

Аналітичний звіт Сприйняття України за кордоном

ЯПОНІЯ

Автори: Сергій
Герасимчук

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.....	11
3. Сприйняття української культури та її місця у світовому контексті.....	18
3.1. Сучасна культура України та культурна спадщина України – обізнаність, зацікавленість, загальна характеристика	18
3.2. Результати оцінки запропонованих культурних феноменів	23
4. Особливості співпраці з українською стороною у сфері культури	29
4.1. Наявний досвід співпраці та його характеристика.....	29
4.2. Перспективи співпраці.....	31
4.3. Джерела інформації для міжнародної співпраці.....	39
5. Висновки та рекомендації	43
ДОДАТОК 1. Список респондентів, які дали згоду на оприлюднення свого імені/афіліації.....	47
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 Японії, 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 22 інтерв'ю. Усі інтерв'ю проходили у жовтні – грудні 2020 року з використанням платформ для онлайн конференцій основною мовою спілкування респондента (японською чи українською) і тривали від 1 до 3 годин. Переважно респонденти висловлювали власні думки та позиції. Втім в кількох визначених питаннях їх просили також окреслити сприйняття й очікування фахової спільноти, яку вони представляють в Японії, 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 інструментарію, наданого Українським інститутом, що містив основні запитання. 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 про феномен, 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

Японія – один з важливих політичних та економічних партнерів України в Азії. Вона незмінно підтримує суверенітет та територіальну цілісність України, ввела та подовжує власні санкції проти Російської Федерації (щоправда, ці санкції є значно м'якшими, ніж європейські та американські). Японія здебільшого розділяє українське бачення безпекових викликів, має спільні з Україною проєкти щодо розвитку Чорноморського регіону та ядерної безпеки.

Зростає динаміка двосторонніх торговельних відносин. У 2019 р. загальний товарообіг двосторонньої торгівлі товарами і послугами досяг 1 235,3 млн дол. США. Однак, при цьому зберігається негативне для України сальдо торговельного балансу (715,56 млн дол. США) та домінування у структурі українського експорту сировини, тоді як з Японії до України надходять товари з високою доданою вартістю.

Прямі іноземні інвестиції Японії в Україну станом на 01.01.2020 р. становили майже 140 млн дол. США і протягом 2019 р. збільшились на 560 тис. дол. США. Проте, це не повною мірою відповідає потенціалу двосторонніх відносин. Натомість українських інвестицій в Японії не зареєстровано.

Фінансово-кредитне співробітництво України з Японією і надання технічної допомоги реалізується головним чином у рамках програми Офіційної допомоги розвитку (ODA) Уряду Японії на основі співпраці з Японським агентством міжнародного співробітництва (JICA). У рамках ODA Японія, починаючи з 1992 р., надала Україні допомогу на загальну суму понад 3,2 млрд дол. США, з яких понад 1,86 млрд дол. США надійшло протягом 2014 – 2019 рр. Уряд Японії також виділяє окремі кошти на проєкти ООН в Україні у рамках шести програм, зокрема і для відбудови східних регіонів України та реабілітації постраждалого населення.

Серед найважливіших напрямків української допомоги Японії – співпраця у галузі ліквідації аварії на АЕС «Фукусіма-1» яка сталася 11.03.2011 р. Україна стала однією з перших країн, що запропонували Японії гуманітарну, експертну, консультативну та технічну допомогу для подолання наслідків аварії.

Освітня співпраця ґрунтується на програмах уряду Японії, спрямованих на надання фінансової підтримки українським студентам, аспірантам, викладачам та дослідникам, які прагнуть удосконалити знання японської мови або вивчити досвід Японії у специфічній галузі.

Одним із ключових аспектів розбудови двосторонніх українсько-японських відносин є також співпраця у галузі культури. 2017 рік було оголошено

«Роком Японії в Україні». Серед основних заходів слід зазначити висаджування японських сакур на території України; проєкт муралів японського художника К. Міядзакі «Крізь стіни»; презентація картин манги про українських військових японської художниці І. Нацуме; проведення виставки «Уявний путівник: Японія» у Мистецькому арсеналі.

У 2019 р. Посольством України в Японії у співпраці з японськими партнерами та українською громадою проведено «Дні української культури» у містах Токіо, Йокогама, Наґоя та Кіото, які включали майстер-класи петриківського розпису, фешн-шоу в українському стилі, виставки українського традиційного вбрання, покази українських кінофільмів, концерти української класичної музики, дводенний фестиваль «Українське Різдво» тощо. Підтримуються контакти між містами-побратимами – Одесою та Йокогамою (з 1965 р.) і Києвом та Кіото (з 1971 р.). Українська діаспора в Японії є зовсім нечисельною і молодю (переважно першого покоління). Водночас представники діаспори є досить згуртованими, активними, підтримують зв'язок з Україною та зі Світовим конгресом українців.

2. СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНИ ФАХОВИМ СЕРЕДОВИЩЕМ

2.1. ОСНОВНІ АСОЦІАЦІЇ З УКРАЇНОЮ

Визначальною рисою проведених інтерв'ю з японськими респондентами є те, що переважна їх більшість відзначала, що в Японії надзвичайно мало знають про Україну.

**«Про Україну мало інформації, дуже мало говорять»
Йошіро Ікеда, Токійський університет**

**«Невідома країна, про яку в Японії мало знають»
Такаші Окугі, мерія м. Саппоро**

**«Про Україну в Японії є дуже мало інформації. Тому про Україну потрібно поширювати більше інформації – про українські видавництва, університети, дослідницькі центри. Напевно, для цього потрібно також зв'язуватися зі спеціалістами, які спеціалізуються чи зацікавлені в Україні»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов**

Цитуючи деяких респондентів, «іноді доводиться навіть пояснювати, на якому континенті знаходиться Україна», «середньостатистичний японець, мабуть, просто скаже, що він нічого не знає про цю країну», «в Японії часто не знають, де знаходиться Україна», «перед тим, як приїхати в Україну, я не знав, де Україна; знав лише те, що Україна – в Європі».

Відтак, через обмеженість інформації і низьку обізнаність стійкі культурні асоціації з Україною у пересічного японця можуть просто не виникнути.

**«Є люди, котрі займаються музикою, вони вважають, що Німеччина чи Австрія – це Мекка. Є люди, що займаються співом, вони цікавляться Італією. Ті, що займаються балетом, зацікавлені в Росії. А от такого, щоб таким чином цікавились Україною, нема. [...]. Немає такого чогось, щоб для японців повністю асоціювалось з Україною. Можливо, останнім часом це трошечки вишиванка»
Богдан Павлій, Тоямський університет міжнародних досліджень**

Тому представлені асоціації, які виникли у респондентів при згадці про Україну, носять або доволі загальний характер, або пов'язані з конкретним особистим чи професійним досвідом респондентів (у такому випадку асоціації виникають доволі глибокі та детальні).

Одні з найчастіше повторюваних асоціацій – **Чорнобиль та пострадянська країна**. Чорнобиль яскраво виражений в асоціативному ряді японців насамперед через «близькість» цієї трагедії у зв'язку з аварією на АЕС «Фукусіма-1» у 2011 році та відповідне її розуміння завдяки власному досвіду. Відтак чорнобильська тематика була так чи інакше наскрізно присутня у більшості інтерв'ю.

«Через власний японський досвід майже всі японці знають про Чорнобиль»

Чіе Савада, Japan Ukraine Art Association

«[Про Україну в Японії. – Прим.] знають переважно лише завдяки негативному досвіду; це, як правило, Чорнобильська катастрофа. [...] Є схожі біди – вибух Чорнобильської АЕС та Фукушіми. Зараз японці активно проводять дослідження та на українському досвіді вивчають, що може статися з територіями, які зазнали радіоактивних вибухів»

Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет

Сприйняття **пострадянськості**, що асоціативно постає при згадці про Україну, респонденти пояснювали тим, що старше покоління японців отримало знання про Україну ще за часів існування Радянського Союзу, а потім нечасто мало змогу ці знання оновити.

«Щодо тих, хто в Японії має якесь уявлення про Україну, то Україна завжди сприймається крізь призму «советів». Таке уявлення склалось через те, що здебільшого про Україну в Японії відомо тим, хто свого часу відвідував СРСР»

Вікторія Верескун, режисерка-постановниця

«Коли я був у 7 класі, у мене з'явилася книжка з піснями з усього світу, і мені дуже сподобалися козацькі пісні. У той час Україна була частиною СРСР, і я думав, що це – російські пісні, російською, а потім дізнався, що насправді це – українські твори. [...] У ті часи, коли я навчався в університеті, змоги вивчати українську мову ще не було. Тому моя спеціалізація – слов'янська філологія, зокрема російська мова. І тільки після російської я освоїв українську мову»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

«Японці дуже мало знають про Україну. Старше покоління, яке ще навчалось в Японії за часів існування СРСР, одразу називає Україну Росією, вони не знають, чим ці країни відрізняються.

Тобто на українців дуже часто кажуть «росіяни» [...]»

Юлія Дзябко, Ібарацький, християнський університет

З огляду на широке висвітлення у японських ЗМІ подій 2014 року серед асоціацій постає **війна з Росією** та **Крим** (ці наративи значною мірою формують і сприйняття України в Японії, про що детальніше йдеться у підрозділі 2.2 «Загальне ставлення до України»). З огляду на асоціації з війною, а також через нестачу інформації про інші події/аспекти життя в Україні можуть виникати образи **нестабільної, небезпечної країни пострадянського простору**, а також **сприйняття України через Росію**, які нівелюються тоді, коли респонденти безпосередньо контактують з українцями та/чи українською культурою або отримують більше інформації про Україну.

«Багато японців починали вивчати українську культуру та мову через призму російських досліджень [...]. Як на мене, японці, які дізнаються про Україну, починають «хворіти» нею. Ось і зі мною так само [...]»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

Відповідно, при знайомстві та контактах виникають позитивні асоціації з **привітними людьми** сильними духом («привітний “світлий” характер українців», «сильні духом і тілом люди, талановиті та розумні», «гостинний народ: українці відразу звуть до себе додому, саджають за стіл, подають домашні страви»), **багатовіковою історією** («історичні пам’ятки»), **цікавою культурою** («колиска слов’янської культури», «перехрестя цивілізацій»), **мальовничими пейзажами** («краса природи», «краєвиди», «туристичні місця», «блакитно-жовті пейзажі», «блакитне небо», «жовті поля», «чудова природа»).

«Перед тим, як вперше завітати до України, я думав, що оскільки Україна була частиною Радянського Союзу, то це – комуністична держава з відмінним від японського суспільством. Але побувавши в Україні кілька разів і маючи українських друзів, Україна стала мені надзвичайно близькою»
Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«Переживав, що в Україні будуть проблеми, що в країні нестабільно, небезпечно. Але приїхавши в Україну, зрозумів, що тут спокійно, дуже мирна країна» (анонімно).

«Пострадянська аграрна країна. [...] Але якщо приїхати в Україну, можна побачити, що Україна має не лише розвинуте сільське господарство, а й давню та багату історію, цікаву культуру, розвинену промисловість»
Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

Крім того, асоціативно респонденти також згадували наступне:

- **смачну їжу** («борщ», «сирники»; хоча при цьому респонденти зауважували, що борщ у Японії переважно сприймається російським);
- **географічне розташування** («розташована між/поєднує Європу та Азію, а також через Чорне море пов’язана з Османською імперією/Туреччиною», «географічно близька до Європи пострадянська країна між Європою та Азією»);
- **українську музику, Київську оперу та балет** («асоціація з оперою та балетом, які приїжджають щороку в Японію», «багато позитивного говорять про українську музику», «мої діти займалися балетом, а Київський балет відомий в Японії»);
- **спорт** («країна, яка сильна в зимових видах спорту», «якщо подивитися на гугл-пошук про Україну японською, то видно, що японцям цікаво знати про український футбол»);
- **вишиванку**.

Респонденти, які добре обізнані з Україною з огляду на свої професійні інтереси та/чи особисті зв’язки, згадують певні явища української культури. Наприклад, Хідехіко Накадзава, почесний професор Токійського університету іноземних мов, відзначив, що при згадці України в його уяві постають образи **козаків та скіфської культури**.

«[Козаки. – Прим.]. Мій друг, який детально досліджує козацьку культуру, теж має такі асоціації. Для того, щоб зрозуміти, як

сформувався Великий шовковий шлях, потрібно розуміти скіфську історію»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

Ще одна асоціація обертається навколо **відродження українських національних особливостей**.

