

Аналітичний звіт

Сприйняття України за кордоном

СПОЛУЧЕНІ ШТАТИ АМЕРИКИ

Автори: Ганна Шелест,
к. політ. н.

Надія Бурейко,
к. політ. н.

Виконано Радою
зовнішньої політики
«Українська призма»
на замовлення
Українського інституту



ЗМІСТ

1. Вступ.....	3
1.1. Методологія дослідження	3
1.2. Контекст країни	4
2. Сприйняття України фаховим середовищем	6
2.1. Основні асоціації з Україною	6
2.2. Загальне ставлення до України.....	10
3. Сприйняття української культури та її місця у світовому контексті.....	16
3.1. Сучасна культура України та культурна спадщина України – обізнаність, зацікавленість, загальна характеристика	16
3.2. Результати оцінки запропонованих культурних феноменів	23
4. Особливості співпраці з українською стороною у сфері культури	32
4.1. Наявний досвід співпраці та його характеристика.....	32
4.2. Перспективи співпраці.....	36
4.3. Джерела інформації для міжнародної співпраці.....	39
5. Висновки та рекомендації	42
Додатки	48
ДОДАТОК 1. Список респондентів, які дали згоду на оприлюднення свого імені/афіліації.....	48
ДОДАТОК 2. Рівень обізнаності з культурними феноменами.....	50

1. ВСТУП

1.1. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є виявити суспільні ставлення до України загалом та зокрема до української культури в Сполучених Штатах Америки, а також визначити очікування, можливості і перспективи для двосторонньої співпраці у сферах культури, освіти, науки, громадянського суспільства. Отримані дані можуть слугувати основою для подальшого планування напрямів, форматів, змістовного наповнення проєктної діяльності Українського інституту (УІ), представників української культурної та дипломатичної сфер, а також дати поштовх продовженню емпіричних досліджень щодо специфіки сприйняття України за кордоном.

Дослідження сприйняття проводилося серед попередньо визначених цільових аудиторій (ЦА), насамперед фахових спільнот: індивідуальні культурні агенти, представники інституційних культурних агентів, владних інституцій, дипломатичного корпусу, міжнародних організацій, програм та інституцій, а також діаспори. Респонденти за бажанням мали змогу зберегти повну або часткову анонімність, а також з власних мотивів утриматися від дозволу на пряме цитування. Перелік респондентів наведено у Додатку 1.

Дослідження виконувалося з використанням якісного методу – глибинних інтерв'ю. Загалом було проведено 21 інтерв'ю. Усі інтерв'ю проходили у жовтні – листопаді 2020 року онлайн з використанням Zoom-платформи основною мовою спілкування респондента (англійською чи українською) і тривали приблизно 1-1,5 години. Переважно респонденти висловлювали власні думки та позиції. Втім в кількох визначених питаннях їх просили також окреслити сприйняття й очікування фахової спільноти, яку вони представляють у США, або свою думку щодо позиції широкої публіки з даного питання. Ці результати дослідження не можуть напряму екстраполюватися на ширші цільові аудиторії, однак дозволяють нам сформулювати гіпотези для подальшої верифікації у кількісних дослідженнях.

Інтерв'ю проводилися на основі попередньо розробленого опитника, наданого Українським інститутом. Крім основних запитань, під час дослідження була проаналізована обізнаність респондентів щодо 72 культурних феноменів (повні результати оцінювання див. у Додатку 2). Перелік феноменів, наданий Українським інститутом разом з питальником, містив імена окремих особистостей (письменників, художників, скульпторів, історичних чи політичних постатей), історичні явища, архітектурні пам'ятки, елементи декоративного мистецтва, одягу, їжі тощо. До переліку було включено як феномени, які безпосередньо асоціюються з Україною, так і ті, які можуть мати прив'язку до інших країн.

Кожен респондент оцінював відповідну картку, що містила перелік орієнтовно у 30 феноменів. Респонденти мали відповісти, чи знають вони названі феномени з представленою переліку. У разі позитивної відповіді

уточнювався ступінь обізнаності респондента з феноменом, а також те, з якою саме країною феномен асоціюється. В окремих випадках проводилось глибше зондування щодо обізнаності, асоціацій, сприйняття феномену. Представлені оцінки не є репрезентативними, однак вони демонструють певні тенденції щодо обізнаності та сприйняття феномену, у т. ч. і на предмет його (не)асоціювання з Україною.

1.2. КОНТЕКСТ КРАЇНИ

Сполучені Штати Америки є ключовим стратегічним партнером України, відносини з яким мають пріоритетний характер. Це відображено як в основних стратегічних документах Української держави, так і в заявах та виступах українських високопосадовців.

Сполучені Штати Америки відіграють провідну роль у підтримці суверенітету, територіальної цілісності та безпеки України. Зокрема, США сприяють протидії російській агресії та мобілізації міжнародної спільноти з метою привернення уваги до анексованого Криму та війни на Донбасі, звільнення українських політичних в'язнів. Важливою у цьому контексті, наприклад, є оприлюднена влітку 2018 року так звана «Кримська декларація» щодо подальшого невизнання Сполученими Штатами незаконної анексії Криму та вимоги повернення його Україні. Крім того, США регулярно продовжує та доповнює санкційний режим проти Російської Федерації, зокрема проти російського безпекового та оборонного секторів, а також побудови газогону «Північний потік-2».

США виступають найбільшим донором технічної допомоги Україні й активно сприяють залученню міжнародної допомоги для імплементації реформ. У незмінному фокусі американської уваги перебувають поступ антикорупційних реформ в Україні, поширення демократичних цінностей та верховенства права, роль громадянського суспільства, свобода слова. Водночас стан імплементації реформ слугує і своєрідним лакмусовим папірцем, який визначає активність двостороннього діалогу. Сполучені Штати неодноразово підкреслювали кволий поступ антикорупційних заходів в Україні, що може часом ставити під питання надання подальшої допомоги Україні з боку США й вплинути на активність відносин між державами.

Періодично український імідж в США затьмарюється політичними скандалами, в яких фігурує Україна (з нещодавнього – телефонна розмова Президента В. Зеленського з Президентом Д. Трампом, яка спричинила слухання щодо імпічменту президента США; з більш давнього – «касетний скандал» у справі Г. Гонгадзе чи «кольчужний скандал», що ґрунтувався на звинуваченнях України у продажі радарних систем «Кольчуга» в Ірак). Такі події негативно впливають на імідж України у США, більш того, дають ґрунт проросійським силам для поширення негативних наративів щодо України.

Водночас ставлення США до України залишається проактивним, зберігається розуміння важливості її безпеки як частини європейського

безпекового простору та повага до демократичних змін, які відбуваються після 2014 року.

Окремо необхідно відзначити впливовість української діаспори в США. Діаспора на сьогодні найбільш зосереджена у містах Чикаго, Філадельфії, Нью-Йорку та Лос-Анджелесі, але водночас представлена в багатьох американських штатах. Відповідно до [даних](#) Українського Конгресового Комітету Америки, понад півтора мільйони американців українського походження мешкають в США (не враховуючи українську єврейську діаспору). Українська діаспора поділяється на різні групи відповідно до хвилі імміграції, яких спостерігалось декілька за останні два сторіччя.

Відтак, дослідження поточних сприйнятів України у США серед фахових аудиторій дозволить зокрема визначити основні наративи щодо України, вектори, за якими варто спрямовувати більше зусиль з українського боку для інтенсифікації українсько-американського діалогу, формати співпраці, на які є попит серед цільових аудиторій у США, контент, який становить для них більший інтерес, тощо. Це серед іншого дозволить ефективніше спланувати робочий порядок денний української публічної дипломатії та оптимізує активності у напрямі США.

2. СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ ФАХОВИМ СЕРЕДОВИЩЕМ

2.1. ОСНОВНІ АСОЦІАЦІЇ З УКРАЇНОЮ

У Сполучених Штатах Америки асоціації та ставлення до України серед фахової спільноти у сфері культури та представників бізнесу, аналітичного та/або наукового середовища – схожі. Відмінності здебільшого пов'язані з належністю до діаспори або наявним досвідом роботи з українцями/Україною.

Загалом асоціації з Україною балансують на рівні позитивного та негативного враження, що простежуються однаковою мірою. Посилання на корупцію або систему державного управління, яка не функціонує належним чином, постійно доповнюється роздумами щодо європейського вибору, надії на покращення, позитивним ставленням до людського потенціалу.

«Я б сказав, що це – неймовірна підтримка України та її незалежності, але в той же час – неймовірна корупція, яка повинна бути припинена»

Льюїс Маданік, Центр Лідерства «Відкритий Світ»¹

«Друга моя асоціація – дисфункція – постійна нездатність налагодити зладжену нормальну систему управління державою. Країна – мутант, яка вийшла з усіма синдромами пострадянського. Третя асоціація – надія. Бо серед тих пострадянських держав, ми боремося з тією дисфункцією»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет

«Перші асоціації – трагічна історія. Люди, які борються, щоб бути вільними»

Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.

Асоціації з Україною серед представників **діаспори** (незалежно від покоління еміграції) є певною мірою схожими одні з одними та обертаються передусім навколо дитячих спогадів і родинних зв'язків. Ці асоціації є візуально насиченими, наповненими картинками традиційних святкувань, родинних спогадів тощо і мають тісний емоційний зв'язок (наприклад, родина, коріння, традиції).

¹ Тут і далі респондент висловлює власні думки, які не є офіційною позицією інституції, яку він представляє.

«Мої перші асоціації – це моя родина, моє коріння. І постійна гордість за свою землю, свою національну ідентичність. Ця національна ідентичність була протягом сторіч предметом маніпуляцій та тиску ззовні, але Україна завжди виживала»
Алекса Чопівськи, Український дім в Давосі

«Це – моя родина і країна, яка дуже близька моєму серцю, бо я – українка. Хоча я народилась в Італії, дитинство провела в Аргентині, а живу в США»
Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки

Натомість для більшості американців, за словами респондентів, на перше місце виходять політичні новини та асоціації з сучасною Україною. У загальному сприйнятті умовно **політичні відсилання переважають над культурними.**

«Перше, що спадає мені на думку в ці дні, – це країна, яку Росія шпиняє, в яку Росія вторглася. Це – країна, яка знаходиться в стані війни»
Філіп Сеіб, Університет Південної Каліфорнії

«Я думаю, що перше, про що згадують американці [коли чують про Україну. – Інтерв'юер], – це про зв'язок з Росією, і в загальних рисах, про анексію Криму. Це дуже змінило наше сприйняття щодо американського залучення в європейську безпеку - події в Україні стали каталізатором змін в політиці в цій сфері»
Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

«Якщо я була б американкою, то Україна була б пов'язаною для мене з Росією, імпичментом, корупцією, але також з тим, що в Україні дуже красиві жінки і велика боротьба з дезінформацією. Про це мені говорять мої друзі. Також вони говорять, що шкода, що Україна не має більше сили, щоб себе обороняти, але і з подивом – про те, що Україна може протистояти Росії на Донбасі, що Україна потрапила собі таку армію»
Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки

Окремо в асоціаціях більшості респондентів постає **Майдан**. Фактично респонденти згадують про Майдан одночасно і як події Революції гідності 2013-2014 років, і як фізичний простір (особливо асоціація з Майданом Незалежності постає серед тих, хто відвідував Київ у різні часи).

«Завжди думаю про Майдан Незалежності. Для мене це – і місце географічне, і місце революції. Я вперше приїхала до України у 2004 році і побачила Майдан тоді. Але мої дослідження співпали з Євромайданом, тому багато асоціацій також пов'язані з ним. Але все ж таки, для мене Майдан – це насамперед чисте і світле місце, а вже потім намети»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень

«Останні 6 років Майдан був темою номер один серед американців стосовно України. Проте наразі він вже відійшов з основних обговорень, поступившись загальним темам війни та російської агресії»

Марія Генкін, Razom for Ukraine

Водночас асоціації, пов'язані з Майданом, мають і другий рівень сприйняття, що обертаються навколо рефлексій щодо причин та наслідків революції, прагнень людей і потенціалу.

«Коли я чую про Україну, то насамперед думаю про Євромайдан, бажання свободи, нереалізовані очікування людей і довге прагнення справедливості»

Мелінда Харінг, Атлантична Рада

Корупція залишається однією з основних асоціацій, які лунають у переважній більшості інтерв'ю у різних контекстах. Особливо це проявляється тоді, коли йдеться не про фахівця, що спеціалізується суто на Україні, а про респондентів, які у своїй професійній діяльності не фокусуються безпосередньо на українському контексті. При чому, за спостереженнями респондентів, ця тенденція посилилась протягом останнього року через використання нарративу корупції у президентській передвиборчій кампанії у США та під час процедури імпічменту президента США восени 2019 року.

«Загалом суспільна широка думка полягає в тому, що Україна є небезпечною, де купа проститутток та наркотиків. Також Україна асоціюється з корупцією через Байдена та імпічмент Трампа»

Мелінда Харінг, Атлантична Рада

Єдиним **візуально-культурним** елементом, який постає в асоціаціях нефахової спільноти, стала українська **вишиванка** через її активне використання у модній індустрії та популяризацію американськими зірками у своїх соціальних мережах.

