Polski portret generatywny. Część I „Polska dla ludzi”: kluczowe ustalenia i cytaty

1. Zdanie zakresu i lead (do skopiowania bez zmian)

Zdanie zakresu: Badanie obejmuje sześć modeli generatywnej AI, odpytywanych przez ich oficjalne API: ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity, Grok i DeepSeek.

Jedno zdanie o metodzie: Między 25 sierpnia a 28 września 2026 roku sześć modeli dostało 1 400 pytań w 11 językach, 700 w imieniu osób prywatnych i 700 w imieniu firm z 12 rynków, o codzienne decyzje: gdzie pojechać, studiować, zamieszkać, otworzyć firmę; 8 400 odpowiedzi ocenił ten sam model-sędzia, a wynik sprawdziło pięć warstw kontroli opisanych w aneksie. Cały program badawczy to ponad 14 500 odpowiedzi.

Lead (szkic, 3 zdania): Polska jest w odpowiedziach modeli językowych wtedy, gdy jest w pytaniu. Gdy pytanie jej nie wymienia, pojawia się w siedmiu odpowiedziach na dziesięć, ale w pytaniach o Europę ogólnie w mniej niż co drugiej, a gdy już się pojawia, częściej jest wymieniana niż polecana. To pierwsza taka mapa, zmierzona, a nie wyklikana: tak wygląda Polska w 8 400 odpowiedziach sześciu modeli na pytania z 12 krajów.

(„Siedem na dziesięć” = 72,4% z 1 452 odpowiedzi na pytania bez Polski. Tylko w leadzie; w tekście zawsze z liczbą.)

2. Nagłówki-kandydaci (15; każdy z liczbą, która go broni)

nr	nagłówek	liczba i mianownik	gdzie
H1	**Polska jest w odpowiedzi, gdy jest w pytaniu**	99,9% z 6 948 odpowiedzi na pytania z Polską; 72,4% z 1 452 na pytania bez Polski	rozdz. 1
H2	**Zapytane o Europę „w ogóle”, modele wymieniają Polskę w mniej niż co drugiej odpowiedzi**	45,1% z 324 odpowiedzi na pytania ogólne; bez Ukrainy 38,5%	rozdz. 2
H3	**W regionie Polska wygrywa, w „domyślnej Europie” ginie w tłumie**	region: Polska 91,7%, Czechy 80,6; Europa ogólnie: Niemcy 58,0, Polska 45,1, Czechy 41,4, Portugalia 40,4	rozdz. 3
H4	**Liczy się, jak modele mówią o Polsce, nie w którym miejscu**	gdy pytanie wymienia Polskę, otwiera ona odpowiedź prawie zawsze; gdy nie wymienia, jej miejsce zmienia się z odpowiedzi na odpowiedź, więc raport opisuje obecność, ton i polecenie, nie pozycję	rozdz. 3.3, aneks
H5	**Wymieniana częściej niż polecana**	wyraźne polecenie w 55,9% z 1 051 odpowiedzi, w których model sam wprowadził Polskę; odradza 1,7%	rozdz. 4

