



Тетяна
КРАСНОЩОЧЕНКО,
директор кінотеатру "Зоряний", Кіровоград

"Прокатом українських фільмів ніхто не займається..."

Вітчизняний кінематограф опинився в скрутному становищі, а разом

з ним і система прокату - багато кінотеатрів, сільських клубів припинили свою діяльність, а решта - ледь животіють, намагаючись знайти для репертуару найбільш касовий фільм, аби мати хоч якусь копійку. Де вже говорити про відбір, орієнтацію на якість.

На цьому невеселому тлі вирізняється Кіровоградський кінотеатр "Зоряний". Ні, тут також рахують копійку до копійки, щоб заплатити за світло і опалення; тут, як і скрізь, працівники одержують мізерну зарплатню, але на екрані кінотеатру ось уже кілька років не з'являлися низькопробні, відверто-цинічні фільми. Кожного тижня в ошатному фойє "Зоряного" грає камерний оркестр "Концертіно". Кілька разів тут проходили благодійні кінопокази. Традиційними стали благодійні сеанси для дітей-інвалідів, сиріт та дітей із малозабезпечених сімей. А найголовніше, кінотеатр став центром пропаганди кіномистецтва - зустрічі з акторами, презентації фільмів, їх обговорення.

- **Пані Тетяно, п'ять років тому кінотеатр "Комсомолец", як він тоді називався, вийшов із виробничого об'єднання "Кіровоградкіновідеопрокат" і став самостійним. Що це дало кінотеатрові?**

- Диктату в репертуарній політиці не було, а була нав'язлива опіка у фінансово-господарських питаннях і тому колектив вирішив, що зможемо впоратися самі. Крім того, то був час загального піднесення, надій, люди більше, ніж тепер, цікавилися кіно. Той крок дав нам можливість оптимальніше організувати роботу, сприяти внутрішній мобілізації, розкомплексованості.

- **І все-таки, завдяки чому останні роки вам вдавалося виживати і не втрачати, а підвищувати свій авторитет?**

- Економічно нам завжди жилося важко. Коштів ледве вистачає на оплату комунальних послуг і зарплату. Шукаємо вихід - співробітничали з фірмою "Іванна", яка займається дизайном, оформленням букетів - фірма безкоштовно оформляє наше приміщення до свят, і робить це зі смаком. Пробували здавати площі в оренду Укрсоцбанку, але співпраця з ним не склалася. Звичайно, треба шукати додаткові прибутки, але не забувати і про своє призначення. Буфети зі спиртними напоями, дискотеки, куди приходять не зовсім твереза молодь - це не для нас. Ми хочемо бути культурним центром, прагнемо, щоб у нашому кінотеатрі звучали і "Бароко", і "Єлисаверградська музична колегія" й інші колективи.

Для того, щоб мати в майбутньому глядача, ми мусимо його виховувати. Минулого року фірма "Геміні-фільм" запропонувала нам кілька непоганих сімейних фільмів (на Заході це популярний жанр). Але, як виявилось, у нас не прийнято ходити в кіно родиною, принаймні, це явище не поширене. Тому ми покладаємо надію на школу.

- **А чому припинилася співпраця кінотеатру із фірмою "Геміні-фільм"?**

- Не припинилась, а загальмувалась. Ця фірма не врахувала нашої економічної ситуації. Вони вважали, що

перші два роки підуть на завоювання глядача, а далі мусить бути стабільний прокат, який принесе прибуток. А в нас люди стали менше ходити в кіно. Прибутків не вийшло. Тому фірма дещо охолола. Але я ще сподіваюсь на відновлення стосунків з нею. Постійні відвідувачі "Зоряного" пам'ятають її фільми - для них характерний високий професіоналізм, світовий рівень кіно.

Зараз ми налагоджуємо стосунки з фірмою "Буенс Віста Інтернешнл" - дистриб'ютора компанії "Уолт Дісней Пікчерз", це якраз збігається з нашими планами залучати до кіно дітей.

- **А які фільми, що демонструвалися у вас, були касовими?**

- Російський "Ширлі-мирлі" й американський "Маска". Це замало для нормального функціонування кінотеатру. Фінансовий успіх мали ті фільми, що широко рекламували. Це велика проблема. Витрати на рекламу значно звелились. Перед прем'єрою фільму ми маємо лише 3-4 афіші (і це на все місто), з телеекранів реклама кіно зникла, бо дорого коштує, спеціальні видання або припинили своє існування, або тиражі їхні знизилась до мізеру. По радіо реклама звучить у незручний час.

- **А якої Ви думки про кіноринки України?**

- Останній кіноринок у Ялті мене розчарував. Формально він був присвячений пам'яті однієї із засновниць кіноринків в Україні, Тетяни Таратути, яка трагічно загинула. Але лише формально. Насправді там панував дух бізнесу. Нікого не цікавив клас фільму, професіоналізм. Бізнесмени турбувалися, аби вигідніше вкласти гроші, мати більший прибуток.

- **Як у такій ситуації почувуються українські фільми, яких катастрофічно мало? Як їм пробитися до глядача?**

- Біда в тому, що прокатом українських фільмів ніхто не займається. Зарубіжні стрічки репрезентують кілька потужних фірм, російські - "Фільм-маркет", а українські - ніхто! І якщо навіть вдасться зняти український фільм, то продюсер, який вклав у нього гроші, не зацікавлений, щоб він дійшов до глядача. Лише б швидше продати і з прибутком.

Наприклад, коли з'явився фільм "Кайдашева сім'я", мені ледве вдалося дістати режисерську копію. А стрічку "Декілька любовних історій" я взагалі не могла розшукати. Як і фільм "Репортаж", де в головних ролях М.Могилевська та І.Бачкін. Марина Могилевська колись, ще початкуючою актрисою, побувала у нашому кінотеатрі, де йшов її перший фільм "Кам'яна душа". Ми б могли ще її запросити.

Але, повторюю, продюсерам не потрібний прокат, від якого вони мають 45 відсотків. Їх це не влаштовує у фінансовому плані. Тому в Україні, в умовах кризи національного кіно, прокатом саме вітчизняних фільмів мало б зайнятися Міністерство культури і мистецтва, чи ще якийсь заклад, який би був зацікавлений у тому, щоб українські фільми потрапляли до глядача.

Розмову вела Світлана Орел.