

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет правничих наук

Києво-Могилянська школа врядування імені Андрія Мелешевича

ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ ДЛЯ  
РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES FOR THE  
IMPLEMENTATION OF THE CULTURAL DIPLOMACY POLICY

Кваліфікаційна робота

Виконала здобувачка освітньої  
програми «Суспільне і приватне врядування»

Підпис

А. В. Гугняк

Науковий керівник: доктор наук з державного  
управління, професор Києво-Могилянської  
школи врядування імені Андрія Мелешевича

Підпис

Н.А. Малиш

Рекомендована оцінка

---

## АНОТАЦІЯ

Гугняк А.В. Інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії.

Кваліфікаційна робота студентки четвертого року навчання. Освітня програма «Суспільне і приватне врядування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування», НаУКМА, Київ, 2025.

Науковий керівник – Малиш Н.А., доктор наук з державного управління, професор, професор Києво-Могилянської школи врядування імені Андрія Мелешевича.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні засади політики культурної дипломатії у контексті розвитку креативних індустрій. Вивчено зарубіжний досвід, зокрема розглянуто світові моделі культурної дипломатії. Проаналізовано правові засади розвитку сфери креативних індустрій та політики культурної дипломатії в Україні. Досліджено динаміку показників в умовах російсько-української війни та визначено вплив воєнних дій на цю сферу. Визначено можливості та перспективи розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії. Визначено ефективні інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії. Застосовано SWOT-аналіз для обґрунтування слабких, сильних сторін, переваг та загроз розвитку креативних індустрій в Україні у післявоєнний період.

*Ключові слова:* політика культурної дипломатії, креативні індустрії, інструменти розвитку, культура, креативна економіка, національний бренд.

*Список публікацій здобувача*

1. Гугняк А.В. Система освіти в університетах Великобританії. *Суспільна політика, врядування й комунікації в Україні* : зб. наук.праць студентів, аспірантів і молодих учених / наук. ред. Н. А. Малиш, Г. Л. Рябцев. Київ : НаУКМА, 2023. 22-24 с. URI: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/26405>

2. Huhniak Anna. An Ecosystem of Cultural and Creative Industries AS Part of The European Economy. *Стійкість екосистеми суспільного врядування: політика та комунікації* : збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих учених / наук. ред. Г. Л. Рябцев, Н. А. Малиш ; Національний університет «Києво-Могилянська академія». Київ : НаУКМА, 2024. С. 37-40. URI: <https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/33480>

### Декларація академічної доброчесності

Я, Гугняк Анна Вікторівна, студентка четвертого року навчання за освітньою програмою «Суспільне і приватне врядування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування», адреса електронної пошти: [anna.huhniak@ukma.edu.ua](mailto:anna.huhniak@ukma.edu.ua), засвідчую, що:

– написана мною кваліфікаційна робота «Інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених пунктами 3.1.1-3.1.6 Положення про академічну доброчесність здобувачів НаУКМА від 07 березня 2018 року, зі змістом якого я ознайомена;

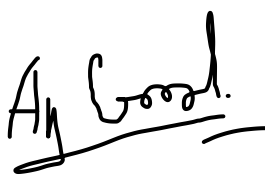
– надана мною електронна версія роботи є остаточною і готовою до перевірки.

Я даю згоду:

– на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності в будь-який спосіб, у тому числі порівняння її змісту та формування звіту подібності за допомогою електронних систем StrikePlagiarism та/чи Unicheck.

– на архівування моєї роботи в репозитарії й базах даних НаУКМА для порівняння цієї та майбутніх робіт.

14.05.2025



А.В.Гугняк

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	7
1.1. Основні дефініції політики культурної дипломатії та розвитку креативних індустрій.....	7
1.2. Інституційно-правові засади формування та реалізації політики культурної дипломатії у контексті розвитку креативних індустрій в Україні .....	12
1.3. Інструменти розвитку креативних індустрій.....	16
Висновки до розділу 1 .....	24
РОЗДІЛ 2. СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ .....	25
2.1. Світові моделі культурної дипломатії .....	25
2.2. Національний бренд креативних індустрій в реалізації політики культурної дипломатії. Кейси країн світу .....	29
2.3. Традиційні та новітні механізми реалізації політики культурної дипломатії через креативні індустрії.....	34
Висновки до розділу 2 .....	40
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ .....	41
3.1. Стратегія розвитку культури-2030. Інтеграція української культури у глобальні культурні процеси .....	41
3.2. SWOT-аналіз перспективи розвитку культурних і креативних індустрій в Україні у післявоєнний період .....	45
Висновки до розділу 3 .....	50
ВИСНОВКИ .....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ .....	60

## ВСТУП

*Актуальність роботи.* Креативні індустрії є сучасним сектором креативної економіки, який складає високий відсоток ВВП країн світу. До того ж, питання розвитку креативних індустрій у контексті політики культурної дипломатії є прикладом того, як країни формують національний бренд держави. Зокрема, які інструменти допомагають вийти на міжнародний рівень та змінити імідж від поствоєнної держави до образу з багатою культурною спадщиною.

*Мета роботи* – визначити ефективні інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії.

*Завдання* відповідно до поставленої мети:

- визначити основні дефініції та інструменти політики культурної дипломатії та креативних індустрій;
- оцінити нормативно-правову та інституційну складову креативних індустрій та культурної дипломатії в Україні;
- вивчити світовий досвід реалізації політики культурної дипломатії на основі аналізу існуючих моделей у сфері креативних індустрій, з метою визначення найкращих інструментів для вироблення політики в Україні;
- дослідити традиційні й новітні механізми політики культурної дипломатії та креативних індустрій та визначити, як новітні інструменти (соціальні медіа та використання цифрових технологій) розширюють можливості впливу держави на міжнародну спільноту;
- оцінити основні положення Стратегії 2030 та виявити ефективні інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії, які розкривають потенціал країни, сприяють міжнародній конкурентоспроможності й пізнаваності України у світі;
- розглянути перспективи розвитку креативних індустрій в Україні на основі проведеного SWOT-аналізу перспективи розвитку культурних і креативних індустрій в Україні у післявоєнний період.

*Об'єкт дослідження* – сфера креативних індустрій.

*Предмет дослідження* – інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії.

*Методи дослідження:* У даній роботі були використані різноманітні методи наукового дослідження. Застосовано метод періодизації та історичний метод для кращого осмислення історії культурної дипломатії; креативних індустрій; світових моделей політики культурної дипломатії та національного бренду Hallyu в Кореї. Проведено порівняльний аналіз грантів програми Creative Moves Europe. Використано графічний метод для відображення

відмінностей між структурою промислової економіки та структурою креативної індустрії, а також продемонстрований стан зайнятості респондентів з початку повномасштабної війни. Упродовж дослідження використано методи дедукції та індукції для формування SWOT-аналізу, а також можливостей та перспектив розвитку креативних індустрій в Україні.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Культурна дипломатія має великий вплив на політику будь-якої держави та виступає інструментом для досягнення цілей, особливо у сучасному світі, де креативні індустрії посідають не менш важливе місце. Для того, щоб краще зрозуміти визначення політики культурної дипломатії, варто розглянути історичний підтекст виникнення культурної дипломатії, а також такі дефініції, як дипломатія, м'яка сила, культура, креативні індустрії та інші.

### 1.1. Основні дефініції політики культурної дипломатії та розвитку креативних індустрій

Почнімо з того, що визначення *дипломатія* має кілька значень, проте найбільш влучним до даної теми – інструмент реалізації зовнішньої політики мирними засобами без застосування сили.<sup>1</sup> Іншими словами застосування м'якої сили задля мирного вирішення поставлених міжнародних питань за допомогою комунікації між сторонами. Вперше про м'яку силу зазначав американський політолог Джозеф Най.<sup>2</sup> За його визначенням, *soft power* ґрунтується на трьох важливих аспектах: культура, політичні цінності та зовнішня політика.<sup>3</sup> По-друге, *soft power* є дуже потужним інструментом проти запобігання війн та інших терористичних актів серед людства. Зауважимо, що саме через засоби м'якої сили, які держава просуває у своїй культурі й внутрішній політиці, є результати взаємодії на міжнародному рівні.<sup>4</sup>

*Культурна дипломатія.* Говорячи про більш глибокий екскурс, то відправною точкою культурної дипломатії став період існування Візантійських місіонерів, які поширювали не

<sup>1</sup> Berridge G. R. *Diplomacy: Theory and Practice*. – 6th ed. – London: Palgrave Macmillan, 2022. – p. xxvii.

<sup>2</sup> Магда Є.В. М'яка сила, поняття, Енциклопедія історії України: Додатковий том. – Кн. 1: А–Я / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. - К.: В-во «Наукова думка», 2021. - 773 с.. URL: [http://www.history.org.ua/?termin=m'jaka\\_syla\\_ponjattja](http://www.history.org.ua/?termin=m%27jaka_syla_ponjattja) (дата звернення: 13.02.2025)

<sup>3</sup> Nye J. S. Jr. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Open Learning: Joseph S. Nye Jr. – New York: PublicAffairs, 2004. – p. 11 – URL: [https://www.academia.edu/28699788/Soft\\_Power\\_the\\_Means\\_to\\_Success\\_in\\_World\\_Politics\\_Joseph\\_S\\_Nye\\_Jr](https://www.academia.edu/28699788/Soft_Power_the_Means_to_Success_in_World_Politics_Joseph_S_Nye_Jr)

<sup>4</sup> Nye J. S. Jr. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Open Learning: Joseph S. Nye Jr. – New York: PublicAffairs, 2004. – pp. 5-10 – URL: [https://www.academia.edu/28699788/Soft\\_Power\\_the\\_Means\\_to\\_Success\\_in\\_World\\_Politics\\_Joseph\\_S\\_Nye\\_Jr](https://www.academia.edu/28699788/Soft_Power_the_Means_to_Success_in_World_Politics_Joseph_S_Nye_Jr)

тільки християнство, а й візантійську культуру серед інших народів.<sup>5</sup> Проте у 19 столітті, розпочалась історія виникнення сучасної культурної дипломатії, що охоплювало більш стратегічний характер.<sup>6</sup> Завдяки французькому дипломату Р.Самбон, у 1833 році була створена ініціатива Alliance française<sup>7</sup> – французька некомерційна організація, яка почала просувати свою культуру та мову в світ. Головною метою організації була промоція культурної складової своєї держави на міжнародній арені. До того ж, дана ініціатива сприяла міжкультурному діалогу та створювала можливості для співпраці між іншими країнами. Саме Alliance française став прикладом того, як м'яка сила може стати ключовою у відносинах між державами та сприяти утворенню власного іміджу країни.

Одним з прикладів вдалої культурної дипломатії є Південна Корея, яка використовувала засоби м'якої сили для розвитку креативних індустрій, а саме К-поп, дорами та інше.<sup>8</sup> Проте більш детально досвід Південної Кореї та інших країн буде розглядатись у розділі 2 цієї роботи.

Як було зазначено раніше, культура є одним з головних аспектів «м'якої сили». Загальноприйнято вважати *культуру* лише як мистецтво, звичаї, літературу та здобутки, які має конкретна держава з давніх часів. Безумовно культура має вищенаведені характеристики, проте водночас її значенні у політиці, дипломатії, міжнародних відносинах сягає ширшого розуміння та несе неабиякий вплив для держави, особливо в контексті її позиціонування у світі.<sup>9</sup> Згідно з UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity (2001) це «сукупність характерних духовних, матеріальних, інтелектуальних та емоційних особливостей суспільства або соціальної групи»<sup>10</sup>. Більше того, дослідники характеризують культуру не як щось вроджене чи природне. Насамперед це набута навичка чи знання, які людина або ж соціум формує та використовує протягом свого життя. Браян Стріт професор мовної освіти в

<sup>5</sup> Pajtinka E. Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations. Open Learning: Politické vedy. – 2014. – Vol. 17, No. 4. – p. 96. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/269763112\\_Cultural\\_Diplomacy\\_in\\_Theory\\_and\\_Practice\\_of\\_Contemporary\\_International\\_Relations](https://www.researchgate.net/publication/269763112_Cultural_Diplomacy_in_Theory_and_Practice_of_Contemporary_International_Relations)

<sup>6</sup> Grincheva N. The past and future of cultural diplomacy. Open Learning: International Journal of Cultural Policy. – 2023. – Vol. 30, No. 2. – pp. 172–191. – URL: <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2183949>

<sup>7</sup> Pajtinka E. Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations. Open Learning: Politické vedy. – 2014. – Vol. 17, No. 4. – p. 97. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/269763112\\_Cultural\\_Diplomacy\\_in\\_Theory\\_and\\_Practice\\_of\\_Contemporary\\_International\\_Relations](https://www.researchgate.net/publication/269763112_Cultural_Diplomacy_in_Theory_and_Practice_of_Contemporary_International_Relations)

<sup>8</sup> Драч В. В. Культурна дипломатія в умовах глобального розвитку суспільств. Електронне наукове видання Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2024. № 2. с. 37. – URL: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308270>

<sup>9</sup> Yu Xintian Cultural Factors in International Relation — Washington: The Council for Research in Values and Philosophy, 2004. – p. 25 – (Cultural Heritage and Contemporary Change. Series III, Asia; Vol. 20) – URL: <https://www.crvp.org/publications/Series-III/III-20.pdf>

<sup>10</sup> UNESCO Records of the General Conference, 31st session, Paris, 15 October to 3 November 2001, v. 1: Resolutions— pp. 62-64. – URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687>

Королівському коледжі Лондона визначав культуру як постійне «змагання за визначення». За його словами, «змагання за визначення» відбувається в процесі взаємодії різних груп інтересів, які намагаються впливати на культурні практики та норми, щоб вони відображали їхні цінності. Варто зауважити, що деякі науковці наголошують розглядати культуру як дієслово, у зв'язку зі значенням активного набуття певного досвіду та знань, які постійно еволюціонують та змінюються. Проте інша половина дослідників пропонують, що культуру варто розглядати як прикметник, щоб забезпечити «for a more fluid, less reifying discussion». Тобто дефініція «культурний», дозволяє набутти більш абстрактної інтерпретації самого поняття культура. Таке визначення допомагає уникнути перетворення абстрактних концепцій на конкретні.

Повертаючись до *культурної дипломатії* її визначення стосується діяльності як державними, так і недержавними акторами, головною метою яких є просування національних чи ідеологічних програм. До того ж, культурна дипломатія сприяє взаєморозумінню та допомагає встановити зв'язок серед інших держав.<sup>11</sup> В. Губінгер висвітлює політику культурної дипломатії як такого собі інструмента, що здатний побудувати позитивний імідж держави через зовнішню політику культурної діяльності.<sup>12</sup> За словами словацького вченого, М. Куруч вбачає в культурній дипломатії специфічну діяльність, метою якої є обмін культурними цінностями, що відповідають цілям зовнішньої політики держави. Ще одне визначення, яке було розглянуто британцями Г.Р.Берріджем і А.Джеймсом варті уваги, оскільки за їхніми дослідженнями культурна дипломатія – можливість продемонструвати власні культурні досягнення держави серед міжнародної спільноти<sup>13</sup>. На мою думку, це свідчить про можливість виокремити себе серед інших та заявити про свою готовність до співпраці.

Спираючись на вищенаведені визначення Губінгера, Куруча та Берріджема і Джеймса можна окреслити політику культурної дипломатії як таку, що несе цінність світовій культурі, сприяє іміджу країни та просуває державу у сфері креативних індустрій.

У свою чергу, «*креативні індустрії* – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне

<sup>11</sup> Martin B. G., Piller E. M. Cultural diplomacy and Europe's twenty years' crisis, 1919–1939: Introduction. Open Learning: Contemporary European History. – 2021. – Vol. 30, №. 2. – p. 155. – URL: <https://doi.org/10.1017/S096077732000065X>

<sup>12</sup> Pajtinka E. Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations. Open Learning: Politické vedy. – 2014. – Vol. 17, No. 4. – p. 100. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/269763112\\_Cultural\\_Diplomacy\\_in\\_Theory\\_and\\_Practice\\_of\\_Contemporary\\_International\\_Relations](https://www.researchgate.net/publication/269763112_Cultural_Diplomacy_in_Theory_and_Practice_of_Contemporary_International_Relations)

<sup>13</sup> Те саме.

вираження».<sup>14</sup> Креативні індустрії є великим сектором економіки, який зосереджує свою увагу на трьох аспектах, таких як творча, культурна та інноваційна складові. Дане поняття використовується у множині, оскільки охоплює чимало сфер та показує різноманітність даного сектору.<sup>15</sup> Згідно з Урядовим порталом до креативних індустрій відносять: «народні художні промисли; візуальне мистецтво: живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо; сценічне мистецтво: жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо; література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації; аудіальне мистецтво; аудіовізуальне мистецтво: кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо; дизайн; мода; нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо); архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги; бібліотеки, архіви та музеї».<sup>16</sup>

Зважаючи на те, що креативні індустрії впливають на економіку країни, *креативна економіка* – це основне джерело ресурсу та продукту. Дана концепція відображає наскільки креативність може впливати на економіку та благополуччя країни чи то міста. Окрім цього, економіст Річард Флорид підкреслював, що креативність дуже цінується, адже творчі люди дивляться на проблему з іншого боку, трішки неординарно, що збагачує культурну та економічну сфери. Завдяки креативному погляду на виклик чи проблему, такі люди здатні перетворювати ідеї на створення інновацій та унікальних рішень. Саме тому креативна економіка, як явище виникло через потребу креативних рішень у період кризових ситуацій. Якщо ми звернемо увагу на наведені приклади 1 та 2 «Industrial Economy structure» та «Creative Industry Structure», відразу побачимо відмінності та переваги креативного підходу та креативної економіки (Рис. 1.1).

---

<sup>14</sup> Про культуру: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 24, ст.168, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 20.01.2025)

<sup>15</sup> Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві, Міністерство культури та інформаційної політики України. 11.03.2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-miscze-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>

<sup>16</sup> Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhnnyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij>

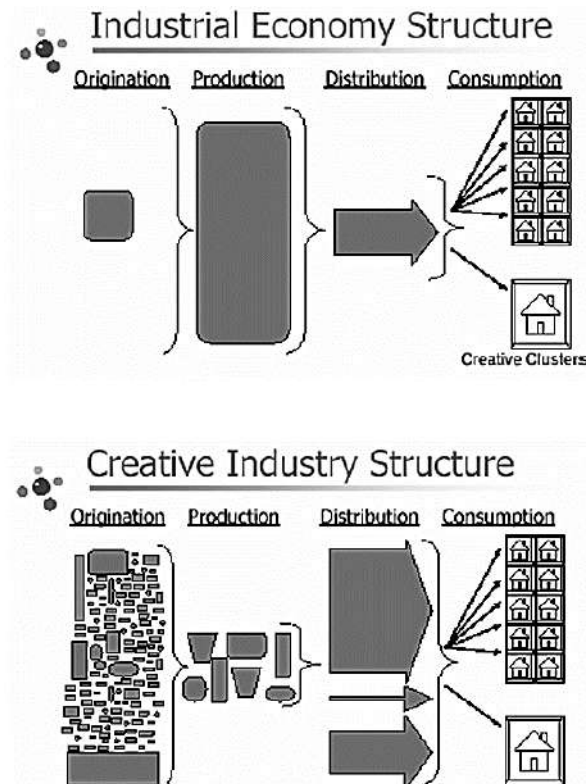


Рис. 1.2. «Industrial Economy structure» та «Creative Industry Structure»

Джерело: Howkins, J. (n.d.). *Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy*. (D. Ghelfi, Interviewer)

Варто зазначити, що свій початок креативні індустрії розпочали у 1990-их, коли Австралія вперше повідомила про те, що розглядає створити «креативну державу». Згодом, у Великобританії DCMS (Department for Culture, Media and Sport) опублікував документ, який окреслював термін креативні індустрії.<sup>17</sup>

Аналізуючи вищенаведені тези, креативні індустрії це великий сектор економіки, де рушійною силою креативної економіки стають: ідеї та креативність. Саме ці складові є ключовими стовпами і допомагають розвивати економіку держави, розкривати потенціал країни, з креативністю вирішувати поставлені задачі, що в свою чергу сприяє міжнародній конкурентоспроможності у світі.

