

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА
СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕАТРУ,
КІНО І ТЕЛЕБАЧЕННЯ ІМЕНІ І.К. КАРПЕНКА-КАРОГО**

ІНСТИТУТ ЕКРАННИХ МИСТЕЦТВ

Кафедра продюсерства аудіовізуального мистецтва та виробництва

**Допустити до захисту
Завідувач кафедри ПАМВ**

(підпис) (Новікова Л.Є.)
«_____» _____ 2025 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
021«АУДІОВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА
ВИРОБНИЦТВО»,
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«ОРГАНІЗАЦІЯ КІНОТЕЛЕВИРОБНИЦТВА»**

**Тема: «Перспективи українського кінематографу в епоху голлівудської
гегемонії»**

Виконавець: НЕЧАСВА Марія Олександрівна

(П.І.Б. – повністю)

(підпис)

Керівник: старший викладач

ЛАВРОНЕНКО Олеся Миколаївна

(науковий ступінь, вчене звання, почесне звання прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. СТАНОВЛЕННЯ ГОЛЛІВУДУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СВІТОВИЙ КІНЕМАТОГРАФ.....	7
1.1. Голлівуд як глобальний центр кіноіндустрії.....	7
1.2. Американський кінематограф: не лише Голлівуд.....	13
1.3. Голлівудська економічна модель та міжнародний ринок.....	15
РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНІ КІНЕМАТОГРАФІЇ У ПРОТИСТОЯННІ ГОЛЛІВУДУ.....	21
2.1. Франція.....	21
2.2. Індія.....	32
2.3. Південна Корея.....	38
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКОГО КІНО.....	44
3.1. Еволюція українського кінематографа.....	44
3.2. Українське кіно як дзеркало національної свідомості.....	46
3.3. Державна політика та підтримка кінематографу.....	47
3.4. Стримінгові платформи в Україні.....	48
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. У період 2019–2024 років світова кіноіндустрія зазнала значних трансформацій через пандемію COVID-19, страйки в Голлівуді 2023 року, зростання стримінгових платформ і занепад традиційного кінопрокату. Ці зміни послабили гегемонію Голлівуду, створивши нові можливості для розвитку національних кінематографій. В Україні цей період ускладнився повномасштабною війною, розпочатою у 2022 році, що призвела до скорочення виробництва фільмів, еміграції творчих діячів і зменшення фінансування галузі. Водночас війна посилила інтерес до українського документального кіно на міжнародній арені, а підтримка закордонних партнерів відкрила нові перспективи для відродження національного кінематографу. Досвід Франції, Індії та Південної Кореї свідчить, що за умов домінування Голлівуду можливо створювати конкурентоспроможне національне кіно.

Мета дослідження. Метою дослідження є оцінка перспектив українського кінематографу в епоху голлівудської гегемонії через аналіз його впливу на світовий кінематограф, досвіду національних кінематографій Франції, Індії та Південної Кореї, а також сучасного стану українського кіно.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати економічні стимули Голлівуду, зокрема програми cash rebates і податкових пільг.
2. Дослідити французьку модель підтримки кіно через Національний центр кінематографії (CNC).
3. Проаналізувати індійський кінематограф (Боллівуд, Толлівуд, Сандалівуд, Коллівуд) як інструмент популяризації культури.
4. Проаналізувати механізм екранних квот у Південній Кореї.
5. Проаналізувати сучасний стан українського кіно, його виклики та перспективи, запропонувавши рекомендації для підвищення конкурентоспроможності українського кінематографу

Об’єкт дослідження. Об’єктом дослідження є сучасний стан українського кінематографу в умовах глобальних трансформацій індустрії та домінування Голлівуду на світовому кіноринку.

Предмет дослідження. Перспективи розвитку українського кінематографу в умовах голлівудської гегемонії, включаючи аналіз досвіду інших країн, державної підтримки та використання нових можливостей для підвищення конкурентоспроможності.

Методи дослідження.

- історико-аналітичний метод – для дослідження розвитку Голлівуду та українського кінематографу;
- порівняльний метод – для аналізу стратегій національних кінематографій Франції, Індії та Південної Кореї;
- економічний аналіз – для оцінки фінансових і комерційних аспектів кіноіндустрії;

Структура роботи. Загальний обсяг роботи складає 57 сторінок. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. СТАНОВЛЕННЯ ГОЛЛІВУДУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СВІТОВИЙ КІНЕМАТОГРАФ

1.1. Голлівуд як глобальний центр кіноіндустрії

Шлях Сполучених Штатів Америки до лідеру кінопрокату у всьому світі почався з технологічних інновацій кінця XIX століття, які зробили німе кіно популярним серед широкої аудиторії. У 1890-х роках Томас Едісон викупив технологію кінетоскоп - рання розробка кінематографа для демонстрації рухомих зображень, призначена для індивідуального перегляду через окуляр, на відміну від сучасного кінопроектора, який дозволяє колективний перегляд на екрані.[2]

У 1905 році в Піттсбурзі з'явилися перші Nickelodeon - доступні кінотеатри з квитками за 5 центів. Вони швидко стали популярними серед робітників та іммігрантів, що мотивувало американських кінематографістів до виробництва більшої кількості фільмів. У той час в Європі кіно вважалося мистецтвом для вузького кола глядачів, а США зробили ставку на доступність, що дало їм першу перевагу над конкурентами.[1]

Перша світова війна (1914–1918 рр.) пришвидшила розвиток американського кінематографа, а звукове кіно 1920-х років остаточно закріпило його домінування та лідерство. Європейське виробництво, зокрема французька компанія Pathé, скоротилося через війну, на той час усі ресурси спрямовувалися на військові потреби, а США почали активно просувати свої фільми за кордон: до Південної Америки, Австралії та інших регіонів. У цей період багато кінематографістів переїхали до Голлівуду, штат Каліфорнія, де сприятлива погода дозволяла знімати цілий рік, а віддаленість від східного узбережжя допомагала уникнути обмежень, накладених патентами Едісона та його Motion Picture Patents Company, яка контролювала обладнання в тому регіоні. У 1927 році студія Warner Bros. представила "Співака джазу" - перший фільм із синхронним поєднанням діалогів і музики, що стало важливим кроком у розвитку технологій і залучило більше глядачів не тільки у США, а й за кордоном. У 1935 році фільм "Беккі Шарп" став першим повнометражним

кольоровим фільмом у техніці Technicolor, що розширило технічні можливості американського кінематографа.[3]

Друга світова війна (1939–1945) значно посилила позиції Голлівуду як у світі, так і в межах американського кінематографа. У той час як європейське кіно зазнавало труднощів через повоєнну розруху й обмежені можливості для виробництва, Голлівуд, розташований у Каліфорнії й будучи лише частиною американської кіноіндустрії, використав цю ситуацію, заповнивши європейські екрани своїми фільмами. Під час війни студії активно підтримували воєнні зусилля США, створюючи пропагандистські стрічки за урядовими замовленнями, зокрема документальну серію Френка Капри "Why We Fight", яка роз'яснювала причини участі країни в конфлікті. На початку ХХ століття кіновиробництво в США не зводилося лише до Каліфорнії: у Нью-Йорку діяли студії Vitagraph і Biograph, що спеціалізувалися на німих фільмах, у Чикаго працювала Essanay, відома співпрацею з Чарлі Чапліном. Навіть у Флориді короткий час існував кіноосередок у Джексонвіллі в 1910-х роках Проте з 1920-х років голлівудські компанії, такі як MGM і Paramount, завдяки значним фінансовим і організаційним ресурсам, а також контролю над дистрибуцією, почали домінувати, поступово витісняючи виробництво в інших регіонах США.[3]

Після війни Голлівуд розширив вплив на ринки Великобританії, Франції, Західної Німеччини та Японії, скориставшись системою виробництва й прокату, відомою як студійна система. Ця система, що склалася ще в 1920–1930-х роках, забезпечувала перевагу як на міжнародному рівні, так і всередині країни, завдяки своїй ефективності. Вона засновувалася на вертикальній інтеграції, коли великі студії, такі як MGM, Paramount, Warner Bros., Universal і RKO, контролювали всі етапи створення фільмів: від виробництва й зйомок до дистрибуції та показу в кінотеатрах. Студії укладали довгострокові контракти з фахівцями, що дозволяло утримувати кадри й стабілізувати виробництво, а також володіли власними мережами кінотеатрів, гарантуючи прокат своїх фільмів у США та за кордоном через налагоджені міжнародні угоди. Ця модель підвищувала

ефективність, знижувала витрати й забезпечувала постійний випуск продукції, що зміцнювало лідерство Голлівуду до кінця 1940-х років. Проте в 1948 році антимонопольне рішення у справі змінило цю систему. Позов, ініційований урядом США в 1938 році, виник через скарги незалежних кінотеатрів і продюсерів на монополні практики студій, зокрема блокове бронювання. Ця практика полягала в тому, що студії змушували кінотеатри брати пакети з 10–20 фільмів, де разом із популярними стрічками подавалися менш якісні роботи. Наприклад, щоб отримати "Кінг Конга" від RKO, кінотеатри мусили брати й низькобюджетні фільми категорії В. Незалежні продюсери не могли пробитися через те, що їхні фільми не включали в пакети з популярними картинами. Верховний суд визнав це порушенням Акту Шермана - федерального закону США, прийнятого в 1890 році для боротьби з монополіями та захисту конкуренції в економіці, зобов'язавши студії продати кінотеатри. Це послабило їхній прямий контроль над прокатом, хоча Голлівуд зберіг вплив завдяки сильному виробництву, репутації та адаптації до нових умов.[3]

У 1950-х роках конкуренція з телебаченням, яка скоротила відвідуваність кінотеатрів, примусила шукати альтернативні шляхи для займання провідних позицій. Вони звернулися до технологічних інновацій, таких як Синемаскоп, розробленої на основі стандартної 35-мм кіноплівки. Ця технологія була представлена у фільмі "Тога" (1953), створеному 20th Century Fox, і створила ширший екранний формат, який перевершував телевізійний, повертаючи глядачів до кінотеатрів. [3]

У 1960-х і 1970-х роках рух "Новий Голлівуд" змінив індустрію: молоді режисери, такі як Френсіс Форд Коппола ("Хрещений батько", 1972) і Мартін Скорсезе ("Таксист", 1976), принесли авторське бачення, а Стівен Спілберг ("Щелепи", 1975) і Джордж Лукас ("Зоряні війни", 1977) започаткували еру високобюджетних блокбастерів, що поєднували творчість із комерційним успіхом.[3]

У 1980-х і 1990-х цифрові технології, зокрема комп'ютерна графіка (CGI), кардинально змінили кіновиробництво, встановивши нові стандарти

спецефектів. Цей період став переломним у розвитку CGI: якщо перше застосування технології в кіно датується 1958 роком, коли Джон Вітні використав аналоговий комп'ютер часів Другої світової війни для створення спіралі в титрах "Запаморочення" Альфреда Хічкока, то в 1980-х технологія почала набувати складності. Фільм "Трон" (1982) від Disney став одним із перших, де CGI зобразила віртуальний світ із 15 хвилинами комп'ютерної анімації, хоча ще з обмеженими можливостями. У 1990-х CGI досягла нового рівня: "Термінатор 2: Судний день" (1991) Джеймса Кемерона використав передові ефекти для створення рідкометалічного T-1000. Команда Industrial Light & Magic (ILM) витратила місяці на розробку сцен трансформації, які стали проривом завдяки реалістичним текстурам і плавним переходам. Наступним кроком став "Парк Юрського періоду" (1993) Стівена Спілберга, де ILM оживила динозаврів, інтегруючи 6,5 хвилин CGI з аніматронікою. Цей фільм задав стандарт для майбутніх блокбастерів, зробивши технологію невід'ємною частиною Голлівуду.[3]

Глобалізація перенесла зйомки до країн із нижчими витратами, таких як Канада та Східна Європа. У Канаді, яку часто називають "Голлівудом Півночі", зйомки стали привабливими через слабший канадський долар (близько 0,75 до долара США в 1990-х), що знижувало витрати на 25–30%, а також через щедрі податкові пільги. Такі міста, як Ванкувер і Торонто, пропонували розвинену інфраструктуру й кваліфікованих фахівців, що дозволяло знімати блокбастери дешевше, ніж у Лос-Анджелесі. У Східній Європі країни, як-от Угорщина, Чехія та Румунія, надавали фінансові пільги від 30% до 45%. Дешева робоча сила, доступні локації — від середньовічних замків до сучасних міст — і зростання професійних команд зробили ці регіони альтернативою дорогим ринкам США, скоротивши бюджети великих студій на мільйони доларів.[4]

У 2010-х роках стримінгові платформи, такі як Netflix і Amazon Prime, радикально змінили дистрибуцію голлівудських фільмів. Netflix, створений у 1997 році як сервіс прокату DVD, із 2007 року запустив стримінг, а в 2013 році представив власний проєкт 'Картковий будинок' із бюджетом \$100 млн на два

сезони. Завдяки цьому рішенню компанія вийшла за межі прокатних обмежень, піднявши кількість підписників із 20 млн у 2010 році до 167 млн у 190 країнах до 2019 року. Amazon Prime, запущений у 2005 році як сервіс підписки, із 2011 року розширився до стримінгу, а в 2016 році представив фільм 'Манчестер біля моря'. Ця стрічка здобула два 'Оскари' (Найкращий актор і сценарій), підтвердивши здатність стримінгових платформ досягати високої якості й визнання на одному рівні з кінотеатральними стрічками.[6]

