

Отчет по  
исследованию  
**„ПЕРСПЕКТИВЫ  
ПРОДВИЖЕНИЯ  
БРЕНДА ПОЛЬШИ  
СРЕДИ АКТИВНЫХ  
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ  
РОССИЙСКОГО  
ГРАЖДАНСКОГО  
ОБЩЕСТВА”**

Fundacja WOT  
при поддержке  
Министерства иностранных дел  
Республики Польша  
конкурс  
„Публичная дипломатия 2020”

Варшава 2020



Rzeczpospolita Polska  
Ministerstwo  
Spraw Zagranicznych

Рапорт подготовлен в рамках проекта  
„Повышение осведомленности российского гражданского общества о реформах  
и системных преобразованиях в Польше” при поддержке Министерства  
иностраннных дел Республики Польша  
конкурс „Публичная дипломатия 2020”

**WOT**  
FUNDACJA

Fundacja WOT

Издатель „Fundacja WOT”  
ul. Jaworzyńska 4 lok. 2  
00-634 Warszawa  
Контакт: info@wotf.pl  
freerussia.eu

Дизайн и верстка: Иван Соловьев

Фотография обложки:

„Warsaw” by x-oph is  
licensed with CC BY-SA 2.0.

To view a copy of this  
license, visit [https://  
creativecommons.org/  
licenses/by-sa/2.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/)



Гражданское общество любой страны является основным носителем культуры и главным двигателем коммуникации и общественной дипломатии. Поэтому именно взаимодействие представителей гражданского общества важно для укрепления взаимопонимания и партнерства между странами, а также взаимного проникновения культур и ценностей. Диалог между обществами помогает нейтрализовать напряжение, выступающее на государственном уровне.

Также именно активные представители гражданского общества выступают лидерами мнений для более широкой аудитории, а значит от их представлений зависят и общие настроения российского общества.

В данном исследовании мы проанализировали представления о Польше представителей российского гражданского общества и сформулировали предложения, которые помогут достичь более глубокого взаимопонимания между странами через развитие двустороннего общественного и культурного диалога.

#### **Рецензенты:**

**Мария Доманьская** - политолог, аналитик Центра Восточных Исследований

**Алексей Титков** - доцент философско-социологического факультета Российской академии народного хозяйства и государственной службы, преподаватель факультета социальных наук Московской высшей школы социальных и экономических наук („Шанинка”).

# Оглавление

<b>ВСТУПЛЕНИЕ</b> .....	<b>5</b>
<b>МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ</b> .....	<b>7</b>
<b>ОБРАЗ ПОЛЬШИ И ВОСПРИЯТИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОЛЬСКИХ БРЕНДОВ</b> .....	<b>9</b>
<b>ПОЛЬША - НЕ ДРУГ, НО „САМАЯ БЛИЗКАЯ ЕВРОПА”</b> .....	<b>14</b>
<b>ВАЙДА И ВЕДЬМАК - ЧТО РОССИЯНЕ ЗНАЮТ О ПОЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЕ</b> .....	<b>19</b>
<b>ЭКОНОМИКА И РЕФОРМЫ</b> .....	<b>21</b>
<b>РЕКОМЕНДАЦИИ</b> .....	<b>23</b>
<b>РЕЗЮМЕ</b> .....	<b>27</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>29</b>
<b>Приложение 1</b> .....	<b>31</b>



# ВСТУПЛЕНИЕ



Фотография:  
„Warsaw” by Kamil Porembiński is licensed with CC BY-SA 2.0.  
To view a copy of this license, visit  
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>

Отношения Польши и России чаще всего описываются, как трудные, неоднозначные, имеющие сложный исторический бэкграунд. После аннексии Крыма в 2014 году официальные контакты практически прекратились, тогда как взаимодействие на негосударственном уровне остается периферийным и незначительным. Чтобы лучше понять, как выстраивать общественное взаимодействие и расширять контакты между нашими странами, мы провели настоящее исследование.

Если на уровне всего российского общества имидж Польши формируется, прежде всего, под влиянием государственных институтов и прокремлевских СМИ, то в более узких целевых аудиториях есть пространство для развития прямых контактов, которые помогут преодолеть влияние пропаганды и сформировать более реалистичный и позитивный образ современной Польши, очищенный от стереотипов и мифов.

Наш Фонд уже 5 лет работает в Польше, регулярно взаимодействуя с представителями российского гражданского общества. Наша деятельность направлена на повышение прямых контактов между общественными организациями и движениями из России и Польши, а также на укрепление диаспоральных связей россиян в Польше и их участие в общественной жизни обеих стран. Мы уверены, что только укрепление демократии в обеих странах и совместный дискурс на эту тему поможет преодолеть старые конфликты и стереотипы, найти возможности для конструктивного партнерства в разных областях, а также переломить импас в отношениях.

По нашему мнению, наиболее перспективной аудиторией с этой точки зрения являются представители гражданского сектора России. Несмотря на постоянное давление со стороны властей, гражданский сектор активно развивается - государство не справляется с решением проблем, а официальные институты продолжают деградировать в условиях авторитарного режима.

Влияние акторов гражданского сектора достаточно высоко. Во-первых, в условиях дефицита свободных СМИ и слабости института репутации, высока роль независимых журналистов и блогеров. Во-вторых, лидеры отдельных организаций, которые работают в своих отраслях некоммерческого сектора, становятся важными опиньон-мейкерами, поскольку люди доверяют именно тем, кто им помогает в решении проблем и чья деятельность им понятна. Активная молодежь в России ориентируется на определенных лидеров гражданского сектора, за чьей деятельностью они следят и поддерживают. В итоге, именно взаимодействие с лидерами гражданского сектора может стать мостом, который улучшит взаимопонимание и поможет россиянам увидеть настоящую Польшу.

Мы надеемся, что данное исследование способствует плодотворной дискуссии и выработке эффективных стратегий партнерства между польским и российским гражданским обществом, в которой примут участие представители обеих стран.

Мы благодарим МИД Республики Польша за поддержку проекта, в рамках которого стало возможно проведение данного исследования, и надеемся, что его результаты будут также полезны для развития программ публичной дипломатии.

**Анастасия Сергеева**, глава правления „Fundacja WOT”

**WOT**  
FUNDACJA

# МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное исследование преследовало две основных цели: понять, насколько хорошо знают Польшу активные представители российского гражданского общества, ведь именно они являются главным бенефициантом различных промо и культурных инициатив, а также выступают лидерами мнений для более широкой российской аудитории, и на основании полученной информации разработать предложения, как повысить узнаваемость и позитивное восприятие бренда Польши. Это, в свою очередь, способствовало бы интенсификации и улучшению диалога между гражданским обществом России и Польши.

Объектом нашего исследования были политические и гражданские активисты, которые являются или потенциально могли бы быть аудиторией для международных проектов, занимают активную гражданскую позицию, выступают источником информации или мнений для своего окружения. Именно они в теперешних условиях являются главными партнерами для диалога ЕС с Россией.

При составлении профиля участника исследования мы ориентировались на социальный портрет участника протестных акций оппозиции в конце 2010-х годов<sup>1</sup>: люди с высшим образованием, преимущественно мужчины, в возрасте 25-40 лет, и на состав участников более умеренного Объединенного гражданского форума Комитета гражданских инициатив.

Исследование состояло из двух частей<sup>2</sup>: количественной - анкетирование; и качественной - серия из 15 глубинных интервью с отдельными лидерами и экспертами. Исследование проводилось с начала сентября по конец ноября 2020 года, полевой этап качественного исследования

прошел 8-25 октября, анкетирование - 21 сентября-25 ноября.

Сбор данных количественной части проходил методом "снежного кома", с использованием личных контактов в различных организациях, гражданских сетях, межрегиональных движениях. Таким образом, респондентами стали представители разных идеологий<sup>3</sup> и сфер общественной и политической жизни из разных регионов России. Основную часть выборки составляют люди 25-40 лет с высшим образованием, жители крупных городов. На вопросы анкеты ответили 145 человек: 54% мужчин, 45% женщин, география - 40% москвичей, 9% из Сибири и Дальнего Востока, 20% из Центральной России и Поволжья, 9,7% с Урала, 11% с Северо-Запада России, 4% проживающих за пределами России, 2,8% - с Юга страны, 2% указали, что поле их деятельности - вся страна. Хотя население Москвы составляет ок. 10% населения России, именно в столице происходит абсолютное большинство важных политических, общественных и культурных событий. Москвичи являются доминирующей группой участников международных программ и мероприятий. Несмотря на рост протестных настроений в регионах в последние годы, Москва по-прежнему является лидером протестных настроений. Часть региональных активистов, попав под давление местных властей, предпочитают перебираться в столицу и вести деятельность оттуда, оставаясь при этом лидерами мнений для своего региона.

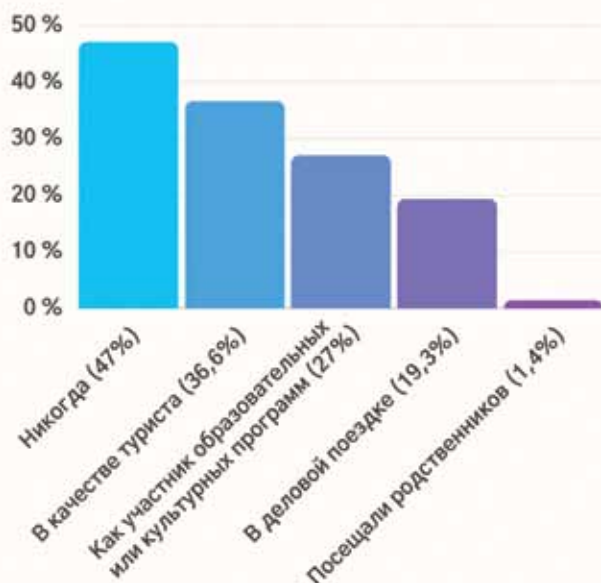
3 Современная российская общественная жизнь характеризуется иной идеологической сегментацией, чем разделение на правых и левых, националистов и либералов. Деление на коммунистов и демократов, актуальное в 1990-е, уступило место делению на лояльных и нелояльных власти Путина. Хотя большая часть опрошенных идентифицирует себя как либералов или являются/были членами либеральных политических и неполитических проектов, это не означает их приверженности либерализму в классическом понимании термина. Среди опрошенных есть представители российской Компартии или участники „зеленых” организаций, и если коммунистов нельзя сравнивать с коммунистами советского периода, то экологов вполне можно сравнить с немецкими „зелеными”. Некоторые участники исследования подчеркивали свою аполитичность.

1 Анна Соколова, Мария Головина, Елизавета Семиханова, „Вы нас даже не представляете”: социальный портрет митингующих в динамике <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/usjeqq8in4/direct/197430416.pdf>

2 Все участники исследования выразили согласие на использование их персональных данных, подписав форму RODO.



### Посещали ли вы Польшу и если да, то с какой целью?



Поэтому несмотря на преобладание москвичей в выборке, наше исследование является уникальным - обычно западные страны и организации ограничиваются Москвой и Петербургом, исследуя настроения россиян.

Среди наших респондентов были представители различных сфер гражданского общества России: муниципальные депутаты, участники формальных и неформальных политических и неполитических объединений, местные активисты, представители благотворительных организаций, журналисты, правозащитники, гражданские лидеры.

Для нас важно было понять, как знания о Польше выглядят среди „опытных пользователей”, так и среди людей не принимающих участия в программах международного сотрудничества или обмена. 47% респондентов не были в Польше ни разу, тогда как 36,6% были в качестве туристов, 27% участвовали в образовательных и культурных программах в Польше, 19,3% были в деловой поездке, а 1,4% посещали родственников (можно выбрать несколько вариантов ответа).

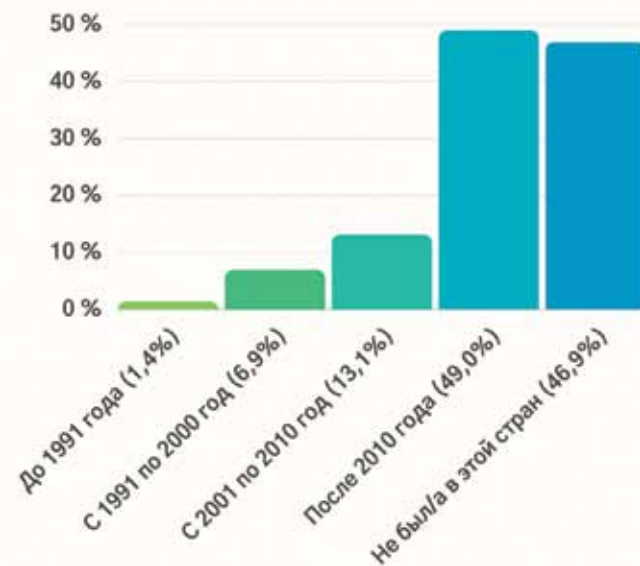
Из числа тех, кто посетил Польшу 69,6% были в стране после 2010 г., 18,6% - с 2001 по 2010 г., 9,8% - с 1991 по 2000 г, еще 1,6% - до 1991 года.

