

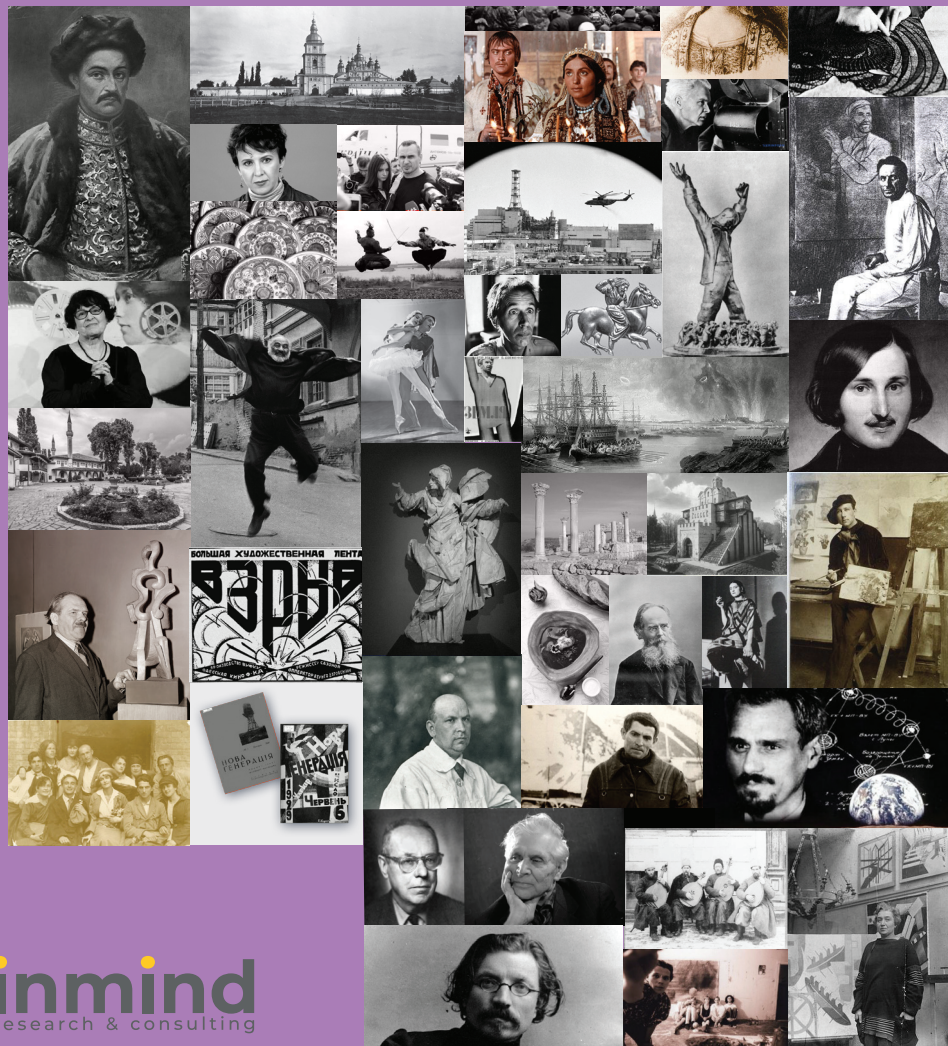
Аналітичний звіт  
Сприйняття України за кордоном

# Франція

Підготовлено дослідницькою компанією InMind для  
Українського інституту

Автор тексту:  
провідний аналітик InMind  
Ігор Гусєв

Під редакцією  
Надії Коваль та Марини  
Ірисової, Український  
інститут



ukrainian  
institute

**inmind**  
research & consulting

## **Зміст**

<b>I. Вступ: методологія дослідження .....</b>	<b>01</b>
<b>II. Сприйняття України фаховим середовищем .....</b>	<b>05</b>
<b>III. Сприйняття української культури та її місця у світовому контексті</b>	<b>14</b>
<b>IV. Особливості співпраці з українською стороною у сфері культури....</b>	<b>29</b>
<b>V. Висновки та рекомендації .....</b>	<b>43</b>
<b>Додатки .....</b>	<b>48</b>

# I.

## Вступ: методологія дослідження

Дане дослідження покликане виявити ставлення та очікування французької фахової аудиторії до України, української культури та можливостей співпраці з Україною у сфері культури, освіти, науки, громадянського суспільства. Воно є частиною комплексного проєкту, який охоплює 7 країн, визначених у Стратегії Українського інституту (далі - УІ) на 2020-2024 рр. як пріоритетні та важливі на 2020-2021 рр. Дослідження проводилося протягом липня-грудня 2020 року. Його результати буде покладено у основу подальшого планування напрямів, проєктів та форматів роботи УІ, представників української культурної та дипломатичної сфери.

Увесь комплекс досліджень покликаний вирішити п'ять ключових завдань:

- З'ясувати поточне сприйняття України та української культури за кордоном, виявити специфіку окремих країн та культурних інституцій;
- Виявити очікування від України у сфері культурної дипломатії та попит на український культурний продукт;
- Окреслити можливі напрямки співпраці з Україною у сфері культури, освіти, науки, громадянського суспільства;
- З'ясувати поточне сприйняття УІ як агента культурної дипломатії України та виявити очікування від УІ у сфері культурної дипломатії;
- З'ясувати сприйняття цільовою аудиторією (далі - ЦА) окремих українських культурних феноменів.

Цільова аудиторія дослідження – це фахова аудиторія у сфері культури, освіти, науки, громадянського суспільства та культурної дипломатії за кордоном, розділена на 7 підгруп:

- «Ключові агенти» – індивідуальні представники: фахове середовище, представники сфери культури, освіти, науки, громадянського суспільства (мінімум 3);
- «Ключові агенти» – інституційні представники: керівники провідних інституцій культури, освіти, науки, громадянського суспільства у ключових містах інших країн (державні та недержавні агенти) (мінімум 3);
- Представники владних інститутів відповідної країни, що опікуються культурою, освітою, наукою, громадянським суспільством, закордонними справами (міністерства, муніципалітети ключових міст, парламентські комітети тощо) (мінімум 3);
- Представники дипломатичного корпусу: послы інших країн в Україні (чинні та колишні) та послы і культур-аташе України в інших країнах (чинні) (мінімум 3);
- Представники міжнародних організацій, програм та інституцій (принаймні 1);
- Представники українського фахового середовища за кордоном (мінімум 3);
- Представники української діаспори (не є представниками українського фахового середовища за кордоном, але є активними учасниками громадського та/або культурного життя у діаспорі) (мінімум 3).
- Тематично дослідження було спрямоване на фахову аудиторію зі сфер музичного мистецтва, візуального мистецтва, кіномистецтва, художньої літератури, академічних досліджень, перформативних/театрального мистецтва, освіти та громадянського суспільства. У цьому розрізі дослідження допомагає визначити, які ЦА є пріоритетними, легко або важко досяжними, з якими меседжами до них слід звертатись, в яких напрямках краще докладати зусиль у царині культурної дипломатії.

**Тематично дослідження було спрямоване на фахову аудиторію** зі сфер музичного мистецтва, візуального мистецтва, кіномистецтва, художньої літератури, академічних досліджень, перформативних/театрального мистецтва, освіти та громадянського суспільства. У цьому розрізі дослідження допомагає визначити, які ЦА є пріоритетними, легко або важко досяжними, з якими меседжами до них слід звертатись, в яких напрямках краще докладати зусиль у царині культурної дипломатії.

**Основним методом дослідження були глибинні експертні інтерв'ю** (далі - ГІ) з представниками цільової аудиторії, що проводилися французькою або українською мовами. ГІ проводилися за опитувальником, що містив близько

20 питань. Вони стосувалися визначення спонтанних асоціацій респондентів з Україною, їхньої оцінки щодо сприйняття України у ширшому фаховому середовищі та серед населення Франції загалом, їхньої зануреності в український культурний контекст та думок щодо найперспективніших напрямів співпраці, досвіду співпраці з українськими колегами, основних джерел знань, оцінки української культурної дипломатії тощо. Серед іншого, в ході інтерв'ю проводився замір рівня ознайомленості респондентів з 72 українськими культурними феноменами. Таке оцінювання проводилося за принципом ротації: у рамках кожного інтерв'ю респонденту пропонували оцінити своє знайомство з 24 феноменами з 72 (обраними за однією з шести ротаційних схем), що дозволило отримати достатню для якісно-кількісного аналізу кількість оцінок.

Загалом у Франції було проведено 21 інтерв'ю, з них 4 з індивідуальними ключовими агентами, 4 з інституційними ключовими агентами, 3 з представниками владних інституцій. 3 з представниками дипломатичного корпусу, 1 з представником міжнародних інституцій, 3 з представниками українського фахового середовища за кордоном, 3 з представниками української діаспори. Відповідно до структури опитувальника, респондентів просили не лише висловлювати власні думки та позиції, а й спробувати сформулювати свою інтерпретацію ставлення ширшої фахової спільноти та французького суспільства загалом.

Пошук респондентів здійснювався з використанням контактів експертів-співробітників Українського інституту; контактів експертів-співробітників компанії InMind; методом «снігової кулі»: завдяки рекомендаціям та контактам респондентів, залучених у дослідження; а також за допомогою відкритих джерел (платформи, довідники).

Для охоплення якомога ширшого спектру думок і забезпечення збалансованості, під час відбору респондентів особлива увага приділялась принципу різноманітності:

- залучалось не більше однієї особи з однієї інституції (одного структурного підрозділу у випадку розгалужених інституцій);
- по можливості залучались експерти з різних регіонів країни;
- опитувались експерти і з досвідом безпосередньої взаємодії з українською стороною, і без такого досвіду;
- залучені експерти виявляли різний ступінь лояльності до України та українських агентів культурної дипломатії.

Інтерпретуючи результати дослідження варто додатково наголосити, що на

запрошення дати інтерв'ю переважно відгукувались фахівці, які мають порівняно більше інформації про Україну і більше цікавиться Україною, тож його не можна вважати зрізом думок широких фахових кіл. Рекрутинг ускладнювався низьким рівнем відповіді на запит про участь у дослідженні, а найбільш складною для досягнення ЦА виявились представники владних інститутів і дипломатичний корпус – домовленість про інтерв'ю досягалась лише через особисті контакти.

Насамкінець варто зазначити, що дослідження має пошуковий характер. Зібраний у ньому спектр думок різних груп фахової аудиторії, отримані інсайти та інтерпретації дозволять сформулювати гіпотези для перевірки у майбутніх кількісних дослідженнях VI на тему сприйняття України та української культурної дипломатії за кордоном.

# II. Сприйняття України фаховим середовищем

## I. Основні асоціації з Україною

Спонтанні асоціації з Україною варіюють від нейтральних до дуже позитивних. Розподіл цих варіацій достатньо помітний і залежить від досвіду респондентів: чим частіше респонденти мали контакти з Україною (співпраця, туристичні візити тощо) і чим глибший родинний зв'язок з Україною (головним чином серед представників діаспори і українського фахового середови-



ща), тим більше позитивних асоціацій з Україною. І навпаки – респонденти, які не мали досвіду співпраці з Україною, або він був епізодичний, скоріше демонструють нейтральні, або стримані позитивні асоціації.

