

Н. О. Черкасова

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПРОКАТУ УКРАЇНСЬКИХ ФІЛЬМІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Н. О. Черкасова. Особливості прокату українських фільмів на сучасному етапі

Розглянуто перспективні канали поширення контенту в умовах кризи кінотеатрального прокату, пов'язаної з нестабільною роботою кінотеатрів, відсутністю прем'єрних показів, низькою відвідуваністю глядачів. Контекст зовнішньої загрози у вигляді коронавірусу диктує певні корективи у виробництві та поширенні кінопродукції. Особливу увагу приділено проблемам розповсюдження українських фільмів на вітчизняному телебаченні й цифрових платформах, формуванню нових стратегій дистрибуції під впливом карантинних обмежень на прикладі голлівудської кіноіндустрії. Доведено, що різні види телебачення і цифрові платформи на практиці демонструють зацікавленість новим українським кіно, але програмування репертуару на них має певні особливості. Встановлено, що українські кіновиробники і дистриб'ютори частково використовують сучасні механізми розповсюдження національних фільмів.

Ключові слова: український кінематограф, фільм, дистрибуція, прем'єра, кінотеатр, телебачення, цифрова платформа, глядацька аудиторія.

N. Cherkasova. Peculiarities of Ukrainian films distribution at the present stage

The relevance is determined by the need to reconsider the attitude to the traditional system of film distribution in the new reality. Under conditions of quarantine, the film and the audience actively interact mainly outside of cinemas. Current distribution practices have changed significantly over the last year. Cinemas have almost lost movies and viewers, and filmmakers are trying to minimize the negative effects with new content delivery channels. It is important for various representatives of the film industry to quickly and effectively adapt to new conditions of film consumption.

The methodology. We used the methods of analysis and synthesis in the study of certain characteristics of the domestic rental repertoire, rental conditions of national films, audience preferences. The comparison revealed the features of distribution at the present stage, new opportunities for the distribution of film products in the modern audiovisual space. The method of generalization is used in determining the relevance of study issues, the degree of its theoretical development, identifying positive and negative

features in the film practice of Ukrainian distributors, trends in modern film distribution.

The purpose of the article is to analyze and highlight the trends in the distribution of Ukrainian films.

The results. Perspective channels of content distribution in the conditions of crisis of cinema rental are considered. It is proved that different types of television, online distribution segment in practice show interest in new Ukrainian cinema. It is established that Ukrainian film producers and distributors partially use modern mechanisms of distribution of national films.

The topicality. It can be stated that the topic of distribution of national films in the current conditions of cinema crisis is insufficiently studied. There is a lack of study in this regard. We have made an attempt to analyze in detail the topical issues of the development of Ukrainian cinema, which have not received sufficient comprehensive coverage of modern domestic science.

The practical significance. The gradual recovery of the film distribution industry and the film industry is associated with modern methods of delivering films to the audience. The analysis shows the need for further study in this direction. The materials of study can be used in the development of the distribution strategy of national films, in the preparation and practical activities of various representatives of the film industry.

Keywords: *Ukrainian cinema, film, distribution, premiere, movie theater, television, digital platform, audience.*

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю переглянути ставлення до традиційної системи кінопрокату в нових реаліях. 2020 рік поставив гостре питання про виживання українського кінематографу в умовах коронавірусних обмежень. За означений рік традиційний кінопрокат майже втратив право прем'єрного показу фільмів — закриття кінотеатрів на невизначений період через локдаун, перенесення касових світових прем'єр, відмова власників потенційних блокбастерів від демонстрації на великому екрані негативно вплинули на діяльність кіномереж. Саме тому різним представникам кіноіндустрії (продюсерам, дистриб'юторам, представникам телеканалів та ін.)

* This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

необхідно швидко й ефективно адаптуватися до нових умов розповсюдження та кіноспоживання контенту.

Постановка проблеми. В Україні з 2017 р. відзначається суттєве зростання кількості національних фільмів у прокатному репертуарі кінотеатрів. Одночасно вийшло немало українських фільмів, які привернули увагу значної кількості глядацької аудиторії – 300–400 тис. глядачів. (Куришко, 2018). Українські прем'єри почали окупатися у вітчизняному кінотеатральному прокаті («DZIDZIO Контрабас», «Свінгери», «Сказане весілля»). Відтоді вітчизняні кінотеатри і дистриб'ютори стали охочіше демонструвати національні фільми. У 2020 р. частка українських фільмів у кінотеатральному прокаті становила 8–10% (Кузнецова, 2021).

