

# Barometr sieci: Case study

PILOTAŻ: Comiesięczny monitoring trendów i zagrożeń online, listopad 2024

W ramach pilotażowego case study w szczególności zwracamy uwagę na ryzyka wobec aktorów sceny politycznej priorytetyzujących w swojej komunikacji prawa obywatelskie, takie jak prawa osób LGBTQ+, prawa kobiet, prawa migracyjne czy ochronę klimatu.

## Wstęp

Bieżąca analiza aktywności partii politycznych w mediach społecznościowych i zagrożeń narracyjnych online. Analiza obejmuje okres od 01.11.2024 do 01.12.2024. Opiera się na bazie kont na platformach: X, Facebook, Instagram, TikTok oraz YouTube.

## Podsumowanie

- **Agnieszka Dziemianowicz-Bąk** zyskuje popularność na TikToku z 213 068 średnimi wyświetleniami. Konto Minister Pracy, Rodziny i Polityki Społecznej zyskało tym samym drugie miejsce pod względem średniej liczby wyświetleń na TikToku wśród polskich polityków i polityczek; wyprzedza ją tylko **Sławomir Mentzen**.
- Konta związane z **Nową Lewicą**<sup>1</sup> opublikowały 1 798 postów, znacznie mniej niż **PiS** (około 11 tysięcy postów) i prawie dwukrotnie mniej niż **Konfederacja** (prawie 4 tysiące wpisów).
- Partia osiągnęła 6% wzrost na Facebooku, zyskując 77 100 nowych obserwujących.
- W swojej komunikacji **Nowa Lewica** skupiła się na prawach człowieka - wyróżniając się tym samym spośród pozostałych partii, które temat ten poruszają zdecydowanie rzadziej.
- **Nowa Lewica** pojawiła się w szczególności w komunikacji tych partii:
  - **PiS** wspomniał o **Nowej Lewicy** w 58 postach (0,69% wszystkich postów). Kluczowe przykłady to krytyka niespełnionej obietnicy o akademikach za 1 zł ([10](#), [12](#)) oraz atakowanie stanowiska **Nowej Lewicy** w sprawie praw pracowniczych w rządzie **Donalda Tuska** ([4](#)).
  - **KO** o **Nowej Lewicy** wspomniała w 29 postach (0,37% wszystkich postów). Tematy, które się tam pojawiły, nie są wyłącznie krytyczne; te krytyczne

---

<sup>1</sup> Jako konta związane z daną partią rozumiane są: oficjalne konta partii na poszczególnych platformach oraz konta lokalne powiązane z miastami bądź regionami.

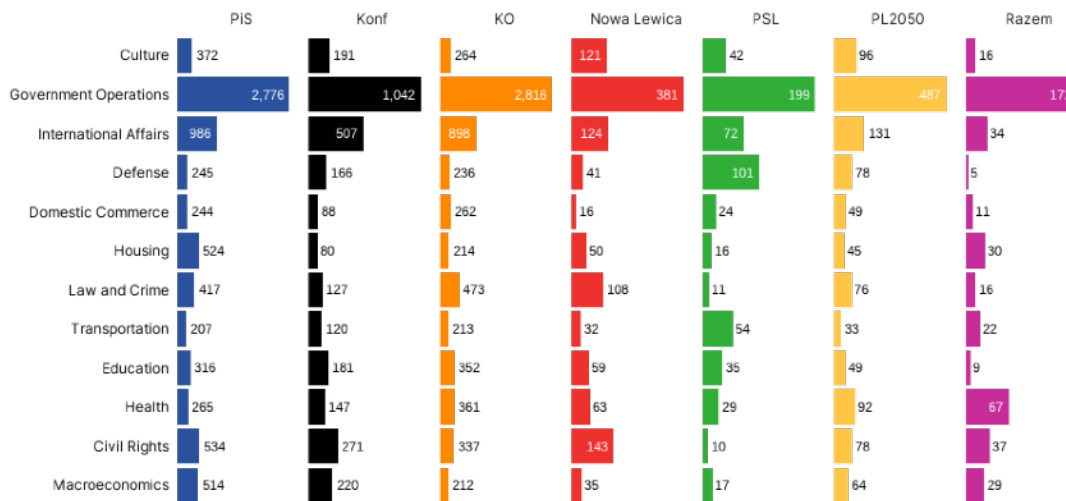
skupiły się na popieranej przez **Nową Lewicę** inicjatywie dotyczącej wolnej Wigilii (2).