Позитивні асоціації від представників діаспори і українського фахового середовища мають дуже особистий, персоніфікований характер, часто пов'язаний із дитинством, роками становлення респондентів як особистостей, тому зустрічається багато загальних відповідей про гарні пейзажі, міста дитинства; також емоційні відгуки про Батьківщину, відчуття любові і ніжності до неї тощо. Важливим є і підкреслене дистанціювання від так званих «шароварних образів» (такі як вишиванка, гопак, козак тощо – образи, які подаються без контексту, часто стереотипно і спрощено) – респонденти принципово не хочуть їх називати як асоціації з країною, адже вони не демонструють сучасну країну, її розвиток.

Асоціації від респондентів без українського коріння можна поділити на два види: з одного боку, вони сприймають Україну в цілому як «динамічну», «цікаву», «не розкриту» тощо; а з іншого – через великі, часто трагічні події української історії – Голодомор, Чорнобильську катастрофу, війну на Сході України, Майдан, Помаранчеву революцію тощо.

Окрім цього експерти-французи часто в асоціаціях згадують зв'язок України з Росією і /або слов'янськими народами Східної Європи, акцентуючи увагу на міцності зв'язків між ними. Навіть на спонтанному рівні спочатку виринає образ Росії/СРСР, а потім вже Україна як частина цього образу. Наприклад, експерти починають спочатку згадувати, що Україна була частиною СРСР, або що Україна слов'янська держава, яка пов'язана з Росією. Хоча експерти і згадують про сильні відмінності між цими країнами, їхні складні стосунки, але такий асоціативний ряд зайвий раз підкреслює сприйняття України як частини слов'янського світу, де превалує Росія.

Серед культурних феноменів найчастіше згадуються знані у Франції митці, такі як «ДахаБраха» і А. Курков. Представники дипломатичних кіл, які опікуються культурними темами, акцентують увагу на таких культурних явищах і постатях як В. Троїцький, С. Жадан, ГОГОЛЬFEST. Серед різних ЦА часто згадується постать М. Гоголя як представника України, який писав російською мовою про українські реалії. Експерти відзначають потенціал таких постатей для культурної дипломатії, оскільки вважають, що це розкриває білінгвізм українського народу, відкриває широко відомого митця для французів з іншого боку.

Для представників дипломатичних кіл і владних інститутів очікувано асоціаціями, які називаються найчастіше, стали феномени з соціально-політичної сфери: Помаранчева революція, Майдан 2013/2014 років, війна на Донбасі



– у контексті прагнення до свободи, демократії і європейських цінностей; а також корупція, криза, складнощі з реформами, передовсім у контексті довготривалості змін, через які країна ще має пройти.

Загалом найчастіше Україна асоціюється з такими поняттями (представлені за частотою згадування):



## II. Загальне ставлення до України

На думку експертів **ставлення до України серед широкого загалу тяжіє до нейтрального**, або скоріше байдужого, адже пересічні громадяни мало стикаються з тим, що може нагадати про Україну, звернути на неї увагу.

**Більшість експертів із різних ЦА наголошують на загальній низькій обізнаності про Україну**, підкреслюючи, що пересічний громадянин, вірогідно, нічого конкретного про Україну не пригадає, адже у широкому культурному, інформаційному полі про неї практично не буває згадок. Так, представник дипломатичного корпусу зазначав, що більшість французів нічого не зможуть сказати про Україну, і це – найважливіше питання для України сьогодні.

Більшість наголошує на значній зацікавленості Україною в 2014 році в зв'язку з подіями під час Революції гідності та активної фази військової агресії з боку Росії – ці події активно висвітлювались і обговорювались, дали поштовх

більше говорити про Україну на широкий загал, але не дозволили створити цілісний образ, із яким би вона асоціювалась. Більшість опитаних зазначає, що наразі увага ЗМІ Франції до України є дуже слабкою, фокус змістився на більш «гарячі» теми (наприклад, події в Білорусі, конфлікт у Нагірному Карабасі, пандемію коронавірусу тощо). Все це призводить до необізнаності громадян Франції щодо подій в Україні і навколо неї (вряди-годи навіть до хибного уявлення, що агресія на Сході України припинилась).

**Головним джерелом формування ставлення до України у Франції є загальнодержавні ЗМІ** (провідні сайти, ТВ і паперові газети), які центруються головним чином на соціально-політичному вимірі: геополітичні питання, вибори президента, політичний тиск і агресія Росії в бік України, прояви націоналізму, поширеність корупції тощо. Все це створює досить негативний контекст або зменшує зацікавленість Україною. Тому експерти зазначають необхідність співпраці з провідними французькими медіа, такими як видання «Le Monde», «Le Figaro», а також з провідними телеканалами для підвищення обізнаності про Україну.

Більшість респондентів вважає, що **широкий загал сприймає Україну через призму східних слов'ян, у нерозривній зв'язці з Росією**. Остання фактично уособлює і представляє собою все, що пов'язано із слов'янами та СРСР. Через це, на думку експертів, в уявленнях більшості французів сепарація образу України від Росії тільки починається.

Окрім цього респонденти вказують на **доволі виражені русофільські тенденції у Франції**, що проявляється зокрема в підвищеному інтересі до російської культури. Один з експертів виокремив кілька причин такої симпатії до Росії. По-перше – історичний аспект, а саме союзництво між Росією та Францією за часів Антанти та інші історичні події, які пов'язують ці дві країни. По-друге – наслідки еміграції російської інтелігенції до Франції, особливо після більшовицького заколоту, коли велика кількість російських аристократів переїхала до Франції: вони добре володіли французькою мовою, деякі з часом починали викладати, зокрема у вищих навчальних закладах. На думку цього експерта, французька гуманітарна наука досі перебуває під впливом російського дискурсу, оскільки російська еміграція, попри антикомуністичні настрої, зберігала й імперські погляди. Відповідно, багато підручників історії містять хибні твердження щодо України. Це стосується і змісту наукової літератури. По-третє, розвиток та підтримка з боку Росії відповідних пропагандистських джерел. Так, експерт вказує на два медіа такого штибу: «RT France» та «Sputnik», які є досить відвідуваними та мають помітний вплив на суспільні погляди. З його досвіду, навіть вчителі схильні некритично поширювати інформацію «Russia Today».

Характерною є й **доволі сильна, експансивна культурна дипломатія Росії** – це зауважують як українські фахівці і представники діаспори, так і французькі експерти. Тому варто враховувати, що формування позитивного ставлення до України стикається і буде надалі стикатися із активними діями росіян, зокрема привласненням історичних постатей, викривленням історії, і навіть відвертими маніпуляціями і фальсифікаціями. Все це зумовлює необхідність активних дій по просуванню іміджу України як окремої, незалежної держави.

Очевидним є **брак «якірних» асоціацій, сталого позитивного «міфу» про Україну** у свідомості більшості французів. Це підтверджується і досить широким діапазоном асоціацій респондентів, які головним чином пов'язані з їхнім професійним досвідом. Все це призводить до відсутності яскраво вираженого ставлення до України, її якісної диференціації.

«Я думаю, це тому що в Україні немає якогось якісного українського міфу, який би зацікавив оцей прошарок суспільства. Тобто ось щось таке, з чим би ми асоціювались, як-от китайці – це дракон, росіяни – це ведмідь, а от українці – це не знаю що». – Алла Лазарева, журналістка, видання «Український тиждень».

Серед фахового середовища та інтелігенції ставлення до України більш позитивне, а обізнаність вища. Фахове середовище чіткіше виділяє саме українську культурну складову серед пострадянських країн. Разом із тим, респонденти зазначають, що й фахове середовище досить часто має епізодичні знання про Україну, але попит ці прогалини закрити – високий.

Головним чинником, який дозволяє фаховому середовищу чіткіше виокремити саме український культурний продукт, постає **безпосередній досвід співпраці з українською стороною** (або щонайменше – туристичне відвідування України). Адже інакше фахове середовище, як і пересічні громадяни, радше схильне розглядати Україну через призму ставлення до Росії (так, за словами індивідуального агента з сектору кіно, він зустрічався навіть з формулюванням «La Petite Russie»/«Маленька Росія або Малоросія») та/ або у вигляді розмитого образу країни колишнього СРСР, чи країни Східної Європи, чи слов'янської країни. Все це призводить до певного нівелювання унікальності України, складності у виокремленні саме української складової у цьому колективному образі. Тому вкрай важливим є налагодження безпосередніх контактів для співпраці між фаховими колами двох країн – це дозволяє глибше зануритися в український контекст та ближче познайомитися з українською культурою.

**Ставлення фахового середовища має свої особливості у різних ЦА:**

- Дипломатичні кола – найбільш обізнані та занурені в культурний кон-

текст України. Якщо говорити про французьких дипломатів, то передовсім це пов'язано з їхніми функціональними обов'язками. Однак важливо і те, що свого часу українська культура зацікавила опитаних експертів, була багата на неочікувані відкриття («Була вражена і розчулена, коли відвідала Верховню»<sup>1</sup>, відзначила представниця дипломатичного корпусу);

- Представники владних інституцій ставляться до України позитивно, але обмежені у своїх знаннях і мають незначний досвід співпраці, ключовими темами вбачають геополітичні питання, а також тримають у фокусі уваги втілення реформ, особливо у сфері боротьби з корупцією;
- Інституційні агенти як правило мають незначний досвід співпраці на рівні інституцій, і сприймають країну через призму інституційної спроможності в просуванні культурного продукту;
- Індивідуальні агенти проявляють досить широкий діапазон рівня обізнаності про Україну, який залежить передовсім від наявності досвіду співпраці і відвідування країни, але ставлення всіх опитаних агентів дуже позитивне.

Отже, зі слів експертів, обізнаність про Україну серед пересічних громадян можна охарактеризувати як досить низьку – необхідно фактично знайомити з базовими культурними феноменами України, відповідно, можна припустити, що будь-яка інформація про Україну буде сприйматися як нова і неочікувана. Тоді як серед фахового середовища та інтелігенції є певний рівень обізнаності про країну – для цієї аудиторії варто знаходити нові, цікаві факти про культурні феномени, які відомі в цих колах, а також знайомити із новими феноменами культури України.

## **Українські теми, які викликають інтерес (за частотою згадування):**

### **Різні сектори культури:**

- українська музика, як класична (особливо хоровий спів), так і сучасна – усі жанри – від репу і хіп-хопу до популярної музики – оскільки найбільш яскраво презентують країну для широких мас населення;
- кіно, у тому числі документальне (особливо відзначається високий рівень фестивалю Docudays UA) – через те, що попит на перегляд кіно серед пересічних громадян високий, цей культурний продукт має перспективу охопити широку аудиторію;
- українська література загалом, презентації книг за участі авторів,

участь у книжкових ярмарках – бо має широкий попит серед пересічних громадян і підвищує зацікавленість країною;

- архітектура України і містобудування, аспекти реновації і облаштування житлових зон, збереження архітектурних пам'яток – у контексті академічного вивчення архітектури викликає інтерес поєднання різних стилів, зокрема радянського періоду і сучасності;
- театральні проєкти за участі французьких та українських команд, створення спільного продукту – це дозволяє налагоджувати співпрацю між фаховими колами і створювати унікальний продукт;
- туризм – адже дозволяє підвищувати обізнаність про туристичні можливості країни, говорити про природні пам'ятки, архітектуру і міста, а також про гастрономічні особливості;
- українська кухня – майже не znana у Франції, але має великий потенціал через те, що французам подобається відкривати нові смаки і страви, у такий спосіб можна «відкривати» Україну широкому загалу;
- історія України загалом та історичні зв'язки Франції і України зокрема – оскільки це дозволяє продемонструвати давню історію України, акцентувати увагу на тому, що Україна як незалежна держава не з'явилась лише 29 років тому, а має багато історичних подій і постатей, які зокрема пов'язані з Францією та Європою;
- інноваційні, сучасні технології (наприклад, графіка і вебдизайн) – це дозволить продемонструвати сучасні розробки України і поживити співпрацю в цьому секторі;
- комікси та інші культурні продукти для молоді і дітей – сучасна молодь більш глобалізована і шукає можливості для дозвілля в інших країнах – Україна може «нагадати» про себе в цьому контексті також (Так експертка з українського фахового середовища згадувала із якою зацікавленістю однолітки її дитини читали/ роздивлялись українські комікси, а також із задоволенням слухали сучасну, «підліткову» українську музику: реп, поп тощо).