Епідемія коронавірусу стала випробуванням для світового і українського кінематографу. Останній рік негативно вплинув на його розвиток – заплановані релізи багатьох фільмів переносилися або відкладалися на невизначений термін, знімальний процес зупинявся, етапи пре- і постпродакшену гальмувались, кінотеатри зачинялись, міжнародні фестивалі переходили в онлайн-режим, офлайн-прем'єри відбувались нерегулярно і не згідно із заявленим графіком. Наприклад, прокат у кінотеатрах військової драми Т. Яценка «Черкаси» зупинив карантин, але глядачі мали можливість побачити стрічку онлайн (*Топ-10 найкасовіших українських фільмів 2020 року; «Черкаси» онлайн: фільм офіційно виклали на онлайн-платформах*). Слід зауважити, що функція прем'єрних і фестивальних заходів не обмежується лише переглядами відібраних фільмів. Передусім це майданчики для професійного спілкування, презентації нових стрічок, ідей та кампаній. В умовах карантину фільм і аудиторія активно взаємодіють, переважно поза межами кінотеатрів, а кіновиробники та дистриб'ютори намагаються мінімізувати негативні наслідки. Зараз відвідуваність кінотеатрів залишається критично низькою, кількість потенційно успішних прем'єр мінімальна, будь-які прогнози ускладнюють можливі нові хвилі карантину (Анастасьєва, 2020, с. 95–112). Щоби упередити касовий провал фільму, необхідно, на нашу думку, вивчати глобальні тенденції, що актуальні для визначення вектора руху українського кінематографу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Згідно з дослідженнями, в Україні кінематограф розглядається насамперед у його художньо-естетичних аспектах, проблеми розповсюдження фільмів вивчаються побіжно й узагальнено.

Проте успішність процесу фільмотворення визначається зацікавленням глядачів, що чималою мірою залежить від прокату.

Специфіка кінопрокату українських фільмів цікавить багатьох науковців. Приміром В. Миславський, розглядаючи становлення українського кіномистецтва 20-х рр. ХХ ст., з-поміж іншого визначає нагальним завданням теоретичного кінознавства всестороннє вивчення структури кінематографу, до якої відносить і кінопрокат як систему взаємодіючих складників (Миславський, 2018, с. 3). Автор вивчає своєрідність кінематографічної моделі означеного періоду, яка була «дивним синтезом державної кінопромисловості, відповідної державної міфології і суто «авторської», персонально-індивідуальної манери і стилю українських кінематографістів» (Миславський, 2018, с. 10); особливості жанрового і тематичного планування репертуару в умовах формування нової ідеології більшовизму; розвиток прокатної мережі та кіногалузі (Миславський, 2018, с. 12–29). Л. Брюховецька (2003) проаналізувала характерні особливості українського кінопроцесу 90-х рр. ХХ ст., комплексно дослідила кіновиробництво і кінопрокат в умовах трансформації суспільства. У розвідці розглядається руйнація радянської моделі кіновиробництва і негативні наслідки тривалих пошуків нової стратегії розвитку вітчизняної кіноіндустрії, у межах якої знятий фільм не може знайти глядача через відсутність ефективної системи прокату (Брюховецька, 2003, с. 9, 34–47). Сучасний стан українського кіно також набуває наукового висвітлення, приміром, автор цієї статті (Черкасова, 2019) дослідила прокат фільмів як багатоаспектну діяльність, спрямовану на розкриття художніх характеристик кінотвору, що формує глядацьке сприйняття і збільшує увагу до фільмів (Черкасова, 2019, с. 194).

Важливо відзначити, що репрезентативною частиною джерельної бази з означеної проблеми є спеціалізовані сайти. Актуальні питання вітчизняного кіновиробництва, специфіку національного репертуару, взаємовідносини з потенційною аудиторією постійно висвітлює «Детектор медіа» (<https://detector.media/>). Динаміку змін у прокаті фільмів аналізують фахівці в статтях і маркетингових дослідженнях на порталах «Media Resources Management» (MRM) (<https://mrm.ua/en/>), «Research&Branding Group» (RBG) (<https://rb.com.ua>). Однак проблеми розвитку українського кінематографу в умовах домашнього карантину, пріоритетів у поширенні та перегляді фільмів під час пандемії

досі ще не здобули належної уваги, у науковій літературі бракує ґрунтовних досліджень зі згаданої проблематики. Серед іноземних авторів, які присвятили свої публікації цьому складному і багатоаспектному явищу, можна назвати М. Johnson Jr. (2021), Р. McClintock (2021), D. Bloom (2020). Науковці досліджують адаптацію Голлівуду до карантинних обмежень (McClintock, 2021), аналізують нові тенденції поширення фільмів як основу майбутньої стратегії розвитку потужної кіноіндустрії (Bloom, 2020). Разом з експертами вони визнають безповоротну поразку традиційної системи кінопрокату і констатують, що повного повернення до минулого вже не буде (McClintock, 2021; Johnson Jr., 2021).

