



Dyplomacja publiczna Ukrainy: aspekty instytucjonalne i programowe

Ukraine's public diplomacy: institutional and program aspects

Marharyta Blyzniuk

ORCID: 0000-0002-5613-4265

e-mail: m.blyzniuk@student.uw.edu.pl

Uniwersytet Warszawski

Wydział Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych

The paper analyzes the essence of public diplomacy as an instrument of foreign policy. Attention is drawn to the institutional aspects of the implementation of public diplomacy in Ukraine, in particular to governmental and non-governmental initiatives in this area.

In the conditions of the Ukraine crisis, Ukrainian public diplomacy is intensifying. In particular, Ukraine has established the Ukrainian Institute, the Ukrainian brand (UkraineNow) has been approved for the first time since independence, and the Department of Public Diplomacy was established at the Ukrainian Ministry of Foreign Affairs.

The paper also considers the program dimension of Ukrainian public diplomacy, its historical traditions, its contemporary role and significance. It is established that in modern conditions, public diplomacy not only ensures a positive perception of the state by the international community, but also plays an important role in ensuring national security.

Key words: public diplomacy, Ukraine, promotion, culture, image.

Współcześnie w prowadzeniu dyplomacji zachodzą istotne przemiany. Niemal we wszystkich sferach życia publicznego procesy globalizacji nasilają się, stwarzając istotne wyzwania w zakresie polityki zagranicznej i zmuszając państwa, do poszukiwania nowych form, metod i narzędzi interakcji oraz oddziaływania informacyjno-komunikacyjnego. Na to jest ukierunkowana dyplomacja publiczna, której celem jest promowanie interesów państwa i zapewnienie jego bezpieczeństwa narodowego poprzez badanie zagranicznej opinii publicznej, informowanie zewnętrznych odbiorców o własnej polityce i wpływanie na kształtujących tę opinię. Dyplomacja publiczna ma kilka wymiarów, które obejmują także obszary budowania wizerunku państwa i marki narodowej oraz działania skierowane na walkę z dezinformacją (Iwanowa, 2017, s. 122).

W przypadku Ukrainy konieczność realizacji określonych form dyplomacji publicznej wiąże się z kilkoma czynnikami. Po pierwsze, po odzyskaniu niepodległości Ukraina, podobnie jak inne były republiki radzieckie, stanęła przed zadaniem ukształtowania swojej tożsamości i zapewnienia sobie rozpoznawalności, ponieważ Ukraina jako niepodległe państwo faktycznie się odrodziła. Dla Ukrainy zadanie polegało głównie na oddzieleniu się od Rosji, z którą często identyfikowano i nadal utożsamia kraje ZSRR na Zachodzie. Innymi słowy, należało dostarczyć zagranicznym odbiorcom pewnych podstawowych informacji o Ukrainie, które mogłyby dać taki efekt, że pewne wzmianki o Ukrainie uruchomią określone schematy w umysłach, wywołają określone skojarzenia, w związku z tym zwrócą uwagę we właściwym kierunku i będą mieli wpływ na interpretację informacji o Ukrainie i reakcję na te informacje.

Po drugie, realizacja strategii dyplomacji publicznej mogłaby też wesprzeć wśród międzynarodowej publiczności działania Ukrainy w zakresie polityki zagranicznej, co jest szczególnie istotne w kontekście polityki eurointegracji Ukrainy i aktualnego konfliktu na wschodzie kraju.

Główną metodą badawczą, którą posłużono się do utworzenia danego artykułu, jest analiza dostępnych materiałów źródłowych. Wykorzystano literaturę stosowną oraz aktualną, co jest ważne dla artykułu. Zachowując obiektywizm i rzetelność, starano się skupić się na jak najbardziej bieżącej informacji. Podczas pracy nad artykułem sięgano do różnych źródeł: jak dokumentów oraz artykułów naukowych, tak i do stron internetowych oraz artykułów prasowych. Skorzystano też z metody historycznej, która została zastosowana do analizy genezy i procesu rozwoju dyplomacji publicznej Ukrainy.