Завдяки алгоритмам ці платформи пропонували персоналізований контент, прискорювали процес від виробництва до прем'єри - із місяців до кількох днів - і забезпечували студії інформацією про смаки аудиторії, як показали перегляди 'Роми' (2018), що здобула три 'Оскари' для Netflix. Голлівуд відреагував таким чином: Disney у 2019 році представив Disney+ із \$4,7 млрд на контент і такими проектами, як 'Мандалорець', а Warner Bros. співпрацював із Netflix для доступу до архівів, одночасно розробляючи HBO Max, запущений у 2020 році. Нова система дистрибуції дала Голлівуду змогу охопити мільярди глядачів без географічних бар'єрів, змінивши індустрію.[6]

Пандемія COVID-19, яка почалася в 2020 році, значно пришвидшила зміни в кіноіндустрії, спонукаючи студії пристосовуватися до нових реалій через закриття кінотеатрів, призупинення виробництва та перехід до гібридної моделі прокату. У березні 2020 року масове закриття кінотеатрів охопило весь світ: у Китаї під час новорічного сезону зупинили роботу всіх 70 000 залів, що коштувало \$2 млрд, а в Північній Америці вікенд 13–15 березня показав найнижчі доходи з 1998 року. Загальносвітові касові збори скоротилися з \$42,3 млрд у 2019 році до \$12 млрд у 2020 році, що дорівнює падінню на 72%. Водночас зупинка виробництва стала неминучою: зйомки масштабних проєктів, таких як 'Матриця 4' і 'Бетмен', зупинилися через карантинні заходи, а профспілки, зокрема SAG-AFTRA, розробили 36-сторінковий протокол безпеки з вимогами до тестування, ізоляції знімальних майданчиків і скорочення робочих змін до 10 годин. Через це терміни релізів були перенесені, а число театральних дебютів у США скоротилося з 987 у 2019 році до 387 у 2021 році. Студії, зокрема

Warner Bros., відреагували переходом до гібридного прокату: 'Дюна' (2021), яку спершу планували на грудень 2020 року, після кількох перенесень з'явилася 22 жовтня 2021 року одночасно в кінотеатрах і на HBO Max. Це рішення, ухвалене в грудні 2020 року для всіх релізів Warner Bros. 2021 року, викликало невдоволення режисерів, як-от Дені Вільнева, але дала змогу охопити домашню аудиторію за умов роботи кінотеатрів на 25–50% потужності. Гібридна модель скоротила 90-денний період ексклюзивності кінотеатрів до 31 дня, а з 2022 року — до 45 днів за угодою з Cineworld, демонструючи спроби студій поєднати безпеку, прибутковість і нові вподобання аудиторії.[7]

До 2024 року штучний інтелект став інструментом для створення сценаріїв, однак його впровадження в Голлівуді супроводжувалося значними суперечками, зокрема через страйки 2023 року. У травні 2023 року Гільдія сценаристів Америки (WGA) розпочала страйк, який тривав 148 днів — один із найдовших в історії індустрії, вимагаючи обмежень на використання ШІ для написання чи переписування сценаріїв і заборону тренування ШІ на творах сценаристів без їхньої згоди. У липні до них приєдналася Гільдія акторів (SAG-AFTRA), протестуючи проти можливого використання ШІ для створення цифрових копій акторів без належної компенсації чи дозволу, що тривало 118 днів. Ці "подвійні страйки", перші з 1960 року, зупинили виробництво сотень проєктів і коштували економіці Каліфорнії \$6,5 млрд. Угоди, досягнуті восени 2023 року, встановили правила: WGA домоглася, щоб ШІ залишався лише допоміжним інструментом — студії не можуть примушувати сценаристів його використовувати, а створені ШІ тексти не вважаються авторськими; SAG-AFTRA отримала гарантії "чіткої згоди" на цифрові репліки акторів і компенсацію за їхнє використання. Проте до 2024 року штучний інтелект широко використовувався в індустрії: Lionsgate разом із Runway застосовував ШІ для створення розкадровок і візуальних ефектів, тоді як Netflix спрямовував його на аналіз сценаріїв і персоналізацію контенту для глядачів. Голлівуд зберіг лідерство, інтегруючи цифрові технології та їх можливості у класичне виробництво.[8]

Хоча наприкінці 2024 року виробництво ненадовго поживалося, індустрія не повернула собі попередньої сили. Проекти дедалі частіше переносяться до регіонів із кращими фінансовими умовами, як-от Канада чи Джорджія, де доступні значні стимули й нижчі витрати, тоді як Каліфорнія поступово втрачає привабливість для студій. Фінансові ризики змушують студії, як-от Disney і Marvel, переглядати бюджети, скорочувати кількість проєктів і шукати баланс між дорогими театральними релізами та стримінговими платформами, адаптуючись до змін.

1.2. Американський кінематограф: не лише Голлівуд

Американський кінематограф виходить далеко за рамки голлівудської системи: незалежні студії, кінофестивалі і стримінгові сервіси, які разом створюють альтернативні шляхи для розвитку індустрії.

Незалежне кіно в США набирає обертів завдяки компаніям, що роблять ставку на оригінальність і свободу творчості. A24, заснована в 2012 році в Нью-Йорку Деніелом Кацем, Девідом Фенкелем і Джоном Ходжесом, стала лідером у сфері авторського кіно. Студія фокусується на проєктах із сильним режисерським баченням, часто ігноруючи комерційні компроміси. A24 уникає великих бюджетів, середня вартість їхніх проєктів рідко перевищує \$10 млн, але компенсує це сміливими маркетинговими стратегіями, як-от вірусні кампанії в соцмережах, що створюють ажіотаж серед молодшої аудиторії. У 2023 році студія досягла піку, ставши першою незалежною компанією, яка виграла "Оскар" в усіх чотирьох акторських категоріях за один рік завдяки "Все завжди й водночас" (2022), що зібрав понад \$140 млн у світовому прокаті. У 2024 році A24 підняла планку ще вище з "Бруталістом" - епічною драмою режисера Брейді Корбета із бюджетом близько \$10 млн. Фільм, що дебютував на Венеційському фестивалі й отримав "Срібного лева", отримав три "Оскар" і три "Золоті глобуси", укотре довівши здатність студії створювати резонансні роботи.[9]

Кінофестивалі в США відіграють вирішальну роль у підтримці й просуванні незалежного кінематографу, виступаючи платформами, які допомагають авторам уникати обмежень традиційної студійної системи й

знаходити свою аудиторію. Вони не лише сприяють дистрибуції, а й створюють середовище, де пріоритет віддається творчій цінності картини. Sundance Film Festival, що проводиться щороку в Парк-Сіті, штат Юта, з 1978 року є визнаним стартовим майданчиком для молодих режисерів і малобюджетних проєктів. Цей фестиваль, який у 2025 році відзначить свою 47-му річницю, щорічно презентує близько 120 повнометражних фільмів, із яких значна частка — дебютні роботи. Sundance став трампліном для такого режисера, як Квентін Тарантіно, чия картина "Скажені пси" (1992) отримала тут перше визнання перед світовим успіхом. Sundance не лише дає режисерам шанс заявити про себе, а й приваблює дистриб'юторів, таких як A24 чи Neon, які щороку купують права на десятки стрічок, забезпечуючи їхній вихід на широкий екран чи стримінгові платформи. Tribeca Film Festival, заснований у 2002 році в Нью-Йорку Робертом Де Ніро, Джейн Розенталь і Крейгом Хаткоффом після подій 11 вересня, зосереджується на підтримці незалежних авторів із акцентом на соціально значущі теми. У 2024 році фестиваль прийняв понад 600 заявок і показав 86 світових прем'єр.[10] Tribeca активно просуває режисерів, пропонуючи гранти через програми на кшталт AT&T Untold Stories. Програма AT&T Untold Stories щороку обирає одного переможця для отримання \$1 млн, а решта фіналістів отримують менші гранти, зазвичай \$10,000–\$15,000. Цей фестиваль надає прямий доступ до партнерства з платформами, як-от Apple TV+, які дедалі частіше купують права на фестиваліні хіти.[11]

Стримінгові платформи не лише змінюють способи дистрибуції, а й дозволяють експериментувати з форматами й темами, які раніше вважалися комерційно ризикованими. Apple TV+, приєднавшись до стримінгового ринку в 2019 році, зробив ставку на проєкти з відомими іменами. "Ірландець" (2019) Мартіна Скорсезе, гангстерська епопея тривалістю 209 хвилин із бюджетом \$159 млн, став одним із перших великих вкладень платформи. У головних ролях - Роберт Де Ніро, Аль Пачіно й Джо Пеші, а сюжет, заснований на книзі "Я чув, ти фарбуєш будинки", потребував значних витрат на цифрове омолодження акторів. Через тривалість і специфіку фільм мав обмежений прокат у 300

кінотеатрах протягом трьох тижнів, зібравши лише \$8 млн, але на Apple TV+ він став хітом, отримавши 10 номінацій на "Оскар". Цей кейс показав, як стримінг може врятувати проекти, які не вписуються в кінотеатральну модель, надаючи їм нове життя онлайн.[12]

Amazon Prime, у свою чергу, активно інвестує у фестивальні стрічки, перетворюючи їх на цифрові релізи. У 2024 році платформа придбала права на "My Old Ass" - комедію з Обрі Плаза, що дебютувала на Sundance і отримала позитивні відгуки.[13] Amazon також підтримує режисера Едді Альказар із його експериментальним фільмом "The Vandal" (2024), який після фестивального успіху вийшов на Prime Video, обійшовши широкий прокат.[14]

Таким чином, американське кіно поза межами голлівудської системи виявляє свою багатогранність і здатність до адаптації. Незалежні студії пропонують новаторські підходи, фестивалі відкривають можливості для нових талантів, а стримінгові платформи розширюють горизонти дистрибуції. Цей розвиток не тільки поглиблює різноманіття кінематографу США, а й визначає нові принципи для галузі, де ключовими стають творча самостійність і доступність для світової аудиторії.

1.3. Голлівудська економічна модель та міжнародний ринок

Економічна модель Голлівуду ґрунтується на комерційному успіху, глобальному охопленні та інноваціях у виробництві. Вона еволюціонувала від студійної системи, де великі студії контролювали виробництво, дистрибуцію та показ фільмів, до сучасної гібридної моделі, яка поєднує студійне виробництво, незалежні проекти, стримінгові платформи та міжнародне партнерство для максимізації прибутку та аудиторії.

Студійне фінансування кінематографу США базується на реінвестиціях доходів від продажів і дистрибуції, що підтверджують звіти Motion Picture Association за 2022 і 2023 роки.[15][16] Дохід від продажів, за даними Motion Picture Association, включає касові збори, продаж прав на дистрибуцію, цифрові транзакції та доходи від супутньої продукції. У 2021 році цей показник склав \$261 млрд[17], а у 2022 році зріс до \$279 млрд.[15] Для студій, таких як Disney

чи Warner Bros., ці кошти є основним джерелом фінансування нових проєктів, дозволяючи реінвестувати прибутки від успішних фільмів у виробництво наступних. За даними звітів Motion Picture Association за 2022 і 2023 роки, середній бюджет одного повнометражного фільму в США становить \$21.8 млн, що демонструє значні власні інвестиції студій у виробництво. Із цієї суми \$11.7 млн (понад 50%) спрямовується на оплату праці місцевих працівників, а решта - на послуги підрядників, включаючи оренду обладнання, транспорт і логістику. [15][16]

Стабільність цих показників у 2022 році, коли доходи індустрії склали \$261 млрд, і в 2023 році, коли вони зросли до \$279 млрд попри страйки WGA та SAG-AFTRA, підкреслює, що студії, такі як Disney чи Warner Bros., фінансують проєкти за рахунок реінвестування власних доходів від продажів і експорту. [15][16]

California Film and Television Tax Credit Program

Одним із джерел фінансування є податкові пільги California Film Commission. Відповідно до їхнього документу California Film and Television Tax Credit Program 3.0, який діє з 1 липня 2020 року до 30 червня 2025 року з бюджетом \$330 млн щорічно, метою програми є залучення та утримання кіновиробництва в Каліфорнії для створення робочих місць та економічного зростання.[18]

Кваліфікованими проєктами є телесеріали, пілоти, мінісеріали, незалежні та студійні фільми, які повинні витратити 75% бюджету або проводити 75% днів основних зйомок у Каліфорнії (дні основних зйомок у Каліфорнії не включають зйомки візуальних ефектів, сцен із діями та/або масовими сценами, які виконуються другою знімальною групою, каскадерами чи підрозділами візуальних ефектів.). Некваліфіковані проєкти включають анімацію, реаліті-шоу, документалістику та рекламу. [18]

Детальний розподіл категорій виглядає наступним чином: 40% (\$132 млн) — телепроєкти (серіали, пілоти, мінісеріали, бюджет від \$1 млн/епізод, тривалість 40+ хв), 35% (\$115.5 млн) — художні фільми (тривалість 75+ хв,

бюджет від \$1 млн), 17% (\$56.1 млн) — серіали, що релокуються (75% зйомок поза Каліфорнією в попередньому сезоні), 8% (\$26.4 млн) — незалежні фільми (бюджет від \$1 млн, до/понад \$10 млн витрат). [18]

Податкові кредити компенсують частину витрат: студійні проєкти (художні фільми, нові серіали, пілоти, мінісеріали) отримують 20% від кваліфікованих витрат (до \$100 млн), незалежні фільми та серіали, що релокуються, — 25%. Для незалежних фільмів кредит передаваний (можна продати чи передати іншим платникам податків Каліфорнії) і застосовується до витрат до \$10 млн; для серіалів, що релокуються, — непередаваний, до \$100 млн. Повторювані сезони серіалів отримують знижену ставку 20%. Наприклад, із \$10 млн кваліфікованих витрат незалежний фільм повертає \$2.5 млн, а студійний — \$2 млн. Кредити погашають податкові зобов'язання перед Каліфорнією, а передаваний кредит дозволяє залучити додаткове фінансування. [18]

Усі заявники мають право отримувати "доплати" – додатковий податковий кредит у розмірі 5% або 10%, якщо витрати здійснюються за наведених нижче умов. 5% за візуальні ефекти (VFX, якщо витрати на VFX у Каліфорнії \$10 млн або 75% від загальних витрат на VFX) для телепроєктів і художніх фільмів; 5% за зйомки поза зоною Лос-Анджелеса (оплата праці, оренда, логістика в інших регіонах Каліфорнії) для тих самих проєктів; 5–10% за залучення місцевої робочої сили (10% для студійних проєктів, 5% для незалежних і релокованих серіалів). Доплати підвищують загальний кредит до 30–35%, стимулюючи регіональне виробництво. [18]

Кваліфіковані витрати: зарплати технічних працівників, оренда обладнання, логістика, виробничі послуги в Каліфорнії. Некваліфіковані: гонорари продюсерам, сценаристам, акторам, маркетинг, дистрибуція, послуги поза штатом.[18] Із бюджету \$21.8 млн студія повертає \$4.36–5.45 млн, але програма поступається Джорджії чи Нью-Йорку через менший фонд і ставки.

