2025

WYBORY PREZYDENCKIE

MONITORING NIENAWISTNYCH TREŚCI



stowarzyszenie
żydowskie
czulent

Monitoring nienawistnych treści.
Wybory prezydenckie w Polsce 2025

Autorzy:
Joanna Grabarczyk-Anders, Mikołaj Henryk Winiewski

Copyright © by Żydowskie Stowarzyszenie Czulent

Publikacja nieodpłatna, nie może być sprzedawana. Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk, kopiowanie, skracanie, wykorzystywanie całości tekstu lub jego fragmentu może być dokonane wyłącznie w celach niekomercyjnych pod warunkiem podania źródła. Publikacja na licencji CC BY-SA 4.0 PL.

Wydawca:
Żydowskie Stowarzyszenie Czulent
ul. św. Sebastiana 36/1,
31-051 Kraków

Wydanie I
Kraków 2025
ISBN

Przyłącz się do nas w działaniach na rzecz wzmacniania demokracji i odporności społecznej. Wesprzyj naszą organizację, dokonując wpłaty:

BLIK:
+48 789 157 659
Konto bankowe:
PL15 1600 1462 1880 9351 6000 0002

Publikacja powstała w ramach projektu „Online antisemitism in Poland: establishment of a legal aid helpdesk, reporting and advocacy activities", finansowanego przez Fundację Pamięć, Odpowiedzialność i Przyszłość (EVZ), realizowanego przez Żydowskie Stowarzyszenie Czulent przy wsparciu merytorycznym Centrum Badań nad Uprzedzeniami i współpracy Związku Ukraińców w Polsce oraz Fundacji Równość.org.pl.

Za treść publikacji odpowiadają wyłącznie jej autorzy i autorki.

Niniejsza publikacja nie prezentuje stanowiska, opinii Fundacji Pamięć, Odpowiedzialność i Przyszłość (EVZ).

Spis treści

Wstęp 5
Wprowadzenie 7
Metodologia 9
1. Cel badania 9
2. Słowniczek 10
3. Grupy narodowe i mniejszości 13
4. Specyfika i pochodzenie danych 13
5. Ograniczenia w badaniu treści internetowych 13
6. Korpusy 14
Badanie – wyniki 22
1. Treści o charakterze antysemickim 22
2. Treści o charakterze antyukraińskim 28
3. Treści o charakterze anty-LGBT+ 32
4.Treści o charakterze antyuchodźczym i antymuzułmańskim 36
Wnioski końcowe 41
Spis wykresów 44

Ostrzeżenie

W tym raporcie znajdują się treści, które mogą być uznane za brutalne i niecenzuralne.

Zalecamy ostrożne przeglądanie materiałów przez osoby wrażliwe lub młodsze. Zachęcamy do przeglądania z rozwagą. Naszym celem nie jest obrażanie, lecz działania edukacyjne i dostarczenie informacji.

Wstęp

Przedstawiamy trzeci raport z serii badań poświęconych monitoringowi nienawistnych treści w trakcie kampanii wyborczych w Polsce. Niniejsza publikacja dotyczy wyborów prezydenckich w 2025 roku i stanowi kontynuację wieloletnich obserwacji prowadzonych przez nasze zespoły badawcze w obszarze mowy nienawiści ze szczególnym uwzględnieniem treści o charakterze antysemickim w debacie publicznej.

W trakcie realizacji badań zaobserwowaliśmy zjawisko, które stanowi istotny punkt zwrotny w dotychczasowej historii kampanii wyborczych w Polsce. Były to wybory, w których treści o jednoznacznie antysemickim charakterze pojawiły się **wprost w wypowiedziach kandydata na urząd Prezydenta RP**, formułowanych publicznie w toku kampanii wyborczej, i stanowiły istotny element kampanii. Wypowiedzi takie jak: „Parę dni temu był pan oflagowany żydowskim żonkilem, tym znakiem hańby", czy odwołania do rzekomego problemu „judaizacji" zostały wprowadzone do głównego nurtu dyskursu politycznego.

Odnosząc się do dwóch poprzednich naszych badań – dotyczących wyborów parlamentarnych 2023 i wyborów do europarlamentu 2024 – antysemityzm w kampaniach przybierał najczęściej formę „nie wprost": insynuacji, kodów językowych, aluzji historycznych, mitów spiskowych czy symbolicznych odniesień. W 2025 roku doszło do zmiany polegającej na jawnym włączeniu treści antysemickich w wizerunek jednego z kandydatów ubiegających się o najwyższy urząd w państwie. Zjawisko to wymaga pogłębionej analizy zwłaszcza ze względu na jego potencjał normalizujący tego typu przekaz w debacie publicznej.

Antysemityzm, podobnie jak inne formy uprzedzeń oraz oparta na nich mowa nienawiści, pełni w kampaniach wyborczych funkcję narzędzia służącego polaryzacji społecznej i podważaniu wiarygodności przeciwników, a niekiedy także mobilizacji elektoratu. Obecność tego typu przekazów w oficjalnych narracjach kampanijnych, dodatkowo wzmacniana przez ramy prawne i instytucjonalne systemu wyborczego, **przyczynia się do zwiększenia ich społecznej akceptowalności**, obniża próg reakcji na przemoc symboliczną oraz sprzyja eskalacji uprzedzeń wobec mniejszości. W kontekście wyborów prezydenckich, które koncentrują się na wizerunku jednej osoby, mechanizm ten nabiera szczególnego znaczenia.

Celem niniejszego raportu jest analiza skali, dynamiki oraz charakteru treści nienawistnych ze szczególnym uwzględnieniem antysemityzmu, pojawiających się w przestrzeni internetowej w trakcie kampanii prezydenckiej 2025 roku. Publikacja ta ma stanowić narzędzie diagnostyczne, umożliwiające lepsze zrozumienie procesów zachodzących w polskim dyskursie politycznym, a także punkt wyjścia do dalszej debaty na temat odpowiedzialności aktorów politycznych za język używany w przestrzeni publicznej.

Piotr Kwapisiewicz
Prezes zarządu
Żydowskiego Stowarzyszenia Czulent

Wprowadzenie

W wyborach prezydenckich w Polsce w 2025 roku media społecznościowe wyraźnie zdeklasowały media tradycyjne, stając się kluczowym kanałem komunikacyjnym oraz istotnym miejscem debaty publicznej. Obserwujemy nieustannie rosnący wpływ mediów społecznościowych na kształtowanie postaw, poglądów oraz decyzji politycznych obywateli. Współcześnie serwisy społecznościowe nie tylko stały się kluczowym kanałem komunikacji między aktorami politycznymi, mediami a wyborcami, lecz także przez część społeczeństwa są postrzegane jako **jedyne „wiarygodne" źródło informacji o rzeczywistości społecznej i politycznej**. Na podstawie treści konsumowanych w mediach społecznościowych są formułowane opinie, utrwalane postawy oraz podejmowane decyzje wyborcze.

Specyfika funkcjonowania platform społecznościowych sprzyja rozpowszechnianiu treści o wysokim ładunku emocjonalnym. Aktywność użytkowników, wiralowość przekazu oraz klikalność stanowią podstawowe kryteria widoczności treści, co w praktyce oznacza, że algorytmy mediów społecznościowych promują przekazy budzące silne emocje, takie jak strach, gniew, poczucie zagrożenia czy oburzenie. Mechanizmy te sprzyjają polaryzacji debaty publicznej, upraszczaniu przekazów oraz normalizacji języka wykluczenia i nienawiści szczególnie w okresach kampanii wyborczych.

Od 2014 roku prowadzimy systematyczną obserwację polskojęzycznego internetu pod kątem pojawiających się treści nienawistnych oraz motywowanych uprzedzeniami. Jako organizacja monitorująca skalę incydentów o charakterze antysemickim wielokrotnie odnotowaliśmy czasowe wzmożenia aktywności użytkowników w mediach społecznościowych, zorganizowane nagonki na grupy mniejszościowe, a także ataki wymierzone w liderki i liderów społeczności, sygnalistki i sygnalistów oraz osoby indywidualne. Zjawiska te szczególnie intensyfikują się w momentach napięć społecznych oraz w trakcie kampanii wyborczych.

W toku prowadzonych analiz coraz wyraźniej dostrzegamy **zjawisko krzyżowania się treści nienawistnych**, w ramach którego te same mechanizmy narracyjne, językowe i emocjonalne są wykorzystywane wobec różnych grup mniejszościowych. Treści o charakterze antysemickim i antyukraińskim często opierają się na analogicznych schematach: przypisywaniu zbiorowej winy, konstruowaniu narracji o „zagrożeniu dla państwa i narodu", oskarżeniach o nielojalność, spiskach oraz celowym niszczeniu interesów Polski i Polaków. Różnice dotyczą jedynie obiektu nienawiści, a struktura przekazu pozostaje zbliżona.

Krzyżowanie się tych narracji sprawia, że nienawiść wobec jednej grupy wzmacnia i legitymizuje wrogość wobec kolejnych. W praktyce prowadzi to do powstawania treści o charakterze krzyżowym, w których uprzedzenia wobec Żydów, Ukraińców, osób uchodźczych czy innych mniejszości funkcjonują równolegle i wzajemnie się uzupełniają. Media społecznościowe przez algorytmiczne wzmacnianie treści generujących wysokie zaangażowanie sprzyjają rozpowszechnianiu takich przekazów oraz ich dalszej radykalizacji.

