

**Олександр Неприцький**

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського  
кандидат історичних наук, доцент (Україна)  
e-mail: neprytskyi@gmail.com  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9536-2538>

**Лукаш Донай**

Університет Адама Міцкевича в Познані, доктор політичних наук, професор (Польща)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7720-1260>  
Scopus ID: 57200917845  
Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/ABE-2718-2020>  
e-mail: lukasz.donaj@amu.edu.pl

**Олег Романов**

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського  
аспірант (Україна)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3552-3728>  
e-mail: olherd.romanov@gmail.com

**Репутація Польщі в громадській думці країн Європи на початку XXI ст.  
у дослідженнях Інституту Публічних Справ**

**Анотація.** **Актуальність теми дослідження** зумовлена необхідністю систематизувати праці з вивчення репутації Республіки Польщі періоду завершення трансформації і ведення переговорів щодо вступу до Європейського Союзу, що дасть можливість надалі використовувати їх як для науково-дослідницької роботи, так і з метою застосування кращих практик національного брендингу в Україні. **Мета статті** – дослідити зміст і значення досліджень Інституту Публічних Справ, присвячених вивченню репутації Польщі в країнах Європи на початку XXI століття. **Методологія дослідження** ґрунтується на поєднанні загальнонаукових (аналізу, синтезу, узагальнення) та спеціальних (історико-генетичного, історико-типологічного, історико-системного, соціокультурного) методів з принципами історизму, системності, науковості та верифікації. Інститут Публічних Справ – один із провідних аналітичних центрів Республіки Польщі. Дослідження, проведені інститутом, показали, яку репутацію мала Польща і поляки в громадській думці країн Європи під час ведення активних переговорів про вступ країни до ЄС. Експерти ІПС проаналізували, яку інформацію про Польщу подають європейські медіа. Дослідники надали розлогий емпіричний матеріал і аналіз теоретичних аспектів формування репутації та показали функціонування і зміни історичних стереотипів. **Висновки.** Відповідно до результатів досліджень Інституту Публічних Справ у перші роки XXI століття під час переговорного процесу щодо вступу Польщі до Європейського Союзу, країна мала репутацію, зумовлену негативними стереотипами. Така ситуація могла бути виправлена (зрештою, і була виправлена), оскільки історичні стереотипи усуваються повільно, але змінюються під впливом подій сучасності. Значну роль у цьому відіграють засоби масової комунікації як дзеркало суспільних настроїв і як інструмент їх зміни. Водночас був сформований позитивний образ Польщі в громадській думці України, але сама Україна мала погану репутацію серед населення Польщі, що мало би наштотувати представників українських владних еліт на прийняття відповідних рішень.

**Ключові слова:** Польща, поляки, репутація, образ, історіографія, Європейський Союз.

**Постановка проблеми.** Репутація країни та її мешканців за кордоном – це одна з відправних точок формування зовнішньої політики держави. Вона впливає на економічні відносини, визначає напрямки соціально-культурної взаємодії, публічної дипломатії, політики національного брендингу тощо [Wang, 2004]. Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю систематизувати праці з вивчення репутації Республіки Польщі періоду завершення трансформації і ведення переговорів щодо вступу до Європейського Союзу, що дасть можливість використовувати їх як для науково-дослідної роботи, так і з метою застосування кращих практик національного брендингу в Україні.

**Аналіз джерел та останніх досліджень.** На початку XXI століття Польща активно вела переговори про вступ до Європейського Союзу. Інститут Публічних Справ (ІПС) [Instytut Spraw

Publiczných, 2021] як один із провідних аналітичних центрів Республіки Польщі здійснював вивчення образу Польщі і поляків за кордоном, що важливо для здійснення промоції держави і формування успішної зовнішньої політики. ІПС залучав до співпраці провідних фахівців із польських наукових центрів та політичних і громадських діячів-практиків. Результати проведених досліджень широко розповсюджуються в середовищі депутатів Сейму і Сенату, міністрів та співробітників виконавчої влади, журналістів, науковців, представників громадських організацій. Так, публікації ІПС мали безпосередній вплив на формування польської політики, а не лише відслідковували її реалізацію.