Для участия в глубинных интервью приглашались те представители активного гражданского общества, которых можно назвать экспертами и лидерами мнений по крайней мере на региональном уровне: представители партий „Яблоко”, Штаба Навального, Открытой России, левые и либералы, урбанисты, правозащитники, социологи историки, журналисты. Стоит отметить, что часть респондентов качественного исследования участвовали в конференциях и программах, организованных польскими фондами, и и мы сознательно хотели посмотреть, насколько лучше они осведомлены по сравнению с теми, кто не с Польшей раньше „не соприкасался”.

География проживания участников глубинных интервью: Калининград, Москва, Петербург, Владивосток, Ярославль, Челябинск, Красноярск, Краснодарский край, Казань, двое респондентов живут за пределами России, но их работа связана с российским информационным пространством.

Пандемия COVID-19 не повлияла на ход нашего исследования, анкетирование и интервью проводились дистанционно, что позволило обеспечить широкий географический охват.

### Если Вы были в Польше, то в какой период?







Фотография:  
„Solidarity logo” by futureatlas.com is licensed with CC BY 2.0.  
To view a copy of this license, visit  
<https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/>

# ОБРАЗ ПОЛЬШИ И ВОСПРИЯТИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОЛЬСКИХ БРЕНДОВ

Образ Польши в сознании представителей российского гражданского общества достаточно хорошо сформирован и однороден. На открытый вопрос „Какие первые ассоциации у вас возникают, когда Вы слышите слово «Польша»” мы получили массив схожих ответов, которые легко группируются.

Самый популярный польский бренд в России - это бренд движения „Солидарность”, который у россиян имеет однозначно позитивные коннотации. Второй по популярности бренд „польская религиозность” сам по себе воспринимается как нейтральный, но в комбинации с такими ассоциациями как „национализм” и „консерватизм” уже имеет негативный оттенок. Как показало общение с нашими респондентами, историческая тематика, хотя является составляющей образа Польши, не играет решающую роль. Активные россияне следят за польскими протестами против ограничения прав женщин на прерывание беременности и польской помощью для Беларуси больше, чем за дискуссиями о начале Второй мировой войны.

## „Солидарность”, или протесты как позитивный бренд

Представителям гражданского общества России важен опыт успешных общественно-политических изменений и массовых движений. Ассоциации, связанные с движением „Солидарность”, а также Лехом Валенсой, Гданьской судоверфью, забастовками в 1980-х, - самые частые у представителей гражданского общества России при слове „Польша”. Что важно, все эти ассоциации у россиян имеют исключительно положительный характер.

Так, порядка трети участников исследования упоминали „Солидарность” и все, что связано с движением, в качестве первой спонтанной ассоциации с Польшей. Лех Валенса остается самым узнаваемым польским политиком в России - более 60% опрошенных знают имя лидера „Солидарности” и могут о нем что-то рассказать, еще для 19% имя является знакомым, хотя подробностей они не знают. Для сравнения: про нынешнего президента Польши Анджея Дуду могут сказать пару слов

## Какие новости из Польши вы слышали в последнее время?



41,4%, еще 35,8% знают это имя, про Леха Качинского - соответственно 44,8 и 41,4%. Имена других бывших президентов Польши респондентам практически неизвестны.

*Я считаю, что самое прекрасное в Польше – это „Солидарность”. Поляки добивались выхода из сферы влияния СССР вполне себе революционным способом, а не так, что СССР сказал идите, и они пошли. Я считаю, что этот способ нужно всем принимать во внимание и обязательно перерабатывать под себя. (женщина, 52 года, Санкт-Петербург, депутат, „Открытая Россия”)*

Важно отметить, что история польской „Солидарности” в сознании респондентов связывается с последующими успешными реформами в стране, прежде всего в экономической сфере.

*У меня ассоциации - это Лех Валенса, „Солидарность”, „польское экономическое чудо” 90-х годов. Я эти вещи тоже хорошо помню. (мужчина, 53 года, Владивосток, активист штаба Навального )*

С одной стороны, „Солидарность” - это бренд старый, его присутствие в российском дискурсе стандартно фиксируется с 80-х годов. С другой стороны, этот бренд недавно актуализировался: российское гражданское общество с начала 2010-х активно обсуждает темы, связанные с возможностью организации „Круглого стола”, пределов сотрудничества с властью и партиями-сателлитами на выборах, а также тему люстрации. Внимание к событиям в Польше 80-х - это интерес к опыту как успешного широкого общественного движения, так и мирной смены власти.

При этом наша аудитория разительно контрастирует с общероссийской: для россиян в целом

бренд „Солидарности” не имеет такого большого значения, он находится на периферии<sup>4</sup>. У активных представителей гражданского общества бренд вызывает не просто отклик, но и достаточно тесно связан с брендом успешной польской экономической трансформации (см. раздел 4 Экономика).

### Консервативный разворот, или протесты как негативный бренд

На втором месте по спонтанным ассоциациям - религиозность и консерватизм, именно эти качества по мнению россиян особенно присущи полякам.

Россияне отмечают приверженность поляков католицизму, вспоминают папу Иоанна Павла II, упоминают костелы как символ страны, - такие ассоциации появляются у более чем четверти опрошенных. Здесь преобладают нейтральные оценки.

Однако та же религиозность, но уже упомянутая вместе с консерватизмом и/или национализмом, воспринимается опрошенными негативно. Респонденты, декларирующие внимание к общемировой новостной повестке, считают, что в последние годы в польской политике наблюдается национал-консервативный разворот, что, по их мнению, отдаляет Варшаву от ЕС. На эти тенденции обращают

<sup>4</sup> Польша-Россия. Социологический диагноз 2013: Поляки о России, россиянах и польско-российских отношениях Россияне о Польше, поляках и российско-польских отношениях [http://cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polsha\\_Rossiya.\\_Socjologicheskiy\\_diagnoz\\_2013.PDF](http://cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polsha_Rossiya._Socjologicheskiy_diagnoz_2013.PDF).

В последующих опросах, проводимых Центром польско-российского диалога и согласия, вопрос об узнаваемости польских брендов не повторялся.

внимание также те россияне, которые заявляют о неглубоком знании процессов в Польше и об отсутствии интереса к этой стране.

*В Польше [на президентских выборах] победил представитель консервативной партии, действующей партии. Демократы проиграли, либералы. Этот консерватор по ряду направлений социального развития общества польского, он берет немножко такой вектор, в сторону „назад”. Тем самым, вызывая некоторое опасение и обеспокоенность европейских лидеров у более западных стран Европы. (мужчина, 40 лет, Москва, муниципальный депутат)*

*Идет наступление вот этих вот псевдо-традиционных ценностей, гигантская роль католической церкви... Польша развернулась, и у нее идет как бы социальное развитие назад. Все происходит очень неорганизованно и сходно по сути с тем, как это все в России происходит, вот сходство с Россией. (мужчина, 39 лет, политический аналитик, Москва-Прага)*

В этом контексте опрошенные чаще всего упоминают „черные протесты” - манифестации польских женщин, начавшиеся в 2016 году в связи с попытками провести через Сейм проект об ограничении возможности прерывания беременности. Протесты против запрета аборт - один из главных ответов на вопрос „Какие новости о Польше вы слышали в последнее время?”. При этом как опрошенные женщины, так и мужчины выражают симпатию участникам протестов и критично относятся к позиции Пис и решению Конституционного трибунала. В России, где прерывание беременности возможно в рамках государственного медицинского страхования, идея о запрете абортов по причине генетических патологий плода или угрозы для здоровья матери вызывает резкое неприятие.

*Есть некое уважение к Польше на фоне „Солидарности”, и вдруг появляются примеры такого тоталитарного мышления, довлеющего сверху на народ. И они как-то поражают. Ты уже не думаешь, что такое в принципе может быть в странах, которые освободились от гнета, какой-то идеологии и вдруг раз, а оно проявляется. И ты думаешь, как так? Ребята, вы упускаете такой момент. У вас свобода уходит между пальцами. (женщина, 52 года, депутат, Санкт-Петербург, „Открытая Россия”)*

Включенные в мировую повестку российские эксперты характеризуют современное польское общество как расколотое, отмечают, что причина

этого раскола - неравный эффект либерально-рыночных реформ конца 80-х начала 90-х. Также они отмечают сходство риторики руководства Польши и Венгрии в вопросах критики современной либеральной демократии:

*Когда Качиньский шел к власти в 2015 году, у него был лозунг „Сделаем Варшаву как Будапешт – мы хотим как в Будапеште”, то есть для него Венгрия была неким знаменем. И лозунг Орбана - „не-либеральная демократия”. Я никогда не слышала, чтобы PiS его официально транслировал, но я хорошо помню слова предыдущего министра иностранных дел, который говорил: „Эта Европа вегетарианцев и велосипедистов нам не нужна”. Это такой же поиск идентичности как в Венгрии, как Марин Ле Пен во Франции, как AfD в Германии, как Трамп в США. Везде с модификациями, но в основе у всех одно и то же – возвращение к идентичности против глобализации. (женщина, 67 лет, Москва, социолог)*

*Пожалуй, приходит слово „транзит”, но уже такой транзит от демократии к авторитаризму. Благо они чуть-чуть подальше от этого, чем та самая Венгрия, но это слово в принципе подходит. (мужчина, 32 года, Москва, историк-преподаватель)*

И хотя мотивации руководства Польши россиянам кажутся более идеологическими, то есть более искренними, чем того же Орбана, о котором высказываются как о манипуляторе и цинике, демократических россиян пугает ослабление ЕС из-за спора с Польшей и Венгрией.

## **Не только Вторая мировая: польская история глазами россиян**

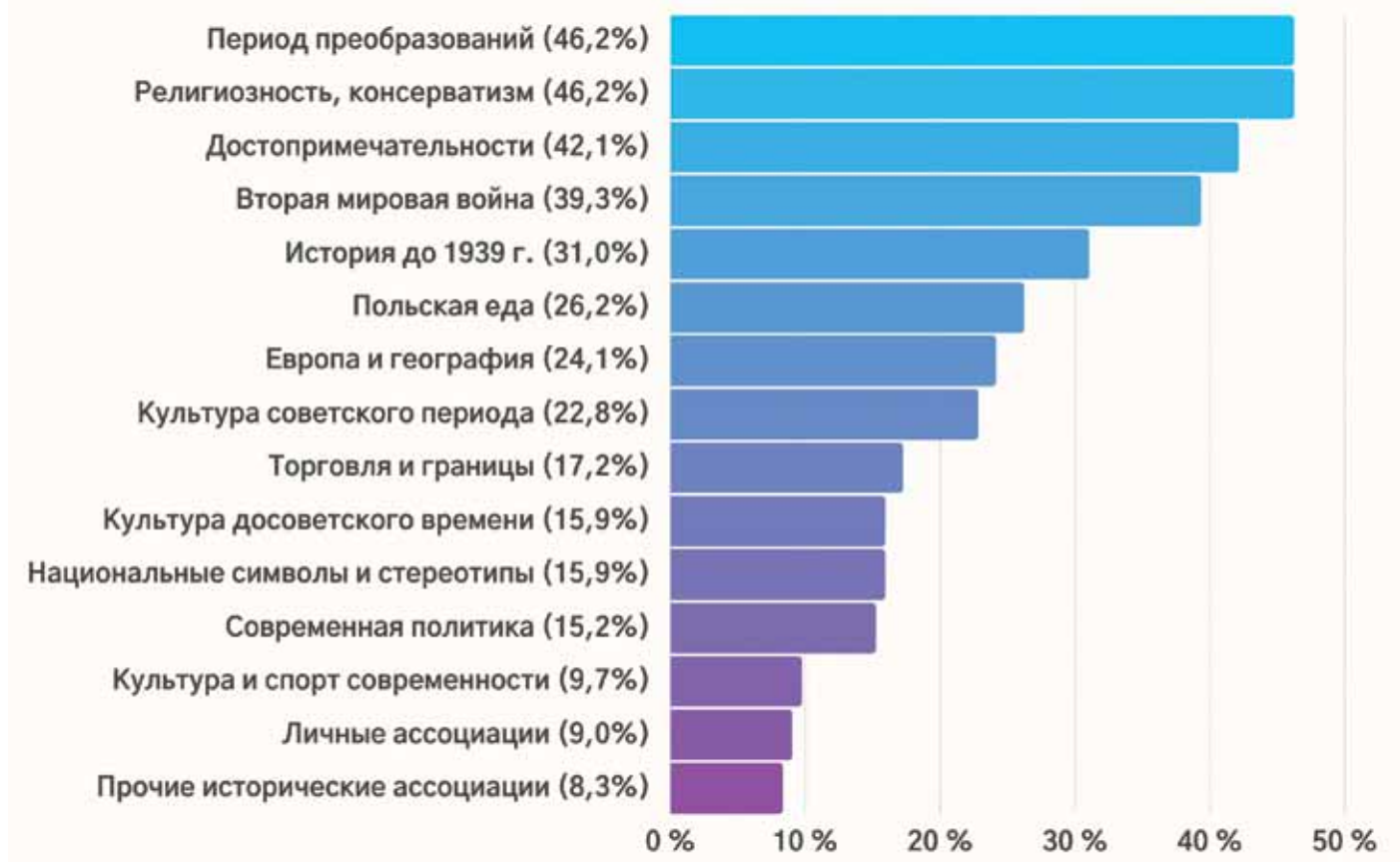
В последние годы история стала едва ли не преобладающей тематикой в польско-российских межгосударственных отношениях. Большая часть публикаций российских СМИ, где упоминается Польша, посвящена именно историческим событиям<sup>5</sup>. Поэтому не удивительно, что различные исторические сюжеты достаточно часто появляются в ассоциативном ряду с Польшей. Другое дело, что их каталог вовсе не ограничивается событиями Второй мировой войны.

