



Barometr sieci

Case Study

Case study: Dodatkowe informacje o najpopularniejszych narracjach

PODSUMOWANIE

- Prawicowa opozycja stosuje dwutorową strategię delegitymizacji **Nowej Lewicy**, uderzając naprzemiennie w przeszłość historyczną oraz bieżącą niespójność programową. **PiS** koncentruje się na „rekomunikacji” Sejmu i przeszłości **Włodzimierza Czarzastego**, zaś **Konfederacja** punktuje hipokryzję ugrupowania, zestawiając feministyczne hasła z paskiem dla paktu migracyjnego oraz zamykaniem oddziałów położniczych.
- Negatywny odbiór nagrania udostępnionego przez **Macieja Wąsika (PiS)** pokazał ryzyko związane z manipulowaniem treściami. Materiał sugerujący agresję **Donalda Tuska** wobec psa, mimo 4 milionów wyświetleń, spotkał się z masowym odrzuceniem odbiorców, uruchamiając falę ataków na wiarygodność samego autora, a nie premiera.
- Narracja **Konfederacji** i **PiS** zdominowała tematykę zagrożeń zewnętrznych, spychając koalicję rządzącą do głębokiej defensywy w kwestiach rolnictwa i suwerenności. Skoncentrowanie przekazu na sprzecznie wobec umowy UE-Mercosur oraz „obronie gotówki” i tradycji pozwoliło prawicy narzucić ramy interpretacyjne, w których rząd **Donalda Tuska** przedstawiany jest jako realizator obcych interesów.
- **Prawo i Sprawiedliwość** utrzymuje bezwzględna przewagę w mechanizmach dystrybucji treści, tworząc najszczelniejszy ekosystem udostępnień. Oficjalne konto partyjne **PiS** generuje najwięcej retweetów własnych postów, co w połączeniu z budową wizerunku prezydenta **Nawrockiego** jako „obrońcy wartości”, pomaga w mobilizacji elektoratu przeciwko „Koalicji 13 grudnia”.

O DANYCH

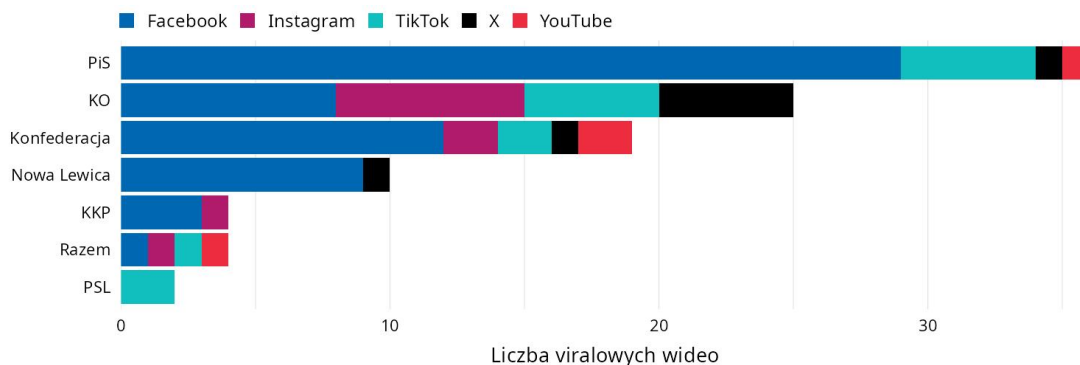
Niniejsza analiza obejmuje aktywność w mediach społecznościowych w okresie od 1 do 31 grudnia 2025 roku. Zgromadzony materiał badawczy składa się łącznie z 72 696 postów, które zostały opublikowane przez 745 aktorów politycznych. Do dystrybucji treści wykorzystywali oni 2 415 kont na platformach Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter) oraz YouTube. W zakres monitoringu weszły oficjalne profile oraz indywidualne konta przedstawicieli ośmiu kluczowych ugrupowań politycznych: **Koalicji Obywatelskiej (KO)**, **Prawa i Sprawiedliwości (PiS)**, **Konfederacji**, **Nowej Lewicy**, **Polski 2050 (PL2050)**, **Polskiego Stronnictwa Ludowego (PSL)**, partii **Razem** oraz **Konfederacji Korony Polskiej (KKP)**.

Zestawienie obejmuje zróżnicowane formaty treści, od krótkich wpisów tekstowych, przez materiały graficzne, po dłuższe formy wideo. Ilościowy przegląd polskiej przestrzeni cyfrowej dokumentuje skalę aktywności poszczególnych formacji bez wartościowania ich zasięgów czy zaangażowania odbiorców w badanym miesiącu.