Не менш важливим у сфері креативних індустрій та культурної дипломатії є *авторське право*. Досліджуючи питання креативних індустрій та промоції її на міжнародну арену, дуже важливо сприяти захисту інтелектуальної власності. Завдяки цьому, захист авторського права на державному рівні дозволить притягнути до відповідальності порушників та сприяти розвитку креативних індустрій не тільки на державному рівні, а й на міжнародному. Авторське

<sup>17</sup> Shuao Lin, *Creative Industry: Cultural Production or Cultural Control? A Critical Policy Analysis of UK Creative Industries Policy Documents*. Open Learning: Proceedings of the 7th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2021), p. 225, URL: [10.2991/assehr.k.210519.044](https://doi.org/10.2991/assehr.k.210519.044)

право захищає творчий доробок та дає гарантії того, що робота захищена законом.

## **1.2. Інституційно-правові засади формування та реалізації політики культурної дипломатії у контексті розвитку креативних індустрій в Україні**

*Нормативно-правова база креативних індустрій та культурної дипломатії в Україні*

Закон України «Про культуру» є основним документом регулювання сфери креативних індустрій, адже він визначає сферу креативних індустрій. Донедавна, визначення креативних індустрій не було прописане в законах України, проте у 2018 році Верховна Рада внесла зміни до законопроекту № 6738 та офіційно визнала креативні індустрії як такі, що несуть вплив на економічну діяльність країни.<sup>18</sup> До того ж, «введення в нормативний обіг терміну «креативні індустрії» дозволить чітко ідентифікувати ті види діяльності, які створюють творчі послуги та продукт, потребують належних форм державної підтримки для забезпечення їх органічного розвитку».<sup>19</sup> Отож, завдяки закріпленню креативних індустрій на законодавчому рівні, сфера креативних індустрій отримує необхідну координацію, державну підтримку та потенційну інтеграцію у міжнародні процеси.

Більше того, Закон України «Про культуру» частково охоплює і принципи культурної дипломатії. Для прикладу, у Статті 3 цього закону один з пунктів є «забезпечення розвитку міжнародного культурного співробітництва»<sup>20</sup>, що передбачає застосування дипломатії, як інструмент розвитку креативних індустрій. За нової редакції у 2017 році один з пунктів даного Закону передбачає стимулювання розвитку креативних індустрій, а також закріплення певних заходів задля їхньої підтримки, оскільки креативні індустрії визначаються як важливі складові економіки нашої країни.<sup>21</sup> Варто зауважити, що у 2021 році Центр розвитку креативної економіки провів дослідження згідно з яким частка ВВП складає 7%, проте потенціал креативної економіки дещо вищий в Україні та складає 10%. Зосередьмося на тому, що завдяки

---

<sup>18</sup> Парламент ввів у законодавство про культуру поняття «креативні індустрії». Укрінформ: вебсайт URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2483199-parlament-vviv-u-zakonodavstvo-pro-kulturu-ponatta-kreativni-industrii.html> (дата звернення 21.01.2025).

<sup>19</sup> Те саме.

<sup>20</sup> Про культуру: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 24, ст.168, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 20.01.2025).

<sup>21</sup> Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві, Міністерство культури та інформаційної політики України. 11.03.2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>

зростанню ВВП це створюватиме надважливі позитивні макроефекти та можливість досягти ВВП на 182,1 млрд грн, в свою чергу експорту на 95,6 млрд грн.<sup>22</sup>

У період пандемії COVID-19, було прийнято *Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу...»*.<sup>23</sup> Зокрема, зміни стосувались розвитку сфери кінематографії у вигляді державної субсидії, про що повідомлялось в Офісі Президента України.<sup>24</sup> Згідно з законом, Український інститут книги та Український культурний фонд також розширив підтримку в вигляді грантових можливостей. За даними Вокс Україна, сприйняття експертами даного закону дещо розділилась, оскільки вирішення питань було надто точкове і не вирішувало нагальних проблем. Хоч частина експертів оцінила закон у -4, інші +3, проте медіана становила +1 бал, що свідчить про стримано позитивне сприйняття.<sup>25</sup>

*Закон України «Про авторське право та суміжні права»*<sup>26</sup> є не менш ключовим нормативно-правовим актом, адже даний закон забезпечує правовий захист продуктів креативних індустрій. «Об'єкти, які охороняються авторським правом є тим, що забезпечує існування креативних індустрій, тому їх розвиток напряду залежить від якості правової охорони таких об'єктів, ефективності їх захисту та можливості їх вигідно комерціалізувати»<sup>27</sup>. Об'єктами авторського права, які закріплені на законодавчому рівні в Україні продемонстрований у Додатку Б.

*Закон України «Про Український культурний Фонд»* посідає не останнє місце у регулюванні креативних індустрій. Даний нормативно-правовий акт передбачає інституційну підтримку сфери креативних індустрій в Україні, що у свою чергу системно впливає на розвиток культури на рівні держави. Завдяки функціонуванню Закону, який був прийнятий у 2017 році, сфера креативних індустрій отримала державного інвестора. До того ж, прийняття

<sup>22</sup> Те саме.

<sup>23</sup> Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 43, ст.371, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20#Text> (дата звернення 25.01.2025).

<sup>24</sup> Креативні індустрії та заклади культури в період карантину потребують нашої підтримки: Офіційне інтернет-представництво від 13 липня 2020 року, URL: <https://president.gov.ua/news/kreativni-industriyi-ta-zakladi-kulturi-v-period-karantinu-p-62229>

<sup>25</sup> Індекс реформ 139: Госпітальні округи, можливість відкликати депутатів і підтримка креативних індустрій. Вокс Україна: вебсайт. URL: <https://voxukraine.org/imore-139-gospitalni-okrugy-mozhlyvist-vidklykaty-deputativ-i-pidtrymka-kreatyvnyh-industrii>

<sup>26</sup> Про авторське право і суміжні права: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2023, № 57, ст.166. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text> (дата звернення 25.01.2025)

<sup>27</sup> Якуша, Є. С. Правова охорона об'єктів авторського права в креативних індустріях / Якуша Є. С. // Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності : збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (м. Київ, 26 квітня 2023 р.). – Київ : КІП ім. Ігоря Сікорського, 2023. – с. 121. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/56798>

цього закону розширює культурну екосистему в Україні, підкріплюючи її як грантовими програмами, так і майбутніми партнерськими зв'язками.<sup>28</sup>

Для прикладу Стаття 3 визначає чіткі завдання й функції Українського культурного Фонду, що включає як й підтримку мистецьких проєктів, розвиток креативного потенціалу, так і промоцію української культури на міжнародному рівні, створюючи сприятливе середовище для культурного підприємництва.<sup>29</sup>

На офіційному сайті Міністерства культури та стратегічних комунікацій (далі МКСК), *Закон України «Про народні художні промисли»* є в переліку нормативно-правових актів підрозділу про креативні індустрії. Цей Закон визначає статус суб'єктів галузі народних художніх промислів та регулює їхню діяльність. Водночас, документ визначає народні художні промисли як «важливу складову частини культури українського народу».<sup>30</sup>

Важливо відзначити, що функціонування Закону, на мою думку, є вагомим у розвитку української культури, оскільки він створює правові умови для збереження та розвитку традиційного мистецтва. Більше того, це дозволяє Україні виходити на міжнародний рівень, використовуючи інструменти культурної дипломатії. Таким чином, закон допомагає у створенні зв'язків, що зміцнюватимуть позицію України, формуючи її через призму української культури.

Беручи до уваги вищенаведену інформацію, зауважимо, що від 15 грудня 2021 року було сформоване «*Розпорядження № 1677-р від 15.12.2021 Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2024-2027 роки*».<sup>31</sup> Наявність такої стратегії, допомагає зрозуміти вектор держави у якому рухається країна. Відзначимо, що у документі йдеться про розвиток народних художніх промислів як креативних індустрій держави. А також про 4-ри шляхи вирішення ймовірних проблем у цій галузі ККІ. Продемонстрований 4 варіант, на мою думку, є найоптимальнішим, оскільки включає в себе комплексний підхід. Зокрема, залучення різних стейкхолдерів для успішної реалізації політики розвитку, водночас враховуючи не тільки національний рівень.

*Інституційна база креативних індустрій та культурної дипломатії в Україні*

---

<sup>28</sup> Про нас. Український культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/p/about> (дата звернення 05.02.2025).

<sup>29</sup> Про Український культурний фонд: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 19, ст.238, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1976-19#Text> (дата звернення 05.02.2025).

<sup>30</sup> Про народні художні промисли: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 41, ст.199, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2547-14#Text> (дата звернення 05.02.2025).

<sup>31</sup> Розпорядження № 1677-р від 15.12.2021 Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2024-2027 роки, URL: [https://zakononline.com.ua/documents/show/502779\\_685316](https://zakononline.com.ua/documents/show/502779_685316)

До державних інституцій України, які відповідають за функціонування та реалізацій політики як креативних індустрій, так і культурної дипломатії наступні органи:

Міністерство культури та стратегічних комунікацій (далі МКСК).

Міністерство зовнішніх справ (далі МЗС).

Український інститут (далі УІ).

Український культурний фонд (далі УКФ).

МКСК є «є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах культури, державної мовної політики, популяризації України у світі».<sup>32</sup> До завдань Міністерства входить розробка законів, підготовка пропозицій, регулювання сфери культури та креативних індустрій, створення умов відродження креативних індустрій та інше. Бере участь у координації та організації виставкової діяльності як національної, так і міжнародної. На додаток, координує діяльність УКФ й інше.<sup>33</sup>

У свою чергу, МЗС України «головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері зовнішніх відносин».<sup>34</sup> Зокрема, дипломатичними шляхами сприяти розвитку різних сфер, у тому числі й культурної. Створювати міжнародні партнерства та зв'язків з іншими державами через культурний прояв, а також сприяти позитивного іміджу України.<sup>35</sup> Для прикладу, нещодавно МЗС разом з Українським Інститутом та ГО «Вікімедіа» провели «Місяць культурної дипломатії України у Вікіпедії»<sup>36</sup> (детальніше див. розділ 3).

«Український інститут це державна установа, що працює у сфері культурної дипломатії. Діяльність установи спрямована на покращення розуміння і сприйняття України у світі та розвиток її культурних зв'язків з іншими країнами».<sup>37</sup> Місія УІ сприяти міжнародній

<sup>32</sup> Деякі питання діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій: постанова Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2019 р. № 885, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення 05.02.2025)

<sup>33</sup> Те саме.

<sup>34</sup> Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України: постанова Кабінету Міністрів України від 30 березня 2016 р. № 281, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення 05.02.2025)

<sup>35</sup> Те саме.

<sup>36</sup> Місяць культурної дипломатії України: стартує п'ятий міжнародний марафон про українську культуру у Вікіпедії. Міністерство закордонних справ України (09 квітня 2025), URL: <https://mfa.gov.ua/events/misyac-kulturnoyi-diplomatiyi-ukrayini-startuye-pyatij-mizhnarodnij-marafon-pro-ukrayinsku-kulturu-u-vikipediyi>

<sup>37</sup> Стратегія Українського інституту 2020-2024. Український Інститут, с.5, URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/strategy-ukrainian-institute-3.pdf>

співпраці через інструменти культурної дипломатії. У своїх напрямках діяльності УІ виокремлює наступні (Рис 1.2).

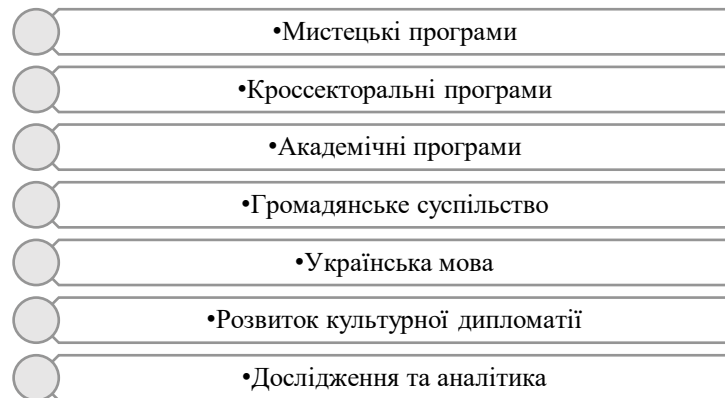


Рис 1.2. Узагальнено автором на основі <https://ui.org.ua/programs/>

До того ж, Український інститут має три представництва закордоном в Німеччині, Нідерландах та Франції.<sup>38</sup>

Український культурний фонд – є «державним інвестором розвитку культури та креативних індустрій України».<sup>39</sup> У 2017 році інституція почала функціонувати та здійснювати підтримку у напрямках як візуального/аудіовізуального мистецтва, так і ККІ й інших секторів. Інституція за 7 років доєдналась до фінансування 2717 проектів, а сума інвестицій у Фонд становить близько 1.6 млрд доларів. Серед пріоритетних напрямків УКФ є інклюзивність культури, культурна спадщина, культура в час війни, підтримка культури на місцевому рівні, культурне розмаїття, а також партнерства. Важливо відзначити, що УКФ має грантові програми до яких можна долучатись та отримувати фінансову підтримку. Зокрема, «Культура під час війни», «Культура. Регіони», які включають в себе декілька лотів на різну фінансову підтримку.

### 1.3. Інструменти розвитку креативних індустрій

Зазначимо такі інструменти креативних індустрій, які впливають на їхній розвиток:

Інституційна підтримка, а саме реалізація низки заходів за участі безпосередньо інституцій як УІ, МЗС та інші.

Розвиток культурної дипломатії, яка є одним з інструментів креативних індустрій.

Наявність креативних хабів.

<sup>38</sup> Представництва. Український Інститут: вебсайт. URL: <https://ui.org.ua/> (дата звернення 10.02.2025)

<sup>39</sup> Про нас. Український культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/p/about> (дата звернення 05.02.2025)

Міжнародні фестивалі, конкурси.

Фінансова підтримка.

Колаборації.

Офіційно початок розвитку креативних індустрій в Україні розпочався у 2016 році згідно з Розпорядженням «Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ».<sup>40</sup> Вже у 2017 році вийшов звіт-дослідження креативних індустрій в Україні завдяки програмі ЄС під назвою «Culture and Creativity», що дослідив стан та розвиток ККІ в Україні, а також рекомендації щодо розвитку цього сектору економіки<sup>41</sup>. Цього ж року, інституція УКФ почала функціонувати та реалізовувати перші гранти для митців у 2018 році. Згодом, у 2018 році з'явився Український інститут, як інструмент промоції України на міжнародну арену.

Щороку креативні індустрії в Україні набирають все більше обертів. До того ж, їхня перевага є очевидною, оскільки дана індустрія показує себе доволі стійкою у кризових ситуаціях. Зокрема, з початком повномасштабного вторгнення виникла проблема втрати талановитих кадрів.<sup>42</sup> Згідно зі стратегією розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках «За результатами останнього дослідження Українського культурного фонду та МКСК з країни виїхало більше 20 відсотків креативних фахівців, 37 відсотків представників креативних індустрій втратили роботу або не отримують зарплату. Постає проблема впливу професійного трудового ресурсу за кордон або в інші галузі економіки».<sup>43</sup> Різке зменшення кваліфікованих працівників спричинило зниження рівня підтримки культурної сфери. Внаслідок цього це призвело до очевидного скорочення фінансування культурної сфери, оскільки пріоритет надання фінансових ресурсів став більше спрямованим на потреби армії, адже фінансування ЗСУ наразі є найважливішим внеском у майбутнє нашої країни.

---

<sup>40</sup> Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури - стратегії реформ: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 лютого 2016 р. № 119-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80#Text> (дата звернення 15.02.2025)

<sup>41</sup> Фарінья. К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні – с.1-59 , URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf)

<sup>42</sup> Стан культури та креативних індустрій під час війни - результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. Український Культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення 25.03.2025).

<sup>43</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 20.02.2025)

Важливо відзначити, що попит на культурні продукти та послуги зменшився.<sup>44</sup> Це також значно вплинуло на економіку держави, що сприяло пошуку нових шляхів вирішення проблеми по відновленню та необхідній підтримки креативних індустрій. Окрім того, постала проблема евакуації об'єктів<sup>45</sup>, які належать до культурної спадщини. Оскільки, ми неодноразово спостерігали, як росія була по культурним осередкам, які відображають нашу історичну та культурну приналежність. Юлія Федів зазначала, що для збереження культурних об'єктів потреба в інтелектуальному та економічному ресурсі досить значна, що потребує додаткового фінансування та співфінансування. В результаті чого, це стає одним з викликів для культурної галузі.<sup>46</sup>

Перейдемо безпосередньо до статистики та до даних, що підтверджують вищесказані твердження. Цитуючи статтю з «Економічної Правди: «В Україні до війни (2018 р.) цей сектор оцінювався у 4 % ВВП у вузькому розумінні (вся креативна економіка – 7,5% ВВП). Кількість зайнятих оцінювалась у 0,35 млн осіб, і, до речі, це був один з небагатьох секторів економіки, в якому кількість робочих місць за останні роки збільшувалась».<sup>47</sup> Проте з настанням повномасштабного вторгнення ситуація змінилась та на середину літа статистика становила наступні показники. За даними з Плану відновлення:

- «37% працівників у сфері креативних індустрій втратили роботу або не отримують зарплату під час війни.
- 39% креативних бізнесів відзначають зменшення/зникнення замовлень і продажів.
- У чверті креативних бізнесів падіння оборотів становить понад 90%.
- 20% представників креативних індустрій виїхали за кордон через війну».<sup>48</sup>

Окрім цього, серед чисельних опитуваних стан зайнятості респондентів з початком повномасштабної війни змінився. У ході опитування у сфері креативних індустрій в якому взяли участь 740 респондентів, серед яких 485 осіб становили жінки та 255 – чоловіки. Поглянувши на рисунок 3.1, можемо зробити наступні висновки. Більше половини людей або змінили зайнятість на іншу (не креативні індустрії) або не мають роботи взагалі. Звідси, розуміємо, що частина людей була мобілізована, частина втратила роботу, деякі люди займаються волонтерською діяльністю.

<sup>44</sup> Стан культури та креативних індустрій під час війни - результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. Український Культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення 21.04.2025).

<sup>45</sup> Головне – створювати саме українську культуру: інтерв'ю з Юлією Федів про роль та фінансування культури під час війни. Суспільне Культура: вебсайт. URL: <https://suspihne.media/culture/575269-golovne-stvoruvati-same-ukrainsku-kulturu-intervu-z-ulieu-fediv-pro-rol-ta-finansuvanna-kulturi-pid-cas-vijni/> (дата звернення 01.03.2025).

<sup>46</sup> Теж саме.