Значна частина дослідницьких проєктів Інституту Публічних Справ на початку XXI століття була спрямована на вивчення репутації Польщі і поляків у громадській думці країн західної Європи – Франції, Німеччини, Великій Британії, Австрії, Швеції, Іспанії [Kolarska-Bobińska, 2003; Fałkowski, Dolińska, 2001; Fałkowski, Popko, 2006; Kolarska-Bobińska, 2008, Warchala, 2006] та Україні [Konieczna, 2001], а також дослідження формування образу країни в європейських засобах масової інформації [Fałkowski, Grabowska-Cordova, Poprzęcki, Warchala, 2000; Warchala, 2002; Fomina, Frelak, 2007].

Джерельною базою для нашого дослідження стали книги і доповіді експертів Інституту Публічних Справ, що присвячені вивченню репутації Польщі в країнах Європи у період завершення трансформації та ведення переговорів про вступ до Європейського Союзу.

**Мета статті.** Метою статті є дослідити зміст і значення досліджень Інституту Публічних Справ, присвячених вивченню репутації Польщі в країнах Європи на початку XXI століття.

**Виклад основного матеріалу.** Інститут Публічних Справ розпочав свою діяльність у 1995 році і на початку 2000-х уже був одним із найпотужніших мозкових центрів Республіки Польщі. Авторитет установи і залучене міжнародне та внутрішнє фінансування дозволяло брати висококваліфікованих фахівців для реалізації проєктів. (Діяльність Інституту фінансувалася, зокрема, Фондом Конрада Аденауера, Фондом Роберта Шумана, Посольством Франції, Урядом Федеративної Республіки Німеччини, Національною Торговою Палатою, Міністерством Закордонних Справ Польщі тощо.)

Починаючи з 1998 року, Інститут Публічних Справ вивчав образ Польщі і поляків за кордоном. Перші дослідження були реалізовані протягом 1998–2001 рр. та об'єднувалися у спільний проєкт «Образ Польщі і поляків у Європі». Проєкт втілювався під керівництвом професорки Лени Колярської-Бобінської і стосувався Німеччини, Франції, Іспанії, Швеції, Австрії, України та Великої Британії [Instytut Spraw Publicznych, 2021]. Був унікальний з огляду на широке міжнародне охоплення і системність дослідження. До того ж він відповідав тодішньому тренду польської європейської політики. Тому оприлюднені результати проєкту були широко розтиражовані та викликали жвавий інтерес як в Польщі, так і за кордоном. Вони стали каталізатором дискусії щодо тематики і завдань просування образу Польщі в Європі в контексті вступу країни до ЄС. Результати були зібрані і видані в 2003 році в монографії [Kolarska-Bobińska, 2003], що здобула схвальну реакцію наукового світу [Свупар, 2005].

Проєкти, що стосувалися вивчення іміджу Польщі в Німеччині та Франції, знайшли своє продовження в 2005–2006 роках, а в 2006–2007 рр. підсумовано результати досліджень попередніх років, що стосувалися взаємних уявлень про мешканців цих трьох країн [Instytut Spraw Publicznych, 2021].

Паралельно започатковано серію досліджень, що мали на меті вивчення репутації Польщі і поляків, що поширювалася в австрійських, французьких, іспанських, німецьких та шведських ЗМІ в 2000–2001 роках, і польської політики вступу до ЄС в німецьких, французьких, іспанських і британських медіа в 2003–2004 рр. [Instytut Spraw Publicznych, 2021].

Дослідження Інституту Публічних Справ були сконцентровані на вивченні репутації Польщі і поляків в країнах Європи, містили значну аналітичну частину, окрім надзвичайно цінної фактологічної бази, висвітлювали теоретичні питання щодо формування репутації та функціонування стереотипів, вплив історичних контактів на взаємне сприйняття народів, джерела формування громадської думки тощо.