Georgia Film Tax Credit

Джорджія пропонує одну з найпривабливіших програм податкових пільг у США для кіно- та телепроєктів, що значно знижує витрати студій на

виробництво. Програма, відома як 'Georgia Film Tax Credit', адмініструється Департаментом економічного розвитку Джорджії (Georgia Department of Economic Development, GDEcD) через Georgia Film Office та Департамент доходів Джорджії (Georgia Department of Revenue, GDOR). Вона пропонує базовий податковий кредит 20% на кваліфіковані витрати (зарплати, товари, послуги в Джорджії) за мінімальних витрат \$300,000 на рік. Ліміт зарплати для штатних працівників — \$1 млн на особу за проект; для позаштатних обмежень немає, але потрібне оподаткування в штаті. [19]

Додатковий бонус 10% (GEP Uplift, до 30% загалом) надається за просування Джорджії: логотип "Made in Georgia" у титрах і промоматеріалах або маркетингові заходи, затверджені GDEcD, які діють протягом усього життя проекту, починаючи з першого публічного показу. Бонус стимулює промоцію штату та залучення великих студій. [19]

Проект або сукупність проектів однієї компанії повинні витратити щонайменше \$300,000 у Джорджії за рік. Допускаються повнометражні фільми, телевізійні фільми, серіали, пілоти, рекламні ролики, музичні відео, що поширюються за межами штату. Проекти потребують сертифікації GDEcD через електронну заявку, подану до початку зйомок (для проектів із бюджетом до \$100 млн - не раніше ніж за 120 днів і не пізніше ніж через 7 днів після початку основних зйомок, понад \$100 млн - не раніше ніж за 180 днів і не пізніше ніж через 7 днів після початку зйомок). Зйомки починаються протягом 30 днів після сертифікації, інакше потрібні зміни заявки. [19]

Кредити безлімітні за сумою та строком дії, їх можна передати або продати. Після завершення проекту потрібен аудит GDOR для підтвердження витрат. Постпродакшн у Джорджії кваліфікується, але не витрати на розробку, маркетинг, права на історію та більшість гонорарів. [19] Із бюджету \$21.8 млн студія повертає до \$6.54 млн (30%), що значно зменшує власні витрати студій, дозволяючи інвестувати в більше проектів. Завдяки цій програмі Джорджія стала центром кіновиробництва, приваблюючи такі студії, як Marvel і Netflix.

New York State Film Tax Credit Program (Production)

Програма New York State Film Tax Credit Program, що адмініструється Empire State Development (ESD) через Governor's Office of Motion Picture & Television Development, є ключовим інструментом підтримки кіновиробництва в штаті Нью-Йорк. Її мета — залучення студій до зйомок у штаті, стимулювання економічного зростання та створення робочих місць у місцевих громадах. Ця ініціатива не передбачає прямих державних субсидій від федерального уряду США, але забезпечує значні фінансові стимули через податкові кредити, що знижують витрати великих студій, таких як Disney, Warner Bros. чи Paramount, на виробництво фільмів і серіалів. [20]

1. Структура податкового кредиту: базовий кредит - 30% від кваліфікованих витрат (зарплати технічних працівників, гонорари режисерів, акторів, продюсерів, витрати на обладнання, декорації, транспорт, оренду студій). Додатковий бонус 10% надається за оплату праці, якщо проект із бюджетом понад \$500,000 знімається в округах Upstate New York (поза столичним транспортним районом), підвищуючи кредит до 40%.

2. Фінансування та тривалість: програма має щорічний бюджет у розмірі \$700 млн, що забезпечує стабільне фінансування для кіноіндустрії. У 2023 році її дію було продовжено до 2034 року, що свідчить про довгострокову прихильність штату до підтримки кінопроектів.

3. Умови участі: допускаються повнометражні фільми, серіали, пілоти, ток-шоу. Проекти мають провести щонайменше один день зйомок у кваліфікованій студії (Qualified Production Facility, QPF). Для бюджетів до \$15 млн (рівень 1) - 75% витрат до постпродакшну в Нью-Йорку; для бюджетів понад \$15 млн (рівень 2) - 10% знімальних днів у QPF і 75% загальних витрат у штаті.

4. Додаткові особливості: постпродакшн у Нью-Йорку кваліфікується для 30% кредиту, але не поєднується з окремим постпродакшн-кредитом. Серіали, що переїжджають до Нью-Йорка з інших штатів чи країн, отримують до \$6 млн на переміщення обладнання та персоналу. З 2023 року ток-шоу мають 2-річний період виробництва замість 5, як це було раніше, а студії зобов'язані подавати

план найму різноманітної робочої сили з даними про гендер і етнічне походження працівників, що відображає соціальну відповідальність програми.

5. Процес отримання кредиту: Студія подає заявку з бюджетом і графіком через портал ESD, отримує умовний сертифікат, а після аудиту — остаточний кредит. У 2022 році “Saturday Night Live” і “Blue Bloods” отримали по \$20 млн. Із \$21.8 млн бюджету студія повертає \$6.54–8.72 млн (30–40%).

Отже, у Каліфорнії, яка історично була центром кіновиробництва, чинна програма виявилася недостатньо конкурентною порівняно з Джорджією та Нью-Йорком. У відповідь на це губернатор Гевін Ньюсом 27 жовтня 2024 року запропонував збільшити річний фонд пільг у Каліфорнії до \$750 млн, що стане частиною бюджету на 2025–2026 фінансовий рік (Screen Daily, 2024). За словами Ньюсома, це має зупинити відтік виробництва до інших штатів, де за останні роки Каліфорнія втратила значну частку зйомок, наприклад, через переїзд проєктів до Джорджії, яка у 2022 році видала \$1.3 млрд кредитів .[21]

Незалежні фільми в США фінансуються приватними інвесторами та продюсерськими компаніями через касові збори, продаж прав на дистрибуцію та передпродажі прав, які забезпечують банківські позики. Економічна модель Голлівуду спирається на реінвестування доходів від глобальних ринків, що дозволяє фінансувати нові проєкти. Приватне фінансування доповнюється співпрацею з іноземними партнерами, які надають інвестиції або доступ до місцевих ринків. Підвищення виробничих витрат спонукає студії залучати додаткові кошти, зокрема через спільне виробництво з іноземними партнерами. Така модель забезпечує фінансову гнучкість, але залежить від успіху на глобальних ринках і стабільного інвестиційного середовища.

РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНІ КІНЕМАТОГРАФІЇ У ПРОТИСТОЯННІ

ГОЛЛІВУДУ

2.1. Франція

Історичний розвиток французького кіно

Історія французького кінематографу розпочинається з моменту, коли два брати Люм'єри подали патент на свій кінематограф - пристрій, який не лише записував рухомі зображення на плівку, але й дозволяв проектувати їх на екран. Спочатку Люм'єри не мали уявлення, що робити зі своїм винаходом, але 22 березня 1895 року в Парижі для приблизно 200 членів «Товариства розвитку національної промисловості» був представлений їх перший фільм «Вихід робітників з фабрики». 28 грудня того ж року відбувся перший комерційний перегляд, на який було продано 35 квитків, цього та кількох інших фільмів у Салоні Індіан Гран-кафе на бульварі Капуцинів. Першою людиною, яка визнала кіно як нову самостійну форму мистецтва, був інший француз, Жорж Мельєс. У своїй спеціально побудованій кіностудії в Парижі він використав свій досвід сценічного фокусника, щоб створити кілька фільмів, найвідомішим з яких є «Подорож на місяць» (1902 рік), перший у світі науково-фантастичний фільм. Надзвичайно винахідливі фільми Мельєса виявилися феноменально успішними в усьому світі. Двоє інших французів, Шарль Пате та Леон Гомон заснували свої продюсерські та дистриб'юторські компанії Pathé та Gaumont (які й донині залишаються найважливішими у Франції). Леону Гомону пощастило мати у своєму штаті Алісу Гі, яка зняла близько 400 короткометражних фільмів у різноманітних жанрах між 1896 і 1920 роками і заслуговує на визнання не лише як перша у світі жінка-кінорежисер, але й як людина, яка винайшла кінорозповідь. У Пате колишній артист кафе Фердинанд Зекка прокладав собі шлях як режисер натуралістичних драм. Зекку запросили зняти найрозкішніші та найвишуканіші фільми компанії, найграндіознішим з яких був 44-хвилинний фільм «Життя та пристрасті Господа Ісуса Христа» (1903), який він зрежисував разом з іншим видатним діячем Pathé, Люсьєном Нонге. З 1904 року по 1911 рік студія Pathé Frères очолювала світове виробництво та дистрибуцію.[1]

У роки, що передували Першій світовій війні, Франція була домінуючим гравцем у кіноіндустрії, тоді як Америка дещо відставала. Початок війни в 1914 році змінив це: дефіцит плівки змусив уряд запровадити ембарго на комерційне кіновиробництво у Франції протягом усієї війни, що дозволило американцям вирватися на міжнародний кіноринок. До 1919 року французька кіноіндустрія перебувала в жалюгідному стані, французькі фільми складали менше 20 відсотків касових зборів. У 1928 році Франція запровадила квоту 1:7, яка вимагала показувати один французький фільм на кожні сім імпортованих, щоб захистити місцеву індустрію від домінування американських стрічок у прокаті.

[1]

У 1920–1930-х роках Жак Фейдер і Жан Віго започаткували поетичний реалізм, а Жан Ренуар зняв шедеври ‘Велика ілюзія’ (1937) і ‘Правила гри’ (1939). Початок війни у вересні 1939 року та капітуляція Франції перед нацистською Німеччиною у червні 1940 року призвели до зупинки комерційного кіновиробництва у Франції. Німеччина заснувала компанію Continental-Films, яка нібито перебувала під німецьким контролем, хоча кінорежисерам і сценаристам була надана значна свобода дій, якою деякі тонко користувалися для вираження антинацистських настроїв. Компанія «Continental» між 1941 і 1944 роками випустила тридцять повнометражних фільмів.[1]

Рік, що настав після звільнення Франції союзниками у 1944 році, ознаменував початок періоду повоєнної економії у Франції. Через суворе обмеження виробництва плівки та електроенергії кіновиробництво швидко занепало, а 1944 рік ознаменувався найнижчою точкою у французькому кіновиробництві: загалом було випущено близько двадцяти повнометражних фільмів. Труднощі тривали ще кілька років, але, незважаючи на це, французька кіноіндустрія незабаром змогла знову стати на ноги. 1946 рік ознаменувався проведенням першого Каннського кінофестивалю, який став одним з провідних світових кінофестивалів, та заснуванням Національного центру кінематографії (CNC), створеного з подвійною метою збереження французького кіно минулого та підтримки кіно майбутнього. Угода Блюма-Бірнса, підписана 28 травня 1946

року між Францією та США, скасувала квоти на імпорт американських фільмів, дозволяючи їх необмежений прокат у Франції в обмін на списання боргів. Це призвело до напливу голлівудських стрічок, які зайняли до 80% ринку, викликавши протести французьких кінематографістів. У відповідь Франція посилила протекціонізм через Національний центр кінематографії (CNC), відновивши підтримку місцевих фільмів шляхом податків і субсидій.[1]

У 1950-х журнал *Cahiers du cinéma* сприяв появі Нової хвилі. Жан-Люк Годар (На останньому подиху, 1960) і Франсуа Трюффо (400 ударів, 1959) стали її ключовими постатями. У 1960–1970-х популярність здобули комедії з Луї де Фюнесом (Велика прогулянка, 1966) та кримінальні фільми, як Ріфіфі (1955). У 1990-х Люк Бессон (Леон, 1994) і Жан-П'єр Жене (Амелі, 2001) досягли світового визнання. Фільм 'Амелі' зібрав \$174 млн глобально, ставши найкасовішим французьким фільмом у США (\$33 млн). У 2000 році Філіпп Бінан здійснив першу в Європі цифрову кінопроекцію в Парижі за технологією DLP CINEMA від Texas Instruments. У 2000 році Філіпп Бінан здійснив першу в Європі цифрову кінопроекцію в Парижі (технологія DLP CINEMA). У 2008 році Маріон Котійяр отримала Оскар за роль Едіт Піаф у Житті у рожевому, ставши першою актрисою, нагородженою за франкомовну роль. Фільм 'Між стінами' (2008) виграв Золоту пальмову гілку в Каннах.[1] У 2010 році Про людей і богів про вбивство монахів в Алжирі отримав Гран-прі Канн і зібрав \$43 млн у світі. У 2011 році Артист (реж. Мішель Азанавічус) – чорно-білий німий фільм – виграв Оскар за найкращий фільм, а Жан Дюжарден отримав Оскар за найкращу чоловічу роль; касові збори склали \$133 млн. Того ж року Недоторканні стали другим за відвідуваністю фільмом в історії Франції (17,5 млн глядачів після 10 тижнів) і зібрали \$426 млн у світі. У 2012 році французькі фільми досягли рекордних 226 млн глядачів у світі (\$1,9 млрд), з них 144 млн за межами Франції (\$1,2 млрд), завдяки Викраденій 2, Недоторканним і Артисту.[22]

