мельница» «Урфін Джус і його дерев’яні солдати», що зібрав \$42 тис. У кінотеатрах України вищезгадані фільми подивилися всього 53,2 тис. глядачів. «Каскад Україна» даних про результати прокату анімації «Пригоди Барбадога» («Барбадожкины истории») не надає. Для порівняння: аудиторія російських релізів (включаючи глядачів комедії «8 кращих побачень» спільного виробництва Росії і України) за три квартали 2016 року була близько 840 тис. глядачів. Збори 10 фільмів, дані про які опублікували дистриб’ютори, на той момент склали \$1,99 млн. Значну частину цієї каси збрала згадана російсько-українська копродукція, що займала дев’яте місце в списку двадцяти найбільш касових релізів з результатом \$1,28 млн. У 2017 році до топ-20 за звітний період не увійшли ні російські, ні українські фільми. У списку — 19 релізів світових мейджорів (6 — Universal, 3 — Disney, 3 — Fox, 3 — Warner, 2 — Paramount, 2 — Sony) і одна картина незалежних студій. Законмірно, що український партнер чотирьох мейджорів – компанія B&H Film Distribution – стала лідером серед прокатників за касовими зборами й кількістю проданих квитків. Частка топ-20 у загальному бокс-офісі досягає 79,5 %. Глядачі топ-двадцятки українського прокату придбали загалом 82 % усіх проданих за вказаний період квитків.

Топ-20 найбільш касових фільмів в українському прокаті за три квартали 2017 р. (29 грудня 2016 р. — 1 жовтня 2017 р.)

№ пор.	Фільм	Прокатник	Дата прем’єри	Каса прем’єрного вік-енду, \$	Загальна каса, \$	Кількість проданих квитків
1	Пірати Карибського моря: Помста Салазара (Пираты Карибского моря: Мертвецы не рассказывают сказки*) / Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales	B&H	25.05.2017	1 609 637	3 636 834	1 244 236
2	Вартові Галактики 2 / Guardians of the Galaxy Vol. 2	B&H	04.05.2017	1 004 505	2 481 664	810 952
3	Форсаж 8 / The Fate of the Furious	B&H	13.04.2017	825 967	2 355 620	820 471
4	Ніччемний я 3 (Гадкий я 3*) / Despicable Me 3	B&H	29.06.2017	860 686	2 341 121	889 195
5	Співай (Зверолой*) / Sing	B&H	29.12.2016	413 208	1 936 991	805 748
6	Бебі Бос (Босс-молокосос*) / The Boss Baby	UFD	23.03.2017	600 111	1 761 969	693 891
7	Мумія / The Mummy	B&H	08.06.2017	745 459	1 747 878	573 573
8	Людина-павук: Повернення додому / Spider-Man: Homecoming	B&H	06.07.2017	682 976	1 609 676	539 378
9	П’ятдесят відтінків темряви (На пятьдесят оттенков темнее*) / Fifty Shades Darker	B&H	09.02.2017	698 360	1 595 913	598 609
10	Трансформери: Останній лицар / Transformers: The Last Knight	B&H	22.06.2017	758 404	1 595 405	507 711
11	Красуня і Чудовисько / Beauty and the Beast	B&H	16.03.2017	730 596	1 567 048	566 446
12	Кредо вбивці (Кредо убийцы*) / Assassin's Creed	UFD	05.01.2017	633 979	1 459 149	483 774
13	Валеріан і місто тисячі планет / Valerian and the City of a Thousand Planets	VLG	10.08.2017	523 174	1 409 346	426 617
14	Логан / Logan	UFD	02.03.2017	631 038	1 368 320	481 588
15	Воно / It	KNM	07.09.2017	440 822	1 344 576	469 499
16	Конг: Острів черепа / Kong: Skull Island	KNM	09.03.2017	608 453	1 289 257	411 286
17	Король Артур: Легенда меча 3D (Меч короля Артура*) / King Arthur: Legend of the Sword	KNM	11.05.2017	525 409	1 271 347	421 162
18	Велика стіна / The Great Wall	B&H	02.02.2017	556 738	1 214 524	403 903
19	Три ікси: Реактивізація (Три икса: Мировое господство*) / xXx: The Return of Xander Cage	B&H	19.01.2017	570 214	1 179 249	405 085
20	Пробудження (Пассажиры*) / Passengers	B&H	29.12.2016	472 035	1 143 725	407 098
	УСЬОГО ТОП-10:				21 063 071	7 483 764
	УСЬОГО ТОП-20:				34 309 612	11 960 222

* Назва, під якою фільм виходить у прокат у Росії.

