

13. Ley de 2 de enero de 1986, electoral de Andalucía//Boletín Oficial del Estado, núm. 28 de 1 de febrero de 1986. – P. 4542- 4547;
14. Ley Orgánica 3/1979, de 18 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para el País Vasco//Boletín Oficial del Estado, núm. 306 de 22 de diciembre de 1979. – P. 29357- 29363;
15. Ley 28/1983, de 25 de noviembre, de Elecciones al Parlamento Vasco//Boletín Oficial del Estado, núm. 92 de 17 de abril de 2012. – P. 30077-30112;
16. Ley 5/1990, de 15 de junio, de Elecciones al Parlamento Vasco//Boletín Oficial del País Vasco, núm. 134 de 6 de julio de 1990. – P. 6149-6209;
17. Ley Orgánica 4/1979, de 18 de diciembre, de Estatuto de Autonomía de Cataluña//Boletín Oficial del Estado, núm. 306 de 22 de diciembre de 1979. – P. 29363-29370;
18. Ley 5/1994, de 3 de mayo, por la que se modifica la Ley 1/1986, de 2 de enero, Electoral de Andalucía//Boletín Oficial del Estado, núm. 137 de 9 de junio de 1994. – P. 18160-18161;
19. Pereira Juan Montabes (coord.). El sistema electoral a debate : veinte años de rendimiento del sistema electoral español (1977-1997). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) : Parlamento de Andalucía, 1998. – 412 p. ISBN: 84-7476-263-4;
20. Santolaya Machetti Pablo. Significado y alcance de la ley orgánica del régimen electoral general // Revista de Estudios Políticos (Nueva Época). Núm. 53. - Septiembre-Octubre 1986. -P. 45-69;
21. Real Decreto-ley 20/1977, de 18 de marzo, sobre Normas Electorales//Boletín Oficial del Estado, núm. 70 de 23 de marzo de 1977. – P. 6584 – 6600;
22. Rubalcaba Pablo Oñate . El sistema electoral a debate: 30 años de críticas y de rendimientos //Temas para el debate. – 2008. – P. 48-50;
23. Ruiz Gontreras M. La imagen de los partidos políticos. El comportamiento electoral en España durante las elecciones generales de 1993 y 1996. – Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas 2007. – 504 p. ISBN: 9788474764291;
24. Vega P. de. La reforma constitucional y la problemática del poder constituyente. Madrid : Tecnos, 1985. – 312 p. ISBN: 8430912177.

### **Годлевская В.Ю. ФОРМИРОВАНИЕ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ В ИСПАНИИ В ГОДЫ КОНСОЛИДАЦИИ ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО РЕЖИМА (1982-1996)**

*В статье исследуется формирование демократической избирательной системы в годы правления Испанской социалистической рабочей партии. Автор освещает влияние нового избирательного законодательства на утверждение демократических принципов в испанском обществе.*

*Ключевые слова: консолидация демократии, политическая система, реформа, модернизация, выборы, избирательная система, электорат, парламент.*

### **Hodlavska V. FORMING OF THE DEMOCRATIC ELECTORAL SYSTEM IN SPAIN IN THE YEARS OF CONSOLIDATION OF THE DEMOCRATIC MODE (1982-1996)**

*In the article is investigated forming of the democratic electoral system in the years of rule of Spanish socialistic working party. An author lights up influence of new electoral legislation on claim of democratic principles in Spanish society.*

*Keywords: consolidation of democracy, political system, reform, modernization, elections, electoral system, electorate, parliament.*

УДК 94(420)

**О.А. Неприцкий**

### **ОБРАЗ ПОЛЬЩИ І ПОЛЯКІВ У ГРОМАДСЬКІЙ ДУМЦІ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ ПІСЛЯ РОЗШИРЕННЯ ЄС 2004 Р.**

*В статті розглядається образ Польщі і поляків, що склався у Великій Британії після вступу Республіки Польщі до Європейського Союзу і визначаються ключові соціально-економічні і політичні чинники, завдяки яким формувався даний образ. Польща сформувала свій імідж демократичної правової держави з приязними і порядними людьми, але значною бюрократією, недостатньо інтенсивним економічним розвитком і надмірним впливом католицької церкви.*

*Ключові слова: Польща, Велика Британія, образ, імідж, Європейський Союз, громадська думка.*

Розширення Європейського Союзу на країни Центрально-східної Європи змінило як загальний образ ЄС, так і призвело до змін у перцепції мешканцями країн Західної Європи

новоприєднаних держав. Приєднання Польщі до Європейського Союзу дало не лише істотний результат у економічному, політичному та суспільному житті, але такі геополітичні зміни викликали психологічний ефект: відбулася остаточна фіксація Польщі як демократичної, розвиненої країни, що належить до «західної» цивілізації.