W kontekście badań zaczęliśmy stawiać pytania dotyczące obecności treści o charakterze antysemickim i nienawistnym w internetowej debacie politycznej, ich dynamiki w trakcie kampanii wyborczej oraz ich funkcji jako mechanizmów mobilizacji użytkowników i wyborców. Interesowało nas, czy liczba nienawistnych wzmianek wzrasta wraz z trwaniem kampanii, jakie uprzedzenia są wykorzystywane w przekazach politycznych oraz czy nienawiść pełni funkcję narzędzia perswazji wyborczej. Interesowało nas również, czy kampanie wyborcze są konstruowane z użyciem języka stygmatyzującego określone grupy oraz czy wraz z rozpoczęciem kampanii wzrasta ilość treści nienawistnych kierowanych wobec konkretnych grup mniejszościowych.

Aby odpowiedzieć na powyższe pytania, przeanalizowaliśmy polskojęzyczne treści publikowane w serwisie X (dawniej Twitter), który jest jedną z kluczowych w Polsce platform debaty politycznej. To właśnie tam dziennikarze, politycy i media prezentują swoje opinie, a kandydaci i kandydatki prowadzą kampanie, wchodząc w bezpośrednią interakcję z użytkownikami.

Monitoringiem objęliśmy treści związane z grupami społecznymi doświadczającymi przemocy w internecie i będące w przeszłości elementami internetowych nagonek, w tym nagonek o wyraźnym charakterze politycznym. Analiza tych treści pozwala uchwycić zarówno skalę zjawiska, jak i mechanizmy jego eskalacji w środowisku mediów społecznościowych.

Metodologia

1. Cel badania

Badanie dotyczyło wyborów prezydenckich w Polsce w 2025 roku i obejmowało analizę treści publikowanych w okresie od **1 marca do 15 czerwca 2025 roku**, a więc zarówno w fazie poprzedzającej formalne rozpoczęcie kampanii wyborczej, w trakcie jej trwania, jak i bezpośrednio po jej zakończeniu. Tak dobrany zakres czasowy umożliwia uchwycenie dynamiki zmian w natężeniu i charakterze treści nienawistnych w różnych fazach procesu wyborczego.

Zdecydowaliśmy się na analizę serwisu X (dawniej Twitter) ze względu na jego szczególne znaczenie w debacie politycznej, częste wykorzystywanie przez polityków i polityczki jako głównego kanału komunikowania się z wyborcami oraz publiczny charakter publikowanych tam treści. Dodatkowym atutem platformy była dostępność interfejsu API dla badaczy oraz wysoka aktywność większości zarejestrowanych komitetów wyborczych kandydatów i kandydatek w wyborach prezydenckich.

W badaniu wykorzystano publicznie dostępne wpisy użytkowników serwisu X. Analizowane dane miały charakter publiczny i zostały opublikowane przez zalogowanych oraz zweryfikowanych użytkowników platformy. Wzmianki zostały zagregowane za pomocą narzędzia internetowego **SentiOne Listen – AI online listening**, umożliwiającego monitorowanie i analizę dużych zbiorów treści publikowanych w mediach społecznościowych.

Analizą objęto treści nienawistne i negatywne skierowane wobec wybranych grup mniejszościowych. Wszystkie przywołane w raporcie przykłady zachowały oryginalną pisownię autorów i autorek przy jednoczesnym zastosowaniu cenzury w stopniu niezbędnym do ochrony danych osobowych oraz ograniczenia ekspozycji na wulgaryzmy i treści drastyczne.

2. Słowniczek

anty-LGBT+ – wykorzystywanie tego terminu odnosi się do retoryki obejmującej homofobiczne, transfobiczne, queerfobiczne sformułowania wyrażające wrogość, nietolerancję lub dyskryminację osób ze względu na orientację seksualną, tożsamość płciową lub wyrażenie płci. Termin ten obejmuje negatywną retorykę zawierającą stereotypy, wyzwiska, zachęcanie do przemocy werbalnej i fizycznej, a także nawoływanie do praktyk wykluczających ze społeczeństwa lub ograniczające prawa i swobody osób LGBT+.

antysemickie treści – odnoszą się do wszelkich treści, które manifestują nienawistne podejście i działania przeciwko Żydom, osobom niebędącym Żydami, ich własności, a także przeciwko instytucjom i obiektom religijnym społeczności żydowskiej. Stosując operacyjną definicję antysemityzmu IHRA[1], antysemickie treści obejmują deklarowane postawy, zachęcanie do działań lub retoryki manifestujących nienawiść wobec Żydów i ich wspólnoty. Mogą to być również ataki na państwo Izrael, postrzegane jako zbiorowość żydowska. Jednak krytyka polityki Izraela, podobnie jak wobec jakiegokolwiek innego państwa, nie może być uznawana za antysemityzm, chyba że zawiera elementy dyskryminacyjne czy stereotypowe. Antysemickie treści mogą mieć różne formy, takie jak nawoływanie do przemocy, szerzenie kłamstw czy stereotypów, negowanie Holokaustu, oskarżanie Żydów o spiskowanie przeciwko ludzkości czy stosowanie podwójnych standardów wobec Izraela i USA.

1 Żydowskie Stowarzyszenie Czulent w swoich działaniach i badaniach stosuje operacyjną definicję antysemityzmu IHRA, według której „antysemityzm to określone postrzeganie Żydów, które może się wyrażać jako nienawiść do nich. Antysemityzm przejawia się zarówno w słowach, jak i czynach skierowanych przeciwko Żydom lub osobom, które nie są Żydami, oraz ich własności, a także przeciw instytucjom i obiektom religijnym społeczności żydowskiej".

antymuzułmański – wykorzystywany termin odnosi się do deklarowanych postaw, zachęcania do działań lub retoryki manifestujących wrogość, przemoc, wykluczenie społeczne, stereotypy, uprzedzenia, nietolerancję lub nawoływanie do dyskryminacji wobec osób wyznających islam, osób identyfikujących się jako muzułmanie lub osób kategoryzowanych w taki sposób.

antyuchodźczy – treści antyuchodźcze odnoszą się do wszelkich form komunikacji, w tym wypowiedzi i tekstów, zawierających wyraźną niechęć, wrogość lub negatywne stereotypy wobec osób uchodźczych lub osób, które szukają azylu, a także treści nawołujących do przemocy czy dyskryminacji wobec osób uchodźczych, rozpowszechniania kłamliwych informacji mających na celu ich demonizację lub dyskredytację, a także wyrażających negatywne opinie lub uprzedzenia wobec tej grupy ludzi.

feminatywy – Żydowskie Stowarzyszenie Czulent priorytetowo traktuje zastosowanie inkluzywnego i zrównoważonego języka. Dlatego też w raporcie dobierano zneutralizowane formy językowe i feminatywy. Rodzaj męskoosobowy zastosowano do rzeczowników liczby mnogiej.

grupy mniejszościowe – termin odnoszący się do różnorodnych społeczności, których osoby członkowskie charakteryzują się mniejszą liczebnością lub domniemanym niższym statusem społecznym w porównaniu do dominującej grupy w społeczeństwie. W kontekście raportu obejmuje on mniejszości narodowe, etniczne, osoby migranckie oraz osoby identyfikujące się jako LGBT+.

treści nienawistne i negatywne – na potrzeby badania przyjęliśmy założenie, że jako treści nienawistne i negatywne traktujemy wszystkie publikowane komentarze, które szerzą i propagują nienawiść lub uderzają w grupy mniejszościowe oraz rozpowszechniają negatywne postawy i stereotypy.

Przykłady treści nienawistnych i negatywnych (pisownia oryginalna, ocenzurowana[2]):

- *Jakubiak powinien mu z***ć w ten pusty żydowski łeb.*
- *Panie parchu, a pan jako żydowski parch nie myślał o wstąpieniu do IDF jako obywatel tych k***w, ojczyzna pana wzywa, weź sp***j z RP i tam już zostaniesz sobą. Tylko tam może nie pomacasz tak jak u nas zboczeńcu. Ha tfu śmieciu*
- *Miliony od Sorosa na wsparcie aktywistów pomagających nielegalnym migrantom. Jest teraz okazja by ta grupa „granica" została posadzona do paki bo biorą czynny udział w przemycie ludzi. Ten żydowski parch, też do paki*
- *Obrzydliwy, sprzedajny pe***ł z ciebie. Historia też cię oceni, zwyrodniała kanalio.*
- *Nie dość że żydowski pedał to jeszcze k***a debil nie zle masz n**e we łbie*
- *Przecież to jakiś p***ł i pet na strzała, co go ruska żona zastawiła, bo zobaczyła, że jest cwelem i ma mózg tak sprawny murzyn na olimpiadzie matematycznej. Kto go z konfederacji niby uwielbia?*
- *O, dokładnie o to chodzi. Nie będzie mi jakiś pe***ł, żymianin czy lewak dyktował jak mam żyć.*
- *Mało im k*** na Palestynie i chcą jeszcze Jemen zająć i na końcu Polskę i Ukrainę w Ukropolin zmienić a nad morzem Czarnym niebiańką Jerozolimę chcą ci syjonistyczni naziści zrobić. Sk***ny żydowski imperializm w pigułce*
- *To intruzów można strzelać bez dehumanizowania ich. Właśnie dlatego że są ludźmi a nie bezrozumnym bydłem należy do nich strzelać. Postawić znak z przestrzeloną głową dla analfabetów i problem rozwiązany. Do kobiet w ciąży też strzelać.*
- *Przestańcie ich nazywać migrantami w końcu! To terroryści, bandyci, mordercy atakujący granicę Rzeczpospolitej! Zacznijcie strzelać do nich! Strzelać by zabić!*

wzmianka – każda wypowiedź lub post zamieszczony w serwisie społecznościowym, która zawiera wyszukiwane słowa lub frazy kluczowe. Wzmianki wykorzystywane w raporcie są publicznie dostępne i dlatego też zostały wykorzystywane w raporcie. Oryginalna pisownia wzmianek jest zachowana, jednakże zostały one poddane cenzurze w przypadku konieczności ochrony danych osobowych lub słów niecenzuralnych.