Карантинні обмеження зумовлюють якісні зміни в кінопрокатній сфері, які можуть стати імпульсом для подальшого розвитку українського кінематографу, зокрема й у тих напрямках, які досі не були у фокусі уваги теоретиків і практиків кіногалузі. У цій статті ми спробуємо детально проаналізувати актуальні питання розвитку українського кінематографу, наукових праць про які критично обмаль.

Мета статті — проаналізувати й висвітлити тенденції поширення українських фільмів на телебаченні та цифрових платформах. Для досягнення означеної мети потрібно вирішити наступні завдання: визначити специфіку розвитку кінопрокатної діяльності на сучасному етапі, проаналізувати взаємовідносини між різними ланками прокату та означити особливості їх співпраці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наприкінці 2020 р. експерти ЮНЕСКО оцінили наслідки пандемії для працівників культури і дійшли висновку, що кінематографія постраждала найбільше серед креативних індустрій (ЮНЕСКО, 2020). Карантинні заходи негативно вплинули на роботу кінотеатрів і в Україні — фактично вони не працювали пів року. Немало великих прем'єр перенесли на 2021-й рік — «Передчуття» В. Криштофовича, українсько-чесько-словацької копродукційної картини «Пофарбоване пташеня» В. Маргоула та багато інших (Вергеліс, 2020).

Як зазначає редактор відділу культури тижневика «Дзеркало тижня» О. Вергеліс (2020), у 2020 р. «через карантин кінотеатри змушені були припинити свою діяльність, що призвело до повної зупинки кінопрокату по всій країні». Слід зауважити, що в докарантинний період в українському прокаті домінувала саме традиційна модель розповсюдження фільмів — демонстрація в кінотеатрі. Цей канал дистрибуції

характеризується низьким рівнем доступності кінопродукції для глядачів: недостатньою кількістю «екранів» (показів), концентрацією сучасних кінотеатрів у великих містах, і тому близько 70% потенційної аудиторії не мають змоги відвідувати прем'єри (Черкасова, 2019, с. 165). І це становить проблему, адже лише глядач може компенсувати витрати на виробництво фільму і забезпечити прибуток для розвитку кінематографу. Однак в умовах скорочення можливостей показу на «великому екрані» актуалізуються інші способи надання доступу глядачам до стрічок. В умовах контентного голоду і відсутності в прокаті американських блокбастерів нове життя можуть отримати саме українські фільми. Ситуація, у якій опинилася вітчизняна кіноіндустрія, потребує аналізу світового кінодосвіду, адаптації прокатних стратегій, концентрації на пріоритетах подальшого розвитку.

Обов'язковий карантин для більшості глядачів у всьому світі змусив глядачів більше переглядати фільми за допомогою мобільних телефонів, планшетів, що мають доступ до потокових сервісів. Західні фахівці впевнено констатують, що пандемія прискорила руйнацію традиційної моделі розповсюдження фільмів, яку Голлівуд використовував останні 60 років (McClintock, 2021). У листопаді 2020 р. кінокомпанія «Warner Bros.» анонсувала вихід усіх своїх релізів у 2021 р. одночасно в кінотеатральний прокат і на стрімінговій платформі «НВО Max», ігноруюючи правило «прокатного вікна» (період між показом фільму в кінотеатрі і появою його на онлайн-платформах). Класична модель мала ексклюзивний 90-денний термін для демонстрації в кінотеатрах і вже давно відзначалась неефективністю. За останні п'ять років голлівудські касові фільми заробили в прокаті 98% прибутків за 45 днів, тому дистриб'ютори наполягали на зменшенні «прокатного вікна» (McClintock, 2021). Власники кіномереж блокували подібні пропозиції, але пандемія прискорила втілення нової стратегії розповсюдження фільмів (McClintock, 2021). Різні представники кіногалузі прогнозують, що вона вже не використовуватиметься (Lang, 2020; Bloom, 2020).