### **(Гео)політичні питання:**

- знаходження шляхів затвердження миру і припинення війни на сході країни – цікаве для французького суспільства через те, що Франція є частиною Нормандського формату вирішення кризи між Україною і Росією;

- геополітичні теми, місце України як країни між Європейським союзом і Росією – ця тема цікава для більш підготовлених кіл, але є важливою з огляду на місце України і на те, що вона сама може запропонувати як власний образ;

## **Країни, які зараз найбільш цікаві для експертів, та місце України серед цих країн**

Головна увага експертів із різних ЦА спрямована на країни, де зосереджений їхній професійний інтерес – поточна спеціалізація, спільні проекти, робочі контакти та візити. Переважно це країни Європи, для когось Західної, для когось – Східної та Центральної: Франція, Польща, країни Балтії, пострадянські країни (включно з Росією). Рідше – країни Центральної Азії (Киргизстан), Азербайджан, Китай, арабські країни тощо.

Важливим є геополітичний аспект і наявність певної напруги, яка привертає увагу – так, часто обговорюється переосмислення історії в країнах Східного партнерства, країнах Балтії, окремо Росія. Також інтерес до Східної Європи пов'язується із вивченням російської мови.

Окрім країн, на яких спеціалізуються респонденти, до фокусу уваги потрапляють країни, які задають стандарти у професійних колах і/або є впливовими у світовому масштабі:

- такі, що задають тренди і сприймаються через призму професійної самореалізації (США, провідні країни Західної Європи – Австрія, Німеччина тощо);
- такі, що вважаються впливовими у Європі; частіше йдеться про Росію, яка постійно прагне впливати на сусідні країни, інтенсивно просуває свої наративи та культуру; про Європейський союз в цілому; пригадують також Китай та США, а також Польщу як впливового гравця у Східній Європі.

Увагу привертають і країни, у яких відбулись в нещодавньому минулому або тривають процеси суспільно-політичних перетворень, оскільки такі процеси впливають на ситуацію у Європі або викликають фаховий інтерес з точки зору причин, перебігу і наслідків таких трансформацій. Як приклади згадуються окремі країни Східної Європи (часто – Україна, країни Балтії), Центральна Азія, країни арабського світу.

Важливими є й особисті інтереси та прихильності, які мають вплив на професійні уподобання, інтерес до певних регіонів та країн: приємні емоції, згадки, культура, історія – це сприяє тому, що експерт просуває цю країну і у фахо-

вому середовищі, і у приватному колі спілкування. Так, окремі респонденти згадують про Японію з її самобутньою культурою; країни Азії (Індія, Таїланд); країни Африки, і Україну, де знаходять унікальне у культурній площині.

Оскільки частина опитаних експертів спеціалізується на Східній Європі, країнах постсоціалістичного табору, то Україна цілком очікувано перебуває у полі їх професійних пріоритетів та інтересів (йдеться про представників владних інститутів, дипломатів, окремих індивідуальних та інституційних агентів). Таких експертів приваблюють євроінтеграційні процеси в державі, можливість певним чином вплинути на розвиток і допомогти країні розкритися. На їхню думку, значний пласт української культури є недослідженим, прихованим від широкого загалу, а тому може сприйматися через призму новизни, унікальності. Цим і цікава Україна – можливістю розказати про неї, розкрити її потенціал: «Україна вражає, з першого погляду: може здатися, що немає нічого цікавого, але потрібно відкривати для себе країну, досліджувати, бо найкращі речі приховані. Можна бути дослідником, бо це сіра зона, яку мало знають» (представник дипломатичного корпусу). Варто зазначити, що йдеться про думки експертів, що за родом занять або особистим інтересом тривалий час цікавляться Україною; ймовірно, коло таких фахівців наразі обмежене.

# III. Сприйняття української культури та її місця у світовому контексті

## I. Сучасна культура України та культурна спадщина України — обізнаність, зацікавленість, загальна характеристика.

Сучасна українська культура оцінюється загалом як маловпізнана: про неї практично нічого не знають; а Україну загалом не сприймають через призму її культури. Опитаним експертам було складно навести конкретні приклади українського культурного продукту, тож можна зробити висновок, що у Франції немає сформованого культурного бренду України.

На думку експертів, **сучасна культура України представлена** (за частотою згадування):

**Українською музикою:**

- академічна музика, спів у сучасній інтерпретації (хоровий спів, виконання творів на бандурі тощо), фольклор загалом – привертає увагу переважно інтелектуалів/ обмеженого кола публіки. Важливо врахувати високу конкуренцію в цьому сегменті (з боку Росії зокрема), що потребує великих організаційних і фінансових затрат, віртуозного вико-



нання, аби такий продукт був помічений. Крім того, варто звертати увагу на відомих за кордоном українських культурних агентів (наприклад, оперна співачка Л. Монастирська), за допомогою яких можна просувати цей напрям;

- сучасні музичні гурти/виконавці – «ДахаБраха», Dakh Daughters, Океан Ельзи/С. Вакарчук, ОНУКА. Респонденти багато говорили зокрема про успіх Dakh Daughters та «ДахаБраха», які на їхню думку своїми виступами викликали «фурор» у Франції та можуть вважатись прикладом чітко артикульованого унікального українського культурного продукту, що може вразити та зацікавити широку аудиторію (хоча також зустрічалися коментарі щодо того, що варто все ж таки враховувати ризик певної нішевості такого продукту). Загалом респонденти вважають сучасну українську музику дуже перспективною для представлення у Франції;

### **Літературою:**

серед відомих українських представників згадують А. Куркова, С. Жадана, а також І. Карпу, М. Матіос, О. Забужко, Ю. Андруховича, Л. Денисенко, дещо виділяючи популярність у Франції А. Куркова. Особливу увагу акцентують на важливості участі України на Паризькому книжковому ярмарку (Salon Livre Paris) і необхідності й надалі представляти українську літературу на подіях такого формату, а також підтримувати переклади сучасної української літератури французькою мовою, організовувати зустрічі авторів з читачами у Франції. Разом із тим експерти зауважують, що ця сфера вимагає значних організаційних і фінансових витрат (на переклад, видання тощо);

### **Модою**

– загалом зауважується зростання зацікавленості і попиту на продукцію українських брендів і дизайнерів, відзначається участь українських дизайнерів у Паризькому тижні моди;

### **Кіно**

(сучасне українське кіно та кінорежисери) – особливо відзначається, як таке, що має помітний потенціал. Разом з тим, варто звертати увагу на важливість наявності субтитрів/ дубляжу французькою мовою і дозволу на офіційний показ кінострічки;

## Українською кухнею

– хоча у Франції, на думку експертів, немає відомого українського ресторану/кафе (а на думку експертів такий заклад потрібен для промоції української кухні), але під час різних фестивалів українська кухня має успіх і зацікавлює французів. Назагал французи зацікавлені у відкритті нових смаків і кухонь, але на відміну від російської кухні, про українську пересічні громадяни або не знають нічого, або мають стереотипні очікування (наприклад, що українська кухня «важка»). Окремо експерти наголошують на перспективності осучаснення української кухні, просування ф'южн-напрямку (на прикладі роботи Є. Клопотенка);

## Перформативними мистецтвами/ театром:

Представлення класичного театру французькій публіці вимагає окремих зусиль, що пов'язано з високою конкуренцією в цій царині (знову ж таки з Росією) та потребує активної роботи з залучення аудиторії, знаходження унікальної ніші, бездоганної організації та наявності субтитрів французькою мовою. «Українському театру буде дуже важко з ним [російським класичним театром] конкурувати, є російськомовний театр, але за якістю він програє російському... треба мати класичний, але ідеальний продукт, щоб конкурувати з Росією, або треба знайти свою сучасну нішу» (представник дипломатичного корпусу);

Сучасний театр згадується у контексті діяльності В. Троїцького і центру сучасного мистецтва «ДАХ». Діяльність В. Троїцького має особливе значення за спостереженнями експертів завдяки створенню якісного, цікавого культурного продукту, який має попит серед французів. Окремо акцентується увага на успішній співпраці В. Троїцького з французьким театром Le Monfort Théâtre, а також ГОГОЛЬFEST як приклад фестивалю, що не має аналогів у Франції та може бути вдало експортований;

## Сучасне візуальне мистецтво

- характеризується як перспективне; серед відповідних представників згадують таких (згадки одиничні): художники – І. Марчук, А. Криволап, Г. Криволап, К. Косьяненко; представники сучасної фотографії – І. Гайдай, Ю. Білак, К. Горішний, О. Гляделов, Є. Павлов тощо.

Важливо пропонувати автентичний, оригінальний культурний продукт, який не буде певним аналогом європейського культурного продукту. Тоді це буде значно підсилювати зацікавленість до української культури, викликати інтерес.

## «Україна цікава тоді, коли робить речі, які дуже відрізняються від того, що вже є у Західній Європі»

– Кларіс Броссар, координаторка, Alliance Française.

Експерти зазначають, що наразі сучасна українська культурна продукція мало експортується та непомітна у Франції, не має широкого розголосу і комунікаційної підтримки, окрім деяких винятків (найбільш наочний – це гастролі «ДахаБраха», переклади книг А. Куркова).

Найбільш перспективними експерти вважають, насамперед, культурні продукти, які спрямовані на широке коло глядачів – це сучасна українська музика («ДахаБраха», ОНУКА тощо) і сучасне кіно. Більш підготовленій публіці перспективно демонструвати сучасну літературу (з обговоренням твору за участі автора) і сучасний український театр (наприклад, творчість В. Троїцького).

Усі зауважують дуже високий потенціал сучасної української культури. Експерти зазначають, що багато зі згаданих вище представників української культури дуже затребувані і досягли цього без ґрунтовної підтримки з боку держави. Тому за умови організаційної та фінансової допомоги українська культура має всі шанси потрапити у мейнстрим уваги французького суспільства.

Висока перспективність сучасного українського культурного продукту, на думку експертів, полягає в тому, що цей продукт є достатньо унікальним і самобутнім, створеним у культурному середовищі на перетині двох «світів» (європейського і пострадянського) і двох мов (російської та української). Крім того, сучасна культура України бурхливо розвивається, генерує нові сенси та образи, ставить питання, представлена митцями з цікавими інноваційними ідеями.