Позичфровка назв компаній-дистриб’юторів: B&H – B&H Film Distribution Company, KNM – «Кіноманія», UFD – Ukrainian Film Distribution, VLG – «Вольга Україна»

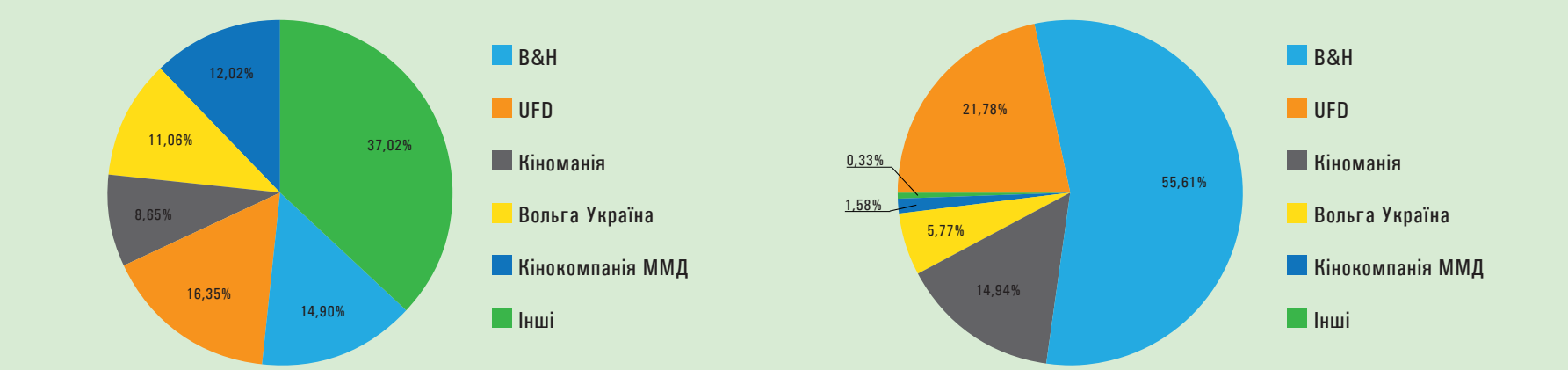
ІНСАЙД

Результати діяльності українських кінопрокатників у 2017 році (29 грудня 2016 р. — 1 жовтня 2017 р.)

Прокатник	Кількість релізів за період	Кількість релізів, за якими надані дані	Загальні касові збори за період	Загальна відвідуваність за період	Найбільш касовий реліз за період
B&H Film Distribution	31	31	\$34,24 млн	12,19 млн	Пірати Карибського моря: Помста Салазара / Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales \$3,64 млн
Ukrainian Film Distribution	34	32	\$13,41 млн	4,81 млн	Бебі Бос / The Boss Baby \$1,76 млн
Кіноманія	18	17	\$9,2 млн	3,1 млн	Воно / It \$1,34 млн
Вольга Україна	23	23	\$3,55 млн	1,26 млн	Валеріан і місто тисячі планет / Valerian and the City of a Thousand Planets \$1,41 млн
Кінокомпанія ММД	25	25	\$973 тис.	359 тис.	Інфоголік \$188 тис.
Артхаус Трафік	27*	4	\$203 тис.	67 тис.	Сфера / The Circle \$138 тис.

* Без урахування випусків тематичних добірок фільмів.