2 Przez ocenzurowanie rozumiemy maskowanie słów wulgarnych i potocznie uznawanych za obraźliwe.

3. Grupy narodowe i mniejszości

W monitoringu zostały uwzględnione wpisy dotyczące następujących grup i tematów z nimi powiązanych:

- Żydzi i Izrael,
- osoby uchodźcze,
- migranci i muzułmanie,
- Ukraińcy i Ukraina,
- osoby LGBT+.

4. Specyfika i pochodzenie danych

W badaniu analizowano wyłącznie treści w **pisanym języku polskim**. Analizie nie zostały poddane grafiki, materiały wideo, linki ani inne formy przekazu niepisanego. Wszystkie frazy wykorzystane do stworzenia korpusów językowych (zbiorów wypowiedzi) zachowały **oryginalną pisownię**, w tym błędy ortograficzne, celowe modyfikacje zapisu oraz niestandardowe formy językowe charakterystyczne dla komunikacji internetowej. Wszystkie analizowane treści pochodziły z serwisu X (dawniej Twitter) i z publicznie dostępnych kont. Dane zostały zagregowane za pomocą narzędzia **SentiOne Listen – AI online listening**.

5. Ograniczenia w badaniu treści internetowych

Badania treści publikowanych w mediach społecznościowych są obarczone zestawem ograniczeń wynikających zarówno ze skali zjawiska, jak i z uwarunkowań technicznych oraz regulacyjnych. Dotyczy to w szczególności analiz prowadzonych w serwisach o dużej dynamice obiegu treści, gdzie widoczność, dostępność oraz trwałość danych zależą od decyzji platformy, zachowań użytkowników i działania systemów rekomendacyjnych.

Po pierwsze, **skala i zmienność danych** powodują, że nawet przy zastosowaniu zaawansowanych narzędzi analitycznych nie jest możliwe pełne uchwycenie całej populacji treści. Dane mają charakter strumieniowy, a ich „obraz” zmienia się w czasie, co zwiększa ryzyko niepełności próby i utrudnia porównywalność wyników między okresami.

Po drugie, **dostęp badaczy do danych platformowych jest coraz bardziej ograniczany** (m.in. przez zmiany w API, koszty dostępu, warunki licencyjne i niejednolite procedury). W praktyce oznacza to, że nawet treści publiczne mogą być trudne do zebrania w sposób kompletny, a zakres dostępnych metadanych może być ograniczany decyzjami platformy.

Po trzecie, **moderacja i kształtowanie widoczności treści** (usuwanie wpisów, edycje, blokady kont, ograniczanie zasięgów, zmiany w rankingach) wprowadzają ryzyko braku spójności danych. Treści mogą znikać lub tracić widoczność po publikacji, a z perspektywy badawczej oznacza to, że zebrany materiał odzwierciedla stan zastany w momencie pobrania, niekoniecznie pełną historię obiegu wpisu.

Po czwarte, **język treści nienawistnych podlega szybkim zmianom i adaptacji**, co ma bezpośrednie konsekwencje dla budowy korpusów i wyszukiwania słów kluczowych. Użytkownicy stosują strategie omijania moderacji (celowe błędy, leet speak, algospeak, kody językowe), przez co wykrywalność zjawiska może być okresowo obniżona, a część treści może nie zostać zidentyfikowana bez ciągłej aktualizacji słowników i reguł wyszukiwania.

Wreszcie, należy uwzględnić, że **interpretacja obraźliwości i szerzenie nienawiści jest kontekstowe**: te same sformułowania mogą pełnić różne funkcje (cytat, ironia, krytyka zjawiska, autoidentyfikacja, przemoc symboliczna), co ogranicza skuteczność podejść opartych wyłącznie na frazach kluczowych i wymaga uzupełniania analiz o ocenę jakościową.

Mając na uwadze powyższe wyzwania, zespół badawczy dołożył wszelkich starań, by zminimalizować ryzyka metodologiczne (m.in. przez aktualizację korpusów, stosowanie wykluczeń i weryfikację kontekstów), jednak wskazane ograniczenia należy traktować jako nieodłączny element badań treści w środowisku platform społecznościowych.

6. Korpusy

Korpusy językowe zostały opracowane z uwzględnieniem faktu, że **język internetu charakteryzuje się wysoką dynamiką zmian**. Zmiany te wynikają zarówno z naturalnych cykli popularności określonych słów i fraz, pojawiania się nowych mód językowych oraz

przekształceń memetycznych, jak i z działań podejmowanych przez same platformy społecznościowe. Mechanizmy moderacji treści, usuwanie lub ograniczanie widoczności określonych słów oraz automatyczne filtry językowe powodują, że osoby publikujące treści nienawistne celowo modyfikują język, zastępując wybrane pojęcia nowymi formami, omówieniami lub kodami językowymi. Zjawisko to ma istotny wpływ na kształt i zakres analizowanych korpusów.

Korpus dla każdej z analizowanych grup był tworzony na podstawie wyszukiwania fraz kluczowych dwóch typów:

- wpisów bezpośrednio dotyczących danej grupy społecznej,
- wpisów odnoszących się do polityków, polityczek oraz partii politycznych określonych formacji.

Skrypty wyszukujące bazowały na zestawach słów kluczowych przypisanych zarówno do poszczególnych grup mniejszościowych, jak i do wybranych aktorów politycznych. W ten sposób powstały korpusy obejmujące wszystkie wzmianki dotyczące danej grupy oraz wszystkie wzmianki odnoszące się do wybranych reprezentantów i reprezentantek ugrupowań politycznych oraz oficjalnych profili partyjnych.

Do każdej kategorii zastosowano zestaw wykluczeń treści językowo zbieżnych z przedmiotem badania, lecz mających inne znaczenie semantyczne i niezwiązanych z analizowanymi zjawiskami. Pozwoliło to ograniczyć liczbę fałszywie pozytywnych wyników i zwiększyć precyzję analizy.

Zmienność i adaptacyjny charakter języka internetu stanowią istotne wyzwanie metodologiczne, ponieważ wymagają stałej aktualizacji zestawów słów kluczowych, bieżącej weryfikacji kontekstów znaczeniowych oraz uwzględniania ryzyka niedoszacowania skali treści nienawistnych wynikającego z pojawiania się nowych, nieutrwalonych jeszcze form językowych.

Przykładowe wykluczenia zastosowane w kategorii „Żydzi, judaizm i Izrael” (pisownia oryginalna) obejmowały:

- treści odnoszące się do jedwabnych części garderoby,
- treści dotyczące osób o imieniu Jude,
- zakażenia grzybicze skóry,
- choroby grzybowe roślin owocowych, np. parch jabłoni.

Korpusy językowe zostały opracowane przy współpracy **Związku Ukraińców w Polsce** oraz **Fundacji Równość.org.pl**, których wiedza ekspercka i doświadczenie w obszarze przeciwdziałania dyskryminacji stanowiły istotne wsparcie na etapie identyfikacji oraz aktualizacji słów i fraz kluczowych.

Frazy kluczowe związane z Żydami, judaizmem i Izraelem

Frazy kluczowe wykorzystywane do identyfikacji treści dotyczących Żydów, judaizmu i Izraela zostały oparte na zestawie słów i wyrażeń odnoszących się bezpośrednio do tej grupy oraz do powiązanych z nią tematów. Uwzględniono wszystkie odmiany fleksyjne słów takich jak „Żyd", „Izrael", „Izraelczyk", a także formy pokrewne i potoczne, w tym określenia pogardliwe i deprecjonujące, np. „Żydek", „Izraelita", „Judejczyk".

Do korpusu włączono również etnofaulizmy, czyli pogardliwe etykiety stosowane wobec Żydów, takie jak „parchy" czy „chachły", a także różnorodne warianty zapisu słów charakterystyczne dla komunikacji internetowej. Obejmowały one celowe modyfikacje ortograficzne, fonetyczne i graficzne, często wykorzystywane w celu omijania mechanizmów moderacji treści, np. „7ydzi", „rzytów", „ysrael" oraz inne formy zastępcze i zniekształcone.

Na podstawie dostępnej literatury przedmiotu oraz analizy treści publikowanych w polskojęzycznym internecie, w tym w serwisie X (dawniej Twitter), do wyszukiwań włączono także frazy-etykiety, które nie odnoszą się bezpośrednio do nazw etnicznych lub religijnych, lecz funkcjonują jako kody językowe w narracjach antysemickich. Należały do nich m.in. określenia takie jak „żmijowe plemię", „Chazarzy", „żymianie", a także pojęcia i metafory zaczerpnięte z teorii spiskowych.

Dodatkowo do korpusu włączono frazy identyfikujące najczęściej występujące tematy powiązane z Żydami w polskim internecie, wyodrębnione na podstawie przeglądu wzmianek z **poprzednich 12 miesięcy**. Tematy te obejmowały m.in. odniesienia do Holokaustu, dyskusje wokół pogromu w Jedwabnem, ustawę JUST 447, Sprawiedliwych wśród Narodów Świata, a także narracje spiskowe odwołujące się do „mędrców Syjonu", „ukropolin" czy rzekomej „judaizacji" życia publicznego. W korpusie uwzględniono również nazwiska i nazwy często pojawiające się w tego typu narracjach, takie jak Soros czy rodzina Rothschildów, przywoływane w kontekście globalnych spisków i kontroli politycznej.

Nowy korpus językowy został rozszerzony o dane pochodzące z pliku źródłowego zawierającego zaktualizowany zestaw fraz kluczowych, obejmujący zarówno utrwalone, jak i nowe formy językowe pojawiające się w analizowanym okresie. Rozszerzenie to pozwoliło lepiej uchwycić zmieniające się strategie językowe stosowane przez użytkowników publikujących treści o charakterze nienawistnym oraz ograniczyć ryzyko nieuwzględnienia nowych, nieutrwalonych jeszcze form antysemickiego przekazu.