<sup>47</sup> Гетьманцев, Д. (21 Грудень 2022 р.). Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/>

<sup>48</sup> Теж саме.

Серед опитуваних ширяться здебільшого думки, що «Пріоритетність сектору культури має бути наряду з повоєнним відновленням міст та інфраструктури» – не зважаючи на зміну пріоритетів державного фінансування, респонденти наголошують на важливості підтримки та промоції української культури як на національному, так і на міжнародному рівні». <sup>49</sup> Я розділяю думку, що культура потребує підтримки на різних рівнях. Очевидним є той факт, що фінансування наразі йде на Збройні Сили України, але важливим також є й підтримання різних сфер у державі в тому числі культурної. Неодноразово респонденти звертали свою увагу саме на колабораціях з міжнародними продуктами. На їхню думку, це хороший інструмент для висвітлення української культури на міжнародному рівні, а також чудова нагода залучити більше інвесторів задля підтримки нашої культури.

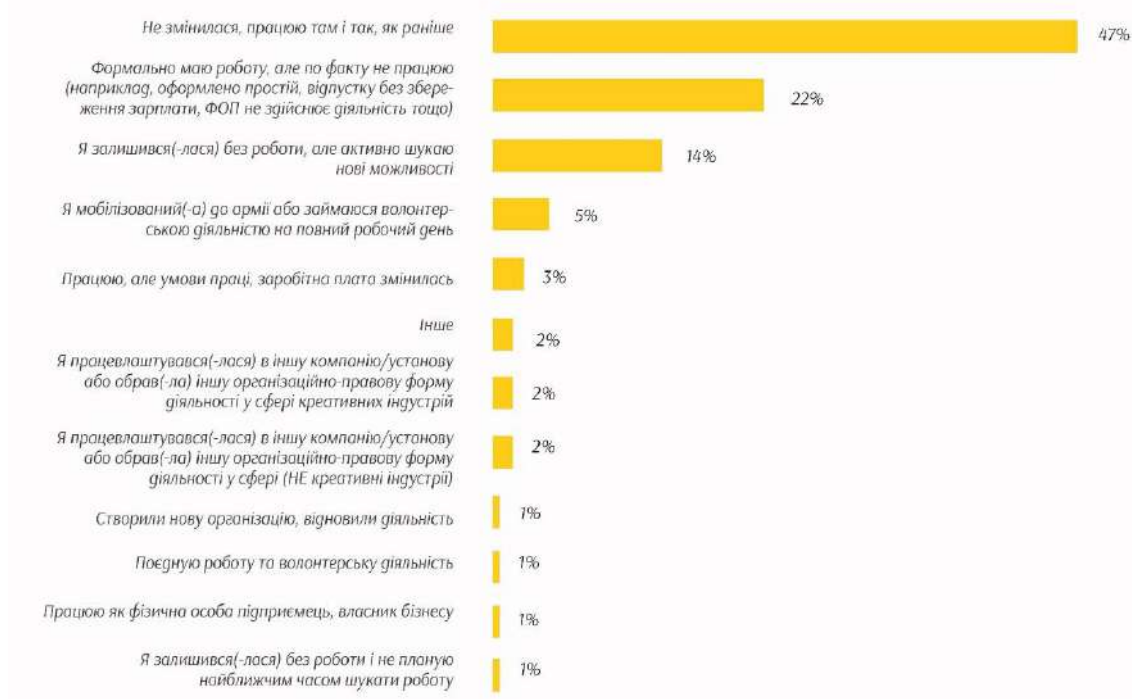


Рис. 3.1. Стан зайнятості респондентів з початку повномасштабної війни

Джерело: Український Культурний Фонд. (12 Серпень 2022 р.). Стан культури та креативних індустрій під час війни - результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022>

Незважаючи на те, що у 2022 році через повномасштабне вторгнення з боку росії креативна економіка зазнала кризового становища, проте її розвиток й у таких умовах спонукав застосовувати креативність та розвивати дану галузь. Нещодавні дослідження згідно

<sup>49</sup> Стан культури та креативних індустрій під час війни - результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. Український Культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення 01.03.2025).

з інформації Міністерства культури та стратегічних комунікацій показують, що найбільша частка експорту припадає на сферу ІТ, а саме телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги, що складає третину частки креативних послуг – 41,1%, 40,5%<sup>50</sup>. З кожним роком креативні індустрії стають все більш актуальними та тим ресурсом, який допомагає економіці держав. За словами Джона Ньюбігіна, член ради креативних індустрій уряду Великобританії: «Основним паливом економіки ХХ ст. була нафта, а паливом ХХІ ст. – є креативність»<sup>51</sup>, що є істиною сучасного світу.

До того ж, варто наголосити, що за даними Державної служби статистики України та дослідження під назвою «Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України», який був написаний разом з Київською школою економіки ІТ посідає перше місце серед всіх сфер креативних індустрій в Україні, адже у 2019 році утворила 54% валової доданої вартості (ВДВ) креативних індустрій в нашій країні. Зокрема, до економічної діяльності сектору КІ віднесли:

«Видання комп'ютерних ігор.

Видання іншого програмного забезпечення.

Комп'ютерне програмування.

Консультавання з питань інформатизації».<sup>52</sup>

Окрім цього, в Україні Український інститут разом з МЗС України нещодавно запустили співпрацю з платформою Reddit, яка є досить популярною в США про що зазначала стаття МЗС України на їхньому офіційному сайті. За словами МЗС «Reddit – це формат онлайн-сесій запитань і відповідей для творення нішевих, експертних дискусій. Протягом участі у сесії учасник платформи створює допис, у якому представляє себе та тему обговорення і впродовж години відповідає на запитання користувачів у коментарях»<sup>53</sup>. Завдяки програмі вже було обговорені такі ініціативи, які мали назву «Мед мінних полів», а також «Зерно з України». Упродовж онлайн-сесій дискусія вищенаведених ініціатив стосувалась не тільки про популяризацію української культури, а також вплив росії на

---

<sup>50</sup> Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві, Міністерство культури та інформаційної політики України. 11.03.2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-miscze-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>

<sup>51</sup> Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві, Міністерство культури та інформаційної політики України. 11.03.2024. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-miscze-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>

<sup>52</sup> Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П., Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України, – с. 31.– URL: [KSE-Trade-Kreatyvni-industriyi.pdf](https://kse-trade.com.ua/kreatyvni-industriyi.pdf)

<sup>53</sup> МЗС України та Український інститут розпочали співпрацю з Reddit, Міністерство закордонних справ України: вебсайт. URL: <https://mfa.gov.ua/news/mzs-ukrayini-ta-ukrayinskij-institut-rozpochali-spivpracyu-z-reddit> (дата звернення 02.03.2025)

привласнені українських традицій та культурних цінностей.<sup>54</sup> На мою думку, це цікава ініціатива, оскільки прямо стосується презентації нашої держави на міжнародний рівень, а також можливість поширювати нашу культуру по всьому світу.

Ще одна цікава державна онлайн-ініціатива у якому взяли участь Український інститут, Міністерство закордонних справ України та ГО «Вікімедіа Україна» під назвою «Місяць культурної дипломатії України». Ініціатива вже проводиться вп'яте, цього року у 2025 вона відбувалась з 14 квітня по 16 травня. Мета такої програми полягає у тому, щоб покращити та перекласти наявні вікіпедія-статті в інформаційному просторі серед інших країн. Зокрема зазначається про 7000 унікальних статей, що пов'язані з українською культурою. Вони були перекладені на арабську, баскську, валлійську та інші мови.<sup>55</sup>

Більше того, Україна долучилась до Creative Moves Europe та у 2016 році розпочала співпрацю. Ця ініціатива дозволяє українцям отримати грантову підтримку Individual mobility action у різних конкурсах, зокрема близько 30. На період з 2021-2027 європейський бюджет програми Creative Moves Europe складає 2,44 млрд євро.<sup>56</sup>

В Україні також існують різні ініціативи створення креативних просторів. В свою чергу такі простори, коворкінги або ж хаби сприяють стимулюванню креативних стартапів та інновацій; обміном ідеями, думками, що в свою чергу сприяє розвитку нових технологій, підприємництва та культурного життя громади. Такі мережеві приміщення не тільки набувають популярності в Києві, а й в інших містах. Наприклад:

- освітній центр в Харкові Spalah,
- I Co-Working Hub в Дніпрі
- Impact Hub в Одесі (цей хаб має на меті допомагати дизайнерам та митцям виходити на український ринок, а також ринок ЄС.
- IZONE – платформа «ІЗОЛЯЦІЇ» для культурних ініціатив в Києві.<sup>57</sup> «IZONE— це креативний громадський центр, який забезпечує робоче середовище, з особливою увагою на творчому процесі досліджень та виробництва й мультидисциплінарності».<sup>58</sup> У 2014 році платформа переїхала в Київ з огляду на окупацію Донецька, оскільки до військової окупації

<sup>54</sup> Те саме.

<sup>55</sup> Місяць культурної дипломатії України: стартує п'ятий міжнародний марафон про українську культуру у Вікіпедії. Міністерство закордонних справ України (09 квітня 2025), URL: <https://mfa.gov.ua/events/misyac-kulturnoyi-diplomatiyi-ukrayini-startuye-pyatij-mizhnarodnij-marafon-pro-ukrayinsku-kulturu-u-vikipediyi>

<sup>56</sup> Оголошено третій конкурс програми Culture Moves Europe на індивідуальну мобільність митців. Creative Europe: вебсайт. URL: [https://creativeeurope.in.ua/public/news/cme\\_individual\\_call3](https://creativeeurope.in.ua/public/news/cme_individual_call3) (дата звернення 03.04.2025).

<sup>57</sup> Платформа культурних ініціатив. IZOLYATSIA: вебсайт. URL: <https://izolyatsia.org/ua/>

<sup>58</sup> Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні – с. 28 – URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf)

розташовувалась та була заснована в Донецьку у 2010 році. Цей простір наразі діє в Києві. Команді вдалось створити багатофункціонуючі приміщення.

- «Часопис».
- Київський хаб Kyiv Smart City (даний хаб зосереджує свою увагу на вирішення проблем, які пов'язані з інфраструктурою міст).<sup>59</sup>
- Конгрес культурних активістів (ініціатива, що має на меті сприяти співпраці між різними регіонами України задля ефективного вирішення проблем. Більше того, інтегрувати культуру в національні стратегії соціального та економічного розвитку, оскільки культура є пріоритетною сферою співпраці з іншими країнами).<sup>60</sup>

Інший приклад це відома співачка не тільки в Україні, а й за її межами – JerryHeil, яка запровадила новий лейбл для музикантів-початківців під назвою Nova Music. Даний сучасний лейбл створений, як говорить сама співачка, на сучасність та чесність нових музикантів. Саме такий лейбл даватиме співаками можливість зосередитись більш на творчості та написання пісень, аніж на їхньому просування та менеджменті.<sup>61</sup> На мою думку, такий підхід, даватиме креативній та сучасній молоді не тільки поштовх для просування в їхній кар'єрі, а й можливість просувати нашу українську культуру на міжнародний рівень. На прикладі JerryHeil, ми можемо побачити, як важливо заявляти про себе (про Україну) в міжнародній спільноті. Завдяки її пісням нашу культуру чують. Окрім її пісень, вона неодноразово мала досвід кооперації зі співаками з різних країн. Такі колаборації створюють середовище для розвитку ККІ в Україні та інших країнах, сприяючи економічному зростанню й інноваціям.

Не можна не згадати у контексті музичного мистецтва вплив Євробачення на Україну. Як зазначалося раніше на прикладі Азербайджану, у розділі 2 цієї роботи, Євробачення впливає на імідж держави та формує впізнаваність країни. До того ж, на мою думку, масштаб експертів задіяних в організацію пісенного конкурсу настільки великий, що потенційно Євробачення є великим полем для пошук експертів, а також колаборацій з ними. Для прикладу не тільки у створенні музичного продукту, а й дизайну. Зокрема, дизайнерські рішення FROLOV, які були продемонстровані під час виступів Джамали, Tvorchi, а також цьогорічного виступу Ziferblat. Участь у Євробаченні підвищує імідж України, зокрема про це зазначав Пітер Дікісон, аналітик Атлантичної ради: «Жодна міжнародна подія не зробила стільки для

<sup>59</sup> Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні – с. 24 – URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf)

<sup>60</sup> Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні – с. 24 – URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf)

<sup>61</sup> «Лейбл для тих, хто створює чесну музику»: Jerry Heil запустила NOVA MUSIC. Слух: вебсайт. URL: <https://slukh.media/news/jerry-heil-nova-music/> (дата звернення 03.04.2025)

просування бренду «Україна» у світі, як пісенний конкурс Євробачення».<sup>62</sup> А Рох Дунін-Вонсович, соціолог з LSE підкреслював, що Євробачення у свою чергу, стало інструментом «м'якої сили». Більше того, за його спостереженнями, Україна продемонструвала свою країну зі сторони відкритої, толерантної та багату на культурну спадщину країну. Я повністю підтримую думку Рох Дуніна-Вонсовича, оскільки вважаю, що перемога Євробачення у 2017 році, а також у 2003 сприяла сприйняттю України міжнародною спільнотою.

---

<sup>62</sup> Чому Євробачення – це "тріумф м'якої сили" України. BBC Україна: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/press-review-57330629> (дата звернення 03.04.2025)

## Висновки до розділу 1

Отже, культура є «м'якою силою» держави, що формується впродовж всього існування країни. Досліджено, що завдяки політиці культурної дипломатії країна будує позитивний імідж держави. Окрім цього, демонструє власні культурні досягнення на міжнародний рівень. Виявлено, що креативні індустрії створюють додану вартість та сприяють новим робочим місцям завдяки творчим секторам. Зокрема креативні індустрії впливають на креативну економіку, використовуючи інноваційні та унікальні рішення. У свою чергу, креативність та ідейність є основною для креативної економіки. Продемонстровано, що захист авторського права є ключовим аспектом розвитку креативних індустрій, оскільки захищає власність митців. Відповідно до цього, надає можливість митцям притягнути до відповідальності тих, хто незаконно використав той чи інший продукт.

Зазначимо, що згідно з Законодавством України, креативні індустрії у 2018 році офіційно були визнані сектором економіки, які впливають на її економічну діяльність. Виявлено, що закріплення в нормативному обігу даного терміну допомагає чітко ідентифікувати такі галузі. Зокрема, передбачає якісні координації між органами та державній підтримці. Досліджено, що кожен з законів, який був зазначений має важливий вплив на функціонування цілого сектору. Більше того, державні інституції на прикладі МКСК, МЗС, УІ та УКФ координують та організують державну політику. До того, мають вирішальну роль в підтримці розвитку креативних індустрій та політики культурної дипломатії.

## РОЗДІЛ 2. СВІТОВИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

### 2.1. Світові моделі культурної дипломатії

Почнімо з того, що культурна дипломатія реалізується завдяки інтеграції як традиційних, так й інноваційних підходів<sup>63</sup>. Відповідно до класифікації сучасних моделей реалізації, однією з моделей культурної дипломатії є *мережева*. Головною ідеєю даної моделі є залучення різноманітних інституцій, партнерів та інших акторів задля майбутніх тісних партнерств. Така методика допомагає досягнути бажаних спільних цілей у розвитку культурної дипломатії<sup>64</sup>. Наступна модель має назву *цифрова* модель культурної дипломатії. Використовуючи такі інструментами як соціальні медіа та мережу Інтернет для можливості просування культурних цінностей на міжнародному рівні. Більше того, завдяки такій моделі кожна з держав може швидко висвітлювати головні меседжі до міжнародної спільноти, особливо під час війни та численної пропаганди<sup>65</sup>.

Зазначимо ще одну модель, яка має назву *креативна*. Дана модель має на меті використання креативних індустрій для сприяння не тільки економічній складовій держави, а й формування відповідного іміджу країни. Враховуючи те, що дизайн, кіно, мистецтво та інші сектори входять в креативні індустрії, це створює потенціал для культурного впливу. Саме завдяки креативним індустріям виникають культурні бренди, які підсилюють культурну різноманітність та інноваційність країни. «Наприклад, успіх українських художників на міжнародних виставках, участь українських фільмів у престижних кінофестивалях, популярність української музики на світовій сцені сприяють підвищенню міжнародного іміджу України та зміцненню її культурних позицій»<sup>66</sup>.

Розглянемо методи культурної дипломатії у розрізі країн світу таких як: Франція, Велика Британія, Німеччина, Італія, Японія.

---

<sup>63</sup> Смелянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2024. – № 14. – лип. – с. 192–200. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2601>

<sup>64</sup> Те саме.

<sup>65</sup> Те саме.

<sup>66</sup> Смелянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2024. – № 14. – лип. – с. 197. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2601>

**Франція.** Французька модель культурної дипломатії базується на активному залученні держави до міжнародного культурного співробітництва.<sup>67</sup> Французька модель має величкий історичний досвід у формуванні політики культурної дипломатії, оскільки сягає 17 та 18 століття.<sup>68</sup> Як зазначалося раніше у розділі 1, першою громадською організацією у Франції була Альянс Франсез, яка стала початком розвитку культурної дипломатії Франції, популяризуючи французьку мову та культуру Франції. Особливістю французької моделі є те, що політику культурної дипломатії ведуть французькі інститути. Наприклад такі як Міністерство Європи та закордонних справ і Міністерство культури й комунікації.<sup>69</sup> Тобто фінансування культурної дипломатії веде безпосередньо держава та має вплив на функціонування організацій. Основними стовпами Міністерства Європи та закордонних справ розвитку політики культурної дипломатії є:

- «Зміцнення інтелектуального та культурного охоплення Франції,
- Посилення сприяння та структурування секторів культурних і креативних індустрій (ККІ)».<sup>70</sup>

«Законом про зовнішню діяльність Франції від 27 липня 2010 р. визначено три публічні установи, які відповідають за поширення присутності й впливу Французької Республіки за кордоном: Французький інститут, Альянс Франсез і Кампус Франс».<sup>71</sup> Цікавим є те, що креативні індустрії у Франції відіграють важливу роль, оскільки вони створюють нові робочі місця для громадян. За словами Франка Рістера на конференції з культурних та креативних індустрій у 2019 році було зазначено, що «сектори архітектури, книг, кіно, музики, аудіовізуальних засобів, преси, радіо, відеоігор, візуального та виконавського мистецтва забезпечують 640 000 робочих місць і 91 мільярд євро обороту».<sup>72</sup>

<sup>67</sup> Степанов А. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації: Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 71, 2023, – с. 58-63 – URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332/1256>

<sup>68</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». - Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 36.

<sup>69</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». – Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 36-39.

<sup>70</sup> Cultural Diplomacy. France Diplomacy: website. URL: [https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/#sommaire\\_3](https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/#sommaire_3) (accessed 06.03.2025)

<sup>71</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». - Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 37.