## «Я не хвилююсь за Україну та українців. Через кілька років цю країну, як і цей народ, визнають за справжню цінність на міжнародній арені.»

– Анна Кантер, співкерівниця, Centre Anne de Kyiv (Франція).

У контексті культурної спадщини респонденти найчастіше згадують:

**Найбільш згадувані:**

- Анна Київська і Київська Русь – згадується як інституційними, так і індивідуальними агентами, а також українським фаховим середовищем закордоном. Наводиться як гарний приклад того, як можна зацікавити французів спільною історією України і Франції;
- М. Гоголь – згадується представниками дипломатичного корпусу, інституційними агентами, українським фаховим середовищем закордоном як постать, доволі відома у Франції, про українське коріння якої практично не знають (з чим можна працювати в напрямку підвищення обізнаності про українську культуру);
- К. Малевич – згадується представниками дипломатичного корпусу, індивідуальними агентами, українським фаховим середовищем закордоном схожим чином: відомий митець, через якого можна більше розказати про Україну;

**Спорадично згадувані** (представниками дипломатичного корпусу, українським фаховим середовищем за кордоном та діаспорою):

- Трипільська культура, скіфське золото, козацтво, українські класики – Т. Шевченко, Леся Українка, І. Франко, С. Петлюра, феномени ХХ століття – Український авангард, О. Архипенко, В. Сильвестров.

На думку окремих респондентів, представників фахового середовища Франції, унікальність культурної спадщини України – в її різноманітті. Поодинокі також висловлюються очікування, що Україна має віднайти свою культурну самобутність у контексті своїх зв'язків із сусідніми країнами, прийняти свою особливу позицію «на перехресті».

**«Оригінальність української історії в тому, що вона поєднує кілька культур, релігій, мов – це цікаво французам, у яких немає такого феномену»**

– Антуан Аржаковський, директор з наукової роботи,  
Collège des Bernardins.

Загалом можна окреслити такі **рекомендації експертів щодо просування українського культурного продукту у Франції:**

- Надзвичайно важливим є **проактивне просування української культури**, формування інтересу до неї з боку закордонної аудиторії. Так експерти зазначають: «Питання має бути не «що французи знають про Україну» – а «що Україна робить, щоб французи про неї знали» (представник фахового середовища, сектор художня література); «Потрібно представляти проекти потенційним партнерам у Франції, бо є дефіцит пропозиції» (представник дипломатичного корпусу);
- Багато респондентів наголошували на необхідності **концентруватися на сьогоденні та сучасності**: образ України у Франції має будуватися на тому, якою є сучасна Україна сьогодні, з якими культурними продуктами вона себе ідентифікує;
- Якщо говорити про роботу з **українською культурною спадщиною, то варто робити акцент на її місці у світовому контексті та працювати в напрямі апропріації ролі, суб'єктності України, вибудовувати “містки” між Україною та Францією** через відомі у Франції/ близькі Франції культурні феномени, пов'язані зокрема з Україною (Казимир Малевич, Соня Делоне, Олександр Архипенко, Оноре де Бальзак), а також рухатись в напрямі переосмислення культурної спадщини;
- Варто взяти до уваги, що культурне життя у Франції насичене подіями, що призводить до високої конкуренції за увагу споживача; водночас аудиторія у Франції є культурно підготовленою, зацікавленою, але вибагливою. Тому варто презентувати якісний, сучасний, унікальний/ самобутній культурний продукт, підкреслювати особливість, новизну, неочікуваність – те, чого у Франції немає.

**«Коли у Франції представляється культурний продукт, то замало сказати: «просто якась країна». Тут завжди має бути країна із додаванням регіону, і якийсь додатковий поворот, певний мікс – щось із чимось, певний аспект цікавий. Тому просто сказати, наприклад, що це Швеція – це не цікаво. А наприклад, якесь життя у фіордах чи щось таке.**

У Парижі є такі виставкові площі – Гран-Пале – де саме тематичні виставки відбуваються, якщо демонструється відомий художник, іноземець, то [беруться] його зв'язки з Францією, або якийсь аспект ще не розкритий його творчості, аби новий погляд на творчість цього митця продемонструвати.»

– Наталія Кочубей, директорка Культурно-інформаційного центру Посольства України у Франції.

- Крім того, окремі респонденти (представники дипломатичного корпусу та українського фахового середовища за кордоном) наголошували на тому, що у представленні української культури у Франції вкрай важливо розрізняти «шароварну», надмірно кітчеву, «дешеву поп-культуру» з вульгарними елементами від культурної продукції, яка більше відповідає світовому рівню, «інтелігентної», сучасної, оригінальної, якісної (проекти Влада Троїцького, «ДахаБраха», Dakh Daughters, Мар'яна Садовська).
- Окремі представники французького фахового середовища очікують, що Україна буде працювати зі своїм культурним, мовним, релігійним різноманіттям, особливою позицією «на перехресті» культурних просторів, та, відповідно, прагнути стати впливовим гравцем у сфері дипломатії;
- Повинна залишатися у фокусі робота в напрямі диференціації України. Разом з тим, варто уникати зайвої, або недоречної політизації культурних питань, передовсім, щодо Росії: як було зазначено у розділі II, потрібно враховувати русофільські настрої у Франції. Так, один з респондентів в цьому контексті зазначає, що «українці з російською мовою пов'язують негатив, але у Франції цього не розуміють. Звичайно, ситуація виглядає по-іншому для українців. Але коли українці приїжджають працювати в іншу країну, вони мають вийти за межі цієї лобової конфронтації з Росією. Шкода, що так складається, потрібно бути розумнішими, хитрішими, ніж, наприклад, росіяни, і в українців є до цього здібності» (представник дипломатичного корпусу);
- Необхідно залучати, налагоджувати співпрацю з представниками фахового середовища, які однаково добре обізнані про культуру як України, так і Франції, – для пошуку релевантних акцентів, тональності у презентації українського культурного продукту у Франції;
- Важливою залишається присутність України на найбільших міжнародних майданчиках, подіях, дискусіях (книжкові салони, туристичні салони

тощо), а також залучення України до спільних проєктів з іншими країнами;

- Ефективним інструментом може бути і просування культури через окремих персоналій, які вже є визнаними у Франції та мають українське коріння. Так, за словами представника дипломатичного корпусу, прикладом може бути Хатія Буніатішвілі, грузинська піаністка, яка колись переїхала у Францію і здобула популярність, не пов'язану з її національністю. Втім, коли вона вже стала знаменитою і почала все частіше у публічних виступах згадувати про Грузію, інтерес до цієї країни у Франції зріс.

## **Результати оцінки запропонованих культурних феноменів**

З метою оцінки загального ступеня зануреності експертів в український культурний контекст, респондентам були запропоновані для обговорення 72 феномени української культури, перелік яких включав визначні події в суспільно-політичному житті України, культурні явища різного порядку та персоналії – видатних культурних та політичних діячів. Під час інтерв'ю кожний експерт оцінював 24 феномени з 72, а саме визначав, наскільки добре знайомий даний феномен, а також, з якою країною феномен асоціюється передусім. Таким чином передбачався аналіз рівня обізнаності із культурними феноменами, а також чи сприймаються феномени як суто українські або їх приналежність до української культури є неоднозначною з точки зору опитаної аудиторії.

Якщо говорити про тенденції, які виявлено у сприйнятті запропонованих культурних феноменів, то за рівнем знання та атрибуцією можна такі основні групи, подані у таблиці нижче (результати оцінки та атрибуції певним країнам усіх 72 феноменів наведені у Додатку 1):

# ВІДОМІ, АСОЦІЮЮТЬСЯ ПЕРЕВАЖНО З УКРАЇНОЮ



«Тіні забутих предків» С. Параджанова



Українське декоративно-ужиткове мистецтво



Олег Сенцов



Олександр Довженко



Чорнобильська катастрофа



Оксана Забужко



Херсонес



Київська Русь



Анна Київська





Андрій Курков



Майдан



Бабин Яр



Козаки



Софіївський собор у Києві

## ВІДОМІ, АСОЦІЮЮТЬСЯ З ІНШИМИ КРАЇНАМИ



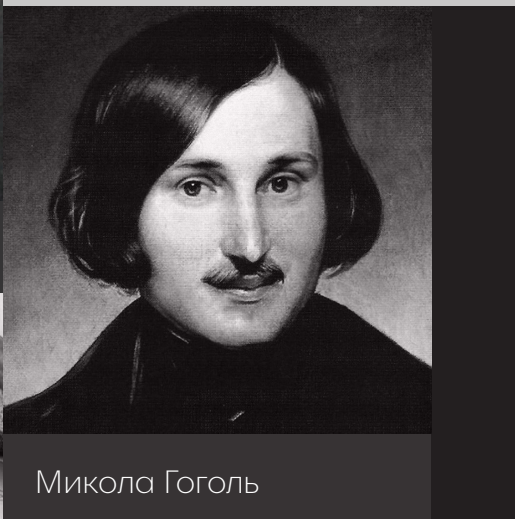
Соня Делоне



Казимир Малевич



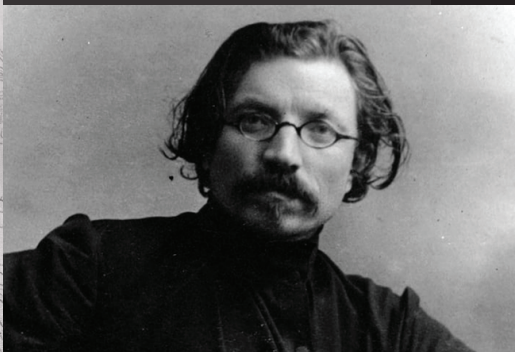
Бахчисарайський палац



Микола Гоголь



Борщ



Шолом Алейхем



Сергій Параджанов

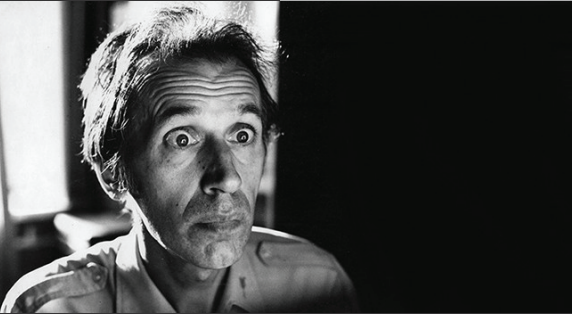
НАЙБЛИЖЧА ЗОНА РОЗВИТКУ:  
ВІДНОСНО ВИСОКИЙ РІВЕНЬ  
ЗНАННЯ



Іван Мазепа



«Земля»  
Олександра  
Довженка



Валентин Сильвестров



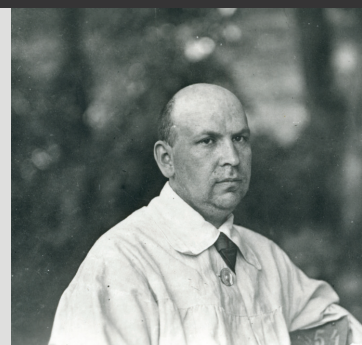
Олександр Архипенко



Іоанн Георгій Пінзель



Український авангард 1910-1920 рр.