Частки прокатників у загальній кількості релізів



Порівняно з 2016 роком за дев'ять місяців 2017-го значно покращали й результати прокату вітчизняного кіно. У той час як за три квартали минулого року в прокат вийшло вісім повнометражних художніх стрічок, три документалки й дві збірки короткометражок, то в 2017-му відбулися релізи 10 ігрових повних метрів, двох документальних проєктів і однієї збірки короткометражок. Роком раніше редакції надали інформацію по чотирьох релізах, що зібрали в сумі порядку \$1, 52 млн за рахунок продажу 634 тис. квитків. Станом на 1 жовтня 2017 року були відомі дані по семи стрічках: загальні збори — \$2,06 млн, аудиторія – 778,5 тис.

Українські фільми в національному прокаті за три квартали 2017 року (29 грудня 2016 р. — 1 жовтня 2017 р.)

№ пор.	Дата прем’єри	Фільм	Прокатник	Загальна каса, \$	Загальна відвідуваність, осіб	Загальна каса, грн
1	24.12.2016	Слуга народу 2	UFD	876 524	339 555	23 794 513
2	31.08.2017	DZIDZIO Контрабас	UFD	791 329	288 509	20 641 421
3	02.03.2017	Інфоголік	Кінокомпанія ММД	187 530	70 498	5 082 085
4	24.08.2017	Червоний	B&H	117 218	46 392	3 049 324
5	14.09.2017	IZI / Easy	Кінокомпанія ММД	49 342	18 537	1 299 228
6	18.05.2017	Чужа молитва	Вольга Україна	23 684	9 490	629 862
7	28.09.2017	Припутні	UFD	15 750	5 564	418 963
8	26.01.2017	Правило бою	UFD	н/д	н/д	н/д
9	02.02.2017	Рідні	86PROKAT	н/д	н/д	н/д
10	16.03.2017	Українська нова хвиля 2016+	Центр Довженка	н/д	н/д	н/д
11	13.04.2017	Jamala.UA	Центр Довженка	н/д	н/д	н/д
12	01.06.2017	Час хризантем	ЇЖАК фільм	н/д	н/д	н/д
13	31.08.2017	Рівень чорного	Артхаус Трафік	н/д	н/д	н/д

Найбільшу касу серед українських фільмів традиційно збирають комедії: «Слуга народу 2» виробництва компанії «Квартал 95», «DZIDZIO Контрабас» виробництва Solar Media Entertainment та «Інфоголік» виробництва студії «Мамахохотала». Варто зауважити, що ці три картини створені на гроші приватних інвесторів, без підтримки держави. Станом на сьогодні до числа лідерів національного прокату увійшла фентезі «Сторожова застава» виробництва студії «Кінороб» за підтримки Держкіно. За даними прокатника UFD, у прем’єрний вік-енд, 12-15 жовтня, збори картини склали порядку \$237 тис. і було продано 85 тис. квитків.

Роком раніше редакція ставила запитання: на основі яких даних робити висновки, чи цікаве українському глядачеві українське кіно і чи потрібне воно йому? Спираючись на наявну інформацію (хоча й неповну), можна стверджувати, що комедії національного виробництва за участю медійних зірок українцям точно до смаку.

Підготував: Олександр Захлюпаній

НЕ ПРОСТО ЧИПСИ

У КОГО З НАС НЕ ВИНИКАЛО БАЖАННЯ РОЗБАВИТИ ЗАЦІПЕНІННЯ Й СІРІСТЬ ХОЛОДНОГО СЕЗОНУ ЧИМОСЬ ПО-СПРАВЖНЬОМУ ЯСКРАВИМ І ГАРЯЧИМ — ЧИ ТО ПРОСТО СПОГАДАМИ ПРО ЖАРКЕ ЛІТО, ЯСКРАВИМ АКЦЕНТОМ В ОДЯЗІ АБО СТРАВОЮ З НЕОРДИНАРНИМ І ЗІГРІВАЮЧИМ СМАКОМ? УСЕ ЦЕ Є В МЕКСИЦІ, КРАЇНІ, КУДИ МИ ХОЧЕМО ЗАПРОСИТИ ВАС У ГАСТРОНОМІЧНУ ПОДОРОЖ НА СТОРІНКАХ VGL CINEMA.

