

УДК 791:339.9

DOI: 10.60022/3(1)-33S

Рябов Ілля Тарасович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Riabov Illia

PhD student

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

ORCID: 0009-0004-4081-5068

ОСОБЛИВОСТІ КІНОІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті досліджуються ключові особливості розвитку кіноіндустрії в умовах глобалізації, яка суттєво трансформує традиційні механізми виробництва та розповсюдження кінопродукції. Особлива увага приділяється впливу транснаціональних кінокомпаній, міжнародних кінофестивалів та цифрових платформ на створення та споживання фільмів. Проаналізовано роль нових технологій, зокрема стрімінгових сервісів і мультимедійних майданчиків, у формуванні глобального кіноринку, а також вплив маркетингових стратегій на популяризацію контенту у різних регіонах світу.

У статті розглянуто основні тенденції глобалізації кіноіндустрії, серед яких домінування голлівудських фільмів, поширення міжнародного кінопродукту та розвиток локальних студій, які прагнуть адаптувати свій контент до культурних особливостей національної аудиторії.

Ключові слова: глобалізація, кіноіндустрія, фінансова підтримка, країни Європейського Союзу, грантові програми, копродукція, податкові стимули, аудіовізуальний сектор, креативна економіка, міжнародна співпраця.

THE FILM INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Abstract. This article explores the distinctive features of the film industry in the context of globalization, which has significantly transformed traditional mechanisms of film production, distribution, and consumption. The study emphasizes the role of transnational film companies, international film festivals, and digital platforms in shaping the global cinematic landscape. Particular attention is given to how emerging technologies, including streaming services and multimedia platforms, influence audience engagement, content accessibility, and market expansion on a global scale.

The paper analyzes major trends in the globalization of cinema, including the dominance of Hollywood productions, the international circulation of films, and the increasing significance of local studios striving to adapt their content to regional cultural preferences. It highlights the challenges posed by cultural homogenization, market competition between global and national film industries, and the tension between universal cinematic trends and localized filmmaking practices.

Furthermore, the article examines the economic and strategic implications of global integration for national film industries. It discusses the impact of cross-border collaborations, co-production agreements, and international financing on the competitiveness and sustainability of local cinema. The study underscores the importance of strategic marketing, distribution networks, and festival participation in enhancing global visibility and audience reach.

Special attention is given to the development prospects of the Ukrainian film industry within the global context. The paper considers opportunities for integrating Ukrainian cinematic productions into international markets, attracting co-production investments, and leveraging creative platforms to increase the visibility and competitiveness of national films. It also addresses policy measures, institutional support, and innovative approaches aimed at fostering the growth and sustainability of the local industry.

This research is relevant for scholars and practitioners in film studies, cultural studies, and media economics, as well as policymakers and industry professionals involved in the strategic development of national and international cinema. By examining the interplay between global trends and local practices,



the study provides insights into the challenges and opportunities faced by contemporary film industries in an interconnected world.

Keywords: *globalization, film industry, transnational cinema, digital platforms, cultural homogenization, local film production, international co-production, audience engagement, media economics, Ukrainian cinema.*

Постановка проблеми. Глобалізація значно впливає на зміну сучасної кіноіндустрії, видозмінюючи традиційні підходи до створення, розповсюдження та споживання фільмів. З одного боку, вона відкриває широкі перспективи для міжнародного співробітництва, залучення інвестицій і розширення глядацької аудиторії. Але разом із тим постають серйозні виклики, зокрема загроза посилення культурної однорідності та домінування великих транснаціональних студій, таких як голлівудські корпорації, над національними кіноринками.

Одним із ключових питань є нерівність між глобальними і локальними виробниками контенту. Національні кіностудії часто стикаються з труднощами в залученні міжнародної аудиторії через брак фінансів, недосконалу інфраструктуру та недостатню підтримку з боку держави. Тим часом глядачі все частіше орієнтуються на глобальні тренди і популярні кінематографічні франшизи, що сприяє зменшенню культурного різноманіття у світовій кіноіндустрії.