У монографії [Kolarska-Bobińska, 2003] перша частина книги «Соціологічні аспекти національних стереотипів» [Kolarska-Bobińska, 2003: 19–66.] присвячена теоретичним засадам і концепціям, що пояснюють результати польових досліджень. Автори (Александра Ясінська-Каня, Здзіслав Краснодембські, Збігнєв Бокшаньські) розкривають психологічні особливості та фактори культурно-історичної спадщини, що впливали на суспільне життя і формували стійкі стереотипи, які вдалося виявити і охарактеризувати під час проведення опитувань респондентів у Польщі та країнах Європи. Акцентувалася увага на ідеологічній функції стереотипів, що безпосередньо впливає на публічну політику і створює підґрунтя, визначає тенденції сприйняття мешканцями різних країн одні одних. Але феномен стереотипізації ставлення мешканців одних держав до населення іншої країни не зафіксовано в історичній спадщині. «Сучасність, – пише Міхал Вархала в уже згаданій монографії (стаття «Польща і Європейський Союз – знання,

стереотипи, симпатії та антипатії» [Kolarska-Bobińska, 2003: 67–84]), – може підтримати існуючі стереотипи, а може і вплинути на зміну репутації. Попри те, що сформовані стереотипи змінюються надзвичайно важко, вони можуть підлягати змінам. І політика Польщі щодо входу до Європейського Союзу була одним із чинників сучасності, що впливав на покращення репутації країни в свідомості мешканців інших європейських держав.

Автори досліджень наголошують, що на початку ХХІ століття головною проблемою в формуванні репутації Польщі і поляків у населення держав Західної Європи був брак знань про країну. Загалом 50–70 % респондентів у шести країнах Європи (Австрія, Велика Британія, Іспанія, Німеччина, Франція, Швеція) не мали визначеного уявлення щодо сучасної Польщі [Kolarska-Bobińska, 2003: 10]. Найменш чітке бачення Польщі і поляків мали мешканці Швеції та Іспанії, а найбільш сформована думка була у німців та австрійців. І в усіх досліджуваних країнах (більшою чи меншою мірою) спостерігався досить схожий образ Польщі, що абсолютно не працював на користь репутації держави та її мешканців. Польща в уяві респондентів була не схожа на їхню батьківщину. Уявлялася, як країна «католицька, відстала і традиційна, з високим рівнем корупції, не найкращою організацією праці та економікою не подібною до тієї, яка діє в державах Європейського Союзу». [Kolarska-Bobińska, 2003: 10].

Наприклад, у німців найбільш поширеною асоціацією, пов'язаною з Польщею і поляками, на початку 2000-х років була злочинність і викрадення автомобілів [Fałkowski M. Poroko, 2006: 25], а у французів – «біда, злидні, відсутність роботи» [Warchala, 2006: 16]. Лише 15 % німців, австрійців та іспанців і 18 % французів вважали, що в Польщі діє ринкова економіка. Це легко пояснюється специфікою отримання інформації про Польщу і поляків мешканцями країн Західної Європи. Насамперед, вони керувалися думкою, що Польща – це постсоціалістична країна, кандидатка на вступ до ЄС, відтак вона має гіршу економіку, ніж країни ЄС, і прагне покращити своє економічне становище за рахунок вступу до Європейського Союзу. Водночас, знайомлячись із поляками, переважно, як з представниками спільноти трудових мігрантів у своїх країнах – людьми, що змушені у пошуку роботи і заробітків покинути свою батьківщину, і виконувати, зазвичай, некваліфіковану роботу в чужій країні, щоб утримати себе і свою родину. У такий спосіб не могла сформуватися репутація Польщі як демократичної держави, що швидко економічно розвивається.