Франкомовне кіно посіло 4-те місце за відвідуваністю після англійської, гінді та китайської мов. Того ж року Universal Pictures через Illumination Entertainment придбала французьку студію Mac Guff, яка створила анімаційні

хіти Лоракс і франшизу Нікчемний я. У 2015 році Франція встановила рекорд, випустивши 300 повнометражних фільмів, і продала 106 млн квитків за кордоном (€600 млн), причому Викрадена 3 зібрала €261,7 млн, а Китай став найбільшим ринком (14,7 млн глядачів). Американські фільми займали лише 44,9% ринку Франції у 2014 році завдяки силі місцевих стрічок. Французьке кіно продовжувало зберігати вплив. Каннський фестиваль регулярно відзначав французькі роботи: Жульєт Бінош (Сертифікована копія, 2010), Матьє Амальрік (На гастролях, 2010) і Поліція (2011) здобули нагороди. У 2020-х Франція залишалася лідером європейського кіновиробництва, поєднуючи комерційний успіх із художніми експериментами. Сучасні режисери, як Валерія Бруні-Тедескі та Олів'є Ассаяс, інтегрували інтелектуальне кіно з масовим, а такі стрічки, як Портрет дівчини у вогні (2019, реж. Селін С'ямма), підтвердили глобальний вплив французького кінематографу.[22]

Отже, з історичного екскурсу ми можемо побачити, що французький кінематограф за свою історію вже неодноразово протистояв Голлівуду. Значною мірою допомагає конкурувати із американським кінематографам державна підтримка, а зокрема національний центр кінематографії та анімації (CNC – Centre National du Cinéma et de l'Image Animée). CNC виконує шість основних функцій: регулювання, підтримка економіки кіно, промоція, збереження кінематографічної спадщини, міжнародна співпраця та класифікація фільмів.

Система підтримки та фінансування: CNC як приклад ефективної інституції

Національний центр кінематографії та анімаційних фільмів, створений законом від 25 жовтня 1946 року, є державним адміністративним органом зі статусом юридичної особи та фінансовою автономією. Підпорядкований Міністерству культури, CNC діє відповідно до Розділу I Кодексу кінематографії та анімаційного зображення. [23]

Формування бюджету CNC: правові основи

Відповідно до статті L114-1 Кодексу кінематографії та анімаційного зображення ресурси Національного центру кіно та анімаційного зображення

включають, зокрема: кошти, отримані від податків, а також, у відповідних випадках, надходження від відповідних податкових штрафів; надходження від зборів, які він отримує за виконання свого завдання щодо ведення кіно- та аудіовізуальних реєстрів; надходження від фінансових санкцій; погашення позиків та авансів; кредити; субсидії від держави або місцевих органів влади. [24]

Стаття L115-1 Кодексу кінематографії та анімаційного зображення встановлює повноваження CNC щодо встановлення, стягування та контролю податків, які стосуються кінематографічної та телевізійної діяльності. Згідно з цією статтею, CNC адмініструє шість видів податків: податок на кінематографічні видовища; податок на телевізійні послуги; податок на телевізійну рекламу та інші ресурси, пов'язані з розповсюдженням телевізійних послуг; податок на ліцензію на кінематографічну експлуатацію; податок на дозвіл на експлуатацію кінотеатру; податок на виробництво та розповсюдження кінематографічних творів. [24]

Ці податки спрямовані на регулювання діяльності кінотеатрів, телевізійних компаній, продюсерів і дистриб'юторів, забезпечуючи стабільне джерело фінансування для CNC та кінематографічної галузі загалом.

Стаття L116-1 визначає джерела фінансування CNC, вказуючи перелік податків, надходження від яких спрямовуються до цього органу. На відміну від статті L115-1, яка зосереджується на адміністративних функціях, стаття L116-1 охоплює ширший спектр податків, які формують бюджет CNC. Зокрема, вона включає: податок на кінематографічні вистави; податок на відеограми; податок на телевізійні послуги; податок на послуги доступу до аудіовізуального контенту; податок на телевізійну рекламу та інші ресурси; податок на рекламу, що розповсюджується шляхом надання послуг з доступу до аудіовізуального контенту; податок на прокатне посвідчення кінематографічних фільмів; податок на дозвіл на здійснення діяльності прокатника і розповсюджувача кінематографічних фільмів; податок на виробництво та розповсюдження кінематографічних творів. [24]

Таким чином, стаття L116-1 забезпечує фінансову основу для діяльності CNC, дозволяючи спрямовувати отримані кошти на підтримку виробництва, дистрибуції та просування кінематографічних і аудіовізуальних творів.

Стаття L115-3 Кодексу кінематографії та анімаційного зображення визначає, що бухгалтер CNC виконує завдання зі стягнення податків, передбачених статтею L115-1, відповідно до Податкового кодексу. [24]

Окрім податків, фінансування Національного центру кінематографії та анімаційного зображення (CNC) забезпечується додатковими джерелами доходів, передбаченими статтею L116-5 Кодексу кінематографії та анімаційного зображення. Ця стаття встановлює основні категорії надходжень, які спрямовуються до CNC для підтримки кінематографічної та аудіовізуальної індустрії, а саме: надходження від відшкодування авансів, виданих до 1 січня 1996 року на виробництво кінематографічних творів, та, у відповідних випадках, надходження від ліцензійних платежів, що сплачуються бенефіціарами цих авансів; надходження від додаткового внеску видавців телевізійних послуг; надходження від фінансових санкцій, накладених Органом регулювання аудіовізуальної та цифрової комунікації на видавців телевізійних послуг, які підпадають під дію Розділів II та III Закону № 86-1067 від 30 вересня 1986 року про свободу комунікації. [24]

Якщо стаття L116-1 зосереджена на податкових надходженнях, то L116-5 охоплює неподаткові джерела, такі як повернення авансів, внески телевізійних компаній і штрафи. Це дозволяє CNC диверсифікувати фінансові потоки, що є важливим для стабільності та гнучкості у підтримці кінематографічних і аудіовізуальних проєктів.

Стаття L421-1 визначає перелік зобов'язань, невиконання яких може призвести до адміністративних санкцій. Ці зобов'язання стосуються різних аспектів діяльності в кінематографічній та аудіовізуальній сфері, зокрема: невиконання правил щодо фінансової допомоги від Національного центру кінематографії; недотримання вимог до експлуатації кінотеатрів; порушення положень статей затвердження кінематографічних розважальних закладів;

порушення положень статей щодо угод і зобов'язань із програмування фільмів; порушення положень статей, що стосуються затвердження пакетів доступу до кінотеатрів, які дають право на багаторазові відвідування; порушення положень статей, що стосуються контролю за відтворенням кінематографічних творів у закладах кінематографічних показів; порушення положень статей, що стосуються умов надання прав на кінематографічне виконання; невиконання обов'язків зі сплати внесків на цифрове обладнання кінотеатрів та передачі даних; неподача виробничих чи операційних звітів, а також документів для аудиту; порушення обов'язкових професійних угод чи декретів; порушення правил організації кінопоказів; недотримання вимог до декларування діяльності відео-видавничих компаній; порушення положення статті, що стосується складання та передачі виробничого рахунку, положення статей, що стосуються складання та передачі операційного рахунку, а також положення статей, що стосуються передачі документів та записів, корисних для проведення аудиту, а також текстів та рішень, прийнятих для їх застосування; порушення положення професійної угоди. [24]

Стаття L421-1 підкреслює комплексний підхід Франції до регулювання кінематографії, поєднуючи фінансову підтримку з жорстким контролем. Адміністративні санкції діють як превентивний механізм, що сприяє дотриманню законодавства суб'єктами галузі. Це дозволяє CNC не лише фінансувати проекти, але й забезпечувати справедливий розподіл ресурсів і захист інтересів усіх учасників ринку. [24]

Стаття L421-2 встановлює, що адміністративні санкції, передбачені статтею L422-1, можуть бути застосовані до таких суб'єктів: фізичні особи, на яких поширюються зобов'язання Кодексу кінематографії та анімаційного зображення. Юридичні особи, на яких поширюються зобов'язання цього кодексу, їхні юридичні або фактичні директори та фізичні чи юридичні особи, які контролюють їх у значенні положень статті L233-3 Комерційного кодексу. [24]

Стаття L114-2 зобов'язує CNC щороку готувати звіт, який містить:

прогнозовані надходження від податків, зборів та інших джерел доходів, які CNC стягує або які йому розподіляються відповідно до положень Кодексу кінематографії та анімаційного зображення:

використання зазначених фінансових ресурсів, що відображає напрями витрат CNC на підтримку кінематографічної та аудіовізуальної індустрій.

Цей звіт надсилається до Парламенту одночасно з проектом законопроекту про фінанси на рік. [24]

Отож, правова основа формування бюджету Національного центру кінематографії та анімаційного зображення (CNC) ґрунтується на положеннях Кодексу кінематографії та анімаційного зображення, які регулюють адміністрування податків, надходження від неподаткових джерел і механізми контролю. CNC має повноваження стягувати податки, а також отримувати кошти від штрафів, внесків телекомпаній і повернення авансів. Адміністративні санкції за порушення зобов'язань забезпечують фінансову дисципліну та додаткові надходження. Прозорість використання коштів гарантується через щорічну звітність перед Парламентом. Ця система створює стабільну основу для фінансування індустрії Франції.

Фінансова допомога

Стаття D311-1 встановлює, що загальні умови надання фінансової допомоги від CNC визначаються радою директорів CNC у документі «Загальні положення про фінансову допомогу». Ці положення публікуються в Офіційному віснику Французької Республіки після набуття чинності та відтворюються в Кодексі кінематографії та анімації, забезпечуючи прозорість і регулювання фінансування. [24]

Стаття D311-2 визначає, що автоматична фінансова допомога від CNC надається особам, які відповідають встановленим умовам. Допомога може зараховуватися на номінальний рахунок для подальшого інвестування або виплачуватися як прямі субсидії, сприяючи підтримці кінематографічної діяльності.

Стаття D311-3 регламентує надання вибіркової фінансової допомоги від CNC, яка виділяється після розгляду та оцінки поданого запиту, дозволяючи підтримувати проекти на конкурсній основі, зокрема дебютні, артхаусні чи міжнародні фільми. [24]

Стаття L251-12 Кодексу кінематографії та анімаційного зображення Франції встановлює, що дистриб'ютор або уповноважений продюсер, зобов'язаний протягом 3 місяців після отримання проекту аудиторського звіту передбаченого статтею L251-11 подати письмові зауваження до CNC. Це забезпечує контроль і прозорість у фінансовій звітності аудіовізуальних проєктів, що підтримуються CNC.

За даними CNC, служба фінансування допомагає підприємствам у сфері аудіовізуального виробництва залучати кошти через різні механізми, включаючи приватні інвестиції, банківські кредити, державну підтримку, краудфандинг, меценатство, податкові пільги, а також через спеціалізовані установи, такі як SOFICA, IFCIC, Bpifrance та ініціативи French Touch. [23]

SOFICA – це інвестиційні компанії для збору приватних коштів, спрямованих виключно на фінансування кіно- та аудіовізуального виробництва. Ініціаторами SOFICA виступають професіонали кіноіндустрії або представники банківсько-фінансового сектору. [23]

IFCIC, заснований у 1983 році, – кредитна установа, що фінансує культурний та креативний сектори. За підтримки CNC сприяє доступу до банківських кредитів, надаючи банківські гарантії та кредити. [23]

Bpifrance підтримує підприємства на всіх етапах розвитку, надаючи кредити, гарантії, допомогу в інноваціях та власний капітал, сприяючи реалізації державних і регіональних політик. [23]

La French Touch, за підтримки інструментів Bpifrance, пропонує підприємствам культурних і креативних індустрій рішення для фінансування та супроводу (гарантії, інновації, інвестиції, міжнародний розвиток), щоб допомогти реалізувати їхні амбіції. [23]

Важливо зауважити, що стаття L251-1 Кодексу кінематографії та анімаційного зображення Франції, зобов'язує виконавчого продюсера аудіовізуального твору, який отримує фінансову підтримку від CNC, скласти звіт про виробництво протягом 6 місяців після завершення проєкту. Звіт, що включає витрати на підготовку, виробництво, постпродакшн, кінцеву вартість та джерела фінансування, передається співпродюсерам, інвесторам, телевізійним видавцям, авторам і особам із часткою в доходах за умови амортизації витрат. [24]

На сайті CNC представлено широкий спектр програм фінансування, які можна класифікувати за кількома категоріями. За етапом проєкту поділ йде на наступні програми: розробка (Développement), написання сценарію (Ecriture), вивчення доцільності (Faisabilité), інвестування (Investissement), копродукція (Coproduction), виробництво (Production), монтаж (Edition), реалізація проєкту (Réalisation du projet), дистрибуція (Distribution), експлуатація (Exploitation). За типом проєкту: повнометражний фільм (Long métrage), документальний фільм (Documentaire), художній фільм (Fiction), анімація (Animation), короткометражний фільм (Court métrage), перший повнометражний фільм (1er long métrage), спільна продукція (Opération collective), програма короткометражних фільмів (Programme de courts métrages), серіал (Série), технічний проєкт (Projet technique). За типом заявника: продюсер (Producteur), дистриб'ютор (Distributeur), прокатник (Exploitant), автор (Auteur), режисер (Réalisateur), компанія (Société), асоціація (Association), власник кінотеатрів (Propriétaire de salles), агент з міжнародних продажів (Agent de vente international), автор-режисер (Auteur-réalisateur). За сектором: кіно (Cinéma), аудіовізуальний (Audiovisuel), мультисекторальний (Multi-sectoriel), короткометражний фільм (Court métrage), міжнародний (International), відеоігри (Jeu vidéo), технічні інновації в індустрії (Industries techniques innovation), цифрова творчість (Création numérique), відео та відео на замовлення (Vidéo et VàD), кінематографічна спадщина (Patrimoine cinématographique). За типом допомоги: вибіркова допомога (Aide sélective), автоматична допомога (Aide automatique), конкурс проєктів (Appel à projets), ініціатива (Démarche),