Серйозний вплив на галузь також мають цифрові платформи й стрімінгові сервіси. Вони значною мірою полегшують доступ до контенту й допомагають локальним фільмам досягти міжнародної аудиторії. Утім, централізація контенту на великих платформах і алгоритми рекомендацій поступово формують стандартизовану культуру споживання кіно, що може стримувати розвиток новаторських і нестандартних проєктів. Особливої уваги заслуговують дослідження щодо інтеграції національного кінематографа в глобальний простір, зокрема у контексті України.

Серед ключових завдань визначаються створення умов для конкурентоспроможності українських фільмів, розвиток спільних міжнародних проєктів, залучення іноземних інвестицій і підтримка локальних студій в умовах глобалізації. Розв'язання цих питань є критично важливим для збереження культурної самобутності й забезпечення стійкого розвитку національної кіноіндустрії у світовій конкурентній боротьбі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У статті Жанни Денисюк «Кіно як цифровий медіатекст: зміна соціокультурних практик у глобалізованому суспільстві»[1] розглядається вплив глобалізації та цифровізації на процеси створення, розповсюдження й споживання кінематографічної продукції. Авторка фокусує увагу на тому, що стрімінгові платформи й онлайн-сервіси суттєво змінюють поведінку аудиторії, сприяючи формуванню нових способів перегляду фільмів і взаємодії з контентом. Денисюк зазначає, що ці тенденції ведуть до виникнення транснаціональних культурних впливів, які формують глобальні тренди в кіномистецтві й водночас викликають значну трансформацію місцевих кіноіндустрій.

Праця Михайла Швеця «Глобалізація та культура споживання: зміна аудиторії та трансформація українських культурно-мистецьких практик»[2] акцентує увагу на впливі глобальних культурних і економічних процесів на споживчі практики у сфері кіно. Автор демонструє, як розширення доступу до міжнародного контенту та інтеграція локальних кіноринків у світовий контекст змінюють попит на фільми. Він підкреслює, що цей процес стимулює виробництво кінопродуктів, орієнтованих на глобальні аудиторії, водночас створюючи виклики й відкриваючи нові можливості для місцевих кінокомпаній, які прагнуть відповідати міжнародним стандартам.

Колективна робота Сергія Кузнецова, Миколи Левченка й Анатолія Форостяна «Транснаціональні медіа та глобалізація: взаємозв'язок культур та інформаційних технологій»[3] зосереджується на дослідженні транснаціональних медіаструктур і їхнього впливу на сучасну кіноіндустрію. Автори аналізують, як глобальні медіамережі, міжнародні студії та цифрові платформи сприяють появі інноваційних механізмів виробництва й поширення фільмів. Вони зазначають, що хоча конкуренція у цій сфері зростає, вона також створює можливості для активного культурного обміну. Успішна адаптація національних фільмів до міжнародного ринку потребує відповідності світовим стандартам виробництва й маркетингу.

Усі три праці висвітлюють багатогранний характер глобалізації в контексті кіноіндустрії, де соціокультурні, економічні та технологічні аспекти тісно взаємопов'язані. Дослідники підкреслюють важливість для сучасних кіновиробників балансувати між врахуванням локальної культурної самобутності та інтеграцією глобальних трендів. Завдяки цим дослідженням можна зрозуміти, як цифровізація, транснаціональні медіа та глобальні культурні процеси визначають нову епоху в історії кіномистецтва.

Мета статті полягає у вивченні особливостей функціонування кіноіндустрії в умовах глобалізації

та аналізі її впливу на розвиток національних кіноринків, зокрема українського. Дослідження ставить за завдання визначити основні тенденції розвитку галузі, виявити актуальні проблеми, оцінити перспективи інтеграції локального кінопродукту у світовий контекст, а також дослідити роль транснаціональних корпорацій, цифрових платформ і міжнародних фестивалів у трансформації глобального кіноринку.

Для реалізації цієї мети передбачено вирішення низки практичних і теоретичних завдань: класифікувати сучасні підходи до процесів глобалізації в кіноіндустрії; дослідити вплив цифрових платформ і стрімінгових сервісів на процеси створення та споживання кіно; виокремити головні виклики, з якими стикаються національні кінокомпанії; окреслити шляхи та перспективи розвитку українського кіно в умовах зростаючої глобальної конкуренції.