«У цьому, як на мене, Україна та Японія дуже схожі. Наприклад, Японія необов'язково у всьому рівнялася на США чи СРСР, які перемогли у Другій світовій війні, а змогла значною мірою зосередитися на своєму власному культурному розвитку.

Україна теж наразі може розвивати свою культуру автентично, а не оглядатися на Польщу чи Росію»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

Представники діаспори висловлювали **емоційно-сентиментальні асоціації**, що переважно обертаються навколо **«ностальгії»** і **туги за домом**/рідними («у мене виникають такі асоціації, що я хочу додому»).

Також через політичну та економічну ситуацію в країні, незадовільний стан реформ, тощо присутнє певне відчуття **«тривоги»** («у зв'язку з тими невтішними новинами, які приходять з України. [...]. Україна – у не найкращому становищі зараз»; «можу сказати, що політична ситуація [в Україні. – Прим.] – це жах. Це пов'язано не з моїми уподобаннями до певних партій, а просто, на мою думку, українська політика сильно страждає від популізму, від практики абсолютного недотримання політиками своїх обіцянок та браку відповідальності. А от в Японії це зовсім по-іншому [...]).

АСОЦІАЦІЇ ЦІЛЮВИХ АУДИТОРІЙ (КРІМ ДІАСПОРИ) З УКРАЇНОЮ



2.2. ЗАГАЛЬНЕ СТАВЛЕННЯ ДО УКРАЇНИ

Перше, що відзначали респонденти, як і у випадку з асоціативністю, – це **обмеженість інформації про Україну в Японії** та низький рівень обізнаності з українською історією, культурою тощо. На цьому наголошував чи не кожний респондент/респондентка.

«Японці часто не знають, де географічно розташована Україна. Це загалом стосується багатьох пострадянських країн»
Чіе Савада, Japan Ukraine Art Association

«Японці мало що знають про Україну. Напевно, можна знайти і тих, хто не знатиме, де Україна географічно розташована. Взагалі це не тільки про Україну [...]. Якщо в університеті ви не спеціалізуєтесь на історії чи країнознавстві, то мало що знатимете про світову культуру»
Ікуко Хінокіда, Федерація жінок за мир у всьому світі

«Загалом японці часто не дивляться «назовні». [...] Тому в Японії часто не знають, де знаходиться Україна. Одного разу мені сказали, що Україна знаходиться в Південній Африці»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

«У Японії мало що знають про Україну. З історичної точки зору, напевно, знають, що Україна колись входила до СРСР, і що в Україні була Чорнобильська катастрофа. [...] Мало інформації про Україну, для того, щоб Україна стала цікавою, потрібно більше інформації»
Такафумі Като, студія мистецтв «ATELIER-PAO»

«Про Україну в Японії дуже мало інформації»
Йошіхіко Тайра, мерія м. Хіно

«Про Україну мало що відомо, тому немає достатньо інформації для формування якоїсь конкретної точки зору»
Такаші Окугі, мерія м. Саппоро

«Ми практично не присутні в інформаційному просторі Японії, тому власне Посольство зайнялося «агресивною» інформаційною кампанією. За місяць свого перебування я не бачив у жодній з газет повідомлень про Україну. [...] В Японії переважно сконцентровані на своєму регіоні. [...] Загалом події в Україні не дуже добре відомі»
Сергій Корсунський, Надзвичайний і Повноважний Посол України в Японії

Через брак інформації, за словами респондентів, сприйняття України часто формуються через контекст Росії, російської культури та історії.

«Про Україну майже не знають. Знають те, що вона на мапі десь біля Росії. Україну часто пов'язують з Росією, війною, конфліктом, небезпекою через інформацію в новинах» (анонімно).

«Через відсутність інформації українська культура часто вважається частиною російської. Іноді люди, з якими я

розмовляю, навіть не знають, де Україна знаходиться географічно, що це – не Росія»

Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«Багато українських страв і культурних явищ пов'язуються японцями з Росією або з радянським минулим. [...]. Взагалі японська громадськість не дуже поінформована про Україну»

Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

«Представники української культури – М. Гоголь, С. Бондарчук, наприклад, є представниками української культури, але зазвичай сприймаються як представники російської культури»
Йошіро Ікеда, Токійський університет

«Україну часто сприймають частиною Росії, російської культури. Про європейську історію, входження до Австро-Угорської імперії та Польської держави, про їхній вплив мало хто знає. [...]. У Японії українськими дослідженнями займаються переважно дослідники СРСР та Росії, про Україну знають через призму Росії [...].»

Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

«Україну часто сприймають крізь призму Росії. Як показує особистий досвід в Японії, то спочатку у вас запитують, чим Україна відрізняється від Росії. Якщо ви – лінгвіст, то у вас запитують, яка різниця між українською і російською мовами. [...]. Україна – або нейтральна країна, про яку мало що знають, або країна, де все крізь призму РФ сприймається»

Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет

«Серед професійної спільноти досліджень, присвячених Україні, небагато. Зазвичай Україну вивчають у рамках радянських/російських досліджень та отримують інформацію про Україну через російську призму/російські джерела інформації»

Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

«У мене був такий епізод, який я ніколи не забуду. Коли в Росії обрали президентом Д. Медведєва, до мене підійшла колега з попереднього університету, теж лінгвіст, привітала мене з тим, що ми нарешті обрали нового президента, кращого за В. Путіна. Спершу я був шокований, а потім до мене дійшло, що вона дійсно вважає, що це ми [українці. – Прим.] обрали Медведєва»
Богдан Павлій, Тоямський університет міжнародних досліджень

«У деяких японців є уявлення, що Україна взагалі входить до складу Росії (анонімно).

При цьому деякі атрибути української культури (найчастіше йшлося про борщ) також сприймаються як російські.

«Про українську культуру знають небагато, деякі українські речі (як-от борщ) зазвичай пов'язують з Росією» (анонімно).

«Зараз тут є цілодобова фішка «зручний магазин» – це більше ніж кіоск, де можна купити все необхідне. І зараз вони [...] почали в автоматах продавати борщ у металевій банці, і

написано “русскій суп”. Так наша громада написала листа до виробника, і вони поміняли на “українська страва”»
Олег Мацейчук, чоловіча збірна Японії з фехтування на рапірах

«Про українську культуру та історію японці майже не знають. Деякі українські феномени (наприклад, борщ) вважаються російськими»

Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

У 2014 року інформації про Україну з'явилось значно більше у зв'язку з новинами у ЗМІ, які висвітлювали події в **Криму та на Донбасі**. Водночас такий інформаційний привід спричинив сприйняття України в Японії у контексті нестабільності, адже **війна** у результаті російської агресії була наріжним (і єдиним) наративом у медіапросторі.

«У 2014 році було багато новин про Крим і війну, але зараз про Україну майже нічого не чути»

Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

«Коли був Майдан, події в Криму та на Донбасі, Україна на перших шпальтах тут була. Зараз про це забувають» (Олег Мацейчук, чоловіча збірна Японії з фехтування на рапірах).

Поступово увага японських ЗМІ до подій в Україні зменшилася, однак сприйняття України крізь призму **нестабільності і небезпеки**, яку зазвичай несе війна, все одно залишилося.

«До Майдану Україна зазвичай асоціювалася з Росією, а після Майдану, напевно, всі вже знають, що Україна – не частина Росії. Однак Україна почала дедалі більше асоціюватися з нестабільністю, складнощами через розташування між ЄС та Росією. [...] У японських медіа про Україну часто писали через призму конфлікту/війни»

Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«Через новини, пов'язані з російсько-українськими відносинами, про Україну часто думають як про нестабільну державу. Звісно, Україна в цьому не винна. Але говорити про позитивне чи негативне ставлення загалом важко»

Йошіро Ікеда, Токійський університет

«[В Японії присутні. – Прим.] через новини про події 2014 року японці часто асоціюють Україну з війною, російською агресією. Тому багато хто з японців дивується, коли відвідує Київ і бачить на власні очі, що там мирно»

Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

«Для японців Україна – або нестабільна країна, яку довго сприймали частиною Росії, або щось екзотичне»

Богдан Павлій, Тоямський університет міжнародних досліджень

На додаток у 2019 році негативні враження генерували й постійні згадки про Україну в контексті **внутрішньополітичного скандалу у США** і фігурування України у справі імпічменту американському президентові.

«Нестабільність та негативний імідж також пов'язані з президентськими виборами в США – про зв'язки і Байдена, і

**Трампа з Україною писали в не найліпшому контексті»
Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн**

Водночас альтернативні яскраві позитивні приводи для висвітлення подій в Україні, по суті, для японських ЗМІ не з'явилися.

Негативні сприйняття підживлюють також **корупція, бюрократія, уповільнений темп реформ і модернізації економіки.**

«Серед негативного – нечіткість, неорганізованість у політичній і бізнес-культурі. В Україні досить заплутана адміністративна культура та бюрократичний апарат (на відміну від Японії). Тому з'являється почуття нестабільності, розгубленості, і японцям іноді важко співпрацювати [...]»

Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«Україна не увійшла б у першу десятку цікавих країн для Японії. [...] Для японців дуже важливо, як працюють державні установи, яке спілкування з державними службовцями, манера спілкування. Мабуть, треба ще дуже багато працювати. А новини з України – невтішні»

Наталія Ковальова, Українська громада Японії «Краяни»

«Є багато моментів, які важко збагнути, наприклад, чому українська економіка не розвивається. Звісно, можна посилатися зараз на втручання та агресію з боку Росії, але багато хто вважає, що Росія змогла напасти на Україну саме через корумпованість України зсередини, через те, що українці не зуміли створити державу, яка би змогла вистояти під натиском Росії. Також часто говорять про комуністичну спадщину. Але ж Польща, країни Балтії змогли знизити рівень корупції, а Україна чомусь – ні, скільки б українські політики з корупцією не боролися. Через це Україна виглядає нестабільною державою»

Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

Також респонденти звертали увагу на **соціальну нерівність та не завжди сприятливі умови для розвитку талановитої молоді.**

«Особисте спостереження: дуже дивує розрив між бідними та багатими верствами населення» (анонімно).

«Талановита молодь, яка має хист у різних галузях мистецтва, виїжджає з України до США, Європи, до більш економічно розвинутих країн, і здобуває там визнання. [...] Однією з причин такого «відтоку мізків» є те, що в цих країнах, у порівнянні з Україною, – більш економічно сприятливі умови та краще фінансове забезпечення»

Чіе Савада, Japan Ukraine Art Association

Такі негативні сприйняття врівноважено **позитивним ставленням до українців як до привітних людей з легкою вдачею і позитивним характером.**

«Хоча в українській історії є багато сумного, від людей, які відвідували Україну, часто чую про привітність і позитивний характер українців. [...] З позитивного – легкість характеру,

безтурботність»

Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«[Українці. – Прим.] не мають європейської самовпевненості, а близькі до японців у своїй турботі до співрозмовника; вони – добрі, цікаві. [...]. Усі знайомі, яким вдалося побувати в Україні, позитивно відгукувались про свою подорож насамперед через привітний характер українців»

Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«[У японців ставлення до України. – Прим.] дуже позитивне, на мою думку, українці – дуже світлі та добрі люди»

Норіко Нагано, Спілка авторів манга Японії

«Українців сприймають щирими та відвертими, хоча подекуди японців це лякає. Адже ми [українці. – Прим.] можемо взяти їх за руку, а це значить порушити їх body bubble»

Вікторія Верескун, режисерка-постановниця

Також у сприйняттях України в Японії постають, зокрема, такі теми:

- **Чорнобиль** («через власний японський досвід багато хто чув про Чорнобиль», «Чорнобиль [...] як привід для розмови – негативний, але ставлення до України – позитивне (чудова країна, яка не здається, з усіх сил бореться з проблемою»);
- **образ красивих жінок** («коли український посол І. Харченко запитав на відкритій лекції, чому один зі студентів має таке уявлення про українок, студент відповів, що так вважають всі японці, в яких є здоровий глузд»; «коли японці чують «Україна», то особливо чоловіки реагують як на країну з красивими жінками. Це можна сприймати як позитивно, так і негативно»);
- **образ країни-житниці Європи** («серед тих, хто знає, побутує думка, що Україна – “житниця Європи”», «Україна відома сільським господарством, пшеницею»);
- **спорт** («майстерність українців в бойових мистецтвах, боксі, футболі, синхронному плаванні, легкій атлетиці»);
- **балет** («український балет – ще одна досить позитивна тема, яку знають і кажуть “так, до нас же приїжджає ваш [український. – Прим.] балет”»).