«Зараз є певне захоплення красою – подивіться, як продається зараз українська мода, як речі з українськими візерунками продаються навіть у H&M»

Алекса Чопівські, Український дім в Давосі

«Під час моєї останньої поїздки я була в музеї Івана Гончара, і там як раз була виставка традиційних весільних суконь та головних уборів. Ми робили фотографії, навіть приміряли, було дуже красиво, і це відразу згадується»

Поліна Садовская, PEN Америка

В одиничних випадках серед основних асоціацій було названо конкретних представників української культури (Микола Гоголь, Кіра Муратова, Олександр Довженко, Лесь Курбас, Сергій Параджанов, Сергій Жадан, ДахаБраха). Здебільшого такі асоціації виникли у тих респондентів, хто глибоко займалися/займаються українським дискурсом у професійній діяльності, або у представників діаспори.

«Оскільки я багато працюю з сучасними письменниками та митцями, то у 2018 році я запросила Сергія Жадана взяти участь у нашому фестивалі. Тому от ця літературна культура, яка

розквітає та вибухає після революції 2014 року, яка принесла гордість українському народу, – це моя друга асоціація [з Україною. – Інтерв'юер]. А ще – виступ Dakh Daughters на Майдані під час революції. На YouTube є короткий кліп виступу і за лаштунками. Це було настільки потужно артистично, це було захоплююче та неймовірно»

Поліна Садовская, PEN Америка

Що стосується географічних асоціацій, то переважна більшість респондентів асоціюють Україну зі столицею Києвом. Лише деякі називали Львів та Одесу. Окремі респонденти говорили про природні ландшафти без прив'язки до конкретної місцевості. При цьому географічні асоціації необов'язково пов'язані з фактом відвідання України особисто.

«Природа в Україні одночасно красива і наповнена – шикарні морські узбережжя, великі гори, дуже красиві річки. У вас одне з найбільш продуктивних сільських господарств, а також – природні ресурси. Неймовірна історія – грецькі колонії в Криму, середньовічні фортеці»

Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.

«Асоціації великого міста – щось типу Києва, меншою мірою Одеса. Київські пейзажі. Пороги на Дніпрі»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«Якщо ми говоримо про візуальні картинки, я ніколи не була в Україні, але перше, що уявляю собі, – великий собор, а також картинки старого європейського міста»

Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

АСОЦІАЦІЇ ЦІЛЮВИХ АУДИТОРІЙ (КРИМ ДІАСПОРИ) З УКРАЇНОЮ



АСОЦІАЦІЇ ПРЕДСТАВНИКІВ ДІАСПОРИ З УКРАЇНОЮ



2.2. ЗАГАЛЬНЕ СТАВЛЕННЯ ДО УКРАЇНИ

Корупція та сприйняття України через процес реформ та подій останніх років домінує у сприйняттах України для більшості респондентів.

«Моя професійна спільнота краще знає про Україну. З позитивного вони говорять про сильне громадянське суспільство, талановиту нову генерацію, дуже креативну талановиту робочу силу. З негативного – звичайно, сильні корупційні виклики. Це домінує у будь-якому сприйнятті»
Алекса Чопівськи, Український дім в Давосі

Але водночас, окрім корупції, респонденти звертали уваги на хід реформ загалом, зокрема звертаючи увагу і на сферу освіти.

«Моя спільнота здебільшого позитивно сприймає Україну. Позитивно – які розумні та працюючі, спрямовані на майбутнє молоді люди. Негативно – звичайно, це ваша стара освітня система, яка досі вчить, що правильно, що ні, замість того, щоб давати знання, в якій добрі відносини між студентами та викладачами – рідкість і є скоріш патерналістськими»
Льюїс Маданік, Центр Лідерства «Відкритий Світ»

Майже всі респонденти підкреслюють, що для широкого загалу в США **Україна та її культура – маловідомі**. Сприйняття України в США здебільшого формується через дві призми: поточних подій у новинах або радянського минулого. Події в Україні 2014 року та скандал з імпічментом американського президента у 2019 році певним чином виокремили Україну з суто російського або навіть радянського дискурсу, вплинули на більшу впізнаваність самої України. Однак це не стосується її культури.

Фактично думки респондентів зводились до декількох основних тез. Перше – це концентрація американського суспільства на **внутрішньоамериканському дискурсі**, на чому наголошували респонденти.

«Існує дуже мале коло тих, хто цікавиться Україною на моєму рівні. Академічна спільнота у сфері публічної дипломатії та журналістики має дуже низький інтерес. Вони дивляться на Україну тільки як цікавий науковий кейс, який можна розібрати зі студентами. Я, звичайно, не можу говорити за інших, але моє враження, що їм це не цікаво. Можливо, це – феномен Америки Трампа. Нас цікавлять лише внутрішні справи»
Філіп Сеїб, Університет Південної Каліфорнії

«Середньостатистичний американець не переймається Україною, а сфокусований на внутрішньому. Тому питання «США – Російська Федерація», «США – Україна» здебільшого присутні тільки в професійному колі, питання геополітики стали більш нішеві, ніж під час холодної війни»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет

Водночас один з респондентів згадав і про новий тренд «домашнього» американського дискурсу. Йдеться про нову українську діаспору, яка стає активною частиною американського політичного процесу:

«Діаспора відіграє певну роль у політиці, і її вплив як на політичну, так і на соціальну сферу – цілком помітний. Яскравим прикладом такого зростаючого впливу є нещодавні вибори конгресменки від Огайо [на виборах перемогла Вікторія Спарц, яка іммігрувала в США з України у 2000 році. – Інтерв'юер]»
(анонімно, Американські Ради з міжнародної освіти).

Друге – це плінність інтересу та відповідність тому, **що саме в цей конкретний момент є в новинах**. На великому впливі саме новинного, телевізійного контенту наголошувала більшість респондентів у різних містах США.

«“Середній американець” споживає ЗМІ. Залежно від політичних уподобань це – FOX або CNN, які подають інформацію на момент дня. Коли був Майдан, то ми [Україна. – Інтерв'юер] постійно були на шпальтах газет. І в той час Україна увірвалася у свідомість середньостатистичного американця»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет

«України було багато на американському телебаченні, тому зараз, звичайно ж, включаються й ці асоціації. Багато залежить від останнього враження, а зараз все більше пов'язано з

останніми новинами»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«Якщо ми говоримо про «американських американців», а не про діаспору, то навіть ті, хто має дипломатичний або політичний бекграунд у моєму оточенні, має дуже погану обізнаність. У мене є враження, що вони припиняють слідкувати за країною або подією, як тільки New York Times перестає за цим слідкувати»

Поліна Садовская, PEN Америка

«Вплив ЗМІ настільки різний і настільки сильний, що треба дуже відсіювати цю інформацію. Проте видно дуже різне ставлення та дуже різне сприйняття»

Марія Климчак, Український національний музей у Чикаго

Третє – це сприйняття України **через призму Росії**. Це відбувається або на рівні плутання атрибуції тих чи інших подій, людей, ідей між Україною, Росією та Радянським Союзом, або через сприйняття України в контексті російської агресії та російської сфери впливу. Крім того, респонденти часто підкреслювали, що культурне та наукове середовище, дипломати та політики у США умовно поділяються на дві групи: ті, хто, вважає себе патріотом чи прихильником України, і ті, хто дивиться на Україну через призму відносин з Росією.

«Є одна значна проблема щодо людей, які відстежують сучасну Україну – дуже мало з них розпочинали саме з України. Багато з них, як і я, розпочинали з СРСР або пізніше з Росії, і тільки потім переходили до України. Іноді це не є проблемою. Але іноді це дуже велика проблема. Адже вони бачать Україну як таку, що підпорядковується російській історії, тому що саме так вони вивчали це в університеті, наприклад»

Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.

«Загалом [серед американського суспільства спостерігається. – Інтерв'юер] визнання того, що Україна стала жертвою Росії, але також і всі ці розмови про те, що США не повинні втручатися. Весь цей новий американський ізоляціонізм»

Філіп Сеіб, Університет Південної Каліфорнії

«“Середній американець” не знає, де знаходиться Україна, й плутає її з Росією, точніше, не робить різниці. Для американців Україна – це щось аморфне, що знаходиться у тій частині земної кулі. Здебільшого сприйняття американців якимось пов'язані або з СРСР, або з чимось аморфним»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«Всі говорили про серіал «Чорнобиль». Наприклад, вчитель фізики моєї доньки в 10 класі на уроці сказав, що це відбулось у Росії. І моя донька повинна була виправляти його, що це була Україна. Він спочатку не повірив їй»

Мар'яна Бужерин, Гарвардський Університет

Рівень обізнаності щодо української культури загалом було визначено як невисокий. При чому, як показали проведені інтерв'ю, це притаманно столиці не менше, ніж окремим американським штатам.

«Якщо ж ми не говоримо про політику, то тут нема позитивного чи негативного ставлення до України та української культури, оскільки просто немає достатніх знань. Тут, у Нью-Йорку знають театр Вірляни Ткач. Як PEN ми намагаємося привезти українських письменників або митців, щоб вони брали участь у нашому щорічному фестивалі. Але це – одна персона, один раз на рік, одна подія»

Поліна Садовская, PEN Америка

«Американці не знають багато про світ. Це є великою проблемою. Крім людей, які приїхали з Європи, всі інші про Україну не знають нічого або знають мало. Окрім тих моментів, коли я був в Українському музеї в Чикаго, або мова йшла про нього, я не можу пригадати жодної зустрічі, на якій фігурувала б назва «Україна». Можливо, Франція, Німеччина, Велика Британія, Польща, Іспанія, Італія, але ніколи Україна. Але я не можу сказати, що це дуже погано, бо якщо люди мало про вас знають, у вас є шанс їх здивувати»

Карлос Тортолеро, Національний музей Мексиканського мистецтва

«Не вистачає знання навіть про політичну ситуацію в Україні, не кажучи вже про якісь культурні чи інші особливості. Особисто мені те, що відбувається у сфері дизайну у Східній Європі, надзвичайно цікаво. Проте це окрема тема, в якій я дійсно працюю одна серед всіх своїх колег. [...]»

Браєр Левіт, графічна дизайнерка

«Україна може багато чого запропонувати з точки зору туризму (і це не тільки Одеса). Але мої друзі мало що про це знають, і їх асоціації з Україною зупиняють їх від поїздки чи навіть від того, щоб думати про поїздку [в Україну]»

Філіп Беднаржик, Комітет з закордонних справ Палати представників

У контексті **позитивних асоціацій** або рефлексій про сприйняття респонденти часто висловлювали думку, схожу з висловленою М. Харінг (Атлантична Рада), що зводиться до широкого українського потенціалу: *«Я думаю про потенціал, про такі інституції як Український католицький університет, про молодих людей та студентів з шаленою енергією».*

«У професійному середовищі існує сприйняття України як країни, яка обрала західний шлях. Я думаю про Євромайдан як пробудження, яке дозволило більшу свободу, інтеграцію в євроатлантичні структури, сприяло демократичним реформам. Це лише деякі позитивні думки про Україну, які мають люди»
Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

У позитивному ключі також завжди згадується українська кухня, до якої зараз зростає інтерес. Відтак, цю тему варто підтримувати. Зокрема, респонденти відмічали, що *«є певний запит на гастрономічні теми, і статті про українські страви у декількох провідних американських виданнях значно поживали інтерес»* (анонімно).

Водночас учасники інтерв'ю наголошували на відкритості американського суспільства дізнаватися щось нове.

**«Коли я питаю на Різдво, чи знаєте ви, що Carol of the Bells – це українська колядка, ніхто не знає. Але люди залюбки дізнаються про це. Через те, що про українську культуру дуже мало знають, то про неї і немає стереотипів, особливо негативних. Коли ми робимо кутю і все різдвяне чи пишемо писанки, ми запрошуємо американців. І вони все це так добре сприймають, і писанки пишуть, і вареники ліплять. Сприймається дуже позитивно»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет**

Відповідаючи на запитання про **малодосліджені теми**, пов'язані з Україною, респонденти робили наголос на тому, що ближче їх особистим або професійним інтересам. При цьому вони наголошували, що теми, які становлять інтерес конкретно для них, можуть бути мало репрезентативними з точки зору зацікавленості суспільного загалу в США. Найчастіше було згадано багатоманітність України та її досвід у гібридній війні проти Російської Федерації. Загалом перелік названих тем є дуже широким і різноплановим. Відповіді респондентів швидше підкреслили велику кількість тем, які на сьогодні в США все ще є малодослідженими або такими, на які не звертають достатньої чи належної уваги.