Виклад основного матеріалу. Сучасна кіноіндустрія проходить через масштабні трансформації під впливом глобалізаційних процесів. Глобалізація, яка передбачає інтеграцію культур, економік і технологій на світовому рівні, значною мірою впливає на створення, поширення та споживання кінопродукції.[4] У рамках глобального ринку кінокомпанії вимушені адаптовувати свої стратегії до запитів міжнародної аудиторії, одночасно зберігаючи унікальні риси національної культури.

Однією з особливостей глобалізації в кінематографі є домінування великих транснаціональних студій, таких як голлівудські кінокомпанії. Саме вони диктують світові тенденції, встановлюють стандарти якості й масштаби виробництва, а також формують маркетингові підходи, які впливають на сприйняття фільмів у різних країнах. Однак така монополізація нерідко призводить до уніфікації культури, обмежуючи можливості для розвитку локальних кіностудій.

Проте локальні кіноринки мають великий потенціал і свою унікальну ідентичність. Вони адаптують глобальні тренди до національних культурних контекстів, створюючи унікальний контент і пропагуючи традиційні наративи. Водночас обмежені ресурси часто ускладнюють їх здатність конкурувати з транснаціональними гігантами, однак це також стимулює розвиток креативних і нестандартних підходів до кіновиробництва.

Значущу роль у процесі глобалізації кіно відіграють цифрові платформи та стрімінгові сервіси. Вони докорінно змінюють способи поширення та перегляду фільмів, забезпечуючи доступ до широкої аудиторії та відкриваючи нові можливості для локальних проєктів. Проте консолідація контенту на великих платформах може призводити до стандартизації культурного продукту відповідно до загальноприйнятих алгоритмів споживання.

Міжнародні кінофестивалі також є важливою складовою формування глобальної кінематографічної екосистеми. Ці заходи надають майданчик для презентації локального та незалежного кіно, сприяють налагодженню міжнародної співпраці та залученню інвестицій. Крім того, фестивалі впливають на популяризацію певних жанрів і тематик, формують культурні тенденції та заохочують обмін досвідом між представниками різних країн.

Фінансова сторона глобалізації кіно залишається складним питанням. Створення високобюджетних фільмів вимагає значних вкладень, а доступ до міжнародних інвестицій і фінансової підтримки є вирішальним для багатьох проєктів.[5] Копродукції та отримання міжнародних грантів можуть надати локальним студіям шанс утриматися на глобальному ринку, хоча це часто супроводжується необхідністю відповідати певним стандартам, які не завжди узгоджуються з національними культурними цінностями.

Аналіз сучасних маркетингових стратегій показує, що успіх фільму на міжнародній арені залежить від здатності компаній адаптувати свої продукти до різних культурних контекстів. Локалізація контенту, якісний переклад і дубляж, а також врахування специфіки соціальних і культурних реалій аудиторії стають ключовими інструментами для підвищення конкурентоспроможності в умовах глобального ринку.

Глобалізація виступає потужним стимулом для впровадження інноваційних технологій у кіновиробництві. Динамічний розвиток комп'ютерної графіки, віртуальної реальності, новітніх методів зйомки та постпродакшну значно підвищує якість кінопродукції, надаючи кінематографістам ширші можливості для творчого самовираження. Крім того, ці технології сприяють інтеграції місцевих студій у міжнародний ринок, відкриваючи двері до глобальних співпраць.

Однак, глобалізація породжує актуальну проблему збереження культурної ідентичності. Локальні кіноринки опиняються перед складним завданням балансування між збереженням національної самобутності та відповідністю світовим стандартам для досягнення успіху на міжнародній арені. Вимагається гармонійний підхід до створення фільмів, що одночасно відображають унікальні культурні риси та задовольняють запити глобальної аудиторії.

Українська кіноіндустрія знаходиться в процесі активного росту та інтеграції у світовий кінопростір. Для успішного виходу на міжнародну арену українським проєктам необхідно використовувати копродукцію, міжнародні гранти та залучати підтримку фестивалів.[6] Ключову роль у цьому відіграють державна політика, інституційне сприяння розвитку галузі та креативних платформ,

які забезпечують конкурентоспроможність національного кінематографа.