Георгій Нарбут

НАЙБЛИЖЧА ЗОНА РОЗВИТКУ:  
ВІДНОСНО ВИСОКИЙ РІВЕНЬ  
ЗНАННЯ



Українське модерністське мистецтво Радянського періоду



Кримська війна (1853-56)



Василь Стус



Кіра Муратова



Кобзарська традиція



Серж Лифар



Бойчукізм



Скіфи



Олександра Екстер



Лесь Курбас та Театр «Березіль»

**МАЛОВІДОМІ: ВИМАГАЮТЬ  
ЗНАЧНОГО РЕСУРСУ ДЛЯ  
ПРОСУВАННЯ**



Іван Кавалерідзе



ВУФКУ (Всеукраїнське фотокіноуправління)



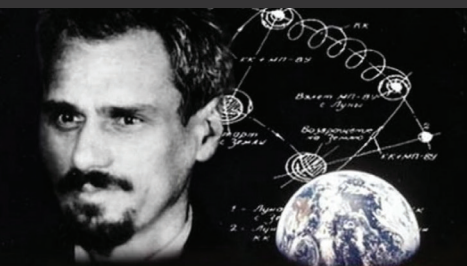
Яків Гніздовський



Олександр Потебня



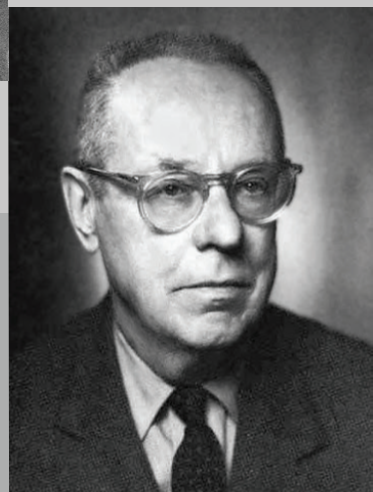
Василь Єрмилов



Юрій Кондратюк



Паркомунa  
(Олег Голосій,  
Олександр  
Гнилицький,  
Василь Цаголов,  
Арсен Савадов  
та інші)



Георгій (Юрій)  
Шевельов

Серед культурних феноменів, які добре знанні і асоціюються з Україною, привертає увагу наявність **сучасних письменників** (А. Курков, О. Забужко) і **режисера О. Сенцова** – це підкреслює зацікавленість французів сучасним українським культурним продуктом і те, що він має попит серед широких мас; а з іншого боку – наочно демонструє низьку обізнаність про відомих історичних діячів.

Водночас серед тих феноменів, які добре відомі опитаним експертам, багато подій пов'язані із трагічними сторінками історії, що вочевидь відповідно впливає на сприйняття образу країни.

### **Відомі культурні феномени, які мають суперечливу атрибуцію з Україною, або практично не асоціюються з нею:**

- Борщ – не асоціюється виключно з Україною, а згадується у зв'язку з декількома країнами, зокрема Росією та Польщею;
- С. Параджанов – хоча експерти і говорять про те, що режисер творив в Україні, але здебільшого вважають його представником Вірменії;
- Соня Делоне – частіше згадується у контексті Франції, про українське коріння художниці практично невідомо;
- К. Малевич – асоціюється з Росією, хоча окремі респонденти і зауважують, що про українське коріння митця все частіше говорять в експертних колах;
- М. Гоголь – асоціюється з Росією, передовсім через твори, написані російською мовою, але зустрічаються коментарі, що останніми роками з'являється більше інформації про українське коріння письменника;
- Шолом Алейхем – респонденти частіше згадують про Ізраїль – без детальних пояснень;
- Бахчисарайський палац – асоціюється із Кримом, Кримським ханством.

Для феноменів, які потрапили до групи «найближча зона розвитку: відносно високий рівень знання» характерна середня обізнаність серед експертів, втім значна частина цих експертів асоціювала ці феномени з різними країнами. Наприклад, Кіру Муратову експерти асоціювали здебільшого з СРСР, так само як і фільм «Земля» Олександра Довженка, а Кримську війну (1853-56) – з Російською імперією. Феномен «Скіфи» радше не асоціюється із жодною країною, а сприймається як окремий історичний феномен.

## **Серед інших культурних феноменів, які викликають інтерес експертів і можуть бути додані до подібного переліку (за частотою згадування):**

- «ДахаБраха», Dakh Daughters;
- Українська кухня загалом;
- Брати Клички;
- Владислав Троїцький;
- Сергій Бубка;
- Українські міста: Київ, Львів, Одеса;
- Українське сучасне кіно;
- Карпати;
- Мирослав Скорик.

Варто також зауважити, що експерти неодноразово просили додати такі феномени як Анна Київська, Софіївський собор у Києві, Голодомор, Чорнобиль (у разі, якщо ці феномени не потрапляли до листа оцінювання для конкретного респондента (скороченого переліку феноменів згідно з ротацією)). Спонтанне згадування цих феноменів (без підказки), з одного боку, свідчить про високу обізнаність щодо них, а з іншого – змушує припустити, що потрібно шукати нові форми, акценти для представлення цих феноменів.

Загалом експерти з інтересом працювали з листом оцінювання феноменів, говорили про різноплановість української культури і про те, що така палітра феноменів дозволяє задовольнити різні смаки французької публіки.

# IV. Особливості співпраці з українською стороною у сфері культури

## 1. Наявний досвід співпраці та його характеристика

Наявний досвід співпраці з українською стороною можна охарактеризувати як мало інтенсивний та епізодичний. Наведені нижче приклади співпраці зазвичай відбувались кілька років тому і/або мали одноразовий характер. Довготривалий досвід співпраці частіше притаманний для представників українського фахового середовища і діаспори, які на постійній основі проводять здебільшого локальні події: невеличкі концерти, виставки, кінопокази тощо.

### Типові заходи взаємодії між представниками України і Франції

Які відбувались в Україні:

- Гастролі представників культурної сфери Франції в Україну;
- Проведення музичних і кінофестивалів (наприклад, фестиваль Porto

Franko, на який запрошували митців із різних країн);

- Виставкові проекти у містах України (проект «Нормандія у живописі», що був представлений у Києві, Дніпрі та Львові).

### **Які відбувались у Франції:**

- Участь України у Паризькому книжковому ярмарку (Salon Livre Paris)
- Презентації авторами власних книжок (наприклад, презентація однієї з книг А. Куркова);
- Концерти українських виконавців (наприклад, концерт В. Сильвестрова);
- Кінопокази українського кіно (наприклад, показ українських кінофільмів в приміщенні Ради Європи у м. Страсбург) ;
- Виставки українських митців (виставка робіт І. Пінзеля у Луврі в 2012-2013 роках, яка за словами респондентів, мала значний успіх та позитивний вплив на сприйняття української культури; виставка художниці А. Рак, Харківської школи фотографії, зокрема Є. Павлова);
- Благодійні концерти та інші заходи, присвячені українській тематиці (організовані українською діаспорою або дипломатичними установами);

### **Проекти, в яких були залучені експерти з декількох країн:**

Один з французьких експертів наводив приклад міжнародної співпраці щодо вироблення пропозицій для відновлення миру між Україною та Росією. Це були дискусійні сесії між представниками громадянського суспільства України, Росії та країн ЄС (за ініціативою Коледжу Бернардинів (Париж), Києво-Могилянської академії (Київ), Українського католицького університету (Львів) і Міжнародного товариства «Меморіал» (Москва)).

### **Експерти називали таких партнерів, з якими була співпраця (усі згадані партнери):**

#### **Державні інституційні партнери:**

- Міністерство закордонних справ України;
- Культурно-інформаційний центр при Посольстві України у Франції;



- Міністерство культури та інформаційної політики України<sup>2</sup>;
- Український інститут;
- Національна філармонія України (Київ) і Львівська національна філармонія;
- Національна музична академія;
- Національна опера України (Київ), Львівська національна опера, Харківський національний академічний театр опери та балету ім. М.В. Лисенка;
- Українські музеї та театри<sup>3</sup>

#### **Інші інституційні партнери:**

- Французький інститут в Україні;
- Альянс Франсез;
- Міжнародний фонд «Відродження»;
- Український католицький університет;
- Wassyl Slipak Foundation;
- Фонд «ІЗОЛЯЦІЯ»;
- Міжнародний фестиваль документального кіно про права людини Docudays UA;
- Видавництво «Родовід».

#### **Індивідуальні агенти, представники фахового середовища України, з якими була співпраця (усі згадані спонтанно):**

- візуальне мистецтво: К. Косьяненко, О. Потапенко, Є. Павлов;
- література: М. Матіос, Л. Денисенко; Г. Бекірова, А. Чапай, Гася Шиян, І. Славінська;
- музика: В. Сильвестров; «Шпилясті кобзарі»;
- перформативне мистецтво: В. Троїцький;
- громадянське суспільство: В. Сліпак.

## Основними проблемами, що ускладнюють взаємодію та співпрацю респонденти вважають (за рівнем актуальності):

- **Брак та нестабільність фінансування ініціатив із української сторони** (як державного, так і приватного) – експерти наголошують на важливості фінансової підтримки двосторонніх проєктів, особливо у співпраці з індивідуальними агентами (співпраця має приносити їм і фінансовий зиск також), важливо демонструвати, що Україна теж фінансово готова вкладатися в культурні продукти;
- **Забюрократизованість** багатьох процедур – забирає багато часу в учасників співпраці, часто сенс певних процедур учасникам незрозумілий, це все призводить до того, що співпраця будується без державної підтримки, а будь-які контакти з державними інституціями мінімізуються;
- **Відсутність інституції, яка б полегшувала пошук контактів для співпраці** між французькими та українськими експертами – експерти наголошують на тому, що для реалізації певних проєктів вони не знають куди звертатися для пошуку відповідних контактів і мають залучати власні ресурси, що уповільнює реалізацію майбутнього проєкту. За приклад наводили Французький інститут, який за запитом може зорієнтувати, до кого можна звернутися аби обговорити співпрацю щодо майбутнього проєкту;
- **Негнучкі культурні інституції**, частина з яких все ще використовує, за словами окремих респондентів, «радянські підходи» в роботі, що проявляється, передовсім, в неготовності таких структур працювати інакше, ніж вони звикли, пасивності, негнучкості, що призводить до припинення співпраці з ними;
- **Нестача навичок програмування та організації подій** – міжнародна співпраця вимагає розвинених організаційних навичок, і експерти зауважують, що українська сторона не завжди готова до такого рівня організації і програмування (наприклад, часові ресурси на реалізацію проєкта варто планувати дуже ретельно, міжнародних експертів варто запрошувати в Україну заздалегідь, за місяць або більше, аби був час на адаптацію і заглиблення у контекст);
- Іноді французькі експерти вказують на **формальне ставлення посадових осіб з українського боку** і/або проблеми з організацією подій – ця проблема більше описує індивідуальний досвід, ніж інституційний, та характеризує ставлення деяких фахівців із українського боку до міжнародної співпраці.