Серед потенційно цікавих тем, на які, на думку респондентів наразі не звертають належної уваги, було названо, зокрема такі:

- історичні теми (історія українсько-японських відносин не лише періоду СРСР, а й дорадянського періоду, трипільська та скіфська культури, козаки, історія українських земель у складі Австро-Угорської імперії, історія українського мистецтва, Голодомор, роль України як країни-засновниці ООН, період розпаду СРСР і відновлення незалежності України);
- політичні та соціальні аспекти Помаранчевої революції та Революції гідності;

- зовнішня політика України на сучасному етапі;
- українська армія та війна з Росією;
- культурна та етнічна багатоманітність України;
- українська мова (зокрема, і в контексті вивчення її за кордоном; респонденти наголошували на потребі оновленого японсько-українського/українсько-японського словника з тлумаченням слів та підручника з граматики української мови для іноземців);
- українська література (з акцентом на класиці);
- українські філармонія, опера, балет (не лише з точки зору організації гастролей, але і навчання балерин з Японії в Україні);
- український спорт;
- українська кухня;
- українська архітектура;
- український фольклор (окремо згадувався інтерес до лялькотанок);
- українська мода, народний одяг, зокрема вишиванка;
- сільське господарство (наприклад, зернові культури, мед, будь-які екопродукти).

Серед **країн/регіонів, які представляють інтерес**, більшість респондентів відзначали свою зацікавленість у поглибленні знань про Україну та розширення співпраці з українськими культурними агентами.

Серед інших країн було названо такі:

- усі країни пострадянського простору (через інтерес до регіону);
- Росія (через фахову спеціалізацію або профіль освіти (респонденти зазначали, що в Японії багато фахівців, які досліджують зараз Україну, прийшли до неї саме «через Росію»);
- країни Східної Європи (через інтерес до їхньої культури);
- Австрія, Італія, Німеччина (через інтерес до класичної музики, народних казок, історії Другої світової війни);
- Велика Британія (через інтерес до британської історії та економіки);
- Франція, Італія (через тенденції в індустрії моди, а також кухню);
- Фінляндія (через схожі на японські звичаї, традиції, а також історію воєн з Росією);
- країни Африки (Малі, Конго), Індія, Індонезія (через вивчення народної творчості, народного мистецтва, скульптури, тощо);

- Китай, США, Північна Корея, Південна Корея, країни Кавказу, Близького Сходу, Кот-д'Івуар (через широкий спектр професійних мотивів).

3. СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ МІСЦЯ У СВІТОВОМУ КОНТЕКСТІ

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

Аналіз проведених інтерв'ю дає підстави вважати, що **рівень обізнаності щодо сучасної української культури та культурної спадщини** у респондентів **суттєво різниться**, залежно від їх приналежності до певної ЦА. Дещо **вищий рівень обізнаності** – у представників української діаспори, що можна пояснити тим, що усі вони є діаспорою у першому поколінні і не втратили зв'язок з Україною. Натомість у японських респондентів спостерігаємо **кореляцію між обізнаністю та конкретним особистим чи професійним досвідом** (як, до речі, і у випадку з асоціаціями, див. Розділ 2.1.). Більший досвід взаємодії веде до більшої обізнаності з культурою. Малий досвід взаємодії формує лише поверхневе уявлення про культуру України та її місце у світовому контексті.

Серед привабливих і самобутніх феноменів та явищ респонденти часто згадували **український балет, українські танці** (зокрема, козацький гопак), а також **традиційний український одяг (вишиванка)**. Популярністю користується **поєднання українського балету та гопака**, відтак такі перформанси можуть бути перспективними з точки зору подачі елементів української культури японській аудиторії.

Щодо **вишиванки**, то судячи з низки інтерв'ю, суттєвим поштовхом для її популяризації у Японії стали регулярні паради вишиванок, які організовуються нечисельною, проте активною українською діаспорою.

«Українська вишиванка. У Японії, до речі, дуже багато дівчат останніми роками одягали сорочки з вишивкою, дуже схожою на українські орнаменти. Я на своїх концертах також розказую про українську вишивку, і до мене звертаються глядачки, говорячи, що теж хочуть придбати собі таку. Тобто такий елемент української культури є в Японії. Інколи навіть зустрічала незнайомих мені людей у вишиванках просто на вулиці» (анонімно).

Також було згадано **твори класичної української літератури**, які були б цікавими японському читачеві.

«Леся Українка, Іван Франко, але їх немає в японському перекладі. На японську перекладені деякі твори Тараса

Шевченка, але про це мало хто знає. Я люблю гумор, тому сам подумував над перекладом творів Остапа Вишні [...]»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

Заслугує на увагу такий напрям як **спортивна дипломатія**. Адже серед постатей, яких згадують в контексті України, є чимало **спортсменів**: легкоатлет (стрибки із жердиною) та олімпійський чемпіон Сергій Бубка, 32-разовий чемпіон з сумо Тайхо Кокі (Іван Боришко), українська дзюдоїстка, чемпіонка Європи та дворазова чемпіонка світу Дар'я Білодід, українська фехтувальниця (шабля), олімпійська чемпіонка Ольга Харлан. У якості спаринг-партнерів користуються попитом також українські фехтувальники.

З числа «селебриті», яких пов'язують з Україною, декілька респондентів згадали Мілу Йовович. При цьому відзначалася роль Посольства України в Японії в інформуванні про зв'язок актриси з Україною.

Серед часто згадуваних і перспективних для промоції також є страви **української кухні**, передусім **борщ**. Тема кулінарної дипломатії загалом була одним з лейтмотивів інтерв'ю і відтак була присутня і в частині сприйняття культури. Японські респонденти в цьому контексті наголошували на доцільності використання кулінарної дипломатії для просування інших аспектів української культури.

«Люди збираються там, де можна смачно поїсти. Тому, думаю, для ефективного просування України варто зробити акцент на українську кухню. І разом з кулінарною частиною можна представляти інші грані української культури і так привернути увагу японців до України»
Чіе Савада, Japan Ukraine Art Association

«Якби були демонстрації/воркшопи з приготування українських страв у Японії – думаю, це могло б стати поштовхом для популяризації української їжі» (анонімно).

Такі підходи японських респондентів перегукуються з думками представників посольства та української діаспори.

«Якщо ми хочемо просунути позитивний імідж України, то починати треба з кухні, причому не тільки борщ, деруни, вареники [...]. Хоча традиційні страви українські дуже цікавлять, так само як і напої»
Сергій Корсунський, Надзвичайний і Повноважний Посол України в Японії

«Це – їжа, можливо, фестиваль їжі, майстер-клас з приготування українських страв за участі відомого шеф-кухаря. Будь-які такі заходи. В Японії традиційно на будь-якій події є «food booths», особливо у випадку міжнародних фестивалів. Мені здається, я не бачила культурного фестивалю в Японії, на якому б не була представлена їжа»
Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

«Зараз Посольство України в Японії зайнялось популяризацією української їжі, зокрема її представленням не тільки в ресторанах, а й мас-маркеті. Починають з їжі, мабуть, тому що це найочевидніше в культурі. Я так розумію, що це – закладення

**підґрунтя для реалізації наступних проєктів у сфері бізнесу»
Юлія Дзябко, Ібарацький, християнський університет**

Разом з тим переоцінювати виключно кулінарні принади української культури не варто, адже серед японських поціновувачів кулінарії є й скептики: «Щодо кулінарного туризму – в Україні, наприклад, у порівнянні з Францією, відомих на весь світ якістю, стравами ресторанів/закладів, здається, немає» (анонімно).

Примітно, що і представники діаспори, і представники інших ЦА серед японських респондентів вказують, що забезпечити більший попит на українську культуру можна через **підкреслення схожого між Україною та Японією.**

**«Потрібно наголошувати і пояснювати схожості між країнами,
адже це – цікаво»
Ікуко Хінокіда, Федерація жінок за мир у всьому світі**

Такі подібності можна шукати у багатьох вимірах, зокрема:

- **у природі:** «Українська природа, яка схожа на український прапор – жовті поля соняшників і пшениці та блакитне небо. Для японців, напевно, це нагадує Хоккайдо» (Йошіхіко Тайра, мерія м. Хіно);
- **в історії:** «Козаки – це для японців паралель “самурай та козак”» (Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет);
- **у фольклорі:** «Українські народні казки серед фахового середовища і загалом теж; [казки. – Прим.] «Рукавичка» чи про Бабу-Ягу схожі на японські легенди та йокай (надприродні істоти в японському фольклорі. [Натомість. – Прим.] в Україні є багато прихильників японських коміксів манга та аніме й оригінальних косплеїв – це стало частиною української субкультури. Японцям може бути цікаво дізнатись та проводити культурний обмін на цій основі» (Норіко Нагано, член Спільки авторів манга Японії).

Характерним у сприйнятті української культури є те, що її, як і загалом Україну, **почасти сприймають крізь радянську або російську призму.** Навіть, на перший погляд, безсумнівно українські явища та феномени, які можна було б інструменталізувати для просування української культури, часто сприймаються російськими. Найчастіше респонденти називали як приклади борщ та козаків.

**«Наприклад, взяти борщ: люди зазвичай думають, що це –
російська страва і зовсім не знають, що борщ – з України»
Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi**

«Є багато явищ як гопак чи борщ і традиційних речей, які деякі японці вважають російськими. Наприклад, є видатний японський сумоїст українського походження Кокі Тайхо Іван Боришко), який тут завжди вважався росіянином. Відомо, що в одному з музеїв було написано, що Тайхо – родом з Росії, і що Посольством України в Японії було проведено роботу з метою виправлення цієї помилки. Але все ж таки серед пересічних громадян є проблема сприйняття України через призму Росії.

І якщо б масові культурні заходи тут відбувалися саме із залученням елементів української традиційної культури, то це було б дуже цікаво»

Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

Однак, на думку респондентів, така проблема не є нездоланною. На додаток, саме Японія може запропонувати окремі рецепти її вирішення, ґрунтуючись на власному досвіді відстоювання власної культурної спадщини у дискусіях з Китаєм.

«Є багато спірних особистостей, яких відносять і до російської, і до української культури (Чайковський, Пушкін, Прокоф'єв, Мусоргський). Українська історія має багату історію, але з міжнародної точки зору потрібно все ж таки на чомусь сфокусуватися, «штучно виокремити» і пояснити, що таке українська культура. Так зробила Японія в епоху Мейдзі. Варто лише згадати такі речі, як «дзен», «вабі», «сабі», «чайна церемонія». Тоді було багато суперечок, чи це японська, чи китайська культура. В Україні є багато тем, які можуть зацікавити чи стати символічними. Потрібно провести детальне маркетингове дослідження»

Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

Окрім необхідності чітко відокремити українську культуру від російської, а також шукати подібності у японській та українській культурах, варто також зосередитись **на новітніх формах подачі українського культурного продукту.**

«Щоб зараз зацікавити японців треба справді щось унікальне зробити, щоб воно відрізнялося від того, що вони раніше бачили. По-перше, регулярність повинна бути в цій сфері, бо коли ми це робимо, як волонтери, то залучається більше людей. І потім це вже є захід через захід. Через один залучаємо інтерес до іншого. Якщо це – заходи, пов'язані, наприклад, з мовою, діти та батьки цікавляться – їздять в Україну навіть»

Наталія Ковальова, Українська громада Японії «Краяни»

«Є нові напрямки мистецтва як videomapping або віртуальне мистецтво 3D. І в Японії, зокрема, такі технології вже використовуються не тільки японськими артистами, а й посольствами. Такі проєкти є дуже цікавими для японської сторони, як і сучасне мистецтво взагалі. До речі, у вересні минулого року ми організували виставку в Токіо, на якій були представлені сім українських сучасних художників. Це було зроблено в рамках артсалону Всеяпонської асоціації митців, який проходить на щорічній основі за підтримки уряду Японії. Ми також використали цю нагоду, щоб представити туристичний потенціал України, а саме фотопанелі з цікавими місцями та брошури про Україну японською мовою. Виставка тривала два тижні, і її передивилися близько 10 000 відвідувачів»

Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

При цьому для правильної організації культурних подій слід **враховувати японську специфіку.**

«Я розміщував у Твіттері [...] пост з «ДахаБраха» та іншими сучасними виконавцями – практично не було реакції; твіт з ансамблем П. Вірського зібрав у чотири рази більше реакції. Пов'язую це з тим, що в Японії дуже цінують класичну культуру, дуже пишаються традиціями, яким тисячі років (театр кабукі, який не міняється століттями, – це не менш важливо і цікаво, аніж сучасна естрада, яка в них теж є). Якщо в Європі наша специфіка сучасності сприймається, то в Японії зовсім непогано сприйматимуться класичні речі або осучаснені традиційні речі»
Сергій Корсунський, Надзвичайний і Повноважний Посол України в Японії

«Так, безперечно, українське мистецтво займає дуже важливу роль у світовому культурному просторі. Але тут є ще питання, як його технічно представити і як такі проекти реалізовувати. В Україні є дуже багато талановитих митців, але якщо їх не представляти, то ніхто про них в Японії не буде знати. Тут є своя специфіка. Коли ми говоримо саме про художників – це робота з музеями. В Японії в усіх музеїв вже на 3-5 років розписані експозиції. Якщо ти хочеш подати заявку, то вона потрапить на 2023 – 2025 рік. І ще вони повинні розглянути її. Тобто тут є технічне питання. Для порівняння, в Україні державні структури приймають бюджет цього року на наступний, і відповідно, митці подають заявки на наступний рік. Подати заявку на 2025 рік в українських реаліях дуже складно»
Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

Нюанси психологічного сприйняття слід враховувати і при просуванні тем про подібність між **Чорнобилем і Фукушімою**. При зверненні до такої тематики необхідно фокусуватися не лише на трагізмі, але й на надії.