Культура Мексики сформувалася у XVI столітті завдяки поєднанню доколумбової американської і іспанської культур, а в XX столітті зазнала впливу США. Вірування і звичаї двох великих цивілізацій — індіанської і європейської — мирно уживаються в цій унікальній країні, а її мешканці, незважаючи на глобалізацію, поважають і шанують свої традиції.

Мексиканська кухня є синтезом ацтекських та іспанських кулінарних традицій. Останні сформувалися на рубежі класичної Європи і мавританського сходу (мексиканський бурито нагадує шаурму). У цій кухні злилися мавританський колорит і витонченість Європи, традиції давніх народів майя і ацтеків — вона дуже цікава й варта того, щоб познайомитися з нею ближче.

Мексиканська кухня відома прямими ароматами, яскравим художнім оздобленням і різноманітністю спецій. Коли конкістадори прибули в ацтекську столицю Теночтитлан (тепер Мехіко), вони виявили, що харчування людей складалося значною мірою зі страв, основою яких були зерно кукурудзи (або маїс), перець чилі (візитна картка мексиканської кухні) та трави, які зазвичай доповнювалися бобами й помідорами.

Конкістадори об'єднали свою імпортовану їжу з рису, яловичини, свинини, курки, вина, часнику й цибулі з рідними місцевими продуктами предколумбової Мексики, включаючи шоколад, кукурудзу, помідор, ваніль, авокадо, гуаву, папаю, ананас, хікама, перець чилі, боби, сквош, батат, арахіс, рибу та індичку. У селах готували більш екзотичні страви з компонентами від ігуани до гримучої змії, оленя, мавпячого павука, коника, мурашки та інших видів комах.

Але сьогодні мова піде не про такі екзотичні й незвичні для європейця страви, як коників. Ми хочемо розповісти про ту родинку мексиканської кухні, яка вже поширилася в країні Північної Америки і Західної Європи і продовжує упевнено підкорювати ринки нових країн і серця гурманів. Досвідчений читач, звичайно ж, здогадався, це — Начос, а недосвідченому тим паче цікаво буде дізнатися про один з найпопулярніших у світі снєків.

Начос з'явилися в 1943 році в місті П'єдрас-Неграс (штат Коауїла, Мексика) на межі з тєхаським містом Ігл-Пасс у ресторани «Вікторі Клаб», хазяїном якого був Родольфо де лос Сантос. Одного разу десять дружин американських солдатів, розквартированих у форті Дункан недалеко від Ігл-Пасс, приїхали в П'єдрас-Неграс за покупками. Після чого вони зайшли в той ресторан після закриття. Годувати їх було нікому — кухар уже пішов. Метрдотель Ігнасіо Анаїя спробував імпровізувати й запропонував їм страву, яку він тільки-но винайшов з того, що знайшов на кухні: тортильї і сир. Анаїя нарізав тортильї у формі трикутників, додав лонгхорнський чеддер, швидко нагрів усе це і приправив перцем халапеньо. Він сервірував страву, назвавши її Nacho's especiales. Несподівано вона припала до смаку і в постійне меню ресторану увійшла під назвою «Начос» — це скорочення від імені Ігнасіо.

Анаїя продовжив роботу в ресторани «Модерно» в П'єдрас-Неграс, який досі використовує оригінальний рецепт. Також Анаїя відкрив у П'єдрас-Неграс власний ресторан «Ресторан Начос». Рецепт Начос від Анаїї був надрукований у кухарській книзі Святої Анни в 1954 році.

Популярна страву швидко поширилася по всьому Техасу. Перше вживання слова «Nachos» в англійській мові відносять до 1949 року (книга «Смак Техасу»). Говорять, що офіціантка Кармен Роха представила цю страву в ресторани «Ель Холо Мексикан» у Лос-Анджелесі в 1959 році.