nr	nagłówek	liczba i mianownik	gdzie
H6	**Im rzadziej Polska pada, tym częściej jest polecana**	region: pada 91,7%, poleca 47,0% (506 odp.); Europa ogólnie: pada 45,1%, poleca 62,3% (146 odp.)	rozdz. 4
H7	**Z Ukrainy Polska jest domyślnym kierunkiem w Europie, a z Wielkiej Brytanii jedną z wielu**	pytania ogólne: Ukraina 77,8% (9 pytań), Wielka Brytania 29,2% (8 pytań); na rynku brytyjskim Portugalia 70,8%	rozdz. 2–3
H8	**Adresy podane przez model w połowie prowadzą do polskich stron, a wyszukiwanie w ponad jednej piątej**	49,5% z 14 681 cytowań (pięć modeli bez wyszukiwania) wobec 22,4% z 19 392 (wyszukiwanie)	rozdz. 5
H9	**W wynikach wyszukiwania sprzedawca wycieczek pada pięć razy częściej niż narodowy portal turystyczny**	getyourguide.com 83 wobec poland.travel 15 cytowań z wyszukiwania; bez wyszukiwania poland.travel 119	rozdz. 5
H10	**Ile kosztuje życie w Krakowie? Odpowiedź odsyła do serwisu, którego nikt w Polsce nie redaguje**	numbeo.com w 225 z 4 200 odpowiedzi osób prywatnych, w pierwszej trójce źródeł na 5 rynkach; GUS w 76, na żadnym rynku w trójce	rozdz. 9
H11	**Na pytania z Wielkiej Brytanii modele odsyłają do gov.uk częściej niż do gov.pl**	74 wobec 46 (360 odpowiedzi osób prywatnych); urzędy własnego państwa na wszystkich 12 rynkach	rozdz. 5, 8, 9
H12	**Chopin w każdej odpowiedzi o znanych Polaków, a w jednej na osiem o wyjazd do Polski**	144 ze 144 (portret otwarty) wobec 12,0% z 1 116 odpowiedzi praktycznych; Skłodowska-Curie 140 ze 144 wobec 0,8%	rozdz. 6
H13	**Nowe twarze kampanii „Polska. Więcej niż myślisz” nie padają w żadnej z 1 440 odpowiedzi**	Eisenberg, Rubik, Rozbicki, JIMEK: 0 z 1 440; Rodowicz 4; pomiar osiem tygodni po starcie kampanii, bez oceny jej skuteczności	rozdz. 6
H14	**Zapytane o wojnę, modele nie odradzają Polski, ale prawie zawsze dodają „ale”**	0 z 792 odpowiedzi odradza; bez zastrzeżeń 15,7%; NATO w 78,1%, Schengen w 5,3%	rozdz. 4.7
H15	**Siedem tygodni i nowa wersja modelu wystarczyły, żeby polecanie Polski przesunęło się o kilkanaście punktów**	w obie strony, wraz ze zmianą wersji modeli	rozdz. 7, 9

3. Kluczowe ustalenia (22; liczba + mianownik + jedno zdanie, co z tego wynika)

1. **95,1% z 8 400** odpowiedzi wymienia Polskę, ale 82,7% pytań wymienia ją wprost. Prawdziwy test to 1 452 odpowiedzi na pytania bez Polski: tam pada w 72,4%. (rozdz. 1)
2. **174 pytania osób prywatnych bez Polski, 1 044 odpowiedzi:** gdy pytanie wskazuje region, Polska pada w 91,7%; gdy Europę ogólnie, w 45,1%; gdy nie mówi nic o zagranicy, w 20,0%. O widoczności decyduje typ pytania, nie model. (rozdz. 2)
3. **Różnice między modelami: 67,8–74,7%** na tych samych 174 pytaniach. Różnice między typami pytań: 20–92%. Pytanie waży więcej niż model. (rozdz. 2)
4. **Przeciętna odpowiedź wymienia 5,8 innych państw** obok Polski; Polska jest jedynym krajem w 0,4% z 1 044 odpowiedzi. Konkurencją jest lista, nie kraj. (rozdz. 3)