«Це тематика Чорнобиль – Фукушіма. Коли вона поєднується з культурними заходами, то стає, так би мовити, більш позитивною, демонструється надія, що ці території хочуть надалі жити і розвиватися. Посольство проводило виставку української художниці Зої Скоропадченко з японським художником з Фукушіми під назвою «Landscapes and Flowers», яка мала на меті показати красу ландшафтів і квітів чорнобильської та фукушімської зон. Так, там була трагедія, але ці регіони хочуть йти з позитивними думками в майбутнє. Тому така тематика цікава»
Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

Необачно фокусуватися виключно на негативі, бо такого підходу японське суспільство не сприймає.

«Потрібно розповідати про Україну не лише сумні та трагічні речі як Чорнобиль та Голодомор. Звісно, це – важливо, але потрібно показувати й інші аспекти культури. Якби японці говорили лише про Хірошіму, Нагасакі та Фукушіму, навряд чи б у Японії було багато прихильників»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

**«У світовому контексті Україні потрібно створити щось на кшталт “Cool Japan” – “Cool Ukraine”»
Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн**

Більшою мірою можна використовувати ті риси українців – привітність, легкість, гостинність, які позитивно сприймаються у Японії, інструменталізувати на користь просування української культури такі феномени як *«культура людського спілкування, культура суспільства, особливості самих українців (добрі та старанні), [...], немає зайвого хвилювання та награної стриманості»* (Мінору Ватанабе, проєкт *Okiagarikoboshi*).

3.2. РЕЗУЛЬТАТИ ОЦІНКИ ЗАПРОПОНОВАНИХ КУЛЬТУРНИХ ФЕНОМЕНІВ

Аналіз відповідей респондентів щодо рівня обізнаності із запропонованим переліком феноменів показав досить високий рівень обізнаності лише з окремими феноменами/постатями української культури у Японії.

Найвищий рівень обізнаності респонденти продемонстрували, щодо наступних феноменів:

- **Борщ.** Загалом під час інтерв'ю респонденти доволі часто говорили про борщ у контексті асоціацій з Україною, українською культурою, тощо. Це підтверджує припущення респондентів про те, що «кулінарна дипломатія» є дієвим інструментом для популяризації України в Японії.
- **Козаки (Запорізька Січ).** Можна припустити, що така обізнаність спричинена емоційно-асоціативним рядом козаки – самураї, про який неодноразово згадували респонденти.
- **Софія Київська.** Скоріш за все, спрацювала зацікавленість японських респондентів у туристичних атракціях та європейських архітектурних пам'ятках.
- **Чорнобильська катастрофа.** У даному випадку подія становила актуальність для Японії як з історичної перспективи трагедій Хірошіми та Нагасакі, так і в новітньому вимірі на тлі катастрофи на атомній станції Фукушіма.
- **Майдан.** Майдан є досить відомим завдяки широкому медіарозголосу (зокрема, у японських медіа). Водночас сприйняття цього феномену не завжди є позитивним. Окремі респонденти зазначили, що події Майдану становили шок для японців, адже засвідчили інституційну неспроможність держави.
- **Голодомор.** Про нього майже не згадували в інтерв'ю у контексті основних запитань, але цей феномен виявився відомим багатьом респондентам.

- **«Земля» Олександра Довженка.** Феномен відомий багатьом респондентам, але рівень обізнаності з ним – доволі поверхневий.
- **Українське декоративно-ужиткове мистецтво (наприклад, петриківський розпис, косівська кераміка, вишиванка та ін.).** Феномен, по суті, отримав високі оцінки за рахунок обізнаності з вишиванкою, що здебільшого пов'язано з захопленням модою, а також проведенням парадів вишиванок. Обізнаність з петриківським розписом, ймовірно, зумовлена його промоцією під час заходів, організованих посольством України в Японії.

За результатами оцінки феноменів можна **виокремити декілька трендів:**

1. **найбільш відомими** із запропонованих феноменів є історичні події чи постаті, а також феномени, пов'язані з культурним кодом українськості (поруч із козацтвом та Софією Київською високі показники обізнаності та належності до України також у Київської Русі, петриківського розпису, вишиванки);
2. досить **непоганим** є рівень поінформованості про події, постаті та феномени, які набули глобального значення. Наприклад, доволі відомими є «Щедрик», трагедія Бабиного Яру, творчість Казимира Малевича. Щоправда, чітку прив'язку цих феноменів до України відзначили здебільшого представники української діаспори;
3. **найменш відомими** серед переліку феноменів, більшість з яких не отримали жодної позитивної відповіді щодо рівня обізнаності, стали такі постаті як Михайль Семенко, Давид Бурлюк, Борис Лятошинський, Юрій Шевельов, Олександра Екстер, Василь Єрмилов, Пауль Целан, Георгій Нарбут, Яків Гніздовський, Соня Делоне, Олександр Богомазов. Брак знань про ці постаті продемонстрували як японські респонденти, так і представники української діаспори, що може свідчити про системний брак знань про митців і культурні феномени кінця XIX – початку XX ст. Поза увагою респондентів залишилися представники української школи живопису, ліричної поезії, футуризму та панфутуризму, кубізму, кубофутуризму та спектралізму, напряму арт-деко, а також монументалізму у скульптурі. Мало- або зовсім невідомими є такі феномени як український авангард 1910 – 1920 рр. у візуальному мистецтві, кіно та літературі, українське модерністське (неофіційне) мистецтво радянського періоду, ВУФКУ тощо. Ситуацію з цією групою феноменів/постатей можна пояснити тим, що дані напрями є маловідомими широкому загалу та тим, хто не є профільним спеціалістом у галузі. Водночас можна припустити, що невисока обізнаність з ними є наслідком того, що дані феномени належать до числа тих, хто замовчувалися радянською цензурою.

Дуже низький рівень обізнаності виявлено щодо таких постатей сучасної української літератури як Андрій Курков, Сергій Жадан та Олег Сенцов.



РІВЕНЬ ОБІЗНАНОСТІ З КУЛЬТУРНИМИ ФЕНОМЕНАМИ

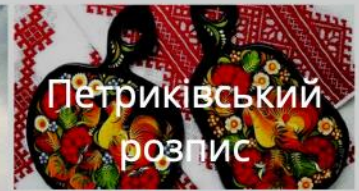
НАЙВИЩИЙ



Борщ



Козаки



Петриківський розпис



Майдан



"Земля"



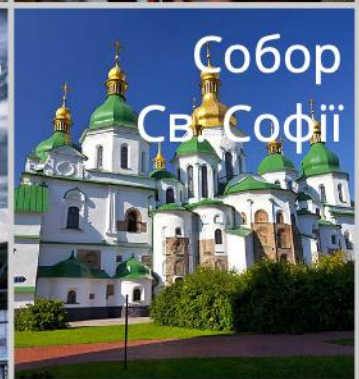
Вишиванка



Голодомор



Чорнобиль



Собор Св. Софії

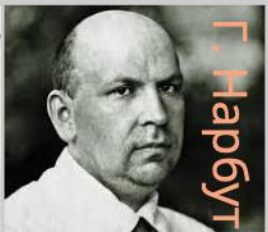
НАЙНИЖЧИЙ



О. Екстер



П. Целан



Г. Нарбут



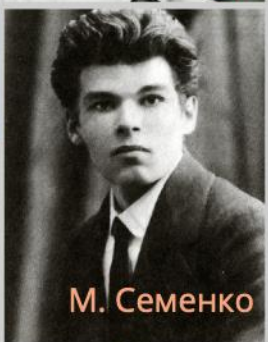
А. Курков



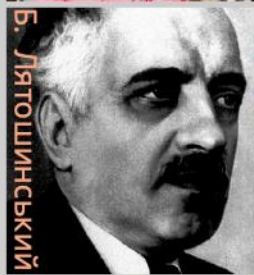
Ю. Шевчук



С. Жадан



М. Семенко



Б. Лятошинський



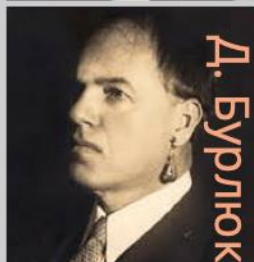
Й. Тиздовський



В. Єрмилов



О. Сенцов



Д. Бурлюк



С. Делоне



О. Богомазов



Бойчукізм

Цікавим і досить ілюстративним є кейс Миколи Гоголя. Помітна частка респондентів зазначила, що в Японії не знають, що він має відношення до України, а асоціюють письменника тільки з Росією. Це є яскравим прикладом тверджень окремих респондентів про те, що чимало японських експертів, які зараз вважаються знавцями України, прийшли до україністики та українських студій через вивчення Росії та російської мови (див. підрозділ 2.2.), що накладає свій відбиток на сприйняття України через російську ідеологічну, культурну та семантичну призму.

Серед феноменів, які можуть мати **подвійну приналежність** (коли респондент одночасно асоціює феномен і з Україною, і ще з однією країною), ідентифіковано такі:

- борщ (асоціюється з Україною та Росією);
- Анна Київська (з Україною та Францією);
- Бабин Яр (з Україною та Ізраїлем);
- Київська Русь (з Україною, Білоруссю, Литвою).

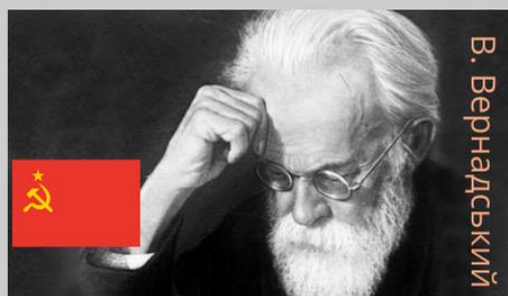
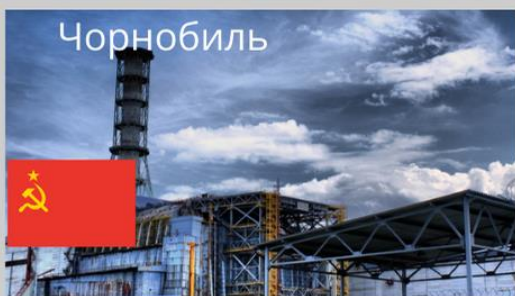
Серед феноменів, які сприймаються крізь призму **приналежності до інших країн** (хоча у деяких респондентів конкретний феномен може асоціюватися з Україною, але водночас інші відносять його до іншої країни), було названо такі:

- Володимир Вернадський, Чорнобиль (СРСР);
- Казимир Малевич (СРСР, Білорусь, Польща);
- Кримська війна 1853 – 1856 рр., Бахчисарай (Туреччина);
- Іван Кавалерідзе (Грузія);
- Микола Гоголь, борщ (Росія).



ФЕНОМЕНИ, ЯКІ АСОЦІЮЮТЬСЯ З:

УКРАЇНОЮ
ТА ІНШИМИ КРАЇНАМ



ІНШИМИ КРАЇНАМИ

Серед феноменів та постатей, які **респонденти пропонують додати до переліку** або **яким варто приділяти більшу увагу**, – українські спортсмени (футболісти, боксери тощо), українські письменники (Леся Українка), українці Японії (приміром, музиканти Лео Сирота та Беата Сирота, сумоїст Тайхо Кокі, бандуристки сестри Гудзій), яскраві представники козацької доби (Іван Мазепа, Богдан Хмельницький, Петро Сагайдачний) у контексті спорідненості феноменів козацтва та самураїв.