Frazy kluczowe związane z Ukraińcami i Ukrainą

Frazy kluczowe wykorzystywane do identyfikacji treści dotyczących Ukraińców i Ukrainy zostały oparte na zestawie słów i wyrażeń odnoszących się bezpośrednio do tej grupy narodowej i państwa. Uwzględniono wszystkie odmiany fleksyjne słów „Ukrainiec", „Ukraińcy", „Ukraina", a także formy skrócone i potoczne, charakterystyczne dla komunikacji internetowej. Korpus uzupełniono o pogardliwe etykiety i etnofaulizmy, takie jak „ukry", „upadlina", „rezuny", „szoszony" czy „chachły", które funkcjonują w polskojęzycznym internecie jako narzędzia dehumanizacji i stygmatyzacji.

Zestaw fraz kluczowych uwzględniał również różnorodne warianty zapisu, w tym formy niepełne, uproszczone oraz celowo modyfikowane, stosowane w celu omijania mechanizmów moderacji treści na platformach społecznościowych. Podobnie jak w przypadku treści antysemickich obserwuje się tu adaptacyjny charakter języka nienawiści, polegający na zastępowaniu usuwanych słów nowymi formami lub kodami językowymi.

Tematyka wzmianek została wyodrębniona na podstawie analizy jakościowej obejmującej losowo dobraną próbę 1000 wpisów ze wstępnej selekcji. Do dalszej analizy włączono wyłącznie te wątki, które występowały w co najmniej 10% analizowanych wzmianek, co pozwoliło na identyfikację dominujących narracji oraz ograniczenie wpływu treści incydentalnych.

W ramach korpusu wyróżniono następujące kategorie tematyczne:

- **Hejt** – obejmujący wszystkie unikatowe słowa i wyrażenia o charakterze negatywnym i niespecyficznym, odnoszące się do Ukraińców, Ukrainy lub tematów z nimi związanych, np. „ukry", „upadlina", „rezuny", „szoszony".

- **Wołyń** – obejmujący wzmianki odnoszące się do historycznych, tragicznych wydarzeń na Wołyniu oraz do współczesnej polsko-ukraińskiej debaty historycznej, w tym odwołania do takich pojęć i nazw, jak „Wołyń", „UPA" (Ukraińska Powstańcza Armia), „Bandera" (Stepan Bandera) czy „Banderland".
- **Wojna ukraińsko-rosyjska** – obejmująca wzmianki odnoszące się do trwającego konfliktu zbrojnego oraz jego konsekwencji politycznych i społecznych, w tym hashtagi i frazy takie jak #tonienaszawojna, #StopUkrainizacjiPolski, a także narracje deprecjonujące wsparcie udzielane Ukrainie.

Nowy korpus językowy został zbudowany w oparciu o zaktualizowany zestaw fraz kluczowych, który umożliwił objęcie analizą zarówno utrwalonych, jak i nowo pojawiających się form językowych. Pozwoliło to lepiej uchwycić zmieniające się strategie narracyjne oraz mechanizmy przenoszenia i krzyżowania się uprzedzeń, obserwowane również w treściach antysemickich, gdzie podobne schematy językowe są wykorzystywane wobec różnych grup mniejszościowych.

Frazy kluczowe związane z osobami uchodźczymi i migracją

Frazy kluczowe wykorzystywane do identyfikacji treści dotyczących osób uchodźczych, migrantów oraz grup z nimi utożsamianych – w szczególności muzułmanów – zostały oparte na zestawie słów i wyrażeń odnoszących się bezpośrednio do tych kategorii. Uwzględniono wszystkie odmiany fleksyjne słów takich jak „uchodźca", „migrant", „imigrant", „emigrant", „muzułmanin", a także nazwy grup etnicznych i regionalnych często pojawiające się w kontekście migracji. Zestaw fraz uzupełniono o pogardliwe i obraźliwe określenia, m.in. „nachodźca", „ciapaty", „muzułmany", które funkcjonują w polskojęzycznym internecie jako narzędzia stygmatyzacji i dehumanizacji.

Podobnie jak w przypadku innych analizowanych korpusów uwzględniono różnorodne warianty zapisu słów charakterystyczne dla komunikacji internetowej, w tym formy skrócone, fonetyczne oraz celowo zniekształcone. Zabiegi te są często stosowane przez użytkowników w celu omijania mechanizmów moderacji treści na platformach społecznościowych i stanowią istotny element adaptacyjnego języka nienawiści.

Na podstawie analizy jakościowej wyodrębniono cztery główne kategorie tematyczne, porządkujące negatywne słowa kluczowe i dominujące narracje dotyczące migracji i uchodźstwa:

- **Hejt** – obejmujący ogólnie negatywne, nienawistne lub pogardliwe epitety kierowane wobec osób uchodźczych, migrantów lub grup z nimi utożsamianych, takie jak „kozojebcy", „nachodźcy", „arabusy", „ciapate", „islamy", a także inne określenia dehumanizujące i odczłowieczające.
- **Afera** – obejmująca wzmianki odnoszące się do skandali i kontrowersji związanych z polityką migracyjną, w szczególności afery wizowej oraz narracji o nielegalnej migracji i przemycie ludzi, np. „afera wizowa", „mafia wizowa", „dziurawa granica".
- **Problem – narracje neutralne** – obejmujące wzmianki przedstawiające migrację i uchodźstwo jako wyzwanie polityczne lub administracyjne bez jednoznacznie nienawistnego języka, np. „kryzys migracyjny", „relokacja", „płot na granicy", „mur".
- **Problem – narracje negatywne** – obejmujące treści ujmujące migrację i osoby uchodźcze w kategoriach zagrożenia, masowości i chaosu, wykorzystujące metafory takie jak „zalew", „fala", „horda", „tłum", „najeźdźcy", często występujące w połączeniu z hasłami „migracja" lub „uchodźcy".

Nowy korpus językowy został zbudowany w oparciu o zaktualizowany zestaw fraz kluczowych, który umożliwił objęcie analizą zarówno utrwalonych, jak i nowych form językowych pojawiających się w badanym okresie. Pozwoliło to uchwycić krzyżowanie się uprzedzeń wobec osób uchodźczych, migrantów i muzułmanów oraz zidentyfikować powtarzalne mechanizmy narracyjne, analogiczne do tych obserwowanych w treściach antysemickich i antyukraińskich.

Frazy kluczowe związane z osobami LGBT+

Frazy kluczowe wykorzystywane do identyfikacji treści dotyczących osób LGBT+ zostały oparte na słowach i wyrażeniach odnoszących się bezpośrednio do tej społeczności, w tym wszystkich odmianach terminów „LGBT", „gej", „lesbijka", „homoseksualny", „trans". Zestaw fraz uzupełniono o pogardliwe i obraźliwe określenia, takie jak „pederaści", „pedał", „dewiacja" czy „ideologia LGBT", powszechnie wykorzystywane w języku stygmatyzacji.

Korpus uwzględniał również charakterystyczne dla komunikacji internetowej warianty zapisu, w tym formy celowo modyfikowane, by omijać mechanizmy moderacji treści, np. metaforyczne określenia w rodzaju „tęczowa zaraza". Analizy jakościowe nie wykazały

wyraźnych tematów dominujących w negatywnych treściach – język nienawiści wobec osób LGBT+ miał w przeważającej mierze charakter rozproszony i epitetowy.

Frazy kluczowe identyfikujące konta polityków

Jako frazy kluczowe identyfikujące kandydatów i kandydatki na urząd Prezydenta RP w wyborach 2025 roku potraktowano adresy kont na platformie X (dawniej Twitter), czyli unikalne nazwy użytkowników przypisane do oficjalnych profili osób ubiegających się o urząd. Ciągi te pojawiają się we wszystkich wpisach publikowanych na danym koncie, a także we wpisach innych użytkowników i użytkowniczek, w których oznaczono dane konto.

Monitoringiem objęto następujących kandydatów i kandydatki, oznaczonych w analizie skrótami roboczymi:

- Rafał Kazimierz Trzaskowski
- Karol Tadeusz Nawrocki
- Sławomir Jerzy Mentzen
- Adrian Tadeusz Zandberg
- Grzegorz Michał Braun
- Magdalena Agnieszka Biejat
- Maciej Maciak
- Marek Jakubiak
- Marek Marian Woch
- Szymon Franciszek Hołownia
- Krzysztof Jakub Stanowski
- Artur Bartoszewicz
- Joanna Senyszyn

W przypadkach, w których funkcjonowały **oddzielne konta kandydata lub kandydatki oraz konta sztabu wyborczego**, do monitoringu włączono oba profile, o ile były one aktywne w okresie objętym badaniem.

Kandydaci i kandydatki nieobjęci monitoringiem

W wyborach prezydenckich w 2025 roku **wszyscy zarejestrowani kandydaci i kandydatki zostali objęci monitoringiem**. W analizowanym okresie nie odnotowano dodatkowych osób ubiegających się o urząd Prezydenta RP, które nie zostałyby uwzględnione w badaniu.