Актуальність дослідження полягає у потребі вивчити імідж Польщі і поляків у Сполученому Королівстві як чинника міжнародних відносин у Європі, що відіграє значну роль у перебігу економічного, політичного та соціально-культурного життя.

Джерельну та літературну базу проведення дослідження становлять переважно праці польських вчених, що присвячені іміджу Польщі і поляків загалом у світі та Європі (Коральська-Бобінська Л. [1], Фальковські М. [2], Вархаля М. [3]) і в Сполученому Королівстві, зокрема (Фоміна Й., Фреляк Й. [4, 5, 6]).

Безперечно, дослідження на дану тему могло бути повнішим за умови наявності не лише польських, але й британських джерел. Проте, тема сприйняття мешканцями Сполученого Королівства Польщі і поляків не становить значного наукового інтересу для британських дослідників, і тому, можемо знайти небагато праць, що, хоча б опосередковано, торкаються даної тематики. Деяко доповнюють картину матеріали британської публіцистики. Ключовими темами для газетних статей були враження поляків, що приїхали до Великої Британії та британців, що поїхали до Польщі [7, 8].

Аналогічна ситуація і з українською науковою думкою. Тематика творення Польщею власного міжнародного іміджу є цікавою, але масштабні дослідження щодо образу Польщі і поляків у Сполученому Королівстві не проводилися. Публікації на дану тему, переважно показують загальні тенденції у позиціонуванні Республіки Польщі закордоном [9].

Метою даної статті є окреслити образ Польщі і поляків, що склався у Великій Британії після вступу Республіки Польщі до Європейського Союзу та визначити ключові соціально-економічні і політичні чинники, завдяки яким формувався даний образ.

Напередодні вступу Європейського Союзу, наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть, навіть після того, як західна політична еліта визначилася із цивілізаційною приналежністю Республіки Польщі, на рівні масової свідомості Польщі сприймалася як «варварська» «східна» країна, що приставлявся «цивілізованому Заходу» [10]. Обговорення Ніццького договору та проекту європейської конституції, під час яких польський уряд займав крайню, часто неконструктивну позицію, ще більше підтримали «дикий» образ Польщі у міжнародних відносинах. Безперечно, внаслідок жорсткої переговорної позиції, держава отримала певні політичні та економічні дивіденди, але, при цьому, сформувала імідж важкого і незручного партнера у переговорах, що не вміє (або не хоче) співпрацювати з іншими учасниками процесу та не готова іти на компроміс.

Зміна польського уряду в листопаді 2007 році внесла корективи в зовнішньополітичну діяльність. Від некерованого і непередбачуваного партнера Польща перейшла до ролі прогнозованого і відповідального учасника європейського будівництва. Уряд став вдало поєднувати державні інтереси своєї країни із метою подальшої європейської інтеграції та пошуком точок дотику із партнерами по Європейському Союзу.

Виправленню міжнародного іміджу Польщі, поруч із змінами у її зовнішній політиці, сприяли економічні успіхи. Польща, на відміну від інших європейських країн, майже не постраждала від фінансово-економічної кризи 2008 року, а в 2009 році, єдина із країн континенту, показала економічне зростання. Під час цієї кризи, до традиційного поділу Європи на Захід і Схід додався новий поділ на Північ і Південь. Причому, у даному випадку, Польща зайняла своє «почесне» місце серед фінансово дисциплінованої Півночі, а не між фіскально безвідповідальними країнами Півдня.

У цей же час достатньо аморфний «Східний вимір» зовнішньої політики ЄС, який відстоювала Польща, вдалося оформити і прийняти у формі програми «Східне партнерство». Це перший випадок в історії Європейського Союзу, коли ініціатива країни Центрально-східної Європи із останньої хвилі розширення ЄС була прийнята як спільна політика.

А на чолі однієї із ключових інституцій ЄС – Європейського Парламенту – став колишній польський прем'єр Єжи Бузек. Його президентство у Європарламенті збіглося у часі з розширенням повноважень даного органу, відповідно до Лісабонського договору, який був ратифікований і втілений у життя в грудні 2009 року. Це, безперечно, додало ваги самому Єжи

Бузеку та опосередковано підсилює міжнародні позиції Батьківщини Президента Європейського Парламенту.