Окремі респонденти наголошували на необхідності представлення у Японії української фешн-індустрії. Вкрай ефективною може бути робота з тематикою кулінарної дипломатії, де першість мають такі страви як борщ, українська «гьо́за» (вареники), сало тощо.

Підсумовуючи роботу з феноменами, варто зазначити, що **при формуванні подальшої стратегії** просування української культури у Японії, ймовірно, варто виокремити кілька напрямів:

- По-перше, просування вже відомих брендів, культурних феноменів та постатей із формуванням чіткого зв'язку між ними та Україною як країною їх походження.
- По-друге, робота з відомими українцями Японії для просування України як бренду.
- По-третє, заповнення пробілів у знаннях про Україну у глобальному культурному контексті.

Крім того, важливим є не допускати «перекосу» у суто негативні наративи (зокрема, в контексті тематики Чорнобиллю), оскільки меседжі про трагічні події, які не супроводжуються позитивними конотаціями, можуть викликати у японців певне психологічне відторгнення.

4. ОСОБЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНСЬКОЮ СТОРОНОЮ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

4.1. НАЯВНИЙ ДОСВІД СПІВПРАЦІ ТА ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКА

Характеризуючи співпрацю з українською стороною у сфері культури, значна кількість респондентів (насамперед представники фахової спільноти) відзначали активну **роль посольства України** в Японії. Респонденти висловлювали позитивні враження від такої співпраці/контактів з українськими дипломатами, наголошували на їх професійності у підході до організації заходів, відкритості, готовності до діалогу тощо.

Віолетта Удовік, Другий секретар з культурно-гуманітарного співробітництва Посольства України в Японії, відзначила, що посольство завжди орієнтується на комплексне представлення країни:

«Коли ми проводили концерти української класичної музики у Токіо та Кіото у 2019 році, ми не просто організували концерти, а зробили перед ними презентацію про Україну. Вона була не дуже довга, але містила основні меседжі. Потім ми показали ролик з представленням туристичного потенціалу України, а у фойє розгорнули виставку петриківського розпису. Можливо, хтось прийшов на концерт, але не знає, де знаходиться Україна, і що це за країна, тому дуже важливо активно та різносторонньо працювати з аудиторією та на постійній основі надавати інформацію про нашу державу».

Завдяки такій концепції почасти вдається досягнути ефекту «я через ваш концерт відчув історію та культуру України», зростає загальна обізнаність про Україну як державу загалом та її культуру зокрема.

Крім посольства України, респонденти також згадували різноманітні **культурні ініціативи представників фахової спільноти Японії**, зокрема: професора Університету Кобе Гакуїн та президента Асоціації українців Японії Йошіхіко Окабе, координатора проєкту «Okiagarikoboshi» Мінору Ватанабе, почесного професора Токійського університету іноземних мов Хідехіко Накадзава, президентки Japan Ukraine Art Association Чіе Савада.

Ще одним досвідом є **співпраця з українськими інституціями безпосередньо в Україні**.

Загалом серед **конкретних прикладів успішно реалізованих проєктів** були названі наступні:

- **організація різноманітних заходів для представлення української культури в Японії** – концертів, фотовиставок,

переглядів кінофільмів, різноманітних дискусій, лекцій, симпозиумів, майстер-класів, воркшопів тощо. Було названо, наприклад, виставку петриківського розпису, майстер-класи петриківського розпису з Галиною Назаренко, концерти Катерини Гудзій, Наталії Гудзій, Божени Корчинської, Анни Іванюшенко; майстер-клас для школярів з приготування українських страв, на завершення якого відвідувачі могли скуштувати борщ та деруни тощо;

- **організація візитів японських культурних діячів в Україну.** Було названо, наприклад, візити авторів манги з Японії (представників Асоціації авторів манги Японії, JCA) та проведення воркшопів зі створення коміксів для українських старшокласників, або візит в Україну майстрів самурайського бойового мистецтва (колектив «Камуї») і їх спільний виступ з ансамблем П. Вірського;
- **співпраця з академічними та навчальними закладами в Україні** (наприклад, Національною академією державного управління при Президентові України, Національною академією аграрних наук України, Національним університетом «Львівська Політехніка», Львівським національним університетом, а також школами (наприклад, проєкт «Мир на крилах з Японії»)), проведення спільних наукових заходів і досліджень, організація наукових обмінів, написання спільних наукових публікацій;
- **співпраця з музеями в Україні.** Було названо, наприклад, музей історії міста Києва (оскільки Київ та Кіото – міста-побратими, то проходить обмін експонатами між музеями цих міст) та музей «Чорнобиль» у м. Київ;
- **співпраця з різноманітними інституціями у м. Славутич** (мерія, культурний центр, школи, музиканти) та громадським об'єднанням «Земляки» у м. Прип'ять;
- **співпраця у галузі спорту** через візити українських спортивних делегацій за підтримки японської сторони;
- **благодійні заходи**, наприклад, благодійний онлайн концерт на підтримку медпрацівників, зібрані кошти від якого було передано громадській організації ADRA Ukraine для закупівлі ліків та інвентарю.

У контексті досвіду прямих контактів з українськими державними інституціями респонденти відзначали деякі **негативні моменти, які ускладнюють співпрацю**, зокрема:

- невідповідність українських законодавчих норм міжнародним та/або сучасним реаліям і потребам, *«в Україні чомусь досі діють застарілі радянські закони»*, надмірна бюрократизація, через що на реалізацію проєктів необхідна велика кількість зусиль і часу;
- складнощі встановлення контактів/налагодження діалогу з українськими державними інституціями через застарілість їх системи;

- проблема розподілу повноважень і відповідальності між українськими інституціями;
- часто незрозуміння абсолютно різної ментальності, що ускладнює комунікаційний процес, починаючи уже з підготовчого етапу проєкту;
- нестача у Японії фахівців, які спеціалізуються на Україні.

4.2. ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ

Загалом усі респонденти висловили зацікавленість у можливостях співпраці з представниками української культури. Теми, які становлять для них особливий інтерес, а також формати взаємодії переважно залежать від фахової специфіки та професійних чи особистих інтересів респондентів.

Серед перспективних тем для співпраці було названо, зокрема, такі:

- **туризм**

«В Україні є багато тем, які можуть зацікавити чи стати символічними. Наприклад, соняшник, як у назві фільму «Соняшники» Софі Лорен. Можливо, для українців це щось звичне, але можна ж проводити «соняшникові тури». Потрібно більше фото України з соняшниками, це – як Японія та сакура. [...]. Також можна просувати як туристичну принаду українські церкви, адже японці подорожують до Європи дивитися на храми. Та ж Києво-Печерська Лавра. [...]. Потрібні події, спрямовані на висвітлення України як туристичного місця» Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

«У Японії також люблять моду і подорожі [...]. Тому є сенс організувати тижні моди, подорожі. [...]. Нині є багато японців, які подорожували і вже не раз, відтак є потреба активізувати ініціативи, пов'язані з туризмом»

Вікторія Верескун, режисерка-постановниця

«Україна – приваблива з туристичної точки зору країна, але поки що вона не дуже популярна серед японців. У листопаді мерія м. Хіно випустила серію марок, на яких зображені різноманітні красиві краєвиди України (різноманітні церкви, Ластівчине гніздо, Тунель кохання, статуя Богдана Хмельницького). Як на мене, Україна цілком може стати популярним туристичним місцем серед японців. Люди можуть побачити, яка Україна красива, і захочуть відвідати» Йошіхіко Тайра, мерія м. Хіно

«В Україні – дешеві ціни на продукти і страви, для японців – «смійні ціни»; красиві будівлі та краєвиди, словом “рай для туризму”»

Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«Україна – красива країна, яку варто відвідати. [...]. Оскільки мене попросили одного дня створити мурал для школи [в Україні. – Прим.], і мені справді хочеться це зробити, серед країн, до яких хочу поїхати, Україна – на першому місці»
Такафумі Като, студія мистецтв «ATELIER-PAO»

«Японці дуже люблять подорожувати. [...]. У нас є термальні курорти (наприклад, Трускавець). Японці таке люблять, вони дбають про своє здоров'я. [...]. Треба офіс української туристичної компанії, бо вони люблять подорожувати, вони люблять нові місця»

Олег Мацейчук, чоловіча збірна Японії з фехтування на рапірах

«Україна не є популярною туристичною країною серед японців. Наприклад, я не можу пригадати, що можна побачити, куди можна поїхати в Україні. Тому було б цікаво дізнатись про подорожі до України (куди можна поїхати, що в Україні знаходиться, що можна побачити, чим відомі українські міста). Хочеться більше дізнатися про українську культуру, історичні пам'ятки, світову спадщину ЮНЕСКО»

Такаші Окугі, мерія м. Саппоро

«Я думаю, що японцям цікаво все, що стосується туризму і подання туризму в історичному аспекті»

Юлія Дзябко,

Ібарацький християнський університет

«Чув, що японцям дуже подобається “Тунель кохання” [про “Тунель кохання” згадували й інші респонденти. – Прим.], сільський туризм»

Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

«[У контексті розмови про розвиток туризму. – Прим.] до речі, також потрібно подумати про безпосередній авіазв'язок у цьому випадку. Можна почати з чартерних рейсів улітку. Якщо все буде гаразд, можна запустити на постійній основі. Якщо є рейс Токіо – Варшава, чому не відкрити рейс Токіо – Київ?»
(Анонімно).

- взаємне представлення культури і традицій

«Заслуговує на увагу тема самураї – козаки. Є багато паралелей у культурі самураїв (сьоґун) та козаків (гетьман). [...]. Ці паралелі можна використовувати. Наприклад, якби якийсь український сценарист написав казку, яка б пов'язувала самураїв та козаків і могла стати сценарієм для спільного українсько-японського мультфільму, це була б нова тема, «бомба». Мультиплікація загалом дуже перспективний напрям у Японії»

Сергій Корсунський, Надзвичайний і Повноважний Посол України в Японії

«В Україні є багато прихильників японських коміксів манга та аніме й оригінальних косплеїв – це стало частиною української субкультури. Японцям може бути цікаво дізнатись та проводити

культурний обмін на цій основі. [...] Цікавими були б українсько-японські конкурси для авторів манга, заохочення українських авторів брати участь у міжнародних конкурсах»
Норіко Нагано, Спілка авторів манга Японії

«Можливо, публікувати щось в стилі аніме або манга, в них [у Японії. – Прим.] дуже часто складні теми підіймаються за допомогою коміксів. І дуже багато художньої літератури приходить в Японію саме в формі коміксів. Це дозволить зацікавити японську молодь, яка починає більше цікавитись культурою інших країн. Відтак, з'являться перспективи у розвитку міжкультурних відносин»
Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет

«Гадаю, що треба поглибити українсько-японський культурний обмін. Японці в цьому дуже зацікавлені. [...] Через обмін культурами поглиблювалася б цікавість до країн, і це у свою чергу сприяло б хорошим відносинам між ними» (анонімно).

«Хотілося б співпрацювати з українськими митцями (скульптура, кераміка), дізнатися про українські стилі мистецтва та поділитися японським мистецтвом з дітьми, можна і з дорослими»
Такафумі Като, студія мистецтв «ATELIER-PAO»

«На даний момент було б цікаво організувати виставки з українськими художниками [Нині респондентка розробляє сценарій заходу «Чудернацький шлях Марії Примаченко» і зацікавлена у можливості співпраці з музеєм Примаченко. – Прим.]»
Вікторія Верескун, режисерка-постановниця

«Маю мрію, щоб Злата Огнєвіч, колишня представниця України на Євробаченні, заспівала пісню «Japaп» у м. Фукушіма, щоб люди в Японії та Україні знали про цей твір і про підтримку з України. [...] А ще – козаки, які захищають постраждалих від Чорнобилю, і самураї, які захищають постраждалих від Фукушіми»
Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«[Цікавими були б. – Прим.] виступи Київського балету, який зберіг класицизм і чуттєвість на відміну від російських відомих балетів, популяризація перекладів Тараса Шевченка японською (наприклад, «Заповіт» дуже гарно перекладений)»
Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

«Хотілося би більше перекладених творів з української на японську та з японської на українську»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

«Якби більше українців приїжджали до Японії і ділилися своєю культурою, це могло б сприяти просуванню культурного обміну між країнами»
Йошіхіко Тайра, мерія м. Хіно

- українська їжа

«Японці дуже полюбують їжу. Якщо ви відкриєте путівник будь-якої країни, придбаний в Японії, то там дві сторінки будуть про музеї, і вісім сторінок – про те, що й де поїсти. Тобто тут їжа має першочергове значення. [...]. Ми, наприклад, нещодавно розпочали контакти з паном Євгеном Клопотенком. По-перше, ми провели в твітері конкурс з приготування борщу, для якого використали відео-рецепт пана Клопотенка. Також цікавою є тема стрічки “Борщ. Секретний інгредієнт”, яку в Україні зараз показують у кінотеатрах. Якщо б у нас був цей фільм, ми могли б зробити субтитри і показати японцям. Я думаю, їм було б дуже цікаво його подивитися»

Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

«На жаль, немає українського ресторану, хоча 90% по телебаченню про їжу говорять. Якби був, може знали б Україну краще. [...]. Через шлунок можна достукатися до японців»

Олег Мацейчук, чоловіча збірна Японії з фехтування на рапірах

«[Потрібно. – Прим.] відкрити окремий ресторан української кухні в Японії, пояснити різницю між українською та російською кухнею. Нехай це буде невелике місце, але воно має бути, щоб японці розуміли, що таке українська кухня. Це – найшвидший спосіб завоювати прихильність японців. Дуже хочу поставити на цьому наголос. А після страв з’явиться інтерес і до інших проявів української культури» (анонімно).