---

<sup>5</sup> Александр Гуркин, Константин Скворцов, образ польши в современных российских средствах массовой информации и его отражение в обыденном сознании российского студенчества [http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-b3c134b9-bdda-4e64-a8bc-9517e754c47a/c/Gurkin\\_Skvortsov\\_De\\_Securiatete\\_NUMER\\_9-1\\_2019.pdf](http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-b3c134b9-bdda-4e64-a8bc-9517e754c47a/c/Gurkin_Skvortsov_De_Securiatete_NUMER_9-1_2019.pdf)



### Какие ассоциации у вас связаны со словом „Польша“?



Речь Посполитая в российском смысловом поле означает средневековое и раннемодерное польское государство<sup>6</sup>. Поскольку учрежденный „на замену“ годовщине Октябрьской революции праздник 4 ноября - День народного единства - приурочен ко дню освобождения Кремля от поляков и литовцев в 1612 году, неудивительно, что события Смутного времени актуализированы в сознании россиян.

Разделы Польши и последовавшая борьба за восстановление независимости также возникают в числе значимых спонтанных ассоциаций со страной. Одновременно, никто из участников исследования не вспомнил о сражениях поляков с коммунистической Россией во время Гражданской войны, битве за Варшаву и борьбе за сохранение независимости от влияния СССР после 1945 года. Мы можем предположить, что эти сюжеты отсутствуют как в массовом сознании, так и у гражданских активистов по двум причинам: во-первых, они пока не были предметом споров и информационных войн Москвы и Варшавы, во-вторых, они не вызывают такого живого отклика, как борьба „Солидарности“, поскольку современным россия-

нам идентифицировать себя с соратниками Пилсудского труднее, нежели с окружением Валенсы. Стоит отметить, что в российском информационном поле нынешние события в Беларуси часто сравниваются с Прагой в 1968 году, но никак не с Познанью в 1956-м.

И все же есть тема, где российская пропаганда в отношении Польши имеет свой успех. Это тематика, связанная со Второй мировой войной. Катынь, пакт Молотова-Риббентропа не сходят с экранов пропагандистских программ в России, также этот вопрос обсуждается и либеральными СМИ, хотя с большей долей объективности. Поэтому мы получили значительную долю ассоциаций, связанных с этими событиями.

Наши респонденты отмечали, что результатом пропаганды внутри России - если не для них лично, то для их окружения - стало восприятие Польши как одного из инициаторов Второй мировой и едва ли не союзника Германии.

*Неоднозначно отношение нашего пожилого населения к самой [польской] нации, поскольку остались зародыши у них в мозгу, что многие поляки участвовали в войне на стороне фашистского лагеря. То есть поляков воспринимают как захватчиков... Кто особенно не сильно владеет вот эти-*

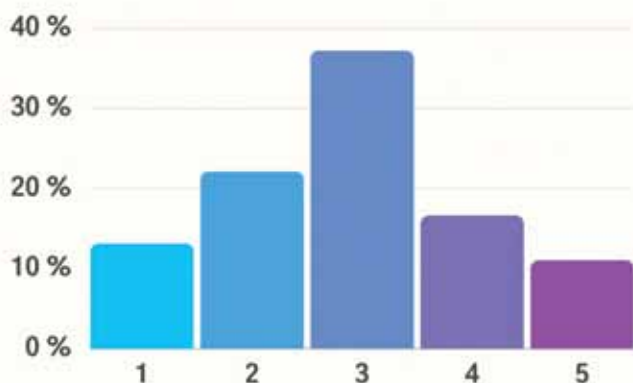
<sup>6</sup> С этим утверждением согласны 36% опрошенных в: *Obraz Polski w Rosji przez pryzmat sporów historycznych. Raport z badania opinii publicznej 2020* [http://cprdipl.pl/wydawnictwo,raporty,668,obraz\\_polski\\_w\\_rosji.html](http://cprdipl.pl/wydawnictwo,raporty,668,obraz_polski_w_rosji.html)



ми основными историческими вехами, то поляки воспринимаются неоднозначно. (женщина, 45 лет, Челябинск, муниципальный депутат)

Ну они же там как-то перебежали всё время на сторону. То есть, когда нужна была нам помощь, во время войны, они перебежали на сторону как раз немцев, насколько я понимаю. Они выбирали всегда более выгодные варианты, и к тем и присоединялись. (женщина, 29 лет, экоактивист, Татарстан)

**Польский взгляд на события Второй мировой существенно отличается от оценок, принятых в других странах (1 - полностью не согласен 5 - полностью согласен)**



Примечательно, что для наших респондентов главной ассоциацией, связанной с Польшей и событиями 1939-1945 является не роль СССР в начале войны и расстрелах польских военных, не военные действия, а Холокост. „Концлагерь”, „Аушвиц”, „Януш Корчак”, - эти ключевые слова упоминались участниками анкетирования чаще, чем „Катынь”<sup>7</sup>.

Также стоит упомянуть, что среди массива спонтанных ответов в анкете, связанных с войной, ни разу не была упомянута Волынская резня. Повидимому, у продвинутой части российского общества вызывает когнитивный диссонанс возможная негативная оценка украинского национализма в контексте нынешних российско-украинских отношений. Более того - конфликты между поляка-

<sup>7</sup> Согласно исследованию „Obraz Polski w Rosji przez pryzmat sporów historycznych” проведенного по заказу Центра польско-российского диалога и согласия в 2020 году, о катынском преступлении хорошо осведомлены 12% россиян, еще 42% могут что-то рассказать на эту тему, тогда как 16% считают тему Катыни наряду с другими историческими сюжетами причиной плохого состояния современных отношений между государствами [http://cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/raport\\_Obraz\\_Polski\\_w\\_Rosji.pdf](http://cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/raport_Obraz_Polski_w_Rosji.pdf)

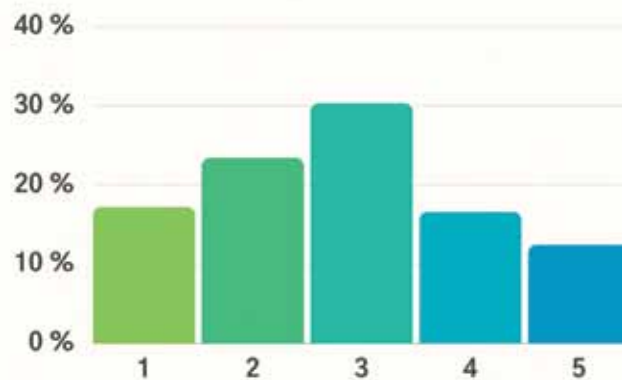
ми и украинцами во время и после Второй мировой войны порой интерпретируются российскими либералами как инсинуация пропаганды. Один из участников исследования сделал характерную оговорку - „советской пропаганды”:

Естественно, у них были и есть какие-то приграничные (ну даже не сказать, что споры) а давние обиды с Украиной. Без этого никуда, что давние соседи когда-то между собой конфликтовали. Естественно, советская пропаганда постарается раздуть эти конфликты, ну дескать украинцы уничтожили поляков и наоборот, эти вот события еще Второй мировой войны Бандера и так далее. (мужчина, 53 года, Владивосток, активист штаба Навального)

При этом 29% заполнивших анкету согласны или скорее согласны с высказыванием, что Польша пытается трактовать события Второй мировой войны в свою пользу. С тем, что взгляд Польши на события того времени существенно отличается от оценок, принятых в других странах, скорее согласны чуть меньше - 27,6%. С учетом характера аудитории, это существенные показатели.

При этом стоит отметить, что последовавший после войны период существования стран „народной демократии” и Варшавского договора среди россиян воспринимается в первую очередь не через призму политики, а в контексте польской культуры (см. раздел 3 Культура). Никто из респондентов спонтанно не упомянул Войцеха Ярузельского, лишь один вспомнил Варшавский договор и еще один - восстание в Познани в 1956 году. Мы можем сделать вывод о наличии „слепого пятна” у российского общества в отношении советской оккупации Польши.

**Польша стремится трактовать события Второй мировой войны в свою пользу (1 - полностью не согласен 5 - полностью согласен)**





# ПОЛЬША - НЕ ДРУГ, НО „САМАЯ БЛИЗКАЯ ЕВРОПА”

Фотография:  
„Poland and the European Union” by alex.ch is licensed with  
CC BY-NC 2.0. To view a copy of this license, visit  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.0>

Согласно опросу Левада-центра по общероссийской выборке, Польша занимает лидирующие позиции в числе врагов России вместе с США, Украиной и странами Балтии с результатом 26%. И только 2% россиян считают Польшу другом своей страны<sup>8</sup>.

Мы повторили опрос Левада-центра на нашей выборке - активных представителей гражданского общества - и получили следующие результаты: врагом Польшу считают 33% тех, кто заполнил нашу анкету, 5% считают другом. При этом 62% опрошенных не включили Польшу ни в топ-5 друзей России, ни в топ-5 врагов.

Одновременно, в комментариях наши респонденты отмечали, что речь идет не столько об их личном отношении к зарубежным странам, сколько об оценке вектора внешней политики руководства РФ. Наши респонденты единодушно заяв-

ляли о разном отношении к Польше со стороны тех, кто смотрит федеральные телеканалы и тех, кто пользуется другими источниками информации, между „Россией телевизора” и „Россией интернета”:

*Если говорить об обществе в целом, то здесь имеет влияние телевизионная пропаганда, которая вертится вокруг истории Катynи и отрицании фактов этой трагедии. Вокруг того, что Путин недавно сказал, что поляки развязали Вторую мировую войну. А как они ее развязали? А вот они после Мюнхенского сговора захватили часть чешских земель и сами во всем виноваты. Это достаточно распространенная точка зрения. (женщина, 67 лет, Москва, социолог)*

*Негативное, крайне негативное я бы даже сказал. Это исторически сложилось, ну и как бы в текущей повестке. Если мы под Россией понимаем основную массу населения, то я думаю Польша, наряду с некоторыми странами Балтии, может даже опережает Украину с точки зрения негативных оценок, и США точно опережает. (мужчина, 40 лет, Москва-Киев-Кипр, политик)*

<sup>8</sup> Пресс-выпуск „Друзья” и „враги” России <https://www.levada.ru/2020/09/16/23555/>. Вопрос у Левады поставлен так, что респондента просят не столько выразить личные симпатии и антипатии, сколько оценить отношения конкретного государства с официальной Россией.