- o **Nowa Lewica** pojawiała się regularnie w postach **Konfederacji** - było to bowiem 115 postów (2,99% wszystkich wpisów). W minionym miesiącu najpopularniejsze wpisy dotyczące **Nowej Lewicy** skupiły się na kwestiach wigilii (15), imigracji (10) i aborcji (13).

## Główne trendy tematyczne ostatniego miesiąca

Tematami, które zyskały szczególną popularność w minionym miesiącu, były między innymi:

- Polityka zdrowotna: szczególnie w kontekście sytuacji w Narodowym Funduszu Zdrowia - temat poruszany w dużej mierze przez partię **Razem**;
- Polityka obronna: szczególnie w kontekście wojny w Ukrainie i wyboru Donalda Trumpa na Prezydenta w USA; kwestie związane z bezpieczeństwem publikowane są szczególnie często na kanałach związanych z **Polskim Stronnictwem Ludowym**;
- Polityka migracyjna: temat ten poruszany był przez prawie wszystkie partie polityczne, ze szczególnym uwzględnieniem **Prawa i Sprawiedliwości**, **Koalicji Obywatelskiej** oraz **Konfederacji**.



## Główne głosy krytyczne

Krytyka polityk i działań **Nowej Lewicy** poprzez przedstawianie ich działań jako zagrożenia dla suwerenności, tradycyjnych wartości i stabilności Polski. Główne tematy obejmują:

- edukację (oskarżenia o „seksualizację” i „indoktrynację”),

- cele klimatyczne (Zielony Ład),
- politykę migracyjną,
- prawa osób LGBTQ+,
- domniemane antypolskie głosowania w Parlamencie Europejskim.

## Źródła krytyki

Partie i postacie związane z prawicą, głównie **Konfederacja**, **Ruch Narodowy** oraz politycy tacy jak Konrad Berkowicz i Janusz Kowalski, dominują w krytyce. Negatywny sentyment skupia się na różnicach ideologicznych dotyczących wartości społecznych, integracji z UE oraz regulacji klimatycznych i środowiskowych.

- **Konrad Berkowicz, poseł:** Oskarża Nową Lewicę o współpracę z „lobby porno” i promowanie „nagości i seksualizacji dzieci.”
- **Konto partyjne Ruch Narodowy:** Krytykuje proponowane reformy edukacji seksualnej jako „toksyczne i szkodliwe,” oskarżając partię o próbę „seksualizacji” młodzieży.
- **Konto partyjne Konfederacja:** Umieszcza członków Nowej Lewicy na „LIŚCIE HAŃBY” za głosowanie przeciwko poprawce uznającej polskie ofiary ukraińskich zbrodni na Wołyniu.
- **Janusz Kowalski, poseł:** Twierdzi, że kryzys klimatyczny to wymysł „biurokratów i lewicy,” oskarżając ich o czerpanie korzyści z regulacji.

Warto zwrócić również uwagę na wiralowy wpis europostanki **Ewy Zajączkowskiej-Hernik** na temat głosowania w Parlamencie Europejskim z 28 listopada 2024 r. Post z 4 772 interakcjami sugerował, że europostowie **Nowej Lewicy** głosowali „przeciwko Polsce,” sprzeciwiając się uznaniu roli Polski w pomocy Ukrainie. Post błędnie przedstawił głosowanie proceduralne jako dowód „antypolskich postaw,” co pokazuje, jak procedury parlamentarne mogą być wykorzystywane jako narzędzie do szerzenia dezinformacji.