## Можна виділити кілька прикладів ефективних проєктів:

- Діяльність Центру Анни Київської та робота з феноменом Анни Київської – вдалий приклад того, коли історична постать має спільну історію з Україною та Францією, що дозволяє привертати увагу і зацікавленість аудиторії. Українська сторона надала і фінансову, і наукову (пошук історичних фактів задля ствердження зв'язків Анни Київської з Україною) підтримку. Цей кейс вдалий ще й завдяки сталості співпраці та діяльності Центру Анни Київської, який регулярно говорить про Україну у Франції (наприклад, проводить Дні Анни Київської).
- Театральна вистава «Самсон і Даліла» у Харкові – спільний проєкт французьких та українських митців. На думку одного з респондентів, представника французького фахового середовища, це вдалий приклад моделі культурної співпраці, протягом якої відбувався тісний професійний обмін між французькою та українською сторонами. Такі проєкти є більш ефективними, в порівнянні із безпосереднім запрошенням французьких театральних труп для виступу, як з точки зору якості співпраці (коли формуються тісніші професійні стосунки та довіра для майбутніх проєктів), так і організації та використання фінансового ресурсу.
- Проєкт співпраці Французького інституту в Україні з Фондом «ІЗОЛЯЦІЯ»: французькі митці приїздили на 1-2 місяці на резиденцію в Україну. Цей проєкт дозволив побудувати більш тісні контакти для співпраці та глибше розкрив культурні особливості України.
- Презентація перекладів книжок українських авторів. Приміром, презентація перекладу книги Гульнари Бекірової показала, що переклади українських авторів потребують публічних презентацій, оскільки це привертає увагу публіки, позитивно впливає на імідж країни.
- Демонстрація українських кінострічок (наприклад, «Кіборги», «Хайтарма») із презентацією від фахівців, які їх створювали, у виставковому залі Ради Європи. Організувати такі події відносно легко, вони охоплюють як французьку, так і більш широку іноземну аудиторію завдяки локації та мають значний попит через загальний інтерес до кінематографу. Важливою умовою є наявність субтитрів французькою мовою.

Більшість французьких експертів із захопленням розмірковують про можливу співпрацю у майбутньому, декларують готовність долучатися до нових проєктів та популяризувати їх. Водночас, багато говорилося про потребу детальної і конкретної програми дій, розуміння, що саме Україна хоче показати, з чим

## 2. Перспективи співпраці

познайомити, які вона обирає пріоритети.

Важливим підґрунтям успішної співпраці має бути підготовка. Вона може набувати форми **проведення експертних сесій**, що сфокусовані на окремих напрямках сучасного мистецтва. На таку одно-двотижневу сесію можна запросити широке коло фахівців, дотичних до відповідного напрямку мистецтва: організаторів фестивалів, митців, менеджерів тощо, аби вони ознайомилися з сучасним станом того чи іншого напрямку мистецтва в країні і могли після повернення до своїх країн поділитися там здобутим досвідом.

**Арт-резиденції, професійні ознайомчі візити, освітні обміни** характеризуються більшістю опитаних як обов'язкові для розвитку та втілення формати, які до того ж повинні мати регулярний характер. Вони дають можливість безпосередньо познайомити з фаховим середовищем країни та його представниками, помітно впливають на враження від країни та її подальше сприйняття. Крім того, респонденти згадують чимало успішних прикладів ефективного втілення цих форматів. Важливо, аби така взаємодія була двосторонньою – не тільки українці навчались за кордоном, а і французька фахова спільнота знайомилась з Україною. Водночас, на думку окремих респондентів, обмеженням цих форматів є рівень володіння представниками фахового середовища іноземною (передовсім англійською) мовою: чимало українців не достатньо добре володіють англійською мовою, а французи не володіють українською або російською.

Важливим елементом на цьому шляху може стати організація зустрічі європейських фахівців для обговорення питання мистецької резиденції чи навіть мережі резиденцій (один з респондентів пропонував організувати таку зустріч в Мистецькому Арсеналі). Результатом могло б стати створення такої мистецької резиденції в Україні для встановлення зв'язків між фахівцями України та інших країн. Іншим прикладом могло б стати проведення семінарів із професійної підготовки за підтримки, наприклад, Міністерств культури України та Франції, де культурних менеджерів та інших фахівців навчатимуть організувати та програмувати події.

Загальним побажанням була **організація спільних проєктів** між Французьким інститутом, Гете Інститутом, іншими установами культурної дипломатії та посольствами інших країн. Підкреслювалася важливість налагодження зв'язків французьких партнерів з такими українськими культурними агентами: наприклад, у сфері візуального мистецтва – Національний культурно-мистецький та

музейний комплекс «Мистецький арсенал» та його генеральна директорка О. Островська-Люта; П. Гудімов, колекціонер мистецтва, арт-менеджер; колектив дизайнерів «У,Н,А»; представники Харківської школи фотографії; у сфері літератури – письменники Оксана Забужко, Юрій Андрухович, Софія Андрухович, Сергій Жадан, автори, які увійшли до «Антології Донбасу»; у сфері перформативних мистецтв – режисер В. Троїцький; київський незалежний театр «ЧЕсний театр»; у сфері музичного мистецтва – кінокомпанія “Arthouse Traffic”; Міжнародний фестиваль документального кіно про права людини “Docudays UA”; у сфері музики – гурти ОНУКА, ДахаБраха, «Океан Ельзи»; реп-співачка alyona alyona; оперна співачка Людмила Монастирська; Національний заслужений академічний симфонічний оркестр України; у сфері освіти та науки – Український Католицький Університет, Києво-Могилянська академія; серед державних агентів – Український інститут, Український інститут національної пам’яті, Український інститут книги, Міністерство культури та інформаційної політики України. З французького боку підкреслювалася потреба шукати можливості співпраці з такими інституціями, як: Cité de la Mode et du Design/Місто моди та дизайну, культурний центр CENTQUATRE-PARIS, Centre Pompidou/ Національний центр культури та мистецтва Жоржа Помпиду, Philharmonie de Paris/Паризька філармонія. Окремо наголошували на тому, що залучення французьких культурних агентів у проекти дозволить залучити ширшу аудиторію у Франції, вийти за межі української діаспори та дипломатичних кіл.

Представники української діаспори окремо підкреслювали необхідність **коллаборації колективів, організації спільних постановок, турне тощо за участі французьких та українських культурних діячів**. Так наприклад, за словами одного з респондентів, у 2018 році до Франції приїздив оркестр Харківської філармонії, який виступав із французьким джазовим піаністом Фабрісом Ульрі (Fabrice Eulry). За спостереженням респондента, на цьому концерті було приблизно 80% французької публіки (якій вочевидь було знайомим ім’я французького музиканта) і 20% українців. Також представники діаспори демонструють готовність до тіснішої співпраці з українською стороною: акцентують увагу на важливості створення мережі контактів між локальними осередками діаспорян і Українським інститутом, щонайменше для розповсюдження інформації, а також долучення до організації окремих подій.

У контексті **представлення України та української культури у Франції** респонденти підкреслювали, з одного боку, потребу бути помітними і присутніми передовсім у великих містах і культурних майданчиках, наприклад, шляхом **участі України у масштабних міжнародних подіях, які проходять у Франції** (таких як Паризький книжковий ярмарок – Salon Livre Paris, фестиваль фотографії Rencontres d’Arles тощо). З іншого боку, має сенс звертати увагу і на організацію подій невеликого формату, на невеликих майданчиках, в інших

містах Франції, окрім Парижа, адже такі проекти можуть бути досить ефективними та, разом з тим, як правило, вимагають менше організаційних та часових ресурсів на реалізацію (так, наприклад, досягнення домовленостей з провідними культурними інституціями Франції – Лувр, Центр Жоржа Помпиду тощо – нерідко потребує значних часових інвестицій). В Україні також варто проводити спільні заходи за участі закордонної аудиторії не лише у Києві, а й розширювати їх на інші обласні центри (скажімо, Одесу, Львів чи Харків), аби французи відкривали для себе нову і цікаву Україну.

На етапі пошуку партнерів у Франції українським організаторам варто також звертати увагу на прояснення тих аспектів проекту/співпраці, які можуть вплинути на загальний інтерес французької сторони до цього проекту/співпраці. Передовсім, йдеться про фінансовий зиск, адже французькі інституції та фахівці, на додачу до підтримки з боку держави, як правило, розраховують на додаткові джерела фінансування своєї діяльності. Так, очікується, що українська сторона має фінансувати представлення українського культурного продукту за кордоном. Крім того, варто звертати увагу на залучення французьких агентів до проєктів через їхній професійний інтерес, адже, наприклад, провідні французькі інституції у сфері культури мають чимало пропозицій щодо співпраці, тобто мають змогу обирати проєкти, в яких братимуть участь.

## **Приклади можливих проєктів, що називалися експертами:**

### **У сфері образотворчого та візуального мистецтва:**

- Представлення робіт визнаних українських художників, наприклад Олександра Дубовика, Любомира Медвідя.
- Організація виставок живопису з унікальними, автентичними техніками, наприклад, такими як живопис на склі. В цьому контексті згадувалась творчість народної художниці Анастасії Рак.
- Представлення української фотографії, наявних в ній тенденцій і напрямків за кордоном, зокрема в рамках міжнародних фестивалів. Наприклад, презентація маловідомої у Франції Харківської школи фотографії та її представників.
- Реалізація проєктів з представлення монументальної української скульптури (наприклад, в одному з парків Парижа), вуличного мистецтва.
- Проєкти на кшталт дослідження колективу дизайнерів «У, Н, А», присвя-

ченого історії українського графічного дизайну часів відлиги, застою та перебудови, результатом якого стала книга «Знак. Українські товарні знаки 1960–80-х років».

### **У сфері музики:**

Представлення української музики за кордоном: гастролі, виступи, фестивалі за участі українських музикантів:

- української сучасної електронної музики з елементами автентики (наприклад, гурту ONUKA);
- представлення сучасної української техномузики на міжнародних технофестивалях;
- української академічної музики (симфонічної, камерної музики, опери тощо): гастролі Національного симфонічного оркестру України під керівництвом диригента В. Сіренка – наприклад, організація вечора української симфонічної музики у Паризькій філармонії; втілення проєктів з залученням всесвітньо відомих українських виконавців (таких як Людмила Монастирська);
- респонденти з української діаспори також згадують українську сучасну мейнстрім музику та концерти, гастролі її представників у Франції: серед опитаних немає єдності щодо конкретних представників цього напрямку, проєкти з якими були б однозначно перспективними, однак всі наголошують, що такі виконавці повинні пропонувати «щось неординарне й не схоже на музику, яку звикли слухати французи».

### **Спільні проєкти за участі української та французької сторін:**

- Організація турне оркестрів, гуртів хорового співу Україною з програмами для широкого загалу за участі українських (в тому числі тих, що працюють в країнах Європи та Азії) та французьких музикантів, в рамках яких виконувалася б французькі та українські музичні твори. Наразі такий проєкт обговорюється з Французьким Інститутом у Києві та Львові. Подібні формати спільних турне вважаються перспективними для організації не тільки в Україні, а й за її межами, наприклад, в Китаї, країнах Латинської Америки.
- Співпраця з невеликими незалежними французькими балетними колективами, гуртами хорового співу тощо може бути особливо продуктивною завдяки їхній гнучкості щодо організаційних моментів. Дану рекоменда-

цію можна екстраполювати і на невеликі незалежні колективи в інших сферах культури.

### У сфері літератури:

- Переклади французькою мовою української літератури та презентації таких творів у Франції. Так, в цьому контексті згадують книги Оксани Забужко, Юрія Андруховича, Софії Андрухович, авторів, які увійшли до «Антології Донбасу». Такі презентації потенційно можуть зачіпати і обговорення ширших дотичних тем, наприклад, війни на Сході України; але, як зазначають окремі респонденти, водночас варто уникати надмірної політизації таких дискусій.
- Співпраця з Українським інститутом книги для представлення України на Паризькому книжковому ярмарку.