<sup>72</sup> Cultural Diplomacy. France Diplomacy: website. URL: [https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/#sommaire\\_3](https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/#sommaire_3) (accessed 06.03.2025)

**Велика Британія.** Британська модель культурної дипломатії ґрунтується на принципі «розширеної руки» (*arm's length principle*<sup>73</sup>), який передбачає фінансування міжнародного культурного співробітництва з боку уряду. У свою чергу, повноваження координації переходять до незалежних установ.<sup>74</sup> Варто зауважити, що Велика Британія не мала значного пріоритету у розвитку цієї сфери до 1940 року. Така політика була пов'язана з історичною складовою країни, а саме з її статусом «колоніальної імперії». Період настання Холодної Війни та її кінець став початком створення та реалізації стратегії культурної дипломатії у Великій Британії. До того ж, British Council став головним інструментом утілення політики культурної дипломатії у 1934 році, а такі урядові організації як МЗС (Департамент стратегічного планування й інформації) – реалізацію стратегії.<sup>75</sup> У цьому контексті, порівнюючи політику культурної дипломатії Франції, Велика Британія у своїй моделі використовує інституційну модель політики культурної дипломатії, на противагу централізованій. Варто зазначити, що культурна дипломатія у Великій Британії популяризує англійську мову та її культуру так само як і Франція. Країна використовує новітні цифрові технології для розвитку культурної дипломатії, використовуючи їх на міжнародному рівні у сфері освіти та культури. Згадуючи сферу креативних індустрій, у контексті культурної дипломатії, такі британські класики як Агата Крісті, персонаж Гаррі Поттер чи навіть комік Містер Бін і формують національний бренд держави.

**Німеччина.** Що стосується німецької моделі, то вона здійснюється на високому рівні децентралізації. Звісно, держава відіграє важливу роль у міжнародній культурній діяльності, проте надає культурним організаціям значну автономію.<sup>76</sup> Варто зазначити, що початок розвитку культурної дипломатії припав на кінець Другої світової війни, у зв'язку з необхідністю створення позитивного іміджу країни. Німеччина мала на меті відійти від ототожнення її з Голокостом та нацизмом, а насамперед повернути образ «позитивної» держави серед міжнародної спільноти. З приходом канцлера Віллі Брандта, культура стала «третім стовпом» зовнішньої політики, разом з економікою та дипломатією. «2000 року МЗС

<sup>73</sup> Bardak E.P, The 'Arm's Length Principle' and Its Role In The 21st Century Arts and Cultural Sector. Open Learning: Journal of Human and Social Sciences, 4 (2), pp. 326-339, 2021, URL:

[https://www.academia.edu/109851716/The\\_Arms\\_Length\\_Principle\\_and\\_Its\\_Role\\_In\\_The\\_21st\\_Century\\_Arts\\_and\\_Cultural\\_Sector](https://www.academia.edu/109851716/The_Arms_Length_Principle_and_Its_Role_In_The_21st_Century_Arts_and_Cultural_Sector)

<sup>74</sup> Степанов А. В., Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації: Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 71, 2023, – с. 58-63 – URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332/1256>

<sup>75</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». - Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 39-42.

<sup>76</sup> Степанов А. В., Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації: Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 71, 2023, – с. 58-63 – URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332/1256>

ФРН ухвалив «Концепцію 2000», у якій було сформульовано принципи зовнішньої культурної політики: сприяння німецьким культурним та освітнім інтересам за кордоном; установлення й підтримання позитивного сучасного зовнішньополітичного іміджу Німеччини; подальша європейська інтеграція; запобігання конфліктам шляхом установлення діалогу. Зауважмо, що у ФРН після 1945 року поняття «сила» зникло з політичного словника. Саме тому «м'яка сила» як концепція для дослідження не є популярною у ФРН». <sup>77</sup> Варто зауважити, що Генеральний директорат із культури та комунікації у Німеччині займається координування та управлінням культурних відносин. Тоді як «Гете-Інститут, Німецька служба академічних обмінів (Deutscher Akademischer Austauschdienst / DAAD), Фонд Александра фон Гумбольдта (Alexander von Humboldt-Stiftung), Інститут закордонних культурних зв'язків, державні радіостанція та телеканал «Deutsche Welle»» <sup>78</sup> займаються зовнішньою політикою.

**Італія.** Модель італійської культурної дипломатії це зв'язок та поєднання трьох складових: культури, політики та економіки. Порівнюючи з вищезгаданими країнами, Італія не використовує на повну потенціал своєї країни для фінансування сфери культури, оскільки фінансова складова надходить згідно з залишковим принципом. Проте у той самий час, країна отримує 80 млрд. євро щороку у сфері культури, що складає близько 6% ВВП. <sup>79</sup> Згідно з доходом держави, яку вона отримує від культури та незначному фінансуванні даної сфери як до прикладу в Німеччині, прослідковується важливість самого бренду Італія, яку було сформовано. По-перше, Італія використовувала не тільки культурну дипломатію (а й економічну та публічну) для формування «продукту Італія» на міжнародній арені, що у свою чергу створювало «приклад для наслідування». По-друге, «Made in Italy» - бренд, що виник у 1980 роках та підсилив італійські цінності, саме через культурну дипломатію. Його виникнення припало на період підробок, з метою посприяти та зменшити кількість таких порушень. Особливо це було поширено у конкретних сферах як: мода, харчування, дизайн, автомобілі. Звідси і виникла назва «four A's», що означає «Чотири А»: Abbigliamento (мода), Agroalimentare (харчова промисловість), Arredamento (дизайн), і Automotive (автомобілі). До того ж, до «Чотири А» відносять п'яту сферу, яка пов'язана з Artigianale (ремісничі, виробництво ручної роботи) <sup>80</sup>. Варто згадати, що наразі контроль та захист бренду «Made in Italy» здійснює

<sup>77</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». - Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 43

<sup>78</sup> Те саме.

<sup>79</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». – Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 46

<sup>80</sup> Степанов А. В. Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації: Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 71, 2023, – с. 58-63 – URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332/1256>

Institute for the Protection of Italian Manufacturers<sup>81</sup> з 1999 року.<sup>82</sup> У свою чергу платформа під назвою MadeinItaly.org<sup>83</sup>, працює з 2004 року, яка має на меті просувати якісні та офіційні італійські продукти. На мою думку, такі ініціативи підвищують вплив креативних індустрій на економіку країну та сприяють формуванню відповідного іміджу держави. Окрім такої ініціативи як «Made in Italy», одним з напрямків популяризації Італії є «італійський стиль життя», ще відомий як Dolce Vita/«Солодке життя». Він окреслює важливість балансу між задоволенням, стилем та смаком, що і формує Італію та її імідж. Виникнення такого образу Італії виник завдяки кінострічкам, такі як «Велика краса» Паоло Соррентіно.<sup>84</sup>

**Японія.** Подібно до історії Німеччини, Японія також хотіла здобути статус позитивно налаштованої країни на міжнародному рівні після Другої світової війни, отож і почала політику культурної дипломатії для досягнення такої цілі. Насамперед, «Японський фонд - єдина в Японії установа, яка реалізує програми міжнародного культурного обміну».<sup>85</sup> Фонд здійснює відповідні програми розвитку у трьох різних напрямках, одна з яких це мистецтво та культурний обмін. Цікавим є те, що Японія використовує «попкультурну дипломатію» як інструмент культурної дипломатії.<sup>86</sup> Таким чином, розвиток та підтримка креативних індустрій всередині держави, допомагає просувати країну на міжнародній арені використовуючи різноманітні напрямки, такі як попкультурна дипломатія, що є частиною культурної дипломатії.

## **2.2. Національний бренд креативних індустрій в реалізації політики культурної дипломатії. Кейси країн світу**

*Hallyu та бренд «Глобальна Корея».* Національний бренд країн дає можливість підвищувати економіку держав, сприяти її культурному розвитку та впливати на суспільство.

<sup>81</sup> Defence, Appreciation and Promotion of Made in Italy products. Institute for the Protection of Italian Manufacturers: website. URL: [https://itpi.it/index\\_en.php](https://itpi.it/index_en.php) (accessed 03.04.2025)

<sup>82</sup> Степанов А. В., Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації: Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 71, 2023, – с. 58-63 – URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332/1256>

<sup>83</sup> The Official Portal of Italian Producers. MadeinItaly.org: website. URL: <https://madeinitaly.org/> (accessed 03.04.2025)

<sup>84</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». – Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 47

<sup>85</sup> Матяш І., Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». – Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021, – с. 63

<sup>86</sup> Карпчук Н. Культурна дипломатія японії. Електронне наукове видання «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». – 2021.

Південна Корея (далі Корея) має один з найбільш успішних національних брендів у світі. Країна відома по всьому світу у таких галузях креативних індустрій як кіноіндустрія (K-drama), музика (K-pop) та інше. «Корейська хвиля» або ж Hallyu (халлю), так називають популярність корейського продукту, який відомий по всьому світу. Концепція халлю є феноменом, який сформував національний бренд Кореї, що приносить в економіку країну великий відсоток доходу.<sup>87</sup> Наприклад, згідно звіту Корейського фонду (Korean foundation) разом з Міністерством закордонних справ (Ministry of Foreign Affairs)<sup>88</sup> зазначили, що у 2023 році порівняно з 2022, експорт як продуктів так і послуг, пов'язаних із Hallyu зріс на 5.1%, що становило близько 950 мільярдів вон.<sup>89</sup> Більше того, «її креативні сектори, у яких щорічно зростає від 4% до 5% і в яких працює понад 600 000 людей, у 2021 році отримали 12,4 мільярда доларів експортного доходу».<sup>90</sup>

Наголосимо, що виникнення й успіх «Корейської хвилі» спричинений неабияким впливом та підтримкою з боку держави у розвитку сфери креативних індустрій. «На період 1990-х – 2000-х припадає пік зародження і поширення культурної «корейської хвилі» (або «халлю»), що набув поширення за підтримки державного протекціонізму».<sup>91</sup> Більше того, за словами пані Маріси Хендерсон, керівниці відділу креативної економіки ЮНКТАД: «Сходження Республіки Корея до світового культурного центру не сталося випадково. Це було спричинене стратегічним поєднанням державної політики та інновацій приватного сектора».<sup>92</sup>

Lee Myung-bak за часів свого президентства започаткував гасло «Глобальна Корея», що перетворився у національний бренд країни. У свою чергу гасло сформувало державний імідж Кореї та позицювання її на міжнародному рівні, як розвиненої країни.<sup>93</sup> Наголосимо, що була сформована рада під назвою «Президентська рада з брендингу нації» (Presidential Council on Nation Branding – PCNB) урядом президента Lee, яка провадила політику з лютого 2008 року

<sup>87</sup> Hallyu (Korean Wave). Korean Cultural Centre: website. URL: <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/> (accessed 06.04.2025)

<sup>88</sup> 2023 Analysis of Global Hallyu Status. The Korea Foundation: website. URL: [https://issuu.com/the\\_korea\\_foundation/docs/0402\\_global\\_hallyu\\_status\\_eng](https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/0402_global_hallyu_status_eng) (accessed 06.04.2025)

<sup>89</sup> Higher image raised Hallyu exports last year to KRW 19.54T. Korea.net: website. URL: <https://www.korea.net/NewsFocus/Business/view?articleId=253159> (accessed 06.04.2025)

<sup>90</sup> K-pop blueprint: Drawing inspiration from South Korea's creative industries. UN Trade & Development: website. URL: <https://unctad.org/news/k-pop-blueprint-drawing-inspiration-south-koreas-creative-industries>

<sup>91</sup> Мельник І.В. Механізми формування державної культурної політики: зарубіжний досвід. Електронне наукове видання «Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського». – 2022. – № 2. – с. 68, URL: [https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/2\\_2022/11.pdf](https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/2_2022/11.pdf)

<sup>92</sup> K-pop blueprint: Drawing inspiration from South Korea's creative industries. UN Trade & Development: website. URL: <https://unctad.org/news/k-pop-blueprint-drawing-inspiration-south-koreas-creative-industries> (accessed 09.04.2025)

<sup>93</sup> Trisni S. South Korean Government's Role in Public Diplomacy: A Case Study of the Korean Wave Boom. *Open Learning: «Andalus Journal of International Studies»*. – 2019. – Vol. 8, № 1. – P. 31–42. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/334113297\\_South\\_Korean\\_Government's\\_Role\\_in\\_Public\\_Diplomacy\\_A\\_Case\\_Study\\_of\\_the\\_Korean\\_Wave\\_Boom](https://www.researchgate.net/publication/334113297_South_Korean_Government's_Role_in_Public_Diplomacy_A_Case_Study_of_the_Korean_Wave_Boom)

по лютий 2013 року.<sup>94</sup> Рада сформувала 10 пунктів виконання, в одному з яких було зазначено «to adopt Korean wave program».<sup>95</sup> А у 2013 році, держава за президентства Пак Кин Хе, оголосила рух до розвитку креативної економіки.<sup>96</sup>

Важливо відзначити декілька факторів, які відіграли вагомую роль у розвитку Корейської хвилі. По-перше, це зріст популярності Кореї та її продуктів. По-друге, «збільшення досліджень і розробок у сфері дизайну, виробництва та загальної якості».<sup>97</sup> Зокрема, через популярність продуктів, які Корея здобула. Країна підкреслила до збільшення інвестицій спонукали три чинники як: якість продукту, дизайн та його сучасність. Згідно з дослідженнями, якість креативних індустрій в Кореї є високою, зокрема, фільми, музика, драми та інше. На мою думку, найважливіший фактор, який вплинув на успішний розвиток Халлю, це ефективне управління. Насамперед увага до деталей та управління точками дотику, коли споживач контактує з продуктами Корейської Хвилі. Для прикладу, «індустрія розваг, різні організації, що займаються кіно, музичними компаніями, компаніями онлайн-ігор, корейські чеболі та корейський уряд ретельно скоординували свої зусилля для забезпечення послідовного досвіду».<sup>98</sup>

До того ж, ключову роль відіграв корейський уряд. Для прикладу, за культурний розвиток відповідає Міністерство культури. У свою чергу, у Міністерстві було створено чотири підрозділи, один з яких має назву Popular Culture Industry Division. Його основною метою є розвиток так званої «популярної культури». А інші три підрозділи та Popular Culture Industry Division входять в окремий офіс під назвою Cultural Content Office. На мою думку, реалізація такої чіткої інституційної структури сприяє якісному та ефективному управлінню. Окрім цього, бюджет офісу становить 5.5 млрд доларів США, який йде на експорт креативних індустрій, стимулюючи економічне зростання. Більше того, як зазначено в статті MartinRoll секретом успіху Корейської хвилі є чітко визначена цільова аудиторія на яку спрямований

---

<sup>94</sup> Choi, D., Kim, P. S. Promoting a Policy Initiative for Nation Branding: The Case of South Korea. *Open Learning: «Journal of Comparative Asian Development»* – 2014. – Vol. 13, № 2. – P. 346–368. – URL: <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.926804>

<sup>95</sup> Trisni S. South Korean Government's Role in Public Diplomacy: A Case Study of the Korean Wave Boom. *Open Learning: «Andalus Journal of International Studies»*. – 2019. – Vol. 8, № 1. – p. 36 – URL: [https://www.researchgate.net/publication/334113297\\_South\\_Korean\\_Government's\\_Role\\_in\\_Public\\_Diplomacy\\_A\\_Case\\_Study\\_of\\_the\\_Korean\\_Wave\\_Boom](https://www.researchgate.net/publication/334113297_South_Korean_Government's_Role_in_Public_Diplomacy_A_Case_Study_of_the_Korean_Wave_Boom)

<sup>96</sup> How Korea is transforming into a creative economy. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/how-korea-is-transforming-into-a-creative-economy> (accessed 03.04.2025)

<sup>97</sup> Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture. MartinRoll: website. URL: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/> (accessed 03.04.2025)

<sup>98</sup> Те саме.

культурний продукт. Тим самим це допомагає країні визначити потенційно найуспішніші рішення.<sup>99</sup>

*Cool Japan та Японія.* У 2000 роках завдяки фазі Cool Britannia, яка тривала у Великобританії «японський уряд вирішив, що настав час розмістити Японію на культурній карті».<sup>100</sup> Проте офіційно розвиток національного бренду Японії розпочався у 2013 році, коли було опубліковано стратегію розвитку національного бренду Японії. Проте ще у 1980-х Японія активно поширювала свою культуру у світ, зокрема район Ura-Harajuku. Саме тут зародився вуличний стиль, «перехрестя прихованих провулків, де токійська молодь влаштувала свій бунт. У цьому бетонному лабіринті вони відкидали мейнстрім, створюючи власний всесвіт музики, стилю та настроїв. Так з'явився модний рух, вкорінений у контркультурі, що жила під впливом панку, скейту та хіп-хопу».<sup>101</sup> Варто зауважити, що у цих роках також вийшло шоу драма «Ошин», яка у свою чергу стало популярним у 68 країнах. Завдяки такому успіху уряд Японії почав усвідомлювати наскільки важливою складовою відіграє культурний експорт для економіки країни та позиції держави серед міжнародної спільноти.

Після запуску стратегії у 2013 році, було запущено японський фонд Cool Japan Fund, місія якого полягала щоб «просувати та фінансувати проєкти, що знайомлять з японською культурою за кордоном, з довгостроковими цілями збільшення туризму, залучення іноземних інвестицій та розширення охоплення ринку для японських товарів».<sup>102</sup>

Зауважимо, що Японія здебільшого почала зосереджувати увагу саме на двох ключових продуктах: аніме та манги. Уряд Японії фінансував підтримував аніме-студії, митців манги. Більше того, уряд також брав участь та фінансово підтримував косплей-заходи закордоном, що підвищувало видимість Японії та її унікальне мистецтво.

*GREAT Britain Campaign.* По-перше, Great Britain Campaign – це урядова маркетингова кампанія, запущена у 2012 році. За основу ідеї виступало слово Great. «Кампанія демонструє все найкраще, що може запропонувати Британія, щоб заохотити світ відвідувати, навчатися та вести бізнес з Великою Британією».<sup>103</sup> Серед девізів кампанії були наступні: «Creativity is

<sup>99</sup> Те саме.