5. **„Domyślna Europa" modeli (324 odpowiedzi na pytania ogólne):** Niemcy 58,0%, Polska 45,1%, Czechy 41,4%, Portugalia 40,4%, Hiszpania 40,1%, Holandia 37,7%. (rozdz. 3)
6. **Hiszpania to jedyny rynek**, na którym w pytaniach o region Polska nie jest pierwsza: Czechy 92,4%, Polska 81,8% (11 pytań). Dla pytań z Hiszpanii „Europa Środkowa na weekend" to Praga. (rozdz. 3, 8)
7. **Gdy pytanie nie mówi o wyjeździe za granicę** (15 pytań, 90 odpowiedzi), modele odpowiadają własnym krajem persony (47,8%), a Polska pada w 20,0%. Najtrudniej dotrzeć do kogoś, kto jeszcze nie wie, że chce wyjechać. (rozdz. 3)
8. **Wyraźne polecenie Polski: 55,9% z 1 051** odpowiedzi, w których model sam ją wprowadził; 40,4% wymienia bez polecenia; odradza 1,7%. (rozdz. 4)
9. **Odwrotna zależność:** w pytaniach o region Polska pada w 91,7%, polecana w 47,0% (506 odp.); w pytaniach o Europę ogólnie pada w 45,1%, polecana w 62,3% (146 odp.). Model wprowadza Polskę, gdy ma argument. (rozdz. 4)
10. **Wielka Brytania to najmocniejszy kontrast:** w pytaniach o region polecenie 29,3% (41 odp.), w pytaniach ogólnych 85,7% (14 odp., tendencja), zwykle jako Kraków na krótki wyjazd. (rozdz. 4, 8)
11. **Ton 6,95 w skali 1–10** (7 987 odpowiedzi); odpowiedzi negatywne 4,7%, z czego 90% na pytania wymieniające Polskę, a ponad jedna trzecia na pytania o ryzyko. Modele mówią o Polsce rzeczowo, rzadko z entuzjazmem i rzadko źle. (rozdz. 4)
12. **34 073 cytowania z 11 081 domen;** gov.pl (738 cytowań) to najczęściej cytowana domena, u każdego z sześciu modeli i na każdym z 12 rynków. (rozdz. 5)
13. **Dwa tryby źródeł:** adresy pisane przez model same prowadzą w 49,5% do polskich stron (33,5% oficjalnych; 14 681 cytowań), a źródła z wyszukiwania na żywo w 22,4% (6,5% oficjalnych; 19 392). Polskie instytucje są w odpowiedziach modeli, a wyszukiwanie rzadko do nich prowadzi. (rozdz. 5)
14. **Wikipedia prawie nie istnieje jako źródło:** 206 cytowań z 37 domen (0,6%). Modele nie odsyłają do encyklopedii, odsyłają do urzędów. (rozdz. 5)
15. **poland.travel 134 cytowania** (119 od modeli bez wyszukiwania, 15 z wyszukiwania); getyourguide.com 83, wszystkie z wyszukiwania. Wersje językowe portalu (polen.travel 27, polska.travel 15, pologne.travel 7…) w odpowiedziach prawie nie występują. (rozdz. 5, 9)
16. **Kanon na zapytanie:** Chopin, Wałęsa, Kopernik, Jan Paweł II po 144 ze 144 odpowiedzi; Skłodowska-Curie 140; Lewandowski 138. **Kanon w użyciu** (1 116 odpowiedzi praktycznych): Chopin 12,0%, Kopernik 4,5%, Jan Paweł II 2,6%, Skłodowska-Curie 0,8%. To luka aktywacji. (rozdz. 6)
17. **Drzwi:** Chopin pada razem z Warszawą lub Żelazową Wolą w 97% swoich 134 wzmianek, Kopernik z Toruniem lub Fromborkiem w 54% z 50. Kanon wchodzi do odpowiedzi praktycznej przez miejsce do zobaczenia albo rozdział historii. (rozdz. 6)
18. **Ten sam model, inne pytanie:** polskie gry (Wiedźmin, CD Projekt) w 86,1% z 72 odpowiedzi na pytanie „z czego Polska dziś słynie" i w 0 z 1 116 odpowiedzi praktycznych. (rozdz. 6)
19. **Sektory, o które Polska zabiega u inwestorów** (144 odpowiedzi o najsilniejsze branże): motoryzacja 100%, ICT 99,3%, żywność 99,3%, ale lotnictwo 23,6%, elektronika 17,4%, farmacja 6,9%. (rozdz. 6)
20. **Modele zgadzają się, czy mówić o Polsce (93,4% z 1 400 pytań), nie zgadzają się, jak:** na tym samym pytaniu najcieplejszy i najchłodniejszy model różnią się średnio o 1,8 punktu tonu, w co piątym pytaniu o 3 lub więcej. (rozdz. 7)

21. **14 potwierdzonych błędów faktograficznych** (dolna granica: odpowiedzi bez zgłoszenia sędziego nie sprawdzaliśmy losowo) to za mało na ranking; najpoważniejsze dotyczą przepisów, od których zależy decyzja: „Polska nie jest w strefie Schengen", „Polska nie pozwala na podwójne obywatelstwo". (rozdz. 7)
22. **Wojna (osobny pomiar, październik):** 0 z 792 odpowiedzi odradza Polskę; bez żadnego „ale" 15,7%; NATO w 78,1%, Schengen w 5,3%; w pytaniu o bezpieczne kraje całej Europy Polska w grupie „ostrożnie" w od połowy do trzech czwartych odpowiedzi. (rozdz. 4.7)