**«В антропології Україну здебільшого розміщують у групу постсоціалістичних студій. Там я частіше працюю з людьми, які займаються Балканами, оскільки ми вивчаємо протести з точки зору цивільного опору, і там набагато більше схожого. Різноманітність та комплексність України ще не дуже розуміють у рамках антропологічних досліджень. Етнічна та расова різноманітність в Україні потребує вивчення»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень**

**«У США спостерігається відсутність розуміння, що способи ведення війни змінились, а Україна є лабораторією того, як воєнні дії розвиваються»
Філіп Сеїб, Університет Південної Каліфорнії**

(Про уроки гібридної війни та український досвід, зокрема, говорили декілька респондентів).

**«Професійне середовище занадто зосередилось на Мінську, на спробах запровадити мир в Україні, на високій політиці. Вони не звертають достатньо уваги на процеси внутрішніх реформ. Вони мало знають про культурні та соціальні сфери»
Мелінда Харінг, Атлантична Рада**

**«Розуміння тієї шкоди, яку принесли три покоління комунізму, соціалістичної економіки, і як це все нашкодило українському менталітету, індивідуальній свободі та ініціативності [потребують вивчення. – Інтерв'юер]»
Льюїс Маданік, Центр Лідерства «Відкритий Світ»**

«Люди думають, що через війну вони не повинні інвестувати [в Україну. – Інтерв'юер]. Але попри війну в Україні розвивається стільки сфер – ІТ та інші креативні індустрії. Нам потрібно

краще комунікувати наші сильні сторони. Україна має стільки всього, що запропонувати світу – давайте сфокусуємося на цих наративах та будемо широко комунікувати наші головні історії успіху»

Алекса Чопівськи, Український дім в Давосі

«Наприклад, дуже шкода, що творчість О. Довженка, одного з моїх улюблених режисерів, зовсім не представлена в США. Колись була ретроспектива у Вашингтоні, але це було сто років тому. Натомість тут [у США. – Інтерв'юер] всі у найкращому випадку згадують Милу Йовович»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«Я буду зараз упереджена, бо очолюю відповідну адвокаційну кампанію, але мені хотілося б бачити більше про кримських татар – як про поточну складну ситуацію, в якій вони опинились, так і про їхню багату та красиву культуру»

Поліна Садовская, PEN Америка

«Опера. Тут виступають найкращі українські співаки, але про це мало знають. Коли вони виступають у славних операх, то в ЗМІ про це повинні говорити. Коли РФ виступає, то пишуть «російський баритон», але про нас – ні. Театр також абсолютно відсутній, але тут є проблема – мова. Потрібні субтитри, і тут таке вже робили»

Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки

«Звісно ж, тема їжі. Люди часто просто не розуміють всього потенціалу цього напрямку в Україні, всього його різноманіття та сфер. Українські бізнесмени та професіонали, такі як Євген Клопотенко, надзвичайно професійно та креативно підходять до кожної деталі. І мова йде не лише про українську кухню як таку – це відображається загалом в усіх закладах харчування. Це дійсно сильний актив української культурної дипломатії»

Браян Фурман, Посольство США в Україні².

Перелік **альтернативних країн**, які цікавлять респондентів, залежить насамперед від їх професійного контексту. Ті, хто безпосередньо займається Україною, також звертають увагу на країни пострадянського простору, Східної Європи, Чорноморського та Балканського регіонів. Політика, історія та наративи в Російській Федерації також є пріоритетними, зокрема, через їх вплив на інші держави. Що стосується культурного простору, то як зазначали респонденти, їх цікавлять країни Східної Європи з огляду на культурну схожість.

² Респондент висловлює власні думки, які не є офіційною позицією його організації.

3. СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ МІСЦЯ У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ

3.1. СУЧАСНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ ТА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА УКРАЇНИ – ОБІЗНАНІСТЬ, ЗАЦІКАВЛЕНІСТЬ, ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Багато респондентів наголошують на тому, що українська культура дуже часто сприймається лише в **загалі пострадянських або східноєвропейських культур**. У цьому вбачають як позитивні, так і негативні наслідки. Негатив зазвичай стосується сприйняття українських подій або особистостей у російському контексті, в якому українська культура розчиняється. **Виокремлення української культури від російської у сприйнятті** американського споживача було однією з головних рефлексій респондентів.

«Тільки нещодавно я дізналась, наскільки складна ситуація між Росією та Україною наразі. Це дало більше розуміння, більше нюансів щодо культурного сприйняття українцями самих себе і росіян. Певним чином я побачила культурний вияв проблеми. Проте я досі відчуваю реальну нестачу знань»
Браєр Левіт, графічна дизайнерка

«Українська культура сьогодні затьмарена російською культурою. При чому, коли я говорю «російська» – це і радянська, і російська імперська. Україна може і повинна знайти своє місце у глобальному контексті»
Алекса Чопівськи, Український дім в Давосі

«З одного боку, українська культура є унікальною та специфічною, але з іншого – я не можу сказати, що це заважає їй бути частиною глобального контексту. Здається, вона зараз поступово просувається до глобальної аудиторії і стає частиною глобальної культури. Якщо Україна продовжить дивитися у бік Росії, то її культура буде подавлена. Тому я думаю, що зараз Україна робить правильні речі з точки зору виокремлення себе від російської культури. Поступово ви шукаєте, як зробити так, щоб інші люди, міжнародна спільнота сприймала вас як маленьку, але таку, що пишається собою, українську культуру»
Поліна Садовская, PEN Америка

Думки респондентів щодо української культури розходяться на предмет того, **частиною якої більшої культурної спільноти вона є**. Деякі все ще сприймають її як частину пострадянської, але дедалі більше американців говорить про українську культуру як частину східноєвропейської (ставлячи її в один ряд з польською, чеською) та загалом європейською. На думку американських респондентів, важливим елементом є **включення української культури у ширший контекст**, який може бути як східноєвропейський, так і американський.

«Ми бачимо українську культуру частиною європейської культури, але десь на периферії. Як слов'янську, східноєвропейську, але як частину європейського простору»
Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

«Загалом треба так вибирати українські теми, щоб вони перетиналися з тим, що цікавить місцевих. З одного боку, говорити про сучасну українську літературу – цим зацікавиться лише вузький фахівець. Але можна говорити про східноєвропейську літературу після розпаду соцтабору і тут вже про українську літературу. Тоді нею більше зацікавляться»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет

«Україну відносять до категорії постсоціалістичного світу. Але останні два тижні розмова про борщ увірвалась у всі американські медіа та розмови. Фактично американці, які не є в академічній сфері, нічого не знають про Україну. Вони не можуть назвати письменника або художника. Але ці статті про борщ змінили ситуацію»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень

Українську кухню згадувала велика кількість респондентів, при чому саме в культурному дискурсі, наголошуючи, що «культура їжі зараз набирає обертів».

«Кулінарна сфера також зараз у процесі пізнання. Українська кухня чудова, але не так добре відома. Британсько-українська шеф нещодавно опублікувала свою нову книжку, і вона стала дуже популярною. [...] Йдеться про Олю Геркулес (Ola Hercules) та її книжку про українську кухню, і ми [Atlantic Council. – Інтерв'юер.] робили з нею **захід»**
Мелінда Харінг, Атлантична Рада

«У розумінні сучасної культури значне місце посідає українська кухня та її репрезентація. Проте існує не так багато українських магазинів, і цю нішу займають так звані «російські магазини», які постачають товари з усіх пострадянських країн. Відповідно, через призму «російських магазинів» і сприймаються українські продукти»
(анонімно, Американські Ради з міжнародної освіти)

«Попит на українську культуру зростає. Охочих з'їсти українські цукерки або шоколад, такий як «Рошен», більше. Ви вже можете бачити це в деяких офісах»
Льюїс Маданік, Центр Лідерства «Відкритий Світ»

Також респонденти звертали увагу, що в США відкрито не так багато українських ресторанів. А ті, які є, наявні лише в регіонах компактного проживання діаспори.

**«Реально помітний запит на більшу репрезентацію української кухні. Наразі, окрім декількох суто українських ресторанів, українська кухня також наявна в ресторанах інших слов'янських культур, де вона фактично розмивається на загальному фоні (в російських взагалі деукраїнізується)»
(анонімно, Американські Ради з міжнародної освіти)**

Водночас респонденти підкреслювали загальну незначну обізнаність про українську культуру та розмитість образів:

«Як ідентифікують українську культуру у світі – це дуже важливе питання. Франція – вино, сир, мода. Італія – мистецтво, вино. [...]. А як люди у світі ідентифікують Україну, якщо десь на вулиці їх запитати? Я думаю, що зараз люди скажуть про війну та агресію. А нам треба це змінити, щоб вони сказали про танцівників, айтішників»

Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки

**«У США дуже-дуже мало української культури. Дуже мало усвідомлення, що українська культура існує. Зараз культура посунулась більше у бік візуального. Якщо цієї культури не видно на Нетфліксі, то для багатьох вона не існує. Може тільки невеличка група людей, які читають New York Review of Books, про неї знають, але це – інтелектуали. Маса дивляться телебачення. А там майже нема України. «Чорнобиль» та «Winter on Fire» – єдине, що було. Якщо України нема в Голлівуді, то відповідно і в думках американців нема»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет**

«Місце у світовому контексті в сучасній українській культурі, безперечно, є, проте багато з того, що виникає в Україні, є незрозумілим світу»

Марія Генкін, Razom for Ukraine

«На жаль, українська культура не сприймається як частина глобального контексту, як і культура будь-якої країни колишнього СРСР. [...]. Причина – нічого нового не створюється, утилізують лише старе. Навіть те чудове, що було в українському кіно, у київської мультиплікаційної школи – хто не помер, той поїхав в Москву або США»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

Важливим питанням залишається поточний та можливий попит на українську культуру.

«Попит може бути, але насправді не так багато американців знають про українську культуру, щоб мати свідомий попит на неї»

Браян Фурман, Посольство США в Україні

«Українська культура – це насамперед про гостинність та привітність до чужинців. Якщо говорити про високу культуру,

то в Україні є чудова історія про її пошук свободи та самовизначення, боротьбу з агресією»
Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.

Також респонденти описували запити за окремими напрямками або інтерес у вузьких темах.

«У світі дизайну дійсно є місце українським елементам та українським нарративам, як і будь-яким іншим у цьому світі [...]. У нас менше обміну талантами, ніж у Європі. До нас в Америку останнім часом мало хто доїжджає, тому як такого культурного обміну доволі мало»

Браєр Левіт, графічна дизайнерка

«Існує певний запит на більшу кількість нормальних, професійних гідів для екскурсій українськими місцями в Америці (ресторанами, місцями культури, діаспорними місцями і т.д.). Наразі більшу частину таких функцій виконують або діаспоряни, або просто пересічні люди, і явно йде певне спотворення образів та символів»

(анонімно, Американські Ради з міжнародної освіти)

«Єврейсько-українська культура явно недооцінена. У США існує величезна єврейська громада, яка має надзвичайний вплив у всіх сферах політичного та соціального життя. І вони цікавляться місцем свого народження, а для багатьох з них – це саме Україна. Тому Україна повинна представляти для них великий інтерес, який можна використовувати»

Кнут Детлефсен, Представництво Фонду ім. Ф. Еберта в Вашингтоні

«Я думаю, що деякі ваші академічні інституції можуть бути цікавими для іноземців – Києво-Могилянська бізнес школа, Київська школа економіки, КНУ, НАУКМА тощо»

Льюїс Маданік, Центр Лідерства «Відкритий Світ»

«Музика є важлива. Моїм дітям імпонують ДахаБраха, Dakh Daughters, не шароварні речі, а от такі сучасні, з панковим уклоном. Я зробила плейлист української музики на Spotify (з того, що знайшлося в Spotify), і вони грають це своїм одноліткам»

Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет

«Навесні я планувала провести конференцію. Вона повинна була бути на дуже політичну тему. Але ми хотіли запросити Оксану Забужко виступити перед учасниками, вона як раз планувала бути в США. І всім сподобалась ця ідея, тому що навіть ті, хто не займається культурою, дуже в ній зацікавлені»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень

«Ваш МЗС повинен більше працювати з музеями, культурними центрами, особливо після коронавірусу, щоб достукатись до інших»

Філіп Сеїб, Університет Південної Каліфорнії

**«Україна починає бути відомою як країна дизайнерів високої моди. Тут у США зростає індустрія цього»
Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.**

**«У Нью-Йорку я б ще подумала про колаборацію з якимось парком. Тут таке практикують, оскільки в різних районах є дуже багато парків. Ставлять інсталяції, нові статуї. Можливо, і Україні варто було б так з якимось парком зробити спільний проєкт»
Поліна Садовская, PEN Америка**

**«Щось на зразок Chornobyldorf. Archaeological opera, стратегічно розміщеного в США, створить великий успіх (завдяки нещодавньому серіалу від НВО про Чорнобиль це досі надзвичайно популярна тема)»
Браян Фурман, Посольство США в Україні**

Значною мірою на **нещодавні спогади респондентів** вплинула пандемія. Для багатьох респондентів безпосередній контакт з елементами української культури відбувається під час візиту до України, що під час пандемії є, по суті, майже неможливим. Але і ті елементи української культури, які присутні в США, упродовж поточного року були малодоступні через неможливість у багатьох містах відвідувати публічні заходи.