«Universal Pictures» запропонувала іншу стратегію. Вона домовилась з мережами «АМС», «Cinemark» та «Cineplex» випускати релізи на VOD (video on demand — відео на вимогу) через 17 днів після першого виходу в кінотеатри. Крім часткового збереження «прокатного вікна» користувачі сплячуть за прем'єрний перегляд контенту. На нашу думку,

друга стратегія ефективніша для дистрибування, оскільки зважає на інтереси не лише глядачів, а й кіновиробників.

Прискорення цифрової трансформації — світова тенденція, що актуалізувалась під час пандемії. Цифрові технології по-новому використовуються фахівцями кіноіндустрії та аудиторією, зумовлюючи появу інноваційних цифрових моделей виробництва, розповсюдження та перегляду (New UNESCO, 2021). Отже, у 2020 р. лише за кілька місяців у світі з'явилося дві моделі прокату — від «Warner Bros.» та «Universal Pictures». Один із представників світової кіноіндустрії на питання про розвиток кінематографу після пандемії відповів: «Ми побачили світло в кінці тунелю, але нам все одно доведеться пройти через тунель» (Mcclintock, 2021). Голлівудська кіно- і телевізійна індустрія розглядає потокові платформи як пріоритетний механізм розповсюдження фільмів у новій кінореальності. Якщо припустити, що ринок цифрової конкуренції зростатиме надалі після того, як скасують домашній карантин, нам видається актуальним вивчення нового досвіду для подальшого ефективного розвитку українського кінематографу. Вітчизняні представники кіногалузі досить стримано коментують подібні перспективи ретрансляції контенту через юридичні питання з контрактами і правовласниками (Вергеліс, 2020). На наш погляд, недооцінка значимості альтернативних способів презентації фільмів для формування та розширення аудиторії глядачів має наслідком спотворення результатів кіновиробництва і нівелювання позитивної динаміки змін у національному кінематографі загалом. Водночас незалежні продюсери кінофраншиз «DZIDZIO Контрабас», «Сказане весілля» активно використовують нові можливості соціальних мереж і медіа на різних платформах (Черкасова, 2018). У результаті постійної копійчастої роботи їх малобюджетні комедії, створені без державної підтримки, увійшли до п'ятірки найуспішніших українських стрічок. Раніше на «Netflix» з'явилися фестивальні лідери «Плем'я» та «Зима у вогні». Найуспішніші українські релізи попередніх років також представлені на iTunes і Amazon Prime — «Сторожова застава», на Oll.tv і Megogo — «Інфоголік».

Стримінгова платформа для легального перегляду актуального українського контенту «Такфлікс» (takflix.com) почала діяти 31 грудня 2019 р. (Самосват, 2021). Нове українське кіно широко представлено фестивальними повнометражними і короткометражними робо-

тами, фільмами режисерів-дебютантів. Під час карантину на платформі можна було переглянути драму «Коли падають дерева», трагікомедію «Співає ІФТКЕ», мюзикл «Гуцулка Ксеня» та мок'юментарі «2020. Безлюдна країна». Також на українському легальному сервісі інтернет-телебачення OLL.TV вийшли резонансні фільми останніх років — «Мої думки тихі», «Додому», «Фокстер і Макс», «Вулкан», «Крути 1918» та «Людина з табуретом». Важливо відзначити, що наведені приклади свідчать про різноманітність тематичного діапазону, жанрів і бюджетів. Сучасне українське кіно рефлексує на суспільно важливі й актуальні теми. Саме тому переваги домашнього комфортного перегляду (доступ з різних пристроїв, можливість додаткового перегляду, зручний час, відсутність небажаних дратуючих чинників — сторонні звуки глядацької реакції, їжа) дозволяють глибше сприймати складну проблематику, самотність героїв, яскравість характерів і повною мірою оцінити виражальні засоби реалізації творчого задуму. Цифровий прокат більше доречний для камерних сюжетів мелодрам, детективів і комедій, а потенційні блокбастери з великими бюджетами краще дивитись на великому екрані кінотеатру (Черкасова, 2018, с. 68). Крім того, глядачі інших вікових груп і з найвіддаленіших регіонів мають широкий вибір та можливості доступу до різноманітного, іноді унікального репертуару. Завдяки онлайн-перегляду українські фільми стали доступнішими для широкої аудиторії. Також слід відзначити, що можлива переорієнтація глядачів на іноземний контент, широко представлений, насамперед, на популярних платформах «Netflix», «Megogo». Тому критично важливо стимулювати комунікацію між виробниками, прокатниками і споживачами, репрезентувати кінопроекти та їхніх авторів на глобальних кіноподіях, різних фестивалях, і в такому разі вітчизняні сюжети знайдуть більшу зацікавленість масової аудиторії.