CO LUDZIE MYŚLĄ O FILMIKACH

100 NAJCZĘŚCIEJ OGLĄDANYCH WIDEO WEDŁUG PLATFORMY SPOŁECZNOŚCIOWEJ ORAZ PARTII

Rozkład top 100 wideo według platform i partii.



ANALIZA NAJCZĘŚCIEJ OGLĄDANYCH WIDEO

PRZEGLĄD	ANALIZA	MINIATURA
Maciej Wąsik, Europoseł PiS Polubienia: 2 368 Wyświetlenia: 4 157 653 Platforma: Facebook Ton: Oskarżycielski, sensacyjny Wizualizacja: Amatorskie nagranie z telefonu, sugestywny napis nakładkowy (text overlay) narzucający interpretację Narracja: Dezinformacja kontekstowa, gra na emocjach (troska o zwierzęta)	Materiał opublikowany przez Macieja Wąsika stanowi przykład agresywnej kampanii negatywnej, która mimo gigantycznego zasięgu (4,16 mln wyświetleń) spotkała się z wyraźnym odrzuceniem przez odbiorców. Film, mający dowodzić rzekomej agresji Donalda Tuska wobec zwierzęcia, wygenerował zaledwie 2 368 polubień przy blisko 5 000 komentarzy, co sygnalizuje skrajnie negatywny odbiór treści (tzw. ratio). Użytkownicy masowo wytykają manipulację kontekstem, wskazując na zabawowy charakter sytuacji, i kierują ostrą krytykę bezpośrednio w stronę autora, przypominając kontrowersje związane z politykami PiS. Publikacja ta, zamiast uderzyć w lidera KO, stała się katalizatorem ataków na wiarygodność Wąsika, demonstrując, jak dezinformacja oparta na emocjach może przynieść skutki odwrotne do zamierzonych.	
Maciej Malecki, Poseł PiS Polubienia: 30 427 Wyświetlenia: 2 604 184 Platforma: Facebook	Materiał opublikowany przez posła Macieja Maleckiego (PiS) koncentruje się na politycznej porażce premiera Donalda Tuska (KO), który przegrał głosowanie w sprawie odrzucenia weta prezydenta Karola Nawrockiego. Nagranie, które uzyskało aż 2,60 mln wyświetleń, celowo eksponuje niezadowolenie na twarzy szefa rządu, kontrastując je z entuzjazmem i oklaskami posłów opozycji. Sekcja komentarzy (4 726 wpisów) jest zdominowana przez agresywny język i inwektywy pod adresem premiera („Rudy”, „zdrajca”), co wskazuje na głęboką polaryzację i mobilizację negatywnego elektoratu. Film skutecznie wykorzystuje mechanizm schadenfreude, budując wizerunek Karola Nawrockiego jako silnego prezydenta, który realnie blokuje działania koalicji rządzącej, co spotyka się z entuzjastycznym przyjęciem przez sympatyków prawicy.	