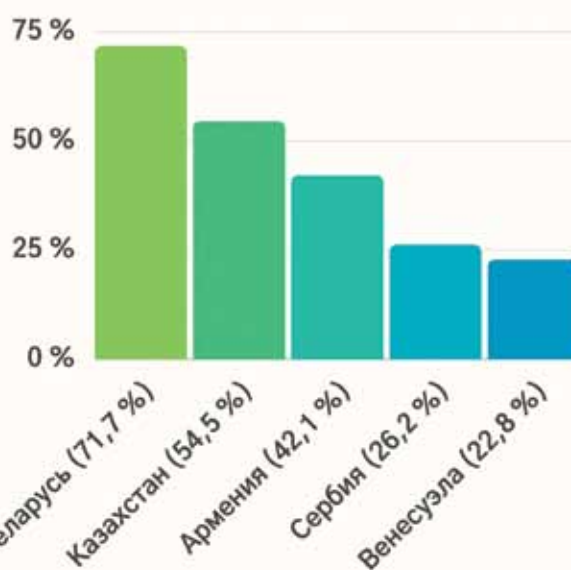
В то же время, по словам респондентов, в кругу продемократических россиян, представителей гражданского общества отношение к Польше иное, страна вызывает больше симпатий, а официальная пропаганда отторгается:

*Больше зависит от круга общения, в котором общается человек. Если он общается в кругу условных „запутинцев“ как, к примеру, один мой родственник, то обычно говорят о Польше, что вот она „строит козни против России“. А если человек в оппозиционном сообществе, то наоборот больше симпатии. (мужчина, 53 года, Владивосток, активист штаба Навального)*

*Федеральные каналы формируют негативное отношение, в первую очередь как к стране, которая когда-то там была в составе России, но всегда пыталась отделиться. Точнее не стране, а народу. Последовательно навязывала антироссийскую риторику нашим соседям, Украине и Белоруссии. У меня другое отношение к Польше. Я лично считаю, что в любом случае Польша - это ближе к Европе, чем мы, и этим она лучше. (мужчина, 40 лет, Москва, муниципальный депутат)*

*Либеральная часть общества, смотрит на Польшу, как на Украину или на Беларусь, с надеждой – они смогли, и это очень здорово. И наблюдать с азартом, как у них получается – давай, Польша! Вперёд, молодцы! Или испытывать досаду, как в случае с абортами или другими просчетами демократического плана. Люди расстраиваются, их это печалит. (женщина, 52 года, Санкт-Петербург, депутат, „Открытая Россия“)*

### Назовите пять стран, которые Вы могли бы назвать наиболее близкими друзьями, союзниками России?

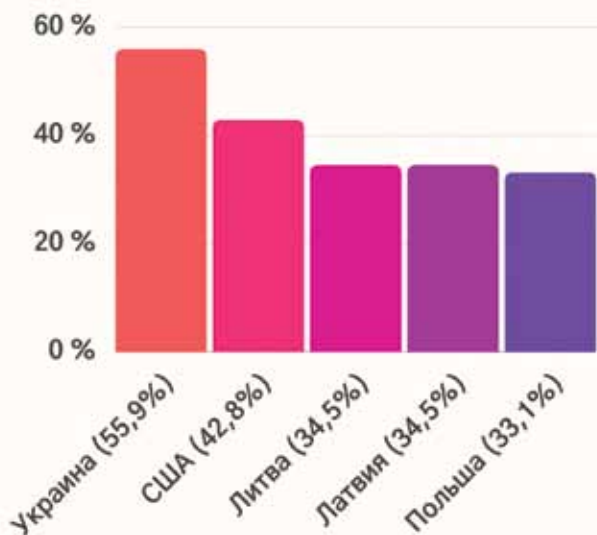


### Плохие отношения с Россией: кто прав, кто виноват?

В целом, у наших респондентов нет сомнений, что современные польско-российские отношения - плохие. Лишь изредко причиной такого их состояния называются санкции или конкретные недружественные шаги польского правительства:

*Конечно, Польша сейчас стремится стать одной из стран-лидеров в Европе. Это очевидно, для этого не нужно смотреть никакие федеральные каналы. И первое, что она для этого делает, это ухудшение отношений с Россией разными способами. Мы, калининградцы, видим это на следующем примере. У нас был такой инструмент, как МПП – Малое приграничное передвижение. И вот, по польской инициативе, под каким-то надуманным предлогом, это было отменено. И без федеральных каналов было понятно, что это сигнал для своих и всех остальных, что мы начинаем ужесточать отношения с этой злобной Россией. (мужчина, 56 лет, Калининград<sup>9</sup>, культуролог)*

### Какие пять стран Вы назвали бы наиболее недружественно, враждебно настроенными по отношению к России?



Главную роль в негативном образе двусторонних отношений играет как раз история и историческая политика обоих государств, точнее ее восприятие.

<sup>9</sup> Калининградцы составили 6% выборки нашего количественного исследования. Кроме ассоциаций, связанных с пересечением границы и Гданьском как направлением туристических поездок, нам не удалось выявить различий в восприятии бренда Польши между ответами жителей Калининграда и остальной России.



И хотя активные россияне не разделяют теорий Жириновского про то, что поляки спят и видят воссоздать Речь Посполитую, то идеи про навязывание Польшей своей версии событий времен Второй мировой по оценке респондентов хорошо пустили корни:

*Сейчас, пожалуй, стало хуже, потому что Польша воспринимается как страна, которая слишком часто ставит под вопрос вклад, вернее поведение Советского Союза накануне Второй мировой войны. Слишком часто выступает инициатором, каких-то осуждающих Россию резолюций. Как раз по поводу 39-го года, поскольку эта тематика сильно обострилась за последние 6 лет. Поэтому появились такие подозрения возрождения польского империализма [...] В Польше была такая идея в 20-е годы, потом она несколько раз возрождалась: создать буфер между возрожденной Польшей и Советским Союзом. Есть Речь Посполитая и какие-то формально независимые Литва, Белоруссия, Украина. Сейчас поляки [по словам некоторых в России] увидели шанс овладеть ними опять. При этом есть довольно трезвые [российские] историки, которые говорят, что хватит, никто не собирается повторять этот опыт. (мужчина, 32 года, Москва, историк-преподаватель)*

Обвиняя Варшаву в определенных исторических притязаниях, респонденты при этом немного осведомлены о политике примирения и диалога, которую Польша ведет по отношению к другим странам:

*Я слышала про еврейский вопрос, как он решался, с каким трудом все это проходило. Но, я считаю, что подвижки есть. Это прекрасный пример для Турции в вопросе с геноцидом армян. Я понимаю, что у Польши ничего не получилось, но если люди об этом говорят и двигаются в этом направлении, я считаю, что это достойно внимания. (женщина, 52 года, Санкт-Петербург, депутат, „Открытая Россия“)*

*У меня пример только Катынь. Самолет с президентом Польши, потерпевший крушение, летел на открытие Катынского мемориала. Это пример того, что Польша желает сотрудничать даже с теми странами, которые долгие годы скрывали тайну о смерти ее граждан, замалчивали. Ведь до сих пор катынские архивы до конца не раскрыты. (женщина, 30 лет, Нижний Новгород, фемактивистка)*

По мнению тех экспертов, кто имеет отношение к образованию и политике памяти, польско-рос-

сийское примирение если когда-то и начиналось, то явно не задалось:

*Идея примирения была реализована в германо-польском учебнике истории. Эти совместные практики помогали хорошо преодолевать послевоенные ресентименты. Довольно много молодых людей ездили в Германию учиться, овладевали языком [...] В российскую систему образования это не суется вообще никак. Похожий учебник вышел очень ограниченным тиражом и в школу разумеется не поступил. У нас на это смотрели как на способ получить какие-то публикации, деньги получить, съездить на конференции. Вообще не предполагая, как это может быть донесено до целевой аудитории, то есть для детей. [...] Они мигрируют регулярно, то есть по крайней мере до 2014 года было произнесено невероятное количество правильных слов, и с их стороны, и с российской стороны. А потом все. (мужчина, 32 года, Москва, историк-преподаватель)*

*Я, правда, знаю, что эти мероприятия проводятся, знаю, что люди на них обсуждают и пытаются выявить какие-то общие вещи. И наверняка есть довольно много совместных проектов памяти российско-польских. Но я понимаю, что нет такого механизма, по которому я бы понимала, как например я могу это приложить в своей работе. (женщина, 41 год, Санкт-Петербург, правозащитник)*

## Польша в Объединенной Европе

Мы можем с уверенностью сказать, что Польша воспринимается гражданским обществом России как часть большой Европы. Участники исследования не питают по отношению к Польше ресентимента и не воспринимают ее как часть „своего мира” и тем более - своей империи.

Утверждение, что „так или иначе, но в русском сознании надолго поселился стереотип Польши как окраины Российской империи”<sup>10</sup> мы можем однозначно назвать устаревшим как минимум для нашей исследуемой группы.

В спонтанных ассоциациях в анкете гораздо чаще отмечалась европейская идентичность Польши, нежели сходство с Россией и другими славянскими странами. Респонденты отметили европей-

10 Игорь Белов, Дурачье же вы, панове!.. Стереотипы о поляках в русской литературе  
<https://culture.pl/ru/article/durache-zhe-vy-panove-stereotypy-o-polyakakh-v-russkoy-literature>



ский уют и комфорт жизни в Польше. Польша для россиян - это ближняя Европа, но не такая, как Западная, „самая близкая к нам Европа”.

*У меня Польша - это что-то на пути в Западную Европу. Уж извините. Не хочу обидеть Польшу. То есть почему-то это всегда пересадки, как будто ты едешь на машине. Транзит. (женщина, 41 год, Санкт-Петербург, правозащитник)*

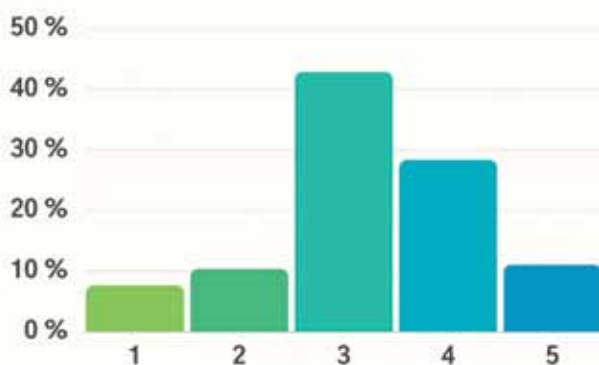
Роль Польши в Европейском Союзе россиянами оценивается как не очень значительная, ее рассматривают как получателя помощи от ЕС. По мнению наших респондентов, Польша довольно сильно зависит от ЕС, особенно от Германии, также наши эксперты говорили об ориентации Польши на США в военном плане.

Участники исследования также отмечают напряженность в отношениях ЕС и Польши.

*Начиная с 2015 год, когда избрали Дуду в первый раз, а потом и парламентские выборы, страна остро свернула вправо. Я после этого был в Польше раз пять, примерно. И да, говорили, что у власти ныне находятся „евроскептики”, которые довольно часто поднимают вопрос о суверенитете. Рассматривают Евросоюз как слишком сильные ограничение какое-то этого суверенитета. (мужчина, 39 лет, политический аналитик, Москва-Прага)*

Мнения о том, на какие страны влияет Польша, разделились. Часть наших респондентов полагают, если Польша на кого-то и влияет, то на ближайшие страны ЕС, прежде всего - на страны Балтии. Есть мнение, что Польша стремится стать лидером Центральной и Восточной Европы. Однако проект Триморья оказался практически незнаком респондентам.

**По шкале от 1 до 5, оцените насколько активно Польша использует инструменты культурной дипломатии для реализации своих интересов (1 - полностью не согласен 5 - полностью согласен)**



*Не очень я верю в эту геополитику, если честно. Я думаю, что амбиции у нее, как у любой нормальной страны, чтобы жить здорово, богато, счастливо и в мире со всеми, кто ее окружает. Кажется это нормальная геополитическая позиция, у любой страны такая должна быть. (женщина, 32 года, Ярославль, Штаб Навального)*

С утверждением об использовании страной „мягкой силы” для продвижения своих интересов на востоке континента, наши респонденты согласны.

## **Беларусь и Украина как направления польской внешней политики**

Среди последних новостей о Польше россияне кроме протестов против запрета абортотв отмечают также поддержку белорусов в борьбе против режима Лукашенко. И если действия правительства Польши в вопросе запрета абортотв россияне оценивают негативно, то политику в отношении Беларуси - очень позитивно. Даже описывают ее в стиле советских газет: „помощь белорусскому народу”, „поддержка против диктаторского режима”.