Важливим напрямом просування українських фільмів є співпраця з вітчизняним телебаченням. З початку 2018 р. актуалізувалась тенденція розміщення кінопрем'єр в ефірі загальнонаціональних телеканалів України. Зацікавленість новим українським кіно демонструють телевізійні канали «1+1», «Україна», «UA:Перший», але кожен з них має диференційований підхід до вітчизняного контенту. Лідер за показом національних прем'єр — телевізійний канал «1+1» (Данькова, 2020). У вихідні і святкові дні він розміщує в телеефірі вітчизняні

касові кінохіти — молодіжні комедії «Сказане весілля», «DZIDZIO Контрабас», «Інфоголік». Телевізійні покази відбуваються переважно в слоті 20.00–22.00 (Черкасова, 2019, с. 236). Навіть якщо прем'єра в кінотеатрі не мала достатніх касових зборів (наприклад, комедія «Пригоди S Миколая»), телеаудиторія різного віку позитивно сприймала розважальне кіновидовище за участі зірок кіно, телебачення і шоу-бізнесу, попри низький рівень акторської гри та жартів. Менші показники здобули нетрадиційні для українського глядача жанри — сімейне фентезі «Фокстер і Макс», мюзикл «Гуцулка Ксеня». У пізньому праймі (22.00–23.00) транслюються фільми з гостросоціальною спрямованістю або драматичною історичною тематикою — екранізація «Чорний ворон», військова драма «Іловайськ», історична драма «Чужа молитва» (інша назва — «ІІ серце») тощо (Черкасова, 2019, с. 236). Хоча проблематика цих стрічок актуальна і злободенна, вони мали досить невисокі рейтинги. На нашу думку, це пов'язано з обмеженою інформаційною підтримкою кінопроектів. Телеканали недостатньо анонсують появу ексклюзивного кіноконенту в структурі власного телемовлення і не виявляють бажання знайти інформаційний привід заради його ефективного просування до потенційної аудиторії та додаткової уваги рекламодавців. Попри те, що державна підтримка надається на виробництво і розповсюдження фільмів, на практиці розміщення трейлерів вітчизняних кінопрем'єр в телеэфірі поки що мінімальне. Реклама національних фільмів на телебаченні прирівняна до соціальної, але законодавчі тонкощі не допомагають використовувати цей механізм промоції в сучасній практиці. Винятком є фільми, що створювалися за підтримки потужних дистриб'юторів: «Вій», «Бабай» — «Інтер-фільм», «Поводир» — «В&Н Film Distribution», «Сторожова застава» — «Ukrainian Film Distribution». Вони розробили і реалізували масштабні промокампанії на загальнонаціональних телеканалах.

Цього ж року на День Незалежності України «Новий канал» розмістив одразу три сучасних українських кінопроекти, розраховані на різну глядацьку аудиторію: анімаційний фільм «Микита Кожум'яка» та молодіжні стрічки «Інфоголік», «Селфі-паті». До цього в практиці вітчизняного телемовлення не було представлено такої концентрації національних фільмів протягом одного ефірного дня. Однак для «Нового каналу» це додатковий ризик, тому що його концепція мовлення орієнтована на підлітково-молодіжну аудиторію з потужним

«блокбастерним» кінопоказом іноземного виробництва. Нині подібна стратегія програмного наповнення — характерна тенденція на державні свята, знакові або трагічні дати історії на телевізійних каналах «1+1», «Новий», «UA: Перший». Але в інші дні нове українське кіно в ефірі загальнонаціональних телеканалів майже не представлено, хоча обсяги сучасного кіновиробництва — більше 20 повнометражних художніх фільмів на рік (Держкіно, 2020) — дозволяють програмувати подібний контент системно.

«UA: Перший» відрізняється своєю послідовною підтримкою артхаусного кіно, регулярно демонструє резонансні ігрові дебюти українських режисерів — «Вулкан» Р. Бондарчука, «Додому» Н. Алієва, «Мої думки тихі» А. Лукіча тощо. Також ознайомлює з новинками сучасної документалістики — «Будинок “Слово”», «Живі», «Іван Миколайчук. Посвята». Загалом для провідних телеканалів документальні фільми залишаються проблемним контентом, про що свідчить відведений нічний слот у будні (наприклад, для «Міфу» і «Будинку “Слово”» — понеділок і четвер відповідно, після 23.00) (Черкасова, 2019, с. 236). Крім того, в ефірі «UA: Культура» (один з телеканалів Суспільного мовника) з 2018 р. започатковано авторські проекти з історії українського кінематографу кінознавців різного покоління С. Тримбача («КіноWALL» з С. Тримбачем) і Л. Галкіна (кінолекції, спецпроекти до міжнародних кіноподій). Поява подібних програм логічна саме на Суспільному телебаченні, яке обстоює позицію «показувати освітні і культурні програми на користь аудиторії» (Глибовицький, 2017). Можна висновувати, що підтримка кінематографу на Суспільному телебаченні має чітке соціальне спрямування.