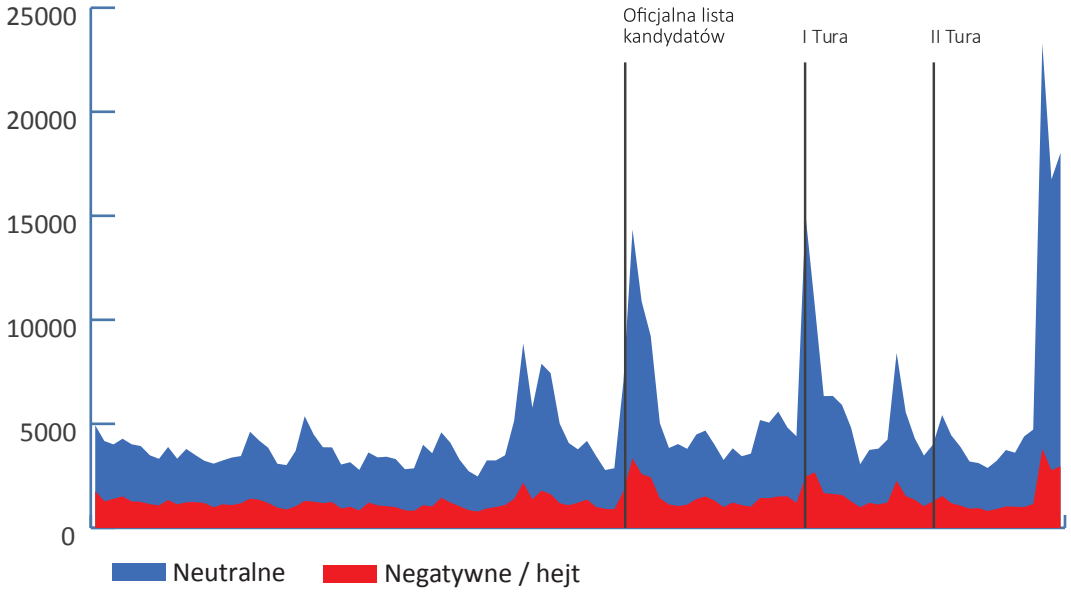
Jednocześnie należy zaznaczyć, że **nie wszyscy kandydaci i kandydatki posiadali aktywne konta na platformie X** lub prowadzili na nich regularną komunikację kampanijną. W takich przypadkach analiza obejmowała wyłącznie wzmianki publikowane przez inne użytkowniczki i użytkowników, w których dana osoba była oznaczana lub przywoływana.

Badanie – wyniki

1. Treści o charakterze antysemickim

Liczba wzmianek o charakterze antysemickim

Dane przedstawione na wykresie 1 pokazują wszystkie wzmianki dotyczące Żydów i Izraela z uwzględnieniem wszystkich o charakterze negatywnym.



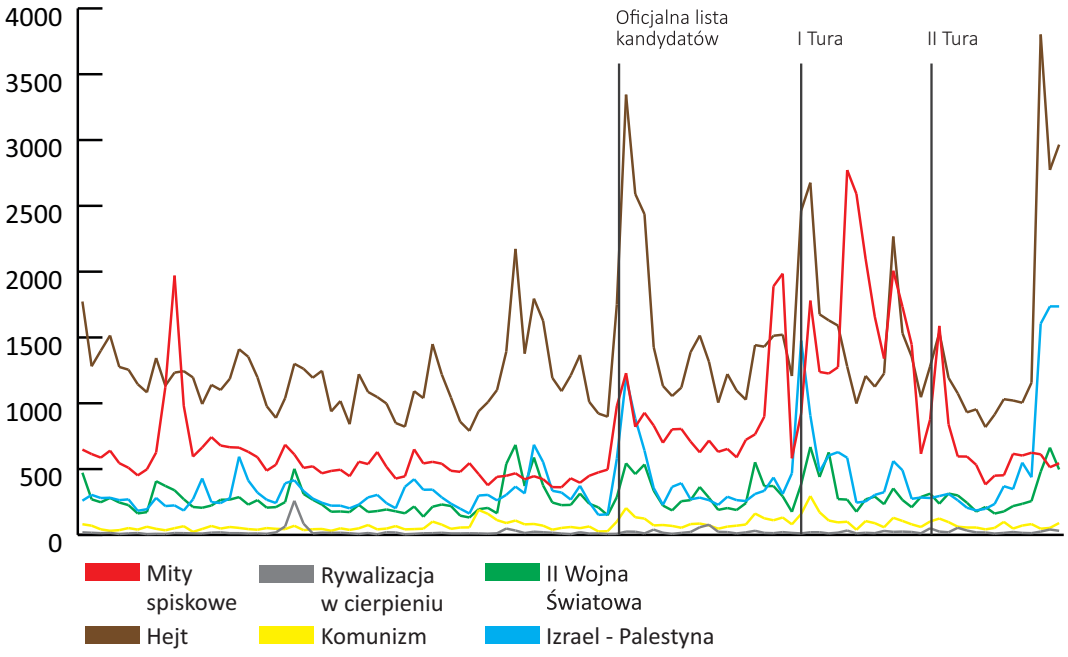
Wykres 1. Liczba wzmianek dotycząca Żydów i Izraela z uwzględnieniem negatywnych treści.

W analizowanym okresie zaklasyfikowano **567 016 postów** dotyczących Żydów i Izraela. Średnia dzienna liczba wzmianek wynosiła około **5300 postów** przy bardzo dużej zmienności – od **2788** do **22 901 postów** w ciągu jednego dnia. Spośród wszystkich zaklasyfikowanych treści **25,33%** stanowiły posty o charakterze nienawistnym. Kolejnymi licznie występującymi wątkami były treści spiskowe (**14,71%**), odniesienia do Izraela i Palestyny (**7,35%**), II wojny światowej (**5,4%**) oraz komunizmu (**około 1,4%**).

Ze wszystkich postów dotyczących Żydów i Izraela **23,76% (134 735 wpisów)** zawierało jednocześnie odniesienia do co najmniej jednego kandydata lub kandydatki w wyborach prezydenckich. Wskazuje to na istotne splatanie się wątków żydowskich z bieżącą rywalizacją wyborczą.

Analiza dynamiki czasowej wskazuje, że liczba postów o charakterze antysemickim, w tym zawierających treści nienawistne, wyraźnie wzrosła po ogłoszeniu listy kandydatów oraz w okresie poprzedzającym pierwszą turę wyborów prezydenckich. Wzrost ten nie miał charakteru rozproszonego, lecz był skoncentrowany wokół konkretnych momentów kampanii i wykazywał bezpośrednią korelację z antysemickimi wypowiedziami Grzegorza Brauna formułowanymi publicznie w trakcie debaty prezydenckiej, a także z intensywną dyskusją internetową, która nastąpiła bezpośrednio po jej zakończeniu. W analizowanym okresie były obserwowane nie tylko wzrost liczby wzmianek odnoszących się do samego kandydata, lecz także równoległe nasilenie narracji antysemickich, w tym zawierających treści jawnie nienawistne, co wskazuje na silne sprzężenie między przekazem kampanijnym a eskalacją mowy nienawiści w przestrzeni internetowej.

Liczba wzmianek o charakterze antysemickim (z podziałem na kategorie treściowe)



Wykres 2. Wzmianki związane zi i Izraelem podziale na wyodrębnione kategorie tematyczne.

Wykres ilustruje liczbę wzmianek z podziałem na wyodrębnione kategorie tematyczne, takie jak treści nienawistne (hejt), mity spiskowe, komunizm, konflikt izraelsko-palestyński, II wojna światowa oraz narracje rywalizacji w cierpieniach. Analiza dynamiki czasowej pokazuje wyraźne szczyty aktywności dla większości badanych tematów. Dla wszystkich analizowanych treści najwyższe natężenie odnotowano **29 kwietnia 2025 roku**, przy czym podwyższona aktywność utrzymywała się również przez kolejne dwa dni. Kolejne wyraźne wzrosty były widoczne **18 maja 2025 roku** (z osłabionym ruchem dzień później) oraz **13 czerwca 2025 roku**, kiedy zwiększona liczba wzmianek utrzymywała się przez blisko dwa kolejne dni.

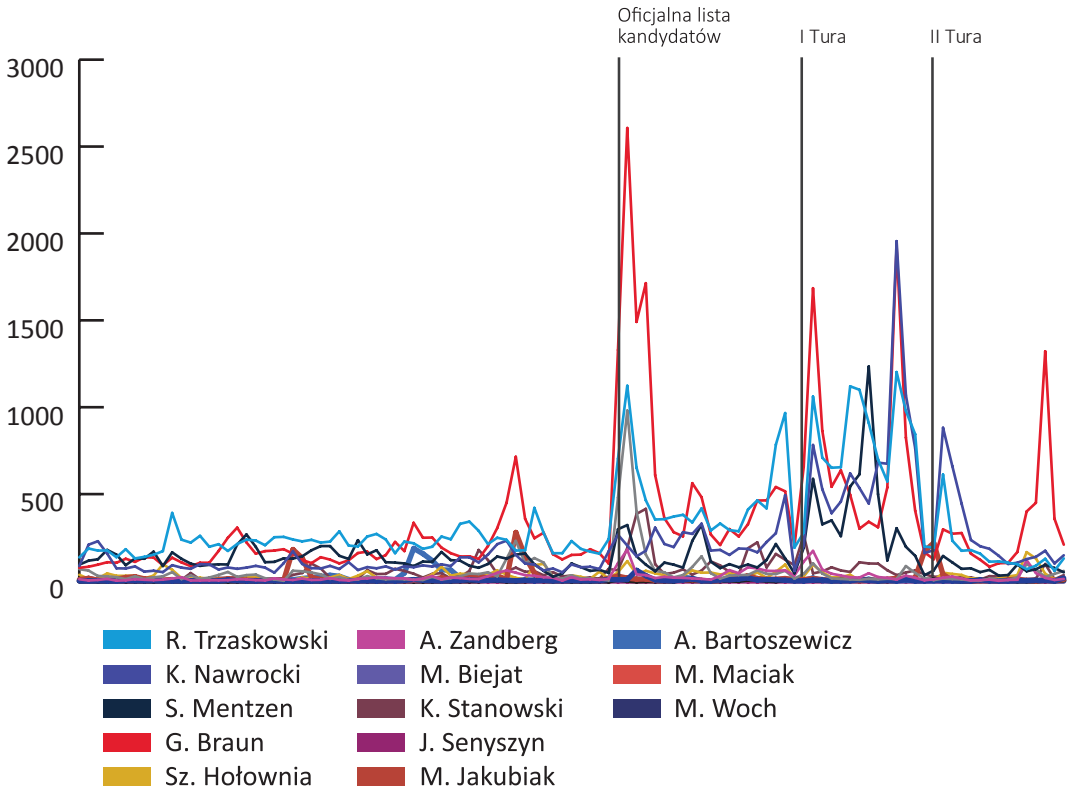
Pierwsze istotne zmiany w strukturze tematycznej są już widoczne wcześniej i dotyczą przede wszystkim wzrostów treści związanych z konfliktem izraelsko-palestyńskim, II wojną światową oraz rywalizacją w cierpieniach między Polakami a Żydami. W kolejnych tygodniach dynamika ta ulegała dalszym wahaniom, a szczyty aktywności dla poszczególnych kategorii tematycznych nie zawsze były skorelowane z wydarzeniami kampanii.