**«Більшість моїх спогадів, звичайно, пов'язані з моїми поїздками до України, музеями та виставками, які я бачила там»
Поліна Садовская, PEN Америка**

**«Можливості познайомитися з українською культурою є дуже обмеженими, окрім тих випадків, коли ти знаходишся в Україні»
Мелінда Харінг, Атлантична Рада**

**«Я також можу згадати чудові українські музеї, які я відвідував в Україні. Наприклад, Pinchuk Art Center. Більшість моїх вражень пов'язані з фізичною присутністю в Україні»
Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.**

Серед останніх спогадів респонденти називали, зокрема, гастролі Одеського національного академічного театру опери та балету в США, виступи ДахаБраха та Сергія Жадана, фестивалі діаспори, виставки в чиказьких музеях.

**«Я бачив декілька дуже креативних проєктів, пов'язаних з війною на Сході, серед яких – дуже гарний захід у Посольстві України в Вашингтоні. Також пригадую Євробачення і пісні Руслани»
Льюїс Маданік, Центр Лідерства «Відкритий Світ»**

**«ДахаБраха були в США у турі. І виступали в Портсмуті у джазовому клубі, дуже камерному, але відомому. І я там була єдина українка. А клуб був наповнений. І всі були дуже захоплені, хоча вони [ДахаБраха. – Інтерв'юер.] співають українською мовою. І в Кембриджі, Массачусетс, на виступі була та ж сама історія»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет**

**«У вас дуже активна діаспора, представники якої роблять багато заходів. Вони організують відкриті (вуличні) фестивали з їжею та музикою, там також можна купити одяг. Я звикла регулярно їх відвідувати, коли жила у Нью-Йорку»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень**

**«Я не буду об'єктивною, бо сама організую такі події. Наприклад, ми організували у Вашингтоні велике фешн-шоу, куди ми привезли 12 українських дизайнерів. Це був захід не для діаспори, яка і так добре проінформована. Наші гості були з Державного департаменту та Сенату, журналісти. Нашою метою було привернути їх увагу, і через цю красиву українську культуру та талант нам це вдалося»
Алекса Чопівськи, Український дім в Давосі**

**«Найбільш яскраве враження справила ретроспектива О. Довженка у 2003 році у Вашингтоні»
Даніель Левін, Good Hope Films, LLC**

**«Я можу згадати декілька документальних фільмів про Україну, наприклад, "Winter on Fire". Також ми дивились фільм "Mr Jones" про голод»
Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики**

**«Фільм "Mr Jones" став реальним хітом і одночасно чудовою нагодою дізнатись більше
Мелінда Харінг, Атлантична Рада**

Але є серед спогадів і неприємні.

**«[...] ми разом відвідували Український музей в Нью-Йорку, і він виглядав так сумно, дуже маленький та старий. Ви обов'язково повинні привнести туди енергію молодого покоління, щоб трансформувати цей музей»
Поліна Садовская, PEN Америка**

**«Я була на українському фестивалі у Вашингтоні, і вони привозили старомодну канадську групу фольклорного танцю. Проблема в тому, що все це дуже нагадує старий радянський стиль»
Мелінда Харінг, Атлантична Рада**

У визначенні цільової аудиторії для просування української культури в США респонденти розійшлися у думках. Деякі вважають, що первинним споживачем української культури у США все ж таки є українська та пострадянська діаспори. Інші, включаючи представників самої діаспори, наголошують на важливості виходити за рамки такого сприйняття і робити все можливе, щоб зацікавити ширшу аудиторію.

**«Насамперед ми повинні розуміти американську цільову аудиторію. Це – своєрідна стратегія зворотної піраміди. Починайте від мети, аудиторії та йдіть аж до засобів і програм (тобто розширюйте вашу діяльність)»
Браян Фурман, Посольство США в Україні**

«Запит на українську культуру може бути як мінімум у діаспорі, серед тих, хто говорить українською і російською. [...]. Але якби було англійською [кіно та книжки. – Інтерв'юер], то запит був би набагато більше»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«На вашому місці я б не орієнтувалась на діаспору. Це не цікаво. Ці люди живуть тут давно, вони намагаються відвідувати події, але більшість із них вже мають усталене сприйняття України, яке важко змінювати. Американці, які не є представниками діаспори, можуть зацікавитись саме тому, що вони не знають багато. Так, тут серйозна конкуренція з іншими культурами за увагу, тому повинно бути добре просування. Але моя думка, що щонайменше у Нью-Йорку людям цікаво, що відбувається в інших країнах світу. Але ви повинні вхопити їх увагу. І ви повинні прив'язати це до їх досвіду, їх життя, культури та новин»

Поліна Садовская, PEN Америка

«Як тільки ви знайомите людей з Україною і якщо ви робите це у сучасній, прогресивній, крутій манері, люди закохуються в Україну. Нашої ціллю повинні бути люди високого рівня, ті, хто приймає рішення»

Алекса Чопівські, Український дім в Давосі

«Я б сказала, що у Вашингтоні міг би бути запит на українську культуру, оскільки Україна є частиною політичної та безпекової дискусії тут. Відповідно, через це, це буде дуже символічно і приверне значну увагу. Але я не впевнена, що це буде мати такий самий відгук в інших штатах, окрім Вашингтону, як, наприклад, щось німецьке або італійське

Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

«Залежить від того, кого зацікавити. Український інститут у Нью-Йорку може зацікавити тих, хто цікавиться екзотичними, незахідними культурами, не мейнстрімовий»

Мар'яна Бужерин, Гарвардський Університет

Окремо респонденти наголошували на проблемі співвідношення попиту та пропозиції української культури.

«Не може з'явитися запит, поки немає репрезентації. Якщо воно не досягне, про нього не будуть знати, і на нього не буде попиту»

Марія Генкін, Razom for Ukraine

«Завжди можна сказати, що країна могла б зробити ще більше для культурної дипломатії. Український інтерес – змусити інших цікавитися Україною, її цінностями. На сьогодні суспільства у світі не мають відчуття того, чим є українська ідентичність, як вона відрізняється від інших»

Філіп Сеіб, Університет Південної Каліфорнії

«У контексті попиту важливе місце займає переклад і відповідно представлення української літератури. Потрібно працювати з видавцями для вирішення репрезентації української літератури та історії. До минулого року взагалі не існувало практики

перекладу фрагментів українських книжок (без цих фрагментів видавці не будуть приймати до розгляду для публікації книги, тому саме з підготовки таких фрагментів починається конструктивний контакт з видавцями). Наразі запустилося декілька приватних ініціатив фондування таких перекладів, але цього дійсно недостатньо»

Марія Генкін, Razom for Ukraine

«Я також думаю, що може бути запит у кіноіндустрії, тому що зараз змінюється доступ до цієї сфери. Не тільки Голівуд тепер важливий. І це відкриває Україні додаткові можливості»
Філіп Беднаржик, Комітет з закордонних справ Палати представників

3.2. РЕЗУЛЬТАТИ ОЦІНКИ ЗАПРОПОНОВАНИХ КУЛЬТУРНИХ ФЕНОМЕНІВ

Якісний аналіз феноменів

Аналіз оцінки феноменів респондентами у США продемонстрував такі загальні тенденції:

1. значні відмінності у знаннях щодо культурних феноменів серед представників української діаспори та представників інших ЦА;
2. більш детальна обізнаність з феноменами може бути пов'язана зі специфікою професійної діяльності респондентів;
3. присутні професійні тренди в обізнаності щодо феноменів (наприклад, ті, хто займається літературою, мало орієнтуються в феноменах, пов'язаних з кінематографом чи образотворчим мистецтвом, і навпаки);
4. непогане знання загальновідомих феноменів, які в останні роки чітко асоціюються з Україною (наприклад, вишиванка, борщ, козаки тощо);
5. краща обізнаність з сучасними трендами або феноменами, про які постійно/часто говорять у США (Майдан, Голодомор);
6. вкрай низький рівень обізнаності респондентів з представниками мистецької сфери, особливо початку ХХ сторіччя.

Найменший рівень обізнаності або повна її відсутність виявилася відносно художників Давида Бурлюка, Олександри Екстер та Василя Єрмилова, скульпторів Івана Кавалерідзе та Георгія Пінзеля, лінгвіста Олександра Потебні, Всеукраїнського фотокіноуправління.

Найкращий рівень обізнаності було зафіксовано відносно таких феноменів, як козаки, Кримська війна (1853 – 1856), борщ, Київська Русь, Бабин Яр, Майдан, письменники Шолом Алейхем та Микола Гоголь, Голодомор, Чорнобиль, собор Софії Київської. Всі ці феномени отримали

тільки позитивну відповідь (знаю, чув/чула і т.д.) щодо обізнаності з боку респондентів. При цьому більш глибоке зондування показало, що ступінь знань про деякі феномени, які відомі респондентам, варіюється. Найбільш предметно і вичерпно респонденти могли прокоментувати такі феномени: Микола Гоголь, фільм «Земля» Олександра Довженка, Чорнобиль, Шолом Алейхем. І беззаперечним лідером щодо обізнаності респондентів із запропонованим переліком феноменів є Майдан.

РІВЕНЬ ОБІЗНАНОСТІ З КУЛЬТУРНИМИ ФЕНОМЕНАМИ

НАЙНИЖЧИЙ

Давид Бурлюк
Олександра Екстер
Василь Єрмілов
Іван Кавалерідзе
Георгій Пінзель
Олександр Потебня
Всеукраїнське фотокіноуправління

НАЙВИЩИЙ

Майдан
Кримська війна (1853 - 1856)
борщ
Київська Русь
Бабин Яр
Шолом Алейхем
Микола Гоголь
Голодомор
Чорнобиль
собор Софії Київської

РІВЕНЬ ОБІЗНАНОСТІ З КУЛЬТУРНИМИ ФЕНОМЕНАМИ

НАЙВИЩИЙ



НАЙНИЖЧИЙ








Крім того, було виявлено феномени, які респонденти знають, але не називають українську атрибуцію або називають не лише її, серед них:









1. Ті, що мають змішану атрибуцію, коли респондент одночасно асоціює феномен і з Україною, і ще з однією країною:
 - a. США – Юрій Шевельов, Яків Гніздовський, «Щедрик»;
 - b. Францією – Серж Лифар, Анна Київська;
 - c. Росією – борщ, скіфи, Кіра Муратова, Казимир Малевич, Чорнобильська катастрофа, Микола Гоголь;
 - d. Ізраїлем – Шолом Алейхем;
 - e. Вірменією – Сергій Параджанов.
2. **Феномен асоціюється з іншими країнами:**
 - a. Велика Британія, Франція, Росія, Османська імперія – Кримська війна 1853 – 1856 рр.;
 - b. Росія – борщ, Дзига Вертов, Броніслава Ніжинська, Андрій Курков;
 - c. Німеччина – Пауль Целан;
 - d. США – «Щедрик»;
 - e. Ізраїль – Шолом Алейхем;
 - f. Польща – Йозеф Рот.

РІВЕНЬ ОБІЗНАНОСТІ З КУЛЬТУРНИМИ ФЕНОМЕНАМИ

УКРАЇНОЮ ТА ІНШИМИ КРАЇНАМ

	Юрій Шевельов Яків Гніздовський «Щедрик»
	Серж Лифар Анна Київська
	борщ, скіфи Кіра Муратова Казимир Малевич Чорнобиль Микола Гоголь
	Шолом Алейхем
	Сергій Параджанов

ІНШИМИ КРАЇНАМИ

	борщ Дзига Вертов Броніслава Ніжинська Андрій Курков
	Пауль Целан
	«Щедрик»
	Шолом Алейхем
	Йозеф Рот
  	Кримська війна 1853 – 1856 рр.

СВІТОВОЮ КУЛЬТУРОЮ

Володимир Горівіц
Пауль Целан
Казимир Малевич

3. Феномен асоціюється зі **світовою культурою** без прив'язки до конкретної країни – Володимир Горівіць, Пауль Целан, Казимир Малевич (респонденти називають їх міжнародними, світовими).

Нижче наведені окремі коментарі щодо тих феноменів, з якими респонденти були добре обізнані. Більшість коментарів подаються без посилання на конкретного респондента, оскільки вони не наведені повною цитатою, а радше є найбільш яскравими та повторюваними прикладами оцінки феноменів респондентами.

Українське декоративно-ужиткове мистецтво (наприклад, Петриківський розпис, Косівська кераміка, вишиванка та ін.)

Вишиванка є відомою майже всім опитаним респондентам насамперед як візуальний образ. При чому на сьогодні вона асоціюється вже не тільки з традиційним вбранням, але й сучасною стильною модою. Вишиванку часто згадували респонденти під час інтерв'ю, коли говорили про свої асоціації з Україною. Деякі респонденти підкреслювали, що завдяки американським зіркам та українським дизайнерам, які представлені в США, інтерес до вишиванки значно збільшився як до чогось нового та модного.