PRZEGLĄD	ANALIZA	MINIATURA
Konrad Berkowicz, Poseł Konfederacja Polubienia: 7 066 Wyświetlenia: 2 034 466 Platforma: Facebook	Materiał opublikowany przez Konrada Berkowicza koncentruje się na zdyskredytowaniu Donalda Tuska poprzez nadanie ironicznych ram jego wypowiedzi, co sugeruje mimowolne wyznanie "prawdy" o rzekomej szkodliwości jego rządów. Film, który osiągnął 2,03 mln wyświetleń, wywołał falę wulgarnych reakcji, w których przeważają epitety o podłożu ksenofobicznym oraz oskarżenia o zdradę stanu. Narracja ta rezonuje silnie z elektoratem antyrządowym, utrwalając negatywny wizerunek premiera jako zależnego od zagranicy polityka. Wśród 1 640 komentarzy pojawiają się jednak także głosy krytyczne wobec samego autora, przywołujące kontrowersje związane z jego zachowaniem w miejscach publicznych, co wskazuje na złożoną dynamikę odbioru, gdzie atakujący również staje się celem drwin.	
Konto partyjne Konfederacja Polubienia: 7 288 Wyświetlenia: 1 903 282 Platforma: Facebook	Opublikowany przez partię Konfederacja materiał wideo stanowi bezpośredni atak wizerunkowy na premiera Donalda Tuska, wykorzystujący mechanizm dekontekstualizacji wypowiedzi w celu jej ośmieszenia. Głównym celem przekazu jest delegitymizacja szefa rządu poprzez sugerowanie, że sam przyznaje się on do braku realnej władzy lub kompetencji, co wzmacnia ironiczny opis posta o "mówieniu prawdy". Film osiągnął imponujący zasięg 1 903 282 wyświetleń, co przy 2 131 komentarzach świadczy o dużej zdolności do wywoływania emocji wśród odbiorców. Sekcja komentarzy zdominowana jest przez agresywną retorykę, w której użytkownicy powielają narracje o "niemieckim agencie" i wzywają do rozliczeń, co potwierdza skuteczność takiej formy komunikacji w polaryzowaniu elektoratu i mobilizowaniu przeciwników rządu KO.	
Wojciech Król, Poseł KO Polubienia: 35 404 Wyświetlenia: 1 553 839 Platforma: Facebook	Materiał opublikowany przez posła Wojciecha Króla (KO) stanowi bezpośredni atak na styl sprawowania urzędu przez prezydenta Karola Nawrockiego. Wykorzystując autorytet byłego prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego, narracja buduje silny kontrast między pożądaną postawą "sumienia narodu" a zarzucaną obecnej głowie państwa stronnictwością i reprezentowaniem jedynie "10,5 mln wyborców". Imponująca liczba 1,55 mln wyświetleń oraz ponad 4 300 komentarzy potwierdzają nośność tego przekazu w elektoracie krytycznym wobec obozu rządzącego. Reakcje odbiorców są silnie spolaryzowane; obok głosów nostalgii za polityczną "klasą" Kwaśniewskiego, pojawiają się liczne ataki ad personam nawiązujące do jego przeszłości oraz wypowiedzi broniące Nawrockiego jako realizatora woli swoich wyborców.	
Konrad Berkowicz, Poseł Konfederacja Polubienia: 11 734 Wyświetlenia: 1 543 950 Platforma: Facebook	Materiał opublikowany przez Konrada Berkowicza stanowi ostry atak na politykę inwestycyjną warszawskiego ratusza, kierowanego przez Rafała Trzaskowskiego (KO). Poseł Konfederacji wykorzystuje sugestywne zestawienie wizualne, kontrastując profesjonalną siłownię plenerową z "placem zabaw" wykonanym z drewnianych elementów, którego koszt określono na 500 000 zł. Ten prosty zabieg retoryczny skutecznie pozycjonuje wydatki publiczne jako symbol marnotrawstwa i niekompetencji, co znalazło odzwierciedlenie w liczbie 1,54 mln wyświetleń. W sekcji komentarzy dominują oskarżenia o korupcję ("pralnia pieniędzy") oraz personalne ataki na prezydenta Warszawy, co wskazuje na silną polaryzację odbiorców i skuteczność narracji antyestablishmentowej. Przekaz ten wzmacnia wizerunek Konfederacji jako jedynej ugrupowania dbającego o racjonalność wydatków, jednocześnie ośmieszając "ekologiczne" lub "nowoczesne" trendy w architekturze miejskiej promowane przez środowiska liberalne.	