Дослідники визначають ще ряд знакових подій у польсько-німецьких та польсько-російських відносинах (урочистості до шестидесятої річниці початку другої світової війни у Гданську за участю А.Меркель та В.Путіна, вшанування жертв Катинської трагедії, загибель Президента РП під Смоленськом). Всі ці події збільшили вагу Польщі в Європі і підвищили рівень ознайомлення із країною мешканців континенту.

На тлі економічного та політичного зміцнення Польщі спостерігалася ефективна робота щодо промоції країни Міністерством Закордонних Справ та Міністерством Культури і Національної Спадщини. Активно працювала мережа науково-просвітницьких установ, серед яких і Польський інститут та музей імені генерала Сікорського в Лондоні та Інститут Йозефа Пілсудського, що знаходиться у тому ж англійському місті.

Не будемо вдаватися у деталі промоційної кампанії РП закордоном. Наведемо лише один приклад результативності такої політики у випадку співпраці із телекомпанією CNN International. З 2008 року Польща започаткувала цикли програм («Погляд на Польщу», «Нова Польща», «Осінь змін», «Єдина в світі») і показ рекламних роликів, спрямованих на формування привабливого іміджу країни для туризму та інвестицій.

Дослідження, проведені на глядачах CNN у Великобританії, Німеччині і Франції, показують, що кампанія досягла поставленої мети. Респонденти вважають, що Польща має багату культуру (66% випадкових глядачів CNN та 75% анкетованих, які дивилися рекламні ролики про Польщу), винятковий імідж (відповідно 50% і 62%), є однією з країн Європи, що найшвидше розвиваються, (49% і 57%), привабливим місцем для проведення відпустки (48% і 60%), а також пропонує цікаві інвестиційні можливості (42% і 56%). Трансляція реклами також спонукала глядачів до відвідування Польщі. 58% глядачів CNN, які переглянули рекламу, заявили про бажання приїзду до Польщі [9].

Наступним важливим чинником формування іміджу Польщі у Великій Британії стала польська еміграція до Сполученого Королівства. Перша потужна хвиля польської еміграції до Британських островів мала місце ще в XXI столітті. Наступна – після Першої світової війни. Потім було ще три сучасні хвилі еміграції (дві політичні і одна економічна) після Другої світової війни, під час «Солідарності» і після вступу Польщі до ЄС. А емігранти – це ті особи, що найперші безпосередньо контактують із місцевим населенням і впливають на емоційне сприйняття народу і країни загалом.

По завершенню першої декади XXI століття польська дослідницька організація «Інститут Громадських Справ» провела соціологічне опитування, що дало можливість окреслити образ Польщі та поляків в свідомості мешканців Великої Британії. Аналізуючи результати дослідження, автори підсумовують, що за роки перебування у Європейському Союзі імідж Польщі істотно покращився. Британці дивляться на Польщу як на сучасну розвинену країну, яка заходиться на «їх стороні», а поляки стали менш «екзотичними і далекими» [6, с.20].

Приєднання Польщі до Європейського Союзу та відкриття британського ринку праці для поляків спричинило інтенсифікацію польсько-британських контактів на рівні громадянськості. 53% британців заявили, що вони мали хоча б які-небудь контакти із Польщею або поляками, 59% визнали, що мають знайомих поляків, які проживають у Великій Британії, а 45% зазначили, що співпрацюють з поляками [6, с.21-22]. Це потягнуло за собою збільшення виразності образу Польщі в Британії. Завдяки безпосереднім контактам трудових мігрантів, активній медіа-кампанії, цілеспрямованій роботі державних і громадських інституцій та успішній політичній і економічній діяльності влади Польща стала впізнаваною, близькою і відомою країною.

Варто зазначити, що у порівнянні із аналогічним дослідженням, проведеним у 2001 році, зросли основні показники, що вказують на інтенсивність міжнародних контактів, формування образу демократичної, правової цивілізованої держави, та сприйняття поляків як людей, що швидше подібні до британців, ніж відмінні від них. Кількість осіб, що не могли відповісти на питання стосовно Польщі і поляків, зменшилася, приблизно, вдвічі [6, с.21-30].