«Їжа. Картопля, огірки, морква – багато простої і смачної їжі, що вміщає в собі і європейську вишуканість, і сільський колорит»
Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«Наприклад, можна проводити майстер-класи з приготування українських страв, як-от борщ і деруни. [...]. Але головне – проводити такі заходи регулярно»

Йошіхіко Тайра, мерія м. Хіно

«Було б цікаво організувати кулінарну школу – японська кухня з українських інгредієнтів, такий собі кулінарний обмін» (анонімно).

- тема Чорнобилю

«Коли стався Чорнобиль, багато японців думали, що Чорнобиль – це далеко, що така катастрофа могла мати місце лише в СРСР, і в Японії такого не може трапитися. Але аварія на АЕС у Фукусімі довела, що це не так. [...]. Наразі ми думаємо про співпрацю з музеєм “Чорнобиль”, представниками м. Славутич. А ще – про англomовний проєкт з обміну думками та сприяння миру між школярами середнього шкільного віку міст Чорнобиль та Хірошіма, а потім хочемо підключити і Нагасакі з Фукусімою. [...]. Японія може багато чому повчитись в Україні з точки зору владнання аварії на АЕС. Потрібно також не втрачати пам’ять про Хірошіму та Нагасакі і передавати знання молодому

поколінню»

Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«Японці можуть повчитися досвіду України з урегулюванням Чорнобильської проблеми. На мою думку, Україна підходить до проблеми набагато серйозніше, ніж Японія»

Такафумі Като, студія мистецтв «ATELIER-PAO»

«Оскільки мені цікаві взаємна підтримка та зв'язки між Чорнобилем та Фукушімою, маю досвід співпраці з музеєм "Чорнобиль" у Києві, громадським об'єднанням «Земляки» (м. Прип'ять), Київською академією мистецтв та мерією м. Славутич. Співпраця була надзвичайно успішною, і хочеться продовжувати такі проєкти і в майбутньому, додавши до Чорнобилю та Фукушіми Нагасакі та Хірошіму»
Норіко Нагано, Спілка авторів манга Японії

- академічна співпраця

«Робота зі студентами – це один з дуже важливих пріоритетів. Коли ми говоримо про основні японські університети, ми говоримо про майбутню еліту. Ми минулого року організували лекції про Україну, де було 300-350 осіб, і величезна аудиторія була просто переповнена. Прочитати лекцію і показати фільм – це дуже класний захід. Студенти вивчають різні предмети, але у них немає дуже багато інформації про Україну, яка знаходиться досить далеко від Японії»

Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

«Для фахової спільноти цікава міжуніверситетська співпраця. Можна запровадити щось для обміну між [...] спеціалістами з міжнародних відносин та для їхньої співпраці з університетами»
Юджі Курокава,
Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

«[Цікавими були б] уроки/лекції з української мови та історії в японських університетах. Україну зазвичай вивчають через призму РФ, тому було б добре мати окремі відділення/спеціалістів [які спеціалізуються саме на Україні. – Прим.] у навчальних закладах. Наразі я проводжу пари у своєму університеті, і ми для цього шукали спонсорів. Якби український уряд/УІ могли підтримати такі дії в Японії і допомогти зі спонсорством/фінансовою частиною та організацією, було б чудово»

Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«У жодному університеті немає кафедри українських студій, а це є для нас велика втрата. Бо якщо немає українських студій, немає фахівців, які вивчають Україну на академічному рівні. Це було б великим поступом, якби вдалося створити українську кафедру хоча б в одному університеті. Скажімо, викладати предмети української мови та культури, де б студенти мали змогу вивчати Україну на професійному рівні. Тут варто було би

зосередити увагу, бо якщо є академічне зацікавлення, тоді є й фахове зацікавлення з інших сфер»
Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет

- **тема моди насамперед через високий інтерес до української вишиванки**

«Наприклад, можна [...] провести показ мод з акцентом на вишиванку в моєму університеті
Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«Також мені дуже подобається український національний одяг, хотілося б якось включити вишиванку у наступні проекти. [...]. Думаю про показ мод. Було б чудово, якби між дизайнерами українського традиційного одягу та музикантами активізувалося співробітництво і проводились спільні заходи. [...]. Якщо УІ сприятиме у проведенні таких заходів, я буду тільки рада співробітництву»

Чіе Савада, Japan Ukraine Art Association

«Для залучення молоді [ефективним буде. – Прим.] все, що пов'язано з модою»

Вікторія Верескун, режисерка-постановниця

Окремо респондентами було названо інтерес до **зовнішньої політики у контексті досвіду відносин України з Росією.**

«Японія та Україна мають одного спільного сусіда, який так само вчинив щодо Японії (окупація Курил). І Японія, так само як і Україна, має дуже багато спільних історичних пунктів. Це – країна, яка намагається повернути свої території від Росії, відтак японці дуже охоче спостерігають за нашим досвідом ведення переговорів з Росією. Можливо, навіть вчать на наших помилках» (Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет).

«У Японії та України з геополітичної точки зору [...] не може виникнути таких проблем, які виникли в обох держав з Росією»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

Серед **перспективних форматів співпраці** респонденти називали такі:

- різноманітні програми обміну і професійні подорожі/студійні візити (для представників академічної, експертної, мистецької спільнот, освітні шкільні обміни, обміни виставками між музеями, програми між містами-побратимами);
- представлення української культури (музика, живопис, скульптура, кераміка, балет, театр, кіно, танці, бойові мистецтва тощо) в Японії (виставки, концерти, вистави, воркшопи, майстер-класи, кінопокази, оформлення українських стендів на фестивалях і т.д.);
- посилення фахової експертизи;

- розробка та розповсюдження інформаційних матеріалів (брошури, електронний словник чи розмовник, фотоальбоми з представленням туристичних маршрутів тощо).

Особливий інтерес, за словами респондентів, японці мають до фестивалів і майстер-класів на різну тематику, які користуються особливою популярністю у Японії.

**«[Ефективним форматом. – Прим.] є інтерактивний фестиваль, не просто концерт, а як ми, наприклад, робили парад з промоцією України – там і реклама, і листівки були з посиланнями на сторінки й установи. [...] Категорія людей, які беруть участь у наших фестивалях, позитивно ставиться до України, бо це все будується на позитиві. Й оскільки зараз змоги щось проводити немає [у зв'язку з пандемією. – Прим.], ми отримуємо е-мейли «коли ж?», тому що всі чекають»
Наталія Ковальова, Українська громада Японії «Краяни»**

**«Серед перспективних напрямів співпраці – майстер-класи. Японці люблять працювати, ліпити руками, це залучило б представників старшого покоління»
Вікторія Верескун, режисерка-постановниця**

При цьому респондентами відзначалося, що представлення України в Японії повинно бути ретельно продуманим, відбуватися поступово з урахуванням того, що пересічний японець не дуже обізнаний з нашою країною. Українська діаспора в Японії – нечисельна, а відтак представлення української культури має бути орієнтовано насамперед на японську аудиторію з урахуванням особливостей її менталітету.

**«Спочатку потрібні заходи краєзнавчого характеру, чим Україна відома, чим відрізняється від Польщі та Росії, що є українська мова і так далі»
Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.**

**«Ми б хотіли організувати якісь концерти. Але такі концерти, які влаштовують в США та Канаді, Японії, мабуть, не підійдуть. Тут концерти треба робити з рекламою, те, що прийнятне японцям, бо там [у США та Канаді. – Прим.] це розраховано на діаспору. Треба подумати, наприклад, щоб «ДахаБраха» привезти, але тут важлива підготовка, а не просто взяти і привезти»
Наталія Ковальова, Українська громада Японії «Краяни»**

Однією з проблем, що може ускладнювати співпрацю, за словами респондентів, є мовне питання.

**«У Японії робоча мова – японська, вона найбільш вживана, й інші мови тут просто не розуміють, навіть англійську. Тобто якщо тут презентувати якісь фільми, концерти тощо, то пояснення і весь супровід повинні бути забезпечені саме японською»
Віолетта Удовік, Посольство України в Японії**

«Для японців найзручніше будь-який сайт перекладений японською, бо англійською вони не всі володіють. Має бути контент японською мовою, це дозволить створити підґрунтя для

довіри до України»

Юлія Дзябко, Ібарацький християнський університет

**«Загалом шукаємо інформацію англійською мовою. Але звісно, працівників, які б володіли англійською на високому рівні, мало. Доводиться часто користуватися онлайн-додатками для перекладу (наприклад, якщо є інформація лише українською)»
Такаші Окугі, мерія м. Саппоро**

Проблемним моментом також називали і нестачу в Японії фахівців, які спеціалізуються на Україні.

**«У моєму університеті не вистачає людей, які спеціалізуються на Україні, тому, наприклад, завершити узгодження та налагодити студентський обмін з Київським національним університетом після мого виходу на пенсію не вдалося. [...]. Тоді [у 2014 році. – Прим.] про Україну на японському телебаченні було багато новин, і “українських експертів” стало дуже багато. Звісно, справжні спеціалісти знають один одного, а тому було зрозуміло, що це – “самозванці”. Оскільки вони не могли запропонувати якісного аналізу, пояснити, що відбувається, японські телевізійні компанії втомилися від “українських експертів” і забули про Україну»
Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов**

Ще однією перепоною для розвитку співпраці на сучасному етапі названо пандемію коронавірусу, через який *«зараз усе потрібно проводити онлайн, але так навіть простіше з фінансової точки зору»* (Мінору Ватанабе, проєкт *Okiagarikoboshi*). До речі, брак можливостей української сторони забезпечити **фінансовий супровід** реалізації співпраці деякі респонденти також згадували як перепоону для розвитку співпраці.

**«Був діалог між японським та українським університетами про співпрацю, але щойно почали говорити про конкретні речі – формат, фінансування, терміни – університет перестав відповідати. На мою думку, важливо, щоб українські організації звертали увагу на практичні аспекти взаємодії, адже японські заклади не можуть забезпечувати матеріальну частину співпраці в односторонньому порядку»
Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.**

Хідехіко Накадзава, почесний професор Токійського університету іноземних мов, пропонує один із способів розв'язання цієї проблеми – заручитися підтримкою тих політичних діячів у Японії, які захоплюються, цікавляться Україною:

«Загалом дуже важливо мати когось серед впливових політиків, хто захоплюється країною. Пам'ятаю, наприклад, що якимось у нашому університеті хотіли закрити спеціальність “Румунська мова” через нестачу ресурсів. Тоді прихильники Румунії звернулися до одного з політичних діячів Японії – і він сприяв збереженню спеціальності для того, щоб японські студенти могли вивчати румунську мову. Бо той політик був прихильним до румунської культури. Було би добре, якби серед японських політиків були і прихильники України».

4.3. ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

Трьома основними джерелами пошуку інформації для міжнародної співпраці (як загалом у професійній діяльності респондентів, так і з метою співпраці з українськими культурними діячами та інституціями) було названо особисті контакти, пошукові системи в інтернеті чи соціальні мережі, посольство.

Найчастіше респонденти відзначали роль **особистих контактів**.