PRZEGLĄD	ANALIZA	MINIATURA
Tomasz Buczek, Europoset Konfederacja Polubienia: 25 540 Wyświetlenia: 1 510 446 Platforma: YouTube	Materiał wideo stanowi ostrą krytykę polityki Unii Europejskiej, w szczególności Zielonego Ładu oraz umowy z Mercosur. Tomasz Buczek z Konfederacji wykorzystuje sugestywny obraz ludzi zbierających rozsypane ziemniaki, aby zbudować narrację o zubożeniu społeczeństwa i upadku europejskiego rolnictwa. Przekaz ten, sugerujący, że Europa "na własne życzenie staje się coraz gorszym miejscem do życia", spotkał się z szerokim oddźwiękiem, generując ponad 1,51 mln wyświetleń. Sekcja komentarzy zdominowana jest przez głosy poparcia dla rolników oraz wyrazy oburzenia wobec decydentów unijnych, często utrzymane w tonie emocjonalnym i katastroficznym. Wielojęzyczne wpisy świadczą o tym, że materiał trafił do odbiorców spoza Polski, jednocząc ich we wspólnym poczuciu niesprawiedliwości ekonomicznej i sprzeciwie wobec biurokracji brukselskiej.	
Marcelina Zawisza, Poseł Razem Polubienia: 26 363 Wyświetlenia: 1 465 443 Platforma: Facebook	Materiał Marceliny Zawiszy stanowi ostry atak na politykę rządu, koncentrując się na odebraniu obiecanych podwyżek pracownikom sądów przy jednoczesnym pobieraniu wysokich uposażeń przez przedstawicieli koalicji w KRS. Posłanka Razem buduje narrację opartą na wyrazistym kontraście ekonomicznym, wymieniając konkretne kwoty pobrane przez Annę Marię Żukowską (Nowa Lewica) i Robertą Kropiwnickiego (KO) . Film osiągnął imponujący zasięg 1,46 mln wyświetleń, co potwierdza wysoką wrażliwość społeczną na temat przywilejów władzy. W sekcji komentarzy dominuje gniew wobec rządu Donalda Tuska oraz rzadkie zjawisko aprobaty dla polityczki lewicy ze strony wyborców prawicowych, którzy postrzegają jej wystąpienie jako akt odwagi i demaskacji hipokryzji "uśmiechniętej Polski".	
Sławomir Mentzen, Poseł Konfederacja Polubienia: 138 299 Wyświetlenia: 1 458 866 Platforma: TikTok	Sławomir Mentzen wykorzystuje okres świąteczny do bezpośredniego ataku wizerunkowego na Donalda Tuska , publikując materiał sugerujący niemieckie powiązania lidera KO . Film, opatrzony niemieckim podpisem "Frohe Weihnachten, Herr Premier!", stanowi element konsekwentnej strategii Konfederacji, która pozycjonuje premiera jako polityka realizującego obce interesy. Materiał spotkał się z masowym odzewem, generując blisko 1,46 mln wyświetleń oraz ponad 138 000 polubień, co świadczy o wysokiej wiralowości treści satyrycznych w grupie docelowej polityka. Reakcje odbiorców są w przeważającej mierze entuzjastyczne; użytkownicy doceniają humor Mentzena , w licznych komentarzach pojawiają się określenia typu "volksdeutsch", co potwierdza skuteczność tego typu przekazu w polaryzowaniu elektoratu i utrwalaniu negatywnych etykiet. Zastosowanie technologii (prawdopodobnie AI) do modyfikacji głosu lub wizerunku dodatkowo wzmacnia efekt komiczny, zacierając granicę między rzeczywistością a polityczną karykaturą.	
Marcin Sypniewski, Europoset Konfederacja Polubienia: 9 889 Wyświetlenia: 1 443 047 Platforma: Facebook	Materiał opublikowany przez Marcina Sypniewskiego stanowi ostry atak na wiarygodność Koalicji Obywatelskiej , koncentrując się na newralgicznym temacie ochrony zdrowia. Głównym celem przekazu jest wykazanie rozbieżności między obietnicami wyborczymi (zniesienie limitów NFZ) a rzeczywistością, w której placówki są zamykane z braku funduszy. Narracja została wzmocniona sugestią cenzury ze strony rządzących, co zadziałało jako silny mechanizm wiralowy, generując 1,44 mln wyświetleń. W sekcji komentarzy dominuje gniew i rozczarowanie; użytkownicy masowo oskarżają polityków PO o hipokryzję, używając określeń takich jak "kłamcy" czy "oszuści". Reakcje te potwierdzają, że temat niespełnionych obietnic w służbie zdrowia ma wysoki potencjał mobilizacji negatywnego elektoratu i skutecznie podważa zaufanie do obecnej koalicji rządzącej.	



O CZYM MÓWIĄ PARTIE

O CZYM KOMUNIKOWAŁO PIS I JAK CZĘSTO ODWOŁYWAŁO SIĘ DO NOWEJ LEWICY

Centralnym punktem przekazu jest legitymizacja i wsparcie dla **Karola Nawrockiego**, który przedstawiany jest jako obrońca polskich wartości, tradycji i suwerenności. Politycy **PiS** powielają informacje o wysokim zaufaniu społecznym do prezydenta oraz jego decyzjach, takich jak weta wobec ustaw rządowych czy symboliczne usunięcie Okrągłego Stołu z Pałacu Prezydenckiego. Narracja ta pozycjonuje prezydenta jako jedyną barierę przed działaniami rządu, określanego konsekwentnie mianem "Koalicji 13 grudnia", co ma na celu mobilizację elektoratu wokół ośrodka prezydenckiego.

Równolegle prowadzona jest intensywna kampania negatywna wymierzona w **Donalda Tuska**, któremu zarzuca się realizację interesów niemieckich kosztem Polski, szczególnie w kontekście reparacji wojennych oraz polityki energetycznej. Politycy **PiS** oskarżają premiera o uległość wobec Berlina i Brukseli, przywołując archiwalne dokumenty dotyczące relacji z Rosją oraz bieżące problemy, takie jak deficyt budżetowy czy zapaść w służbie zdrowia. Tematyka socjalna i gospodarcza, w tym protesty rolników przeciwko umowie Mercosur oraz rosnące koszty życia ("Drogie Święta"), służy jako dowód na niekompetencję rządu i zagrożenie dla bytu polskich rodzin.

STYL KOMUNIKACJI I NAJWAŻNIEJSZE GŁOSY ONLINE Z PIS

Styl komunikacji **PiS** charakteryzuje się wysoką agresywnością, emocjonalnym nacechowaniem oraz bezpośrednimi wezwaniami do działania. Partia stawia na polaryzację, wykorzystując krótkie, angażujące pytania oraz memy, aby maksymalizować zasięgi w mediach społecznościowych. Dominują treści wideo oraz grafiki z wyrazistymi hasłami, które mają na celu wywołanie natychmiastowej reakcji odbiorcy, często opartej na oburzeniu lub poczuciu dumy narodowej.