У ресторанах Сполучених Штатів, що спеціалізуються на мексиканській кухні, кукурудзяні чипси й страви з них стали звичним складником меню з 60-х років минулого століття. Американський економічний вплив досяг тоді свого піку, що допомогло у світовій експансії американських страв. Зараз Начос можна

замовити в будь-якому стейк-хаусі, будь то Європа, Азія чи Австралія. Такі ресторани зазвичай і обставлені з претензією на тєхаський шик: грубуваті столи, низькі стелі, розписні черепки на погано відштукатурених стінах.

У широкому значенні Начос означає й усю різноманітність мексиканських закусок. Також цим словом іноді називають так звану «тєкс-мєкс»-кухню — своєрідний гастрономічний симбіоз тєхаських і мексиканських кулінарних традицій: перчені енчіладас, тортильяс і буритос служать доповненням до класики американського півдня, наприклад, до густого супу «чилі-кон-карне», який готують з м'яса, квасолі й перцю чилі.

Кукурудзяні чипси можна їсти й без усіляких добавок. Однак на сьогодні Начос — це не просто чипси, а самостійна страву, яку неможливо уявити без різноманіття соусів, що додаються до неї. Тож давайте зупинимося на них детальніше.

Занурте шматочок хрусткої закуски в теплий сирний соус, заплющіть на секунду очі, щоб поринути в атмосферу того мексиканського ресторанчика, де ви нахитливі й розторопний Начо поливає шматочки перепічок тягучим і гострим підігрітим сиром, додаючи пекучий халапеньо. Провідні виробники сирних соусів для Начос і зараз використовують для них витримані сорти, доповнюючи смак гостротою і пікантністю зрілого сиру. Сирний соус подається до Начос неодмінно теплим. Для цього в місцях, де страву користуються попитом, встановлюються теплові вітрини, що допомагають не лише підігрівати одночасно велику кількість порцій сирного соусу, але й підтримувати теплими самі трикутнички перепічок, як задумано за оригінальним рецептом.

Зовсім інша справа сальса! Томатний соус зі шматочками стиглих перців і помідорчиків, здобрений чилі й прямими травами, створює таку пекучу, насичену сонцем Мексики мозаїку смаку, що подарує гурманові відчуття тепла навіть не будучи підігрітим.

Замикає трійку лідерів серед компаньйонів кукурудзяної закуски соус «Гуакамоле» — це похідне від «ахуакамолі» («соус авокадо», говорячи мовою ацтеків). Ніжна, масляниста м'якоть авокадо, змішана з лимонним соком і прянощами (деякі рецепти передбачають також шматочки помідорів і навіть яєць), — колись давно придуманий у Мексиці смак продовжує захоплювати нас своєю пікантністю.

Сучасні технології дозволяють надати нові смакові звучання самим чипсам. Так, до знайомого й простого рецепту Начос досить легко приєднався і став популярним смак «барбекю»: кисло-солодка пікантність із ароматом живого вогню. Але все-таки будь-який відвідувач європейського або американського ресторанчика знає, що, замовивши добре знайомі шматочки маїсових перепічок, отримає їх з мозаїкою соусів — сирним, томатним і авокадо! Ресторатори змагаються лише в тому, щоб приправити соуси якими-небудь фірмовими прянощами, додати секретний інгредієнт або організувати таку красиву подачу, як жоден інший заклад. Але смакові експерименти зупинити не можна, і ось уже знайомий трикутничок Начос прикрашає піцу, бургер або акомпанує салату!

Українському гурману ця страву добре знайома насамперед за асортиментом кінобару. Більше 10 років тому компанія «Тєхніка Дніпро» представила нашим конєшн-зонам снєк, на той час дуже популярний у кінотеатрах по всьому світу, який назавжди змінив значення слова чипси в нашому розумінні. Яскрава теплова вітрина з готовими до подачі апетитними чипсами й соусами стала неодмінним атрибутом будь-якого великого кінотеатру України. Стартувавши в кінобарі й знайшовши свою аудиторію серед кіноманів, чипси Начос зробили крок за пороги кінотеатрів і вже закріплюють свої позиції на ринку NoReCa.