## Co publikował PiS w listopadzie i jakie narracje udostępnił dotyczące Nowej Lewicy

### Styl komunikacji:

Konfrontacyjny i opozycyjny, charakteryzujący się:

- Bezpośrednią krytyką przeciwników politycznych
- Używaniem wykrzykników i emfatycznego języka
- Naśladowaniem komunikacji w stylu Trumpa
- Intensywnym wykorzystaniem symboli patriotycznych i emotikonów 🇵🇱

### Kluczowe głosy online:

- **Dominik Tarczyński**, poseł do PE, wyłania się jako jeden z kluczowych głosów w PiS. W listopadzie aż 6 jego postów zyskało bardzo wysokie zaangażowanie

użytkowników. Konsekwentnie wykorzystuje on przekaz „Make Poland Great Again”.

- **Patryk Jaki**, poseł do PE, z 3 postami skoncentrowanymi na krytyce instytucjonalnej i kwestiach społecznych
- **Zbigniew Kuźmiuk**, poseł do Parlamentu Europejskiego, opublikował 2 wysokozasięgowe posty skoncentrowane na krytyce ekonomicznej obecnego rządu

#### Trendy: zaangażowanie w sieci:

- Krótkie, zwięzłe wiadomości działają lepiej niż dłuższe posty wyjaśniające.
- Posty zawierające bezpośrednią krytykę obecnych urzędników państwowych generują wysokie zaangażowanie.
- Wykorzystanie symboli patriotycznych i komunikatów „Make Poland Great Again” wykazuje stałe wysokie zaangażowanie.
- Posty dotyczące spraw międzynarodowych, zwłaszcza te, które rysują paralele z polityką USA, dominują w treściach o wysokiej skuteczności ([1](#), [2](#), [3](#), [4](#)).

#### Narracje PiS o Nowej Lewicy:

PiS wspomniało o **Nowej Lewicy** w 58 postach (0,69% wszystkich postów). Wzmianki koncentrują się na niespełnionych obietnicach kampanii i krytyce udziału Nowej Lewicy w koalicji rządzącej. Odniesienia były w przeważającej mierze krytyczne (80%).

Kluczowe przykłady:

1. Krytyka niespełnionej obietnicy akademików za 1 zł, krytyka ministra **Nowej Lewicy Dariusza Wieczorka** ([10](#), [12](#))
2. Atakowanie stanowiska **Nowej Lewicy** w sprawie praw pracowniczych w rządzie **Donalda Tuska** ([4](#))
3. Kwestionowanie zaangażowania w dostępność opieki zdrowotnej i usług rehabilitacyjnych ([11](#))
4. Wiadomości koncentrowały się też na polityce edukacyjnej.

## Co publikowała KO w listopadzie i jakie narracje udostępniała dotyczące Nowej Lewicy

### Styl komunikacji


Bezpośredni i asertywny ton cechujący się:

- Rzeczowymi wypowiedziami na temat decyzji i polityki partii
- Krytycznego tonu względem **PiS**
- Przekazami budującymi jedność wokół bezpieczeństwa narodowego

## Kluczowe głosy online

- **Donald Tusk** wyłania się jako główny komunikator, publikując 10 z 20 wpisów o wysokim zaangażowaniu
- Jako kandydat KO na Prezydenta RP **Rafał Trzaskowski** zajmuje ważne miejsce w dyskusji, zarówno jako jej temat, jak i autor licznych wpisów.

## Trendy: zaangażowanie online

- Posty dotyczące prawyborów generowały największe zaangażowanie ([1](#), [15](#)).
- Treści związane z bezpieczeństwem narodowym i Ukrainą konsekwentnie zyskują dobre wyniki ([10](#), [7](#), [5](#)).
- Posty krytykujące rządy **PiS** przyciągają znaczną uwagę ([16](#), [9](#), [17](#))
- Podobnie jak **PiS**, **KO** regularnie wykorzystuje emotikony i symbole narodowe () w postach o tematyce patriotycznej i jedności narodowej

## Narracje KO o Nowej Lewicy

**Nowa Lewica** pojawia się w 29 postach, co stanowi 0,37% wszystkich postów **KO** w listopadzie 2023.

Odniesienia są przeważnie neutralne lub krytyczne, a wzmianki koncentrują się na współpracy rządowej i inicjatywach politycznych. Krytyczny ton pojawia się w postach dotyczących przypisywania sobie zasług za inicjatywy, czego przykładem jest komentarz **Klaudii Jachiry** o Wigilii jako dniu wolnym od pracy.