*Да, мы обсуждаем: поддержку поляками белорусского протеста, канал Нехта, конечно, да, вот эти вопросы конечно они стоят. (женщина, 32 года, Ярославль, Штаб Навального)*

*Единственное про Польшу в последнее время - это то, что я смотрела Дудя, что он приехал туда к этой Нехта, ресурсу в телеграм-канале, Оказывается, у них там штаб-квартира, и что к ним там приезжал с визитом один из глав Польши. (женщина, 29 лет, экоактивист, Татарстан)*

*Польша у меня идет в контексте Беларуси. Я отслеживаю все, что касается Беларуси и Польши вместе. Как Польша принимает белорусских оппозиционеров, как она помогает, как там встречается Тихановская с руководством. Я так понимаю, что Польша принимает живейшее участие, больше всех стран вместе взятых в мировом масштабе. (женщина, 52 года, Санкт-Петербург, депутат, „Открытая Россия”)*

Хотя респонденты не упоминают программу „Восточного партнерства”, тем не менее представление о Польше как активном игроке именно в соседних странах Восточной Европы довольно распространено. Главную причину такой активности усматривают - опять же - в исторических связях:

*Они очень чётко проговаривают и делают все, что могут, для того, чтобы быть главным мостом между Западной Европой и Востоком. Поляки часто подчеркивают, что они Центральная Европа. Вот они на Запад уже пришли, и они передают свой опыт Востоку. Есть Восток, который готов слушать - это Украина. Есть Восток, который они четко считают зоной своих интересов, - это Беларусь. А есть Восток, который их слушать не хочет, и он вообще как бы агрессивный, и с ним поменьше надо иметь дело, - это Россия. (мужчина, 39 лет, политический аналитик, Москва-Прага)*

*Конечно, Польша имеет интересы и в Беларуси, и в Украине. Польша, конечно, имеет влияние в белорусском кризисе. Это без всяких сомнений. Это обусловлено историческими обстоятельствами. (мужчина, 56 лет, Калининград, культуролог)*

О консультировании польскими НКО и мозговыми центрами украинских реформаторов в России известно мало. Те, кто немного знает о помощи

поляков в проведении украинских реформ, оценивают результат пессимистично. Вот мнение эксперта, довольно близко знакомого с реалиями украинской политики:

*Я думаю, что получилось неудачно. Но это проблема не Польши, а Украины. Во-первых, на самом деле они не так уж готовы у кого-то там консультироваться, во-вторых, качество украинской бюрократии ужасающее, ну и вообще элит в частности. В этом смысле Россия на три головы выше и в плане бюрократии, и в целом. (мужчина, 40 лет, Москва-Киев-Кипр, политик)*

Мы можем сделать вывод, что если опыт работы польских экспертов в Украине действительно был положительным, то о нем мало кто осведомлен.



# ВАЙДА И ВЕДЬМАК - ЧТО РОССИЯНЕ ЗНАЮТ О ПОЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Фотография: „The Witcher 3: Wild Hunt / Staring at the Fire” by Stefans02 is licensed with CC BY 2.0. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/2.0/>

Россияне, особенно старшего поколения, декларируют хорошее знание польской культуры. Для многих Польша в XIX веке ассоциируется прежде всего с Шопеном и Мицкевичем, а культура советского периода и вовсе является одной из основных составляющих бренда Польши наряду с „Солидарностью” и католической церковью.

Советский период в истории Польши - это прежде всего польское кино, театр и фестивали. Доля неполитических ассоциаций по сравнению с политическими здесь максимальна. Для россиян коммунистическая Польша это кино Анджея Вайды, Романа Поланского и Ежи Гоффмана, фантастика Станислава Лема и афоризмы Станислава Ежи Леца, фестиваль в Сопоте, польско-советская певица Анна Герман, Барбара Брыльская и другие известные актеры того времени.

Для многих советских людей польское искусство и кино было окном в мир, мостиков в иную, западную реальность.

*Отношение к Польше сформировалось двумя факторами. Первый фактор – это польское кино, польская литература, польская социология. Это был такой луч света, который нас достигал. (женщина, 67 лет, Москва, социолог)*

О современной польской культуре, в том числе массовой, россияне упоминают реже. Самый глав-

ный бренд современной польской культуры в российском обществе - это серия романов „Ведьмак” Анджея Сапковского, при этом популяризации Геральда в последнее время способствовало появление компьютерной игры и сериала на платформе „Netflix”.

Лишь 10% опрошенных не только слышали имя, но и могут что-то рассказать о недавней Нобелевской лауреатке Ольге Токарчук, зато почти каждый второй знает писателя Януша Леона Вишневского. Повести о сложных отношениях современных женщин и мужчин явно пришлись россиянкам и россиянам по вкусу: издательство АСТ предлагает более 20 книг Вишневского, переведенных на русский, а персональный сайт писателя сделан на двух языках - польском и русском.

Второй современный бренд, который респонденты считают частью продвижения польской культуры это польский футбол, польские футбольные фанаты и игрок национальной сборной Роберт Левандовский. Также среди молодежной аудитории анкеты упоминался популярный интернет-мем „Польша стронг”<sup>11</sup>.

Современная Польша для наших респондентов это не столько книги или фильмы, сколько куль-

<sup>11</sup> Польша стронг... или история Польшара [https://pikabu.ru/story/polsha\\_strong\\_2362570](https://pikabu.ru/story/polsha_strong_2362570)

тура в более широком понимании: интересные города (Варшава, Краков, Гданьск), вкусная еда (суп-журек, польские яблоки), покупки (хорошие супермаркеты) и туризм. Респонденты из Калининграда сожалели об отмене режима приграничного сотрудничества и выражали надежду, на то, что он будет восстановлен.

*Мы здесь сидим в формате маленькой истории, в формате провинциальной, региональной истории. И в случае крупномасштабных событий мы, как бы, пригибаемся в надежде, что проблемы пролетят мимо. Но нам достается, в частности вот малое приграничное движение отменили. Были какие-то гранты и программы – начали сворачивать в последние годы, вслед за риторикой президента Польши и всех остальных. (мужчина, 56 лет, Калининград, культуролог)*

Отметим, что никто из опрошенных не упоминал польские музеи, сувениры или какие-либо национальные ремесла, ничтожное число ответов относится к польской моде в целом или польским товарам - мы можем отнести их скорее к стереотипам советского времени. Польша не ассоциируется с современными брендами, широко представленными на российском рынке. Узнаваемость у брендов высокая, прежде всего, у алкогольного бренда „Zubrowka”, также хорошо известны бренды одежды - Reserved, Mohito, Top Secret, но с Польшей россияне их почти не связывают<sup>12</sup>. В этом плане политика польских торговых брендов - позиционировать себя как бренды международные, наднациональные, - хорошо показывает себя на рынке, но не продвигает страну. Впрочем, подобным образом поступают и российские производители, имеющие международные амбиции.

## **Информация о Польше и участие в польских образовательных программах**

Хотя в российских или русскоязычных СМИ публикации о Польше не редкость, участники нашего исследования редко к ним обращаются. Нет СМИ или портала, который бы для них выступал дежурным поставщиком информации о Польше. Россияне почти не сталкиваются с польскими медиа-продуктами на русском языке: Радио Польша, Новая Польша, русскоязычная версия Culture.pl упоминаются редко - 10-15% опрошенных. Единственное исключение - сайт Вот Так (русскоязычный проект

телевидения Белсат), который имеет более чем 50% узнаваемость, хотя это скорее связано с поиском новостей не из Польши, а из Беларуси.

Даже если активные россияне сталкивались с материалами о Польше, созданными в рамках этих проектов, чтение/просмотр этих медиа не вошел в пользовательскую привычку.

При этом участники глубинных интервью отмечали, что предпочитают самостоятельно искать информацию в интернете по интересующей теме, либо спрашивать сведущих знакомых. Многие подчеркивали, что первым делом ищут информацию в Википедии, и лишь затем идут дальше. Большую роль играет также непосредственная информация, полученная от российских/русскоязычных знакомых, живущих в Польше. Таким образом, представители русскоязычной диаспоры в Польше оказываются важными трансляторами информации о Польше для россиян.

Согласно данным анкеты, большая часть опрошенных предпочитает узнавать новости из Фейсбука, Телеграмма, Ютуба и интернет-СМИ. Популярностью пользуются традиционные либеральные медиа: телеканал Дождь, Эхо Москвы, Настоящее время. Среди других источников информации о зарубежных, и, в частности польских новостях, наши респонденты чаще называли Euronews.

Каждый четвертый участник нашего опроса хотя бы раз был в Польше на конференции, в рамках образовательной программы или другой профессиональной активности. Другие опрошенные тоже не против подобного формата сотрудничества: они не согласны с утверждениями, что участвующий в польских программах россиянин предает свою страну, и ему следует быть осторожным в высказываниях, находясь в Польше. Но частично согласны с тем, что такой россиянин рискует навредить своей политической карьере.

Наша целевая группа хорошо осведомлена об организациях, которые продвигают польскую культуру, знания о Польше или польско-российский диалог: каждому третьему знаком Польский институт в Москве/Петербурге, каждому пятому - Центр польско-российского диалога и согласия. Каждый четвертый знает Центр изучения Восточной Европы Варшавского Университета. Среди негосударственных акторов, самый известный бренд у Фонда Стефана Батория - узнаваемость 31% и Фонда „Образование для демократии” - 15,2%.

<sup>12</sup> 15 польских брендов, которых многие считают западными  
<http://torgovyi.com/teksty/602.html>



# ЭКОНОМИКА И РЕФОРМЫ

По сравнению с политикой, историей и культурой, о польской экономике активные деятели российского гражданского общества знают немного. Интенсивный рост ВВП на душу населения, страна опередила Грецию и Португалию, один из самых низких уровней безработицы в ЕС - все эти польские достижения опрошенным незнакомы. С другой стороны, россияне очень позитивно оценивают опыт польских реформ: говорят о роли декоммунизации и люстрации, однако описывают польский транзит преимущественно в распространенной в России либерально-марксистской риторике - „смена формации”, „смена поколений”.

Это был окончательный разрыв с социалистическим прошлым, смена экономической модели.

Экономика - это тоже сфера активности кремлевской пропаганды, которая старается создать в глазах россиян образ Польши не только как „несговорчивой”, но и бедной страны. „Сантехник Петр” и „польские яблоки” стали мемом после введения антисанкций против европейских сельхозпроизводителей в 2014 году.

*Среди народа бродят страшилки, что половина поляков моет унитазы в Германии. Эта низкопробная страшилка сейчас перенеслась и в Белоруссию. Когда я общаюсь со своими „ватными” старыми*

*знакомыми, то самая частая страшилка, которая всплывает - „А ты что хочешь, как поляк мыть в Германии туалет?” (мужчина, 53 года, Владивосток, активист штаба Навального )*

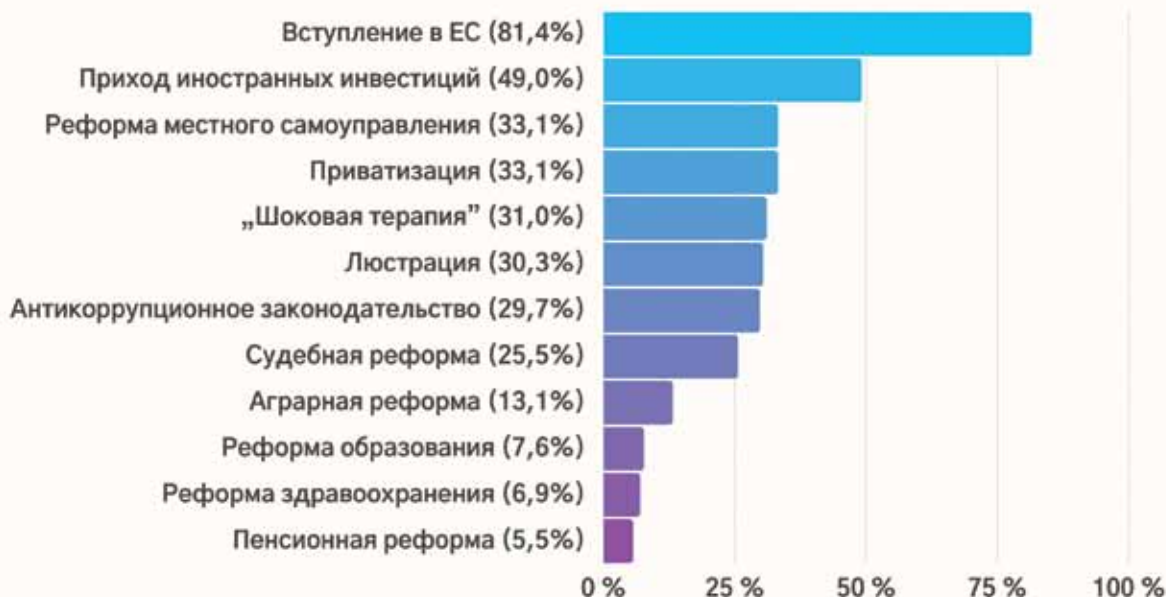
*Польша нужна Европе только как форпост во взаимоотношениях с восточными соседями. Потому что какой-то добавленной стоимости Евросоюзу она, кажется, не приносит, а является скорее источником живой рабочей силы. Ощущение, что Польша является сельскохозяйственной аграрной страной. (мужчина, 40 лет, Москва, муниципальный депутат)*

Тем не менее, большинство участников исследования согласны с утверждением, что Польша активно развивается и экономически более успешна, чем Россия.