Політичний образ Польщі не відрізняється в кращу сторону від економічного. Лише 16 % респондентів з Німеччини, Австрії та Франції вважали, що в Польщі поважають громадянські свободи [Kolarska-Bobińska, 2003: 11]. Мешканці західних країн мали уявлення, що Польща позбавилася будівництва комунізму, але ще не пройшла дорогу становлення демократії. Польська політична система не вважалася аналогічною до тієї, що функціонувала в країнах Західної Європи, але рухалася в цьому напрямку. Такому уявленню сприяли два чинники. Перший – це очікуваний вступ Польщі до Європейського Союзу (а держава, яка прагне вступити до ЄС, повинна бути або вже демократичною, або прагнути нею стати). І другий – це історичні асоціації з Лехом Валенсою і рухом «Солідарність», що надзвичайно сильно вплинули на формування позитивної репутації Польщі в країнах Європи.

Загалом напередодні вступу Польщі до Європейського Союзу в мешканців Західної Європи сформувався схожий образ польської держави, але знаходилися і відмінності. Якщо проаналізувати різницю в сприйнятті Польщі респондентами з різних країн, то очевидним стає висновок, що сформований образ залежить від наявності спільної історії, інтенсивності контактів та характеру минулих взаємин і теперішньої взаємодії між суспільствами та елітами країн [Kolarska-Bobińska, 2003: 13-14].

Характерною особливістю досліджень, проведених Інститутом Публічних Справ, стало вивчення образу «Польщі і поляків», тобто окремими об'єктами дослідження були репутація польської держави (як інституції і суб'єкта міжнародних економічних і політичних відносин) та її мешканців (людей, громадян, представників польського народу). Як показали опитування, образ поляка (аналогічно, як і Польщі) не був чітко викристалізований у свідомості мешканців країн Західної Європи і мав на собі відбиток загальних стереотипів сприйняття країни. Респонденти вважали, що поляки були людьми «більш моральними, ніж ефективними», щирими і толерантними, але зовсім не сучасними.

Для мешканців країн Західної Європи Польща була Сходом – «відсталим і варварським», який протиставлявся «цивілізованому» Заходу. Причому зневага до Сходу і захоплення Заходом спостерігається при просуванні далі на Схід. Взаємні стереотипи щодо відносин схід-захід, що спостерігаються, наприклад, у ставленні німців до поляків і, навпаки, поляків до німців, так само переносилися на формування ставлень між поляками і українцями, тільки з тією різницею, що у цьому випадку Польща – це Захід (розвинений, сучасний і успішний), а Україна – це Схід. [Kolarska-Bobińska, 2003: 275]. В Україні був сформований значно більш позитивний образ поляка (освіченого, сучасного, ефективного, підприємливого, гостинного, концентрованого на спільній цілі – інтеграції із Заходом), ніж серед мешканців держав Західної Європи. Проте

українські респонденти наділяли поляків такими рисами, як пихатість, хтивість, надмірна прив'язаність до матеріальних цінностей і зловживання алкоголем (поляки, між іншим, відзначали останню особливість в українців). Єдина риса, яка збігалася у характеристиці поляків, що панувала в громадській думці західних країн і України, це – релігійність [Konieczna, 2001: 8].

У дослідженнях образу Польщі і поляків у країнах Європи неодноразово наголошується на ролі медіа у формуванні репутації країни і її мешканців. Дослідження образу Польщі в західноєвропейській пресі [Warchala, 2002] показало, що він не істотно відрізняється від того, що панував у громадській думці. Вірогідно, це стало наслідком того, що засоби масової інформації намагаються відповідати очікуванням реципієнта, і разом медіа формують світогляд аудиторії. Тому схожість репутації Польщі і поляків, що була виявлена під час опитувань та при вивченні іноземної преси, виглядає цілком логічною.