Телеканал «Україна» протягом 2018–2019 рр. підтримав кіновиробництво епічних історичних стрічок «Захар Беркут», «Ціна правди» і здобув право їх показу через кілька місяців після кінотеатральної прем'єри. Розмір фінансової участі телеканалу залежить від багатьох параметрів: бюджету картини, кількості глядачів, об'єму телемовлення, прав показу тощо. Фінансова підтримка означає схвалення телеканалу, тобто частково телебачення впливає на відбір майбутніх фільмів і виконує роль фільтру авторських задумів. Така невластива від самого початку існування телебачення роль зумовлена тим, що успіх створеного фільму в кінотеатральному і телевізійному прокаті забезпечує повернення коштів, що надає можливості для зйомок ново-

го фільму. Керівники кінодирекцій обирають кінопроекти з урахуванням художніх, економічних критеріїв окремого телевізійного каналу і поєднують їх зі смаками глядацької аудиторії.

Власну стратегію підтримки українського кінематографу спостерігаємо на каналі кабельного телебачення «Воля Cine+» з 2015 р., де телевізійній аудиторії пропонується різне вітчизняне кіно: фільми відомих режисерів, дебюти, короткометражні стрічки, документальні та анімаційні проекти, українська класика. Важливим досвідом платного ресурсу є аналіз глядацького попиту та формування фільмотеки на його основі, а в перспективі – створення власного кіноконтенту. Таким чином, різні види телебачення в Україні одночасно є економічними агентами і культурними посередниками.

Отже, зацікавленість українським кіно вітчизняним телебаченням – додаткова можливість спільного виробництва, розповсюдження і перегляду національних фільмів, важлива в обмежених, карантинних умовах кінотеатрального прокату. Підтримка українських фільмів на телебаченні здійснюється, насамперед, стосовно показу, значно менше – фінансової участі у створенні кінопроектів і дистрибуції. На нашу думку, відносини між українським кінематографом та телебаченням перебувають на етапі формування, тому що телеканали діють у цьому напрямі автономно, співпраця вибіркова, а не системна. Подальші відносини потребують інституційної підтримки в забезпеченні показу на телеекранах встановленого відсотка національних фільмів і фільмів українською мовою, удосконалення правової бази та створення збалансованої протекціоністської політики для розвитку українського кінематографу, налагодження співпраці з експертними спільнотами, творчими спілками та асоціаціями.

Дослідження різних форм прокату фільмів у сучасних умовах передбачає корегування взаємин представників кіно-, телеіндустрії. Плідна взаємодія між ними може мінімізувати наявні ризики або можливі виклики динамічного розвитку українського кінематографу. За допомогою прокатного потенціалу телебачення і цифрових платформ можна популяризувати не лише комерційний контент, а й творчі експерименти та дебюти, що, безумовно, сприяє поліпшенню ситуації в кіногалузі, забезпечить належне місце українському кінематографу на вітчизняному і світовому кіноринку.

Висновки. Глобальна пандемія руйнує традиційну модель виробництва і перегляду фільмів, змінює стратегії поширення фільмів у всьому

світі. Дослідження українських кінореалій засвідчило, що інтереси вітчизняного кінематографу тісно пов'язані з інтересами телебачення і легальних цифрових сервісів. Розподіл кінопродукції та програмування на них має певні особливості. На українському телебаченні домінують молодіжні комедії, комерційно успішні та розважальні кінопроекти. Сучасні цифрові платформи пропонують більше авторського контенту та експериментів українських режисерів з жанрами і темами.

Перспективи подальших досліджень. Здійснене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми. Подальшого наукового вивчення потребують питання дистрибуції сучасних українських фільмів в епоху цифрової конкуренції, інтеграції сфер кіновиробництва і перегляду.