Тепер ми знаємо, що є просто чипси, а є Начос — цільнозернова кукурудзяна перепічка, дбайливо порізнана на грайливі трикутнички, що чекають свій соус-компаньйон, щоб ми могли насолодитися багатством смаків Мексики. ■



★ НАЙСМАЧНІШІ
ПРОПОЗИЦІЇ ★

★ ДЛЯ
СПРАВЖНІХ
КІНОМАНІВ ★

ТЕХНИКА
ДНІПРО

СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ | ПРОМОАКЦІЇ ДО ФІЛЬМІВ | СЕРВІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ | КОНСУЛЬТАЦІЇ
ПРЕМ'ЄРНЕ ТА БРЕНДОВАНЕ ПАКУВАННЯ ДЛЯ ПОПКОРНУ | КОМПЛЕКСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КІНОТЕАТРІВ | НАВЧАННЯ

м. Дніпро, тел.: (056) 788-38-81, (056) 794-31-63 www.pop-corn.com.ua

Добромога компанія

КРИЗОВІ ЯВИЩА В ЕКОНОМІЦІ І ПОСТІЙНО ЗРОСТАЮЧИЙ РІВЕНЬ КОНКУРЕНЦІЙ ВИВОДЯТЬ ВІДНОСИНИ ВИКОНАВЕЦЬ-ЗАМОВНИК НА БІЛЬШ ВИСОКИЙ РІВЕНЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ, СТИМУЛЮЮТЬ ОБИДВІ СТОРОНИ БУТИ В КУРСІ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ, ЗАБЕЗПЕЧУЮЧИ ТИМ САМИМ ДВОСТОРОННІЙ РОЗВИТОК БІЗНЕСУ. ЧОМУ ЗРОСТАЮЧА КОНКУРЕНЦІЯ Є ОДНІЄЮ З ГОЛОВНИХ ПЕРЕВАГ ДЛЯ КОМПАНІЇ «КІНОСВІТ»? ЯКІ ЗАСОБИ В ПІДВИЩЕННІ РІВНЯ КВАЛІФІКАЦІЇ СПІВРОБІТНИКІВ СЬОГОДНІ ОБИРАЄ КОМПАНІЯ? ЯК ЗМІНЮЮТЬСЯ ПЕРЕВАГИ УКРАЇНСЬКИХ МЕРЕЖ КІНОТЕАТРІВ У ЦІХ РИНКОВИХ УМОВАХ? ВІДПОВІДІ НА ПОСТАВЛЕНІ ЗАПИТАННЯ СПРОБУВАВ ВИКЛАСТИ В ЦІЙ СТАТТІ ДИРЕКТОР КОМПАНІЇ «КІНОСВІТ ДІДЖИТАЛ» СЕРГІЙ ГОЛУБ.



За 18 років роботи на українському ринку кіноіндустрії компанія «Кіносвіт» здобула особливий статус завдяки співпраці з найкращими світовими виробниками кінопроекційної техніки і звукового устаткування: Barco, Christie, Kineton, Dolby, GDC, Osram, Harkness Screens, Multivision, JBL, DepthQ та багатьма іншими. Тривала економічна криза, складна ситуація в країні по-різному відбилися на якості послуг кінопоказу, що надавалися на ринку України в цілому, але ми залишаємося вірними головному й не відступаємо від своєї початкової ідеї — нести найкраще та найкращіше, впроваджувати новітні й найпрогресивніші. Наш золотий фонд — це висококласні інженери, що постійно підвищують кваліфікацію і проходять сертифікацію за міжнародними стандартами Dolby Laboratories Inc. і Lucasfilm THX. Я вдячний своїм колегам за те, що, незважаючи ні на що, ми разом 18 років, а це показник того, що ми впевнено стоїмо на ногах і сміливо під одним вектором дивимося в майбутнє кіноіндустрії. Ми пройшли довгий шлях відродження кінопоказу в Україні — від етапів реконструкції вже побудованих кінотеатрів і до проектування нових, від етапів відновлення кіно- і звукового устаткування, встановленого в пострадянські часи, і до інсталяції новітнього сучасного обладнання.