Kluczowe przykłady:

1. **Kludia Jachira** krytykowała inicjatywę **Nowej Lewicy** w sprawie Wigilii wolnej od pracy ([2](#))
2. Ogłoszenie wspólnego programu rządu z **Barbarą Nowacką**, **Krzysztofem Gawkowskim** i **Marzeną Okłą-Drewnowicz** ([7](#))

## Co publikowała Konfederacja w listopadzie i jakie narracje udostępniała dotyczące Nowej Lewicy

### Styl komunikacji

Konfrontacyjny i opozycyjny, charakteryzujący się:

- Bezpośrednią krytyką innych przywódców politycznych, w szczególności **Donalda Tuska**
- Użyciem wykrzykników i dobitnych stwierdzeń
- Częstym stosowaniem opozycyjnych ram („my kontra oni”)
- Sarkastycznym tonem podczas zwracania się do przeciwników politycznych ([7](#), [16](#))

## Kluczowe głosy

- **Sławomir Mentzen** dominuje w komunikacji z 45% postów o wysokim zaangażowaniu, koncentrując się na krytyce rządu i opozycji wobec innych partii.
- **Grzegorz Braun** utrzymuje wysokie zasięgi.
- Posty na koncie partii (**Konfederacja**) koncentrują się na wartościach rodzinnych i krytyce rządu oraz innych partii.

## Trendy: zaangażowanie online

- Osobiste posty pokazujące bezpośrednią interakcję z wyborcami generują wysokie zaangażowanie (1)
- Posty zawierające konkretne propozycje polityczne, zwłaszcza dotyczące reform instytucjonalnych (9)
- Treści krytykujące obecny rząd, zwłaszcza **Donalda Tuska** i **Szymona Hołownię** (4, 16, 5)
- Używanie hashtagów, w szczególności #mentzen2025 i tagów partyjnych
- Krótkie, bezpośrednie wypowiedzi z jasnym przekazem opozycyjnym działają lepiej niż dłuższe wyjaśnienia polityczne.

## Narracje Konfederacji o Nowej Lewicy

**Konfederacja** wspomniała o Nowej **Lewicy** w 115 postach (2,99% wszystkich postów) w listopadzie 2024 roku. Posty o **Nowej Lewicy** generowały wyższe zaangażowanie (2 400) w porównaniu ze średnim zaangażowaniem wpisów na koncie Konfederacji (1 355), co wskazuje, że wiadomości te rezonowały z ich obserwatorami i obserwatorkami.

Odniesienia do **Nowej Lewicy** były głównie krytyczne (85%). Wiadomości przedstawiały **Nową Lewicę** jako ideologicznie skrajną, obłudną w kwestiach religijnych i stanowiącą zagrożenie przez podejście do polityki migracyjnej. Styl komunikacji był konfrontacyjny i lekceważący.

Kluczowe przykłady:

1. **Michał Wawer** podkreślający hipokryzję w kwestiach religijnych: "Lewica przez cały rok: świeckie państwo [...] Przychodzi Wigilia, Lewica: Bóg się rodzi" (15)
2. **Grzegorz Płaczek** podważał stanowisko **Nowej Lewicy** w sprawie imigracji poprzez bezpośrednią konfrontację (10)
3. **Karina Bosak** krytykowała propozycje ustaw aborcyjnych jako „haniebny projekt” (13)

Komunikacja koncentrowała się głównie na polityce imigracyjnej i kwestiach praw obywatelskich, a **Konfederacja** pozycjonowała się jako główna opozycja wobec polityki **Nowej Lewicy**.