У західних ЗМІ Польща подавалася «досить амбівалентно: з однієї сторони – як країна, що динамічно розвивається в різних напрямках (приватизація, закордонні інвестиції), а з іншої – певні ситуативні аспекти надалі розміщують Польщу в групу глибоко відсталих країн», – пишуть автори квартальної доповіді ІСП в 2001 році [Grabowska-Córdova, Popko, Skrobotówna, Warchala, 2001: 5]. Головною проблемою Польщі на шляху до набуття членства в ЄС подавалася проблема польського сільського господарства [Fałkowski, Grabowska-Córdova, Skrobotówna, Warchala, 2001: 6] – великий і технологічно відсталий агропромисловий комплекс становив загрозу системі виробництва сільськогосподарської продукції в ЄС і потенційно міг претендувати на непомірно великі дотації з бюджету Євросоюзу через механізм Спільної агрокультурної політики. Відомий «Польський сантехнік», що виник на сторінках французького сатиричного журналу «Charlie Hebdo» а згодом розійшовся по всіх західноєвропейських ЗМІ символом загрози напливу дешевої робочої сили з країн Центрально-східної Європи, став уособленням того, як стереотипи можуть відігравати істотну роль у формуванні міжнародної співпраці [Raport Roczny, 2005: 7]. Польща постійно зазнавала критики за «нахабну» манеру ведення переговорів під час вступу до Європейського Союзу [Fałkowski, Grabowska-Córdova, Skrobotówna, Warchala, 2001: 6].

Позитивно впливали на репутацію Польщі в країнах Західної Європи публікації, що стосувалися польської культурної спадщини (як частини європейської) та успішної політико-економічної трансформації [Warchala, 2002: 7].

**Висновки.** Відповідно до результатів досліджень Інституту Публічних Справ у перші роки ХХІ століття, під час переговорного процесу щодо вступу Польщі до Європейського Союзу, країна мала репутацію, зумовлену негативними історичними стереотипами. Серед мешканців країн Західної Європи було уявлення, що Польща – це бідна країна з посткомуністичною економікою і засиллям традиціоналізму та католицизму. Така ситуація могла бути виправлена (зрештою, і була виправлена), оскільки історично сформовані стереотипи усуваються повільно, але змінюються під впливом сучасності. І значну роль у цьому відіграють засоби масової комунікації: як дзеркало суспільних настроїв і як інструмент їх зміни.

Дослідження, проведені Інститутом Публічних Справ, показали реальну ситуацію із репутацією Польщі і поляків у країнах Європи під час переговорного процесу і вступу до Європейського Союзу, і стали частиною підґрунтя формування зовнішньої політики держави та промоційної кампанії Республіки Польщі.

Якщо для мешканців західних держав Польща була уособленням «дикого і варварського» Сходу, то для громадян України вона була «шматочком Заходу» і уособленням успіху політичної та економічної трансформації. Натомість Україна і українці у громадській думці поляків були тим самим «диким і відсталим» Сходом. Тож відповідні корективи зовнішньої та внутрішньої політики могли зробити не лише у Варшаві, але й у Києві. Адже результати досліджень Інституту Публічних Справ знаходилися і продовжують знаходитися у відкритому доступі.

**Подяка.** Висловлюємо щире вдячність членам редколегії журналу за конструктивні поради, надані в процесі підготовки статті до друку.

**Фінансування.** Автори не отримували фінансової підтримки для проведення дослідження і публікації цієї статті.

#### Джерела та література:

- Cwynar K. M. (2005) «Obraz Polski i Polaków w Europie», Lena Kolarska-Bobińska (red.), Warszawa 2003: [recenzja] *Polityka i Społeczeństwo*, № 2. S 226–231.
- Fałkowski M., Dolińska X. (2001) *Polska – Niemcy. Wzajemny wizerunek w okresie rozszerzania Unii Europejskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 89 s.
- Fałkowski M., Grabowska-Córdova B., Popręcki D., Warchala M. (2000) *Obraz Polski w prasie krajów członkowskich Unii Europejskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 126 s.