«Уявляю собі візуально, знаю, що в різних регіонах може бути по-різному, але я не зможу ідентифікувати цю різницю. Колись у Нью-Йорку брала участь у майстер-класі з петриківського розпису».

«Вишиванка точно вже зайняла своє місце в стилі і моді».

Щедрик / Carol of the Bells, за словами респондентів, дедалі частіше починає асоціюватися з Україною, хоча більшість американців і не знають його оригінальної української назви.

«Тільки рік тому я дізнався, що це українське [...]. До цього я вважав її міжнародною різдвяною мелодією».

Борщ

«Тому що я знаю Україну, то відповім, що борщ – український. Але 30 років тому це було для мене руське (не радянське)».

Майдан на сьогодні відомий як колективний революційний образ.

«Для мене Майдан – це і 2004, і 2013. Це – не просто вуличні протести, це важлива частина міста, історії».

«Політичні протести в Україні, які призвели до нового українського уряду».

Певні складнощі виникли при спробі віднести деякі феномени до конкретної країни. Деякі імена зі списку феноменів є добре відомими постатями світового рівня, наприклад, **Казимир Малевич** або **Володимир Горовиць**, а тому респонденти відмовлялися асоціювати їх з конкретною країною, називаючи натомість міжнародним піаністом («З Україною його асоціюють лише ті, хто займається його конкурсом в Україні. А в світі він – міжнародний піаніст») чи світовим митцем («Немає асоціації з однією країною. У мене він сприймається як міжнародний. Я виокремлюю митця від країн»).

Коментуючи деякі феномени, респонденти говорили, що коли вони думають про Україну, то деякі особистості не приходять їм відразу на думку. Водночас коли вони чують їх імена, то Україна одразу з'являється серед асоціацій. Наприклад:

Кіра Муратова, Сергій Параджанов

«Кіра Муратова стоїть осторонь, тому що знімала російською. Хоча Одеса і є частиною її фактури, але коли ми говоримо «Україна», вона не перша, хто впливає в голові. А от коли чую її ім'я, то так, відразу виникає асоціація з Україною [...]. З одного боку, вона нішева, а з іншого – Україна нічого не зробила, щоб її набути».

«Параджанов – яскрава особистість сам по собі. Звичайно, з його ім'ям не відразу згадуєш Україну. Але він у мене чітко асоціюється з цим фільмом [«Тіні забутих предків». –Інтерв'юер], а це – гуцульська історія».

Шолом Алейхем

«Я знаю, що це – Україна, бо я дивився чудовий фільм про нього з англійськими субтитрами».

«І читав його, і знав багато, але до моєї поїздки в Київ два роки тому я не знав, що він – з України. Я б скоріш асоціював його з Європою та Ізраїлем».

Серж Лифар

«Я читала про нього статтю на уроці української мови. Я б сказала, що він асоціюється з Україною, тому що я почула про нього в цьому контексті. Але я знаю, що він жив у Франції, і так його знає більшість».

Водночас **Дзига Вертов** серед тих, хто його знає, насамперед асоціюється з СРСР та Росією.

«Виключно з Росією. Він – класик радянського документального кіно.

Але я так розумію, що він родом з-за межі осілості».

«Ми робили проєкт разом з Українським музеєм сучасного мистецтва – виставку «Російське мистецтво зроблене українськими митцями» (“Russian Art made by Ukrainian Artists”). Дзига Вертов був великим хітом».

Не у всіх відразу асоціюється з Україною **Бабин Яр**, сприйняття його належності – доволі розмите.

«Це – Україна, Київ. Але коли говорять про Україну, то Бабин Яр не відразу з'являється в уяві, скоріш – загальне про Голокост».

«Україна. Я там був багато разів. Але це більше єврейська спадщина».

Обізнаність з історичними постатями чи традиціями дуже залежить від заглиблення респондента у вивчення історії в університеті чи через поточну роботу. Але більшість підкреслювала необхідність знайомства американської публіки з цими феноменами, оскільки вони можуть зацікавити своєю унікальністю.

Кобзарська традиція

«Звичайно, знаю, це дуже візуально для мене – вишиванка та вуса».

«У мене є знайомий – відомий композитор і музикант. Коли він почув бандуру, то відразу захотів включити її у свій концерт. Тепер український бандурист з Чикаго репетирує з ними джазові композиції».

Анна Київська (Анна Ярославна, Анна Руська)

«Вона – неймовірна можливість. Про неї нічого немає англійською. Жодних книг, але вона – така історична постать! Зараз це дуже модно – мати сильних жінок-історичних персонажів».

Скіфи

«Я дуже багато читав про них, коли був хлопцем, але вони були представлені мені як частина російської історії».

«Була їх виставка в Британському музеї, і для мене вона була захоплюючою. Це було дуже цікаво. Але я думав про них більше з точки зору культури, ніж географії».

Чорнобильська катастрофа

«Надзвичайно популярна тематика – серіал від HBO зробив «позитивний» вплив (наразі у серіалі однакова популярність з «Грою престолів»)».

«Радянський Союз. Фільм HBO дуже вплинув на місцеву обізнаність, звернув увагу на радянську байдужість до трагедії».

«Я знаю, що це – Україна, але ми більшою мірою асоціюємо з СРСР, а більшість американців – з Росією».

Переважна більшість респондентів знає про **Голодомор**, але підкреслює, що в США значно частіше використовують інший термін.

«Я знаю, що це таке. Але в культурному середовищі тут нема такого поняття. Тут скоріш говорять «Червоний терор», «сталінські репресії» як більш загальні поняття».

«Книга Ен Еплбаум дійсно привернула увагу людей».

«Люди більше звикли до терміну “Великий голод”».

З **письменниками** добре обізнані ті, хто має відповідну освіту чи профіль роботи. Водночас сучасним письменникам характерна значно краща пізнаваність і серед інших респондентів.

Леся Українка

«Я знаю її чудові твори. Я почала читати її, коли почала займатися Україною».

Микола Гоголь

«Українська культура сьогодні – у тіні російської [...]. Наприклад, Гоголь є українцем, але всі знають його як російського автора».

«Коли я спілкуюсь з освіченими американцями, то Гоголя, наприклад, мало хто читав».

Розстріляне відродження

«Мій особистий біль. Чого ніколи не чуєш на Заході – це про український модернізм, про українське «Розстріляне відродження». Насправді майже нічого з того не перекладене англійською мовою, не викладається в університетах. Навіть якщо розпитати викладачів славістики, то в них немає знань і матеріалів, вони не знають ані Рильського, ані Хвильового. Це при тому, що російський модернізм, на кшталт Хармса, зараз стає дуже популярним у вузьких колах інтелектуалів [...]. Російський модернізм постійно перекладають, його видають в New York Review of Books. А про українське не говорять».

Андрій Курков

«На жаль, я його асоціюю з Росією. Я читав його книжки, коли був в Лондоні. На столі, де були найбільш популярні книжки, були і його».

Сергій Жадан, наприклад, викликає не тільки культурні, літературні асоціації. Він цікавий американцям також своєю активною політичною та громадянською позицією. Респонденти наголошували, що подібні автори можуть зацікавити американську публіку – нова генерація письменників-активістів, на відміну від умовної старої генерації, яка представлена Андрієм Курковим.

«Що стосується письменників та митців, то в них така ж обізнаність про Україну, як і в інших американців. Я маю сумніви, що вони щось знають про українську культуру. Вони можуть знати Жадана, тому що він тут певною мірою відомий, і в нього є ті, хто підтримує його просування в США, запрошують його на різні заходи, панельні дискусії. Але не більше цього».

Достатньо відомим сьогодні в США є **Олег Сенцов**, але не через його літературні та кінематографічні твори. Його ім'я насамперед асоціюється з Кримом, російською агресією, активізмом та визволенням з російської в'язниці. Але американцям цікава його історія, і через його особистий досвід з'являється і зацікавлення його мистецтвом.

«Я дізналась про нього як про в'язня і тільки після цього як про режисера».

Найнижчу обізнаність було проявлено щодо феноменів, пов'язаних з **образотворчим мистецтвом**. Здебільшого респонденти обмежувалися іменем, яке десь зустрічали; дехто випадково потрапляв на виставку. Виключення становлять ті респонденти, які фахово займаються мистецтвом на постійній основі.

Олександра Екстер

«Вона модерніст? Я тільки що про них читала, була стаття в Harvard Ukrainian Studies journal».

Бойчукізм

«Фрески Дієго Рівери, який багато в чому сформував свій стиль під впливом творчості Бойчука».

Георгій Нарбут

«Ми зараз в процесі підготовки виставки в музеї сучасного мистецтва в Чикаго [...]. Ми хочемо, щоб американці побачили, що Україна є сучасною. Зараз буде виставка Георгія Нарбута, який був модерністом, авангардистом. Він створив бренд України у 1918 році – тризуб стилізований, українські гроші і все, що треба для незалежної держави. Він залишив цілу школу brand-makers і має за собою цілу купу послідовників у сучасних агентствах брендінгу».

Броніслава Ніжинська

«Одна з неймовірних, але незнаних артисток України».

Серед феноменів, які викликають інтерес експертів і які, на їх думку, варто додати до переліку, називали письменника Ісаака Бабеля, диригентів Оксану Линів та Кирила Карабиця композитора Валентина Сильвестрова, художників Миколу Пимоненко та Аллу Горську.

«Валентин Сильвестров – його твори грають найбільші оркестри в світі. Коли його грають Лондонський чи Чикагський оркестр, то ми повинні говорити, що він – українець, його треба привезти на такий концерт, щоб диригент міг його представити публіці».

Окремо спостерігається більша зацікавленість сучасним українським контекстом. Більшість респондентів наголошували на знанні і зацікавленості у таких проєктах як ДахаБраха, Dakh Daughters або у перекладах творів Сергія Жадана, ніж у мистецтві початку ХХ сторіччя.

«Давайте подивимось на ДахаБраха – це настільки круто. Це – фолк, але з таким західним підходом, що вони стають популярними всіма США, де у них був тур, і не тільки серед українських емігрантів, але і серед тих, хто любить незвичні речі. Тому що це дуже професійно».

4. ОСОБЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНСЬКОЮ СТОРОНОЮ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

4.1. НАЯВНИЙ ДОСВІД СПІВПРАЦІ ТА ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКА

Названі приклади співпраці та/чи контактів з індивідуальними або інституційними агентами з України варіюються залежно від сфери, що її представляють респонденти, їх спеціалізації, тощо. Наявний досвід респондентів можна умовно поділити на кілька категорій:

1. Епізодичні чи постійні контакти з осередками української культури в США. У цьому контексті були названі такі приклади взаємодії (у зв'язку з професійним інтересом до України чи особистим зв'язком з Україною), зокрема:
 - співпраця з [Українським інститутом Америки у Нью-Йорку](#) та/чи відвідування організованих ним заходів;
 - співпраця з [Українським національним музеєм у Чикаго](#);
 - відвідування [Українського музею в Нью-Йорку](#);
 - досвід організації заходів спільно з [Посольством України в США](#) чи відвідування таких заходів;
 - досвід організації заходів спільно з [Бізнесовою радою США – Україна \(US – Ukraine Business Council\)](#);
 - знайомство з українською культурою через представників української діаспори в США та/чи українських студентів, які навчаються в університетах у США.
2. Участь у заходах в Україні на запрошення українських партнерів та/чи з ініціативи інституцій, які представляють респонденти, зокрема:
 - [Львівський безпековий форум](#);
 - [Київський безпековий форум](#);
 - [Ялтинська європейська стратегія](#);
 - [Форум Ukrainian ID у Каневі](#);

- співпраця з [Українським католицьким університетом](#);
 - співпраця з [Української академією лідерства](#).
3. Досвід спільних проєктів, реалізованих в Україні та/чи США (залежно від специфіки професійної діяльності респондентів), зокрема:
- 3.1. з державними інституціями, серед яких:
- [Міністерство закордонних справ України](#);
 - [Міністерство культури України](#);
- 3.2. з партнерськими організаціями, серед яких:
- з [Києво-Могилянською Бізнес-Школою](#);
 - з [Фондом Східна Європа](#);
 - з [Українським осередком Міжнародного ПЕН-клубу](#);
 - з [Internews](#);
 - з [Кримським домом](#);
 - з громадянським суспільством окремих міст України (наприклад, [проєкт Urban Space 100](#) в Івано-Франківську);
- 3.3 з інституціями культури, серед яких:
- з [Центром Курбаса](#);
 - з [ЄрміловЦентр](#);
 - з [ГОГОЛЬФЕСТ](#);
 - з театром [Мала Опера](#);
 - з видавництвом [Родовід](#);
- 3.4. з аналітичними та дослідницькими центрами, серед яких:
- з [Національним інститутом стратегічних досліджень](#);
 - з [Центром Разумкова](#);
 - з окремими українськими аналітиками, дослідниками, журналістами, представниками громадянського суспільства.