Спочатку це були інсталяції плівкових проекторів з аналоговим звуком; наші інженери першими в Україні розпочали розробку зчитувачів аналогової фонограми з півки і їх подальшу установку в кінопроекторах. Наступним етапом розвитку стала цифровізація звуку шляхом установки цифрових зчитувачів від компанії Dolby Laboratories Inc. У 2000 році настав час заміни старих плівкових проекторів (23КПК, КП- 30, Мео-5х та ін.) на більш сучасні плівкові проектори європейських виробників (Kineton, Sinemescanica, Strong) з безперемотувальними пристроями — платерами. Також ми брали активну участь у створенні першого в Україні залу IMAX, який було відкрито 24 вересня 2008 року в ТРЦ «Блокбастер» (м. Київ).

18 червня 2009 року ера цифрового кіно прийшла нарешті й в Україну: наша компанія «Кіносвіт» встановила перший цифровий проектор в нашій країні. І це було зроблено в кінотеатрі «Батерфляй» (ТРЦ «Ультрамарин», м. Київ). Цього ж року теж в Києві нами була спроектована й обладнана студія дублювання фільмів Le Doyen. Це перша в Україні студія, яка отримала сертифікат «Студія Dolby Premier». На той момент у світі існувало всього 10 студій аналогічного класу, і студія Le Doyen стала одинадцятою. Студійний комплекс складається із

Кіносвіт

студії-кінотеатру Dolby Premier Mix, п'яти студій для дублювання, монтажних кімнат для роботи із звуком і відео, а також додаткового простору для комфортного спілкування. Виміри рівня шуму, відбиття та інші, які були зроблені експертом компанії Dolby, підтвердили, що українська студія повністю відповідає високим міжнародним стандартам.

Ми також пишаємося тим, що брали участь у проектуванні переглядового залу й інсталяції проекційного й звукового устаткування на студії Film.UA в м. Києві — на сьогодні це найбільша в Східній Європі вертикально інтегрована група компаній у сфері кіно- і телепродакшена. Група займається розробкою, виробництвом, адаптацією, дистрибуцією і доставкою аудіовізуального контенту і надає повний спектр сервісів.

Головною відмінністю компанії «Кіносвіт» від інших конкуруючих організацій є те, що тут надають колосальне значення всьому тому, що пов'язано з поточною клієнтською роботою. Звертаючись до компанії «Кіносвіт», Ви завжди можете бути впевнені, що всі Ваші побажання, запитання, пропозиції або ініціативи будуть обов'язково враховані й реалізовані.

На сьогодні серед продукції компанії «Кіносвіт» Ви не зустрінете устаткування, яке не пройшло б необхідної сертифікаційної процедури. Зазвичай, перш ніж запускати новий тип устаткування, ми збираємо максимум інформації про його надійність і тривалість експлуатації. Головну увагу наші фахівці звертають на те, наскільки є виправданим будівництво того чи іншого об'єкта в кожному окремому регіоні з урахуванням усіх економічних і соціальних особливостей. Завдяки такому прискіпливому підходу до своєї справи у нас сформувалася стійка клієнтська база з високими вимогами й попитом на устаткування від найкращих світових виробників. Ви завжди можете звернутися до нас з будь-якого питання і отримати змістовну професійну консультацію. Фахівці компанії ознайомлять Вас з останніми тенденціями ринку кіноустаткування й систем звуку, зможуть порадити саме той продукт, на який розрахований поточний бюджет замовника. Кожне звернення від клієнта — це ще одна прекрасна можливість на практиці довести свій високий професіоналізм в інсталяції устаткування різного рівня складності. На сьогодні немає жодного бренду, який був би не під силу для ремонту, налаштування й обслуговування нашим інженерам, на ринку ми маємо найбагатший досвід у інсталяціях.