Wśród najbardziej widocznych głosów wyróżnia się **Dariusz Matecki**, który stosuje strategię masowego publikowania treści, często opartych na retweetach zagranicznych kont (np. **Donalda Trumpa** czy **Elona Muska**) oraz sensacyjnych nagłówkach pisanych wielkimi literami, budując atmosferę ciągłego zagrożenia i mobilizacji. Kluczową rolę odgrywa również **Patryk Jaki**, który koncentruje się na ideologicznej krytyce Unii Europejskiej i rządu, publikując materiały wideo mające demaskować rzekomą hipokryzję przeciwników politycznych oraz zagrożenia płynące z "Zielonego Ładu". Z kolei **Jacek Ozdoba** specjalizuje się w krótkich, interaktywnych formach, zadając proste, polaryzujące pytania, które skutecznie generują wysokie wskaźniki zaangażowania i służą do krytykowania działań rządu.

O CZYM KOMUNIKOWAŁA KONFEDERACJA I JAK CZĘSTO ODWOŁYWAŁA SIĘ DO NOWEJ LEWICY

W grudniu 2025 roku **Konfederacja** skoncentrowała swój przekaz na gwałtownym sprzeciwie wobec umowy handlowej UE-Mercosur, pozycjonując się jako jedyny obrońca polskiego rolnictwa. Partia intensywnie relacjonowała protesty rolników w Brukseli, gdzie użyto armatek wodnych, oraz organizowała własne demonstracje w Polsce, ostrzegając przed napływem żywności niespełniającej norm i zawierającej pestycydy. Narracja ta była ściśle powiązana z atakami na **PSL** i **Donalda Tuska**, którym zarzucano bierność lub wręcz zdradę interesów narodowych na rzecz niemieckiej gospodarki. Politycy ugrupowania, w tym **Anna Bryłka**, podkreślali, że przyjęte klauzule ochronne są fikcją, a umowa doprowadzi do upadku europejskiego rolnictwa.

Drugim dominującym tematem była kategoryczna krytyka dalszego wspierania finansowego Ukrainy, co **Konfederacja** określała mianem „służalczości” rządu. Szczególne oburzenie wywołała zgoda premiera na udział Polski w mechanizmie unijnej pożyczki dla Ukrainy w wysokości 90 mld euro, co przedstawiano jako zadłużanie przyszłych pokoleń.



Przekaz ten wzmacniano doniesieniami o aferach korupcyjnych na Ukrainie oraz brakiem wdzięczności ze strony Kijowa, co miało uzasadniać postulat „ani złotówki więcej”. Dodatkowo, szerokim echem odbiła się wypowiedź **Donalda Tuska** sugerująca, że Polska może przejąć ciężar wypłaty zadośćuczynień ofiarom II wojny światowej, co uznano za ostateczny dowód na antypolską politykę rządu.

Trzeci obszar tematyczny obejmował kwestie światopoglądowe oraz krytykę stanu państwa pod rządami obecnej koalicji. **Konfederacja** silnie eksponowała zapaść w ochronie zdrowia, alarmując o zamykaniu oddziałów i konieczności rodzenia dzieci na SOR-ach, co **Ewa Zajączkowska-Hernik** określiła mianem „piekła kobiet” ignorowanego przez lewicę. Równolegle prowadzono narrację w obronie tradycji chrześcijańskich, przeciwstawiając obecność szopki w Sejmie obchodom Chanuki, co **Konrad Berkowicz** i **Krzysztof Bosak** wykorzystywali do podkreślania przywiązania do polskiej tożsamości. Istotnym sukcesem komunikacyjnym było również przypisanie sobie zasługi za weto prezydenta **Karola Nawrockiego** w sprawie ustawy o kryptowalutach.

STYL KOMUNIKACJI I NAJWAŻNIEJSZE GŁOSY ONLINE Z KONFEDERACJI

Styl komunikacji **Konfederacji** charakteryzuje się wysokim stopniem alarmizmu, bezpośredniością i częstym stosowaniem trybu rozkazującego („Udostępniajcie!”, „Podajcie dalej!”). Partia buduje przekaz na ostrej polaryzacji, używając mocnych określeń takich jak „zdrada”, „skandal”, „szaleństwo” czy „patowładza”, co ma na celu wywołanie silnych emocji i mobilizację bazy wyborczej. Komunikaty są skonstruowane tak, aby ominąć tradycyjne media i dotrzeć bezpośrednio do odbiorcy, często demaskując rzekome kłamstwa rządu lub unijnych elit. W narracji dominuje ton oskarżycielski wobec **Donalda Tuska** i **Ursuli von der Leyen**, przy jednoczesnym kreowaniu się na jedyną siłę merytorycznie broniącą suwerenności i portfeli Polaków.