4. Cytaty z odpowiedzi modeli (10; dosłownie, z Log ID)

C1. Polska jako pierwszy wybór dla Skandynawii (rozdz. 8.9)

> **„Polen är förmodligen det bästa valet för en skandinav – relativt nära, EU-land, säkert, rikt på upplevelser och betydligt billigare än Sverige/Norge/Danmark."**
>
> „Polska jest prawdopodobnie najlepszym wyborem dla Skandynawa – stosunkowo blisko, kraj UE, bezpieczna, bogata w przeżycia i znacznie tańsza niż Szwecja, Norwegia czy Dania."
>
> — Claude, Szwecja, pytanie o miasta „w kraju na wschodzie, który daje dużo za pieniądze" na weekend (Log ID 573a7000-102c-4e38-989d-4dcf96a9293f). Pytanie bez nazwy Polski; Polska jedynym krajem w odpowiedzi.

C2. „Domyślna Europa" bez Polski (rozdz. 3.6)

> **„Mainland European nations (e.g., Spain, Portugal, France, Germany, Netherlands, Italy) each set their own rules."**
>
> „Państwa kontynentalnej Europy (np. Hiszpania, Portugalia, Francja, Niemcy, Holandia, Włochy) ustalają własne zasady."
>
> — Grok, Wielka Brytania, pytanie o przeprowadzkę do tańszego kraju Europy (Log ID 736f1087-a497-4048-b5cf-0c7d3d9e6082). Europa w jednym nawiasie, bez Polski.

C3. Portugalia zamiast Polski (rozdz. 8.12)

> **„Portugal consistently ranks at the top of Expat Insider surveys for "ease of settling in" and friendliness."**
>
> „Portugalia stale zajmuje czołowe miejsca w badaniach Expat Insider pod względem »łatwości zadomowienia się« i życzliwości."
>
> — Gemini, Wielka Brytania, pytanie o przeprowadzkę z małymi dziećmi „gdzieś w Europie" na kilka lat (Log ID 1fab2b6e-52f5-40b8-b8a1-7cd58cbec02b). W odpowiedzi nie ma Polski.

C4. Polska przez cenę: Kraków, Budapeszt, Praga (rozdz. 4.6)

> **„For a cheap autumn city break from the UK, the strongest all-round options are Kraków, Budapest, and Prague."**
>
> „Na tani jesienny wypad do miasta z Wielkiej Brytanii najmocniejszymi wszechstronnymi opcjami są Kraków, Budapeszt i Praga."
>
> — Perplexity, Wielka Brytania, pytanie o niedrogi wyjazd do europejskiego miasta (Log ID 077ee596-b567-488b-9503-6b39968b713e). Pytanie ogólne; Polska wybrana przez model.

C5. Z Ukrainy: Polska na start (rozdz. 8.10)

> **„Найкращий баланс для сім'ї зазвичай дають Польща, Чехія та Литва […]. Польща — одна з найзручніших для старту: тут велика українська громада, відносна близькість до України, схожа мова й простіша адаптація […].”**
>
> „Najlepszą równowagę dla rodziny dają zwykle Polska, Czechy i Litwa […]. Polska to jedna z najwygodniejszych na start: duża ukraińska społeczność, względna bliskość Ukrainy, podobny język i prostsza adaptacja […].”
>
> — Perplexity, Ukraina, pytanie o przeprowadzkę z rodziną do kraju UE, gdzie Ukraińcy są przyjmowani życzliwie (Log ID 9c678cee-e1ae-4fac-9f5b-85b3a18d8426). Pytanie ogólne; Polska wymieniona z nazwy.