## Опыт реформ и его применимость

Говоря о возможном перенятии польского опыта, наши респонденты исходили из двойственной оптики: с одной стороны, это сравнение нынешней России и Польши спустя 30 лет преобразований, с другой - идентификация себя с оппозиционерами из „Солидарности”, а российской власти - с Ярузельским и его сторонниками.

Какие реформы периода трансформации в наибольшей степени повлияли на сегодняшнее развитие Польши?



*Очень схожее государство с нашим, в силу того, что, шло по пути соцлагеря. Стоит опыт пере-нимать однозначно. (женщина, 45 лет, Челябинск, муниципальный депутат)*

*Если говорить совсем глобально, то у меня ещё в 2006 году было полное ощущение, что Россия по многим параметрам впереди Польши идёт. К началу президентуры Леха Качиньского было наоборот ощущение, что Россия начала стремительно отставать, остановилась, а Польша наоборот, очень сильно развивается и уже по большинству параметров её обогнала. (мужчина, 39 лет, политический аналитик, Москва-Прага)*

Самое большое значение наша целевая аудитория придает вступлению Польши в ЕС в 2004 году и приходу в страну иностранных инвестиций. Примерно на одном уровне оценивается важность экономических преобразований, люстрации, принятие антикоррупционного законодательства, реформы МСУ и судебной реформы.

Какие реформы периода трансформации в наибольшей степени повлияли на сегодняшнее развитие Польши?

Процессы, происходившие в Польше в период реформ - в конце 80-х и 90-х - считаются релевантными примерами для России. Однако говорить о применимости польского опыта не 5-10 лет спустя, а сегодня уже затруднительно. Скорее, активные россияне рассматривают Польшу и другие страны, прошедшие посткоммунистическую трансформацию, как сравнительный материал, который позволяет поразмышлять об ошибках российского руководства в 90-е, умении принимать взвешенные долгосрочные решения, договариваться с разными политическими силами.

При этом эксперты подчеркивают роль ЕС в польской трансформации: преобразованиях в законодательстве, экономике и, что немаловажно, в ценностной сфере. Экономическое, культурное и политическое влияние ЕС на Польшу несравнимо с влиянием на Россию.

Также по мнению наших экспертов большую роль в польских преобразованиях сыграло влияние церкви на формирование местной идентичности и становление местных общин в Польше, иная нежели в России система расселения и сильное рабочее движение в 1980-х.

*Я хорошо помню обзор в журнале „The Economist”, в котором Польша была справедливо представ-*

*лена как некая success story. Во-первых, успешная политическая трансформация – чередование различных сил у власти. Во-вторых, успешная экономическая трансформация. В либеральной среде было распространённым мнение, что успех Польши связан с „шоковой терапией”, с безжалостными либеральными реформами. И вот с этим я не согласна. На самом деле, либеральная реформа в Польше была очень болезненной. Но вместе с тем в Польше произошло то, что в России начиналось, но не произошло – челночная торговля, мелкие мастерские, которые шили эти вареные куртки, вся торговлишка и так далее. В России этот путь развития капитализма снизу был закрыт. (женщина, 67 лет, Москва, социолог)*

Развитие МСУ сейчас является одним из ведущих видов деятельности гражданского общества в России. Участники исследования особенно отмечали сильное местное самоуправление в Польше и децентрализацию. Сильная муниципальная власть - то, что отличает Польшу от России и является предметом зависти российских либералов.

*Полномочия польского муниципалитета, вот если с современной Россией сравнивать, то я бы сказал, что это чуть-чуть пошире, чем полномочия субъектов федерации в РФ. Потому что у нас уже никаких федеративных отношений не осталось, они все на бумаге, а реально ничего не работает. А у них муниципалитет может многое себе позволять, включая как бы муниципальное законодательство, где оно не вступает в противоречие с национальным. В Польше по сути периодически возникают муниципальные партии. Самая громкая история про уровень муниципалитетов, это сами Качиньские, потому что политическая карьера начиналась с мэра Варшавы. (мужчина, 39 лет, политический аналитик, Москва-Прага)*

Примечательно, что респондентам хочется не только чему-то учиться у Польши, но и чему-то ее научить. Россияне считают, что не во всех сферах страны Центральной Европы имеют преимущество. Это касается вопросов экономики: „развитие сельского хозяйства через частные агрохолдинги”, „городские программы в Москве”, развитие банковской системы, частной медицины, но также и вопросов связанных с гражданским обществом. По мнению активных россиян, опыт жизни в стране, где демократия последовательно сворачивается, может сегодня пригодиться европейцам - правозащита, наблюдение на выборах, - это те навыки, которые представители гражданского общества считают релевантными для Польши.

# РЕКОМЕНДАЦИИ

Как показало наше исследование, главная проблема, связанная с восприятием образа Польши среди активных представителей российского гражданского общества, это не столько обилие негативных брендов или отсутствие знаний, сколько нежелание эти знания углублять и актуализировать. Или - отсутствие доступных инструментов изучения страны.

Без дополнительных стимулов, россияне Польшей не интересуются.

*Про Польшу плохо могу что-то рассказывать. У меня есть ощущение, что Польшу в России не видят, не понимают, не знают.* (женщина, 41 год, Санкт-Петербург, правозащитник)

*Мне кажется, мало знаем об их культуре и истории на самом деле. Разве что то, что связано со Второй мировой войной.* (женщина, 45 лет, Челябинск, муниципальный депутат)

*В основном мое окружение — это люди, которые интересуются политической повесткой. И если вдруг разговор заходит о внешней политической повестке, то Польша не является ключевым субъектом, который бы определял направление мировой повестки политической.* (мужчина, 40 лет, Москва, муниципальный депутат)

*Что касается Владивостока, то здесь Польша на каком-то там 10-100-ом месте, всплывает редко-редко.* (мужчина, 53 года, Владивосток, активист штаба Навального)

Как показывают общероссийские соцопросы, так и наше исследование - россияне следят преимущественно за новостями, связанными с ближайшими соседями, а также глобальными мировыми процессами. Кроме того, россияне проявляют особый интерес к протестам и революциям в других странах. Поскольку Польша не входит для россиян в категорию ближайших соседей - стран бывшего СССР, и не часто попадает в общемировую повестку, как США или Германия, то россияне сами по себе не проявляют направленного интереса к этой стране. А это, в свою очередь, создает почву для создания и укрепления стереотипов, функционирования лишь нейтральных вневременных ассоциаций.

*Моя референтная точка - это фейсбук, и этот круг,*

*состоящий из нескольких тысяч человек принадлежащих к демократической либеральной интеллигенции, новостями о Польше не особо озабочен. Лично я этим очень озабочена и говорю об этом со студентами, но я не думаю, что новости о Польше интересны российскому гражданскому обществу.* (женщина, 67 лет, Москва, социолог)

Несколько участников глубинных интервью, которых мы опрашивали до начала протестов против решения Конституционного трибунала о запрете аборт, затруднились в принципе назвать какие-либо новости о Польше. И это при том, что одиннадцать из пятнадцати участников качественного исследования лично участвовали или собираются участвовать в ближайшее время в просветительских проектах польских организаций.

Однако, нам все же удалось выделить ряд тем и сюжетов, которые вызывают или потенциально могут вызвать интерес среди активных представителей гражданского общества.

## Польский опыт реформ

Как упоминалось выше, россиянам сложно представить перенесение масштабных польских реформ конца 80-х - начала 90-х в сегодняшнюю Россию. Слишком много прошло времени, слишком изменился контекст. Однако, активные представители гражданского общества заинтересованы в опыте конкретных преобразований, как правило связанных со сферой их профессиональной деятельности. Для кого-то это реконструкция панельного жилья, переработка мусора, вопросы муниципального развития, для других - работа правозащитных организаций или феминистическое движение, развитие сельского хозяйства, программы по борьбе с алкоголизмом, арт-площадки, защита животных.

Польский опыт оценивается как объективно более применимый в России, чем опыт стран Западной Европы. При этом больший интерес вызывают не столько действия государственных органов, сколько гражданского общества и местного самоуправления. Респонденты очень конкретны в своих запросах и очевидно хотят программ с возможностью глубокого погружения в тему, а не только общего обзора работы местного самоуправления или сферы НКО.



*Я бы с удовольствием узнала, как устроено фемд-вижение в Польше. Не столько формальные инициативы, как, например, есть у экологов, они более институционализированы. Интересуют не институционализированные гражданские объединения борьбы за любые виды прав. (женщина, 41 год, Санкт-Петербург, правозащитник)*

*Как работают НКО в Польше. Также хотелось бы узнать, как работает тема, которая интересна мне – борьба с гендерно обусловленным насилием, гендерной дискриминацией. (женщина, 30 лет, Нижний Новгород, фемактивистка)*

*Мы муниципальные депутаты работаем на местах, поэтому интересно как у них устроена система ЖКХ, контракты разыгрываются муниципальные, государственные и т.д. Как у них устроена работа, как работают комиссии, сессии, кто готовит законопроекты, проекты местных правовых актов. (мужчина, 35 лет, Краснодарский край, муниципальный депутат, „Яблоко“)*

*Как они управляют городом, допустим по тем же каким-то вещам по благоустройству согласовывают, например, бюджет на развитие дворовых пространств. (женщина, 45 лет, Челябинск, муниципальный депутат)*

*Как устроено законодательство для владельцев животных. Такие мелочи, вроде собачьих площадок, они нам нужны, потому что ты не знаешь на какой хороший пример опереться. Как это делается в Польше нужно узнавать, и начинать так делать в России. (женщина, 52 года, Санкт-Петербург, депутат, „Открытая Россия“)*

*Там большую роль играют художники и музеи, и мне хочется понять „как?“. Мы сейчас тоже с музеями начинаем работать. (мужчина, 30 лет, Красноярск, урбанист)*

Если говорить об опыте демократической трансформации как таковом, россиянам с одной стороны интересен опыт изменений, развития политического плюрализма, с другой - им самим сложно сформулировать конкретный запрос. Очевидно, что их больше заботит не принятие конкретных нормативных актов, а развитие политической культуры в целом.

*Интересно как поляки перешли к демократии. (мужчина, 35 лет, Краснодарский край, муниципальный депутат, „Яблоко“)*

*Мы не знаем, как проходили их все трансформации.*

*Само вообще понимание, что у них происходило, как они менялись [...] Как они проводят выборы. Особенно местные: как у них устроена эта система, как часто меняется и на каких основаниях. (женщина, 45 лет, Челябинск, муниципальный депутат)*

*Я бы хотела посмотреть, как оппозиция ведет себя на месте, в парламенте, например. Свободно ли они могут получить доступ к микрофону, как они вышли, что они сказали. Не затыкают ли оппонентов и так далее. (женщина, 52 года, Санкт-Петербург, депутат, „Открытая Россия“)*

О специфически польских инновациях респонденты говорили применительно к узким сферам - например, в отношении муниципальных банков и законов о муниципальном развитии.

*У них есть история про „Urban movements“ - городские движения. Вот, и про то, как у них эволюционировали муниципалитеты для коммуникации с городскими движениями. Опять же, „Urban regeneration“ подразумевает много финансовых инструментов, которые используются для территориального развития. Почему-то из всех как бы постсоветских стран, Польше уделяет самое большое внимание исследователи, и польские урбанисты больше всего интегрированы в международную академию. (мужчина, 30 лет, Красноярск, урбанист)*

Таким образом, наша рекомендация: если организовывать образовательные поездки для россиян в Польшу, то стоит отойти от практики мультитематических визитов. Стоит приглашать небольшие, узкоспециализированные группы: муниципальных чиновников, наблюдателей за выборами, правозащитников и т.д., и под них делать глубокую программу, которая касается их конкретных запросов.