4. Індивідуальні контакти з українською культурою під час особистих чи професійних поїздок до України або під час поїздок українських митців до США, організація спільних заходів і проєктів за участі українських культурних діячів:
 - особисті контакти з меценатами та митцями в Україні – представниками живопису, музики, літератури тощо;
 - професійні контакти з українськими музичними виконавцями (наприклад, Олег Скрипка, Тарас Тополя, Ніна Матвієнко);
 - професійні контакти з українськими письменниками (наприклад, Сергій Жадан, Мар'яна Кіяновська, Оксана Луцишина, Андрій Курков);
 - професійні контакти з українськими театральними діячами (наприклад, Сергій Проскурня);
 - волонтерство у [GoCamp](#).
5. Встановлення контактів з УІ:
 - налагодження відносин з УІ й очікування подальшої співпраці (одиночні згадки).

Як різновид досвіду знайомства з українською культурою деякі респонденти називали придбання вишиванок, дисків українських виконавців, предметів живопису, сувенірної продукції.

Респонденти наголошували на важливості налагодження **особистих контактів через візити** українських культурних агентів в США та навпаки, а також різноманітних **програм обміну**.

«У 2000 році я організувала Chicago Blues and Jazz Festival. Ми привезли в Україну дві дуже відомі групи. Всі газети писали про це. І коли вони повернулися в Чикаго, то у всіх інтерв'ю потім згадували Київ, казали, як хотіли б повернутися туди»
Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки

«Фактично, вся програма Open World – це культурний та соціальний обмін зі США. Адже для того, щоб зачепити щось у душах американців, щоб вони зрозуміли Україну, потрібно і самим відчувти та зрозуміти Сполучені Штати»
(анонімно, Американські Ради з міжнародної освіти).

Учасники подібних проєктів часто опісля стають своєрідними «амбасадорами» країни. Спільні візити та програми обмінів зазвичай задають гарні перспективи для подальшої співпраці і слугують потужним інструментом розширення партнерських мереж, відтак до них завжди присутній інтерес. Навіть за наявності уже діючих спільних проєктів важливим є розвивати та утримувати робочі відносини, які зазвичай починаються саме з міжлюдських контактів. Це повсякчас підкреслювали респонденти під час розмови.

Також було наголошено на потребі посольств/консульств України більше увагу приділяти **піар-заходам**, бо «без піару про дивовижні українські речі мало хто знає» (Марія Генкін, *Razom for Ukraine*). Крім того, замість того, щоб замикатися на «собі» (тобто орієнтуватися лише на українську громаду в США), важливо охоплювати **ширші аудиторії** серед місцевих жителів. На думку респондентів, цього можна досягти, серед іншого, спільною **копродукцією американських та українських митців**. Успішним прикладом такої культурної інтегрованої співпраці було наведено участь у благодійному концерті у Чикаго Олега Скрипки, якому акомпанував джазовий ансамбль з Чикаго:

**«І це вийшло фантастично. І там була купа американців»
Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки**

**«Відвідавши Україну, де я познайомилась з гуцульською колядою, я почала привозити їх до нашого театру. І людям це шалено подобалось. Уявіть, групу з п'яти селян, яка зазвичай співала це раз на рік, я об'єднала з [американськими. – Інтерв'юер] музикантами так, що це була суміш традиційного Різдва і нашого [американського. – Інтерв'юер] комерціалізованого Різдва. Це зайняло у нас пару років, і ми привозили їх до США за грантові гроші кожні два роки, кожен раз з новою програмою. І це був, безумовно, найуспішніший вихід української культури на масову публіку у Нью-Йорку. Навіть *New York Times* це помітила і написала. Тому що люди шукають щось інше, окрім Санта-Клауса, все ще християнське, але відмінне, і це збіглося з популярністю фолка»
Вірляна Ткач, *Yara Arts Group***

Саме з метою розширення аудиторії й інтенсифікації міжлюдських контактів «важливо забезпечувати залучення наших спеціалістів до місцевих фестивалів» (Марія Генкін, *Razom for Ukraine*), а не фокусуватися суто на своєму продукті і «своєму споживачі» (тобто діаспорі). Перспективною з точки зору просування іміджу України видається респондентам також співпраця у тих осередках, де представлені американські культурні агенти. Респондентами було наведено приклад проєктів за ініціативи та підтримки Вірляни Ткач за участі потужних американських культурних агентів (йшлося, наприклад, серед іншого про англійські театральні постановки українських творів або постановки, які містять фрагменти з українських творів в основі сюжету, в інтерпретації американських акторів). Це знову ж таки сприяє розширенню аудиторії споживачів українського культурного продукту. Як відзначали респонденти, обізнаність та краща поінформованість про Україну сприяє позитивному ставленню.

Водночас респонденти згадували і про приклади негативного досвіду взаємодії або відсутності відгуку з української сторони. Наприклад, були налагоджені контакти і велися переговори про співпрацю, але співпраця не відбулася з певних причин насамперед через складнощі фінансування української сторони (одиночні згадки).

«Я, наприклад, зацікавлений проводити спільні проєкти, зокрема, з українськими продюсерами. Але це вкрай важко, тому що фінансові дотації дуже низькі [...]. Але з іншого боку, відомо, що з США важко заводити спільні проєкти, тому що

немає договору про спільну діяльність у сфері кіно. Скільки я не намагався (а було кілька спроб), то завжди закінчувалося байдужістю. [...] У мене був досвід переговорів, а не роботи. Він був невдалий. Було відчуття, що українська сторона була незацікавлена в роботі зі мною. Фінансування відіграло велику роль»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«У мене була ідея, коли С. Жадан був тут, провести такий перфоманс: Жадан би читав свої вірші, вірніше «відігравав» би їх прямо на вулиці біля стіни. А на цій стіні український графітик «оживляв» би ці вірші в реальному часі. На жаль, тоді ми дуже пізно про це подумали і не встигли зібрати дозволи та гроші»

Поліна Садовська, PEN America

Серед проблемних моментів у співпраці з українськими державними інституціями основним було названо культуру стратегічного планування, точніше її відсутність у значній кількості випадків. Проблему, за словами респондентів, становить і нечіткий розподіл повноважень між різними державними інституціями, що уповільнює та ускладнює робочий процес. При цьому співпраця з державними інституціями в українських регіонах, на думку деяких респондентів, подекуди є більш успішною, аніж у столиці, що зумовлено різним ступенем мотивації та натхненності у робочому процесі.

4.2. ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ

Загалом бачення перспектив співпраці, затребувані формати взаємодії, тематика майбутніх проєктів, що цікава респондентам, залежить від специфіки їхньої професійної діяльності. Респонденти наголошували, що більшість форматів може бути цікавою за умови їх належної професійної реалізації, бажано при залученні місцевих фахівців, які розуміють «ринок», а також з донесенням учасникам, чому саме Україна повинна бути цікавою. Залежно від вектора роботи, респонденти виділяли ті форми співпраці, які, на їхню думку, видаються більш перспективними та дієвими.

Одним із найчастіше згадуваних напрямів співпраці респонденти називали **активізацію наукової та академічної співпраці**. Серед найбільш затребуваних форматів у цьому напрямі були названі **конференції і воркшопи, а також спільні дослідження, доступи до українських архівів**. При цьому представники академічного та дослідницького середовища, як і представники дипломатичних установ і діаспори звертали увагу насамперед на **необхідність розширення представництва українських науковців на престижних наукових майданчиках у США** (наприклад, на щорічній конвенції [Асоціації слов'янських, східноєвропейських та євразійських студій, ASEES](#)), що суттєво сприятиме промоції української науки за кордоном. Респонденти висловлюють інтерес до встановлення і розширення такої співпраці з українськими науковцями.

«Мені було б цікавим привезти сюди українських лекторів, але якщо вдасться знайти на це фінанси. До того ж завжди існує

мовне питання – вони повинні вільно володіти мовою. [...]. Цікавим було б створити центр про сучасну Україну, сучасні дослідження [...]. Якби у нас [в університеті. – Інтерв'юер] був центр типу Гарвардського [Ukrainian Research Institute. – Інтерв'юер), я б працював через них»
Філіп Сеїб, Університет Південної Каліфорнії (Як приклад респондент навів **Інститут вірменських досліджень** в Університеті Південної Каліфорнії).

«Мені були б цікаві будь-які заходи, які б додали можливості українським науковцям отримати вихід на ширші наукові кола. Один зі способів виносити українські питання в ширші міжнародні дискурси – це помножувати дослідження. І можливо, в Україні їх є багато, але міжнародна мережа так працює, що якщо ви не публікуєтесь в міжнародних журналах англійською мовою, то вага ваших досліджень надзвичайно обмежена. Тому мені б було цікаво «витягнути» українських науковців на міжнародний рівень. Дати їм можливість публікуватися, брати участь у форумах»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський університет

Перспективними також респонденти вважають **культурні обміни**. При цьому було відзначено зацікавленість і готовність у тому, щоб інституційно підтримати проведення наукових заходів в Україні, а також культурні обміни для тих, хто хоче приїхати в Україну зі США. У цьому контексті респонденти відзначали необхідність установи, яка б інституційно забезпечувала реалізацію таких обмінів в Україні.

«Все змінюється дуже швидко в Україні, але для американських дослідників часто дуже важко отримати доступ до інформації, до матеріалів архівів. Тому для дослідників було б дуже важливо, якби якась державна інституція ними опікувалась чи могла б їм допомогти»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень

«Допомога фахівцям, які приїжджають в Україну, – це дуже важливо і потрібно. До мене вже декілька американців зверталися по допомогу, як працювати в українських архівах. І якби якась установа взяла на себе таку допомогу, це було б корисно»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський університет

Важливою респонденти сприймають і співпрацю між аналітичними центрами та представниками громадянського суспільства, а також експертний супровід будь-яких ініціатив. У цьому контексті **формати воршкопів** (зокрема з метою вироблення політик), а також **стажування** видаються найбільш затребуваними.

«**СЕРА** також дуже просуває стажування. До нас приїждять різні експерти, і ми б були раді, щоб приїжджали на такі стажування та дослідження експерти з українською фінансовою підтримкою. Але і нам також було б цікаво приїхати в Україну для таких досліджень»
Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

Перспективною для респондентів видається **залучення потенціалу українців, які є випускниками** американських навчальних закладів або учасників окремих програм (наприклад, Fulbright alumni або Open World alumni).

«Ви також повинні дивитися на те, скільки українських дослідників та студентів ідуть за кордон – вони можуть стати чудовим інструментом для просування інформації [про Україну. – Інтерв'юер]. Хтось у вашому уряді повинен їх задіяти»
Філіп Сеіб, Університет Південної Каліфорнії

Одними з найбільш ефективних агентів просування українських наративів респонденти (насамперед представники українського дипкорпусу та діаспори) вважають митців, освітян, науковців, аналітиків, експертів, які здатні просувати **новий, осучаснений імідж України**. При цьому респонденти називали надзвичайно широке коло діячів культури, яких вони хотіли б показати американській аудиторії (наприклад, співачка Аліна Паш, Національний заслужений академічний ансамбль танцю України ім. П. Вірського, гурти «KAZKA» та «ДахаБраха», письменники Софія Андрухович та Артем Чапай, колекціонер мистецтва й арт-менеджер Павло Гудімов, формація молодих українських митців «NOVA OPERA», Центр сучасного мистецтва «ДАХ», а також представники українського кінематографа та моди).

Респонденти наголошують також на інтересі в США до української історії (цікавою, на їх думку, могла б бути промоція історії В. Стуса, історія єврейства в Україні тощо). Крім того, було наголошено на попиті на нові, нині невідомі у США, українські голоси у літературі (зокрема і українські феміністичні голоси).

При цьому респонденти наголошували на потребі розширювати коло тих, хто зазвичай комунікує Україну в США, і ретельно підбирати тих, хто залучений до процесу прийняття рішень щодо заходів культурної дипломатії України.

«Стільки всього є крутого про Україну, що потрібно показувати США. Але часто на заходах – одні й ті ж самі виконавці, які базуються в США, грають на щомісячних «українських» концертах. Потрібно почати запрошувати інших людей, щоб показати нову Україну, її неймовірну, передову динаміку. Та це – питання фінансів»

Алекса Чопівський, Український дім в Давосі

«Люди, які будуть обирати, що показувати в США, повинні мати міжнародний досвід, західну освіту, щоб зрозуміти, що тут може зацікавити»

Мелінда Харінг, Атлантична Рада

Серед перспективних напрямів для просування іміджу України було згадано **кулінарну дипломатію**.

«У США люди просто божеволіють від їжі. Українська кухня реально може стати тим, з чого почнеться зацікавленість українською культурою. Слід більше уваги приділяти українській кухні та її представництву в США. Наразі репрезентативність української кухні у Сполучених Штатах вкрай обмежена – дуже

важко знайти саме український ресторан»
Кнут Детлефсен, Представництво Фонду ім. Ф. Еберта у Вашингтоні

«Мені часто надходять запити різного характеру щодо української культури. Ось приклад частого запиту: «Де є українські ресторани? Які Ви нам порадите?». У самому Чикаго є два українські ресторани, і я тоді часто згадую саме їх»
Марія Климчак, Український національний музей у Чикаго

«У Вашингтоні просто необхідно відкрити український ресторан [...]. Це – та частина культури, яка зможе нас пропіарити»
(анонімно).