Хочу подякувати нашим клієнтам, які в цей складний час залишаються вірними основній ідеї — передавати незабутні реалістичні зображення. Адже ідеї створення тривимірного зображення вже понад 100 років — історія стереокінематографа почала свій відлік з 1890 року. Тісно співпрацюючи з нашими партнерами, керівниками кіномереж, ми постійно удосконалюємо кінотехнології, встановлюючи устаткування з урахуванням можливості його модернізації в майбутньому, при цьому домагаємося скорочення витрат на утримання устаткування шляхом вибору найбільш оптимального рішення для конкретного залу, зберігаючи найвищі показники за вимогами освітленості (для режимів 2D і 3D) і відтворення звукової фонограми кінофільму. Ця взаємодія між інсталятором і керівниками кінотеатрів, постійний обмін інформацією дозволяють нам вести аналітичну роботу про успішність або провальність кінопрокату в цілому. Ми постійно аналізуємо роботу мереж кінотеатрів, що використовують устаткування сумнівних виробників, і встановлюємо, як це відбувається на відвідуваності, рентабельності та іміджі в цілому.

Приємно відмітити той факт, що наш 18-річний інженерний досвід стає корисним у написанні наукових праць і підручників для студентів вищих навчальних закладів, інтерес до нашої справи у молодого покоління дозволить у майбутньому отримати нових фахівців і свіжий приплив українських талантів. Компанія «Кіносвіт» завжди готова до співпраці з випускниками вишів. Це залишається нашою доброю традицією — допомагати новачкам, адже колись «Кіносвіт» став і для мене, зовсім молодого студента КПІ (а зараз керівника цієї компанії), реальним шансом поринути в цей неймовірно цікавий світ — світ Кіно. ■

WINDROSE
AIRLINES

БУХАРЕСТ
купує онлайн на windrose.aero

авіарейси до столиці Румунії
по Пн, Ср, Пт, Нд - раз на день



Виліт з аеропорту «Бориспіль» о 14:40, приліт до Бухаресту о 16:20.
Виліт з Бухаресту о 17:00, приліт в «Бориспіль» о 18:40.

Ліцензія: серія АС-9003744 видана Державною службою України 31.01.2013



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
WWW.COCON-LUXE.COM
 cocon_luxe
 ДОСТАВКА ПО ВСЕЙ УКРАИНЕ

г. Днепр, пр. Д. Яворницького, 22, Fashion Park Artrium, 1 этаж, т.: +38 056 373 83 25 | г. Днепр, пр. Д. Яворницького, 67д, ТРЦ Grand Plaza, 1 этаж, т.: +38 0562 39 41 23



bonaparthotel.kiev.ua
 +38 044 377 57 75

greguar.com.ua
 +38 044 498 97 90

ЕВРОПЕЙСКИЕ СТАНДАРТЫ
 ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

TOYOTA

LAND CRUISER PRADO



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY

ЗАВЖДИ КРАЩЕ



БЕЗМЕЖНІ МОЖЛИВОСТІ

ПРИ МАКСИМАЛЬНІЙ ВПЕВНЕНОСТІ

- ТВІЙ LAND CRUISER PRADO

Тойота Центр Дніпро «Алмаз Мотор»

49000, Україна, м. Дніпро,
вул. Запорізьке шосе, 35. (056) 377-10-54 (автомобілі); (056) 776-22-67 (сервіс);

49026, Україна, м. Дніпро,
пр. Слобожанський, 100-а. (056) 760-25-25 (автомобілі); (056) 760-25-24 (сервіс);

Тойота Центр Кривий Ріг «Алмаз Систем»

50000, Україна, м. Кривий Ріг,
пр. Миру, 5-Е. (056) 404-55-00 (автомобілі); (056) 404-33-00 (сервіс);



гарантія 3 роки

TOYOTA
Assistance
Асістанс

Toyota
Кредит

Кредитус
АГРІКОЛЬ БАНК. Ліцензія
НБУ № 99 від 12.10.2011

www.toyota.dp.ua
www.facebook.com/toyota.dp.ua
<https://instagram.com/toyota.dp.ua>