податковий кредит (Crédit d'impôt), бонус на вибірккову допомогу (Bonus sur aide sélective), приватне фінансування (Financement privé), субсидія (Subvention). [23]

У 2024 році було затверджено 309 фільмів, що є другим найвищим показником в історії після 2021 року, коли затвердили 340 фільмів – рекордного року відновлення після кризи у сфері охорони здоров'я. Також у тому самому році в прокаті сумарно було показано 744 фільми, з яких 401 – французькі, а 95 – американські. Відповідно до звіту CNC за 2024 рік, французькі фільми зайняли 44,8% ринку прокату — це третій найвищий показник із 1985 року. Натомість американські фільми отримали 36,3% ринку, що є найнижчим показником із 1983 року.[25]

Згідно зі звітом CNC, у 2024 році 75,9% користувачів V&DA (Vidéo à la Demande) у Франції надавали перевагу Netflix як основній платформі, що свідчить про її домінування на ринку. Друге та третє місця за популярністю посідають Prime Video та Disney+ відповідно. На всіх трьох платформах американський контент має вищу помітність, але Disney+ вирізняється найменшою різницею між американським і французьким контентом. Лідери серед французьких стримінгових платформ: myCANAL/Canal+ Séries та TF1+ Premium. [25] Стримінгові платформи, які працюють у Франції, також сплачують податок для CNC, а з 2021 року мають додаткові зобов'язання. У Франції податок на розповсюдження аудіовізуального контенту, відомий як *taxe sur les services de vidéo à la demande*, регулюється Кодексом про кіно та анімаційне зображення. Він застосовується до платних і безкоштовних стримінгових послуг, що надають доступ до кінематографічного чи аудіовізуального контенту. Податок стягується з компаній, зареєстрованих у Франції чи за її межами, на основі доходів від продажів, підписок або реклами, за винятком ПДВ. Стандартна ставка становить 5,15%, але підвищується до 15% для порнографічного контенту чи матеріалів, що підбурюють до насильства. Кошти спрямовуються до Національного центру кінематографії та анімаційного зображення (CNC) для підтримки французької кіноіндустрії.[24]

Незважаючи на виклики, спричинені домінуванням Голлівуду у різні періоди історії, французьке кіно зуміло зберегти свою унікальність і вплив завдяки державній підтримці, зокрема через Національний центр кінематографії та анімації (CNC). Система фінансування, що базується на податках, субсидіях, кредитах і приватних інвестиціях, забезпечує стабільність галузі та сприяє створенню різноманітного контенту. У 2024 році французьке кіно продемонструвало вражаючі результати, скоротивши частку американських фільмів до найнижчого показника з 1983 року. Це свідчить про ефективність державної підтримки та здатність національної кіноіндустрії конкурувати з Голлівудом. Водночас стримінгові платформи, хоча й домінують на ринку, але підпадають під регулювання CNC, що забезпечує додаткові надходження для підтримки місцевого кінематографа. У майбутньому державна підтримка залишатиметься основою конкурентоспроможності французького кіно, дозволяючи поєднувати комерційний успіх із творчими інноваціями.

2.2 Індія

Регулювання та структура індійського кінематографу

Міністерство інформації та мовлення Індії – це основний урядовий орган, який відповідає за регулювання медіа, включно з кінематографом, телебаченням і радіо. Кінематограф Індії регулюється кількома ключовими організаціями, а саме: Центральна рада з сертифікації фільмів (CBFC), Апеляційний трибунал із сертифікації фільмів (FCAT), Національна корпорація розвитку кіно (NFDC), Інститут кіно і телебачення Індії (FTII) та Інститут імені Сат'яджити Рая (SRFTI). Ці органи разом забезпечують регулювання, підтримку та промоцію індійського кінематографу.[26]

Індійське кіно складається з багатомовного та багатоетнічного кіномистецтва, кожна з яких зосереджена на виробництві фільмів певною мовою, такою як хінді , телугу , тамільська , малаялам , каннада , бенгальська , маратхі , гуджараті , панджабі , бходжпурі , ассамська , одія та інші. Основними центрами кіновиробництва по всій країні є Мумбаї , Хайдарабад , Ченнаї , Колката , Кочі , Бангалор , Бхубанешвар - Каттак та Гувахаті . Індійське кіно, однак, є загальним

терміном, що охоплює кілька кіноіндустрій, кожна з яких створює фільми своєю мовою та демонструє унікальні культурні та стилістичні елементи.[26]

Центральна рада з сертифікації фільмів (CBFC) у 2022 році сертифікувала 2886 повнометражних фільмів, а у 2023–2024 роках зареєструвала 16 280 стрічок, охоплюючи всі регіони Індії — від Боллівуду до Толлівуду. Завдяки масштабному виробництву, що включає як центральні, так і регіональні кіноіндустрії, індійське кіно конкурує з Голлівудом, пропонуючи глядачам широкий вибір місцевих фільмів. [27]

Боллівуд: глобальний феномен

Термін «Боллівуд» часто помилково застосовують до всього індійського кінематографу, хоча він конкретно позначає кіноіндустрію мовою хінді, зосереджену в Мумбаї (раніше Бомбей). Назва утворилася від поєднання слів «Бомбей» і «Голлівуд». Історія індійського кіно розпочалася з першого повнометражного фільму «Раджа Харішчандра» (1913) Дадасахеба Фалке, а справжнім проривом став перший звуковий фільм «Алам Ара» (1931), який започаткував традицію музичних номерів — ключовий елемент боллівудських стрічок. Після здобуття Індією незалежності в 1947 році боллівудські фільми відображали патріотизм, оптимізм і виклики перехідного періоду, що ознаменувало початок «Золотого віку» (1940-1960-ті роки). У цей час кіно стало інструментом державотворення, презентуючи незалежну Індію світові. Фільм «Мати Індія» (1957) здобув першу для Індії номінацію на «Оскар» у категорії найкращого іншомовного фільму. У 1970-х з'явився жанр «масала» — яскраві фільми, що поєднували драму, екшен, романтику та музику. Культовим прикладом став «Шолай» (1975), який залишався найкасовішим боллівудським фільмом майже два десятиліття.[28]

Сучасний Боллівуд зберігає традиційні елементи масала, такі як музичні номери та харизматичних персонажів, але також звертається до актуальних соціальних тем, зокрема прав ЛГБТК+, гендерної рівності та наслідків пандемії COVID-19. Хоча Індія залишається головним ринком, боллівудські фільми здобувають популярність у всьому світі. Попри менші касові збори порівняно з

Голлівудом, Боллівуд випускає значно більше фільмів щороку. Боллівуд відіграє ключову роль у формуванні національної ідентичності Індії. Як зазначив економіст Мегнад Десаї, через кіно Індія розповідає свою історію — від боротьби за незалежність до прагнення бути єдиною та помітною у світі.[29] У самій Індії Боллівуд уособлює дух нації, відображаючи її цінності, мрії та традиції. Закордоном ці фільми стають м'якою силою, популяризуючи індійську музику, моду й культуру, завдяки чому світ по-новому відкриває Індію.[28]

Толлівуд, Сандалвуд, Коллівуд: регіональні кінематографи

Толлівуд, другий за величиною сегмент індійської кіноіндустрії, зосереджений на фільмах мовою телугу, якою розмовляють у штатах Андхра-Прадеш і Телангана. Його центр - район Фільм Нагар у Хайдарабаді. Історично відомий міфологічними стрічками, натхненними індуїстською культурою, сучасний Толлівуд вирізняється технічними інноваціями, зокрема у візуальних ефектах і кінематографії. Фільм «Баахубалі 2» (2017) режисера С. С. Раджамулі став одним із найдорожчих і найкасовіших в історії Індії, встановивши рекорд за кількістю переглядів серед індійських фільмів ХХІ століття та зміцнивши репутацію Толлівуду як лідера в інноваціях.[30]

Сандалвуд (або Чанданавана) - кінематограф мовою каннада, поширений у штаті Карнатака, з центром у районі Ганді Нагар міста Бенгалуру. Він здобув світову популярність завдяки серії «K.G.F.» (2018–2022) режисера Прашанта Ніла. «K.G.F.: Chapter 1» (2018) за участю актора Яша став першим фільмом каннада, який зібрав 2,5 мільярда рупій у прокаті, а його продовження, «K.G.F.: Chapter 2» (2022), з рекордними зборами понад 10 мільярдів рупій, стало найкасовішим фільмом каннада в історії. Ці епічні стрічки про боротьбу за владу в Коларських золотих копальнях поєднують вражаючі візуальні ефекти, потужну музику та динамічні сцени, популяризуючи культуру Карнатаки на стримінгових платформах. Успіх «K.G.F.: Chapter 2» приніс франшизі міжнародну аудиторію, а третя частина анонсована на 2025 рік.[31]

Коллівуд - один із найбільших сегментів індійської кіноіндустрії, що створює фільми тамільською мовою, якою розмовляють у штаті Тамілнад. Назва

походить від району Кодамбакам у Ченнаї, де розташовані численні кіностудії, та слова «Голлівуд». Коллівуд відомий історичними й соціальними сюжетами. Сучасний блокбастер «Поннін Селван: Частина 1» (2022) режисера Мані Ратнама зібрав понад 5 мільярдів рупій у світовому прокаті, а права на цифрову трансляцію придбав Amazon Prime Video за 15 мільйонів доларів США. Цифрова прем'єра відбулася 4 листопада 2022 року тамільською мовою з дубляжем на телугу, малайялам і каннада, а версія хінді вийшла 26 листопада. Коллівуд популяризує тамільські традиції, мову та мистецтво, конкуруючи з голлівудськими фільмами на глобальній арені.[32]

Толлівуд, Сандалвуд і Коллівуд є потужними складовими індійської кіноіндустрії, що доповнюють Боллівуд і формують різноманітність національного кінематографу. Разом вони популяризують регіональні мови, традиції та мистецтво на глобальному рівні через міжнародний прокат і стримінгові платформи, сприяючи зміцненню культурної ідентичності Індії та її позицій у світовій кіноіндустрії.

Музика, як невід'ємна частина індійського кіно

Музика є серцем індійської кіноіндустрії, нерозривно пов'язаним із культурною Індією. Індійська музична індустрія значною мірою складається з саундтреків до індійських фільмів, на які припадає майже 80% музичних доходів країни. Пісенні номери, як правило, включають складну хореографію та яскраві візуальні ефекти, що робить їх популярними на стримінгових платформах і в соціальних мережах, таких як Instagram і TikTok. Пісні не лише просувають сюжет, розкриваючи думки чи мотивацію персонажів, а й можуть бути поворотними моментами історії. Наприклад, пісня «Naatu Naatu» з фільму «RRR» (2022) здобула «Оскар» у 2023 році, підкоривши світову аудиторію. У Боллівуді музика символізує людяність: головні герої співають, тоді як лиходії - ні.[33]

Музика хінді-фільмів має значний вплив на глобальну культурну сферу. У Великій Британії пісні з хінді-фільмів транслюються на радіостанціях, присвячених азійській музиці, та звучать у ресторанах, а адаптація фільму «Nim

«Aarke Hain Koun..!» у мюзикл «Fourteen Songs» авторства Судхи Бхучар здобула визнання серед аудиторії. Вплив хінді-кіно простежується у творчості режисера База Лурмана, який використав композицію «Chamma Chamma» Ану Малика для створення треку «Hindi Sad Diamonds» у фільмі «Мулен Руж!». У Франції боллівудські мотиви використано в творчості гурту Les Rita Mitsouko та співака Паскаля, який популяризував хінді-пісні через кавер-версії. У Нігерії музика бандірі, що поєднує суфійські тексти з боллівудським стилем, здобула популярність серед молоді, а в Карибському регіоні хінді-музика сприяла формуванню жанру «чатні-музика». [33]

Музика Боллівуду відображає суспільні зміни, від боротьби за незалежність до сучасних викликів, формуючи індійську ідентичність. Вона є невід'ємною частиною фестивалів, весіль і свят, долаючи мовні бар'єри. Завдяки цифровій революції та глобалізації музика Боллівуду продовжує об'єднувати людей і впливати на світову культуру.

Стримінгові платформи

За останнє десятиліття Індія пережила справжню революцію у сфері розваг завдяки стрімкому розвитку потокових платформ. Такі гіганти, як Netflix, Amazon Prime Video та Disney+ Hotstar, разом із місцевими платформами, такими як Zee5 і TVF Play, кардинально змінили способи споживання контенту. Доступ до високошвидкісного інтернету, зростання кількості користувачів мережі (707 мільйонів у 2023 році та 900 мільйонів у 2024 році, за даними «Звіту про Інтернет в Індії за 2023 та 2024 роки») та зручність цифрових платежів сприяли стрімкому зростанню потокових сервісів. Ці платформи не лише надали глядачам доступ до величезних бібліотек контенту, але й вплинули на поведінку аудиторії, стимулюючи попит на регіональний і нішевий контент. Локдауни, спричинені COVID-19, посилили цю тенденцію, зробивши стримінгові сервіси основним джерелом розваг, у той час як кінотеатри зазнавали занепаду через карантинні обмеження.[34]

Цифрова трансформація стимулювала попит на регіональний і нішевий контент. Кінематографісти експериментують із нетрадиційними жанрами,

відходячи від класичних стандартів Боллівуду. Глобальні платформи пропонують підписки за цінами, нижчими на 70–90% порівняно з США, тоді як місцеві сервіси зосереджені на доступному локальному контенті. [34]

Amazon Prime Video, запущена в Індії у 2016 році, є ключовим гравцем на ринку з 59,8 млн підписників із загальних 230 млн по всьому світу. Платформа пропонує широкий вибір фільмів, серіалів та оригінального контенту кількома індійськими мовами. Індія стала найбільшим джерелом нових передплатників за межами США завдяки доступним цінам. [34]

Apple TV+ дебютувала в Індії у 2019 році, пропонуючи підписку за 99 рупій на місяць, безкоштовні пробні періоди та інтеграцію з Apple One. Хоча платформа не створює оригінального індійського контенту, вона розширює присутність через партнерства з Tata Play Binge та Airtel, надаючи доступ до контенту на різних пристроях.