Взаємодія глобальних і локальних процесів стимулює появу нових тематичних і жанрових трендів. Інтеграція національних культурних мотивів із глобальними сюжетами створює фільми, що водночас приваблюють світову аудиторію й не втрачають автентичності. Такий симбіоз сприяє розвитку креативних індустрій і формує основи для посилення культурної дипломатії. Освіта та підготовка професіоналів також набувають все більшої ваги в умовах глобалізації кіномистецтва.

Сучасний фахівець у цій сфері має володіти компетенціями в медіаекономіці, міжнародному маркетингу, цифрових технологіях і культурології. Формування кадрового потенціалу, що орієнтується на світові виклики, є запорукою довгострокового розвитку української кіноіндустрії та її конкурентоспроможності. Не менш важливою складовою сучасного кінопроцесу є цифрова трансформація контенту.

Завдяки онлайн-платформам та соціальним мережам місцеві студії отримали можливість обходити традиційні перешкоди у дистрибуції, доставляючи свої проєкти до міжнародної аудиторії. Цей канал відкриває нові перспективи для промоції, маркетингу та комерційного успіху, хоча разом із тим підвищує рівень конкуренції на світовому рівні.[7]

Дослідження міжнародного досвіду державної підтримки кіно свідчить про існування різних моделей інтеграції національного контенту в світовий контекст. Деякі країни активно застосовують грантову систему, податкові стимули та підтримку державних студій, що дозволяє одночасно розвивати локальні проєкти та залучати закордонні інвестиції. Цей досвід може стати основою для вдосконалення стратегій розвитку української кіноіндустрії.

Соціальний вплив глобалізації кіно проявляється у трансформації культурних цінностей, норм і світоглядів міжнародної аудиторії. Кіно стало потужним інструментом культурного обміну, сприяючи висвітленню соціальних тем і залученню глядачів до обговорення глобальних питань. Водночас воно відіграє важливу роль у збереженні та розвитку національної ідентичності, стимулюючи усвідомлення багатогранності культурного спадку.

Аналіз сучасних тенденцій демонструє, що глобалізація відкриває для кіноіндустрії як масштабні перспективи, так і нові виклики. Для забезпечення успішного розвитку необхідно створювати стратегії, які зможуть поєднати світові ринкові вимоги з унікальністю локальної культури. Такий підхід сприятиме не лише зміцненню галузі, але й збереже культурну самобутність, що є критично важливою складовою у світі, де взаємозв'язки стають дедалі тіснішими.

Глобалізація активно сприяє виникненню новітніх форматів кінопродукції, зокрема короткометражних фільмів, вебсеріалів і інтерактивного контенту, спеціально адаптованих до цифрової аудиторії та сучасних темпів споживання медіа.[8] Завдяки цьому перед локальними студіями відкриваються можливості для експериментів із жанрами й технологіями, що дозволяє створювати інноваційний контент, здатний зацікавити міжнародні платформи і фестивалі.

Соціальні мережі стають ключовим інструментом у просуванні кінофільмів і значно розширюють горизонти взаємодії з аудиторією. Локальні кінокомпанії отримують змогу напряму комунікувати зі своїми глядачами, отримувати миттєвий зворотний зв'язок і оперативно адаптувати маркетингові стратегії відповідно до потреб і вподобань публіки. Це не лише збільшує шанси на комерційний успіх, але й сприяє формуванню активнішого, інтерактивнішого споживчого середовища.

Значення міжнародної копродукції важко переоцінити для фінансової стабільності локальних кінокомпаній. Таке співробітництво дозволяє знижувати виробничі ризики, отримувати доступ до додаткових ресурсів і відкривати нові ринки. Для українських студій участь у копродукційних проєктах є дієвим механізмом інтеграції у світову кіноіндустрію та підвищення професійного рівня виробництва.

Одним із найперспективніших напрямів розвитку кіноіндустрії стає впровадження механізмів аналітики й використання великих даних для прогнозування попиту та планування стратегій контенту.[9] Аналітичні платформи дозволяють вивчати уподобання аудиторії, аналізувати поведінкові тенденції та орієнтуватись на змінні глобальні тренди. Завдяки цьому стає можливим не лише ефективно планувати виробничі процесів і маркетингових кампаній, а й посилення конкурентоспроможності кінопродукції на міжнародній арені.