## Co publikowała Polska 2050 w listopadzie i jakie narracje udostępniała dotyczące Nowej Lewicy

### Styl komunikacji

Przeważnie neutralny i formalny. Polska 2050 zwraca się bezpośrednio do wyborców. Partia używa hashtagów w celu wzmocnienia przekazu. Wykazuje wyraźne pozycjonowanie zarówno przeciwko **PiS**, jak i **KO**, zachowując przy tym profesjonalny ton (7).

### Kluczowe głosy

- **Szymon Hołownia** dominuje w komunikacji z 47% postów o wysokim zaangażowaniu, koncentrując się na przywództwie instytucjonalnym oraz na swojej kandydaturze w nadchodzących wyborach prezydenckich.
- Konto partii **Polska 2050** służy jako amplifikator kluczowych komunikatów, szczególnie w sprawach międzynarodowych.
- Wielu postów i postanek (**Elżbieta Burkiewicz**, **Barbara Oliwiecka**, **Paweł Śliz**) udostępnia identyczne treści, co sugeruje skoordynowany przekaz (8, 13, 14, 20)

### Trendy: zaangażowanie online

- Ogłoszenia o kandydowaniu na prezydenta generują najwyższe zaangażowanie (1, 5)
- Posty zawierające osobistą narrację i bezpośrednie deklaracje **Szymona Hołowni** osiągają ponadprzeciętne wyniki
- Posty dotyczące spraw międzynarodowych, zwłaszcza relacji z Ukrainą i Stanami Zjednoczonymi, cieszą się znacznym zaangażowaniem (10, 3, 16).
- Skoordynowane identyczne wpisy publikowane przez wielu postów sugerują zorganizowaną strategię komunikacji, ale wykazują niższe indywidualne zaangażowanie (8, 13, 14, 20)

### Narracje Polski 2050 o Nowej Lewicy

**PL2050** wspomina o **Nowej Lewicy** w 47 postach, co stanowi 2,92% ich całkowitej komunikacji w tym okresie. Odniesienia są głównie krytyczne (60%) lub neutralno-pragmatyczne (40%), koncentrując się na wyzwaniach związanych ze współpracą koalicyjną. Krytyczne wzmianki koncentrują się na polityce gospodarczej i pracowniczej, podczas gdy neutralne odnoszą się do procedur parlamentarnych i dynamiki koalicji. **Ryszard Petru** wyłania się jako główny głos krytykujący stanowisko gospodarcze **Nowej Lewicy**.

Kluczowe przykłady:

1. „Dobrobyt bierze się z pracy, a nie z dni wolnych i **Nowa Lewica** powinna o tym pamiętać” - w ten sposób Ryszard Petru krytykował projekt Wigilii wolnej od pracy ([2](#)) ([8](#))
2. "Istotą koalicji jest kompromis. Wierzę, że nasi partnerzy z **Nowej Lewicy** otworzą się na dialog” - Polska 2050 krytykowała zaangażowanie **Nowej Lewicy** we współpracę w ramach koalicji rządzącej ([10](#))

Przekazy koncentrują się głównie na działaniach rządu i sporach dotyczących polityki pracowniczej w ramach koalicji.

## Co publikowało Polskie Stronnictwo Ludowe w listopadzie i jakie narracje udostępniało dotyczące Nowej Lewicy

### Styl komunikacji


Bezpośredni i asertywny styl komunikacji, charakteryzujący się:

- Zdecydowanymi oświadczenia w sprawach międzynarodowych
- Stanowczym, ale dyplomatycznym językiem w kontrowersyjnych kwestiach ([1](#), [2](#), [9](#))

### Kluczowe głosy

- **Władysław Kosiniak-Kamysz** dominuje w komunikacji jako autor 7 postów cechujących się najwyższym zaangażowaniem użytkowników; koncentruje się on na obronności i stosunkach międzynarodowych
- **Piotr Zgorzelski** utrzymuje silną obecność w dyskursie związanym z Ukrainą ze względu na swoje krytyczne wypowiedzi.
- Konto partii (**PSL**) służy jako wzmacniacz kluczowych komunikatów z 4 postami o wysokim zaangażowaniu