### У сфері кіномистецтва:

- Представлення Міжнародного фестивалю документального кіно про права людини "Docudays UA" у Франції, сприяння його взаємодії з іноземними фестивалями документального кіно, що може активізувати обмін з французьким професійним середовищем та загалом дозволити збагатити образ України за кордоном.
- Організація показів українського сучасного ігрового кіно за участі режисерів (як приклад, респондентом згадувався фільм "Кіборги").
- Участь України у Міжнародному фестивалі анімаційних фільмів у Ансі/Annecy International Animation Film Festival.

### У сфері освіти і академічних досліджень:

- Організація співпраці між університетами Франції та профільними українськими інституціями: університетами України (Українським Католицьким Університетом, Києво-Могилянською академією тощо), Міністерством культури та інформаційної політики (Директоратом культури і мистецтв, Директоратом взаємодії, а саме експертною групою з релігій та етнополітики тощо), Українським інститутом національної пам'яті тощо.
- Налагодження співпраці між французькими владними інституціями і



Національним музеєм Голодомору-геноциду щодо питання визнання Францією Голодомору геноцидом.

- Втілення проєктів, присвячених темі Голокосту з залученням зокрема представників єврейської спільноти Франції.
- Створення наукової ради з позитивно налаштованих до України експертів з тих країн, де Український інститут планує розвивати діяльність.
- Організація міжнародної конференції на тему інтерпретації історії Європи та спільної історії європейської культури з залученням фахівців з різних країн (в тому числі України та Франції), а також представників Ради Європи до багатостороннього діалогу.
- Проведення регулярних міжнародних конференцій, дискусій на важливих, навіть гострі історичні, політичні теми, дотичні до України, з залученням провідних українських та французьких істориків, політологів та інших фахівців. В якості прикладу наводились подібні виступи у Франції В. Портнікова, В. В'ятровича.

### У сфері театру:

- Спільні проєкти за участі українських та французьких експертів – театральні постановки, фахові майстер-класи тощо. Водночас є запит і на активності, які сприяли б налагодженню професійних контактів у сфері, результатом яких в перспективі могли б ставати подібні колаборації. Представлення вистав українських театрів, перформансів українських колективів у Франції (українською мовою з французькими субтитрами). В якості окремих ідей наводились проєкти за участі Владислава Троїцького («ДАХ», NOVA OPERA), вистави «ЧЕсного театру» тощо.

Загалом респонденти також звертали увагу на очікування від проєктів більшого акценту на сучасності – відповідних напрямках, темах, інструментах. Так, в цьому контексті, окрім зазначеного вище, як перспективні також згадувались проєкти у різних сферах з використанням новітніх технологій, в індустрії відеоігор, проєкти, присвячені темі екології та кліматичних змін (участь у міжнародній мобілізації щодо проблеми кліматичних змін шляхом участі у міжнародних конференціях, організації окремих заходів на цю тематику).

## **Підсумовуючи, до найбільш актуальних форматів просування українського культурного продукту, які згадували респонденти, можна зарахувати:**

- арт-резиденції, професійні ознайомчі візити, освітні обміни;
- двосторонні культурні проекти за участі української та французької сторін: наукова співпраця, спільні постановки, турне, колаборації колективів, фахові обговорення, дискусії, форуми, освітні заходи (майстер-класи, семінари);
- представлення українських митців та українського культурного продукту за кордоном: гастролі, концерти, виставки, постановки, участь у фестивалях, форумах тощо;
- переклади французькою мовою української літератури та презентації книжок;
- участь України у міжнародних подіях, які проходять у Франції, та локальних подіях Франції;
- підтримка ініціатив української сторони у Франції: наприклад, таких як фестиваль українських традицій та культури «Різдво в королівстві Анни Ярославни» у м. Санліс, Франція;
- комплексні заходи з представлення України за кордоном – дні української культури тощо.

Такий формат як створення україномовних аудіогідів згадувався лише на запит інтерв'юера. Респонденти здебільшого сприймають таку ідею прихильно, вказуючи на можливі позитивні ефекти її втілення: посилення позитивного іміджу України, вписування України та її культури у світовий контекст, диференціацію української мови від російської тощо. Однак деякі респонденти висловлюють сумніви в тому, що подібна активність суттєво посилить обізнаність аудиторії Франції про Україну, адже є орієнтованою передовсім на українців/тих, хто володіє українською мовою.

Щодо запиту на експертизу української сторони, то таке формулювання інтерв'юера часто викликало у респондентів уточнюючі запитання. Втім після пояснення опитувані декларували затребуваність такого формату та важливість наявності інституції, яка б була посередником між українськими експертами та тими, хто, власне, потребує таку експертизу (наприклад, є очікування, що Український інститут міг би виконувати цю роль).

### 3. Джерела інформації для міжнародної співпраці

Головними джерелами інформації про можливості міжнародної співпраці залишаються особисті контакти, соціальні мережі і публічні події, де можна познайомитися з потенційними партнерами для співпраці. Також джерелами інформації можуть виступати офіційні інституції, які займаються культурними питаннями. Нижче наведені за частотою згадування усі названі **джерела, які експерти вважають корисними** для пошуку інформації для міжнародної співпраці:

- Посольство Франції та його окремі підрозділи;
- Французький інститут в Парижі;
- Профільні асоціації на європейському та міжнародному рівнях;
- Ключові фахові івенти, інституції, майданчики: Гран-Пале, Паризький книжковий ярмарок, фестиваль європейської молоді фотографії Circulation(s)
- Відділи міжнародної співпраці при університетах;
- Міжнародні і національні ЗМІ;
- «Дім асоціацій»/ «Maisons des associations» – французька організація, до якої входять різноманітні громадські асоціації;

Схожі джерела називаються, коли експерти говорять про співпрацю з українською стороною. Усі зазначені джерела наведені за частотою згадування:

- Особисті контакти і власний пошук;
- Пошук в Інтернеті загалом, і в соціальних мережах зокрема;
- Особисті контакти;
- Налагодження зв'язків під час подій;
- Дипломатичні установи і пов'язані з ними структури:
- Посольство Франції в Україні;
- Французький інститут;
- Посольство України у Франції;
- Університетські відділи міжнародної співпраці (окремо згадується Національний інститут східних мов і цивілізацій у Парижі);

- Українські установи і організації (називаються рідко і майже завжди українськими експертами):
- Український інститут;
- Український інститут книги;
- Національний культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал»;
- Міжнародний фонд «Відродження».

# V. Висновки та рекомендації

## 1. Загальні висновки та спостереження

- Для цільових аудиторій дослідження Україна має позитивні асоціації, однак вони різноспрямовані залежно від походження експертів: експерти з українським корінням частіше говорять про особисті спогади і підкреслюють власний патріотизм, тоді як французькі експерти акцентують увагу або на трагічних подіях минулого (Голодомор, Чорнобиль, війна на сході України), або на великому потенціалі країни.
- Очевидною є низька обізнаність про Україну серед пересічних французьких громадян – значно бракує інформаційних приводів і масштабних подій, які б познайомили з Україною більшість.
- Сприйняття України широким загалом у Франції знаходиться під впливом французько-російських взаємовідносин і загального ставлення французів до Східної Європи, як до чогось однорідного, домінує переконання про належність українців до умовних східних слов'ян, де провідними є росіяни.
- Через таке сприйняття Україна знаходиться на етапі виокремлення в окрему країну/народ у свідомості звичайних громадян Франції. Цьому заважає, окрім нав'язливої культурної експансії Росії, також відсутність певного популярного, стереотипного міфу про Україну. Фактично бракує якірних культурних феноменів, які б одразу маркували українську культуру. Через це на перший план виходять негативні конотації як то Чорнобильська катастрофа, війна на сході України, бідність тощо.
- Разом із тим сучасна українська культура представлена у Франції і має попит, хоча і не стала мейнстрімною. Фахівці відзначають упізнаваність таких представників України: музика – «ДахаБраха», Dakh Daughters; література – А. Курков; театр – вистави В. Троїцького і театру «Дах»;

сучасного українського дизайну одягу.

- Затребуваність сучасного українського культурного продукту на думку експертів висока, адже французи люблять нове і незвичне, а також мають цікавість до Східної Європи. Головні очікування – це оригінальність, неповторність, відсутність академізму, але разом із тим високий рівень виконання.
- Обізнаність щодо культурних феноменів серед експертів посередня. На першому плані актуальні постаті сьогодення (О. Сенцов, А. Курков, О. Забужко) і трагічні події в історії України (Чорнобильська катастрофа, Голодомор, Бабин Яр тощо). Разом із тим є висока обізнаність про Анну Київську як спільну фігуру в історії України і Франції.
- Досвід співпраці з українською стороною виглядає епізодичним і спорадичним. Доволі сталий досвід співпраці спостерігається в українському фаховому середовищі і діаспорі, які на постійній основі проводять локальні події: невеличкі концерти, виставки, кіноперегляди тощо.
- Найбільш позитивним прикладом співпраці виглядає робота з Центром Анни Київської, яка відбувається на постійній основі, а діяльність центру спрямована на широкий загал, що підвищує обізнаність і про цю історичну постать, і про Україну загалом.
- Головними перешкодами для пошуків співпраці з українською стороною є:
  - Недофінансування ініціатив із української сторони;
  - Бюрократичні перепони, що подовжують процес прийняття рішень;
  - Складності з пошуком контактів для співпраці між французькими і українськими експертами, відсутність інституції, яка б цьому допомагала;
  - Зауважується негнучкість посадових осіб з українського боку і/або проблеми з налагодженням організованого процесу.
- Опитані експерти були зацікавлені в подальшій співпраці з українською стороною і називали приклади такої співпраці: співпраця із молодими митцями для організації спільного туру гастролей; майстер-класи та спільні постановки театральних вистав; створення мистецької резиденції, де були б зібрані професіонали з європейських країн; створення спільних проєктів із Французьким інститутом, Гете інститутом, посольствами інших країн; створення наукової ради з позитивно налаштованих по відношенню до України експертів з країн, де Український інститут хоче розвивати власні проєкти.

## 2. Специфічні рефлексії та рекомендації аналітиків

- У просуванні культурного продукту експерти підкреслюють важливість інформаційних кампаній, реклами. За приклад наводять активності Російської Федерації у сфері культурної промоції: оренда значних площ для зовнішньої реклами (особливо в метрополітені), події на великих майданах міст, що призводить до широкого розголосу серед пересічних громадян.
- Просування культурного продукту буде мати більший розголос і приверне увагу, якщо матиме прив'язку до французької історії, висвітлюватиме якийсь регіональний аспект Франції (наприклад, відомий українській митець і вплив Бургундії на його творчість у певний період);
- Співпраця з французькими діячами вимагає організаційної спроможності і дотримання високих стандартів, тому варто значно посилити увагу до організаційної компоненти усіх подій;
- Варто більше приділяти уваги відомим іменам з української спадщини, які можуть асоціюватися з минулим Радянського союзу або Російської імперії, але при цьому викликати зацікавленість широких мас (наприклад, О. Довженко, М. Гоголь, М. Булгаков тощо);
- Від сучасного українського продукту очікується незвичність, висока оригінальність, але при цьому і високий рівень виконання;
- Політична складова культурних подій має бути мінімізована, або має відбуватися на специфічних обговореннях, які присвячені міжнародній політиці;
- У зв'язку з тим, що історичні теми, зокрема і радянського минулого, викликають зацікавленість серед французів через тісні контакти між Росією і Францією, тому варто було б у цьому історичному контексті виокремлювати/ демонструвати місце української культури із відповідними рефлексіями і переосмисленням;
- Культурні події повинні бути тривкими та регулярними;
- Велику увагу необхідно приділити інформуванню експертів про майбутні події, або загалом про всю культурну активність. Варто приділяти увагу експертам, які фахово займаються Україною і/або мали досвід співпраці з Україною, для більш широкого розповсюдження інформації.