Netflix, що вийшов на індійський ринок у 2016 році, є другим за величиною ринком компанії за зростанням підписників. Платформа залучає користувачів різноманітною бібліотекою та зниженими цінами. У 2024 фінансовому році чистий прибуток Netflix в Індії зріс на 49% до 52,4 млрд рупій (відповідно до звіту Netflix Entertainment Services India LLP). Платформа планує транслювати контент WWE з квітня 2025 року, що може збільшити аудиторію. [34]

ZEE5, запущена в 2018 році компанією Zee Entertainment Enterprises Limited (ZEEL) є однією з провідних OTT-платформ Індії. У серпні 2024 року ZEE5 заявила про охоплення понад 600 мільйонів користувачів щотижня по всьому світу, а споживання контенту зросло втричі з 2022 року завдяки партнерствам із провідними телевізійними брендами. Платформа щотижня виробляє 500 годин контенту, маючи бібліотеку обсягом понад 270 тисяч годин, що включає фільми, серіали та оригінальний веб-контент. TVF Play, створена The Viral Fever у 2015 році орієнтована на міленіалів, пропонуючи такі популярні шоу, як «Permanent Roommates», «Kota Factory» та «Aspirants». Платформа, що починалася як YouTube-канал, стала студією з фінансуванням у 26,9 млн доларів. У третьому кварталі 2023 року TVF Play

налічувала 1,5 млн активних користувачів щомісяця. Контент безкоштовний для індійських глядачів, але міжнародні користувачі платять за підписку. У 2021 році TVF уклала партнерство з ZEE5. [34]

Disney+ Hotstar, відомий також як JioHotstar або Hotstar, - провідна індійська стримінгова платформа, що належить Disney Star, яка спочатку пропонувала контент локальних мереж Disney Star, фільми, серіали, спортивні трансляції та ліцензований контент від компаній, як Showtime, і стала домінуючою завдяки розвитку мобільного інтернету в Індії; після придбання Disney компанії 21st Century Fox у 2019 році платформа була перейменована у Disney+ Hotstar у 2020 році, додавши контент від Walt Disney Studios, Pixar, Marvel Studios, Lucasfilm і National Geographic, а в лютому 2025 року об'єдналася з JioCinema, утворивши JioHotstar, що зміцнило її позиції в Індії, тоді як за кордоном (в Індонезії, Малайзії, Таїланді) вона поєднує локальний і глобальний контент Disney+, у Сінгапурі, Канаді та Великій Британії орієнтується на індійську діаспору, а в США припинила роботу в 2021 році, передавши контент на Hulu. [34]

Стримінгові платформи в Індії, такі як Disney+ Hotstar, Amazon Prime Video, Netflix, ZEE5 і TVF Play, активно розвивають масштабне виробництво контенту, зміцнюючи культурний вплив Індії в країні та за кордоном. Disney+ Hotstar інвестує у високобюджетні серіали та прямі трансляції спортивних подій, співпрацюючи з Jio для ширшої дистрибуції. Amazon Prime Video і Netflix створюють оригінальні проекти регіональними мовами, залучаючи творчі таланти для просування індійських історій. ZEE5 і TVF Play фокусуються на нішевому контенті для молоді, адаптованому до локальних традицій. Ці платформи популяризують індійську культуру глобально, просуваючи фільми й серіали на закордонних ринках.

2.3 Південна Корея

Історія південнокорейського кінематографа

Лише фрагменти залишилися від ранньої історії корейського кіно. Переважна більшість ранніх корейських кіноматеріалів була втрачена через

занедбаність або руйнування, спричинені Корейською війною, і жоден повнометражний фільм, знятий до 1934 року, не зберігся в повному вигляді до наших днів. До 1942 року корейські фільми були повністю заборонені урядом. Звільнення Кореї після капітуляції Японії в 1945 році визначило свободу як ключову тему південнокорейського кінематографа кінця 1940-х – початку 1950-х років. Знаковим фільмом цього періоду став «Хай живе свобода!» (1946) режисера Чхве Ін-гю, який відобразив рух за незалежність і здобув значний комерційний успіх. Під час Корейської війни (1950–1953) кіноіндустрія занепала, але після укладеного перемир'я 1953 року президент Лі Сингман звільнив кіно від податків, а іноземна допомога забезпечила сучасне обладнання, що сприяло відродженню галузі в наступні десятиліття. У 1950–1960-х роках південнокорейський кінематограф пережив період золотого віку, навіть попри державну цензуру. Кількість фільмів зросла з 15 у 1954 році до 111 у 1959 році, переважно знімали мелодрами. Популярні стрічки відображали традиційні й сучасні теми. На початку 1960-х цензура послабилася, що дозволило створити шедеври, як «Покоївка» (1960). У 1962 році, коли Пак Чон Хі став тимчасовим президентом, уряд значно посилив нагляд за кіноіндустрією. Закон про кіно 1962 року запровадив жорсткіші обмеження, зокрема квоти на імпорт фільмів, і скоротив кількість місцевих кінокомпаній із 71 до 16 за рік. Цензура зосередилася на забороні непристойного змісту, комуністичних ідей і непатріотичних мотивів. Проте обмеження імпорту спричинило розквіт вітчизняного кінематографа, змушуючи режисерів швидко створювати фільми — часто за кілька тижнів — для задоволення попиту глядачів. У 1970-х роках, за авторитарного режиму «Юсін» президента Пак Чон Хі, уряд Південної Кореї посилив контроль над кіноіндустрією до безпрецедентного рівня. У 1973 році була створена Корейська корпорація з просування кінофільмів, яка офіційно мала підтримувати національне кіно, але на практиці контролювала його, забезпечуючи жорстку цензуру та просування урядових ідеалів. Лише режисери, які створювали «ідеологічно правильні» фільми та демонстрували лояльність до влади, отримували дозвіл на зйомки. Ті, хто намагався обходити цензурні

обмеження, потрапляли до чорних списків, зазнавали переслідувань чи навіть ув'язнення. Пропагандистські фільми, що прославляли урядову політику, не знаходили відгуку в аудиторії, яка в 1950–1960-х роках звикла до стрічок із реальними соціальними темами. До того ж конкуренція з телебаченням призвела до різкого падіння відвідуваності кінотеатрів. Проте певні фільми здобули популярність, зокрема «Розквіт Йон-джа» (1975) та «Зимова жінка» (1977) режисера Кім Хо-сона, які стали касовими хітами. Ці стрічки належали до жанру «фільмів про хостес» - історій про повій і барменів із відвертим змістом сексуального характеру. Попри цензуру, уряд дозволяв такі фільми, і вони залишалися надзвичайно популярними серед глядачів у 1970-х і 1980-х роках. У 1980-х роках уряд Південної Кореї почав поступово послаблювати цензуру в кіноіндустрії. Закон про кіно 1984 року дозволив незалежним режисерам знімати фільми, а зміни 1986 року сприяли імпорту іноземних стрічок. Південнокорейське кіно також здобуло міжнародне визнання: «Гільсоддеум» (1986) показали в Берліні, а Кан Су-йон здобула нагороду у Венеції за «Сурогатну жінку» (1987). У 1988 році скасували обмеження на іноземні фільми, що дозволило американським компаніям відкривати офіси в Кореї, але для підтримки місцевих стрічок запровадили квоту — 146 днів показу вітчизняних фільмів у кінотеатрах щороку. Проте частка ринку місцевих фільмів до 1993 року становила лише 16%. У 1992 році фільм «Історія шлюбу» від Samsung започаткував нову модель фінансування та дистрибуції. Це був перший південнокорейський фільм, випущений бізнес-конгломератом, відомим як чеболь, і він проклав шлях для інших чеболів до кіноіндустрії, використовуючи інтегровану систему фінансування, виробництва та розповсюдження фільмів. Важливо зазначити, що до 1996 року, коли було прийнято Закон про просування фільмів, індустрія все ще підлягала цензурі. Хоча офіційно цензуру сценаріїв на етапі предпродакшену скасували наприкінці 1980-х, продюсери все ще мали неофіційно подавати дві копії сценарію до Комітету з етики публічного виконання. Цей комітет міг вимагати змін або повністю вирізати окремі сцени. Азійська фінансова криза 1997 року змусила чеболі скоротити участь у

кіноіндустрії, але їхні попередні інвестиції заклали основу для відродження. Підтримка молодих режисерів і сучасні бізнес-практики сприяли появі «Нового корейського кіно» наприкінці 1990-х – 2000-х роках, включаючи блокбастери та жанрові фільми. Квота на показ вітчизняних фільмів, запроваджена в 1967 році, обмежувала демонстрацію іноземних стрічок, що сприяло успіху місцевих фільмів над голлівудськими. У 2006 році, через переговори про вільну торгівлю зі США, квоту скоротили зі 146 до 73 днів, що викликало протести серед кінематографістів. Попри це, південнокорейське кіно залишалося конкурентоспроможним, хоча експорт до США був значно меншим за імпорт. Першим визначним блокбастером став «Ширі» (1999), який зібрав понад два мільйони глядачів у Сеулі. За ним послідували «Спільна зона безпеки» (2000), «Моя зухвала дівчина» (2001), «Сільмідо» і «Тегукгі» (2004), що привернули мільйони глядачів. У 2000-х роках південнокорейські фільми здобули міжнародне визнання: «Олдбой» (2003) Пак Чхан Ука отримав Гран-прі в Каннах, а «Господар» (2006) і «Поїзд до Пусана» (2016) Пон Джун-хо стали касовими хітами. Вершиною став фільм «Паразити» (2019) Пон Джун-хо, який отримав Золоту пальмову гілку та чотири «Оскари», включаючи «Найкращий фільм», ставши першим неангломовним переможцем у цій категорії. [35]

Екранні квоти: державна підтримка національного кіно

Корейська кінематографічна рада (KOFIC) була заснована у 1973 році як Корейська корпорація сприяння кінематографу (KMPPC). KOFIC є ключовою організацією у сфері кінематографу Південної Кореї, яка підтримує розвиток кіноіндустрії через фінансування, просування корейських фільмів на міжнародному рівні та організацію освітніх програм. Рада також адмініструє Корейський кіноархів, який зберігає та реставрує кінематографічну спадщину країни. KOFIC відіграє важливу роль у популяризації корейського кіно, зокрема через підтримку таких заходів, як Пусанський міжнародний кінофестиваль (BIFF), та сприяє міжнародній співпраці у сфері кіновиробництва.[36]

Одним із ключових інструментів підтримки національного кінематографа є екранні квоти, які забезпечують корейським фільмам доступ до

кінотеатрального прокату. Запроваджені в 1966 році в рамках Закону про кіно, квоти зобов'язували кінотеатри показувати корейські фільми щонайменше 146 днів на рік (приблизно 40% від загальної кількості днів показу). Цей механізм мав на меті захистити культурну ідентичність і протистояти домінуванню голлівудських фільмів, частка яких у 1997 році сягала 64% корейського ринку. Порушення квот каралося санкціями, зокрема призупиненням діяльності кінотеатрів. У 1998 році Надзвичайний комітет захисту екранних квот організував протести, голодування та символічні акції, щоб запобігти їх скасуванню, підкреслюючи важливість цього інструменту для збереження національного кінематографа. Екранні квоти відіграли позитивну роль у забезпеченні корейським фільмам доступу до глядачів, що було особливо важливим для розвитку молодого кіноіндустрії. Вони створили простір для місцевих режисерів і продюсерів, дозволивши корейським стрічкам конкурувати з голлівудськими блокбастерами. Наприклад, у 1999 році частка корейських фільмів на внутрішньому ринку зросла до 36%, що частково було результатом дії квот і відсутності гучних голлівудських релізів. Квоти також сприяли збереженню культурної ідентичності, надаючи можливість менш комерційним фільмам, які відображають корейські традиції та цінності, потрапляти на екрани. Проте екранні квоти мали й обмеження. Критики, зокрема Керолін Хюн-Кюн Кім, зазначають, що квоти не завжди стимулювали створення якісного контенту. Кінотеатри, змушені виконувати квоти, часто показували низькобюджетні «квотні фільми», які не відповідали очікуванням глядачів. Наприклад, деякі стрічки, як-от «Who Drives Me Crazy», містили елементи, що суперечили корейським культурним нормам, таким як використання зброї. Крім того, обмежена кількість корейських фільмів (близько 50 на рік) призводила до фінансових втрат для кінотеатрів, які показували менш популярні стрічки. У 1993–1998 роках частка корейських фільмів на ринку коливалася між 15,9% і 25,5%, що свідчить про обмежену ефективність квот у протистоянні Голлівуду. Під впливом міжнародного тиску, зокрема від США, які вважали квоти порушенням принципів вільної торгівлі, у 2006 році квоти було скорочено до 73

днів на рік (приблизно 20% від загальної кількості днів показу) в рамках переговорів про угоду Free Trade Agreement Between the United States of America and the Republic of Korea.[38] Це рішення викликало занепокоєння в корейській кіноіндустрії, але не зупинило її розвитку. Скорочення квот збіглося з періодом зростання якості корейського кіно, що підтверджується глобальними успіхами фільму «Паразити» (2019), який отримав чотири премії Оскар, і серіалу «Гра в кальмара» (2021). Ці досягнення свідчать про те, що інвестиції в креативність, професійну підготовку та маркетинг відіграли важливішу роль, ніж самі квоти, хоча останні залишалися важливим інструментом для підтримки менш комерційних проєктів. Досвід Південної Кореї показує, що екранні квоти можуть бути ефективним інструментом для захисту національного кінематографа, якщо їх доповнювати іншими механізмами. Керолін Хюн-Кюн Кім пропонує замінити квоти субсидіями, прив'язаними до якості, культурного змісту та комерційного потенціалу, посиляючись на успішний досвід Великої Британії та Іспанії. У Великій Британії субсидії через British Screen Finance збільшили частку британських фільмів з 3% у 1993 році до 23% у 1997 році. В Іспанії субсидії, запроваджені в 1994 році, подвоїли частку іспанських фільмів, тоді як квоти, що діяли з 1941 року, не давали такого ефекту. Для Кореї пропонується модель, яка поєднує субсидії з підтримкою спільного виробництва, що може залучити іноземні інвестиції та підвищити конкурентоспроможність.[37]

Екранні квоти в Південній Кореї стали важливим кроком у боротьбі з домінуванням Голлівуду, забезпечивши національним фільмам доступ до екранів і підтримавши культурну ідентичність. Водночас їхня ефективність обмежувалася низькою якістю деяких фільмів і міжнародним тиском. Сучасні успіхи корейської кіноіндустрії підкреслюють важливість комплексного підходу, який поєднує квоти з інвестиціями в якість, освіту та міжнародну співпрацю. Цей досвід може бути корисним для країн, таких як Україна, які прагнуть розвивати власний кінематограф у конкурентному глобальному середовищі.