W przypadku **treści spiskowych** wyraźne wzrosty wystąpiły **11 marca 2025 roku**, następnie **15 i 16 maja 2025 roku**, a także **23 maja 2025 roku**, po którym podwyższona aktywność utrzymywała się przez kolejne pięć dni. **Wątek rywalizacji** charakteryzował się względnie stabilnym poziomem przez cały okres badania z jednym relatywnie wyraźnym wzrostem **24 marca 2025 roku**, przy czym zwiększona aktywność była widoczna również dzień przed tą datą i dzień po niej.

Dla wątku **komunizmu** najwyższe wartości odnotowano **13 kwietnia 2025 roku** (z utrzymaniem przez jeden dzień), **29 kwietnia 2025 roku** (również z jednodniowym efektem) oraz **19 maja 2025 roku** (± jeden dzień). Z kolei w przypadku treści dotyczących **Izraela i Palestyny** piki aktywności przypadały na **29 kwietnia**, **18 maja** oraz **13 czerwca 2025 roku**, przy czym w ostatnim przypadku wzmożona aktywność utrzymywała się przez blisko dwa dni.

Na tle pozostałych kategorii szczególnie widoczna pozostaje **dynamika treści nienawistnych**, które przez cały okres badania utrzymywały się na wysokim poziomie. Wyraźne szczyty w tej kategorii wystąpiły **29 kwietnia 2025 roku** (z utrzymaniem przez dwa kolejne dni), **19 maja 2025 roku** (dzień wcześniej), **28 maja 2025 roku** oraz **13 czerwca 2025 roku**, kiedy zwiększona liczba wzmianek utrzymywała się przez kolejne dwa dni.

Kandydaci i kandydatki w kontekście wątków żydowskich



Wykres 3. Kandydaci i kandydatki w kontekście wątków żydowskich – ujęcie porównawcze.

Aby określić, w jaki sposób wątki żydowskie funkcjonują w kontekście kampanii wyborczej, przeanalizowano częstość występowania odniesień do poszczególnych kandydatów i kandydatek w zbiorze postów zawierających słowa kluczowe dotyczące Żydów i tematów żydowskich.

Analiza wykazała wyraźny wzrost liczby takich wzmianek 28 kwietnia 2025 roku, czyli w dniu ogłoszenia listy kandydatów. Dalsze analizy wskazują, że podwyższony poziom aktywności utrzymywał się w odniesieniu do większości kandydatów i kandydatek praktycznie do końca kampanii wyborczej. Ze względu na niewielką liczbę wzmianek dotyczących części osób w dalszych analizach uwzględniono wyłącznie tych kandydatów i kandydatki, którzy w okresie obserwacji pojawiali się w co najmniej 30 postach dziennie.

Wśród postów dotyczących wątków żydowskich i zawierających odniesienia do kandydatów i kandydatek **27,9%** dotyczyło **Grzegorza Brauna**, **26,6% Rafała Trzaskowskie-**

go, **17,2% Karola Nawrockiego** i **12,2% Sławomira Mentzena**. Znacznie mniejszy udział miały wpisy dotyczące **Krzysztofa Stanowskiego** (**4,5%**) i **Magdaleny Biejat** (**4,1%**).

Wątki tematyczne w kontekście kandydatów

Analizy koncentrują się na dynamice i współwystępowaniu treści dotyczących Żydów oraz powiązanych z nimi narracji w kontekście odniesień do poszczególnych kandydatów i kandydatek. Sprawdzano, czy określone narracje – takie jak treści spiskowe, hejt czy odwołania do „żydokomuny" – pojawiają się synchronicznie ze wzrostem liczby postów dotyczących konkretnych polityków.

Zastosowana analiza korelacji w czasie pozwala określić stopień spójności narracyjnej, jednak nie umożliwia wnioskowania o relacjach przyczynowo-skutkowych. Interpretacja wyników opiera się zatem na analizie jakościowej kontekstów, w jakich poszczególni kandydaci pojawiają się w badanych narracjach.

Analizy koncentrują się na badaniu dynamiki oraz splatania się treści w obrębie dyskursu internetowego dotyczącego wyłącznie Żydów i powiązanych z nimi wątków. Głównym celem jest sprawdzenie, czy określone narracje – takie jak teorie o „spisku żydowskim", hejt czy odwołania do „żydokomuny" – pojawiają się jednocześnie z postami odnoszącymi się do poszczególnych kandydatów[3].

W analizach wykorzystano zaawansowaną analizę korelacji w czasie (szeregi czasowe), by ustalić, czy wzrost aktywności wokół danej narracji, np. spiskowej, jest synchroniczny ze wzrostem liczby wpisów dotyczących konkretnego polityka. Pozwala to określić, którzy kandydaci są tematycznie powiązani z określonymi narracjami.

Uzyskane wyniki mogą być interpretowane wyłącznie w kategoriach większej lub mniejszej spójności narracyjnej[4]. Analiza nie umożliwia wnioskowania o zależnościach przy-

3 Do analiz zostali wybrani jedynie politycy, dla których zanotowaliśmy minimum 30 postów dziennie.

4 Uwaga metodologiczna: Przedstawione wyniki korelacji opierają się na analizie szeregów czasowych, z wykorzystaniem funkcji autokorelacji krzyżowej (CCF) dla opóźnień (lagów) w zakresie od -7 do +7 dni. Zaobserwowano, że najsilniejsze związki korelacyjne występowały systematycznie przy zerowym opóźnieniu (lag 0), a korelacje dla sąsiednich opóźnień były rozłożone symetrycznie.

czynowo-skutkowych. Dopiero jakościowa analiza głównych wątków pozwala określić, w jakich kontekstach poszczególni kandydaci pojawiają się w analizowanych narracjach.

Treści o charakterze krzyżowym

W toku analizy szczególnie wyraźnie są widoczne korelacje między treściami antysemickimi i antyukraińskimi, które nie ograniczają się wyłącznie do prostych, personalnych ataków – takich jak obrażanie prezydenta Ukrainy – lecz przyjmują formę rozbudowanych narracji dezinformacyjnych i spiskowych. Treści te są konstruowane w oparciu o wielopoziomowe schematy wyjaśniające, w których Żydzi i Ukraińcy są przedstawiani jako wspólni sprawcy konfliktów geopolitycznych oraz zagrożeń dla państwowości i tożsamości narodowej.

W szczególności są rozpowszechniane narracje przypisujące Żydom odpowiedzialność za wywołanie wojny na terytorium Ukrainy, często osadzone w teoriach spiskowych dotyczących rzekomego planu realizacji koncepcji „Niebiańskiej Jerozolimy". Wątki te funkcjonują równolegle z przekazami sugerującymi istnienie skoordynowanego procesu „kolonizacji Polski" oraz jej „judaizacji" przez społeczności ukraińską i żydowską. W tych narracjach ten proces jest przedstawiany jako celowe działanie zmierzające do osłabienia państwa, zniszczenia narodu polskiego oraz podporządkowania jego instytucji interesom zewnętrznym.

W analizowanych treściach wyraźnie wyodrębnia się narracja określana przez użytkowników mianem **„judeobanderyzmu"**, która stanowi przykład krzyżowania się uprzedzeń antysemickich i antyukraińskich w jedną spójną konstrukcję ideologiczną. Termin ten jest wykorzystywany do sugerowania istnienia rzekomego sojuszu między Żydami a ukraińskimi nacjonalistami, przedstawianego jako wspólny projekt wymierzony w Polskę i Polaków. Narracja ta łączy wątki historyczne, takie jak odwołania do UPA i Stepana Bandery, z klasycznymi teoriami spiskowymi o żydowskiej kontroli politycznej, medialnej i finansowej. W efekcie „judeobanderyzm" funkcjonuje jako uproszczona rama interpretacyjna, która pozwala użytkownikom wyjaśniać złożone procesy geopolityczne przez przypisanie winy jednocześnie kilku grupom mniejszościowym. Tego typu przekazy mają charakter silnie dezinformacyjny, wzmacniają logikę „oblężonej twierdzy" i sprzyjają eskalacji wrogości wobec wszystkich postrzeganych jako obcy.