«Переважно інформацію отримую через знайомих чи друзів. Так, наприклад, сталося з віцепрезидентом Академії при Президентові України. [...] Оскільки для співпраці з українськими інституціями потрібні особисті зв'язки та знайомства, тет-а-тет, звісно, є найбільш ефективним способом»
Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«Через знайомих та друзів. Звісно, можна використовувати Інтернет, але попередні контакти викладачів шкіл (для проєкту між школами) я отримав особисто під час моїх візитів до України»

Мінору Ватанабе, проєкт Okiagarikoboshi

«Друзі, особисті контакти. Без особистих зв'язків я рідко звертаюсь, тому що в моїй сфері це зазвичай так і відбувається»
(анонімно).

«Також це – особисті контакти з Україною. Є японські професори, які неодноразово були в Україні. Є професор соціології, якому дуже подобається Україна, і він збирає своїх студентів, організовує семінар на тему України. Потім він їх везе в Україну, кожного разу до іншого університету. [...] І тут вони [професори. – Прим.] використовують, звичайно, особисті контакти, і це для них є важливим джерелом інформації»
Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

«Тільки особисті стосунки. [...] Те, що стосується громади, все дізнаємося тільки особисто. Це незручно. [...] Тут [в Японії. – Прим.] ми йдемо в установу з проєктом та організуємо. В Україні немає відкритості, тільки все особисто, приватно»
Наталія Ковальова, Українська громада Японії «Краяни»

«Люди мого віку [...] звикли отримувати інформацію через особисті знайомства» (анонімно).

«Через особисті знайомства та контакти, наприклад, через Ватанабе Мінору – він знає дуже багато людей і надає дуже багато інформації. [...] Він надсилає багато посилань на різні корисні джерела інформації, самій не потрібно нічого шукати»
Норіко Нагано, Спілка авторів манга Японії

«Напевно, я б звернувся до пана Окабе, він багато кого знає і може допомогти, якби виникла потреба»
Йошіро Ікеда, Токійський університет

«Через особисті зв'язки, наприклад, пана Такаші Хірано (японський дипломат, письменник і фотограф, який з 2008 року працює в Україні)»

Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

Також респонденти користуються **Інтернетом** для пошуку інформації про можливу співпрацю та потенційних партнерів – **Google**, соціальна мережа **Facebook**, **Wikipedia**.

«Використовую **Google**, **Facebook**. Я не особливо звертаю увагу на приватність і в принципі довіряю результатам пошуку через **Google** та **Facebook**»

Такафумі Като, студія мистецтв «ATELIER-PAO»

«[Використовую. – Прим.] соціальні мережі. Оскільки в Україні їх активно використовують, я теж повинен слідкувати за новинами в **Twitter**, **Facebook**, **WhatsApp**, **Instagram**, **Viber** – всюди, одним словом» (анонімно).

«Часто користуюсь **Вікіпедією**, зручно користуватись, оскільки там можна легко перемикнути мови. [...]. Також іноді знаходжу події чи знайомлюся з людьми через **Facebook**. Наприклад, так я познайомилась з Ольгою Хоменко (японістка, доктор філософії, письменниця і перекладачка) та іншими представниками української культури. Коли я бачу події/профілі в соціальних мережах, звертаю увагу на наповненість сторінки, чи є спільні знайомі, які записи опубліковані на сторінці. Думаю, так роблять більшість людей»

Чіе Савада, **Japan Ukraine Art Association**

При цьому було наголошено на важливості користування **перевіреними офіційними ресурсами**.

«Щодо вебсайтів я намагаюся бути обережним. Колись існував блог одного з працівників Посольства Японії в Україні, який розповідав про життя в Україні. Але згодом там з'явилося багато коментарів, які були б більш доречними на сайтах знайомств. Тому важливо, щоб вебсайти були офіційними, напевно, представляли якусь установу»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

«[Читаю. – Прим.] “**Укрінформ**” [про “**Укрінформ**” також згадували й інші респонденти. – Прим.], адже там є сторінка японською – можна дізнатися про українських спортсменів, ситуацію з коронавірусом в Україні»

Такаші Окугі, мерія м. Саппоро

«[Читаю. – Прим.] українські сайти новин (“**Українська правда**”, “**Укрінформ**”). Цим сайтам я довіряю, зазвичай там перевірена інформація. Також перевіряю інформацію на офіційних сайтах, якщо є певні сумніви» (анонімно).

Посольство України в Японії респонденти неодноразово називали одним з основних джерел інформації про Україну та контактів для потенційної співпраці.

«Посольство, зазвичай, є важливим джерелом інформації про країну за кордоном»

Йошіхіко Окабе, Університет Кобе Гакуїн

«Можливо, такі речі [розширення зв'язків з українськими культурними та бізнесовими агентами. – Прим.] повинні проходити через Посольство для надійніших зв'язків та більшої довіри»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

«Як на мене, посольства України та Японії повинні бути «вікнами» для співпраці та поглиблення зв'язків між країнами. Але посольських зв'язків може бути недостатньо, тоді можна підключити якісь інші організації, установи, як-от Japan Foundation» (анонімно).

**«Наш посол [попередній посол І. Харченко. – Прим.] останні п'ять років дуже багато зробив та дуже гарно представляв Україну. Я вважаю, що від державних установ дуже багато що залежить, бо першочергово всі звертаються до посольства»
Наталія Ковальова, Українська громада Японії «Краяни»**

Крім того, ще одним джерелом інформації було названо **Міністерство закордонних справ Японії**.

«Про Україну, про українські організації англійською мовою написано небагато, тому я спершу звертаюсь до японського МЗС»

Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

«Японці також можуть робити запити в японські офіційні інституції – МЗС Японії або інші урядові організації, які якимось чином пов'язані з Україною. Ми [Посольство України в Японії. – Прим.] часто рекомендуємо звертатись і до Українсько-Японського центру в Києві»

Віолетта Удовік, Посольство України в Японії

Також японці для пошуку потрібної їм інформації користуються бібліотеками.

«Часто користуюся бібліотечними ресурсами, наприклад, ходжу до Токійської центральної бібліотеки»

Ікуко Хінокіда, Федерація жінок за мир у всьому світі

«Я часто звертаюся до бібліотек, наприклад, центральних бібліотек в Україні (бібліотека Вернадського) і в Японії. [...]. Якщо порівняти з користуванням Інтернетом, то я частіше ходжу до бібліотек, копіюю паперові джерела. Тому можливо, співробітництво між бібліотеками [України та Японії. – Прим.] теж потрібне»

Хідехіко Накадзава, Токійський університет іноземних мов

Респонденти наголошували на потребі розміщувати контент на різноманітних ресурсах японською або принаймні англійською мовою, щоб розширити доступ японської аудиторії до інформації про Україну.

«Інформацію зазвичай шукаю японською мовою, потім – російською, а якщо нічого не знаходжу – українською. [...].

Звісно, зручно, коли є інформація японською»

Чіе Савада, Japan Ukraine Art Association

«Потрібно більше інформації про Україну, якщо не японською, то хоча б англійською»

Юджі Курокава, Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.

«В ідеалі, звісно, хотілося б японською, але потрібно більше інформації про Україну і англійською, у простому та зрозумілому викладі. [...]. На сайті Посольства України в Японії багато інформації лише про війну з РФ, а потрібен баланс, щоб показати, що Україна – мирна і багата на культурну спадщину країна»

Шігекі Сумі, Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.

«Добре, коли є інформація японською чи англійською, звісно, так легше сприймати, але якщо немає, то шукаю українською. Але оскільки серед японців мало хто володіє українською чи російською, потрібно мати інформацію хоча б англійською» (анонімно).

Розширення якісного контенту про Україну, актуальні суспільно-політичні та культурні новини тощо, більша видимість українських джерел інформації зменшить подачу інформації про Україну через російські джерела і, відповідно, російський контекст.

«Існує проблема доступу до інформації серед дослідників. Часто на Україну дивляться через призму російських ЗМІ, російських публікацій, японських кореспондентів в Москві. Хоча зараз є безпосередня інформація про Україну з України, загалом великі японські медіа усе одно часто посилаються на російські джерела, є помітний дисбаланс» (анонімно).

«Коли знакові події були у 2014 році, то про Україну говорили, але інформація бралася через призму російських медіа»
Олег Мацейчук, чоловіча збірна Японії з фехтування на рапірах.

5. ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Проведення глибоких інтерв'ю з представниками цільових аудиторій і ретельний аналіз результатів показав кілька основних закономірностей у сприйнятті України в Японії, які доволі часто є взаємопов'язаними.

В Японії спостерігається **загальна низька поінформованість про Україну**. На низькому рівні обізнаності з українською історією, культурою тощо серед пересічних японців наголошував ледь не кожен респондент. При цьому часто йшлося не тільки про якісь конкретні сфери, а й суто про географічне положення держави чи інколи навіть її міжнародну суб'єктність. Водночас у середовищі фахової спільноти все ж спостерігається певний рівень знань про глобально відомі феномени/події на кшталт козацтва, Чорнобильської катастрофи, Софії Київської, а також ужиткових феноменів – борщ, вишиванка.

Через обмежену інформацію про Україну і низький рівень обізнаності з українською культурою та історією **сприйняття України в Японії доволі часто формується через російський контекст**. Росії приписують деякі атрибути української культури (наприклад, респонденти неодноразово наголошували на тому, що в Японії борщ нерідко вважається російським). Варто відзначити зусилля нечисельної, але активної української громади у подоланні такого тренду.

Події 2014 року в Криму і на Донбасі, а також війна з Росією, що триває на сході України, певною мірою вплинули на сприйняття України як нестабільної країни із проблемним станом безпеки. Подекуди це стає на заваді навіть студентським та експертним обмінам, а також підважує сприйняття інституційної спроможності України, що вписується у російський наратив про Україну як про «failed state». Крім подій 2014 року, ще одним гучним негативним інформаційним приводом для появи України в японських ЗМІ стало її фігурування у внутрішньополітичному скандалі у США у 2019 році, що також не дало балів іміджу Української держави. Натомість яскраві позитивні новини, пов'язані з Україною, по суті, відсутні в інформаційному полі.

Однією з наріжних тем у сприйнятті України є тема **Чорнобилю** у зв'язку з розумінням масштабів цієї трагедії і її «близькість» з аварією на АЕС Фукусіма-1 у 2011 році. Респонденти наголошували, що до питання Чорнобилю варто підходити більш креативно, не зосереджуватися лише на негативному боці історії, адже меседжі про трагізм без супроводу позитивними конотаціями (про відновлення, надію тощо) можуть викликати певне психологічне відторгнення.

Негативні асоціації, що обертаються навколо війни та Чорнобилю, врівноважені **позитивним ставленням** японців до українців як до **привітних людей із легкою світлою вдачею**. Також серед позитивних

асоціацій – **багатовікова історія, цікава культура, мальовничі пейзажі, жито і пшениця, смачна їжа, вишиванка, опера та балет, козаки.** Подекуди респонденти вказують на подібність між природою України та Японії, спільні риси історичного минулого (паралелі між козаками та самураями, гетьманами та сьогунами) чи фольклору. **Загальне ставлення до України в Японії, за словами респондентів, – позитивне.**

Аналіз відповідей респондентів щодо рівня обізнаності із запропонованим переліком феноменів показав досить **високий рівень обізнаності лише з окремими феноменами/постатями української культури.** Зокрема, найбільш відомими для респондентів є борщ, козаки (Запорізька Січ), Софія Київська, Чорнобильська катастрофа, Майдан, Голодомор, «Земля» Олександра Довженка та українське декоративно-ужиткове мистецтво (насамперед вишиванка та петриківський розпис).

У контексті **досвіду культурних контактів** з українською стороною значна кількість респондентів (насамперед представники фахової спільноти) відзначали активну роль посольства України в Японії. Також було названо культурні ініціативи представників фахової спільноти Японії (усі є серед респондентів представленого дослідження). Ще одним досвідом є співпраця з українськими інституціями безпосередньо в Україні.

Серед **перспективних тем для співпраці** найчастіше згадували туризм, взаємне представлення культури і традицій, українську їжу, тему Чорнобилю, академічну співпрацю, моду.

Серед **перспективних форматів співпраці** респонденти називали різноманітні програми обміну і професійні подорожі/студійні візити, представлення української культури в Японії (виставки, концерти, вистави, воркшопи, кінопокази, оформлення українських стендів на фестивалях, майстер-класи і т.д.), посилення фахової експертизи. При цьому респондентами неодноразово відзначалося, що представлення України в Японії повинно бути ретельно продуманим, відбуватися поступово з урахуванням культурних особливостей, менталітету тощо.