Але говорити про тотальну обізнаність мешканців Сполученого Королівства щодо Польщі, як держави, буде явно перебільшенням. Ще одне дослідження, проведене того ж 2010 року для потреб туристичного бізнесу показує, що 72% мешканців Великої Британії зізнаються, що «нічого або майже нічого не знають про Польщу» [11, с.6]. Британцям, наприклад, за тим же

дослідженням «Інституту Громадських Справ», було дуже важко відповісти на питання про приблизну кількість населення Республіки Польща. 38% опитуваних сказали, що їм важко відповісти на дане питання. 23% респондентів правильно вказали на проміжок між 21 і 40 мільйонами населення. Логічно, що більш близькими до правильної відповіді були ті, хто раніше часто контактував із поляками та був добре освічений і мав середній вік. Таких, що занизили кількість населення, було 26%, і тих, хто завищив цифру, було 13% [6, с.23]. З огляду на те, що кількість населення асоціюється із силою країни, то чим більш потужною здається людині країна, тим більшим вона вважає населення даної держави. Із результатів опитування бачимо, що британці все ще більш схильні занижити, ніж завищити показник кількості населення Польщі.

Але, формування іміджу «сильної Польщі» і не ставилося за мету. При вступі країни до ЄС більший акцент робився на відповідності Польщі Копенгагенським критеріям (демократія, верховенство права, ринкова економіка), «європейськості» приналежності до Західної цивілізації. Поставлену мету вдалося досягнути. Результати дослідження показують – 67% британців переконані, що Польща входить до Європейського Союзу. Не дивлячись на те, що ця цифра серйозно відрізняється від ідеальних 100%, але враховуючи, що лише 85% мешканців Великої Британії знають, що їх рідна країна входить до ЄС, то результат абсолютно задовільний. А додавши, що лише 37% вказали, що Словаччина також є членом ЄС, і 28% зарахували до країн Європейського Союзу Україну [6, с.24], можемо стверджувати, що формування образу Польщі як європейської держави пройшло успішно.

Імідж Польщі у мешканців Великої Британії не позбавлений протиріч. Більшість британців не сумніваються, що Польща належить до демократичних держав і в ній поважають права і свободи громадян. Але умови життя погані з огляду на бюрократію, корупцію, відсутність швидкого економічного зростання та значний вплив Католицької церкви на громадське і політичне життя.

Пояснення такого подвійного образу Польщі можемо знайти у впливові тих чинників формування міжнародного образу РП, які ми виділили на початку статті. По-перше, уявлення про бюрократію, корупцію та відсутність швидкого економічного зростання формують самі трудові емігранти. Адже, якби у Польщі все було добре, то вони б не їхали шукати кращого життя. А що саме у Польщі погано, британці змальовують зі слів поляків. Бюрократія, корупція, незадоволення економічним становищем – це ті моменти, на які нарікають польські емігранти у побутових розмовах. Оскільки 59% британців мають знайомих поляків, то мешканці островів і проникаються настроями поляків-емігрантів щодо ситуації у них на Батьківщині. І навіть той об'єктивний факт, що Польща найбільш успішно зі всіх країн Європейського Союзу пройшла фінансово-економічну кризу, не зміг повністю виправити економічний образ Польщі в очах британців.

По-друге, уявлення про засилля Костьолу в громадському і політичному житті країни сформувала сама державна влада на початку ХХ століття, коли в дебатах про Європейську конституцію відстоювала відозву до християнських коренів Європи в преамбулі документу. Перебування у той час Іоанна Павла II (поляка за походженням) на посаді Папи Римського, з одного боку, полегшило переговорний процес Польщі з ЄС напередодні вступу, а з іншого боку, підсилило стереотип про засилля католицької церкви у Республіці Польщі.

Постійні контакти із польськими емігрантами, можливо, стали причиною того, що ставлення британців до поляків значно краще, ніж до Польщі, як до держави. Рівень симпатії до поляків більше, ніж в чотири рази перевищує аналогічний показник симпатій до Польщі [11, с.9-10]. Третина британців вважають, що поляки подібні до них і ще одна четверта населення вважає, що поляки трохи подібні до них, а трохи відрізняються. Так як населення Сполученого Королівства відзначається не найкращим сприйняттям емігрантів і критичним ставленням до інших народів, то на фоні представників інших національностей, поляки можуть хизуватися вкрай позитивним ставленням британців до них.