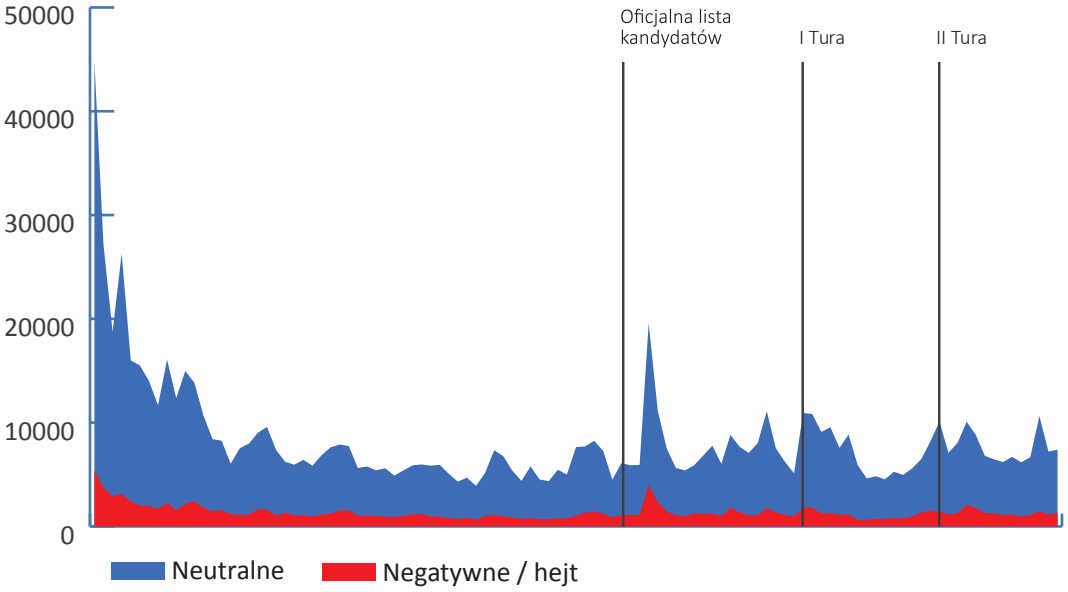
W ramach analizy wzmianek publikowanych przez użytkowników w serwisie X szczególną uwagę poświęcono treściom o charakterze krzyżowym, zawierającym bezpośrednie

lub pośrednie odniesienia do co najmniej dwóch badanych grup mniejszościowych. Analiza jakościowa tych treści wskazuje, że język nienawiści rzadko opiera się na pojedynczym uprzedzeniu. Przeciwnie – najczęściej bazuje na nakładających się stereotypach, lękach i narracjach wrogich wobec „innych".

Tego rodzaju przekazy stanowią ilustrację mechanizmu określanego jako „nienawiść wobec wszystkich obcych", w którym różne grupy mniejszościowe stają się elementami jednego spójnego obrazu zagrożenia. Mechanizm ten sprzyja eskalacji wrogości, upraszcza złożone procesy społeczne i polityczne oraz wzmacnia polaryzację debaty publicznej szczególnie w okresach wzmożonej mobilizacji politycznej.

2. Treści o charakterze antyukraińskim

Liczba wzmianek o charakterze antyukraińskim



Wykres 4. Liczba wzmianek dotycząca Ukraińców i Ukrainy z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wyniki analizy wskazują na relatywnie niewielką aktywność użytkowników w tematach związanych z Ukrainą i Ukraińcami w trakcie kampanii wyborów prezydenckich. Jest to szczególnie istotne w kontekście faktu, że polityka migracyjna oraz postulaty ogra-

niczenia lub zmniejszenia wsparcia dla uchodźców z Ukrainy przebywających w Polsce były jednym z wyraźnie obecnych tematów kampanii wyborczej. Mimo to w analizowanych treściach publikowanych w mediach społecznościowych wątek Ukrainy nie uległ istotnej intensyfikacji i nie stał się jednym z dominujących tematów debaty internetowej.

W przeciwieństwie do kampanii parlamentarnej w 2023 roku – opisywanej w raporcie „Monitoring nienawistnych treści. Wybory parlamentarne 2023" – kwestie ukraińskie nie odgrywały w badanym okresie roli jednego z głównych tematów mobilizujących użytkowników internetu. W analizowanym okresie nie wystąpiły również istotne kryzysy polityczne ani wydarzenia na froncie, które mogłyby w sposób znaczący przełożyć się na wzrost zainteresowania tym wątkiem.

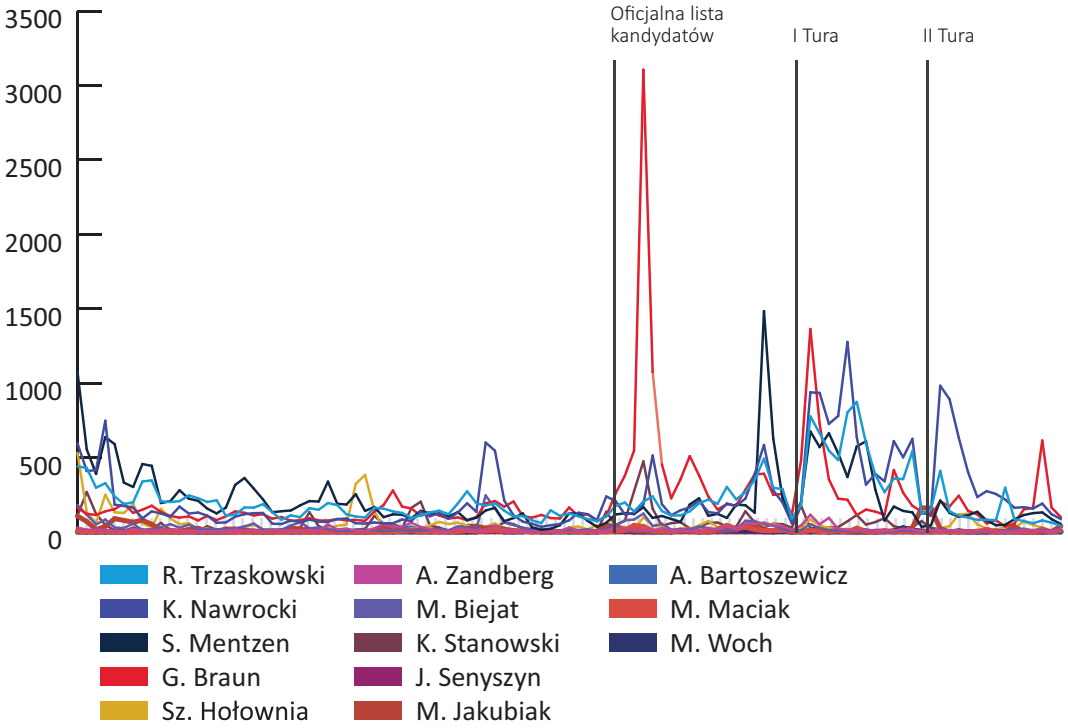
W okresie **od 1 marca do 15 czerwca 2025 r.** zidentyfikowano **855 642 posty** poruszające wątki związane z Ukrainą i Ukraińcami. Średnia dzienna liczba wzmianek wynosiła około **8 tysięcy (M=7996; SD=5166)** przy bardzo dużej zmienności. Najniższą liczbę postów odnotowano 12 kwietnia (**3711 postów**), a najwyższą 1 marca (**43 355 postów**).

Spośród wszystkich analizowanych wpisów **17,04%** miało charakter treści negatywnych. Około **3,3%** stanowiły treści hejtowe, rozumiane jako wpisy otwarcie obraźliwe, wykorzystujące wulgaryzmy lub etnofaulizmy. Znaczący udział miały także treści odnoszące się do Wołynia i rzezi wołyńskiej, które stanowiły **14,8%** wszystkich wzmianek. Jednocześnie marginalna była liczba postów odwołujących się bezpośrednio do wojny rosyjsko-ukraińskiej — około **1%**. Należy jednak zaznaczyć, że przyjęta metodologia mogła prowadzić do niedoszacowania tego wątku, ponieważ odniesienia do działań wojennych często występują w szerszym kontekście i nie zawsze są identyfikowane jako odrębne frazy tematyczne.

Analiza dynamiki wskazuje, że poszczególne wątki nie różniły się istotnie pod względem natężenia w czasie. Możliwe było jedynie wskazanie dni ogólnego wzmożenia ruchu dotyczącego Ukrainy i Ukraińców, bez wyraźnych, systematycznych zmian charakterystycznych dla konkretnych kategorii tematycznych.

Zdecydowanie największą liczbę postów odnotowano w pierwszym tygodniu obserwacji (1–7 marca). Kolejne wzmożenie było widoczne w okresie kampanii wyborczej, bezpośrednio po ogłoszeniu listy kandydatów, a także w dalszym jej przebiegu. Zmiany te miały jednak umiarkowany charakter i nie wskazywały na gwałtowną eskalację dyskusji. Największy wzrost liczby wzmianek w trakcie kampanii odnotowano 1 maja.

Kandydaci i kandydatki w kontekście ukraińskim



Wykres 5. Kandydaci i kandydatki w wątkach ukraińskich.

Aby przeanalizować obecność wątków ukraińskich w kontekście kampanii wyborczej, wyodrębniono zbiór postów zawierających słowa kluczowe odnoszące się do Ukrainy i Ukraińców. Następnie w ramach tego zbioru zidentyfikowano wszystkie wzmianki o poszczególnych kandydatach i kandydatkach na urząd Prezydenta RP. Celem analizy było określenie dynamiki pojawiania się odniesień do kandydatów w kontekście ukraińskim oraz zbadanie zależności między częstością tych wzmianek a ogólnym natężeniem dyskusji dotyczącej Ukrainy w okresie kampanii wyborczej.

W całym okresie obserwacji odnotowano **115 191 postów** dotyczących Ukrainy i Ukraińców, które zawierały odniesienia do kandydatów. Stanowiło to **13,5%** wszystkich postów odnoszących się do Ukrainy i Ukraińców w analizowanej bazie danych. W okresie kampanii wyborczej (**18 kwietnia – 1 czerwca**) zaobserwowano wyraźny wzrost współwystępowania tych wątków (por. wykres). Podczas gdy w sześciu tygodniach poprzedzających kampanię posty zawierające odniesienia do kandydatów stanowiły **9,85%** wszystkich wzmianek ukraińskich, w trakcie kampanii ich udział wzrósł do **19,53%**.