Серед **перепон, які можуть позначитися на ефективності співпраці**, – мовне питання, нестача у Японії фахівців, які спеціалізуються на Україні, фінансова складова, світова пандемія COVID-19.

Вкрай важливо також **підвищити горизонти планування**, адже у співпраці, скажімо, з музеями Японії, треба враховувати, що експозиції розписані на кілька років, а узгодження займає багато часу.

У контексті досвіду прямих **контактів з українськими державними інституціями** респонденти відзначали деякі **негативні моменти, які ускладнюють співпрацю**, зокрема:

- невідповідність, застарілість деяких українських законодавчих норм, надмірна бюрократизація;
- проблема розподілу повноважень і відповідальності між українськими інституціями;
- переважне нерозуміння суттєвих відмінностей у менталітеті, що ускладнює комунікаційний процес.

Основними джерелами інформації, якими послуговуються респонденти при пошуку контактів для можливої співпраці, є особисті контакти, інтернет, а також посольство України в Японії. Крім того, були названі Міністерство закордонних справ Японії (респонденти зазначали високий ступінь довіри до державних інституцій) та бібліотеки.

Серед основних рекомендацій за результатами проведених інтерв'ю з метою активізації культурної дипломатії України в Японії, формування тісніших культурних зв'язків та підвищення рівня пізнаваності України в Японії слід відзначити, зокрема, такі:

- **стратегічні**

1. розробити чітку стратегію культурної дипломатії і планувати діяльність згідно зі стратегією («замість точково проведених одиничних заходів»), практикувати довгострокове планування у проєктній діяльності;
2. розробити чіткий набір меседжів для їх подальшого просування (з акцентом не на кількість, а якість, не на негативі, а на позитиві); фокусувати увагу на привабливості та стійкості України;
3. враховувати специфіку країни, ментальність японців, їхню культуру комунікації й при розробці проєктів культурної дипломатії адаптувати українське бачення до особливостей японського суспільства;
4. зважати на високий ступінь довіри японців до державних інституцій при розробці сталої інституційної співпраці;

- **змістові**

1. проводити заходи з метою конструювання сенсів у рамках меседжів, зазначених у п. 2, формування образів і їх послідовного просування через усі можливі варіації і формати («замість розпорошення зусиль за всіма векторами»); посилювати образ сучасної європейської України на противагу пострадянським дискурсам, через які тривалий час Україну сприймали в Японії;
2. запропонувати візуальний образ, який би мав стійку асоціацію з Україною (із запропонованого респондентами – жито чи соняшники (які могли б слугувати брендом на зразок того, чим сакура є для Японії));
3. враховувати захоплення японців класичною культурою (класична музика, опера, балет);
4. «віднайти»/звернути увагу на історіографію українсько-японських відносини дорадянського періоду; доносити історичні паралелі, зокрема щодо проблемності відносини з країною-сусідом (Росією) для обох держав – і України, і Японії;

- **інформаційно-комунікативні**

1. посилити інформаційно-комунікативну складову у зв'язку з потребою підвищити обізнаність з Україною в Японії; створювати більше позитивного контенту про Україну;
2. повною мірою використовувати потенціал української громади Японії;
3. розробити вебсайт/онлайн-платформу про Україну (з базовою країнознавчою та більш специфічною, «секторальною» інформацією, «історіями успіхів» українців, особливостями щоденного життя, їжею тощо), орієнтовану на японців, японською мовою;
4. посилити співпрацю зі ЗМІ Японії та присутність України в соціальних мережах;
5. в ідеалі – забезпечити іномовлення, щоб мінімізувати подачу новин про Україну через російські джерела;

- **секторально-прикладні**

1. просувати українську кухню з огляду на значну любов японців до їжі та захоплення гастрономічною культурою; відкрити в Японії український ресторан;
2. посилити маркетинг українського туристичного потенціалу; забезпечити авіасполучення Токіо – Київ; залучати інвестиції в розширення туристичної інфраструктури;
3. організовувати спільні заходи із залученням як українських, так і японських митців, які б творили разом у спільному просторі; заохочувати створення культурної копродукції;
4. започаткувати проведення тижнів моди з прив'язкою до мотивів традиційної української вишиванки;
5. залучати теми, характерні для японської культури, у планування активностей культурної дипломатії (наприклад, аніме, комікси), а також використовувати культурні паралелі (наприклад, козак – самурай);
6. розглянути можливість створення або сприяння створенню українських студій в університетах Японії;
7. забезпечити переклад японською творів української літератури;
8. забезпечити появу українських кінофільмів, мультиплікаційних фільмів з перекладом чи субтитрами японською мовою.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1. СПИСОК РЕСПОНДЕНТІВ, ЯКІ ДАЛИ ЗГОДУ НА ОПРИЛЮДНЕННЯ СВОГО ІМЕНІ/АФІЛІАЦІЇ¹

English	Українською
Chie Sawada, Chairwoman, Japan Ukraine Art Association	Чіе Савада, президентка, Japan Ukraine Art Association
Takafumi Kato, Chief Representative, ATELIER-PAO art studio, Kids Guernica project founder, sculptor	Такафумі Като, головний представник студії мистецтв «ATELIER-PAO», організатор проєкту «Kids Guernica», скульптор
Hidehiko Nakazawa, Honorary Professor, Tokyo University of Foreign Studies, Faculty of Foreign Studies	Хідехіко Накадзава, почесний професор, Токійський університет іноземних мов, факультет загальних міжнародних досліджень
The respondent remained anonymous	Респондент зберігає повну анонімність
Yoshihiko Okabe, Professor, Kobe Gakuin University; President, Association of Ukrainian Studies Experts in Japan	Йошіхіко Окабе, професор, Університет Кобе Гакуїн; президент, Асоціація україністів Японії.
Minoru Watanabe, Coordinator, Okiagarikoboshi Project	Мінору Ватанабе, координатор, Okiagarikoboshi Project
Yoshiro Ikeda, Associate Professor, Graduate School of Humanities and Sociology, University of Tokyo; Chair, Executive Committee, International Council for Central and East European Studies (ICCEES) in Japan	Йошіро Ікеда, доцент, факультет гуманітарно-соціологічних наук, Токійський університет; голова організаційного комітету, Японське представництво Міжнародної ради з центрально- та східноєвропейських досліджень (ICCEES)
Noriko Nagano, member, Japan Cartoonists Association	Норіко Нагано, член Спілки авторів манга Японії

¹ У переліку вказано спочатку ім'я, потім прізвище респондента.

The respondent remained anonymous	Респондент зберігає повну анонімність
Ikuko Hinokida, member of Women's Federation For World Peace International (Japan)	Ікуко Хінокіда, членкиня Федерації жінок за мир у всьому світі (Японія)
Yoshihiko Taira, Head of 2020 Olympic and Paralympic Games Department, Hino	Йошіхіко Тайра, голова відділу з проведення Олімпійських і Параолімпійських ігор 2020, мерія м. Хіно
Takashi Okugi, Head of 2020 Olympic and Paralympic Games Department, Sapporo	Такаші Окугі, голова відділу з проведення Олімпійських/Параолімпійських ігор 2020, мерія м. Саппоро
Yuji Kurokawa, Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of Japan to Ukraine, 1996-1999	Юджі Курокава, Надзвичайний і Повноважний Посол Японії в Україні у 1996 – 1999 рр.
Shigeki Sumi, Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of Japan to Ukraine, 2014-2018	Шігекі Сумі, Надзвичайний і Повноважний Посол Японії в Україні у 2014 – 2018 рр.
Sergiy Korsunsky, Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary of Ukraine to Japan	Сергій Корсунський, Надзвичайний і Повноважний Посол України в Японії
Violetta Udovik, Second Secretary, Culture and Humanitarian Affairs, Embassy of Ukraine in Japan	Віолетта Удовік, Другий секретар з культурно-гуманітарного співробітництва, Посольство України в Японії
Nataliia Kovaliova, Chair, Kraiany Community of Ukrainians in Japan	Наталія Ковальова, голова, Українська громада Японії «Краяни»
Viktoriia Vereskun, theater director	Вікторія Верескун, режисерка-постановниця
Bogdan Pavliy, Associate Professor, Foreign Languages and Sociolinguistics Department, Toyama University of International Studies	Богдан Павлій, доцент, кафедра вивчення іноземних мов і соціолінгвістики, Тоямський університет міжнародних досліджень

Yuliya Dzyabko, Associate Professor, Department of Contemporary English, Ibaraki Christian University	Юлія Дзябко, доцент, викладачка, кафедра сучасної англійської мови філологічного факультету, Ібарацький християнський університет
Oleg Matseychuk, Head Trainer, Japan Men's National Team for Rapier Fencing	Олег Мацейчук, головний тренер чоловічої збірної Японії з фехтування на рапірах
The respondent remained anonymous	Респондент зберігає повну анонімність

ДОДАТОК 2. Рівень обізнаності з культурними феноменами

Номер	Феномен	так, добре обізнани й	так, дещо знаю	ні
1	Український авангард 1910-1920: візуальне мистецтво, кіно, література	0	3	7
2	Українське модерністське (неофіційне) мистецтво радянського періоду (напр. Алла Горська, Валерій Ламах, Флоріан Юр'єв та інші)	0	2	8
3	Давид Бурлюк	0	1	9
4	Українське декоративно-ужиткове мистецтво (напр. Петриківський розпис, Косівська кераміка, вишиванка та ін.)	1	7	2
5	ВУФКУ (Всеукраїнське фотокіноуправління)	0	1	9
6	Михайль Семенко	0	0	10
7	Володимир Горовиць	2	0	8
8	Борис Лятошинський	0	0	10
9	Юрій Шевельов	0	0	10
10	Козаки (Запорізька Січ)	7	3	0
11	Кримська війна (1853–56)	3	3	4
12	Борщ	7	3	0
13	Соня Делоне	0	1	9
14	Оксана Забужко	0	4	6
15	Іван Кавалерідзе	1	3	6

16	Херсонес	0	5	5
17	Олександра Екстер	0	0	10
18	Скіфи	2	4	4
19	Тетяна Яблонська	0	2	7
20	Сергій Корольов	1	2	7
21	Бахчисарайський палац	1	5	3
22	Іоан Георгій Пінзель	1	1	8
23	«Розстріляне відродження»	1	3	6
24	Київська Русь	5	3	2
25	Олег Сенцов	2	3	5
26	Серж Лифар	0	4	6
27	Іван Мазепа	2	3	5
28	Василь Єрмилов	1	0	9
29	Харківська школа фотографії	0	2	7
30	Кіра Муратова	1	1	7
31	Кобзарська традиція	4	0	5
32	Олександр Богомазов	0	1	8
33	Пауль Целан	0	0	9
34	Лесь Курбас та театр «Березіль»	2	0	7
35	Анна Київська	1	2	6
36	Олександр Мурашко	0	1	8

37	Олександр Потебня	0	1	8
38	Українське бароко/ Козацьке бароко/ Мазепинське бароко	0	5	4
39	Яків Гніздовський	0	0	8
40	Григорій Сковорода	2	3	3
41	Дзиґа Вертов	1	3	5
42	Агатангел Кримський	0	2	7
43	Бабин Яр	4	2	3
44	Марія Примаченко	1	3	5
45	Хайтарма	1	3	5
46	Леся Українка	4	3	2
47	Щедрик	3	4	2
48	Валентин Сильвестров	1	2	6
49	Казимир Малевич	3	4	2
50	Майдан	6	2	1
51	Паркомунa (наприклад, Олег Голосій, Олександр Гнилицький, Василь Цаголов, Арсен Савадов та інші)	0	1	8
52	Олександр Архипенко	0	2	7
53	«Тіні забутих предків» Сергія Параджанова	4	3	2
54	Шолом Алейхем	2	3	4
55	Голодомор	6	2	1

56	Сергій Жадан	2	2	5
57	Чорнобильська катастрофа	8	2	0
58	Броніслава Ніжинська	1	1	8
59	Бойчукізм	0	1	9
60	Йозеф Рот	1	0	9
61	«Земля» Олександра Довженко	2	6	2
62	Володимир Вернадський	3	3	4
63	Софійський собор (Софія Київська) у Києві	4	6	0
64	Юрій Кондратюк	0	2	8
65	Георгій Нарбут	0	0	9
66	Микола Гоголь	3	5	2
67	Андрій Курков	1	0	9
68	Соломія Крушельницька	0	3	7
69	Василь Стус	1	1	7
70	Сергій Параджанов	2	1	6
71	Дмитро Бортнянський	1	1	7
72	Олександр Довженко	2	1	6