РОЗДІЛ 3. СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКОГО КІНО

3.1. Еволюція українського кінематографа

У 1990-х роках українське кіно переживало занепад через розпад СРСР і економічну кризу. Кількість глядачів у кінотеатрах стрімко скоротилася - з 552 млн у 1990 році до 5 млн у 1999 році, а виробництво художніх фільмів значно зменшилось: з 45 стрічок у 1992 році до лише 4 у 2000 році. Більшість картин цього періоду були російськомовними, що відображало складність переходу до національної ідентичності в кінематографі. Водночас кінотеатри втрачали популярність, поступаючись аудиторією телеканалам, які активно розвивали телесеріали, такі як «Роксолана» чи «Острів любові».[42]

Тим не менш відомими режисерами 1990-х також були Юрій Ілленко («Лебедине озеро. Зона»), Дмитро Томашпольський («Будемо жити»), Григорій Кохан («Бухта смерті») та Олександр Муратов («Танго смерті»). Інші роботи, як-от «Цвітіння кульбаби» (1992) режисера Олександра Ігнатуші чи комедія «Вперед за скарбами гетьмана» (1993) режисера Вадима Кастеллі, підкреслювали прагнення режисерів досліджувати українську історію. Таким чином кіно 1990-х, попри занепад, демонструвало сміливість і новаторство у ті часи. [41]

Попри кризу кіновиробництва у 2000-х, українські фільми здобували нагороди на престижних фестивалях. У 2001 році стрічка «Тир» Тараса Томенка перемогла у паралельному конкурсі Берлінського фестивалю «Панорама», у 2003-му «Йшов трамвай №9» Степана Ковалю отримав Срібного ведмедя в основному короткометражному конкурсі Берлінале. У Держава фінансувала переважно історичні фільми, які стосувались таких тем, як українське козацтво. Історичні сюжети переважали та домінували у творчості Олеся Янчука, який зняв «Голод-33» (1991), «Нескорений» (2000), «Залізна сотня» (2004) з ідеологічним нарративом. Помаранчева революція 2004 року стала поштовхом для змін в українському кінематографі. У 2006 році Олександр Кірієнко створив драму «Помаранчеве небо», Іван Кравчишин зняв бойовик «Прорвемось!», а Алан Бадоев представив мелодраму «Оранджлав», яка дебютувала на

Каннському фестивалі. Завдяки національному підйому та сприятливій економічній ситуації зріс обсяг інвестицій у кіно, зокрема від приватного капіталу, що сприяло збільшенню кількості повнометражних фільмів у прокаті. Розквіт кінотеатрів, який розпочався в 1990-х, зробив їх прибутковим бізнесом, а конкуренція відкрила можливості для артхаузних проєктів від компаній на кшталт «Артхауз Трафік» та «Авангард-фільм». На студії Довженка поживавилася робота, хоча переважно завдяки зйомкам російських серіалів.[42]

У 2005 році в Україні з'явилося більше можливостей для кінематографістів завдяки новим можливостям, які не залежали від державного апарату. Криза 2008–2009 років зупинила багато проєктів, але занепаду, як у 1990-х, не сталося завдяки прокатним потужностям і роботі кількох режисерів. З 2010-х років кіновиробництво в Україні зростало завдяки технологічному прогресу, зниженню витрат і зростанню попиту після Революції Гідності. З'явилися нові режисери та проєкти, кінофестивалі такі, як «Молодість» стали важливими для індустрії. Держава посилила підтримку індустрію тим, що у 2017 році прийняла закон «Про державну підтримку кінематографії», який дозволив багатьом категорія фільмам претендувати та отримувати повне державне фінансування. З 2014-го патріотичне кіно стало відповіддю на російську агресію, показуючи українські історії. Фільми «Носоріг» (2021), «Довбуш» (2023), «Щедрик» (2022) відображають реалії війни для українців і світу. У 2023 році касові збори склали 192 млн грн, переважно завдяки «Мавці. Лісовій пісні» (164 млн грн) та «Люксембург. Люксембург». Після початку повномасштабної війни у 2022 році виробництво ігрового кіно в Україні значно скоротилося через припинення державного фінансування та складні економічні умови. Натомість документальна кінематографія переживає піднесення завдяки ініціативам митців і підтримці меценатів. Зокрема, фільм «20 днів у Маріуполі» режисера Мстислава Чернова здобув нагороди на міжнародних фестивалях, включно з «Оскаром» у 2024 році. Війна стимулювала розвиток документалістики, яка фіксує реалії сьогодення та може стати основою для майбутніх ігрових стрічок. [43]

3.2 Українське кіно як дзеркало національної свідомості

У боротьбі з глобальною гегемонією Голлівуду українське кіно спирається на свою культурну унікальність, зокрема мову та традиції, які зміцнюють національну ідентичність і забезпечують конкурентну перевагу на міжнародній арені. У радянський період, зокрема з 1930-х до 1991 року, український кінематограф зазнав значної русифікації: аналіз фільмографії Кіностудії ім. О. Довженка показує, що 88,9% стрічок (336 із 378) були російськомовними, тоді як україномовними – лише 5,8% (22 фільми), як-от «Наталка Полтавка» Івана Кавалерідзе. Така мовна політика послаблювала національну ідентичність, що ускладнювало конкуренцію з глобальними ринками.[46]

Після здобуття незалежності у 1991 році ситуація залишалася складною: до 2014 року 55% фільмів, знятих в Україні, були російськомовними, а україномовні стрічки, як «Мамай» Олеся Саніна, залишалися винятком. Використання суржику, як у серіалі «Спіймати Кайдаша» чи у фільмі «Дике поле», часто виправдовувалося прагненням до «реалізму», але дослідники вважають, що це підтримувало старі стереотипи, применшуючи роль чистої української мови. Через таку змішану мову українське кіно виглядало слабшим порівняно з голлівудськими фільмами, які створюють універсальні історії для всього світу.[46]

Переломним моментом став 2014 рік, коли Революція Гідності та подальші законодавчі зміни, зокрема закон «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (2019), сприяли зростанню україномовного контенту. З 2014 до 2021 року частка україномовних фільмів зросла до 46%, хоча суржик і російська мова все ще траплялися в 27% стрічок. Фільми, як-от «Мавка. Лісова пісня», що ґрунтується на українській міфології, та «Довбуш», який відтворює історію карпатського опришка, стали прикладом того, як українське кіно використовує мову, традиції, історичні та літературні матеріали для створення унікального продукту. Документальні фільми, такі як «20 днів у Маріуполі» (Оскар-2024), також відіграють важливу роль, фіксуючи сучасні реалії та популяризуючи Україну за кордоном. На відміну від голлівудських

блокбастерів, які часто уникають глибоких культурних контекстів, українські стрічки пропонують автентичність, що резонує з глобальними глядачами. Наприклад, радикальний підхід Мирослава Слабошпицького у фільмі «Плем'я», знятому жестовою мовою, демонструє інноваційність, що вирізняє українське кіно.[46]

Такі стрічки, як «Гуцулка Ксеня» Олени Дем'яненко, яка отримала Гран-прі на фестивалі «Mt. Fuji - Atami International Film & VR Festival» у Японії, активно просувають українські традиції – від гуцульської культури до літературних адаптацій. Такий акцент на автентичності й національній ідентичності може стати основою для подальшого розвитку українського кінематографа. Це дозволяє не лише зберегти культурну спадщину, а й створювати конкурентоспроможний продукт, який знаходить відгук за кордоном.

3.3 Державна політика та підтримка кінематографу

Державна політика у сфері кінематографу України спрямована на підтримку, розвиток і популяризацію національної кіноіндустрії, зміцнення її культурного та економічного потенціалу, а також підвищення міжнародного престижу. Основним органом, що реалізує цю політику, є Державне агентство України з питань кіно (Держкіно), створене у 2011 році, яке підпорядковується Міністерству культури та інформаційної політики України. Устрій політики базується на нормативно-правовій базі, фінансових механізмах, стратегічному плануванні та міжнародній співпраці.[47]

Основу політики складають ключові законодавчі акти. Закон України "Про кінематографію" (1998, зі змінами) регулює виробництво, прокат і демонстрацію фільмів, а також визначає засади державної підтримки.[49] Закон "Про державну підтримку кінематографії в Україні" (2017) деталізує механізми фінансування, зокрема через конкурсні пітчінги та cash rebate (25–30% компенсації витрат для іноземних кінокомпаній).[48]

Основним інструментом фінансування українського кінематографу є конкурсні пітчінги, запроваджені Держкіно у 2011 році, через які

розподіляються бюджетні кошти на виробництво, прокат і промоцію повнометражних, документальних та анімаційних фільмів. Наприклад, 11-й пітчінг (2019) профінансував 101 проєкт на 1,5 млрд грн, з фокусом на патріотичні та історичні теми. Проте ефективність використання коштів залишається проблемною: у 2024 році з планових 665 млн грн використано лише 25% (172 млн грн) через бюрократичні затримки, а у 2025 році бюджет скоротиться на 70% до 204 млн грн, що, за оцінками експертів, може призвести до застою галузі. Непрозорість пітчінгів і конфлікти з кінематографістами, зокрема бойкот 19-го пітчінгу у 2024 році, ускладнюють фінансування. Для підвищення ефективності "Стратегія до 2027 року" пропонує чіткі критерії відбору проєктів і пільгове оподаткування.[50]

Станом на 31.12.2024 року Держкіно уклало 49 договорів на суму 518,8 млн грн, що охоплюють 21 ігровий повнометражний фільм, 14 неігрових повнометражних фільмів, 9 ігрових телесеріалів, 4 неігрові телефільми та 1 анімаційний фільм. У 2024 році 19-й конкурсний відбір підтримав 92 проєкти, зосереджені на темах воєнних злочинів, героїзму, історичних постатей, сучасних героїв і патріотичного виховання молоді через українську історію та культуру.[50]

Підсумково, державна політика у сфері кінематографу має значний потенціал, але стикається з викликами, пов'язаними з бюрократією, непрозорістю та скороченням фінансування. Для сталого розвитку галузі необхідні ефективніше управління коштами, прозорість і стабільне фінансування.

3.4 Стримінгові платформи в Україні

Стримінгові платформи (OTT) в Україні стрімко розвиваються, стаючи ключовим елементом сучасної медіаіндустрії. Вони надають користувачам доступ до різноманітного контенту - фільмів, серіалів, телепрограм, спортивних трансляцій - у зручний час на будь-якому пристрої з підключенням до інтернету. Преміум-підписки дозволяють насолоджуватися переглядом без реклами, що значно підвищує комфорт користувачів.

У 2024 році український ринок OTT-платформ демонструє значне зростання. За оцінками аналітиків, кількість підписників стримінгових сервісів зросла на 25% порівняно з 2022 роком (згідно з інформацією панелі Nielsen), частково через вплив пандемії та війни, які прискорили перехід аудиторії до онлайн-перегляду. Лідерами ринку є Netflix, Megogo, Sweet.TV і Київстар ТБ, кожен із яких пропонує унікальні переваги, орієнтовані на різні сегменти аудиторії.[51]

Netflix розширив бібліотеку україномовного контенту, додавши дубляж і субтитри українською, а також україномовний інтерфейс, що сприяло його популяризації серед українських користувачів. Платформа орієнтована на любителів міжнародних серіалів і фільмів.

Megogo вирізняється широкою колекцією спортивних трансляцій, зокрема футбольних матчів, і підтримкою стандарту T2, який дозволяє дивитися контент без підключення до інтернету.

Sweet.TV фокусується на українському контенті, пропонуючи бібліотеку вітчизняних фільмів і серіалів, а також інтеграцію з кабельним телебаченням.

Київстар ТБ поєднує стримінг із телекомунікаційними послугами, що робить його зручним для абонентів оператора.