Najbardziej eksponowanym głosem w analizowanym okresie była **Ewa Zajączkowska-Hernik**, która zdominowała przekaz dotyczący polityki unijnej, migracji (sukces w sprawie „bezpiecznego kraju trzeciego”) oraz Zielonego Ładu. Jej wpisy są emocjonalne, często zawierają apele o aktywność i budują wizerunek skutecznej polityczki walczącej z „eurokratami”. Drugą kluczową postacią jest **Sławomir Mentzen**, który stosuje styl bardziej sarkastyczny i zwięzły, nazywając absurdalnymi polityki gospodarcze rządu oraz kpiąc z premiera, np. w kontekście cen paliw czy kryptowalut. Trzecim istotnym głosem jest **Krzysztof Bosak**, który wnosi do komunikacji ton powagi i merytorycznej krytyki w kwestiach ustrojowych, finansowych oraz obrony tradycyjnych wartości.

O CZYM KOMUNIKOWAŁA KONFEDERACJA KORONY POLSKIEJ I JAK CZĘSTO ODWOŁYWAŁA SIĘ DO NOWEJ LEWICY

W analizowanym okresie komunikacja **KKP** została całkowicie zdominowana przez narrację wokół drugiej rocznicy incydentu z gaśnicą w Sejmie, którą partia celebrowała pod hasłem „Szeroki Front Gaśnicowy idzie odzyskać niepodległość”. Retoryka ta łączy się z ostrym sprzeciwem wobec obecności symboli żydowskich w parlamencie, co politycy przeciwstawiają tradycji Bożego Narodzenia, określając zapalenie świec chanukowych mianem „celebracji rasizmu” i wzywając do obrony „powagi Sejmu”. Równolegle prowadzona jest intensywna kampania mobilizacyjna wokół procesu sądowego **Grzegorza Brauna**, który przedstawiany jest jako ofiara systemu i „proces przeciwko polskości”, co ma na celu konsolidację twardego elektoratu.

Drugim kluczowym obszarem tematycznym jest radykalny eurosceptycyzm oraz sprzeciw wobec „ukrainizacji Polski”. Politycy **KKP** konsekwentnie wzywają do Polexitu, krytykują pomoc finansową dla Ukrainy i domagają się usunięcia ukraińskich flag z budynków publicznych, argumentując, że Polska staje się „kolonią”. Uzupełnieniem przekazu są kwestie światopoglądowe, w tym gwałtowna krytyka aborcji w kontekście szpitala w Oleśnicy, gdzie partia personalnie atakuje lekarkę Gizelę Jagielską, zestawiając jej działania z „bestialstwem” i „mordownią”.



STYL KOMUNIKACJI I NAJWAŻNIEJSZE GŁOSY ONLINE Z KKP

Styl komunikacji **KKP** wyróżnia się wysokim stopniem konfrontacyjności oraz stosowaniem hermetycznego, ideologicznego języka, w którym dominują metafory „gaszenia” oraz hasła o „odzyskiwaniu niepodległości”. Partia buduje tożsamość obłądzonej twierdzy, pozycjonując się jako jedyna autentyczna siła patriotyczna w kontrze do „układu okrągłostołowego” i „Eurokołchozu”. Przekaz cechuje się silnym zabarwieniem religijnym („Szczęść Boże”, „Błogosławionej niedzieli”) oraz bezpośrednimi zwrotami do zwolenników, mającymi budować poczucie wspólnoty w obliczu rzekomych prześladowań.

Najbardziej eksponowanym głosem jest **Grzegorz Braun**, który nadaje ton całej narracji, łącząc wątki mesjanistyczne z radykalnym przekazem anti-systemowym i kreując się na lidera „Szerokiego Frontu Gaśnicowego”. Wspiera go **Włodzimierz Skalik**, który pełni rolę głównego komentatora bieżących wydarzeń politycznych, ostro atakując rządzącą koalicję (zwłaszcza **Donalda Tuska** i **Szymona Hołownię**) oraz nagłaśniając kwestie procesu lidera i sprzeciwu wobec WHO. Trzecim wyraźnym głosem jest **Roman Fritz**, koncentrujący się na obronie **Brauna** przed oskarżeniami o hejt oraz poruszający tematykę górnictwa, energetyki i ochrony życia poczętego.