### Trendy: zaangażowanie online:

- Posty dotyczące infrastruktury wojskowej i zdolności obronnych generują największe zaangażowanie
- Wyraźne zapowiedzi polityczne spotykają się z dużym odzewem
- Wykorzystanie symboli narodowych () i nacisk na polskie interesy definiują treści publikowane przez członków PSL
- Posty dotyczące stosunków międzynarodowych, zwłaszcza te odnoszące się do napięć z Ukrainą, generują znaczne zaangażowanie.
- Wiadomości dotyczące solidarności koalicyjnej osiągają dobre wyniki, szczególnie te wspierające **Szymona Hołownię** ([3](#), [11](#))



## Narracje PSL o Nowej Lewicy

PSL wspomniało o Nowej Lewicy w jednym poście z 759 postów (0,13%) w listopadzie 2024 roku. Wskaźnik zaangażowania dla postów wspominających o Nowej Lewicy wyniósł 17, znacznie poniżej średniego zaangażowania wynoszącego 82 dla wszystkich postów.

Pojedyncza wzmianka miała neutralny wydźwięk, koncentrując się na obchodach Święta Niepodległości w Bolewicach, gdzie senator PSL Jan Libicki podzielił się informacjami o lokalnych wydarzeniach.

## Co publikowało Razem w listopadzie i jakie narracje udostępniała dotyczące Nowej Lewicy

### Styl komunikacji

Krytyczny i konfrontacyjny wobec członków koalicji rządzącej, zwłaszcza KO. Razem w komunikacji online używa bezpośrednich pytań i sarkazmu, aby podkreślić niespójności w stanowiskach partnerów koalicyjnych. Styl komunikacji obejmuje częste korzystanie z emotikonów i elementów multimedialnych, takich jak memy, grafika czy wideo w celu wzmocnienia przekazu (10, 8).

### Kluczowe głosy

- **Paulina Matysiak** wyłania się jako najbardziej aktywny głos, koncentrując się na sektorze detalicznym i krytyce rządu z 10 wysoce angażującymi postami.
- **Adrian Zandberg** utrzymuje obecność dzięki krytycznym komentarzom na temat decyzji rządu i spraw międzynarodowych.
- Konta partii regionalnych wnoszą wkład w lokalny aktywizm i kampanie dotyczące konkretnych kwestii, np. polityki zdrowotnej.

### Trendy: zaangażowanie online

Posty generujące największe zaangażowanie zawierają:

- Bezpośrednią krytykę koalicji rządzącej;
- Wyraźne wsparcie dla praw pracowniczych, zwłaszcza w sektorze detalicznym
- Wykorzystanie treści multimedialnych (filmy, zdjęcia)
- Jasne wezwania do działania lub protestu
- Proste, emocjonalne komunikaty
- Posty często wykorzystują hashtagi i zawierają elementy promocji międzyplatformowej (15, 5, 9)

## Narracje Razem o Nowej Lewicy

Razem wspomniało o Nowej Lewicy w 25 postach (4,39% wszystkich postów) w okresie od listopada 2024. Posty wspominające o Nowej Lewicy uzyskały średnie zaangażowanie na poziomie 145, znacznie niższe niż ogólna średnia wynosząca 574 zaangażowania na post.

Odniesienia do **Nowej Lewicy** są w przeważającej mierze neutralne (80%), koncentrując się na wspólnych pracach parlamentarnych i wspólnych inicjatywach. Krytyczne wzmianki pojawiają się w 20% postów, szczególnie w odniesieniu do finansowania opieki zdrowotnej i szerszej krytyce rządu.

Kluczowe przykłady:

1. Krytyka posta **Nowej Lewicy Krzysztofa Gawkowskiego** dotycząca propozycji e-głosowania ([1](#))
2. Wspólne działania upamiętniające pod pomnikiem Daszyńskiego ([2](#))
3. Wspólne obawy o finansowanie służby zdrowia, ale **Razem** zajmuje bardziej radykalne stanowisko ([10](#), [11](#))