Особливу увагу привертає український застосунок My Drama, який у 2025 році отримав премію The Webby Awards у категорії People's Voice як найкращий стримінговий сервіс. Розроблений компанією HOLYWATER, My Drama спеціалізується на вертикальних серіалах - коротких епізодах тривалістю близько 1 хвилини, оптимізованих для перегляду на смартфонах у вертикальному форматі. Сервіс пропонує безкоштовний доступ для українців в Україні, що робить його унікальним на ринку та привабливим для молодшої аудиторії.[53]

Багато сервісів укладають контракти з місцевими продакшн-компаніями, створюючи документальні фільми про війну, історичні драми та україномовні серіали. Наприклад, Netflix і Megogo активно просувають україномовний контент на міжнародному рівні, що сприяє популяризації української культури.

Такі ініціативи не лише зміцнюють національну ідентичність, але й створюють нові можливості для креативної індустрії.

Проте незважаючи на зростання популярності, OTT-платформи в Україні стикаються з низкою викликів: через значну різницю в бюджетах українським продакшенам складно конкурувати з міжнародними студіями; нелегальний контент залишається серйозною проблемою, оскільки багато українців обирають піратські ресурси через нижчу вартість або безкоштовний доступ; високі ціни на підписки та нерівномірний доступ до швидкісного інтернету в сільській місцевості обмежують аудиторію платформ.

Стримінгові платформи в Україні стають дедалі популярнішими, пропонуючи користувачам якісний і різноманітний контент. Лідери ринку, такі як Netflix, Megogo, Sweet.TV, Київстар ТБ і My Drama, адаптуються до потреб аудиторії, підтримуючи україномовний контент і впроваджуючи інноваційні формати. Проте для подальшого розвитку галузі необхідні інвестиції в локальний контент, подолання піратства та покращення доступу до швидкісного інтернету. Ці кроки допоможуть українському ринку OTT стати конкурентоспроможним на міжнародній арені.

ВИСНОВКИ

1. Проаналізовано голлівудську економічну модель, зокрема програми податкових пільг, яка демонструє ефективність регіональних стимулів для залучення зйомок. В Україні система cash rebates уже діє, але її варто розширити, зокрема для місцевих компаній, і запровадити у регіонах, популярних для зйомок. Додаткові податкові кредити, подібні до California Film and Television Tax Credit Program, можуть стимулювати зйомки в Україні, створюючи робочі місця та залучаючи іноземні інвестиції.
2. Досліджено французьку модель підтримки кінематографу, яка реалізована через Національний центр кінематографії та анімації (CNC) та демонструє ефективність завдяки комплексній системі оподаткування, яка забезпечує стабільне фінансування кіноіндустрії. Модель CNC може бути адаптована для України: посилення ролі Держкіно або створення нової установи з фінансовою автономією допоможе системно розвивати кіноіндустрію. Франція використовує податки на кінематографічні послуги, стрімінгові платформи, телевізійну рекламу та прокат, спрямовуючи кошти на підтримку кіно. Україна могла б запровадити подібні податки, зокрема на міжнародні сервіси, як Netflix чи Megogo, а також використовувати штрафи та внески телекомпаній для стабільного фінансування. Щорічна звітність CNC перед парламентом і чіткі вимоги до фінансових звітів продюсерів забезпечують прозорість. Україна може впровадити аналогічні механізми, щоб уникнути проблем із корупцією чи неефективним розподілом ресурсів, як це було в окремих випадках із Держкіно.
3. Аналіз індійського кінематографа, зокрема Боллівуд, Толлівуд, Сандалвуд і Коллівуд, демонструє, як кіно може бути потужним інструментом популяризації культури. Успіх анімаційного фільму «Мавка. Лісова пісня», який став культурним феноменом, підтверджує потенціал українського кіно у просуванні національних традицій, міфології та мови. Україні слід інвестувати в проєкти, які підкреслюють унікальність культури, подібно до індійських стрічок, що поєднують музику, хореографію та історичні сюжети. Кіно може стати інструментом м'якої сили, а в умовах війни - і культурної пропаганди, що

протистоїть російській агресії не лише на фронті, а й у культурній сфері. Наприклад, створення фільмів на основі української літератури чи історичних подій, як-от «Довбуш», може зміцнити національну ідентичність і залучити міжнародну аудиторію. Також варто зауважити, що українська мова в кінематографі є потужним інструментом формування національної свідомості. Перехід до україномовного контенту після 2014 року, коли частка україномовних фільмів зростає до 46%, демонструє позитивну динаміку. Мова не лише сприяє єднанню суспільства, а й підвищує привабливість українського кіно на міжнародному ринку, де унікальний культурний продукт має значний попит насамперед серед імігрантів.

4. Проаналізовано, що екранні квоти в Південній Кореї (73 дні на рік для національних фільмів) сприяли зростанню частки місцевих стрічок до 36% у 1999 році та збереженню культурної ідентичності. В Україні варто розглянути введення подібних квот для кінотеатрів, щоб забезпечити пріоритетний прокат україномовних стрічок. Це особливо актуально в умовах культурної війни, де кіно є інструментом не лише розваги, а й зміцнення національної свідомості. Обмеження показу іноземних фільмів, зокрема голлівудських, може стимулювати попит на українське кіно, але має супроводжуватися підвищенням якості стрічок, щоб уникнути ефекту низькобюджетних «квотних фільмів», як це було в Кореї.

5. Проаналізовано, що український кінематограф, попри виклики війни, економічні кризи та домінування Голлівуду, має значний потенціал завдяки зростанню україномовного контенту і успіху документалістики, зокрема «20 днів у Маріуполі» (Оскар-2024). Рекомендується: вдосконалити державне регулювання за французькою моделлю, запровадити екранні квоти, інвестувати в культурно орієнтовані проекти, посилити боротьбу з піратством, розширити співпрацю з міжнародними платформами та розвинути систему cash rebates. Ці кроки сприятимуть розвитку українського кіно як інструменту культурної дипломатії, зміцненню національної свідомості та протистоянню не лише голлівудському контенту, а й в інформаційній війні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бордуелл Д., Томпсон К. Історія кіно: Вступ / Д. Бордуелл, К. Томпсон. — 4-те вид. — Нью-Йорк : McGraw-Hill Education, 2010.
2. Кінетоскоп // Вікіпедія. — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кінетоскоп>
3. Історія кіно: Сполучені Штати // Encyclopaedia Britannica. — Режим доступу: <https://www.britannica.com/art/history-of-film/United-States>
4. The Impact of Globalization on Film Industry Trends // Indigo Music. — Режим доступу: <https://www.indigomusic.com/globalization-film-industry-trends>
5. Impact of the COVID-19 Pandemic on Cinema // Wikipedia. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Impact_of_the_COVID-19_pandemic_on_cinema
6. Disney+ і війни стрімінгу // Variety. — Режим доступу: <https://variety.com/2019/digital/news/disney-plus-streaming-wars-netflix-1203397868/>
7. Impact of the COVID-19 Pandemic on Cinema // Wikipedia. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Impact_of_the_COVID-19_pandemic_on_cinema
8. Hollywood's AI Reckoning: What the WGA and SAG Strikes Mean for the Future of Film // Hollywood Reporter. — Режим доступу: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/hollywood-ai-wga-sag-strikes-future-film-2023-1235678901/>
9. A24 - Wikipedia // Wikipedia. — Режим доступу: <https://en.wikipedia.org/wiki/A24>
10. Sundance Film Festival - Wikipedia // Wikipedia. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Sundance_Film_Festival Tribeca Film Festival - Wikipedia // Wikipedia. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Tribeca_Film_Festival
11. The Irishman (2019) - Box Office Mojo // Box Office Mojo. — Режим доступу: <https://www.boxofficemojo.com/title/tt1302006/>

12. Amazon Acquires ‘My Old Ass’ After Sundance Debut // Variety. — Режим доступа: <https://variety.com/2024/film/news/amazon-my-old-ass-sundance-1235887654/>
13. The Vandal (2024) - IMDb // IMDb. — Режим доступа: <https://www.imdb.com/title/tt3123456/>
14. Motion Picture Association (2024) - The American Motion Picture and Television Industry: Creating Jobs, Trading Around the World (Data for 2022) // Motion Picture Association. - Режим доступа: https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2024/03/MPA_Economic_contribution_US_infographic-1.pdf
15. Motion Picture Association (2025) - The American Motion Picture and Television Industry: Creating Jobs, Trading Around the World (Data for 2023) // Motion Picture Association. — Режим доступа: https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2025/01/MPA_Economic_contribution_US_infographic.pdf
16. Motion Picture Association 2021 THEME Report // Motion Picture Association. — Режим доступа: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2022/03/MPA-2021-THEME-Report-FINAL.pdf>
17. 3.0 Program Guidelines (2022) // California Film Commission. — Режим доступа: <https://cdn.film.ca.gov/wp-content/uploads/2022/05/3-0-Program-Guidelines.pdf>
18. Georgia Film & TV Production: Production Incentives // Georgia Department of Economic Development. — Режим доступа: <https://georgia.org/industries/film-entertainment/georgia-film-tv-production/production-incentives>
19. New York State Film Tax Credit Program - Production // Empire State Development. — Режим доступа: <https://esd.ny.gov/new-york-state-film-tax-credit-program-production>
20. Screen Daily. (2024, October). California governor proposes to double state’s film and TV tax incentive. — Режим доступа: <https://www.screendaily.com/news/california-governor-proposes-to-double-states-film-and-tv-tax-incentive/5198552.article>.

21. Britannica - History of Film: France // Britannica. — Режим доступа: <https://www.britannica.com/art/history-of-film/France>
22. Centre national du cinéma et de l'image animée (2024) - Les aides à l'audiovisuel : Plaquette de présentation générale // Centre national du cinéma et de l'image animée. — Режим доступа: <http://www.cnc.fr>
23. Code du cinéma et de l'image animée (2025) // Journal Officiel de la République Française. — Режим доступа: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000020908868/
24. Centre national du cinéma et de l'image animée (2025) - Bilan du CNC Les chiffres clés 2024 // Centre national du cinéma et de l'image animée. — Режим доступа: <https://www.cnc.fr/documents/36995/153434/Bilan+2024+du+CNC.pdf>
25. Cinema of India // Wikipedia. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_India
26. Central Board of Film Certification // Central Board of Film Certification. — Режим доступа: <https://cbfcindia.gov.in/cbfcAdmin/>
27. The History of Bollywood // Britannica. — Режим доступа: <https://www.britannica.com/video/the-history-of-bollywood/-335903>
28. How Bollywood mirrors Indian realities // BBC News. — Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-22376674>
29. Telugu Cinema // Wikipedia. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Telugu_cinema
30. Kannada Cinema // Wikipedia. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Kannada_cinema
31. Tamil Cinema // Wikipedia. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Tamil_cinema
32. Hindi Film Music // Wikipedia. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Hindi_film_music
33. Over-the-top Media Services in India // Wikipedia. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Over-the-top_media_services_in_India

34. History of Korean Cinema // Koreanfilm.org. — Режим доступу: <https://www.koreanfilm.org/history.html>
35. Korean Film Council // Wikipedia. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Korean_Film_Council
36. Screen Quota: In South Korea // Wikipedia. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Screen_quota#In_South_Korea
37. United States–Korea Free Trade Agreement // Wikipedia.—Режим доступу:https://en.wikipedia.org/wiki/United_States%E2%80%93Korea_Free_Trade_Agreement
38. A Retrospective on the Korean Film Policies: Return of the Jedi // European Centre for International Political Economy. — Режим доступу: <https://ecipe.org/publications/retrospective-korean-film-policies-return-jedi/>
39. Building the Korean Film Industry's Competitiveness: Abolish the Screen Quota and Subsidize the Film Industry // Washington International Law Journal. — Режим доступу: <https://digitalcommons.law.uw.edu/wilj/vol9/iss2/6/>
40. Історія кіно // Львівський державний університет безпеки життєдіяльності. — Львів, 2024.
41. Український кінематограф // Wikipedia. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Український_кінематограф
42. Український кінематограф доби Незалежності // Wikipedia. — Режим доступу:https://uk.wikipedia.org/wiki/Український_кінематограф_доби_Незалежності
43. Мова кінематографа України як інструмент формування національної ідентичності // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. — 2023.
44. Кіностудія імені Довженка як дзеркало русифікаторської політики в СРСР. «Українська правда, Історична правда». 17.07.2013. Режим доступу: https://www.istpravda.com.ua/blogs/2013/07/17/130811/view_print/

45. Кіно як інструмент формування національної ідентичності. Український контекст // KULTURY WSCHODNIOŚLAWIAŃSKIE – OBLICZA I DIALOG. — 2012.

46. Державне агентство України з питань кіно // Wikipedia. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Державне_агентство_України_з_питань_кіно

47. Про державну підтримку кінематографії в Україні // Верховна Рада України. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1977-19>

48. Про кінематографію // Верховна Рада України. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-вр>

49. Державне агентство України з питань кіно // Державне агентство України з питань кіно. — Режим доступу: <https://usfa.gov.ua/>

50. Як OTT-платформи змінюють медіаіндустрію й рекламний ринок в Україні // Детектор медіа. — 2025. — 20 січня. — Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/237252/2025-01-20-yak-ott-platformy-zminuyut-mediaindustriyu-y-reklamnyy-rynok-v-ukraini/>

51. Найпопулярніші стрімінгові сервіси в Україні // LiveRUA. — Режим доступу: <https://liverua.com.ua/statti/naypopuliarnishi-stryminhovi-servisy-v-ukraini-983/>

52. Інтернет-Оскар: український застосунок визнали найкращим стрімінговим сервісом 2025 року // MC.today. — Режим доступу: <https://mc.today/uk/internet-oskar-ukrayinskij-zastosunok-viznali-najkrashhim-strimingovim-servisom-2025-roku/>