Список посилань

- Анастасєєва, О. (2020). *Портрет глядача українського кіно в кінотеатрі*. Детектор медіа.
- Брюховецька, Л. І. (2003). *Приховані фільми. Українське кіно 1990-х*. АртЕк.
- Вергеліс, О. (2020). *Сказане похмілья. Українське кіно в умовах коронавірусної реальності*. <https://glavcom.ua/country/culture/skazhene-pohmillya-ukrajinske-kino-v-umovah-koronavirusnojirealnosti-676863.html?fbclid=IwAR2WSR4XOHc3fFbEavyQkGLZd4Hy5Aroe10TY7INJzT4M-1QYIzJ3iuDt48>
- Глібовицький, Є. (2017). *Місія суспільного мовлення в Україні відрізняється від місії суспільного в країнах ЄС*. <https://stv.detector.media/telebachennya/read/3309/2017-09-14-misiya-suspilnogomovlennya-v-ukraini-vidriznyaietsya-vid-misii-suspilnogo-v-krainakh-ies-glibovytsskyj/>
- Данькова, Н. (2020). *Детектор телерейтингов: яке нове українське кіно дивляться на ТБ*. <https://detector.media/rinok/article/178399/2020-07-01-detektor-telereytingiv-yake-nove-ukrainske-kino-dyvlyatsya-na-tb/>
- Держкіно (2020). *Звіт за результатами діяльності Державного агентства України з питань кіно за 2020 рік*. <https://usfa.gov.ua/upload/media/2021/02/09/60226182b3f92-2020-zvit-zagalnyy.pdf>
- Кузнецова, І. (2021). *Міністр Ткаченко про «ручне» управління УКФ, українське кіно, «Великореєстрацію» і туризм*. <https://www.radiosvoboda.org/a/tkachenko-pro-ruchne-upravlinnya-ukf-ukrayinske-kino-velyku-restavratsiyu-i-turyzm/31243471.html>
- Куришко, Д. (2018). *Як ожило українське кіно*. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-44374696>
- Миславський, В. Н. (2018). *Українське кіномистецтво 20-х років ХХ ст.: організаційно-творчі трансформації* [Автореф. дис. ... докт. мистецтвознавства, Харків. держ. акад. культури].