CZĘSTOTLIWOŚĆ I TON PARTYJNEJ KRYTYKI PARTIE KRYTYKUJĄ NOWEJ LEWICY

AUTOR WZMIANKI	POSTY (LICZBA I % UDZIAŁ)	ŚR. ZAANGAŻOWANIE (WZMIANKI VS OGÓŁEM)	TON WZMIANKI
PiS	486 (1,7%)	1206 vs. 945	PiS prowadzi zmasowaną ofensywę przeciwko Nowej Lewicy , koncentrując się na oskarżeniach o blokowanie kluczowych ustaw w „czerwonej zamrażarce” oraz eksponowaniu komunistycznej przeszłości Włodzimierza Czarzastego .
Konfederacja	387 (5,2%)	1525 vs. 1135	Konfederacja buduje przekaz na ostrej krytyce Nowej Lewicy , zarzucając jej hipokryzję w kwestiach światopoglądowych i praw kobiet oraz działanie na szkodę bezpieczeństwa państwa poprzez sprzeciw wobec zaostrzania polityki migracyjnej.
KKP	41 (2,9%)	2882 vs. 2220	Komunikacja KKP ma charakter otwarcie wrogi, koncentrując się na personalnych atakach wobec Włodzimierza Czarzastego , któremu zarzuca się hipokryzję, komunistyczną przeszłość oraz antypolskie działania pod płaszczykiem walki z hejtem.

KTO KRYTYKUJE NOWĄ LEWICĘ, JAK I ZA CO

- PIS:**
- Blokowanie prac legislacyjnych w ramach narracji o „czerwonej zamrażarce”, gdzie **Włodzimierz Czarzasty** ma celowo wstrzymywać projekty PiS i prezydenta dotyczące m.in. cen energii czy kwoty wolnej od podatku.
 - Eksponowanie komunistycznej przeszłości liderów **Nowej Lewicy**, określanie ich mianem „postkomuny” i „towarzyszy” oraz zarzuty o brak szacunku dla ofiar stanu wojennego przy jednoczesnym celebrowaniu Chanuki.
 - Zarzuty o autorytarne metody zarządzania Sejmem, w tym użycie siły wobec protestujących pracowników sądów oraz wykluczanie mniejszych kół poselskich z Konwentu Seniorów.



KONFEDERACJA:

- Oskarżanie polityków **Nowej Lewicy** o hipokryzję i milczenie wobec zamykania oddziałów położniczych, oraz głosowanie w Parlamencie Europejskim przeciwko przepisom o „bezpiecznym kraju trzecim”, co **Konfederacja** przedstawia jako akceptację zagrożenia dla bezpieczeństwa obywateli. Jest to zestawiane z ich deklaratywną walką o prawa kobiet.
- Ataki na plany reformy składki zdrowotnej oraz koncepcję wprowadzenia „podatku tłuszczowego”, określane mianem szkodliwego fiskalizmu i ingerencji w życie obywateli.
- Wytykanie podwójnych standardów w podejściu do świeckości państwa (kwestia Chanuki i szopki w Sejmie) oraz krytyka przepisów o neutralnych płciowo ogłoszeniach o pracę.

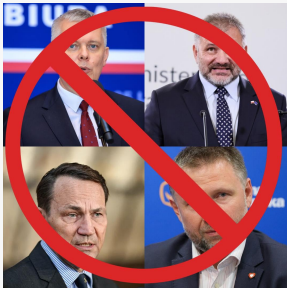
KKP:

- Zarzucanie **Włodzimierzowi Czarzastemu** stosowania cenzury i „eurosowieckiego totalniactwa” poprzez wykluczanie przedstawicieli **KKP** z organów sejmowych oraz delegitymizacja środowiska poprzez eksponowanie komunistycznej przeszłości liderów i określanie ich mianem „czerwonych aparatczyków” w kontekście rocznicy stanu wojennego.
- Krytyka hierarchii wartości lewicy, której zarzuca się przedkładanie praw zwierząt nad ochronę życia nienarodzonych dzieci, co określono mianem „psiej paranoi”.
- Ataki na udział polityków w uroczystościach chanukowych w Sejmie, interpretowane jako „parareligijny obrzęd” i działanie wbrew interesowi narodowemu.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE KRYTYCZNE POSTY