Не оминули згадками також і спортивну дипломатію:

«Я думаю, універсальною мовою у світі зараз є футбол. [...] Через спорт можна знайомити народи між собою»
Карлос Тортолеро, Національний музей Мексиканського мистецтва

Загалом респонденти видаються дуже **відкритими до нових форм співробітництва**. Вони повсякчас зазначали зацікавленість у співпраці з українськими стейкхолдерами, а також потребу розширення інформації про них, як і потребу інтенсифікації двосторонніх контактів на рівні інституцій в Україні та США. При цьому представники дипломатичних кіл і діаспори покладають великі надії на ініціативу та сприяння у реалізації проєктів з боку УІ, його експертну підтримку, менеджмент, фінансування. Хоча наголошувалось і на необхідності залучати гроші українських бізнесменів, щоб це не було лише фінансування держави та/або діаспори.

4.3. ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

Серед **основних джерел інформації** про іноземних партнерів для співпраці були названі насамперед **особисті контакти**. На цьому наголошувала переважна більшість респондентів.

«Персональні контакти завжди йдуть на першому місці. У Вашингтоні – дуже розвинуті мережі зв'язків, тому спочатку питаємо знайомих. Потім я можу скористатися Google, щоб перевірити якусь інформацію чи дізнатися більше деталей»
Лорен Сперанза, Центр аналізу європейської політики

«Це насамперед – моя мережа контактів, тільки люди, яких я знаю і яким довіряю. Тому що в сфері комунікацій контакти – це все»

Алекса Чопівськи, Український дім в Давосі

«Тільки особисті контакти [...]. Іноді можна через Facebook месенджер, але завжди краще, щоб представили особисто»
Марта Фаріон, Києво-Могилянська Фундація Америки

**«Це також і «сарафанне радіо», інформація від тих людей, які цікавляться Україною. Вони дуже допомагають»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень**

**«Для мене найкращим є «сарафанне радіо». Завжди є хтось, хто тебе комусь відрекомендує. Я б сказав, це – найкращий спосіб [...]»
Карлос Тортолеро, Національний музей Мексиканського мистецтва**

Крім того, джерелом інформації про потенційних партнерів слугують **професійні фахові спільноти** (різноманітні формати зустрічей професійних мереж, спільнот, асоціацій – конференції, форуми, симпозиуми, конгреси, ярмарки, бієнале тощо), а також **вузькоспеціалізовані проєкти**, залежно від профілю респондента. Також помічними є відповідні сторінки у соціальних мережах.

**«Я отримую багато інформації з соціальних мереж. Зазвичай «мої» (ті, що мені цікаві) інституції розуміють важливість соціальних мереж і добре наповнюють їх інформацією»
Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень**

**«Я беру участь у різних професійних кіноспільнотах, кіноринках, які займаються спільним виробництвом з іноземцями. І відповідно, там прошу допомогти із зустрічами»
Даніель Левін, Good Hope Films, LLC**

**«Як науковець я не вишукую, з ким би мені видати статтю. Ці професійні відносини налагоджуються більш органічно. Скоріш – через зустрічі на конференціях чи членство в *International Studies Association, American Political Studies Association* та їх великі конвенції. Там знайомишся з людьми (але навіть там рідко налагодиш професійні відносини). Скоріш налагоджую через специфічні вузькі проєкти [...]»
Мар'яна Буджерин, Гарвардський Університет**

Представники дипломатичного корпусу, владних інституцій, міжнародних організацій, аналітичних центрів також відзначали користь **аналітичних центрів** – як у США, так і місцевих, у тих країнах, контекстом яких цікавляться респонденти. Матеріали аналітичних центрів слугують джерелом інформації про специфіку країни, особливості її зовнішньої та внутрішньої політики, а також контактів для потенційної співпраці. Для ознайомлення з регіональним контекстом деякі респонденти користуються також **журналами** [Foreign Policy](#) та [Foreign Affairs](#). Локальний контекст черпають з українських ресурсів (з конкретних були названі [Kyiv Post](#) та [Українська правда](#)). Пошук контактів для потенційної співпраці може також здійснюватися і через **посольство США в Україні, місію USAID в Україні, American Councils, PEN Україна**, про що зазначали респонденти.

За потреби пошуку українських культурних діячів та інституцій з метою співпраці були названі ті ж джерела інформації, яким респонденти зазвичай надають перевагу. Як було зазначено вище, йдеться насамперед про

особисті контакти безпосередньо в Україні або тих колег/друзів тощо, хто володіє такими контактами в Україні.

«Немає спеціальних джерел по країні. Оскільки я швидше шукаю конкретних людей»

Даніель Левін, Good Hope Films, LLC

«Якщо я буду шукати щось по Україні, то зателефоную друзям або колегам в Києві, скористаюся соціальними медіа та особистими рекомендаціями»

Мелінда Харінг, Атлантична Рада

Важливою, на думку деяких респондентів, є також **можливість відвідувати країну** і зав'язувати особисті контакти на місцях, а в подальшому їх підтримувати.

«У мене є талановитий персонал, вони мають чудові контакти в Україні. А до минулого березня я і сам регулярно був у Києві, ледь не кожного місяця, так що підтримував контакти»

Джон Хьорбст, Посол США в Україні у 2003 – 2006 рр.

«Регулярні відвідування України – це найкращий варіант дізнатися, що насправді відбувається в Україні. Коли я сиджу в США, я не знаю про нових авторів, нових виконавців, і це мене дуже обмежує. У мене є друзі в Україні, які є дуже активними і шерять багато інформації, так що це – важливе джерело»

Емілі Шанель-Джастіс, Гарвардський інститут українських досліджень

Згадки про Український інститут як джерело інформації про культурні події в Україні та джерело можливих контактів для співпраці були поодинокими. Вони здебільшого стосувалися останніх декількох місяців, часто – випадків особистого знайомства з представниками УІ.

5. ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Сприйняття України в США на сьогодні є складним і неоднозначним. З одного боку, спостерігається збільшення знань щодо політичних та безпекових питань, а також поступове виокремлення України з російського контексту. З іншого боку, рівень загальної обізнаності з українською культурою в будь-яких її проявах є доволі низьким. Більшість знань переважно концентрується у вузьких колах фахівців, які займаються пострадянським або східноєвропейським простором, або обмежується візуальними та побутовими елементами через їх присутність у масовій культурі.

На американське сприйняття соціальних і культурних феноменів, а також загальний інтерес до країни значною мірою впливають журналісти та експерти аналітичних центрів, колишні дипломати та політики. Відтак, імідж та пізнаваність країни формується не суто через вузькі спеціалізовані кола, а радше через ЗМІ та окремі канали розважального телебачення, а інтерес на рівні митців переважно формується через загальний інтерес до країни у суспільстві.

Основні асоціації та загальне ставлення до України у Сполучених Штатах Америки серед більшості ЦА є переважно схожими. Відмінності спостерігаються лише серед представників діаспори та українських дипломатичних кіл, які мають до України глибоку особисту прив'язаність, що часто містить емоційно забарвлений сентимент, пов'язаний з дитинством, родиною, традиціями.

Серед решти цільових аудиторій сприйняття України балансує на межі позитивного та негативного вражень, коли захоплення перспективним людським потенціалом, прагненням свободи та європейського вибору затьмарені постійними згадками про рівень корупції та різними політичними перипетіями. У загальному ставленні умовно політичні наративи суттєво переважають над культурними, а сприйняття України формується або у контексті поточних політичних новин (що часто пов'язані з Росією), або ж крізь призму радянського минулого. Серед асоціацій з політичної площини часто постають Майдан/Євромайдан, анексія Криму, інформаційна війна, корупція, революція, війна з Росією, олігархи, «скандал Трамп – Зеленський». Серед культурно-образних асоціацій переважно згадують вишиванку, борщ, Києво-Печерську Лавру, традиції, сучасну літературу, архітектуру.

Рефлексуючи коментарі респондентів, на американській мапі можна умовно виокремити три міста з більш явно представленими знаннями про Україну та її культуру – Вашингтон, Нью-Йорк та Чикаго. Вашингтон постає у цьому переліку завдяки своєму статусу столиці, великій кількості проведених заходів публічної дипломатії та уваги до них з боку різноманітних бізнесових, громадських і культурних організацій,

аналітичних центрів, тощо. Нью-Йорку апіорі притаманне бурхливе культурне життя, де представлені різноманітні культури та проекти. Тут потужним транслятором української культури виступає, за словами багатьох респондентів, театр Вірляни Ткач та Український інститут Америки. Чикаго – «домівка» впливової української діаспори, а також українського радіо та музеїв. Крім того, значну роль відіграє Гарвардський університет, де діють потужні українські студії.

Респонденти підкреслювали незначну загальну обізнаність з українською культурою серед американців у США та розмитість образів. Обізнаність з культурною дипломатією України загалом є також доволі низькою. Водночас говорили про відкритість американського суспільства до чогось нового. Думки щодо визначення основної цільової аудиторії для української культурної дипломатії розійшлися: частина вважає, що первинним споживачем все ж таки є українська та пострадянська діаспори, інші ж наголошують на важливості виходу на ширшу аудиторію.

Аналіз оцінки феноменів респондентами у США продемонстрував такі тенденції: значні відмінності у знаннях щодо культурних феноменів серед представників української діаспори та представників інших цільових аудиторій; більш детальна обізнаність з феноменами, які пов'язані зі специфікою професійної діяльності респондентів; непогане знання загально відомих феноменів, які в останні роки чітко асоціюються з Україною (наприклад, вишиванка, борщ, козаки тощо) і краща обізнаність з сучасними трендами або феноменами, про які постійно/часто говорять у США (Майдан, Голодомор); вкрай низький рівень обізнаності респондентів з представниками мистецької сфери, особливо початку ХХ сторіччя.

У результаті аналізу обізнаності американських респондентів щодо 72 феноменів найменший рівень обізнаності або повна її відсутність виявилася відносно художника Давида Бурлюка, скульпторів Івана Кавалерідзе та Георгія Пінзеля, художників Олександри Екстер та Василя Єрмилова, лінгвіста Олександра Потебні, Всеукраїнського фотокіноуправління. Найкращий рівень обізнаності респонденти продемонстрували відносно таких феноменів як козаки, Кримська війна (1853 – 1856), борщ, Київська Русь, Бабин Яр, Майдан, письменники Шолом Алейхем та Микола Гоголь, Голодомор, Чорнобиль, собор Софії Київської. Майдан є беззаперечним лідером щодо обізнаності американських респондентів.

Водночас деякі феномени мають подвійну ідентифікацію у сприйнятті респондентів (Україна та інша країна) або асоціюються з третьою країною, як-от: Юрій Шевельов, Яків Гніздовський, Щедрик (США), Серж Лифар, Анна Київська (Франція), борщ, скіфи, Кіра Муратова, Казимир Малевич, Чорнобильська катастрофа, Микола Гоголь, Дзига Вертов, Андрій Курков, Броніслава Ніжинська (Росія), Шолом Алейхем (Ізраїль), Сергій Параджанов (Вірменія), Пауль Целан (Німеччина), Йозеф Рот (Польща), Кримська війна 1853 – 1856 (Велика Британія, Франція, Росія, Оттоманська імперія).

Наявний досвід співпраці з українськими культурними агентами залежить від професійної діяльності респондентів та їх спеціалізації. Умовно цей досвід можна поділити на кілька категорій: епізодичні чи постійні контакти з осередками української культури в США; участь у заходах в Україні на запрошення українських партнерів та/чи з ініціативи інституцій, які

представляють респонденти; досвід спільних проєктів, реалізованих в Україні та/чи США, з державними інституціями, партнерськими громадськими організаціями, інституціями культури, аналітичними та дослідницькими центрами; індивідуальні контакти з українською культурою під час особистих чи професійних поїздок до України або під час поїздок українських митців до США, організація спільних заходів і проєктів за участі українських культурних діячів; встановлення контактів з УІ.

При цьому абсолютно всі респонденти наголошували на важливості налагодження особистих контактів через візити українських культурних агентів в США та навпаки. Саме особисті контакти або так зване «сарафанне радіо» були названі основними джерелами інформації при пошуку потенційних партнерів для співпраці. Великий акцент робився на ефективності різноманітних програм обміну з метою активізації міжлюдських контактів.

Узагальнені рекомендації та рефлексії за результатами проведених інтерв'ю з метою формування тісніших культурних зв'язків та підвищення рівня впізнаваності України в США

1. Для підвищення професійного та особистого рівня обізнаності фахової спільноти:

- створити умови тим іноземним митцям, експертам, науковцям, які приїжджають в Україну для проведення досліджень, роботи в державних архівах тощо, зокрема забезпечивши інституційний супровід їх перебування в Україні;
- організувати програму обмінів для американських митців, експертів, науковців для коротко- та довготермінового стажування в Україні.