C6. Zakupy z Ostrawy (rozdz. 3.6)

> **„Nejlepší volba z Ostravy je Polsko** (nejbližší a nejvýhodnější). Slovensko se většinou nevyplatí.”
>
> „Najlepszym wyborem z Ostrawy jest Polska (najbliżej i najkorzystniej). Słowacja zwykle się nie opłaca.”
>
> — Grok, Czechy, pytanie o zakupy za granicą z Ostrawy (Log ID 73dd40bd-a48b-453f-963c-1295059ed644).

C7. Dwa modele, to samo pytanie (rozdz. 7.7; para)

> **„pro české studenty je studium v Polsku z hlediska byrokracie jednou z nejjednodušších možností v Evropě”**
>
> „dla czeskich studentów studia w Polsce są pod względem biurokracji jedną z najprostszych możliwości w Europie”
>
> — Gemini, Czechy, pytanie rodzica o studia syna w Polsce (Log ID 87779760-e2c8-4cd4-82cc-90bd2d195b77). Ton 9, aprobata wysoka.

> **„konkrétní administrativní podmínky se mění a já nemám přístup k aktuálním datům z roku 2024-2025.”**
>
> „konkretne warunki administracyjne się zmieniają, a ja nie mam dostępu do aktualnych danych z lat 2024–2025.”
>
> — Claude, to samo pytanie (Log ID 82bf132c-ddb4-435c-99ae-31b28bd89daa). Ton 4, aprobata umiarkowana.

C8. „Król stosunku jakości do ceny” (rozdz. 7.7)

> **„中东欧（通常指波兰、匈牙利、捷克、爱沙尼亚等国）在留学届常被称为“宝藏性价比之王”。”**
>
> „Europa Środkowo-Wschodnia (zwykle Polska, Węgry, Czechy, Estonia i inne) bywa w świecie studiów zagranicznych nazywana »królem stosunku jakości do ceny«.”
>
> — Gemini, Chiny, pytanie o tanie studia magisterskie po angielsku w Europie, bez nazwy Polski (Log ID 7764b0cd-bcb9-46af-bc31-96ede0091bd1).

C9. Wojna: bezpieczna, ale nie na pierwszej liście (rozdz. 4.7)

> **„Si buscas cero preocupaciones geopolíticas, céntrate en el sur y oeste de Europa: España, Portugal, Italia, Francia, Irlanda o Alemania. […] Aun así, Polonia es razonablemente segura; el riesgo real sigue siendo extremadamente bajo gracias al paraguas de la OTAN"**
>
> „Jeżeli chcesz zero zmartwień geopolitycznych, skup się na południu i zachodzie Europy: Hiszpania, Portugalia, Włochy, Francja, Irlandia albo Niemcy. […] Mimo to Polska jest dość bezpieczna; realne ryzyko pozostaje wyjątkowo niskie dzięki parasolowi NATO"
>
> — Gemini, Hiszpania, pytanie o bezpieczne kraje Europy na studia i dłuższy pobyt (Log ID fdc9672c-db32-4713-a875-a20ff52d1660). Pomiar tematyczny z października.

C10. Ten sam model, inne pytanie: gry (rozdz. 6.8)

> **„Computerspiele: Polens sichtbarster moderner Kulturexport — CD Projekt Red – The Witcher und Cyberpunk 2077."**
>
> „Gry komputerowe: najbardziej widoczny współczesny polski eksport kulturalny — CD Projekt Red: Wiedźmin i Cyberpunk 2077."
>
> — ChatGPT, Niemcy, pytanie „z czego Polska dziś słynie" (Log ID f924e30e-1e6f-46e1-acbb-a7408f124501). Ten sam model w pytaniach praktycznych nie wymienia polskich gier ani razu.

5. Czego raport nie mówi (jedno zdanie dla redakcji, do powtarzania przy każdym nagłówku)

Raport mierzy odpowiedzi modeli zwrócone przez API w datowanym oknie (badanie główne 25 sierpnia – 28 września 2026; pomiary kontrolne do 2 listopada 2026), nie to, co widać w aplikacji konsumenckiej, nie ruch na stronach i nie skuteczność żadnej kampanii; nie układa rankingu rynków ani modeli, a porównań aprobaty między modelami nie podaje w tekście głównym, bo cztery z sześciu modeli miały w badaniu limit długości odpowiedzi (aneks).