На початку останньої хвилі трудової еміграції до Великої Британії, поляки бралися за будь-яку роботу і виконували її достатньо якісно. Тому, у британців склалося враження про поляків, переважно, як про некваліфіковану робочу силу, але порядних людей. 96% британців не мають нічого проти, щоб поляк приїхав до Британії в якості туриста, 85% - готові мати поляків серед найближчих друзів, але лише 52% можуть погодитися, щоб поляк став депутатом органів місцевого самоврядування, де проживає респондент [6, с.28].

Таким чином, успіхи Польщі на міжнародній арені та економічні досягнення, інтенсивна промоційна кампанія і формування образу РП через міжнародні засоби масової інформації, безпосередні контакти мешканців Великої Британії із поляками істотно покращили образ країни та її населення в очах мешканців Сполученого Королівства, порівняно із тим, яким він був до розширення ЄС на Схід.

Найбільших успіхів Польща досягла у напрямку формування іміджу демократичної держави з ринковою економікою, де захищаються права і свободи населення. Ці досягнення, переважно, співпадають із Копенгагенськими критеріями, яким повинна була відповідати держава, щоб розпочати переговорний процес про вступ до Європейського Союзу. Можемо зробити висновок, що це і були головні завдання польської влади на початку XXI століття. А вступ до Європейського Союзу 1 травня 2004 року та результати соціологічних досліджень, проведених у 2010 році, на які ми опиралися під час роботи над даною статтею, підтверджують успішне виконання поставлених завдань.

Значна кількість безпосередніх контактів поляків з британцями створили надійні підвалини приязних двосторонніх стосунків. Поляки стали «близькими» і «зрозумілими», а не «чужими» і «екзотичними». Але специфіка спілкування із трудовими емігрантами наклала відбиток на сприйняття британцями Польщі та її населення. Оскільки трудові емігранти були незадоволені своєю державою, а спілкування із поляками показало британцям позитивні сторони партнерів, то, як наслідок, поляки стали сприйматися мешканцями Сполученого Королівства набагато приязніше, ніж Польща – країна, з якої ці приязні люди змушені були виїхати.

Різкі заяви і непоступливість у міжнародних переговорах початку 2000-х років ще більше переконали британців у наявності цілої низки негативних рис у польської держави.

Внаслідок такої державної політики та збігу об'єктивних історичних обставин, виявилися прогалини у формуванні іміджу Республіки Польщі як потужної європейської держави, що має значні політичні, економічні та логістичні важелі впливу на європейську політику, а населення країни має високу кваліфікацію і може займати посади топ-менеджерів у бізнесі, державному управлінні та місцевому самоврядуванні.

### ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Kolarska-Bobińska L. (red.), *Obraz Polski i Polaków w Europie*. – Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2003. – 344 s.
2. Fałkowski M., (red.), *Pierwsze kroki w Unii. Polityka Polski w prasie europejskiej*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2004. – 95 s.
3. Warchala M. (red.), *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2002. – 77 s.
4. Fomina J., Frelak J., *Next Stopski London. Wizerunek polskich imigrantów w prasie brytyjskiej*. – Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2007. – 87 s.
5. Fomina J., *Światy równoległe – wizerunek własny Polaków w Wielkiej Brytanii*. – Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2009. – 32 s.
6. Fomina J., Frelak J., *Wizerunek Polski i Polaków w Wielkiej Brytanii*. – Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2011. – 39 s.
7. Winter K. *Poland better than Britain? That's not what the Poles think* // Mail Online. – 30 September 2011. – Режим доступу: <http://www.dailymail.co.uk/debate/article-2043421/Poland-better-Britain-Thats-Poles-think.html>
8. Boggan S. *SPECIAL REPORT: The Brits who left the UK for a life in Poland* / Boggan S // Mail Online. – 30 September 2011. – Режим доступу: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2043562/SPECIAL-REPORT-The-Brits-left-UK-life-Poland.html>
9. Бублик Л. Імідж – по-польськи «візерунок». Як Польща підносить себе за кордоном [електронний ресурс] / Л. Бублик // Інформаційна агенція УНІАН. 04 серпня 2010. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/news/389752-imidj-po-polski-wizerunok-yak-polscha-pidnosyt-sebe-za-kordonom.html>
10. Fałkowski M., *Polska jako Wschód i jako Zachód*. / M. Fałkowski // *DIALOG, Magazynie Polsko-Niemieckim*. – 2002. – № 60. – Режим доступу: <http://www.isp.org.pl/site.php?id.<http://www.isp.org.pl/site.php?id=72&pagep>
11. *Wizerunek Polski i Polaków. Główne wnioski z badań*. // Konferencja «Prace badawcze w turystyce» 11 maja 2010 roku. – bez miejsca. – 34 s.