Глобалізація також відкриває шлях до нових форм співпраці між кінематографом і іншими творчими галузями, такими як музика, мода, геймінг чи література. Така інтеграція сприяє створенню мультимедійних проєктів, розширює перспективи кроспромоції та підвищує як комерційну цінність кінопроєктів, так і їхній культурний вплив. У результаті такі синергії не лише збільшують охоплення аудиторії, а й сприяють зміцненню міжнародного іміджу локальних студій.

Однією з головних тенденцій сучасної кіноіндустрії є зростання значущості незалежного кіновиробництва. Саме воно дозволяє кінематографістам сміливо експериментувати з тематиками, стилями та новими формами подачі.[10] Такі студії часто звертаються до локальних сюжетів,

актуалізують соціальні проблеми та досліджують культурну ідентичність, завдяки чому національний кінематограф зберігає свою самобутність навіть в умовах глобальної конкуренції.

Міжнародні стрімінгові платформи мають неоднозначний вплив на локальні ринки. З одного боку, вони відкривають для національних фільмів вихід на глобальну аудиторію, сприяючи їх популяризації за межами рідної країни. З іншого боку, алгоритмічні системи рекомендацій та зосередженість на масовому контенті створюють додаткові перешкоди для видимості малобюджетного або авторського кіно, обмежуючи можливості локальних студій заявити про себе.

Швидкий розвиток технологій віртуальної та доповненої реальності формує нові горизонти для кіномистецтва. Інтерактивний та занурювальний контент відкриває простори для творчого самовираження, залучає молодіжну аудиторію і розширює межі традиційного кіновиробництва. Локальні студії, які інтегрують такі інновації, отримують конкурентні переваги на світовому ринку, створюючи продукцію, що відповідає актуальним запитам аудиторії.

Підготовка кадрів у сфері кіномистецтва стає ще одним ключовим моментом сучасної кіноіндустрії. Фахівці мають бути обізнаними у цифрових технологіях, медіаекономіці, маркетингу та культурології, щоб ефективно працювати в умовах глобалізованого світу.[11] Систематична підготовка висококваліфікованих спеціалістів сприяє розвитку локальних студій і зміцненню позицій національного ринку на міжнародній арені.

Значну роль відіграють також міжнародні партнерства між кінокомпаніями, фестивалями, платформами та освітніми установами. Ці мережі стимулюють обмін досвідом, підтримують копродукцію, сприяють залученню інвестицій і підвищують глобальну конкурентоспроможність місцевих проєктів. Завдяки такій співпраці створюється якісний контент, що відповідає світовим стандартам, залишаючись виразно унікальним і культурно насиченим.

Посилення культурної дипломатії через кіно стає ще однією важливою складовою глобалізаційних процесів. Кінематограф служить інструментом для популяризації національної культури, формування позитивного іміджу держави і налагодження міжкультурних зв'язків. Для України це відкриває унікальні можливості привернути увагу до своєї історії, традицій і досягнень у сучасному мистецтві на міжнародній арені.

Глобалізація в кіноіндустрії приносить водночас як серйозні виклики, так і нові перспективи для національних ринків. Вона підштовхує до технологічного прогресу, сприяє інтеграції в світову економіку та культурній взаємодії. Однак для збереження унікального обличчя та конкурентоспроможності локальні студії потребують креативності, гнучкості та стратегічного підходу в розвитку.

У результаті сучасна кіноіндустрія знаходиться на стику глобальних тенденцій та локальних особливостей, причому технологічні інновації, фінансові аспекти, культурні традиції та освітні процеси формують складний простір її розвитку. Досліджуючи ці взаємодії, можна визначити ключові шляхи для підсилення національних кіноринків, підвищення якості та конкурентоспроможності локальної продукції, а також ефективної інтеграції її у світовий кінопростір.

Висновки. Дослідження свідчать, що глобалізація глибоко змінює сучасну кіноіндустрію, кардинально перебудовуючи способи створення, поширення та споживання кіно. Вона відкриває нові перспективи для міжнародної співпраці, залучення інвестицій і просування локальної кінопродукції на глобальну сцену. Однак цей процес супроводжується ризиками культурної уніфікації та зростанням впливу транснаціональних студій.