<sup>100</sup> Cool Japan – The Project That Transformed Japan Into a Cultural Powerhouse. Yokogad: website. URL: <https://www.yokogaomag.com/editorial/project-cool-japan> (accessed 09.04.2025)

<sup>101</sup> The Complete History of Ura-Harajuku – Tokyo's Iconic Street Fashion Hub. Yokogad: website. URL: <https://www.yokogaomag.com/editorial/ura-harajuku-history> (accessed 09.04.2025)

<sup>102</sup> Cool Japan – The Project That Transformed Japan Into a Cultural Powerhouse. Yokogad: website. URL: <https://www.yokogaomag.com/editorial/project-cool-japan> (accessed 09.04.2025)

<sup>103</sup> DBA Design Effectiveness Awards Entry 2016 GREAT Britain Campaign: Creating impact for Britain around the world. *Open Learning: «Radley Yeldar & GREAT Britain Campaign»*, – 2015. – p. 2. – URL: [https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA\\_Radley\\_Yeldar\\_GREAT\\_Britain\\_Campaign.pdf](https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA_Radley_Yeldar_GREAT_Britain_Campaign.pdf)

GREAT Britain», «Culture is GREAT Britain» та інші. На мою думку, це дуже вдало підібране слово Great та якісно побудована маркетингова кампанія, оскільки базується на самій назві країни Великобританія. Підкреслимо, що кампанія регулярно використовується 17 державними департаментами Британії. Більше того, 350 приватних, а також державних співпраць застосовується на 144 ринках у світі, ціль яких полягає у пошуку цільової аудиторії та інших можливостей для країни.<sup>104</sup>

Зазначимо, що кампанії полягала у тому, щоб залучити більше інвестицій, сприяти розвитку економіки держави. До того, об'єднати державний і приватний сектор для спільного просування державного іміджу глобально. Варто зауважити, що станом на 2015 рік після 3 років як була запущена дана маркетингова ініціатива «кампанія вже принесла 1,2 млрд фунтів стерлінгів прямого доходу для економіки при інвестиціях у 113,5 млн фунтів стерлінгів, з ще 500 млн фунтів стерлінгів в плани. Лише 2,9% інвестицій пішло на гонорари за дизайн, що становить 0,28% від загального доходу»<sup>105</sup>. Зауважимо, згідно цього ж звіту на 12% збільшилось бажання придбати британський товар чи послугу, на 16% збільшилось бажання інвестувати у Британський бізнес та бажання відвідати Великобританію. Більше того, ключовим напрямом даної кампанії виступали саме креативні індустрії. Зокрема, основну роль креативних індустрій відіграли: культурна спадщина, культура, інновації, креативність, технології.<sup>106</sup>

Кампанія вдало демонструвала успіхи своїх митців, дизайнерів та інших творців сектору креативних індустрій серед країн світу. Прикладом такого виступає фестиваль проведений у 2015 році у Шанхаї. Впродовж заходу, Британія демонструвала британські продукти, ціль якої було залучити якомога більше китайських бізнесів в інвестиційну діяльність Великобританії.<sup>107</sup> На фестивалі була вітрина британської творчості. Зокрема, досвід з використання віртуальної реальності, різноманітні дизайнерські сумки та сумки британського виробництва та інше. До того, британські компанії демонстрували, що є «the best partners to do business with» таких як: дизайн, освіта, охорона здоров'я, розкіш, технологія,

<sup>104</sup> DBA Design Effectiveness Awards Entry 2016 GREAT Britain Campaign: Creating impact for Britain around the world. *Open Learning: «Radley Yeldar & GREAT Britain Campaign»*, – 2015. – p. 6, – URL: [https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA\\_Radley\\_Yeldar\\_GREAT\\_Britain\\_Campaign.pdf](https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA_Radley_Yeldar_GREAT_Britain_Campaign.pdf)

<sup>105</sup> DBA Design Effectiveness Awards Entry 2016 GREAT Britain Campaign: Creating impact for Britain around the world. *Open Learning: «Radley Yeldar & GREAT Britain Campaign»*, – 2015. – p. 2, – URL: [https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA\\_Radley\\_Yeldar\\_GREAT\\_Britain\\_Campaign.pdf](https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA_Radley_Yeldar_GREAT_Britain_Campaign.pdf)

<sup>106</sup> DBA Design Effectiveness Awards Entry 2016 GREAT Britain Campaign: Creating impact for Britain around the world. *Open Learning: «Radley Yeldar & GREAT Britain Campaign»*, – 2015. – p. 6, – URL: [https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA\\_Radley\\_Yeldar\\_GREAT\\_Britain\\_Campaign.pdf](https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA_Radley_Yeldar_GREAT_Britain_Campaign.pdf)

<sup>107</sup> The GREAT Festival of Creativity Shanghai. Gov.UK: website. URL: <https://www.gov.uk/government/news/the-great-festival-of-creativity-will-promote-the-best-of-british-business> (accessed 09.04.2025)

мода, розваги<sup>108</sup>. Фестиваль у Шанхаї надав можливість підприємствам відвідати різноманітні сесії, подивитись на приклади дизайнерських рішень Великобританії. Більше того, впродовж заходу у підприємців була можливість зустрітись з міністрами уряду як з Великобританії, так і Китаю для потенційного вивчення ділових відносин.

### **2.3. Традиційні та новітні механізми реалізації політики культурної дипломатії через креативні індустрії**

Почнімо з того, що механізми реалізації культурної дипломатії поділяються на традиційні та новітні. «Традиційні механізми, з глибоким історичним корінням, охоплюють організацію культурних обмінів, виставок, фестивалів, літературних програм, театральних постановок, кіно, освітніх програм та діяльність культурних інститутів за кордоном»<sup>109</sup>. Вище перелічені інструменти впливають на формування іміджу держави та зміцненню міждержавних відносин, використовуючи їх у стратегії розвитку тих чи інших напрямків країни. Варто зауважити, традиційна політика культурної дипломатії за часів Холодної війни виступала каналом пропаганди та демонстрації переваги у сфері культури, що робило культурну дипломатію стратегічною складовою держави.<sup>110</sup>

У свою чергу, до новітніх інструментів відносять соціальні медіа та використання цифрових технологій. Дані інструменти розширюють можливості впливу держави на міжнародну спільноту та висвітлювати цінності країни. Наприклад частиною цифрових технологій є інтернет-платформи. За допомогою платформ держава здатна організувати віртуальні заходи, опитування та інші ініціативи, які можуть сприяти розвитку політики культурної дипломатії, охоплюючи креативні індустрії. Більше того, медіа на прикладі Facebook, Instagram та інші дають можливість швидко висвітлювати події великій аудиторії та підвищувати інтерес до сфери, що формує соціальні медіа як потужні інструменти культурної дипломатії.<sup>111</sup>

<sup>108</sup> The GREAT Festival of Creativity Shanghai. Gov.UK: website. URL: <https://www.gov.uk/government/news/the-great-festival-of-creativity-will-promote-the-best-of-british-business> (accessed 09.04.2025)

<sup>109</sup> Марченко А. С. Культурна дипломатія: Поняття та механізми реалізації. Електронне наукове видання «Економіка та суспільство», – 2024. – № 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5407/5350>

<sup>110</sup> Ємельянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2024. – № 14. – лип. – с. 192–200. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2601>

<sup>111</sup> Ємельянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2024. – № 14. – лип. – с. 192–200. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2601>

Зауважимо, оскільки 21 століття це ера цифровізації та глобалізації, поєднання традиційних та інноваційних механізмів створюватиме набагато ефективніший вплив культурної дипломатії, особливо в контексті креативних індустрій. «Використання креативних індустрій у культурній дипломатії дозволяє державам створювати привабливі культурні продукти, що знаходять відгук у різних країнах та культурних середовищах. Наприклад, успіх українських художників на міжнародних виставках, участь українських фільмів у престижних кінофестивалях, популярність української музики на світовій сцені сприяють підвищенню міжнародного іміджу України та зміцненню її культурних позицій. Крім того, креативні індустрії сприяють розвитку міжкультурного діалогу та взаєморозуміння, оскільки культурні продукти, створені у цих індустріях, часто мають універсальне значення та здатні об'єднувати людей різних культур».<sup>112</sup>

Звернімо увагу на те, що культурна дипломатія має численну кількість інструментів у реалізації політики. Зокрема, це «mobility for actors of culture».<sup>113</sup> Мова йде про мобільність, культурний обмін для митців та резиденцій культури. Наприклад, такою програмою виступає Creative Moves Europe, яка була створена проектом Європейського Союзу «Creative Europe». Варто зауважити, що проект «Креативна Європа» підтримує сектори креативних індустрій. А також, поділена на 3 напрямки такі як: культурний напрямок, медіа напрямок та міжсекторальний. Здебільшого Creative Moves Europe надає гранти митцями ЄС та іншим країнам, які беруть участь у проекті «Креативна Європа». До програми входять наступні сектори «архітектура, культурна спадщина, дизайн та дизайн одягу, література, музика, виконавське та образотворче мистецтво».<sup>114</sup> До того ж, програма наслідувала пілотну її версію, яка мала назву I-Portunus (функціонувала з 2018 – 2022 року). Наразі на сайті Європейської Комісії зазначається про два напрямки грантів, які можуть виграти учасники Individual mobility action та Residency action.<sup>115</sup> (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. Порівняння грантів Individual mobility action та Residency action від програми Creative Moves Europe *Джерело:* Узагальнено автором на основі Culture Moves Europe. Goethe Institute: website. URL: <https://www.goethe.de/ins/be/en/kul/eur/cme.html>

	<b>Individual mobility action</b>	<b>Residency action</b>
--	-----------------------------------	-------------------------

<sup>112</sup> Ємельянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2024. – № 14. – лип. – с. 192–200. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2601>

<sup>113</sup> Cultural Diplomacy: Latest trends? Or how to make it. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-2>

<sup>114</sup> Culture Moves Europe. Culture and Creativity: website. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/culture-moves-europe> (accessed 04.05.2025)

<sup>115</sup> Culture Moves Europe. Culture and Creativity: website. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/culture-moves-europe> (accessed 04.05.2025)

Визначення	Фінансова допомога для індивідуальної мобільності, яка розрахована на митців або інших спеціалістів у сфері культури.	Фінансова допомога організаціям та митцям, зареєстрованим як юридичні особи.
Для кого?	легальними резидентами країн програми «Креативна Європа»	Програма для юридичних осіб. Зокрема, некомерційні організації, неурядові організації, державні органи, фонди, компанії та самозайнятих осіб.
Підтримка для	Реалізації на власний вибір проектів з міжнародним партнером	покриття витрат, проведення заходів для міжнародних митців та фахівців з культури
Тривалість	Від 7 до 40 днів	від 22 до 300 днів.
Як часто відбуваються конкурси	З 2022 – 2025 було опубліковано 3 конкурси	З 2022 – 2025 було опубліковано 3 конкурси

Наступним інструментом культурної дипломатії варто виокремити організацію культурних заходів. Зокрема таких як виставки, концерти, фестивалі, конференції. «Це дозволяє ділитися знаннями, презентувати мистецькі традиції та обмінюватися ідеями».<sup>116</sup> Зважаючи на те, що культурний обмін та виставки є одними з інструментів культурної дипломатії, доречно було б згадати конкретні приклади таких ініціатив у сфері креативних індустрій.

Наприклад Венеційське бієнале, масштабна виставка, що проходить в Італії, Венеція.<sup>117</sup> Вона вважається престижною, оскільки дає можливість висвітлювати свої мистецькі роботи для міжнародної спільноти. Більше того, цікавим є те, що уряди багатьох країн інвестують в цей захід задля того, щоб представники держави могли брати участь у Венеційському бієнале. Така політика країн аргументується тим, що участь у фестивалі в Італії зміцнює міжнародну репутацію держави та акцентує увагу сектору візуального мистецтва.<sup>118</sup> До того ж, Венеційське бієнале не тільки зосереджує свою увагу на художній сфері. До виставки також входять сфери архітектури, театрального мистецтва, кіно та музики.<sup>119</sup> На виставці кожна країна-учасник має свій павільйон у якому відбувається демонстрація. Зокрема й Україна

<sup>116</sup> Cultural Diplomacy: Latest trends? Or how to make it. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-2> (accessed 04.05.2025)

<sup>117</sup> Якою вийшла Венеційська бієнале — 2024. Сенсор: website. URL: <https://sensormedia.com.ua/art/yakoyu-vyjshla-veneczijska-biyenale-2024/> (дата звернення 04.05.2025)

<sup>118</sup> Johanson K., Coate B., Vincent C., Glow H., Is there a ‘Venice Effect’? Participation in the Venice Biennale and the implications for artists’ careers. *Open Learning: «Poetics»*, Volume 92, Part A, June 2022. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X21001157>

<sup>119</sup> La Biennale di Venezia. La Biennale di Venezia: website. URL: <https://www.labiennale.org/en> (accessed: 12.04.2025)

брала участь в минулорічному фестивалі демонструючи проект «Плетіння сіток» (англ. — Net making). «Назва проекту стає метафорою спільної дії і самоорганізованих мереж залученості та взаємопідтримки. Проект вміщує одразу чотири артпроекти шести митців, які разом транслюють досвід війни: роботи Андрія Рачинського та Даніїла Ревковського «Цивільні. Вторгнення», Лії та Андрія Достлевих Comfort Work, серія робіт Катерини Буцацької «Щирі вітання» та архітектурна композиція Олександра Бурлаки під назвою «Робота»»<sup>120</sup>. Власне, Венеційське бієнале є яскравим прикладом участі країн в політиці культурної дипломатії, інструмент якої допомагає, не тільки розвивати культурну складову державу, а й також висвітлювати соціально важливі теми на міжнародний рівень.

Ще одна масштабна європейська виставка під назвою Manifesta, що з латиниці перекладається як «зробити щось видимим». Виставка Manifesta зосереджує свою увагу на європейських цінностях. Більше того, вважається важливою подією у світі серед митців<sup>121</sup>. Однією з особливостей цієї бієнале є те, що вона проходить щоразу у різному місці Європи, дозволяючи дослідити культуру та інші складові того чи іншого регіону. До того ж, такий підхід допомагає переосмислити сучасність через призму локального контексту. Manifesta це чудовий спосіб підвищити міжкультурний діалог, адже за допомогою нього створюється нова модель спільної творчості. Зокрема, «поєднує критичне міське планування, розбудову громад, екологічні проблеми, сучасне мистецтво та культуру з місцевою ідентичністю та баченням»<sup>122</sup>. Стратегія Manifesta зберігає так званий «nomadic nature», що в перекладі означає кочовий спосіб, тим самим підсилюючи різноманітність культури та її важливість сучасному світі. «Таким чином, Manifesta розвивається як платформа для європейських міст, які прагнуть більшої соціально-культурної інтеграції своїх громад та громадян».<sup>123</sup>

Наступний інструмент культурної дипломатії у сфері креативних індустрій це двосторонні програми між країнами, так звані Bilateral cultural dialogue або ж Bilateral Years of Culture серед різних країн, а також обмін досвідом.<sup>124</sup> Якщо двосторонні програми більш про комплексний підхід розвитку саме двох/трьох країн, то програми обміну досвідом навпаки розраховані на ширшу аудиторію та можуть зачіпати різні сектори розвитку. Зокрема, прикладом обміну досвідом можуть слугувати культурні інституції як British Council або ж Goethe-Institute. Завдяки великому охопленню це дозволяє реалізовувати політику

<sup>120</sup> Якою вийшла Венеційська бієнале — 2024. Сенсор: website. URL: <https://sensormedia.com.ua/art/yakoyu-vyjshla-veneczijska-biyenale-2024/>

<sup>121</sup> Cultural Diplomacy: Latest trends? Or how to make it. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-2>

<sup>122</sup> About. Manifesta: website. URL: <https://manifesta.org/about> (accessed: 12.04.2025).

<sup>123</sup> Те саме.

<sup>124</sup> Cultural Diplomacy: Latest trends? Or how to make it. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-2>

міжкультурного діалогу, що дозволяє створювати міжкультурні колаборації. Прикладом таких програм може виступати Connections Through Culture Grants 2025<sup>125</sup> від British Council або ж International Coproduction Fund<sup>126</sup> від Goethe-Institute. Варто зауважити, що за даними British Council «Connections Through Culture Grants 2025» «у 2024 році програма виділила понад 741 000 фунтів стерлінгів в 11 країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, підтримавши 84 колаборації».<sup>127</sup>

Прикладом Bilateral cultural dialogue або ж Bilateral Years of Culture є програма співпраці ОАЕ з Францією та Пд. Кореєю. Тривалість такої програми відбувалась впродовж 3 років з 2018 по 2020. На сайті ЮНЕСКО опис державної політики ОАЕ відбувався через платформи для сприяння культурного діалогу між країнами-партнерами ОАЕ. Платформи на прикладі створених ОАЕ з країнами-партнерами дозволяють розвивати співпрацю у культурному секторі та сприяти дружнім стосунками між державами<sup>128</sup>. До ініціатив, які були проведені:

– «Запуск «Co-lab: сучасне мистецтво та досвід» у Луврі в Абу-Дабі».<sup>129</sup> Співпраця відбулась за участі 4-ох французьких виробників, а також 4-ох художників з ОАЕ. «Митці та виробники працюють разом, щоб обмінюватися навичками та вдихнути нове життя у чотири позачасові ремесла: вишивку, скло, ткацтво та кераміку».<sup>130</sup>

– Демонстрація міста Шарджі на Паризькому книжковому ярмарку, який відбувся у 2018 році. Така ініціатива дала можливість презентувати арабську культуру у Франції.

– «запуск ретроспективної виставки Абделькадера аль-Раїса в Інституті Арабського світу в Парижі Управлінням культури та мистецтв Дубая, присвяченої творчості художника як піонера сучасного арабського мистецтва Еміратів».<sup>131</sup>

– Проведений тиждень арабської культури в Парижі, де відбулась демонстрація дизайну, культурних виставок, кінопоказу та інше.

Також цікавою ініціативою є двостороння співпраця між Україною та Австрією. Програма орієнтована на 2025-2030 роки з метою проведення культурних проєктів.

<sup>125</sup> Connections Through Culture 2025. British Council Arts: website. URL: <https://arts.britishcouncil.org/get-involved/opportunities/connections-through-culture-2025> (accessed: 12.04.2025)

<sup>126</sup> International Coproduction Fund (IKF). Goethe-Institut: website. URL: <https://www.goethe.de/en/kul/foe/int.html> (accessed 12.04.2025)

<sup>127</sup> Connections Through Culture 2025. British Council Arts: website. URL: <https://arts.britishcouncil.org/get-involved/opportunities/connections-through-culture-2025> (accessed: 12.04.2025)

<sup>128</sup> Bilateral cultural dialogue. UNESCO: website. URL: <https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/bilateral-cultural-dialogue> (accessed 06.05.2025)

<sup>129</sup> Bilateral cultural dialogue. UNESCO: website. URL: <https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/bilateral-cultural-dialogue> (accessed 06.05.2025)

<sup>130</sup> Co-Lab : art contemporain et savoir-faire. Louvre Abu Dhabi: website. URL: <https://www.louvreabudhabi.ae/en/explore/exhibitions/co-lab-contemporary-art-and-savoir-faire> (accessed 06.05.2025)

<sup>131</sup> Bilateral cultural dialogue. UNESCO: website. URL: <https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/bilateral-cultural-dialogue> (accessed 06.05.2025)

Пріоритети програми були визначені у «Листі про наміри в рамках Програми співробітництва в галузі освіти, науки та культури між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Австрія на 2025–2030 роки».<sup>132</sup> Зокрема були визначені такі заходи як стажування, обміни резиденціями, фестивалі та інші музейні партнерства(більше про співпрацю у розділі 3).<sup>133</sup>

Яскравим прикладом є конкурс Євробачення, який допомагає підвищити імідж держави завдяки участі та перемозі у пісенному конкурсі. Згідно з Julius Arnegger та Marc Herz у своїй роботі «Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations» дослідження продемонструвало, «що витрати відвідувачів приносять 3,3 млн євро прямих і непрямих доходів у вигляді місцевих заробітних плат. Крім того, імідж Азербайджану значно покращився завдяки цій мега-події, особливо серед молоді, яка є космополітичною».<sup>134</sup> Більше того, цікавим є те, що імідж держави Азербайджан також підвищився серед людей, які не слідували за Євробаченням, тільки завдяки масштабному поширенню новин у ЗМІ цього грандіозного конкурсу.<sup>135</sup>

---

<sup>132</sup> Україна та Австрія домовилися про спільні проєкти в сфері культури на 2025–2030 роки. Міністерство культури та стратегічних комунікацій: вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/ukrayina-ta-avstriya-domovylsya-pro-spilni-proyekty-v-sferi-kultury-na-2025-2030-roky/> (дата звернення 12.03.2025)

<sup>133</sup> Те саме.

<sup>134</sup> Arnegger J., Herz M., Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. *Open Learning: Journal of Destination Marketing & Management*, 2016. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X15000670>

<sup>135</sup> Arnegger J., Herz M., Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. *Open Learning: Journal of Destination Marketing & Management*, 2016. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X15000670>

## Висновки до розділу 2

Серед класифікацій моделей культурної дипломатії виявлено мережеву, цифрову та креативну. Зокрема, досліджено, що креативна модель сприяє як зростанню економіки держави, так і її іміджу. На прикладі 5-ти різних країн (Франція, Німеччина, Велика Британія, Італія, Японія) виокремлені різні моделі, кожна з яких відрізняється відповідно до політики держави. Для прикладу уряд Німеччини активно розвивав політику культурної дипломатії, оскільки країна позбувалась ототожнення її з війною. Тоді як уряд Італії не вкладав у сектор культурної дипломатії та креативних індустрій, а працював згідно із залишковим принципом.