**Неприцкий А.А. ИМИДЖ ПОЛЬШИ И ПОЛЯКОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ МНЕНИИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ ПОСЛЕ РАСШИРЕНИЯ ЕС 2004 ГОДА**

*Аннотация. В статье рассматривается имидж Польши и поляков, сложившийся в Великобритании после вступления Польши в Европейский Союз и определяются ключевые социально-экономические и политические факторы, благодаря которым сформировался данный образ. Польша смогла создать себе имидж демократического государства с верховенством права и рыночной экономикой, которое населяют приятные и порядочные люди. Но в созданном образе также присутствует устойчивое мнение о значительной бюрократии, недостаточно интенсивном экономическом развитии и чрезмерном влиянии католической церкви в стране.*

*Ключевые слова. Польша, Великобритания, образ, имидж, Европейский Союз, общественное мнение.*

**Neprytskyi O. THE IMAGE OF POLAND AND THE POLISH IN THE PUBLIC OPINION OF GREAT BRITAIN AFTER THE EU ENLARGEMENT IN 2004**

*Summary. In the article studies the image of Poland and the Polish that was established in Great Britain after Poland's becoming the member of the European Union. The key social, economic and political factors due to which the aforementioned image was formed are defined. Poland managed to create the image of a democratic country with the rule of law and market economy, the country with pleasant and honest people. Nevertheless, the image also includes the opinion about considerable bureaucracy, a rather slow economic development and the exaggerated influence of the Catholic Church on the life of the country.*

*Key words: Poland, Great Britain, image, the European Union, enlargement, public opinion.*

**УДК 008: [477:438] «2012»**

**Ю.В. Пачос**

**КУЛЬТУРНА СПІВПРАЦЯ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ В РАМКАХ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ «ЄВРО 2012»**

*В статті розглянуті окремі приклади культурної співпраці України та Польщі в рамках підготовки та проведення чемпіонату Європи з футболу «Євро 2012». Проаналізовано спільні культурні заходи, що сприяли популяризації культурних надбань обох держав напередодні та під час проведення «Євро 2012».*

*Ключові слова: Україна, Польща, культура, співпраця, «Євро 2012», «Європейські стадіони культури».*

На сучасному етапі стратегічного партнерства Україна та Польща, поєднанні багатовіковою історією, спільною культурною спадщиною та тісною співпрацею на міжнародній арені, стрімко поглиблюють двосторонні відносини. Підтвердженням цьому є вдала спільна підготовка та проведення чемпіонату Європи з футболу «Євро 2012» у червні-липні 2012 р. Це велике футбольне свято «Євро 2012» об'єднало Україну та Польщу не тільки спортивними заходами, а й культурними, що мали на меті популяризацію мистецьких надбань обох країн у Європі.

Культурне співробітництво України та Польщі протягом останніх двох десятиріч є темою різноманітних публікацій, статей, розвідок, зокрема: В.Лишко [1], А.Васюка [2], Ж.Гоценко [3] та інших. Їхні праці, містять відомості, що стосуються різних напрямків, форм, основних тенденцій становлення та розвитку українсько-польської співпраці в галузі культури.

В даній статті авторка ставить за мету проаналізувати спільні культурні заходи України та Польщі, які були проведені в рамках чемпіонату Європи з футболу «Євро 2012» у червні-липні 2012 р. на основі найновіших публікацій періодичних видань, визначити вплив «Євро 2012» на відносини обох країн в культурному вимірі.

«Євро 2012» стало для України та Польщі не тільки футбольним святом та можливістю привабити якнайбільше туристів, але й надзвичайно важливою подією, що дала можливість обом країнам, особливо Україні, відкрити себе для Європи, зміцнити свою міжнародну позицію та репутацію.

Важливим є спілкування між людьми в рамках таких заходів, як «Євро 2012», особливо в культурно-мистецькому просторі та в тих сферах, що зовсім не стосуються футболу. Так, література стала справжньою «золотою жилою» для міжкультурної комунікації, якій «Євро» надало незайву нагоду [4]. Німецькі й польські книговидавці влітку 2011 р. запропонували