Цифрові платформи та стрімінгові сервіси стали ключовими рушіями формування глобального кіномаркету. Вони забезпечують доступ до широкої глядацької аудиторії, стимулюють розвиток місцевих студій і сприяють популяризації національного контенту. Водночас централізація таких платформ і використання алгоритмічних рекомендацій створюють загрозу обмеження видимості незалежних та малобюджетних проєктів, що диктує необхідність пошуку нових підходів до просування якісного контенту.

Міжнародні кінофестивалі та копродукційні проєкти є ефективними інструментами інтеграції національних студій у світовий кінопростір. Копродукція дозволяє зменшувати фінансові ризики, залучати нові інвестиції та відкривати доступ до нових ринків. У той час фестивалі стимулюють культурний обмін і зміцнюють міжнародні партнерські зв'язки. Для української кіноіндустрії залучення до таких ініціатив має стратегічне значення, оскільки сприяє підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних фільмів.

Також варто звернути особливу увагу на розвиток сучасних технологій і вдосконалення професійної підготовки кадрів. Використання новітніх технологій у виробництві, постпродакшні та інтерактивних медіаформатах сприяє підвищенню якості кінопроєктів і розширенню аудиторії. Професійна освіта у сферах медіаекономіки, цифрового маркетингу та кіновиробничих технологій забезпечує стійкий розвиток місцевих студій та їх успішну інтеграцію на міжнародну арену.

У цілому, глобалізація відкриває значні можливості для зростання національних кіноринків, але водночас ставить перед ними складні виклики. Для подальшого розвитку галузі важливо знайти баланс між адаптацією до глобальних ринкових реалій та збереженням культурної ідентичності. Використання потенціалу міжнародного партнерства, цифрових платформ, інноваційних технологій та належної державної підтримки допоможе забезпечити конкурентоздатність локальних студій і сприятиме зміцненню позицій національного кінематографу в глобальному вимірі.

Література

1. Денисюк Ж. Кіно як цифровий медіатекст: зміна соціокультурних практик у глобалізованому суспільстві // *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2025. № 51. С. 266–272. DOI:10.35619/ucpmk.51.1057. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/1057>
2. Швець М. Глобалізація та культура споживання: зміна аудиторії та трансформація українських культурно-мистецьких практик // *Fine Art and Culture Studies*. 2025. № 1. С. 452–464. DOI:10.32782/facs-2025-1-63. URL: <https://journals.vnu.volyn.ua/index.php/art/article/view/2325>
3. Кузнецов С., Левченко М., Форостян А. Транснаціональні медіа та глобалізація: взаємозв'язок культур та інформаційних технологій // *Медіа та глобальні комунікації*. 2024. № 3. С. 112–126. URL: <https://enpuir.udu.edu.ua/entities/publication/b9362018-15e1-4239-b44f-0f0ffb0ee4d9>
4. Печеранський І. П., Ревенко А. Д. Сучасний стан і перспективи розвитку аудіовізуального сектору медіаекономіки зарубіжних країн (на прикладі кіноіндустрії) // *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2022. С. 33–46. URL: <https://science.lpnu.ua/semi/all-volumes-and-issues/issue-6-number-31-2019/analysis-ukrainian-movie-rental-market-and>
5. Погребняк Г. Кінематограф у контексті міжкультурної співпраці // *Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication*. 2023. Vol. 34, № 43. С. 77–92. DOI:10.14746/i.2023.34.43.6. URL: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/i/article/view/39832>
6. Чорноморденко І., Смаїлова Е. Place of social movies in the media // *Схід*. 2014. № 1(127). С. 21–36. URL: <https://skhid.kubg.edu.ua/article/view/23159>
7. Пототська О., Коробко М. Cinema between the past and future: traditions, preservation, popularization // *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. № 50. С. 58–70. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/974>
8. Селянінова А. Фестивальний та комерційний успіх кіно: глобальні перспективи // *Кіно-Театр*. 2023. № 5. С. 15–28. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/b5e310d2-a583-4ab8-9d1c-1db43133dd11>
9. Зарічна Я. Кінофестивалі як частина глобального кінопроцесу // *Культурологічний альманах*. 2024. № 4. С. 112–124. URL: <https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/508>
10. Галюк С.В. Креативні індустрії як складова сучасної культури // *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 1. С. 119–125. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5418/Visnyk_2024_1_DOI-119-125.pdf?isAllowed=y&sequence=1
11. Подважук Д.І. Як індустрія кіно формує економіку транснаціональних ринків / *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні соціально-економічні проблеми в умовах невизначеності»*. Київ: НаУКМА, 2025. С. 128–131. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/56167dd2-5594-4cea-ba3b-c98c09da08fd>