- Самосват, І. (2021). «Так!» українському кіно! Як працює онлайн-кінотеатр Takflix. <https://shotam.info/tak-ukrainskomu-kino-yak-pratsiuiie-onlayn-kinoteatr-takflix/>.
- Топ-10 найкасовіших українських фільмів 2020 року. <https://www.cinema.in.ua/top-10-ukrainskykh-filmiv-2020/>
- «Черкаси» онлайн: фільм офіційно виклали на онлайн-платформах. <https://www.cinema.in.ua/cherkasy-onlain-film/>
- Черкасова, Н. О. (Ред.). (2018). Інтернет як новий канал дистрибуції сучасного українського кіно, Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Технології та їх вплив на сучасну культуру і мистецтво України». Міжнародний гуманітарний університет.
- Черкасова, Н. О. (2019). Прокат фільму як чинник реалізації художнього потенціалу національного кінематографу [Дис. ... канд. мистецтвознавства, Харківська державна академія культури].
- ЮНЕСКО: сектор культури пострадал від пандемії гораздо серйозніше, ніж передбачалось (2020). 22 декабря 2020. <https://news.un.org/ru/story/2020/12/1392922>
- Bloom, D. (2020). Hollywood's streaming makeover: what shoe drops next? *Broadcast Cable*. <https://www.nexttv.com/news/hollywoods-streaming-makeover-what-shoe-drops-next>
- Johnson, M. Jr. (2021). *Hollywood survival strategies in the post-COVID 19 era*. <https://www.nature.com/articles/s41599-021-00776-z> [In English].
- Lang Brent (2020). 5 Burning Questions for the Movie Business After the Stunning Warner Bros. *HBO Max News*. <https://variety.com/2020/film/news/warner-bros-hbo-max-announcement-movie-business-1234845580/>
- Mcclintock, P. (2021) *Film Distribution Chiefs Talk Pandemic Takeaways: «The Old System Was Creaky»*. March 19, 2021. <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/film-distribution-chiefs-talk-pandemic-takeaways-the-old-system-was-creaky-4152081/>
- New UNESCO Economic Impact Outlook on The Creative Industries (2021). Jun 17, 2021. <https://en.unesco.org/creativity/news/new-unesco-economic-impact-outlook-creative-industries>
- References**
- Anastasieva, O. (2020). *Portrait of a Ukrainian cinema spectator in a cinema*. Detektor media. [In Ukrainian].
- Bloom, D. (2020). Hollywood's streaming makeover: what shoe drops next? *Broadcast Cable*. <https://www.nexttv.com/news/hollywoods-streaming-makeover-what-shoe-drops-next> [In English].
- Briukhovetska, L. I. (2003). *Hidden films. Ukrainian cinema of the 1990s*. ArtEk. [In Ukrainian].
- Cherkasova, N. O. (Ed.). (2018). *Internet as a new distribution channel of modern Ukrainian cinema, Technologies and their influence on modern culture and art of Ukraine*. Odessa, International Humanitarian University.
- Cherkasova, N. O. (2019). *Rental of the film as a factor for implementation of the artistic potential of the national cinema* [Abstract. Candidate of Study of Art, Kharkiv State Academy of Culture]. [In Ukrainian].
- “Cherkasy” online: the film was officially posted on online platforms. <https://www.cinema.in.ua/cherkasy-onlain-film/> [In Ukrainian].
- Dankova, N. (2020). *TV rating detector: what new Ukrainian movies are watched on TV*. <https://detector.media/rinok/article/178399/2020-07-01-detektor-telereytingiv-yake-nove-ukrainske-kino-dyvlyatsya-na-tb/> [In Ukrainian].
- Hlibovytskyi, Ye. (2017). *The mission of public broadcasting in Ukraine differs from the mission of public broadcasting in the EU*. <https://stv.detektor.media/telebachennya/read/3309/2017-09-14-misiya-suspilnogo-movlennya-v-ukrainividriznyaietsya-vid-misii-suspilnogo-v-krainakhies-glibovytskyi/> [In Ukrainian].
- Johnson, M. Jr. (2021). *Hollywood survival strategies in the post-COVID 19 era*. <https://www.nature.com/articles/s41599-021-00776-z> [In English].
- Kuryshko, D. (2018). *How Ukrainian cinema came to life*. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-44374696> [In Ukrainian].
- Kuznetsova, I. (2021). *Minister Tkachenko on the “manual” management of the UCF, Ukrainian cinema, the “Great Restoration” and tourism*. <https://www.radiosvoboda.org/a/tkachenko-pro-ruchne-upravlinnya-ukf-ukrayinske-kino-volyku-restavratsiyu-i-turyzm/31243471.html> [In Ukrainian].
- Lang Brent (2020). 5 Burning Questions for the Movie Business After the Stunning Warner Bros. *HBO Max News*. <https://variety.com/2020/film/news/warner-bros-hbo-max-announcement-movie-business-1234845580/> [In English].
- Mcclintock, P. (2021) *Film Distribution Chiefs Talk Pandemic Takeaways: “The Old System Was Creaky”*. March 19, 2021. <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/film-distribution-chiefs-talk-pandemic-takeaways-the-old-system-was-creaky-4152081/> [In English].
- Myslavskyi, V. N. (2018). *Ukrainian cinematography of the 20s of the XX century: organizational and creative transformations* [Abstract. Doctor of Arts, Kharkiv State Academy of Culture]. [In Ukrainian].
- New UNESCO Economic Impact Outlook on The Creative Industries (2021). Jun 17, 2021. <https://en.unesco.org/creativity/news/new-unesco-economic-impact-outlook-creative-industries> [In English].
- Samosvat, I. (2021). “Yes!” *Ukrainian cinema! How Takflix online cinema works*. <https://shotam.info/tak-ukrainskomu-kino-yak-pratsiuiie-onlayn-kinoteatr-takflix/> [In Ukrainian].

- State Cinema (2020). *Report on the results of the State Agency of Ukraine for Cinema for 2020*. <https://usfa.gov.ua/upload/media/2021/02/09/60226182b3f92-2020-zvit-zagalnyy.pdf> [In Ukrainian].
- State Cinema (2020). *Report on the results of the State Agency of Ukraine for Cinema for 2020*. <https://usfa.gov.ua/upload/media/2021/02/09/60226182b3f92-2020-zvit-zagalnyy.pdf> [In Ukrainian].
- Top 10 highest-grossing Ukrainian films of 2020*. <https://www.cinema.in.ua/top-10-ukrainskykh-filmiv-2020/> [In Ukrainian].
- UNESCO: The cultural sector has been hit much harder by the pandemic than expected* (2020).

- December 22, 2020. <https://news.un.org/ru/story/2020/12/1392922> [In Russian].
- Verhelis, O. (2020). *Crazy hangover: Ukrainian cinema in the conditions of coronavirus reality*. <https://glavcom.ua/country/culture/skazhene-pohmillya-ukrajinske-kino-v-umovah-koronavirusnoj-realnosti-676863.html?fbclid=IwAR2WSR4XOHc3fFbEavyQkGLZd4Hy5Aroe10TY7INJzT4M-1QYIzJ3iuDt48> [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 16.06.2021 р.