Продемонстровано приклад Південної Кореї як успішної країни, яка реалізувала національний бренд держави. Зокрема Корейська Хвиля або ж Hallyu в країні розвивається з кожним роком, про що свідчать показники експортного доходу від сектору креативних індустрій. Важливо відзначити, що політика уряду Кореї активно розвиває цей сектор, оскільки розуміє важливість як культурної дипломатії так і креативних індустрій для країни.

Проаналізовано, що інструменти культурної дипломатії сприяють поширенню ідей, інноваціям, а також піднімають соціально важливі теми. Зокрема такі приклади як Венеційська бієнале, європейська виставка Manifesta та інше. До того ж, двосторонні угоди між країнами підсилюють дружні стосунки між країнами та дають можливість обміняти цінним досвідом. Приклад ОАЕ з Францією та Пд. Кореєю тому підтвердження. Завдяки угоді було реалізовано виставки культури ОАЕ, запущено програму «Co-lab» , проведено тиждень арабської культури.

Додатково, щорічний конкурс Євробачення є частиною культурної дипломатії, участь у якому дозволяє підвищити інтерес до країни-переможця, а також висвітлити свою культуру великій спільноті через мистецтво.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

### 3.1. Стратегія розвитку культури-2030. Інтеграція української культури у глобальні культурні процеси

На сьогодні, 28 березня 2025 року було опубліковано нову стратегію розвитку культури, що розрахована на 5 років до 2030 року. «Мета Стратегії полягає в утвердженні культури як базису національної ідентичності, потужного чинника соціальної згуртованості, розвитку людського капіталу та пізнаваності України у світі»<sup>136</sup>. Більше того, дана стратегія є частиною Угоди про асоціацію з ЄС, а також Ukraine Facility Plan, яка є обов'язковою до виконання. Упродовж 3-ох місяців відбувались публічні консультації більше ніж з 770 представниками різних секторів, зокрема культури, аналітичних центрів та інші. В основі стратегії присутні три головні задачі про які зазначав Микола Точицький – міністр МКСК:

Увага на збереження культурної спадщини.

Розвиток культури.

Промоція української тисячолітньої культури.

Також важливо відзначити, що стратегія будувалась на основі обговорень з партнерами ЄС, що дозволяло окреслити найкращі рішення та практики ЄС. До того ж, за словами МКСК рішення базувались відповідно до положень Робочого плану ЄС у сфері культури, який розрахований на 2023-2026 роки.<sup>137</sup>

Варто, зауважити, що Україна постає перед численними викликами. Згідно з підсумкового звіту за червень у 2024 році ключовим викликом є брак фінансування. Це стосується як фінансування самих програм, так і зарплат. Більше того, спостерігається брак доступу серед спеціалістів до технічних ресурсів. Порівняно з 2022 роком виокремлюють погіршення психологічного стану, що також впливає на розвиток ККІ. До складу «інші» віднесли «відтік мізків, брак кваліфікованих працівників і те, що представники сектору мають вступати до лав Збройних Сил».<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> Затверджено Стратегію розвитку культури України до 2030 року та план заходів з її реалізації. Міністерство культури та стратегічних комунікацій: вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/zatverdzheno-strategiyu-rozvytku-kultury-ukrayiny-do-2030-roku-ta-plan-zahodiv-z-yiyi-realizacziyi/>

<sup>137</sup> Те саме.

<sup>138</sup> Карнаух А., Кравчук К. Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість, відновлення, інтеграція з ЄС: звіт Cultural Relations Platform.– 2021. – с. 15. – URL: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf>

До того ж, серед респондентів була виокремлена проблема структурованості креативних індустрій. Зокрема це стосується галузевих асоціацій, а також організацій-посередників, які варто підтримувати та розвивати.<sup>139</sup> Оскільки тривалість інституцій такі як УКФ або ж УІ є не досить довгою, прослідковується певна неструктурованість.

Окрім вищеперелічених викликів, Україна також стикається з захистом прав інтелектуальної власності.<sup>140</sup> Наприклад «У 2021 році одна з українських компаній використала неліцензійний софт для комерційної діяльності. Внаслідок судового розгляду було ухвалено виплатити правовласнику 5 млн грн компенсації».<sup>141</sup> У 2020 році ситуація була з порушенням тексту, який був частково скопійований з книги власника. Унаслідок цього власнику виплатили 500 тис. грн компенсації з моральних та матеріальних переконань. Більше того, за даними uablocklist, Україна на шостому місці за кількістю піратського контенту у світі.<sup>142</sup> У період з 2019-2023 року, за даними «Статистики розслідування та розгляду справ з питань інтелектуальної власності» найбільший сплеск порушень спостерігався саме у 2021 році, проте у 2022 та 2023 статистика зменшилась.<sup>143</sup> Це може бути пов'язано з повномасштабним вторгненням, оскільки саме у 2022 році було послаблення вимог щодо авторського права.<sup>144</sup>

За розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку культури...», «окремі підсектори, такі як народні художні промисли, залишаються досить ізольованими та неінтегрованими в єдиний культурно-економічний контекст країни»<sup>145</sup>. Через це утворення платформ обміну або інших ресурсів ускладнюється. До того ж, згідно Стратегії продукти креативних індустрій недостатньо представлені на міжнародному рівні.<sup>146</sup>

<sup>139</sup> Карнаух А., Кравчук К., Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість, відновлення, інтеграція з ЄС: звіт Cultural Relations Platform.– 2021. – с. 19. – URL: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf>

<sup>140</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 20.04.2025)

<sup>141</sup> Питання авторського права в Україні. finance.ua: website. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/avtorske-pravo-v-ukraini-shcho-treba-znaty> (дата звернення: 20.04.2025)

<sup>142</sup> На рівні «цифрового Сомалі»: статистика інтернет-піратства в Україні. Uablocklist: вебсайт. URL: <https://uablocklist.com/news/na-rivni-tsyfrovoho-somali-statystyka-internet-piratstva-v-ukraini> (дата звернення: 20.04.2025)

<sup>143</sup> Центр спостереження з питань порушень прав інтелектуальної власності УКРНОІВІ, Статистика розслідування та розгляду справ з питань інтелектуальної власності за 2019-2023 рр.: звіт. – 2024. URL: [https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2024/07/Statystyka\\_rozsliduvannia\\_ta\\_rozhlidu\\_sprav\\_z\\_pytan\\_intelektualnoi-web.pdf](https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2024/07/Statystyka_rozsliduvannia_ta_rozhlidu_sprav_z_pytan_intelektualnoi-web.pdf)

<sup>144</sup> Питання авторського права в Україні. finance.ua: website. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/avtorske-pravo-v-ukraini-shcho-treba-znaty> (дата звернення: 20.04.2025)

<sup>145</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 06.05.2025)

<sup>146</sup> Те саме.

До того, згідно Стратегії 2030, хоч Україна й бере участь у міжнародних заходах та виставках, проте її участь у сфері креативних індустрій оцінюється недостатньо конкурентоспроможною та інтегрованою в глобальний економічний контекст. Зокрема, причиною такого стану є вплив війни, внаслідок чого призупиняється виробництво та фінансування саме культурної сфери. Більше того, слабкий стан захисту інтелектуальної власності у державі і спричиняє відтік митців, що у свою чергу впливає на недостатню інтегрованість України у міжнародний культурний контекст. «За результатами останнього дослідження Українського культурного фонду та МКСК з країни виїхало більше 20 відсотків креативних фахівців, 37 відсотків представників креативних індустрій втратили роботу або не отримують зарплату».<sup>147</sup> Народні промисли досі є ізольованими, що ускладнює обмін досвідом та їхнього розвитку через спільні платформи. Для вирішення проблеми інтегрованості України в глобальні культурні процеси, це потребує комплексного вирішення проблеми, зокрема як визначення Стратегії для розвитку сектору креативних індустрій.<sup>148</sup>

Зауважимо, що українські анімаційні студії мають гарну репутацію, зокрема через продукти CGI, VFX та анімації. Для прикладу, мультфільм «Мавка. Лісова пісня», який став найуспішнішим та найприбутковішим за всю незалежність України. Більше того, порівнюючи 2022 та 2023 рік, за даними RES-POL сектор діджитал-музики виріс на 9% у 2022, а у 2023 збільшився ще на 3%.<sup>149</sup> Проте, «відсутність системних ініціатив для розвитку гальмують не лише зростання ринку, але і обмежують можливості для виходу на міжнародну арену та створення нових робочих місць у креативній економіці України».<sup>150</sup>

Викликом у секторі моди, згідно Стратегії, присутня нестача фінансування, коштів, а також кваліфікованих кадрів загалом. Навіть попри вихід митців на міжнародний рівень, а саме участі у виставках та показу мод українських брендів. Проблемою у цьому секторі виступає застаріла інфраструктура та спеціалізованих майстерень.<sup>151</sup>

Зважаючи на проблеми та виклики, варто виокремити можливості та перспективи розвитку креативних індустрій.

Стратегії 2030 розроблялась з метою вирішити наявні виклики, а також посприяти тому, щоб культура та креативні індустрії стали основою нашої ідентичності. А також, щоб український продукт не просто існував, а став частиною економічної складової як в Україні, так і глобально. Згідно зі Стратегією Україна прагне стати активними учасником міжнародних культурних програм. На сьогодні українська культура розглядається як основа та багатство

---

<sup>147</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 06.05.2025).

<sup>148</sup> Те саме.

<sup>149</sup> Те саме.

<sup>150</sup> Те саме.

<sup>151</sup> Те саме.

сталого суспільства. У попередніх розділах вже був окреслений успішний досвід участі України у культурних програмах. Це відкриває можливість підвищити інтерес до України особливо через контекст культури. Окрім цього, це дозволяє інтегрувати Україну у міжнародний культурний простір як рівноправного учасника для розвитку креативних індустрій, завдяки інструментам культурної дипломатії.<sup>152</sup>

Більше того, однією зі стратегічною ціллю Стратегії є «Інтеграція української культури у глобальні культурні процеси як активного учасника і рівноправного партнера».<sup>153</sup> До її операційних цілей входить:

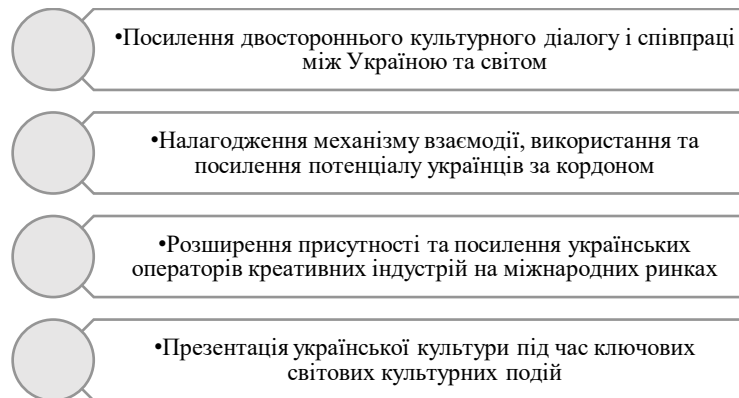


Рис 3.2. Узагальнено автором на основі <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text>

Дані операційні цілі дають можливість Україні розширити культурний двосторонній діалог. По-друге, збільшити потенціал української діаспори закордоном. По-третє, гарантувати українським митцям вихід на міжнародний рівень, тим самим формувати імідж України. Більше того, це додаткова можливість для креативного експорту та економічного зростання. Прикладами такого експорту можуть бути національні бренди Korean Wave або ж Cool Japan та їхні креативні продукти, які вони пропонують споживачам. До того ж, кожна операційна ціль, прописана конкретними завданнями, які варто здійснити для вдосконалення культурної дипломатії у секторі креативних індустрій. Наприклад на 2028 рік уже планується проведення в Україні бієнале Manifesta за ініціювання Українського інституту.<sup>154</sup> На додаток, розширення представництв Українського Інституту по світу є ще однією можливістю, оскільки поки УІ функціонує лише у трьох країнах. Серед ще однієї можливості, яку б хотілось окреслити це розробити національний бренд України, який асоціювався б виключно з креативними індустріями та просування нашої держави. На сьогодні, Україна має таку

<sup>152</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 06.05.2025).

<sup>153</sup> Те саме.

<sup>154</sup> Український інститут ініціював проведення європейської бієнале Manifesta в Україні у 2028 році. Український Інститут: вебсайт. URL: <https://ui.org.ua/news/news-cross-sector-programmes/manifesta-v-ukrayini-1/>

програму як UkraineNow, проте сама програма не насичена креативними індустріями, що зменшує участь культурної дипломатії.

### 3.2. SWOT-аналіз перспективи розвитку культурних і креативних індустрій в Україні у післявоєнний період

Оскільки одним з вагомих викликів в Україні є війна, доречно було б згадати розвиток ККІ саме у післявоєнний період. З огляду на це, пропоную створений SWOT-аналіз нижче, який може допомогти у покращенні ККІ, особливо у період відновлення України.

Таблиця 3.2. SWOT-аналіз перспективи розвитку культурних і креативних індустрій в Україні у післявоєнний період

<p><b>Streangths (сильні сторони)</b></p> <p>Культурне спадщина <i>(з огляду на те, що Україна багата на культурну спадщину, це є однозначно перевагою)</i></p> <p>Творчий потенціал <i>(українці доволі працюючі, окрім того мають високий творчий потенціал)</i></p> <p>Громадська підтримка <i>(враховуючи підтримку протягом тривалої війни з боку громадськості, це є однозначно сильною стороною. Небайдужість населення цінується)</i></p> <p>Відповідність світовим трендам</p> <p>Інноваційні технології <i>(Україна має великий потенціал у сфері ІТ. На прикладі інноваційних систем такі як: «Дія»; електронні заявки, документи.)</i></p> <p>Тісні міжнародні партнерства <i>(з огляду на те, що підтримка України у зв'язку з війною наразі є високою)</i></p>	<p><b>Weaknesses (слабкі сторони)</b></p> <p>Піратство та порушення авторських прав <i>(на прикладі, використання неліцензійних логотипів або бренду міста без дозволу)</i></p> <p>Травми та травматичні наслідки після війни</p> <p>Зруйнована інфраструктура <i>(саме культурного характеру)</i></p> <p>Брак державного фінансування</p> <p>Структурованість управління креативних індустрій</p> <p>Брак кваліфікованих кадрів</p>
<p><b>Opportunities (можливості)</b></p> <p>Збільшення технологічних інновацій</p>	<p><b>Threats (загрози)</b></p>

Поширення української культури на міжнародному рівні	Зменшення фінансових інвестицій від міжнародних партнерів ( <i>через виснаження від тривалої підтримки протягом війни</i> )
Вступ у ЄС	Тривале економічне та інфраструктурне відновлення, застій
Післявоєнна відбудова ( <i>ККІ можуть стати сектором психологічної підтримки</i> )	Психологічні травми та втома

Джерело: складене автором

Серед сильних сторін, були виокремлені наступні складові:

*Культурна спадщина.* Україна багата на культурну спадщину. «Загальна кількість об'єктів культурної спадщини в Україні, взятих на облік станом на 31 грудня 2023 р., становила 149323 об'єкти, з них – 119939 мають статус пам'яток культурної спадщини, а 29384 – статус щойно виявлених об'єктів культурної спадщини. Серед пам'яток культурної спадщини: 66675 – пам'ятки археології; 36219 - пам'ятки історії; 13897 – пам'ятки архітектури та містобудування; 2639 – пам'ятки монументального мистецтва; 388 – садово-паркового мистецтва, ландшафту; 121 – науки і техніки»<sup>155</sup>.

*Творчий потенціал.* Одна з сильних сторін України, оскільки за даними МКСК та Центру розвитку креативної економіки у 2021 році Україна мала велику частку креативної економіки, що становила 7% ВВП, проте її потенціал становив більше 10%.<sup>156</sup>

*Громадська підтримка.* Згідно з опитування Українського культурного Фонду за 2023 рік, найбільшу кількість допомоги ККІ отримувало серед трьох груп населення. Зокрема, міжнародні організації, місцеві органи влади та громадські організації. Відсоток допомоги від громадськості складав 54%, тоді як бізнес становив лише 28,9%.<sup>157</sup>

*Відповідність світовим трендам.* Про це свідчить успіх мультфільму «Мавка. Лісова пісня», гра S.T.A.L.K.E.R 2 та інші. Для прикладу, «бокс-офіс «Мавки» у прокаті в понад 80 країнах на 20 територіях переступив позначку \$17 млн».<sup>158</sup> Вікторія Ярмошук CEO Film.ua Group у відповідь на такі цифри, зазначала: «Це справді вражаюча цифра для незалежної анімації, тим паче для української».<sup>159</sup> А гра S.T.A.L.K.E.R 2 була розпродана на ігровій

<sup>155</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 06.05.2025).

<sup>156</sup> Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві, Міністерство культури та інформаційної політики України: вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/> (дата звернення 06.05.2025.)

<sup>157</sup> Державна підтримка важлива для сфери культури та креативних індустрій – результати опитування від УКФ. Український культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/news/17102023> (дата звернення 06.05.2025)

<sup>158</sup> Мультфільм «Мавка. Лісова пісня» зібрав у світовому прокаті понад \$17 млн. Forbes Україна: вебсайт. URL: <https://forbes.ua/news/multifilm-mavka-lisova-pisnya-zibrav-u-svitovomu-prokati-ponad-17-mln-04102023-16456>

<sup>159</sup> Те саме.

платформі Steam, що складало 1.4 млн копій. Серед розпроданих копій гри, США посіла перше місце, що становило 22%, тоді як в Україні це відсоток становив 16%.<sup>160</sup> Окрім США, Німеччина та Китай становили 7% купівлі копій гри.

*Інноваційні технології.* Оскільки сфера ІТ входить до сектору ККІ, розробка таких інструментів як Дія та інших є підтвердженням того, що Україна багата на інноваційні технології. Більше того, найвища частка у сфері ККІ припадає саме на ІТ про що неодноразово згадувалось впродовж даної роботи.

*Тісні міжнародні партнерства.* Зокрема, участь у таких програмах як «Креативна Європа» від ЄС з 2016 року, а також допомога експертів у галузі ККІ при написанні та розробці Стратегії на 2023 рік у сфері культури.