Ukraina odziedziczyła po ZSRR klasyczną koncepcję współpracy kulturalno-humanitarnej, którą traktowano jako odrębny obszar stosunków międzynarodowych

(Procyuk, 2016, s. 22). Skutkowało to brakiem od dłuższego czasu aktywnej informacyjno-komunikacyjnej polityki mającej na celu promowanie interesów narodowych państwa za granicą. Procesy te odbywały się sporadycznie, miały w większości charakter reakcyjny i nieustannie cierpiały z powodu błędów rządowych i skandali, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych.

Należy zauważyć, że de facto konieczność realizacji elementów dyplomacji publicznej na poziomie oficjalnym została dostrzeżona w 2006 roku. Wtedy Dekretem Prezydenta Ukrainy z dnia 20.02.2006 nr 142/2006 „O ośrodku kulturalno-informacyjnym w ramach zagranicznej placówki dyplomatycznej Ukrainy” (Prezydent Ukrainy, 2006) ustanowiono takie ośrodki w ramach zagranicznych misji dyplomatycznych. Do głównych zadań ośrodków należało: wspieranie rozwoju międzynarodowej współpracy Ukrainy z krajem przyjmującym w dziedzinie kultury, oświaty, nauki i techniki, turystyki, kultury fizycznej i sportu; rozpowszechnianie informacji o Ukrainie w kraju przyjmującym; zapoznanie obywateli państwa przyjmującego z historią i kulturą Ukrainy, popularyzacja nauki języka ukraińskiego na terytorium tego państwa; utrzymywanie więzi z Ukraińcami za granicą, pomoc w zaspokajaniu ich potrzeb kulturowych, językowych, informacyjnych i innych; upowszechnianie informacji o możliwościach turystycznych i atrakcyjności Ukrainy, promocja współpracy z krajem przyjmującym w branży turystycznej.

Organizację ośrodków kulturalno-informacyjnych powierzono nie tylko Ministerstwu Spraw Zagranicznych, ale także Ministerstwu Kultury, Ministerstwu Edukacji i Nauki, Ministerstwu Młodzieży i Sportu oraz Państwowej Komisji Telewizji i Radiofonii. Jednak taka ilość odpowiedzialnych instytucji nie przekładała się na skuteczność działania ośrodków. W nocie analitycznej Narodowego Instytutu Studiów Strategicznych „Optymalizacja wzmocnienia obecności kulturowej Ukrainy w Europie” podsumowującej prace ośrodków kulturalno-informacyjnych Ukrainy za granicą w latach 2011-2013, autorzy zarysowują następujące trendy (Narodowy Instytut Studiów Strategicznych, 2014): mała kadra i brak specjalistów z zarządzania kulturą komplikuje prezentację kultury narodowej i jej promocję na arenie międzynarodowej; wśród działań ośrodków w krajach europejskich przeważają te, które ograniczają się do rozpowszechniania informacji o Ukrainie i nie dają perspektyw współpracy kulturalnej; rozpowszechniane informacje o Ukrainie dotyczą głównie przeszłości narodu ukraińskiego i jego tradycyjnej kultury; nie bierze się pod uwagę rozwoju współczesnej kultury i społeczeństwa obywatelskiego; w większości przypadków umowy dyplomatyczne obejmują środki czysto formalne związane z wymianą delegacji, których nieuzasadnioną dużą

część stanowią urzędnicy służb dyplomatycznych lub ministerstw; stwarza to jedynie pozór działania, poddaje w wątpliwość jego treść i ogólnie celowość.

Warto odnotować, że do 2014 r. w dyskursie naukowym i eksperckim praktycznie nie było treści koncepcyjnych dyplomacji publicznej. Impulsem do intensyfikacji ukraińskiej dyplomacji publicznej było przeciwdziałanie rosyjskiej agresji zbrojnej i wojnie informacyjnej, poszukiwanie przez Ukrainę zagranicznego wsparcia oraz proces euroatlantyckiej integracji Ukrainy.

W latach 2015 - 2019 nastąpił przełom w dyplomacji publicznej Ukrainy, która nadal jest stosunkowo nowym instrumentem ukraińskiej polityki zagranicznej. Z pojedynczych inicjatyw kierunek ten został zinstytucjonalizowany i powoli nabiera systemowego charakteru. Sprzyjało temu powołanie i aktywna praca Departamentu Dyplomacji Publicznej w Ministerstwie Spraw Zagranicznych oraz powołanie i uruchomienie Instytutu Ukraińskiego.