## 3. Рекомендації по роботі з окремими ЦА

### Музика

Варто виходити за межі суворих рамок академічності, більш активно просувати у медіапросторі сучасну музику; шукати можливості виступів на великих культурних подіях (фестивалі, вуличні події тощо).

### Кіно

Сфера кіно має великий потенціал для залучення глядачів і просування українського продукту, оскільки французька публіка активно відвідує фільми, які не виходили в широкий прокат, фестивалне кіно;

Необхідним елементом просування українського кіно є наявність французьких субтитрів. Варто створити фільмотеку, де швидко за запитом (або вільно), можна буде легально взяти кінострічку з французькими субтитрами для демонстрації на локальних кінопереглядах;

Варіантом просування української документалістики, зокрема фестивалю Docudays UA, може стати організація ретроспектив і кінопоказів для французького глядача.

### Література

Для ефективної промоції сучасної української літератури у Франції важливо організовувати презентації перекладів українських книжок на французьку за участі їхніх авторів.

### Академічна програма і освіта

Необхідне сприяння організації студентських і наукових обмінів, допомога у вирішенні бюрократичних питань.

### Перформативні мистецтва/ театр

Варто уникати зосередження уваги лише на форматі гастролей українських театрів у Франції, адже це має обмежений короткостроковий вплив. Більш цікавими і продуктивними можуть стати формати, що передбачають співпрацю французьких фахівців із українськими, наприклад спільна постановка вистави – це дозволяє розбудувати більш тісні контакти .



## **Громадянське суспільство**

Допомога в організації подій, де можна обговорити сучасний стан речей, переосмислити українську, європейську, радянську історію, з запрошенням цікавих спікерів, створенням постійних майданчиків для зустрічей, фаховим висвітленням результатів у ЗМІ.

## **Візуальне мистецтво**

Представляти українських митців на великих фестивалях (наприклад для фотографії – це фестиваль «Зустрічі в Арлі» (Les Rencontres d'Arles).

## **Дипломатичний корпус**

Максимальне інформування про майбутні події як теперішніх, так і колишніх працівників дипломатичних установ, особливо тих, хто в минулому працював в Україні, а також тих, хто має професійний фокус на країнах Східної Європи – це потенційно дозволить через цих експертів розширити коло зацікавлених осіб;

Уникання політизації культурних подій; організація подій для вільного спілкування і обміну контактами для налагодження майбутньої співпраці.

## **Представники владних інституцій**

Необхідно підтримувати актуальну базу контактів і налагодження зв'язків із тими, хто фахово займається культурою у владних інституціях і/або має фаховий інтерес до України.

## **Співпраця з українською діаспорою і українським фаховим середовищем закордоном**

Підтримка актуальної бази контактів діаспори і українських фахівців;  
Надання матеріалів для організації заходів (запит на легальний контент, який можна продемонструвати публіці).

Більш глибока і фахова співпраця з діаспорою, залучення максимально різнобічних фахівців, щоб урізноманітнити події, які відбуваються для діаспори, осучаснити їх.

# Додатки

## 1. Технічні результати оцінки культурних феноменів.

Феномени упорядковано за спаданням рівня обізнаності про них.

Оцінювалось те, скільки відповідей про змістовне знання (принаймні щось або добре знають про феномен) зустрічалось серед усіх отриманих відповідей.

Упорядкування не є кількісним рейтингом з чіткою розстановкою феноменів по місцях, тому результати доцільно інтерпретувати, експертно розрізняючи групи феноменів: добре відомі, відомі на середньому рівні, маловідомі.

	Обізнаність			Асоціації з країною				Всього	
	Не чув	Лише чув, детальної інформації не знаю	Знаю принаймні щось	Знаю досить добре	Важко відповісти	Тільки інші країни	Україна та інші країни		Україна
Чорнобильська катастрофа			1	6		2	1	4	7
Олег Сенцов			1	6			1	6	7
Майдан			1	6			1	6	7
Софійський Собор у Києві		1		6				6	7
Олександр Довженко	1			6				6	7
Борщ			2	5				2	7
Сергій Параджанов			2	5				2	7
Микола Гоголь			2	5				4	7
Анна Київська	1			5			3	2	6
Київська Русь		2		5	3			4	7
Андрій Курков		1	1	4	1		1	4	6
Голодомор	1		1	5				6	7
Соня Делоне	1		1	5		4	1	1	7
Херсонес	1		1	5				6	7
Казимир Малевич		1	2	3		1	2	3	6
«Тіні забутих предків» Сергія Параджанова		2	1	4		1	1	5	7
Бахчисарайський палац	1	1	1	4		2		4	7
Козаки (Запорізька Січ)	1	1		5				6	7
Бабин Яр	2		1	5			1	5	8
Українське декоративно-ужиткове мистецтво (Петриківський розпис, Косівська кераміка, вишиванка та інше)	1	1	2	3				6	7
Оксана Забужко	2		1	4				5	7
Валентин Сильвестров	3			4				4	7
Кримська війна (1853-56)		2	2	2	1	3		2	6
Кобзарська традиція	2	1	1	5				5	7
Шолом Алейхем	2	1	1	3			1	2	7
Скіфи	3	1		4	1	1		3	8
Іван Мазепа	3	1		4				5	8

	Обізнаність				Асоціації з країною				Всього
	Не чув	Лише чув, детальної інформації не знаю	Знаю принаймні щось	Знаю досить добре	Важко відповісти	Тільки інші країни	Україна та інші країни	Україна	
Щедрик	2	2		3		1	1	3	7
Леся Українка	3	1		3				4	7
Леся Курбас та Театр «Березіль»		3	1	2			1	5	6
Володимир Горовиць			5	2			2	5	7
Серж Лифар	1	2	2	2		1		5	7
Сергій Жадан	2	1	1	2				4	6
Григорій Сковорода	3		2	2				4	7
Кіра Муратова	3		2	2		1	1	2	7
«Земля» Олександра Довженка	3	2		3				5	8
Бойчукізм	4			3				3	7
Георгій Нарбут	4			3		1		2	7
Марія Примаченко	4			3				3	7
Український авангард 1910-1920: образотворче мистецтво, кіно, література	2	2	1	2				5	7
Харківська школа фотографії	3	1	1	2				4	7
Олександр Архипенко	4	1	1	3				4	8
Українське модерністське (неофіційне) мистецтво Радянського періоду (представники Алла Горська, Валерій Ламах, Флоріан Юр'єв та інші)	4	1		3			1	3	8
Василь Стус	5			3				3	8
Сергій Корольов	2	3		2	1	2		2	7
Михайль Семенко	3	3		2	1			4	8
Українське бароко / Козацьке бароко / Мазепинське бароко		2	3	1				6	6
Йозеф Рот	2		3	1		2		2	6
Тетяна Яблонська	1	3	1	1				5	6
«Розстріляне відродження»	4		1	2				3	7
Хайтарма	4		1	2				3	7
Агатангел Кримський	4	1		2				3	7
Володимир Вернадський	4	1		2				3	7
Іоанн Георгій Пінзель	5			2				2	7
Олександра Екстер	5			2				2	7
Олександр Богомазов	5		1	2			1	2	8
Броніслава Ніжинська	5	1		2		2	1		8
Олександр Мурашко	6			2				3	8
Дзига Вертов	4		2	1		1		2	7
Борис Лятошинський	4	2		1			1	2	7
Дмитро Бортнянський	4	1		1				2	6
Давид Бурлюк	5	1		1			1	1	7
Соломія Крушельницька	5	1		1			1	1	7
Пауль Целан	5	1	1	1	1	2		1	8
Юрій Кондратюк	4	1	1					2	6
Георгій (Юрій) Шевельов	5	1	1					2	7
Олександр Потебня	4	2						2	6
Василь Єрмилов	5	2				1		1	7
Яків Гніздовський	6	1						1	7
ВУФКУ (Всеукраїнське фотокіноуправління)	7								7
Іван Кавалерідзе	7								7
Паркомунa (представники Олег Голосій, Олександр Гнилицький, Василь Цаголов, Арсен Савадов та інші)	7								7

## 2. Перелік респондентів, які взяли участь у дослідженні

**Фані Ескулен** [Fannie Escoulen], кураторка виставок.

**Тома Перрен** [Thomas Perrin], доцент, кафедра планування та європейських досліджень, Université de Lille – дослідницький центр TVES.

**Ніколя Кроз** [Nicolas Krauze], художній керівник, Orchestre de Chambre Nouvelle Europe; запрошений диригент, Національна філармонія України.

**Мішель Жіз** [Michel Giès], театральний режисер.

**Франкі Бландо** [Francky Blandeau], заступник директора відділу французької мови, книг та знань, Institut français.

**Антуан Аржаковський** [Antoine Arjakovsky], директор з наукової роботи, Collège des Bernardins.

**Анна Кантер** [Anna Canter], співкерівниця Centre Anne de Kyiv (Франція).

**Бенжамін Бібас** [Benjamin Bibas], партнер-засновник, La fabrique documentaire.

**Валерія Фор-Мунтян** [Valéria Faure-Muntian], депутатка Національної асамблеї Франції; голова Групи дружби “Франція-Україна”.

**Франсуа Крокет** [François Croquette], Колишній посол з прав людини (2017-2020), Міністерство Європи та закордонних справ Франції.

**П'єр Булер** [Pierre Buhler], директор Institut français (2017-2020).

**Анн Дюрюфле** [Anne Durufle], радниця з питань культури і співробітництва Посольства Франції в Україні; директорка Французького інституту в Україні (2008-2012, січень-вересень 2018).

**Наталія Кочубей**, радниця, Посольство України у Французькій Республіці; директорка Культурно-інформаційного центру Посольства України у Французькій Республіці (на момент проведення інтерв'ю).

**Кларіс Бросар** [Clarisse Brossard], координаторка, Alliance Française; відповідальна за європейські проекти, Французький інститут в Україні (2018-2020).

**Мілена Драгічевіч Шешич** [Milena Dragičević Šešić], почесний професор (Cultural Policy & Management, Cultural & Media studies); засновниця кафедри ЮНЕСКО Культурного менеджменту і політики культури; Університет мистецтв (Белград).

**Ірена Карпа**, письменниця, Париж.

**Алла Лазарева**, журналістка, видання «Український тиждень», Париж.

**Андрій Гнатюк**, оперний співак, Париж.

**Марина Чугуєвська**, юрист з прав людини, Париж.

**Катерина Пушкар**, засновниця ЄвроМайдан м.Страсбург; президентка міжнародної організації МІСТ м.Страсбург.

**Костянтин Ачкасов**, заступник голови громадської організації Association Lyon-Ukraine (Ліон)