2. Для кращого інформування ширшого загалу та забезпечення доступу до інформації:

- централізувати інформацію про українські культурні події, культурних агентів, тощо на єдиному вебсайті з метою полегшення пошуку потенційних партнерів в Україні та оптимізації встановлення контактів.

3. Для кращого вироблення комунікаційної та оперативної стратегії України щодо США:

- визначити на рівні розробників стратегічних комунікацій, які меседжі Україна просуватиме за кордоном засобами публічної/культурної дипломатії, враховуючи при цьому специфіку ЦА. Робити акцент на сучасних трендах і не фокусуватися лише на традиційній культурі;
- виходити на ширші аудиторії, які поки не мають власного чіткого уявлення про те, що таке Україна, які мали б відкривати для себе країну, замість фокусування виключно на діаспорі у проведенні

заходів культурної дипломатії. Це можливо зокрема шляхом зміни локацій проведення заходів (не лише в основних осередках діаспори), а також ініціювання проєктів, спрямованих на створення копродукції;

- забезпечити умови фінансування для вироблення спільних продуктів (дослідження, кіно, пленери, дискусійні панелі) тощо;
- ініціювати підписання угоди про спільне кіновиробництво з США;
- активніше задіяти молоде покоління української діаспори, яке більше включене в саме американський контекст;
- розширювати коло тих, хто репрезентує українську культуру в США;
- розглянути можливість створення або сприяння створенню українських дослідницьких центрів у таких впливових університетах як, наприклад, Університет Південної Каліфорнії, Університет Північної Кароліни, тощо;
- підготувати концепцію державно-приватного партнерства у сфері просування публічної та культурної дипломатії України, оскільки суто державні заходи або заходи за суто державне фінансування можуть викликати значну обережність з боку американських партнерів (це особливо актуалізувалось після скандалів з російським та китайським фінансуванням дослідницьких центрів та університетів);
- розробляти планування активностей з метою охоплення не лише української діаспори, а й окремо єврейської діаспори США, багато представників з якої мають прямий або емоційний зв'язок з Україною;
- зробити акцент на сучасну українську музику та літературу, а також моду та кулінарію, враховуючи, що американська культура має тяжіння до масової культури (якщо говорити про широкі кола, а не про вузькі кола інтелектуалів);
- залучати потенціал українських студентів, які здобувають освіту в американських університетах, проходять стажування, є учасниками різноманітних програм обміну або входять до спілок випускників таких програм з огляду на широке коло їх особистих контактів та обізнаність з місцевою специфікою.

4. Для кращого представлення української культури на американському ринку:

- фокусуватися не лише на культурних заходах, але промотувати й інші сфери життя українського суспільства, наприклад прогрес в ІТ сфері чи цікаві історії успіху українців;
- залучати до реалізації заходів української культурної дипломатії професійних культурних менеджерів у співпраці з місцевими фахівцями й не очікувати, що ці функції на себе обов'язково переймуть фахові дипломати (важливою є співпраця з тими, хто добре орієнтується у місцевих потребах та запитах, сприймається як провідники української культури та дискурсу, мають вплив на суспільну думку й активно працюють в цьому напрямі; респонденти неодноразово називали імена Мирослави Гонгадзе з Голосу Америки, Мелінди Харінг з Атлантичної Ради, Вірляни Ткач з Yara Arts Group (La Mama Experimental Theater in New York));
- сприяти кращому представленню українських науковців на престижних наукових майданчиках (де традиційно серед учасників – велика кількість науковців з Росії), зростанню кількості їх публікацій у міжнародних рейтингових журналах, що забезпечить впізнаваність української науки і поширення (про)українських нарративів. Особливо це стосується історичних та політологічних досліджень;
- робити акцент при плануванні заходів культурної дипломатії у США як на університетських представників (які одночасно можуть бути практикуючими митцями), так і на аналітичні центри, які паралельно з науковими дослідженнями та аналітикою часто організовують культурні заходи, презентації книжок, концерти, виставки або кінопокази;
- ініціювати проєкти на відображення спільності/паралелі сторінок української історії з історією різних народів, зокрема, через кооперацію з єврейською чи іншими спільнотами у США або посольствами відповідних країн;
- забезпечити переклад творів української літератури з подальшим їх виданням американськими видавництвами й організацією презентаційних турів авторів або переклад окремих уривків для представлення їх американським видавцям;
- забезпечити появу українського кіно на американських стрімінгових сервісах (наприклад, Netflix) обов'язково з субтитрами англійською мовою чи з дубляжем;
- створити віртуальні експозиції українських музеїв з гідом іноземними мовами, потреба чого особливо актуалізується в нинішніх умовах пандемії. Цей напрям є дедалі більш популярним серед іноземців і за умови закритих кордонів може викликати

великий інтерес. Теж саме стосується і представлення документальних фільмів або онлайн-концертів, до яких вже звикла американська публіка.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1. СПИСОК РЕСПОНДЕНТІВ, ЯКІ ДАЛИ ЗГОДУ НА ОПРИЛЮДНЕННЯ СВОГО ІМЕНІ/АФІЛІАЦІЇ

English	Українською
Mariana Budjeryn, Research Associate, Harvard Kennedy School's Belfer Center (Chicago)	Мар'яна Буджерин, дослідниця, Белфер Центр, Гарвардський Університет (Чикаго)
Philip Bednarczyk, Senior Foreign Policy Advisor, US Congress (Washington, D.C.)	Філіп Беднаржик, старший радник з питань зовнішньої політики, Конгрес США (Вашингтон)
Emily Channell-Justice, HURI Program on Contemporary Ukraine, Director, Temerty Contemporary Ukraine Program (Chicago)	Емілі Шанель-Джастіс, директорка, Програма дослідження сучасної України, Гарвардський інститут українських досліджень (Чикаго)
Alexa Chopivsky, Executive Director, American Center for a European Ukraine, Executive Director, Ukraine House Davos (Washington, D.C.)	Алекса Чопівськи, виконавча директорка, Американський Центр Європейської України; виконавча директорка, Український дім в Давосі (Вашингтон)
Anonymous, American Councils for International Education (Washington, D.C)	Анонімно, Американські Ради з міжнародної освіти (Вашингтон)
Knut Dethlefsen, Director, Friedrich Ebert Office in Washington DC (Washington, D.C.)	Кнут Детлефсен, директор, Представництво Фонду ім. Ф. Еберта в Вашингтоні (Вашингтон)
Bryan Furman, Assistant Cultural Affairs Officer, Embassy of the USA in Ukraine	Браян Фурман, офіцер відділу з питань преси, освіти та культури, Посольство США в Україні
Marta Farion, President, Kyiv Mohyla Foundation of America (Chicago)	Марта Фаріон, президентка, Києво-Могилянська Фундація Америки (Чикаго)
Melinda Haring, Deputy Director, Eurasia Center, The Atlantic Council (Washington, D.C.)	Мелінда Харінг, заступниця директора, Центр Євразії, Атлантична Рада (Вашингтон)

John Herbst, U.S. Ambassador to Ukraine (2003-2006) (Washington, D.C.)	Джон Хьорбст, Надзвичайний та Повноважний Посол США в Україні (2003-2006) (Вашингтон)
Maria Genkin, Member of the Board, Razom for Ukraine (New York)	Марія Генкін, член правління, Razom for Ukraine (Нью-Йорк)
Briar Levit, graphic designer, Associate Professor of Graphic Design, Portland State University (Portland)	Браєр Левіт, графічна дизайнерка, асоційована професорка, Університет Портленду (Портленд)
Daniel Levin, producer, Good Hope Films, LLC (Huston)	Даніель Левін, продюсер, режисер Good Hope Films, LLC (Х'юстон)
Maria Klimchak, curator, Ukrainian National Museum (Chicago)	Марія Климчак, кураторка, Український національний музей у Чикаго (Чикаго)
Lewis Madanick, Senior Program Manager, Open World Leadership Center under the Library of Congress (Washington, D.C.)	Льюїс Маданік, старший програмний менеджер, Центр Лідерства Відкритий Світ, Бібліотека Конгресу (Вашингтон)
The respondent remained anonymous.	Респондент зберігає анонімність.
Polina Sadovskaya, Program Director for Eurasia, PEN America (New York)	Поліна Садовська, програмна директорка для Євразії, PEN America (Нью-Йорк)
Lauren Speranza, Director of Transatlantic Defense and Security, the Center for European Policy Analysis (CEPA) (Washington, D.C.)	Лорен Сперанза, директорка, Програма Трансатлантичної безпеки та оборони, Центр аналізу європейської політики (Вашингтон)
Philip Seib, Professor of Journalism and Public Diplomacy, University of Southern California (Los Angeles)	Філіп Сеїб, професор журналістики та публічної дипломатії, Університет Південної Каліфорнії (Лос-Анджелес)
Carlos Tortolero, President & Founder, National Museum of Mexican Art (Chicago)	Карлос Тортолєро, президент та засновник, Національний музей Мексиканського мистецтва (Чикаго)
Virlana Tkacz, Founding Director, Yara Arts Group (New York)	Вірляна Ткач, директорка-засновниця, Yara Arts Group (Нью-Йорк)

ДОДАТОК 2. Рівень обізнаності з культурними феноменами

№	Феномен	так, добре обізна- ний	так, дещо знаю	ні
1	Український авангард 1910-1920: візуальне мистецтво, кіно, література	2	5	2
2	Українське модерністське (неофіційне) мистецтво радянського періоду (напр. Алла Горська, Валерій Ламах, Флоріан Юр'єв та інші)	1	5	4
3	Давид Бурлюк	3	0	7
4	Українське декоративно-ужиткове мистецтво (напр. Петриківський розпис, Косівська кераміка, вишиванка та ін.)	5	3	2
5	ВУФКУ (Всеукраїнське фотокіноуправління)	0	2	8
6	Михайль Семенко	0	3	6
7	Володимир Горовиць	2	2	6
8	Борис Лятошинський	0	3	6
9	Юрій Шевельов	2	3	4
10	Козаки (Запорізька Січ)	5	5	0
11	Кримська війна (1853–56)	2	8	0
12	Борщ	8	2	0
13	Соня Делоне	0	2	8
14	Оксана Забужко	3	1	7
15	Іван Кавалерідзе	0	1	9
16	Херсонес	1	4	5
17	Олександра Екстер	0	1	9
18	Скіфи	3	5	2
19	Тетяна Яблонська	1	2	7
20	Сергій Корольов	1	3	6
21	Бахчисарайський палац	2	3	5
22	Іоан Георгій Пінзель	0	0	10

23	«Розстріляне відродження»	1	2	7
24	Київська Русь	3	7	0
25	Олег Сенцов	6	0	4
26	Серж Лифар	0	3	7
27	Іван Мазепа	1	5	4
28	Василь Єрмилов	0	1	9
29	Харківська школа фотографії	1	3	5
30	Кіра Муратова	1	4	4
31	Кобзарська традиція	4	4	1
32	Олександр Богомазов	1	1	7
33	Пауль Целан	2	1	6
34	Лесь Курбас та театр «Березіль»	3	2	4
35	Анна Київська	1	7	1
36	Олександр Мурашко	1	1	7
37	Олександр Потебня	0	1	8
38	Українське бароко/ Козацьке бароко/ Мазепинське бароко	2	5	2
39	Яків Гніздовський	2	2	5
40	Григорій Сковорода	3	2	4
41	Дзиґа Вертов	2	0	6
42	Агатангел Кримський	1	1	6
43	Бабин Яр	5	3	0
44	Марія Примаченко	1	3	4
45	Хайтарма	1	2	5
46	Леся Українка	5	2	1
47	Щедрик	6	1	1
48	Валентин Сильвестров	0	2	6

49	Казимир Малевич	4	4	0
50	Майдан	8	0	0
51	Паркомунa (наприклад, Олег Голосій, Олександр Гнилицький, Василь Цаголов, Арсен Савадов та інші)	0	3	5
52	Олександр Архипенко	1	2	5
53	«Тіні забутих предків» Сергія Параджанова	2	2	4
54	Шолом Алейхем	6	2	0
55	Голодомор	5	3	0
56	Сергій Жадан	4	1	2
57	Чорнобильська катастрофа	6	3	0
58	Броніслава Ніжинська	1	3	5
59	Бойчукізм	1	3	5
60	Йозеф Рот	1	6	2
61	«Земля» Олександра Довженко	6	2	1
62	Володимир Вернадський	1	4	4
63	Софійський собор (Софія Київська) у Києві	5	4	0
64	Юрій Кондратюк	0	3	6
65	Георгій Нарбут	4	2	3
66	Микола Гоголь	6	3	0
67	Андрій Курков	3	5	1
68	Соломія Крушельницька	5	2	2
69	Василь Стус	2	2	4
70	Сергій Параджанов	2	2	5
71	Дмитро Бортнянський	1	1	7
72	Олександр Довженко	2	3	4