Głównym ośrodkiem rozwoju i wdrażania dyplomacji publicznej na Ukrainie jest powołany w 2015 roku Departament Komunikacji i Dyplomacji Publicznej Ministerstwa Spraw Zagranicznych (Uradowy portal, 2015). Do głównych zadań Biura należy: rozwój relacji ze społecznością, organizacjami pozarządowymi i mediami innych państw i Ukrainy; realizacja projektów wizerunkowych, kulturalnych i informacyjnych Ukrainy za granicą; koordynacja działań innych organów wykonawczych w tych obszarach. W skład Departamentu wchodzi następujące wydziały: wydział dyplomacji kulturalnej, wydział projektów wizerunkowych i wydział relacji z mediami.

Warto zwrócić uwagę na to, że wśród działań podejmowanych przez ukraiński MSZ na rzecz promocji Ukrainy i kształtowania jej wizerunku istotną rolę odgrywa dyplomacja cyfrowa. Niewątpliwie ważnym krokiem w kontekście dyplomacji publicznej Ukrainy pod auspicjami Ministerstwa Spraw Zagranicznych była prezentacja na przełomie listopada i grudnia 2015 r. internetowej kampanii promującej kraj za granicą w ramach serwisu „Moja Ukraina to” (Moya Ukrayina – ce, 2015). Strona www.myukraineis.org jest efektem współpracy Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Ministerstwa Polityki Informacyjnej i StratCom.UA. Witryna jest platformą informacyjną dla obcokrajowców o współczesnej Ukrainie i jej historii. #MyUkraineIs to hashtag kampanii. Jednak osobliwością serwisu jest to, że od momentu uruchomienia stał się platformą z treściami generowanymi przez samych użytkowników. Każdy zainteresowany Ukrainiec lub obcokrajowiec może przedstawić swoje fakty na temat Ukrainy i znanych Ukraińców w sekcji „Dodaj swoją historię”. Projekt opiera się na idei wyzwolenia z istniejących stereotypów dotyczących Ukrainy.

Oprócz tego w latach 2017-2018 Ministerstwo Spraw Zagranicznych z sukcesem przeprowadziło kampanie informacyjne: na temat Eurowizji-2017, London Reform Conference, mistrzostw FIFA 2018, #CorrectUA (o transliteracji ukraińskich toponimów), kampanie na rzecz ukraińskich jeńców wojennych, deokupacji Krymu #CrimeaIsBleeding, bezwizowego reżimu z UE itp. W wyniku kampanii internetowej #CorrectUA transliteracja nazw stolicy i innych miast Ukrainy została zmieniona przez szereg międzynarodowych holdingów medialnych, przewoźników lotniczych i lotnisk oraz organizacje międzynarodowe. Łączny zasięg kampanii prowadzonych przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych to ok. 14 mln obcokrajowców (Portal zovnishnoyi politiki, 2019).

Wzorem British Council, Instytutu Goethego, Instytutu Francuskiego, Instytutu Polskiego itp. na Ukrainie w 2017 r. powstała państwowa instytucja Instytut Ukraiński (Kabinet Ministriv Ukrainy, 2017). Jego celem jest promocja kultury ukraińskiej na świecie i kształtowanie pozytywnego wizerunku Ukrainy za granicą. Instytut należy do sfery kierownictwa Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Pełnoprawną działalność rozpoczęła latem 2018 roku, po powołaniu na stanowisko Dyrektora Generalnego Władimira Szejka, w wyniku otwartego konkursu i powołania zespołu specjalistów.

Do głównych zadań Instytutu należy: podniesienie rozpoznawalności Ukrainy za granicą poprzez upowszechnianie wiedzy o Ukrainie; budowanie dialogu międzynarodowego poprzez wspieranie wymian międzynarodowych, zapewnienie udziału Ukrainy w projektach współpracy z zakresu kultury, edukacji, nauki, gospodarki i innych dziedzin; upowszechnianie ukraińskich doświadczeń w zakresie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, przywiązania do wartości wolności, demokracji, jedności narodowej; popularyzacja języka i kultury ukraińskiej za granicą. Działalność Instytutu Ukraińskiego podzielona jest na sektory: kino, muzyka, sztuki wizualne, literatura, sztuki performatywne, projekty i programy akademickie, projekty i programy wizerunkowe, rozwój dyplomacji kulturalnej i badania.