Серед слабких сторін, були виокремлені наступні складові:

*Піратство та порушення авторського права.* Як зазначалось раніше в Україні досить поширена дана проблема. Зокрема, через досить байдуже ставлення громадськості до таких порушень. Більше того, за даними UNN, упродовж 2014-2018 років в Україні було зафіксовано близько 900 кримінальних правопорушень щодо порушення авторського права.<sup>161</sup>

*Травми та травматичні наслідки після війни.* «За даними Національної служби здоров'я України (НСЗУ), у 2021 році діагноз ПТСР був поставлений 3 167 пацієнтам, у 2022 році – 7 051 пацієнту, у 2023 році – 12 494 пацієнтам, а станом на 6 березня 2024 року – 3 292 пацієнтам».<sup>162</sup>

*Зруйнована культурна інфраструктура.* За даними МКСК, станом на 2025 рік зафіксовано 1333 об'єкти. 131 об'єкт національного значення та 1126 місцевого, також 76 одиниць щойно виявлених. Варто зауважити, що найбільшого ураження серед всіх груп об'єктів культурного характеру посіли клубні заклади – 1056 одиниць.<sup>163</sup>

*Брак державного фінансування.* Порівняно з 2024 роком 215 млн грн було підвищено видатки УКФ до 250, проте це недостатньо коштів для повноцінного розвитку ККІ. До того

<sup>160</sup> Stalker 2 hits 1.4 million copies sold on Steam in four days, with its gross revenue estimated at \$66 million. Game World Observer: website. URL: <https://gameworldobserver.com/2024/11/26/stalker-2-sales-1-4-million-copies-steam-revenue>

<sup>161</sup> За п'ять років в Україні обліковано понад 900 порушень авторського права. UNN: вебсайт. URL: <https://unn.ua/news/za-pyat-rokiv-v-ukrayini-oblikovano-ponad-900-porushen-avtorskogo-prava>

<sup>162</sup> За три роки кількість пацієнтів з ПТСР в Україні зросла майже у чотири рази. – МОЗ. Суспільне Новини: вебсайт. URL: <https://suspihne.media/708594-za-tri-roki-kilkist-pacientiv-z-ptsr-v-ukraini-zroslo-majze-u-cotiri-razi-moz/>

<sup>163</sup> 1333 пам'ятки культурної спадщини та 2185 об'єктів культурної інфраструктури постраждали в Україні через російську агресію станом на кінець січня 2025 року. МКСК: вебсайт. URL: <https://mcsk.gov.ua/news/1333-pamyatky-kulturnoyi-spadshhyny-ta-2185-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury-postrazhdaly-v-ukrayini-cherez-rosijsku-agresiyu-stanom-na-kinecz-sichnya-2025-roku/>

ж, Український інститут книги все ж таки зазнав скорочень фінансування у 2025 році, зокрема це 466 до 278 млн грн.<sup>164</sup>

*Структурованість управління креативних індустрій.* Це є очевидною слабкою стороною, оскільки у новій Стратегії 2030 про це зазначено. Зокрема, мова йде про потребу «оновлення системи управління у сфері культури та поступове забезпечення інституційної сталості».<sup>165</sup> Зважаючи на це, на мою думку, варто робити більше досліджень та аналітичних даних у секторі креативних індустрій, зокрема серед самих митців у різних галузях ККІ. Це допоможе виявити, що працює вдало, а що не зовсім. Звідси, збереже ресурси як людські, так і фінансові у розвиток найкращих практик, які вдало працюватимуть в Україні.

*Брак кваліфікованих кадрів.* Згідно з УКФ, а саме аналітичної записки на основі реалізованого дослідження «значне збільшення показника прослідковується щодо дефіциту кваліфікованих кадрів. Упродовж пів року він зріс на понад 9%. Відтік кваліфікованих та мотивованих фахівців сфери культури вже нині є помітною проблемою галузі, а надалі, вочевидь, буде лише загострюватися».<sup>166</sup>

Можливості:

До числа можливостей прописаного SWOT-аналізу було віднесено пункт *збільшення інноваційних технологій*. Варто зауважити, Україна ще до повномасштабного вторгнення демонструвала великі інноваційні рішення на прикладі «Дія». Більше того, дана державна цифрова програма вплинула на розвиток самої екосистеми «Дія». Зокрема, це поява таких державних платформ як: Дія.Бізнес, Дія.Освіта, Дія.City та інше. Зважаючи на це, перспективою розвитку у контексті креативних індустрій виникає ідея створення окремої гілки під назвою Дія.Культура. Як зазначалось раніше, інструментами розвитку креативних індустрій є кооперація. Отож, співпраця двох державних органів як Мінцифри та МКСК виглядає як потенційно привабливе рішення.

*Поширення української культури на міжнародному рівні.* Даний процес поступово розвивається через участь української спільноти у виставках, фестивалях та інших культурних зібраннях. Очевидним є те, що позитивна тенденція зберігатиметься, оскільки Стратегія 2030

<sup>164</sup> Бюджет-2025: менше грошей на культуру, більше – на захист інформації, фінансування телемарафону – на рівні цього року. Детектор медіа: вебсайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/236050/2024-12-18-byudzhet-2025-menshe-groshey-na-kulturu-bilshhe-na-zakhyst-informatsii-finansuvannya-telemarafonu-na-rivni-tso-roku>

<sup>165</sup> Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 06.05.2025)

<sup>166</sup> Український культурний Фонд, Стратегія адаптації культури та креативних індустрій до умов війни : аналіт. запис. – 2023. – с. 2. – URL: [https://ucf.in.ua/storage/docs/17102023/%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0\\_ac67371facad966b4b7c36f23d4a623b199b5188.pdf](https://ucf.in.ua/storage/docs/17102023/%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0_ac67371facad966b4b7c36f23d4a623b199b5188.pdf)

про це зазначала і має конкретні завдання для його втілення. Більше того, запропонована ідея розвитку національного бренду Україна раніше також спонукатиме до реалізації даної можливості. Окрім того, у контексті повоєнного відновлення варто звернути увагу на зміну асоціації України серед міжнародної спільноти з війни на її багату культурну складову. Згідно з *Ukraine's global perception report 2023* асоціація країн-союзників це війна.<sup>167</sup> Звідси, на прикладі світових моделей культурної дипломатії Німеччини та Японії варто взяти приклад того, як країни позбулися асоціації з війною.

*Вступ у ЄС.* По-перше, інтеграція України у ЄС успішно розпочалась. Після завершення війни, вступ України у Європейський Союз розглядатиметься більш реалістично аніж під час активних бойових дій у країні. Отож, зі вступом у ЄС у післявоєнний період надасть Україні більше можливостей для розвитку ККІ та культурної дипломатії. Зокрема більшого доступу до грантових програм, фінансової підтримки та інших ініціатив.

Створити осередок, де надаватимуть *психологічну реабілітацію* за допомогою креативних індустрій. Для прикладу «ЮНЕСКО твердо вірить у фундаментальний внесок митців у зміцнення соціальної згуртованості та підвищення стійкості громад. Особливо в надзвичайних ситуаціях люди звертаються до мистецтва і культури, щоб знайти в них силу, почуття приналежності, надію і солідарність». За словами Микити Потураєва: «Креативні індустрії можуть не просто дати можливість знайти себе у новому мирному житті – креативні індустрії можуть допомогти у соціальній (психологічній) реабілітації».<sup>168</sup>

---

<sup>167</sup> BrandUkraine, *Ukraine's global perception report 2023*, p.39, URL: [https://brandukraine.org.ua/documents/147/EN\\_Ukraines\\_Global\\_Perception\\_Report\\_2023.pdf](https://brandukraine.org.ua/documents/147/EN_Ukraines_Global_Perception_Report_2023.pdf)

<sup>168</sup> Креативні індустрії можуть допомогти у психологічній реабілітації", голова Комітету з питань гуманітарної та інформаційної політики Микита Потураєв. Рада Верховна Рада України: вебсайт. URL: [https://www.rada.gov.ua/news/news\\_kom/237788.html](https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/237788.html)

### Висновки до розділу 3

Підсумовуючи, Україна відносно нещодавно почала розвивати сферу креативних індустрій та культурної дипломатії. Зокрема з появою таких інституцій як Український Інститут, Український культурний фонд та інші, управління та організація даного сектору стала більш ефективною. Більше того, нещодавно Україна прийняла нову стратегію культури в яку входить розвиток міжнародної співпраці, промоції української культури та інше. Варто зауважити, Україна активно використовує креативні індустрії в реалізації культурної дипломатії. Серед яскравих прикладів: участь у Євробаченні, Венеційське бієнале, конкурсні програми Creative Moves Europe. Більше того, наявність представництв Українського інституту закордоном, а також креативних хабів в Україні.

Виявлено, що вплив держави у контексті розвитку креативних індустрій та політики культурної дипломатії є ключовим. Для прикладу, розвиваючи сферу музичного мистецтва в Україні та підтримки молодих виконавців, дозволяє брати участь у таких конкурсах як Євробачення та інших грантових програмах. Серед наявних викликів є війна внаслідок чого відбувається відтік кваліфікованих кадрів з різних причин. У роботі продемонстрований SWOT-аналіз з перспективами та можливостями для України розвитку креативних індустрій, а саме у післявоєнний період.

Окрім того, визначено можливості України, зокрема підвищити інтерес до української культури через двосторонні та тривалі угоди, сформувати національний бренд у сфері креативних індустрій та розширити кількість представництв Українського Інституту закордоном.

## ВИСНОВКИ

1. У кваліфікаційній роботі визначено основні дефініції та інструменти розвитку креативних індустрій в Україні для реалізації політики культурної дипломатії. Зокрема, дипломатія, м'яка сила, культурна дипломатія, креативні індустрії, креативна економіка, авторське право. Джозеф Най вперше увів поняття «м'яка сила». Згідно його твердженням, досліджено, що до складу soft power входить культура, політичні цінності та зовнішня політика. Більше того, культурна дипломатія має глибоку історію розвитку, яка сягає 19 століття. Завдяки інструменту культурної дипломатії креативні індустрії сприяють економічному розвитку країни, а також просуванню держави на міжнародний рівень. Упродовж дослідження виявлено, що культура є вагомим аспектом для будь-якої держави, оскільки має вплив на формування власного іміджу та національного бренду країни. Важливим аспектом у формуванні політики культурної дипломатії та розвитку креативних індустрій в Україні є авторське право, а саме захист інтелектуальної власності. Визначено, що захист митців та учасників сектору креативних індустрій сприяє їхньому глобальному розвитку.

2. Досліджено, що законодавча база відіграє важливу роль у формуванні будь-якої політики. Згідно з Міністерством культури та стратегічних комунікацій *Закон України «Про культуру»* є основним документом у сфері креативних індустрій, оскільки передбачає визначення цього терміну у нормативно-правовому акті. Більше того, до законодавчої бази входять *Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу...»*, *Закон України «Про авторське право та суміжні права»*, *Закон України «Про Український культурний Фонд»*, *Закон України «Про народні художні промисли»*. Серед інституційної бази виокремлено Міністерство культури та стратегічних комунікацій (МКСК), Міністерство зовнішніх справ (МЗС), Український інститут (УІ), а також Український культурний фонд (далі УКФ). Досліджено, що кожна з інституцій має важливий внесок для стратегічного формування, а також демонстрації України на міжнародній арені.

3. Упродовж роботи, вивчено різні світові моделі культурної дипломатії. Особливу увагу зосереджено на досвід країн: Франції, Німеччини, Великобританії, Італії, Японії. Варто зауважити, що досвід окремої країни є унікальним та цінним, оскільки мета реалізації політики культурної дипломатію подеколи різна. Наприклад, досвід Німеччини та Японії яскраво показує як країна використовувала культуру та політику культурної дипломатії для того, щоб позбутись статусу нацистської країни та сприяти позитивному іміджу країни. У той час як

Італія просувала свій спосіб життя, тим самим демонструючи свою культуру. Франція розпочала політику культурної дипломатії у 19 столітті задля закріплення свого статусу серед міжнародної спільноти. Великобританія займалася популяризацією своєї культури, а також англійської мови.

Більше того, розглянуто три кейси країн світу Кореї, Японії та Великобританії у реалізації національного бренду держав. Досліджено Hallyu або ж «Корейська хвиля», яка стало рушієм та піком популярності корейського продукту. Національний бренд Японії під назвою Cool Japan, початок якого розпочався в японському районі Ura-Narajuku. А також досвід Великобританії та використання цілої маркетингової кампанії *GREAT Britain Campaign*, яка сприяла появі новим інвестиціям та просування країни серед міжнародної спільноти.

4. Досліджено традиційні та новітні механізми реалізації політики культурної дипломатії. Зокрема такі традиційні інструменти як виставки, фестивалі, обміни. Новітні механізми охоплюють те ж саме, проте з використанням інноваційних технологій та медіа. Досліджено, що соціальні медіа активно використовуються у політиці культурної дипломатії, оскільки це дає можливість швидко та на велику аудиторію поширювати різні «меседжі».

Серед інструментів політики культурної дипломатії виокремлено мобільність або культурний обмін. На прикладі програми Creative Europe «Creative Moves Europe» продемонстровано порівняльний аналіз двох грантів передбачених програмою. Зокрема, Individual mobility action та Residency action. Обґрунтовано, що одним з ефективних інструментів розвитку креативних індустрій для реалізації політики культурної дипломатії є виставки та фестивалі, а також інші культурні заходи. Венеційське біенале, Manifesta збирає велику кількість митців та інших учасників культурної та креативної діяльності для поширення мистецтва та промоції своїх доробків. Більше того, це дає можливість отримати обмін цінним досвідом для реалізації різних підходів у своїх країні. До інструментів культурної дипломатії також віднесено Bilateral cultural dialogue або ж Bilateral Years of Culture, тобто двосторонні співпраці між країнами. Досліджено, що це сприяє не тільки розвитку культури країна, а безпосередньо поліпшити зв'язки з конкретною країною.

5. Розглянуто Стратегію розвитку культури на 2030 як документа, що визначає пріоритетність виконання стратегічних цілей для України. Серед основних задач Стратегії визначено три складові: увага на збереження культурної спадщини, розвиток культури, а також промоція української тисячолітньої культури. Виявлено, що серед викликів згідно Стратегії у розвитку креативних індустрій в Україні віднесено брак фінансування та кваліфікованих кадрів, проблема структурованості сектора креативних індустрій, порушення

авторського права та інтелектуальної власності, недостатня представленість українського продукту у сфері креативних індустрій, а також вплив війни на розвиток культури загалом.

Враховуючи те, що Стратегія 2030 сформована разом з міжнародними експертами досліджено, що задля розвитку сектору креативних індустрій виконати стратегічну ціль номер 4. А саме, інтегрувати українську культуру у глобальні культурні процеси, шляхом посилення двосторонніх партнерств, використання потенціалу українців закордоном. А також брати активну участь у світових культурних заходах.

6. Запропоновано SWOT-аналіз для визначення перспектив розвитку креативних України в повоєнному відновленні. Варто зауважити, що на основі статистичних даних та досвіду країн світу, визначено, що Україна має великий потенціал та перспективи. Зокрема, Україна багата на культурну спадщину, творчий потенціал, інноваційність та інше. У свою чергу це відкриває можливості для збільшення наявних сильних сторін та поширення української культури.

Підсумовуючи, хоча Україна й має загрози з боку військових дій в країні, браку фінансування та інших аспектів, проте її успіх у секторі креативних індустрій позитивно впливає на економіку країни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 1333 пам'ятки культурної спадщини та 2185 об'єктів культурної інфраструктури постраждали в Україні через російську агресію станом на кінець січня 2025 року. МКСК: вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/1333-pamyatky-kulturnoyi-spadshhyny-ta-2185-obyektiv-kulturnoyi-infrastruktury-postrazhdaly-v-ukrayini-cherez-rosijsku-agresiyu-stanom-na-kinecz-sichnya-2025-roku/>
2. 2023 Analysis of Global Hallyu Status. The Korea Foundation: website. URL: [https://issuu.com/the\\_korea\\_foundation/docs/0402\\_global\\_hallyu\\_status\\_eng](https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/0402_global_hallyu_status_eng) (accessed 06.04.2025)
3. About. Manifesta: website. URL: <https://manifesta.org/about> (accessed: 12.04.2025).
4. Arnegger J., Herz M., Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. *Open Learning: Journal of Destination Marketing & Management*, 2016. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212571X15000670>
5. Bardak E.P, The 'Arm's Length Principle' and Its Role In The 21st Century Arts and Cultural Sector. *Open Learning: Journal of Human and Social Sciences*, 4 (2), pp. 326-339, 2021, URL: [https://www.academia.edu/109851716/The\\_Arms\\_Length\\_Principle\\_and\\_Its\\_Role\\_In\\_The\\_21st\\_Century\\_Arts\\_and\\_Cultural\\_Sector](https://www.academia.edu/109851716/The_Arms_Length_Principle_and_Its_Role_In_The_21st_Century_Arts_and_Cultural_Sector)
6. Berridge G. R. *Diplomacy: Theory and Practice*. – 6th ed. – London: Palgrave Macmillan, 2022. – p. xxvii.
7. Bilateral cultural dialogue. UNESCO: website. URL: <https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/bilateral-cultural-dialogue>
8. BrandUkraine. Ukraine's global perception report 2023, p.39, URL: [https://brandukraine.org.ua/documents/147/EN\\_Ukraines\\_Global\\_Perception\\_Report\\_2023.pdf](https://brandukraine.org.ua/documents/147/EN_Ukraines_Global_Perception_Report_2023.pdf)
9. Choi, D., Kim, P. S. Promoting a Policy Initiative for Nation Branding: The Case of South Korea. *Open Learning: «Journal of Comparative Asian Development»*. – 2014. – Vol. 13, № 2. – P. 346–368. – URL: <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.926804>
10. Co-Lab : art contemporain et savoir-faire. Louvre Abu Dhabi: website. URL: <https://www.louvreabudhabi.ae/en/explore/exhibitions/co-lab-contemporary-art-and-savoir-faire>
11. Connections Through Culture 2025. British Council Arts: website. URL: <https://arts.britishcouncil.org/get-involved/opportunities/connections-through-culture-2025> (accessed: 12.04.2025).
12. Cool Japan - The Project That Transformed Japan Into a Cultural Powerhouse. Yokogad: website. URL: <https://www.yokogaomag.com/editorial/project-cool-japan>
13. Cultural Diplomacy. France Diplomacy: website. URL: [https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/#sommaire\\_3](https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/cultural-diplomacy/#sommaire_3) (accessed 06.03.2025).
14. Cultural Diplomacy: Latest trends? Or how to make it. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-2>
15. Culture Moves Europe. Culture and Creativity: website. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/culture-moves-europe>
16. Culture Moves Europe. Goethe Institute: website. URL: <https://www.goethe.de/ins/be/en/kul/eur/cme.html>
17. DBA Design Effectiveness Awards Entry 2016 GREAT Britain Campaign: Creating impact for Britain around the world. *Open Learning: «Radley Yeldar & GREAT Britain Campaign»*, – 2015. – p. 2, – URL: [https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA\\_Radley\\_Yeldar\\_GREAT\\_Britain\\_Campaign.pdf](https://effectivedesign.org.uk/sites/default/files/DBA_Radley_Yeldar_GREAT_Britain_Campaign.pdf)
18. Defence, Appreciation and Promotion of Made in Italy products. Institute for the Protection of Italian Manufacturers: website. URL: [https://itpi.it/index\\_en.php](https://itpi.it/index_en.php)
19. Grincheva N. The past and future of cultural diplomacy. *Open Learning: International Journal of Cultural Policy*. – 2023. – Vol. 30, No. 2. – pp. 172–191. – URL: <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2183949>