- Fałkowski M., Grabowska-Górdova B., Grabowska-Cordova B. Skrobotówna I., Warchala M.** (2001) *Wizerunek Polski w prasie krajów członkowskich Unii Europejskiej. Raport roczny 2000*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 204 s.
- Fałkowski M., Popko A.** (2006) *Niemcy o Polsce i Polakach 2000–2006. Główne wnioski z badania*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 16 s.
- Fałkowski M., Popko A.** (2006) *Polacy i Niemcy. Wzajemny wizerunek po rozszerzeniu Unii Europejskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 105 s.
- Fomina J., Frelak J.** (2007) *Next Stopski London. Wizerunek polskich imigrantów w prasie brytyjskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 87 s.
- Grabowska-Cordova B., Popko A., Skrobotówna I., Warchala M.** (2001) *Wizerunek Polski w prasie krajów członkowskich Unii Europejskiej. Raport kwartalny (kwiecień – czerwiec 2001)*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 148 s.
- Instytut Spraw Publicznych** (2021) *Badania wizerunkowe (1998–2008)*. URL: <https://www.isp.org.pl/pl/projekty/badania-wizerunkowe-1998-2008>.
- Instytut Spraw Publicznych** (2021) *Instytut Spraw Publicznych*. URL: <https://www.isp.org.pl/pl/o-nas>
- Instytut Spraw Publicznych** (2021) *Obraz Polski i Polaków w Europie (1998–2001)*. URL: <https://www.isp.org.pl/pl/projekty/obraz-polski-i-polakow-w-europie-1998-2001>.
- Kolarska-Bobińska L., Fałkowski M. (red.)** (2008) *Polska–Niemcy–Francja. Wzajemne postrzeganie po rozszerzeniu UE*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 155 s.
- Kolarska-Bobińska L. (red.)** (2003) *Obraz Polski i Polaków w Europie*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 344 s.
- Konieczna J.** (2001) *Polska – Ukraina wzajemny wizerunek*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 89 s.
- Raport Roczny** z działalności Instytutu Spraw Publicznych za okres styczeń – grudzień 2005. (2005) Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 31 grudnia 2005. 51 s.
- Wang J.** (2004) *Effectively Managing National Reputation: Strategic Public Diplomacy Revisited*. *Allacademic Research*. October. 22. P.7–8. URL: [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/0/1/3/4/1/pages13418/p13418-1.php](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/4/1/pages13418/p13418-1.php).
- Warchala M.** (2006) *Polacy i Francuzi Wzajemny wizerunek po rozszerzeniu Unii Europejskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 68 s.
- Warchala M. (red.)** (2002) *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 77 s.

**Александр Неприцкий**

Винницкий государственный педагогический университет имени Михаила Коцюбинского  
кандидат исторических наук, доцент (Украина)

**Лукаш Донай**

Университет Адама Мицкевича в Познани, доктор политических наук, профессор (Польша)

**Олег Романов**

Винницкий государственный педагогический университет имени Михаила Коцюбинского  
аспирант (Украина)

**Репутация Польши в общественном мнении стран Европы в начале XXI в.  
в исследованиях Института Общественных Дел**

**Аннотация.** Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью систематизировать работы по изучению репутации Республики Польши в период завершения трансформации и ведения переговоров о вступлении в Европейский Союз, что даст возможность использовать их в дальнейшем как для научно-исследовательской работы, так и с целью применения лучших практик национального брэндинга в Украине. **Цель статьи** – исследовать содержание и значение исследований Института Общественных Дел, посвященных изучению репутации Польши в странах Европы в начале XXI века. **Методология исследования** базируется на сочетании общенаучных (анализа, синтеза, обобщения) и специальных (историко-генетического, историко-типологического, историко-системного, социокультурного) методов с принципами историзма, системности, научности и верификации. Институт общественных дел – один из ключевых аналитических центров Республики Польши. Исследования, проведенные институтом, показали, какую репутацию имела Польша и поляки в общественном мнении стран Европы во время ведения активных переговоров о вступлении страны в ЕС. Эксперты ИОД проанализировали, какую