W 2019 roku Instytut Ukraiński zrealizował kilka projektów z dziedziny kultury. W ramach Roku Kultury Ukraina-Austria 2019 odbyło się 35 projektów kulturalnych i artystycznych, m.in. wystawa sztuki współczesnej „Ukraina między ogniem a ogniem. Ukraińska sztuka współczesna”, festiwal muzyki elektronicznej i sztuk wizualnych „Ukraińska noc” itp. Delegacja ukraińskich muzyków po raz pierwszy wzięła udział w największym wydarzeniu współczesnego przemysłu muzycznego Austrii Waves Vienna, a ukraiński street art został zaprezentowany na międzynarodowym festiwalu estetyki miejskiej Calle Libre Festival. Zorganizowano ponad 30

wydarzeń promujących ukraińskie kino za granicą, w tym w ramach Festiwalu Filmowego w Cannes oraz Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Toronto i Hajfie. Ukraińskie stoisko działało podczas 69. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie (7-17 lutego). Ukraińskie projekty teatralne prezentowane były na dwóch festiwalach teatralnych w Polsce (sierpień) i Niemczech (październik). Ukraińska delegacja odwiedziła Milan Design Week (8-14 kwietnia) i Hybrid Art Fair 2019 w Madrycie (13-28 września). Stoiska ukraińskie prezentowane były na międzynarodowych wystawach i targach książki, w szczególności w Londynie (12-14.03), Paryżu (14-18.03), Bolonii (1-4.04), Abu Zabi (22-26.04), Pradze (9-12.05), Warszawie (23-26.05), Wiedniu (6-10.11), Frankfurtu (16-20.10), Montrealu (20-25.11), Sofii (10-15.12). Trwały prace nad inicjatywą „Przewodniki audio w języku ukraińskim w czołowych muzeach świata”. Pojawiły się audioprzewodniki w języku ukraińskim w Muzeum Narodowym w Polsce, Austriackiej Galerii Belweder, Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Zamkach Królewskich w Warszawie i na Wawelu (Portal zovnishnoyi politiki, 2019).

Przechodząc do analizy normatywnych aspektów dyplomacji publicznej Ukrainy, należy przede wszystkim zauważyć, że jako odrębny wektor strategii polityki zagranicznej nigdy nie była wyróżniona. Ale jednocześnie w dokumentach programowych państwa dotyczących problemów kształtowania pozytywnego wizerunku Ukrainy obecne były elementy dyplomacji publicznej. Do zadań Państwowego programu zapewnienia pozytywnego międzynarodowego wizerunku Ukrainy na lata 2003-2006 należały (Kabinet Ministriv Ukrainy, 2003): „promowanie i rozpowszechnianie informacji o dorobku kultury ukraińskiej; promocja wymiany kulturalnej, turystyki międzynarodowej” oraz prowadzenie kompleksowej polityki informacyjnej w celu zapewnienia pozytywnego biznesowego i inwestycyjnego wizerunku Ukrainy. Do zadań kolejnego programu - Państwowego programu docelowego do kształtowania pozytywnego międzynarodowego wizerunku Ukrainy do 2011 roku - należy „kształtowanie wizerunku Ukraińców jako wysoko wykształconego narodu europejskiego o głębokich korzeniach historycznych, uznanych światowych osiągnięciach w dziedzinie edukacji, nauki, kultury i sportu” (Kabinet Ministriv Ukrainy, 2009).

Z bardziej współczesnych dokumentów jedynie w Doktrynie Wojennej od 2015 r. zawarte jest bezpośrednie odniesienie do dyplomacji publicznej jako elementu komunikacji strategicznych (Prezydent Ukrainy, 2015). Promocja Ukrainy na świecie i jej interesów w globalnej przestrzeni informacyjnej oraz kreowanie marki „Ukraina” zostały omówione w Strategii Stałego Rozwoju „Ukraina - 2020” od 2015 r. (Prezi-

dent Ukrainy, 2015). Ponadto zadania dyplomacji publicznej znajdują odzwierciedlenie w koncepcji popularyzacji Ukrainy w świecie i promocji interesów Ukrainy w światowej przestrzeni informacyjnej od 2016 r. (Kabinet Ministriv Ukrainy, 2016) i w Doktrynie bezpieczeństwa informacyjnego Ukrainy od 2017 r. (Kabinet Ministriv Ukrainy, 2017). Zawarte tam są cele popularyzacji Ukrainy w światowych zasobach informacyjnych, kształtowanie pozytywnego wizerunku Ukrainy oraz wzrost atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej Ukrainy.