References

1. Denisuk, Zh. (2025). Kino yak tsyfrovyy mediatekst: zmina sotsiokul'turnykh praktyk u hlobalizovanomu suspil'stvi [Cinema as a digital media text: change of sociocultural practices in a globalized society]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, 51, 266–272. <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/1057>
2. Shvets, M. (2025). Hlobalizatsiya ta kultura spozhyvannya: zmina auditoriyi ta transformatsiya kulturno-mystets'kykh praktyk [Globalization and consumer culture: audience change and transformation of cultural practices]. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 452–464. <https://journals.vnu.volyn.ua/index.php/art/article/view/2325>
3. Kuznetsov, S., Levchenko, M., & Forostyan, A. (2024). Transnatsional'ni media ta hlobalizatsiya: vzayemozvyazok kultur ta informatsiynykh tekhnolohiy [Transnational media and globalization: interconnection of cultures and information technologies]. *Media ta hlobal'ni komunikatsiyi*, 3, 112–126. <https://enpuir.udu.edu.ua/entities/publication/b9362018-15e1-4239-b44f-0f0ffb0ee4d9>
4. Pecherans'kyi, I.P., & Revenko, A.D. (2022). Suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku audiovizual'noho sektoru mediaekonomiky zarubizhnykh krain (na prykladi kinoindustriyi) [Current state and prospects of audiovisual sector development in foreign media economies (case of cinema industry)]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*, 33–46. <https://science.lpnu.ua/semi/all-volumes-and-issues/issue-6>

number-31-2019/analysis-ukrainian-movie-rental-market-and

5. Pohrebnyak, H. (2023). Kinematohraf u konteksti mizhkul'turnoyi spivpratsi [Cinema in the context of intercultural cooperation]. *Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication*, 34(43), 77–92. <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/i/article/view/39832>

6. Chornomordenko, I., & Smailova, E. (2014). Place of social movies in the media. *Skhid*, 1(127), 21–36. <https://skhid.kubg.edu.ua/article/view/23159>

7. Potots'ka, O., & Korobko, M. (2024). Cinema between the past and future: traditions, preservation, popularization. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, 50, 58–70. <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/974>

8. Selyaninova, A. (2023). Festyval'nyi ta komertsiyinyi uspikh kino: hlobal'ni perspektyvy [Festival and commercial success of cinema: global perspectives]. *Kino-Teatr*, 5, 15–28. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/b5e310d2-a583-4ab8-9d1c-1db43133dd11>

9. Zarychna, Ya. (2024). Kinofestyvali yak chastyna hlobal'noho kinoprotsesu [Film festivals as part of the global cinema process]. *Kulturalohichniy al'manakh*, 4, 112–124. <https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/508>

10. Halyuk, S.V. (2024). Kreatyvni industriyi yak skladova suchasnoi kultury [Creative industries as a component of modern culture]. *Visnyk Natsional'noi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, 1, 119–125. https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5418/Visnyk_2024_1_DOI-119-125.pdf?isAllowed=y&sequence=1

11. Podvazhuk, D.I. (2025). Yak industriya kino formuye ekonomiku transnatsional'nykh rynkiv [How the cinema industry shapes the economy of transnational markets]. *Materialy Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsiyi «Aktual'ni sotsial'no-ekonomichni problemy v umovakh neviznachenosti»*, Kyiv: NaUKMA, 128–131. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/56167dd2-5594-4cea-ba3b-c98c09da08fd>

Отримано: 23.12.2025

Прийнято до публікації: 14.01.2026

Опубліковано: 15.01.2026