20. Hallyu (Korean Wave). Korean Cultural Centre: website. URL: <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/> (accessed 06.04.2025).
21. Higher image raised Hallyu exports last year to KRW 19.54T. Korea.net: website. URL: <https://www.korea.net/NewsFocus/Business/view?articleId=253159> (accessed 06.04.2025).
22. How Korea is transforming into a creative economy. Culture & Creativity: website. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/how-korea-is-transforming-into-a-creative-economy>
23. International Coproduction Fund (IKF). Goethe-Institut: website. URL: <https://www.goethe.de/en/kul/foe/int.html> (accessed 12.04.2025).
24. Johanson K., Coate B., Vincent C., Glow H., Is there a 'Venice Effect'? Participation in the Venice Biennale and the implications for artists' careers. *Open Learning: «Poetics»*, Volume 92, Part A, June 2022. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X21001157>
25. Korean Wave (Hallyu). The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture. MartinRoll: website. URL: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>
26. K-pop blueprint: Drawing inspiration from South Korea's creative industries. UN Trade & Development: website. URL: <https://unctad.org/news/k-pop-blueprint-drawing-inspiration-south-koreas-creative-industries>
27. La Biennale di Venezia. La Biennale di Venezia: website. URL: <https://www.labiennale.org/en> (accessed: 12.04.2025).
28. Martin B. G., Piller E. M. Cultural diplomacy and Europe's twenty years' crisis, 1919–1939: Introduction. *Open Learning: Contemporary European History*. — 2021. — Vol. 30, No. 2. — p. 155 — URL: <https://doi.org/10.1017/S096077732000065X>
29. Nye J. S. Jr. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Open Learning: Joseph S. Nye Jr. — New York: PublicAffairs, 2004. — p. 11 — URL: [https://www.academia.edu/28699788/Soft\\_Power\\_the\\_Means\\_to\\_Success\\_in\\_World\\_Politics\\_Joseph\\_S\\_Nye\\_Jr](https://www.academia.edu/28699788/Soft_Power_the_Means_to_Success_in_World_Politics_Joseph_S_Nye_Jr)
30. Pajtinka E. Cultural Diplomacy in the Theory and Practice of Contemporary International Relations. *Open Learning: Politické vedy*. — 2014. — Vol. 17, No. 4. — p. 96. — URL: [https://www.researchgate.net/publication/269763112\\_Cultural\\_Diplomacy\\_in\\_Theory\\_and\\_Practice\\_of\\_Contemporary\\_International\\_Relations](https://www.researchgate.net/publication/269763112_Cultural_Diplomacy_in_Theory_and_Practice_of_Contemporary_International_Relations)
31. Shuao Lin, Creative Industry: Cultural Production or Cultural Control? A Critical Policy Analysis of UK Creative Industries Policy Documents. *Open Learning: Proceedings of the 7th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2021)*, p. 225, URL: [10.2991/assehr.k.210519.044](https://www.researchgate.net/publication/358102991/assehr.k.210519.044)
32. Stalker 2 hits 1.4 million copies sold on Steam in four days, with its gross revenue estimated at \$66 million. Game World Observer: website. URL: <https://gameworldobserver.com/2024/11/26/stalker-2-sales-1-4-million-copies-steam-revenue>
33. The Complete History of Ura-Harajuku - Tokyo's Iconic Street Fashion Hub. Yokogad: website. URL: <https://www.yokogaomag.com/editorial/ura-harajuku-history>
34. The GREAT Festival of Creativity Shanghai. Gov.UK: website. URL: <https://www.gov.uk/government/news/the-great-festival-of-creativity-will-promote-the-best-of-british-business>
35. The Official Portal of Italian Producers. MadeinItaly.org: website. URL: <https://madeinitaly.org/>
36. Trisni S. South Korean Government's Role in Public Diplomacy: A Case Study of the Korean Wave Boom. *Open Learning: «Andalus Journal of International Studies»*. — 2019. — Vol. 8, № 1. — P. 31–42. — URL: [https://www.researchgate.net/publication/334113297\\_South\\_Korean\\_Government's\\_Role\\_in\\_Public\\_Diplomacy\\_A\\_Case\\_Study\\_of\\_the\\_Korean\\_Wave\\_Boom](https://www.researchgate.net/publication/334113297_South_Korean_Government's_Role_in_Public_Diplomacy_A_Case_Study_of_the_Korean_Wave_Boom)
37. UNESCO Records of the General Conference, 31st session, Paris, 15 October to 3 November 2001, v. 1: Resolutions. — pp. 62–64. — URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687>

38. Yu Xintian Cultural Factors in International Relation — Washington: The Council for Research in Values and Philosophy, 2004. – p. 25 – (Cultural Heritage and Contemporary Change. Series III, Asia; Vol. 20). – URL: <https://www.crvp.org/publications/Series-III/III-20.pdf>
39. Бюджет-2025: менше грошей на культуру, більше – на захист інформації, фінансування телемарафону – на рівні цього року. Детектор медіа: вебсайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/236050/2024-12-18-byudzhnet-2025-menshe-groshey-na-kulturu-bilshе-na-zakhyst-informatsii-finansuvannya-telemarafonu-na-rivni-tsogo-roku>
40. Гетьманцев, Д. (21 Грудень 2022 р.). Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/>
41. Головне – створювати саме українську культуру: інтерв'ю з Юлією Федів про роль та фінансування культури під час війни. Суспільне Культура: вебсайт. URL: <https://suspilne.media/culture/575269-golovne-stvoruvati-same-ukrainsku-kulturu-intervu-z-ulieu-fediv-pro-rol-ta-finansuvanna-kulturi-pid-cas-vijni/>
42. Державна підтримка важлива для сфери культури та креативних індустрій - результати опитування від УКФ. Український культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/news/17102023> (дата звернення 06.05.2025)
43. Деякі питання діяльності Міністерства культури та стратегічних комунікацій: постанова Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2019 р. № 885, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення 05.02.2025)
44. Драч В. В. Культурна дипломатія в умовах глобального розвитку суспільств. Електронне наукове видання Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2024. № 2. с. 37. – URL: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308270>
45. Ємельянов В. М., Гололобов С. М. Механізми реалізації культурної дипломатії в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2024. – № 14. – лип. – с. 192–200. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2601>
46. За п'ять років в Україні обліковано понад 900 порушень авторського права. UNN: вебсайт. URL: <https://unn.ua/news/za-pyat-rokiv-v-ukrayini-oblikovano-ponad-900-porushen-avtorskogo-prava>
47. За три роки кількість пацієнтів з ПТСР в Україні зросла майже у чотири рази — МОЗ. Суспільне Новини: вебсайт. URL: <https://suspilne.media/708594-za-tri-roki-kilkist-pacientiv-z-ptsr-v-ukraini-zrosla-majze-u-cotiri-razi-moz/>
48. Затверджено Стратегію розвитку культури України до 2030 року та план заходів з її реалізації. Міністерство культури та стратегічних комунікацій: вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/zatverdzheno-strategiyu-rozvytku-kultury-ukrayiny-do-2030-roku-ta-plan-zahodiv-z-yiyi-realizacziyi/>
49. Індекс реформ 139: Госпітальні округи, можливість відкликати депутатів і підтримка креативних індустрій. Вокс Україна: вебсайт. URL: <https://voxukraine.org/imore-139-gospitalni-okrugy-mozhlyvist-vidklykaty-deputativ-i-pidtrymka-kreatyvnyh-industrii>
50. Карнаух А., Кравчук К., Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість, відновлення, інтеграція з ЄС: звіт Cultural Relations Platform. – 2021. – с. 15. – URL: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf>
51. Карпчук Н. Культурна дипломатія японії. Електронне наукове видання «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». – 2021.
52. Креативні індустрії можуть допомогти у психологічній реабілітації", - голова Комітету з питань гуманітарної та інформаційної політики Микита Потураєв. Рада Верховна Рада України: вебсайт. URL: [https://www.rada.gov.ua/news/news\\_kom/237788.html](https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/237788.html)
53. Креативні індустрії та заклади культури в період карантину потребують нашої підтримки: Офіційне інтернет-представництво від 13 липня 2020 року, URL: <https://president.gov.ua/news/kreativni-industriyi-ta-zakladi-kulturi-v-period-karantinu-p-62229>
54. Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві, Міністерство культури та інформаційної політики України: вебсайт. URL:

<https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>

55. «Лейбл для тих, хто створює чесну музику»: Jerry Heil запустила NOVA MUSIC. Слух: вебсайт. URL: <https://slukh.media/news/jerry-heil-nova-music/>

56. Магда Є.В. М'яка сила, поняття, Енциклопедія історії України: Додатковий том. – Кн. 1: А–Я / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. – К.: В-во «Наукова думка», 2021. – 773 с. URL: [http://www.history.org.ua/?termin=m`jaka\\_syla\\_ponjattja](http://www.history.org.ua/?termin=m`jaka_syla_ponjattja) (дата звернення: 13.02.2025)

57. Марченко А. С. Культурна дипломатія: Поняття та механізми реалізації. Електронне наукове видання «Економіка та суспільство», – 2024. – № 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5407/5350>

58. Матяш І. Матвієнко В. Культурна дипломатія : навч. посіб. для студентів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». - Наукове товариство історії дипломатії та міжнародних відносин – 2021. – с. 36.

59. Мельник І.В. Механізми формування державної культурної політики: зарубіжний досвід. Електронне наукове видання «Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського». – 2022. – № 2. – с. 68, URL: [https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/2\\_2022/11.pdf](https://pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/2_2022/11.pdf)

60. МЗС України та Український інститут розпочали співпрацю з Reddit, Міністерство закордонних справ України: вебсайт. URL: <https://mfa.gov.ua/news/mzs-ukrayini-ta-ukrayinskij-institut-rozpochali-spivpracyu-z-reddit> (дата звернення 02.03.2025.)

61. Місяць культурної дипломатії України: стартує п'ятий міжнародний марафон про українську культуру у Вікіпедії. Міністерство закордонних справ України (09 квітня 2025), URL: <https://mfa.gov.ua/events/misyac-kulturnoyi-diplomatiyi-ukrayini-startuye-pyatij-mizhnarodnij-marafon-pro-ukrayinsku-kulturu-u-vikipediyi>

62. Мультифільм «Мавка. Лісова пісня» зібрав у світовому прокаті понад \$17 млн. Forbes Україна: вебсайт. URL: <https://forbes.ua/news/multifilm-mavka-lisova-pisnya-zibrav-u-svitovomu-prokati-ponad-17-mln-04102023-16456>

63. На рівні «цифрового Сомалі»: статистика інтернет-піратства в Україні. Uablocklist: вебсайт. URL: <https://uablocklist.com/news/na-rivni-tsyfrovoho-somali-statystyka-internet-piratstva-v-ukraini> (дата звернення: 20.04.2025)

64. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П., Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України, – с. 31. – URL: [KSE-Trade-Kreativni-industriyi.pdf](https://kse-trade-kreativni-industriyi.pdf)

65. Оголошено третій конкурс програми Culture Moves Europe на індивідуальну мобільність митців. Creative Europe: вебсайт. URL: [https://creativeeurope.in.ua/public/news/cme\\_individual\\_call3](https://creativeeurope.in.ua/public/news/cme_individual_call3)

66. Парламент ввів у законодавство про культуру поняття «креативні індустрії». Укрінформ: вебсайт URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2483199-parlament-vviv-u-zakonodavstvo-pro-kulturu-ponatta-kreativni-industrii.html> (дата звернення 21.01.2025).

67. Питання авторського права в Україні. finance.ua: website. URL: <https://finance.ua/ua/goodtoknow/avtorske-pravo-v-ukraini-shcho-treba-znaty> (дата звернення: 20.04.2025).

68. Платформа культурних ініціатив. IZOLYATSIA: вебсайт. URL: <https://izolyatsia.org/ua/>

69. Представництва. Український Інститут: вебсайт. URL: <https://ui.org.ua/> (дата звернення 10.02.2025).

70. Про авторське право і суміжні права: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2023, № 57, ст.166 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text> (дата звернення 25.01.2025).

71. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби

COVID-19: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 43, ст.371, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20#Text> (дата звернення 25.01.2025).

72. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diialnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrii>

73. Про затвердження Положення про Міністерство закордонних справ України: постанова Кабінету Міністрів України від 30 березня 2016 р. № 281, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/281-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення 05.02.2025).

74. Про культуру: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 24, ст.168, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення 20.01.2025).

75. Про народні художні промисли: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 41, ст.199, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2547-14#Text> (дата звернення 05.02.2025).

76. Про нас. Український культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/p/about> (дата звернення 05.02.2025).

77. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 лютого 2016 р. № 119-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80#Text> (дата звернення 15.02.2025).

78. Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 березня 2025 р. № 293-р, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення 20.02.2025).

79. Про Український культурний фонд: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 19, ст.238, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1976-19#Text> (дата звернення 05.02.2025).

80. Розпорядження № 1677-р від 15.12.2021 Про схвалення Концепції Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2024-2027 роки. URL: [https://zakononline.com.ua/documents/show/502779\\_685316](https://zakononline.com.ua/documents/show/502779_685316)

81. Стан культури та креативних індустрій під час війни – результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. Український Культурний Фонд: вебсайт. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022>

82. Степанов А. В., Культурна дипломатія як інструмент міжнародної комунікації: Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 71, 2023. – с. 58-63. – URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1332/1256>

83. Стратегія Українського інституту 2020-2024. Український Інститут, с.5. URL: <https://ui.org.ua/wp-content/uploads/2022/01/strategy-ukrainian-institute-3.pdf>

84. Україна та Австрія домовилися про спільні проекти в сфері культури на 2025–2030 роки. Міністерство культури та стратегічних комунікацій: вебсайт. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/ukrayina-ta-avstriya-domovylysy-pro-spilni-proyekty-v-sferi-kultury-na-2025-2030-roky/>

85. Український інститут ініціював проведення європейської бієнале Manifesta в Україні у 2028 році. Український Інститут: вебсайт. URL: <https://ui.org.ua/news/news-cross-sector-programmes/manifesta-v-ukrayini-1/>

86. Український культурний Фонд, Стратегія адаптації культури та креативних індустрій до умов війни : аналіт. запис. – 2023. – с. 2. – URL: [https://ucf.in.ua/storage/docs/17102023/%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0\\_ac67371facad966b4b7c36f23d4a623b199b5188.pdf](https://ucf.in.ua/storage/docs/17102023/%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0_ac67371facad966b4b7c36f23d4a623b199b5188.pdf)

87. Фарінья. К Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні – с.1-59 , URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf)

88. Центр спостереження з питань порушень прав інтелектуальної власності УКРНОІВІ, Статистика розслідування та розгляду справ з питань інтелектуальної власності за 2019-2023 рр.: звіт. – 2024. URL: <https://nipo.gov.ua/wp->

[content/uploads/2024/07/Statystyka\\_rozsliduvannia\\_ta\\_rozhliadu\\_sprav\\_z\\_pytan\\_intelektualnoi-web.pdf](#)

89. Чому Євробачення – це «тріумф м'якої сили» України. BBC Україна: вебсайт. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/press-review-57330629>

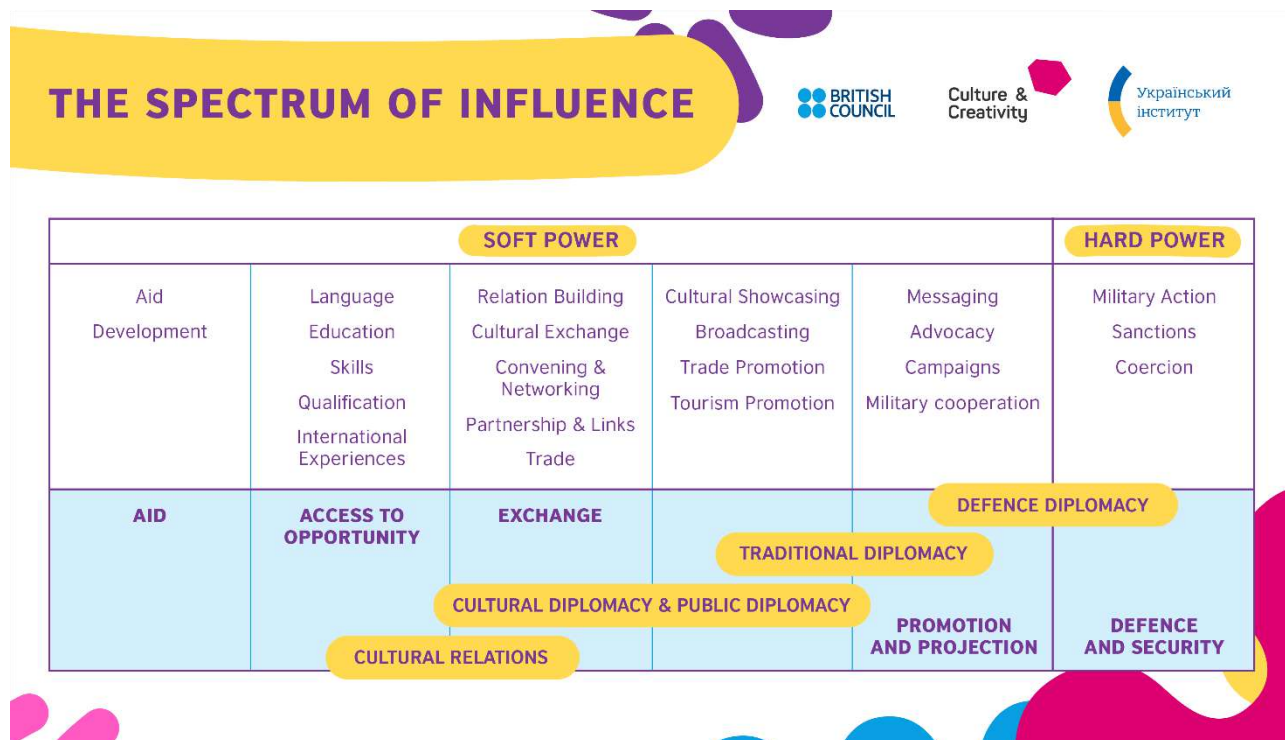
90. Якою вийшла Венеційська бієнале – 2024. Сенсор: website. URL: <https://sensormedia.com.ua/art/yakoyu-vyjshla-veneczijska-biyenale-2024/>

91. Якуша, Є. С. Правова охорона об'єктів авторського права в креативних індустріях / Якуша Є. С. // Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності : збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (м. Київ, 26 квітня 2023 р.). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. – с. 121. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/56798>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Спектр впливу «м'якої сили»



Джерело: *Introduction to cultural relations and cultural diplomacy*. Culture&Creativity: website.

URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-1> (accessed 14.04.2025)

**Об'єкти авторського права відповідно до статті 6 Закону України «Про авторське право і суміжні права»**

<b>№ з/п</b>	<b>Об'єкт авторського права</b>
1	Літературні твори белетристичного, публіцистичного, наукового, технічного або іншого характеру
2	Усні твори: виступи, лекції, промови, проповіді
3	Музичні твори з текстом і без тексту
4	Драматичні, музично-драматичні твори, пантоміми, шоу, циркові вистави, хореографічні твори
5	Театральні постановки, сценічні переробки, обробки нематеріальної культурної спадщини
6	Аудіовізуальні твори
7	Переклади для озвучення, дублювання, субтитрування аудіовізуальних творів
8	Твори образотворчого мистецтва
9	Фотографічні твори
10	Твори ужиткового мистецтва (ткацтво, кераміка, ковальство, ювелірні вироби тощо)
11	Твори архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні утворення
12	Твори художнього дизайну
13	Похідні твори
14	Складені твори: збірки творів, обробок спадщини, енциклопедії, антології, бази звичайних даних тощо
15	Ілюстрації, карти, плани, креслення, ескізи, пластичні твори з географії, техніки, будівництва тощо
16	Комп'ютерні програми
17	Бази даних, що є результатом інтелектуальної діяльності
18	Інші твори

*Узагальнено автором на основі Закон України «Про авторське право і суміжні права», Стаття 6.*

*Джерело: Про авторське право і суміжні права: Закон України ідомості Верховної Ради (ВВР), 2023, № 57, ст.166, URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text> (дата звернення 17.04.2025)*