Dodatkowym elementem ukierunkowanym na popularyzację Ukrainy na świecie i podniesienie poziomu ogólnej świadomości społeczności międzynarodowej na temat Ukrainy i jej poszczególnych regionów jest marka narodowa Ukrainy UkraineNOW zatwierdzona Gabinetem Ministrów w 2018 r. (Kabinet Ministriv Ukrainy, 2018). Koncepcja z logo została opracowana przez agencję kreatywną Banda Agency w celu ukształtowania ukraińskiej marki na świecie, przyciągnięcia inwestycji do kraju oraz zwiększenia potencjału turystycznego. Logo jest aktywnie wykorzystywane przez agencje rządowe i firmy ukraińskie.

Przy wsparciu rządu brytyjskiego przeprowadzono badanie dotyczące postrzegania Ukrainy za granicą. Zgodnie z jego wynikami, trzy najpopularniejsze skojarzenia z Ukrainą to „korupcja”, „rewolucja” i „wojna”. Ludzie, którzy nigdy nie byli na Ukrainie, uważają Ukraińców za zamkniętych, agresywnych i nietolerancyjnych. Ten obraz powstaje głównie z tego, co widzą i słyszą w wiadomościach. Dlatego nowa marka ma pokazać Ukrainę jako otwarty, nowoczesny kraj, w którym teraz dzieją się wszystkie najciekawsze rzeczy. Marka UkraineNOW, zdaniem twórców, jest symbolem czegoś nowego, co przykuwa uwagę. A na Ukrainę naprawdę warto teraz zwrócić uwagę. Dlatego teza główna nowej marki Ukrainy: „Teraz jest najlepszy czas na podróżowanie, inwestowanie czy »przyjeżdżanie« z własnym biznesem na Ukrainę” (Trofimenko, 2018, s. 276).

Nie można zapominać o dużej ukraińskiej diasporze, którą należy uznać za potencjalnie znaczącą pomoc w realizacji dyplomacji publicznej Ukrainy. Na przykład z inicjatywy ukraińskiej pianistki Natalii Pasiczyk i solistki Opery Warszawskiej Olgi Pasiczyk powstał Instytut Ukraiński w Szwecji, który rozpoczął pracę 24 sierpnia 2014 roku. Celem jego działalności było „otwarcie kultury Ukrainy na świat, odkrycie Ukrainy jako kraju utalentowanych muzyków, artystów, poetów, pisarzy, aktorów, reżyserów itp.”, zaś misją - umieszczenie Ukrainy w kulturalnej przestrzeni Szwecji poprzez szereg wydarzeń artystycznych i charytatywnych (Ukraiński Instytut u Szwecji, 2014).

Ponadto ukraińska diaspora powołała też fundację Global Ukraine (Global Ukraine, 2015), której głównym celem jest zjednoczenie twórczych, intelektualnych i finansowych zasobów Ukraińców na całym świecie, aby ułatwić im tworzenie eksterytorialnej ukraińskiej przestrzeni, w której czołowe ukraińskie organizacje, niezależni liderzy i eksperci dbają o interesy Ukrainy na poziomie globalnym. Organizacja tworzy platformę komunikacyjną dla Ukraińców ze Stanów Zjednoczonych, Kanady, Australii, Japonii, UE, Azji i świata arabskiego.

Podsumowując powyższe, można powiedzieć, że ukraińska dyplomacja publiczna jest dopiero na początkowym stadium. Aby nadać jej większej skuteczności, potrzebne jest szczegółowe badanie stosowania najlepszych przykładów globalnych praktyk komunikacyjnych innych państw. Polityczne przywództwo Ukrainy, społeczność naukowa i społeczeństwo obywatelskie stoją przed zadaniem dalszego zróżnicowania sposobów, metod i środków pełnego wykorzystania całego arsenału narzędzi dyplomacji publicznej. Ich sukces będzie zależał od synergii sektora publicznego i prywatnego, rządu i społeczeństwa, organizacji rządowych i pozarządowych.