Также, мы рекомендовали бы рассмотреть возможность подготовки публичных докладов и видеоматериалов о политическом и экономическом транзите в Польше, возможно, в сравнении с другими государствами Центральной и Восточной Европы.

## **Протесты *made in Poland***

Россияне - в силу специфики внутренней ситуации в стране в последнее десятилетие - особое внимание уделяют процессам, связанным с протестными и массовыми движениями. „Солидарность“ является самым узнаваемым и позитивным польским брендом, сейчас внимание гражданского общества



привлекают протесты против ограничения аборт-тов и польская помощь протестующим беларусам.

Польше стоит и дальше продвигать бренд „Солидарности”. Россиянам были бы интересны выставки и мероприятия, либо онлайн-ивенты, посвященные истории этого движения. Хорошая площадка для выставки - Ельцин-центр в Екатеринбурге или его филиал в Москве, а также музей политической истории в Санкт-Петербурге. Интервью с лидерами теперешних протестов - то, что россиянам хочется читать о Польше.

Россияне „требуют перемен”, и остро нуждаются в положительных примерах политической борьбы. Именно поэтому белорусские события и протесты против запрета абортов вызывают такой живой отклик от Калининграда до Владивостока.

Россиянам интересны в первую очередь сюжеты, как гражданское общество может/смогло отстаивать свои права в конфликте с властью. Протесты не умаляют, а наоборот продвигают бренд Польши, как страны активных и неравнодушных граждан.

Что касается современных процессов, то главный пример, который можно продемонстрировать россиянам, это как в условиях радикальной общественной поляризации находится место для диалога: как работают институты, каким образом развивается общественная дискуссия и вырабатываются компромиссные решения.

## Польское членство в ЕС

Россияне придают большое значение вступлению Польши в ЕС, политическим и экономическим преобразованиям, которые произошли по мере их сближения. 81% опрошенных назвали вступление в ЕС самой важной реформой посткоммунистического периода.

В российском обществе доминантная модель переговоров это до сих пор игра с нулевой суммой. ЕС интересует россиян как организация, которая работает по принципу „win - win”. Отсюда запрос на информацию о том, как поляки принимают участие в выработке общих европейских подходов к решению проблем, как преодолевают разногласия в Брюсселе.

У россиян есть общее представление, что польская экономика выиграла от членства в Евросоюзе, но нет актуальных знаний о том, что разрыв в уровне жизни между Западной Европой и Польшей сокращается год от года.

Для украинской аудитории несколько лет назад одним из важнейших польских брендов стала „средняя зарплата - тысяча евро”. Для российской аудитории такой бренд не подходит - он разбивается о московские реалии<sup>13</sup>. Не подходит также бренд государства, просто удобного для жизни - представители среднего класса из крупных российских городов уже разделяют не ценности выживания, а ценности развития<sup>14</sup>.

Возможно, больший успех имел бы бренд страны, которая по уровню ВВП на душу населения перегнала Португалию, или страны с развитым промышленным производством и сферой услуг, не только сельским хозяйством. Именно на экономической тематике, по нашему мнению, имеет смысл сосредоточиться польским русскоязычным медиа ресурсам.

## Новый подход к продвижению современной культуры

Россияне достаточно знают о событиях, которые являются конфликтными с точки зрения современной политической повестки: трагедии Катыни, гибель президента Леха Качинского в авиакатастрофе под Смоленском. В то же время, даже симпатизирующие активные представители гражданского общества не владеют информацией о жизни и культуре современного польского общества. Польский life style - продвижение этого сегмента могло бы быть более успешным, если бы этому вопросу посвящали внимание сами российские медиа. В этом плане польским институциям стоит подумать о кооперации с независимыми российскими СМИ.

Хотя Польша активно вкладывается в продвижение своей культуры в России: театральные и кинофестивали, переводы современной литературы, встречи с известными деятелями культуры, то как показало наше исследование - эти активности мало попадают в поле зрения респондентов. Зато определенная узнаваемость есть у брендов польской кухни и Польши как туристического направления. Логично продолжать их развитие.

13 Уровень жизни в Москве сравним с уровнем жизни в Варшаве. Средняя зарплата в Москве в начале 2020 по официальным данным составила 88,9 тыс. рублей, т.е. больше тысячи евро по тогдашнему курсу <https://rg.ru/2020/04/25/reg-cfo/nazvana-sredniaia-zarplata-v-moskve-na-nachalo-goda.html?fbclid=IwAR3bJgwF-B4KJzEx3bMAuBfXadxem148NxKcIJx-HLnlFv1kh1k7aOB9XY>

14 World values survey - Findings and Insights <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>

По инерции россияне хорошо воспринимают польскую культуру и кино коммунистического периода. Хорошей идеей была бы ретроспектива польского кино 1960-1980-х, и показ современных фильмов в привязке к этому событию.

Для лучшего продвижения культурных продуктов именно среди россиян (а не всего русскоязычного пространства) возможно стоит привлекать в качестве соавторов российских лидеров мнений. Очевидно, что документальный фильм, снятый Юрием Дудем или Леонидом Парфеновым, получит больше распространения в России, чем фильмы польских или белорусских режиссеров.

## **Взаимный обмен опытом вместо одностороннего ознакомления**

Большая часть наших респондентов принадлежит к новому поколению российских политиков и активистов, заставших поздний СССР и 1990-е в детском и юношеском возрасте. У них нет убеждений о предопределенности особого русского пути, не похожего на европейские страны. Но также у этой аудитории отсутствует автоколониальная риторика, свойственная старшему поколению россиян: Россия как отсталая страна, которой следует учиться у стран передовых. Не только респонденты-эмигранты, но и те проживающие за Уралом не воспринимают Польшу и страны ЕС как „другой мир”, в котором все чудно.

Польша, с одной стороны, воспринимается россиянами как страна, которая совершила успешную трансформацию и преодолела коммунистическое прошлое. С другой стороны, продвинутые россияне обеспокоены консервативными тенденциями в нынешней Польше и воспринимают это, как откат от либерализма и демократии по аналогии с российскими событиями начала 2000-х.

Тридцать лет - достаточно долгий период. И Польша, и Россия изменились за это время. Однако, по оценке участников исследования, перед обеими странами стоят похожие вызовы: усиление иллю-

беральных тенденций, консерватизм, национализм, степень влияния церкви на государство и общество, напряженность в отношениях с международными институтами (Польша и ЕК, Россия и Совет Европы). Нашим респондентам в этих вопросах хочется получить от поляков не готовые рецепты, но узнать их мнение.

Польша в плане политического плюрализма ушла далеко вперед. Об этом говорят в том числе информированные российские аналитики, глубоко погруженные в общеевропейскую повестку<sup>15</sup>, не говоря уже о западных исследователях<sup>16</sup>, однако в массовое сознание россиян, даже самой продвинутой части общества, плюралистичность польской политики не просачивается.

Мы полагаем, что россиянам было бы интересно узнать, какие дискуссии существуют в польском обществе по упомянутым выше темам, и в перспективе присоединиться к этому обсуждению. По нашему мнению, к семинарам и образовательным программам, которые Польша предлагает российскому гражданскому обществу, стоит добавить больше дискуссионных площадок в контексте современных вызовов и дискуссий по поводу будущего европейского сообщества.

Такие платформы в перспективе можно расширять - за счет приглашения как представителей других постсоветских государств (Украины, Беларуси), так и ЕС (например, Германии, Франции, Чехии). Инициирование таких международных форматов не только будет способствовать укреплению польской марки в России, но и укреплению позиций Польши как государства важного для восточной политики ЕС.

---

15 Владимир Кара-Мурза, Почему в Польше, в отличие от России, либералы побеждают на выборах?

<https://www.svoboda.org/a/24354824.html>

16 Grzegorz Ekiert, Jan Kubik, and Michal Wenzel, Civil Society and Three Dimensions of Inequality in Post-1989 Poland [https://scholar.harvard.edu/files/ekiert/files/ekiertkubik\\_wenzel\\_cp\\_2017.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/ekiert/files/ekiertkubik_wenzel_cp_2017.pdf)

# РЕЗЮМЕ

Восприятие Польши активными лидерами российского гражданского общества по-своему парадоксально: с одной стороны, образ Польши у них сформирован, у каждого есть конкретные ассоциации, связанные с поляками и их страной, с другой - мало кто знаком с деталями происходящего в Польше. Польская современность, особенно экономика и культура, даже политически активным россиянам мало знакомы и не вызывают спонтанного интереса. Несколько лучше ситуация выглядит в вопросах польской политики и истории/ исторической политики.

Хотя часть респондентов считает Польшу близкой страной („мы - славяне“, „мы точно ближе друг другу чем испанцы или французы“), а другие - наоборот далекой/отдалившейся („там уже европейская идентичность“, „ушли далеко вперед“), оба дискурса не стимулируют интереса к Варшаве. Практически ничто из происходящего в последние годы не заставило россиян открыть Google и поискать детальную информацию, связанную с поляками.

Главный позитивный польский бренд среди активной части российского общества - это бренд «Солидарности». Тогдашняя борьба поляков против авторитарной власти за гражданские права воспринимается и как символ мирных перемен, как образец для подражания и повод для обсуждения внутрироссийских проблем. Это та польская success story, актуальность которой в России только возрастает по мере роста общественной напряженности внутри страны.

Главный негативный бренд/бренды - это польский консерватизм и национализм. Продвинутая часть россиян с тревогой и разочарованием следит за разворотом Польши «назад», отмечает напряжение в отношениях Варшавы с ЕС, слишком большую роль церкви, ограничение репродуктивных прав женщин, реформу Конституционного трибунала как маркеры автократии.

В то время как перепалки польского и российского руководства по поводу трактовки исторических событий воспринимаются гражданским обществом России, как чуждые и второстепенные, россияне реально взволновало решение Конституционного трибунала о запрете абортов по причине патологии плода, и женские протесты против

него. Вторая новость последних месяцев, нашедшая отклик - это польская помощь белорусскому гражданскому обществу, протестующему против диктатуры Лукашенко, принятие беженцев из Беларуси. Интересная активным россиянам белорусская тема фактически „вытащила“ за собой и тему польскую, не в последнюю очередь благодаря репортажу популярного российского журналиста Юрия Дудя о ТГ-канале Nexta.

Несмотря на активность кремлевской пропаганды, представители российского гражданского общества не особенно к ней чувствительны. Так, не прижился тезис про чрезмерное влияние США на Польшу, польский милитаризм, извечную конфронтацию россиян и поляков. Для российских гражданских лидеров ясно, что СССР и нацистская Германия в 1939 году подписали пакт про раздел сфер влияния в Европе, и что в Катыни польских офицеров убивало НКВД, а не гестапо. Единственное, где можно наблюдать влияние пропаганды - это сам вопрос начала ВМВ. Высказывания, что „не все так ясно“, „какая-то вина была и по стороне поляков“, „поляки сотрудничали с фашистами поначалу“ редки, и респонденты затрудняются сказать, что они конкретно имеется в виду. Но сам факт, что такие представления вообще присутствуют в нашей целевой аудитории, тоже красноречив.

И хотя треть опрошенных воспринимают Польшу как недружественное государство, 62% демонстрируют нейтральное отношение. Фактически, это та группа, с которой потенциально можно работать с точки зрения продвижения польских брендов и польского опыта.

Несмотря на то, что респонденты имеют представление о польских информационных проектах, направленных на русскоязычную аудиторию, новости о Польше они читают в случае, если они попадают в общемировую повестку, либо связаны с более интересными россиянам Беларусью и Украиной. Кроме этого, важным источником информации являются соцсети, и друзья, которые бывали или живут в Польше. Если нужна информация, поиски россиян как правило начинаются и ограничиваются Wikipedia.

Вышесказанное делает актуальным два вопроса: о разнообразии и качестве материалов о Польше в русскоязычной Wikipedia, и об информирован-

ности российских/русскоязычных мигрантов проживающих в Польше о событиях в стране.

Хотя у целевой аудитории есть понимание, что Польша что-то делает для российского гражданского общества, активные россияне затрудняются сказать, что конкретно. Даже если кто-то принимал участие в образовательных поездках в Польшу, это не повлияло на возрастание интереса к конкретно этой стране. Между теми, кто никогда не был в Польше, и теми кто был раз-два практически нет различия в уровне информированности и знании брендов. Радикальные отличия можем наблюдать только в случае тех, кто был в Польше более 3 раз, принимал участие в циклических проектах.

Таким образом, эффективнее развивать программы глубокого погружения и организовывать серии мероприятий для одной группы, нежели предлагать массовые ознакомительные программы с поверхностной и общей программой.