.....  
информацию о Польше подают европейские СМИ. Исследователи дали широкий эмпирический материал и анализ теоретических аспектов формирования репутации, а также показали функционирование и изменения исторических стереотипов. **Выводы.** В соответствии с результатами исследований Института Общественных Дел, в первые годы XXI века во время переговорного процесса о вступлении Польши в Европейский Союз, страна имела репутацию, обусловленную негативными стереотипами. Ситуация могла быть исправлена (что и было сделано), поскольку исторические стереотипы элиминируются медленно, но подлежат изменениям под влиянием современности. И значительную роль в этом играют средства массовой коммуникации, как зеркало общественных процессов и инструмент их изменений. В то же время был сформирован положительный образ Польши в общественном мнении Украины, но сама Украина имела плохую репутацию среди населения Польши, что должно было бы подтолкнуть представителей украинских элит, пребывающих при власти, к принятию соответствующих решений.

**Ключевые слова:** Польша, поляки, репутация, образ, историография, Европейский Союз.

**Oleksandr A. Neprytskyi**

Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University  
PhD (History), Associate Professor (Ukraine)

**Łukasz Donaj**

Adam Mickiewicz University in Poznań  
PhD (Political Science), Associate Professor (Poland)

**Oleh V. Romanov**

Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University  
PHD Student (Ukraine)

#### **Reputation of Poland in the Public Opinion of the Countries of Europe at the Beginning of the 21<sup>st</sup> Century in the Studies of the Institute of Public Affairs**

**Abstract. Relevance of the topic of the research** is determined by the necessity to systemize the works on the study of the reputation of the Republic of Poland during the period of transformation finalization and negotiations on accession to the European Union, which will allow to use them in the future both for the scientific and research work as well as for the application of best practices of national branding in Ukraine. **The aim of the article** is to study the content and value of the studies of the Institute of Public Affairs dedicated to the topic of reputation of Poland in the countries of Europe at the beginning of the 21<sup>st</sup> century. **Methodology of the research** is based on the combination of general (analysis, synthesis, generalization) and specific (historical-genetic, historical-typological, historical-systemic, sociocultural) scientific methods with the principals of historicism, systematicity, scientificity and verification. The Institute of Public Affairs was one of the leading analytical centers of the Republic of Poland. The studies, conducted by the Institute, have shown what reputation Poland and the Polish had in the public opinion of the countries of Europe during the phase of active negotiations on the country's accession to the EU. The IPA's experts analysed the information about Poland provided by the European media. The researchers provided extensive empirical data as well as the analysis of the theoretical aspect of reputation formation and illustrated the functioning and shift of historical stereotypes. **Conclusions.** According to the results of the studies of the Institute of Public Affairs, at the very beginning of the 21<sup>st</sup> century the country had a reputation during the negotiations on the accession to the European Union, which was caused by negative stereotypes. This situation could have been rectified (and in the end, it was rectified), as the historical stereotypes are slowly eliminated, however, they are being changed under the influence of contemporary reality. Mass media play a significant role in this process, being the mirror of public mood and an instrument for shaping it. At the same time, a positive image of Poland was formed in the public opinion of Ukraine, however, Ukraine itself had a bad reputation among the population of Poland, which should have served as an implication for the representatives of the Ukrainian governing elites to take the necessary similar steps.