METADANE	TREŚĆ	MEDIA
Data: 17.12.2025 Ewa Zajączkowska-Hernik, Europoseł Facebook Interakcje: 61 530	UDAŁO SIĘ ! Parlament Europejski właśnie PRZEGŁOSOWAŁ ważny projekt o „bezpiecznym kraju trzecim”, nad którym pracowałam przez ostatnie miesiące! 384 europosłów poparło przepisy, które pozwolą nam odsyłać imigrantów! 🙌 Proszę o UDOSTĘPNIANIE, bo to ten wyjątkowy moment, gdy prawicowy europoseł wygrywa z lewicą 😊 Za tym sukcesem kryje się ogrom pracy - analiza i przygotowywanie wielu stron przepisów, do tego mnóstwo spotkań i negocjacji zapisów z (...)	
Data: 15.12.2025 Jacek Ozdoba, Europoseł, Facebook Interakcje: 43 901	Towarzysz Czarzasty nie ma prawa blokować ustaw prezydenta Karola Nawrockiego! Zgadzasz się?	
Data: 03.12.2025 Ewa Zajączkowska-Hernik, Europoseł Facebook Interakcje: 43 048	SUKCES ! Ważny projekt o „bezpiecznym kraju trzecim”, którego jestem kontrsprawozdawcą i nad którym pracowałam przez ostatnie miesiące, został właśnie PRZEGŁOSOWANY na komisji Parlamentu Europejskiego! I to pomimo sprzeciwu grup lewicowych! 😊 Mnóstwo spotkań, rozmów i negocjacji treści przepisów, ale udało się. Proszę o rozpowszechnianie, bo pokazuję, że można w Brukseli merytorycznie i skutecznie bronić naszego wspólnego bezpieczeństwa - (...)	



METADANE	TREŚĆ	MEDIA
Data: 04.12.2025 Ewa Zajączkowska-Hernik, Europoseł Facebook Interakcje: 33 744	To się w głowie nie mieści ! Do końca roku w całej Polsce czasowo zamkniętych zostanie kilkadziesiąt oddziałów szpitalnych, w tym głównie położniczo-ginekologicznych, a kobiety mają rodzić na... SOR-ach! Do takiego stanu doprowadzili rządzący i to trzeba nagłaśniać! To jest skandal i sprowadzanie na dno poziomu opieki okołoporodowej. Kobieta ma rodzić na szpitalnym oddziale ratunkowym, gdzie znajdują się również ciężkie, drastyczne przypadki (...)	
Data: 13.12.2025 Dariusz Matecki, Poseł Facebook Interakcje: 33 262	Wbrew presji środowisk liberalnych i lewicowych, prezydent Karol Nawrocki dotrzymał danego słowa i nie będzie kontynuował zwyczaju zapalania świec chanukowych w Pałacu Prezydenckim. To bardzo dobra i godna pochwały decyzja.	[Brak podglądu]
Data: 27.12.2025 Śławomir Mentzen, Poseł Instagram Interakcje: 24 778	Polska, gdyby nie wszystkie gatunki socjalistów, PiS, PO, SLD, PSL, Gazeta Wyborcza i TVN :)	
Data: 07.12.2025 Roman Fritz, Poseł Facebook Interakcje: 24 201	W Sejmie wszyscy nagle mówią o „potępieniu hejtu”. Piękne słowa... tylko szkoda, że ci sami ludzie od tygodni nakręcają nagonkę na Grzegorza Brauna. Ministrowie, wicepremierzy, nawet marszałek Czarzasty – każdy musi dorzucić swoje szczucie. Zanim będziecie pouczać innych, spójrzcie we własne sumienia. Jeśli je macie..	
Data: 17.12.2025 Dariusz Matecki, Poseł Facebook Interakcje: 20 838	„Tusk na czym łańcuchu chodzisz?” Spójrzcie na miny Donalda Tuska i Włodzimierza Czarzastego podczas przemowy Zbigniewa Boguckiego. Brawo Zbyszku! 🇵🇱	
Data: 22.12.2025 Włodzimierz Skalik, Poseł Facebook Interakcje: 19 834	Szykujemy zawiadomienie do prokuratury na Kosiniaka, Siemoniaka, Kierwińskiego, Sikorskiego, Żurka i Gawkowskiego. To właśnie oni biorą na siebie odpowiedzialność za działania, które godzą w interes państwa polskiego, podważają suwerenność i mają jeden cel: zastraszyć miliony obywateli oraz zniszczyć legalnie działającą partię polityczną. To nie jest spór polityczny ani „obrona demokracji” – to brutalna próba użycia aparatu państwa do (...)	



METADANE	TREŚĆ	MEDIA
Data: 04.12.2025 Włodzimierz Skalik , Poseł Facebook Interakcje: 17 642	Czarzasty postanowił wykluczyć Koronę z Konwentu Seniorów, odbierając głos ugrupowaniu, którego lider otrzymał w ostatnich wyborach 1,24 miliona głosów. To pokazuje, że gdy tylko pojawia się realna siła zdolna naruszyć interesy obecnego układu, natychmiast próbuje się ją wyciszyć. Zamiast szacunku dla różnorodności mamy polityczne kombinacje i próbę zamiany Sejmu w prywatny folwark Czarzastego, w którym niewygodnych po prostu się usuwa.(...)	

ANALIZA ZAANGAŻOWANIA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

KONTA Z NAJWIĘKSZYM ZAANGAŻOWANIEM

Poniższe konta otrzymały w analizowanym okresie najwięcej retweetów/udostępnień od postów.