Бренд современной польской культуры в России отсутствует. Единственное, где Польша пробилась к россиянам после 1991 в этой сфере - книги Сапковского про Ведьмака. Зато есть бренд польской культуры 60-80-х, «польской отдушины от советской действительности»: „Четыре танкиста и собака”, Анджей Вайда, Анна Герман, Барбара Брыльска, польская музыка и фестивали того времени.

Развивая культурные программы, возможно, стоит делать больше ретроспективных проектов, которые будут включать как уже известные произведения, так и современные, незнакомые российской аудитории. Таким образом, получится перекинуть мостик из прошлого в настоящее, показать, как современная польская культура развивается в условиях глобального мира.

Мы можем с уверенностью сказать о высокой известности в России польских торговых марок одежды и алкоголя. Единственное „но” - они воспринимаются как международные, а не как польские. Изменить это восприятие можно через серию материалов о success stories польских фирм, рассказывая, как они развивались и как стали международными брендами, в том числе благодаря вступлению Польши в ЕС.

Польша для россиян - это прежде всего аграрная страна. Неудивительно, что после введения анти-санкций против европейских сельхозпроизводителей именно «польские яблоки» стали главным мемом. В целом, даже продвинутые россияне не-

дооценивают место польской экономики в ЕС („точно хуже чем Испания”, „как в Болгарии”), вообще отсутствуют знания об инновациях и хай-теке. Представления о Польше как более бедной стране, чем она является на самом деле, плюс информация о конфликтах с ЕС по вопросу верховенства права приводят аудиторию к выводу, что «в Польше дела идут не настолько хорошо, чтобы нас поучать».

Материалы о том, как развиваются разные секторы польской экономики, большее внимание к сфере хай-тек, описание польских программ по развитию инноваций - это те темы, которые могут изменить представления о Польше и повысить уровень информированности россиян о реальном месте Польши в европейской экономической системе.

На первое место по важности среди всех польских преобразований россияне ставят вхождение страны в Евросоюз, на второе - иностранные инвестиции. Для активных россиян опыт польской трансформации как таковой уже нерелевантен - траектории стран разошлись, Польша, являясь членом ЕС, не является уже настолько близким примером для России как, допустим, Украина. Однако у россиян есть интерес к конкретным кластерам общественной жизни:

- неинституционализированные гражданские движения, способы организации гражданского общества;
- местное самоуправление, реформа местного самоуправления, решение локальных проблем;
- работа третьего сектора, экологические и женские организации;
- музейное дело, работа с исторической памятью.

Одновременно, главный запрос к полякам - это не просто ознакомительные поездки, тренинги и семинары, а общие дискуссии и непосредственное наблюдение за работой институтов, например, за работой местного совета. Россияне, по словам участников нашего исследования, ждут диалога о том, как вместе отвечать на ключевые вызовы современности: популизм, национализм, ущемление прав меньшинств, угрозы для экологии, роль женщин в политике и общественной жизни. У нового поколения активных россиян есть ощущение, что их опыт общественно-политической жизни не менее ценен, а и их инновации не менее востребованы, чем польские и, возможно, полякам также есть чему у поучиться у соседей, которые развивают гражданское общество и отстаивают гражданские свободы в куда более жестких условиях.



# SUMMARY

The perception of Poland by active leaders of Russian civil society in its own way is paradoxical: on the one hand, their image of Poland has been formed, everyone has specific associations related to Poles and their country, on the other hand, few are familiar with the details of what is happening in Poland. Contemporary Poland, especially its economy and culture, is not well known and does not cause spontaneous interest among Russians, even those who are politically active. The situation looks somewhat better as far as Polish politics and history/historical policy are concerned.

Although some respondents consider Poland a close country (“we are Slavs”, “we are certainly closer to each other than to the Spanish or the French”), others, on the contrary, see Poland as a distant country (“there is already a European identity”, “gone far ahead”), both discourses discourage interest in Poland. Virtually nothing of what has been happening in recent years has forced Russians to open Google and look for detailed information related to the Poles.

The main positive Polish brand among the active part of Russian society is the brand of “Solidarity”. Those days struggle of Poles against authoritarian regime and for civil rights is also perceived as a symbol of peaceful change, as a model and an occasion to discuss domestic issues. This is Poland’s success story, and it’s relevance in Russia is only increasing as public tensions grow within the country.

The main negative brand/brands are Polish conservatism and nationalism. Part of forward-minded Russians observe Poland’s reversal “backwards” with concern and frustration, note tension in Warsaw’s relations with the EU, far too big role of the church, restriction of reproductive women’s rights, reform of the Constitutional Court as markers of autocracy.

While the quarrels of Polish and Russian leadership about the interpretation of historical events are perceived by Russian civil society as non-relevant and secondary, Russians became really concerned about the Constitutional Court’s decision to ban abortion on the grounds of foetal pathology, and women’s protests against it. The second topic of recent months which has resonated is Poland’s assistance to the Belarusian civil society protesting against Lukashenka’s dictatorship and the welcoming of refugees from Belarus. The Belarusian topic which interests active

Russians actually boosted also the Polish topic, not least thanks to the report by the popular Russian journalist Yuri Dud’ about the TG-channel Nexta.

Despite the activity of Kremlin propaganda, representatives of Russian civic society are not particularly prone to it. So, the statements of the excessive influence of the United States on Poland, Polish militarism, eternal confrontation between Russians and Poles did not take hold. It is clear to Russian civil leaders that in 1939 the USSR and Nazi Germany signed the pact on the partition of spheres of influence in Europe, and that in Katyn Polish officers were killed by the NKVD, not the Gestapo. The only sphere where the influence of propaganda seems to be effective is the very issue of the WWII beginning. Saying that “not everything is so clear”, “some fault was also on the side of the Poles”, “Poles cooperated with fascists at first” are rare, and respondents find it difficult to say what they specifically mean. However, the very fact that such assumptions are generally present in our target audience is also eloquent.

While a third of those polled perceive Poland as an unfriendly state, 62% show neutral attitudes. In fact, this is the group with which it is possible to work in terms of promoting Polish brands and Polish experience.

Despite the fact that respondents are aware of Poland’s information projects targeting the Russian-speaking audience, they read news about Poland in case they are part of the world agenda, or related to Belarus and Ukraine which are more interesting to Russians. In addition, social networks, and friends who have visited or currently live in Poland are important sources of information. If information is needed, searches by Russians generally begin and are limited to Wikipedia.

The above makes relevant two issues: the diversity and quality of the materials about Poland in the Russian-language Wikipedia, and the awareness of Russian/Russian-speaking migrants living in Poland about events in the country.

While the target audience has an understanding that Poland conducts activities for Russian civil society, active Russians find it difficult to say what it could be specifically. Even if someone took part in a study visit to Poland, it did not cause considerable incre-

ase of interest in this country. There is almost no distinction in the level of awareness and knowledge of brands between those who have never been to Poland and those who have been to Poland only once or twice. Radical differences can be observed only in the case of those who have been to Poland more than 3 times and took part in cyclic projects.

Therefore, it is more effective to develop deep immersion programs and organize a series of events for one group than to offer mass study programs with superficial and general agenda.

There is no brand of modern Polish culture in Russia. After 1991, the only thing where Poland made its way to the Russians is Sapkowski's books about the Witcher. Also, there is a brand of Polish culture of 1960-80's, "the Polish venthole in the Soviet reality": series "Four tank-men and a dog", Andrzej Wajda, Anna German, Barbara Brylska, Polish music and festivals of that time.

When developing cultural programs, it may be worth promoting more retrospective projects which will include both already known works and contemporary works which are unfamiliar to Russian audiences. Thus, it will be possible to build the bridge from the past to the present, to show how modern Polish culture is developing in the global world.

We can say with confidence that the Polish brands of clothing and alcohol are highly popular in Russia, however, they are perceived as international, not Polish. This perception can be changed through a series of materials on success stories of Polish firms, how they developed and became international brands, also due to Poland's accession to the EU.

Poland for Russians is primarily an agrarian country. Not surprisingly, after the introduction of so-called anti-sanctions against European farmers, it was "Polish apples" that became the main meme. In general, even forward-minded Russians underestimate the place of the Polish economy in the EU ("certainly worse than Spain", "just like in Bulgaria"), there is no knowledge of innovation and technology. Perception of Poland as a country poorer than it really is, in addition information about conflicts with the EU over the rule of law, led the audience to conclude that "Poles are not doing that well to have the right to teach us."

Materials on how different sectors of the Polish economy are developing, more attention to the field of technology, description of Polish programs to develop innovations - these are topics which can change

ideas about Poland and raise awareness among Russians about Poland's real place in the European economic system.

In the first place of importance among all Polish reforms, Russians put the country's accession to the European Union, the second - foreign investments. For active Russians, the experience of Polish transformation as such has already become irrelevant: the trajectories of countries have diverged, Poland, as a member of the EU, is no longer a close example for Russia as Ukraine is. However, Russians have interest in specific clusters of public life:

- non-institutionalized civil movements, ways of organizing civic society;
- local self-government, local government reform, local problem solving;
- work of the third sector, environmental and women's organizations;
- museum activities, work with historical memory.

At the same time, the main action request to Poles is not just study tours, trainings, and seminars, but general discussions and direct observation of the work of institutions, for example, the work of the local council. According to the participants of our research, Russians expect a dialogue on how to address together the key challenges of our time: populism, nationalism, infringement of minority rights, threats to the environment, the role of women in politics and public life. The new generation of active Russians have a feeling that their experience of social and political life is no less valuable, and their innovations are no less in demand than the Polish ones, and perhaps also Poles could learn something from neighbors who develop civil society and uphold civil liberties in much more stringent conditions.

## Приложение 1

### АССОЦИИ СО СЛОВОМ „ПОЛЬША” - КОНТЕНТ-АНАЛИЗ (больше 2,5% упоминаний среди респондентов)

Период преобразований	
Солидарность	23,4%
Лех Валенса	7,6%
Экономические реформы и их успешность	6,9%
Демократия	2,8%
Декоммунизация, политические преобразования	2,8%

Религиозность, консерватизм	
Католицизм, католики	14,5%
Запрет аборт	9,0%
Иоанн Павел II	8,3%
Национализм, консерватизм, популизм	6,9%
Костел, церковь	4,8%

Достопримечательности	
Варшава	11,7%
Краков	8,3%
Гданьск	6,2%
Прочие достопримечательности	4,8%
Природа	4,1%
Другие города	3,4%

Вторая мировая война	
Катынь	9,7%
Война в целом	7,6%
Варшавское восстание	2,8%
Януш Корчак	2,8%
Освенцим	2,8%

История до 1939 г.	
Речь Посполитая, Польское королевство/царство	6,9%
Разделы Польши	5,5%
Восстания, войны за независимость	2,8%

Польская еда	
Дешевая, вкусная еда	6,9%
Яблоки	6,2%
Национальная кухня	5,5%
Пиво, Зубровка и другой алкоголь	4,1%
Суп журек	3,4%

Европа и география	
Европа	9,0%
Уют и комфорт	8,3%
Близость с Россией и странами Восточной Европы	4,1%
Европейские институты	2,8%

Торговля и границы	
Торговля и товары потребления	6,9%
Граница и пропускные пункты	6,2%

Прочие исторические ассоциации	
Негативные оценки российско-польских отношений	6,9%

Современная политика	
Катастрофа самолёта под Смоленском	4,8%
Качинский, Дуда, другие современные политики	4,8%

Культура и спорт современности	
Ведьмак	2,8%

Культура советского периода	
Польское кино	3,4%
Анджей Вайда	2,8%

Культура досоветского времени	
Шопен	6,2%
Общие впечатления	3,4%

Национальные символы и стереотипы	
Язык	6,2%

Личные ассоциации	
Семейные и дружеские связи	4,8%
Впечатления от поездок	2,8%





Rzeczpospolita Polska  
Ministerstwo  
Spraw Zagranicznych

Рапорт подготовлен в рамках проекта  
„Повышение осведомленности российского гражданского общества о реформах  
и системных преобразованиях в Польше” при поддержке Министерства  
иностраннных дел Республики Польша  
конкурс „Публичная дипломатия 2020”

**WOT**  
FUNDACJA

Fundacja WOT

Издатель „Fundacja WOT”  
ul. Jaworzyńska 4 lok. 2  
00-634 Warszawa  
Контакт: [info@wotf.pl](mailto:info@wotf.pl)  
[freerussia.eu](http://freerussia.eu)