**Key words:** Poland, the Polish, reputation, image, historiography, the European Union.

## References:

- Cwynar K. M.** (2005) «Obraz Polski i Polaków w Europie», Lena Kolarska-Bobińska (red.), Warszawa 2003: [recenzja] [Image of Poland and the Poles in Europe, Lena Kolarska-Bobińska (ed.), Warszawa 2003: [review]] *Polityka i Społeczeństwo*, № 2. S 226–231. [In Polish].
- Fałkowski M., Dolińska X.** (2001) *Polska–Niemcy. Wzajemny wizerunek w okresie rozszerzania Unii Europejskiej*. [Poland–Germany. Mutual image during the expansion of the European Union] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 89 s. [In Polish].
- Fałkowski M., Grabowska-Cordova B., Poprzącki D., Warchala M.** (2000) *Obraz Polski w prasie krajów członkowskich Unii Europejskiej*. [An image of Poland in the press of the European Union member states] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 126 s. [In Polish].
- Fałkowski M., Grabowska-Górdova B., Grabowska-Cordova B., Skrobotówna I., Warchala M.** (2001) *Wizerunek Polski w prasie krajów członkowskich Unii Europejskiej. Raport roczny 2000*. [Polish image in the press of the European Union member states. Annual Report 2000] Warszawa. Instytut Spraw Publicznych. 204 s.
- Fałkowski M., Popko A.** (2006) *Niemcy o Polsce i Polakach 2000–2006. Główne wnioski z badania*. [Germans about Poland and the Poles 2000–2006. Main conclusions of the research.] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 16 s. [In Polish].
- Fałkowski M., Popko A.** (2006) *Polacy i Niemcy. Wzajemny wizerunek po rozszerzeniu Unii Europejskiej*. [Poles and Germans. Mutual image after the enlargement of the European Union] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 105 s.
- Fomina J., Frelak J.** (2007) *Next Stopski London. Wizerunek polskich imigrantów w prasie brytyjskiej*. [Next stop London. The image of Polish immigrants in the British press.] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 87 s. [In Polish].
- Grabowska-Cordova B., Popko A., Skrobotówna I., Warchala M.** (2001) *Wizerunek Polski w prasie krajów członkowskich Unii Europejskiej. Raport kwartalny (kwiecień – czerwiec 2001)*. [Polish image in the press of the European Union member states. Quartial Report (April–June 2001)] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 148 s. [In Polish].
- Instytut Spraw Publicznych** (2021) *Badania wizerunkowe (1998–2008)*. [Studies of the image (1998–2008)] URL: <https://www.isp.org.pl/pl/projekty/badania-wizerunkowe-1998-2008> [In Polish].
- Instytut Spraw Publicznych** (2021) *Instytut Spraw Publicznych*. [Institute of Public Affairs] URL: <https://www.isp.org.pl/pl/o-nas> [In Polish].
- Instytut Spraw Publicznych** (2021) *Obraz Polski i Polaków w Europie (1998–2001)*. [An image of Poland and the Poles in Europe (1998–2001)] URL: <https://www.isp.org.pl/pl/projekty/obraz-polski-i-polakow-w-europie-1998-2001> [In Polish].
- Kolarska-Bobińska L., Fałkowski M. (red.)** (2008) *Polska–Niemcy–Francja. Wzajemne postrzeganie po rozszerzeniu UE*. [Poland–Germany–France. Mutual perception after the EU enlargement] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 155 s. [In Polish].
- Kolarska-Bobińska L. (red.)** (2003) *Obraz Polski i Polaków w Europie*. [Image of Poland and the Poles in Europe] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 344 s. [In Polish].
- Konieczna J.** (2001) *Polska–Ukraina wzajemny wizerunek*. [Poland–Ukraine mutual image] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 89 s. [In Polish].
- Raport Roczny** z działalności Instytutu Spraw Publicznych za okres styczeń – grudzień 2005. (2005) [Annual report on the activities of the Institute of Public Affairs for the period of January–December 2005.] Warszawa. Instytut Spraw Publicznych. 31 grudnia 2005. 51 s. [In Polish]
- Wang J.** (2004) Effectively Managing National Reputation: Strategic Public Diplomacy Revisited. *Allacademic Research*. October. 22. P. 7–8. URL: [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/0/1/3/4/1/pages13418/p13418-1.php](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/3/4/1/pages13418/p13418-1.php).
- Warchala M.** (2006) *Polacy i Francuzi Wzajemny wizerunek po rozszerzeniu Unii Europejskiej*. [The Poles and the French – mutual image after the enlargement of the European Union] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 68 s. [In Polish].
- Warchala M. (red.)** (2002) *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej*. [The image of Poland in the press of the European Union countries] Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 77 s. [In Polish].

Статтю надіслано до редколегії 05.07.2021 р.  
Статтю рекомендовано до друку 08.08.2021 р.