Bibliografia

- Kabinet Ministriv Ukrainy. (2003). *Derzhavna programa zabezpechennya pozitivno-go mizhnarodnogo imidzhu Ukrayini na 2003 — 2006 roki*. Pobrane z: <https://www.kmu.gov.ua/npas/3145664>. [dostęp: 21.11.2020].
- Kabinet Ministriv Ukrainy. (2009). *Derzhavna cilova programa formuvannya pozitivnogo mizhnarodnogo imidzhu Ukrayini na period do 2011 roku*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-%D0%BF#Text>. [dostęp: 21.11.2020].
- Kabinet Ministriv Ukrainy. (2016). *Koncepcja popularyzacji Ukrainy u sviti ta prosuvannya interesiv Ukrainy u svitovomu informacijnomu prostori*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80#Text>. [dostęp: 21.11.2020].
- Kabinet Ministriv Ukrainy. (2016). *Postanova „Deyaki pytania formi znaka (brenda) Ukrainy”*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/416-2018-%D0%BF/conv#Text>. [dostęp: 21.11.2020].
- Kabinet Ministriv Ukrainy. (2017). *Rozporiadzhennia „Pro utvorennia derzhavnoi ustanovy »Ukrainskyi instytut«”*. Pobrane z: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2017-%D1%80>. [dostęp: 21.11.2020].
- Narodowy Instytut Studiów Strategicznych. (2014). *Optymalizacja wzmocnienia obecności kulturowej Ukrainy w Europie*. Pobrane z: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/optimizaciya-posilennya-kulturnoi-prisutnosti-ukraini-v-evropi>. [dostęp: 22.11.2020].
- Prezydent Ukrainy. (2006). *Ukaz „Pro kulturno-informacijnij centr u skladi zakonodonnoyi diplomachnoyi ustanovi Ukrainy”*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142/2006#Text>. [dostęp: 20.11.2020].
- Prezydent Ukrainy. (2015). *Strategia stalogo rozwytku „Ukraina – 2020”*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text>. [dostęp: 21.11.2020].
- Prezydent Ukrainy. (2015). *Wojenna Doktryna Ukrainy*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555/2015#Text>. [dostęp: 21.11.2020].
- Prezydent Ukrainy. (2017). *Doktryna informacijnoi bezpeky Ukrainy*. Pobrane z: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>. [dostęp: 20.11.2020].
- Uradowyj portal. (2015). *U MZS stvoreno samostijnij strukturnij pidrozdil - Upravlinnya publichnoyi diplomatiyi*. Pobrane z: <https://www.kmu.gov.ua/news/248724390>. [dostęp: 22.11.2020].
- Iwanowa, N. (2017). Publichnaya diplomatiya kak effektivnyi mehanizm vneshnei politiki gosudarstva. *Visnik HNU imeni V. N. Karazina, seriya Pitannya politologii, No. 32, s. 121-126*.

- Procyuk, M. (2016). Publiczna ta kulturna diplomatiya jak zasib „m'yakoyi sili” Ukraini: zapozicheni modeli, realni kroki ta strategichni prioritety. *Zovnishnya politika i diplomatiya: tradyciyi, trendi, dosvid, No. 22, ss. 21-28.*
- Trofimenko, M. (2018). Instytucjonalizacja publicznoi diplomatii Ukrainy. *Visnik Mariupolskogo Derzhavnogo Universitetu, No. 22, ss. 267-282.*
- Global Ukraine, 2015.* Pobrane z: <https://www.global-ukraine.org/>. [dostęp: 20.11.2020].
- Moya Ukrayina – ce, 2015.* Pobrane z: <https://myukraineis.org/>. [dostęp: 22.11.2020].
- Portal zovnishnoyi politiki (2019). *Publiczna diplomatiya. Ocinka ukrayinskoyi politiki u 2019 roci.* Pobrane z: http://fpp.com.ua/zagalna_info/publiczna-diplomatiya/. [dostęp: 22.11.2020].
- Ukrainski Instytut u Szwecji, 2014.* Pobrane z: <https://ukrainskainstitutet.se/ua/>. [dostęp: 22.11.2020].