Analiza struktury tych wzmianek wskazuje, że zdecydowana większość odniesień koncentrowała się wokół czterech kandydatów uznawanych za liderów wyścigu prezydenckiego: **Karola Nawrockiego** (**22,8%**), **Grzegorza Brauna** (**20,8%**), **Sławomira Mentzena** (**20,1%**) i **Rafała Trzaskowskiego** (**20%**). Znacznie mniejszy udział w analizowanych treściach zanotowano w przypadku **Szymona Hołowni** (**4,8%**) i **Krzysztofa Stanowskiego** (**4,5%**).

Analiza korelacji kandydatów i wątków ukraińskich

W analizach korelacyjnych uwzględniono wyłącznie tych kandydatów, dla których średnia dzienna liczba wzmianek wynosiła co najmniej **50 postów**. Zbadano zależności między liczbą wzmianek o poszczególnych kandydatach a dynamiką treści związanych z Ukrainą – zarówno w ujęciu ogólnym, jak i w odniesieniu do treści o charakterze negatywnym.

W przypadku **Rafała Trzaskowskiego** i **Karola Nawrockiego** zaobserwowano **niskie wartości korelacji** zarówno dla ogólnej liczby treści dotyczących Ukrainy, jak i dla liczby treści negatywnych. Oznacza to, że zmiany natężenia dyskusji na temat Ukrainy w czasie były w dużej mierze **niezależne od dynamiki wzmianek dotyczących tych kandydatów**.

Odmienny obraz wyłania się w przypadku **Sławomira Mentzena** i **Szymona Hołowni**. Dla obu kandydatów odnotowano **istotne dodatnie korelacje** między wzrostem liczby wzmianek o nich a nasileniem treści ukraińskich – zarówno ogólnych, jak i negatywnych. Wskazuje to na współwystępowanie aktywności związanej z tymi kandydatami i intensyfikacji dyskusji dotyczącej Ukrainy.

W przypadku **Krzysztofa Stanowskiego** i **Grzegorza Brauna** związek między liczbą wzmianek o nich a ogólną liczbą treści dotyczących Ukrainy był raczej słaby. Jednocześnie wyraźnie silniejszy był związek między wzmiankami o tych kandydatach a liczbą negatywnych treści o Ukrainie i Ukraińcach. Może to wskazywać, że ich obecność w dyskusji częściej towarzyszyła nasileniu przekazów o negatywnym charakterze.

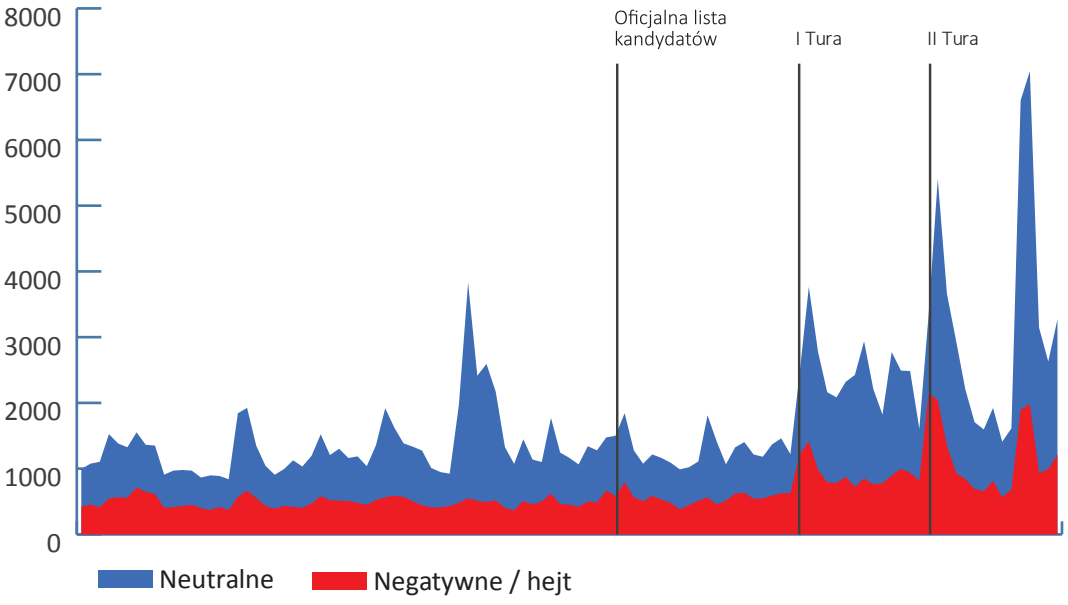
Zaobserwowany wzrost liczby wzmianek o kandydatach w kontekście ukraińskim w okresie kampanii wskazuje, że **wątki związane z Ukrainą były wykorzystywane przede wszystkim instrumentalnie**, jako element szerszej rywalizacji wyborczej, a nie jako samodzielny temat debaty publicznej. Koncentracja wzmianek wokół liderów wy-

ścigu prezydenckiego sugeruje, że odniesienia do Ukrainy i Ukraińców pojawiały się głównie w ramach sporów politycznych, krytyki przeciwników lub prób mobilizacji elektoratu, a nie w odpowiedzi na bieżące wydarzenia międzynarodowe. Jednocześnie brak wyraźnych, długotrwałych szczytów aktywności potwierdza, że wątek ukraiński pełnił w kampanii raczej rolę **tła narracyjnego**, wykorzystywanego selektywnie i okazjonalnie, niż jednego z centralnych punktów dyskusji wyborczej.

Analiza treści związanych z Ukrainą i Ukraińcami wykazała również **znaczący udział przekazów o charakterze dezinformacyjnym**. W wielu analizowanych wpisach były powielane uproszczone, fałszywe lub zmanipulowane narracje dotyczące zarówno przyczyn wojny, roli Ukrainy w polityce międzynarodowej, jak i obecności obywateli Ukrainy w Polsce. Treści te często łączyły elementy selektywnej interpretacji faktów, teorii spiskowych oraz przekazów emocjonalnych, co sprzyjało ich dalszemu rozpowszechnianiu. Dezinformacja ta nie funkcjonowała jako odrębny wątek tematyczny, lecz była wplecio-na w szersze narracje polityczne i kampanijne, wzmacniając negatywne postawy wobec Ukrainy i Ukraińców oraz wpływając na sposób prowadzenia debaty publicznej w okresie wyborczym.

3. Treści o charakterze anty-LGBT+

Liczba wzmianek o charakterze anty-LGBT+



Wykres 6. Liczba wzmianek dotycząca osób LGBT+ z uwzględnieniem negatywnych treści.

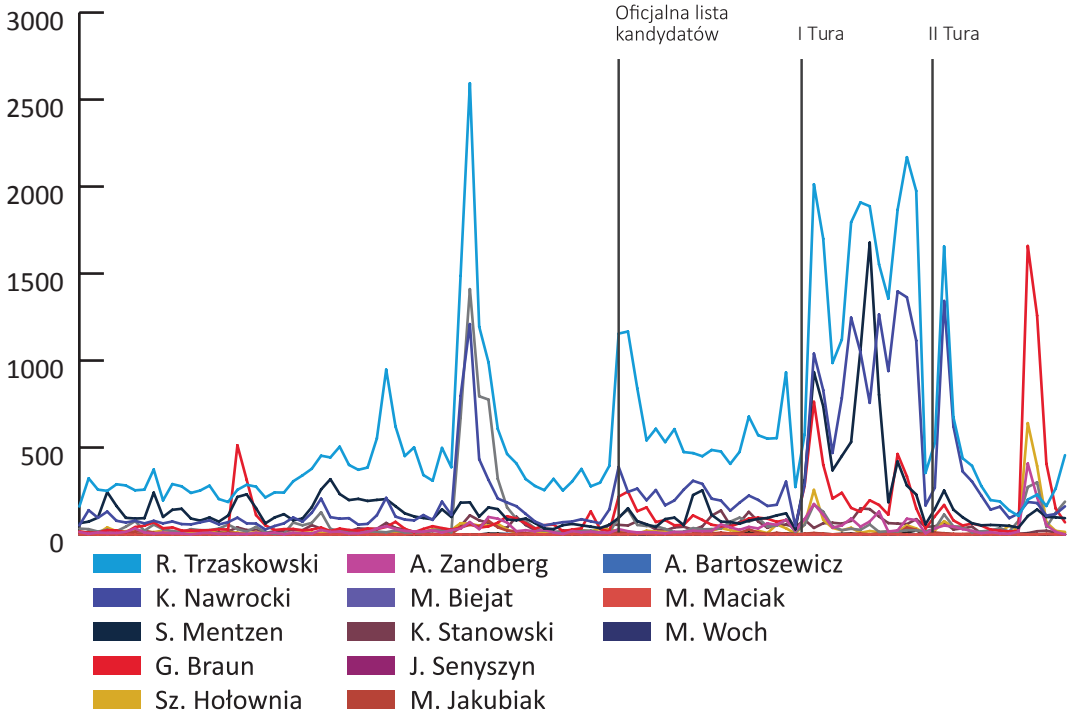
W okresie od 1 marca do **15 czerwca 2025 roku** zidentyfikowano **179 879 postów** odnoszących się do osób LGBT+. Średnio publikowano **1691 postów** dziennie przy jednocześnie zauważalnej zmienności w badanym okresie (**SD=1017**). Najwyższą dzienną liczbę wzmianek odnotowano 12 czerwca (**6701 postów**), a najniższą 17 marca (**816 postów**).

Analiza dynamiki treści wskazuje, że kampania wyborcza miała ograniczony wpływ na częstość pojawiania się wątków związanych ze społecznością LGBT+. Wzrosty widoczne w trakcie kampanii dotyczyły przede wszystkim okresu między pierwszą a drugą turą wyborów, jednak ich skala była umiarkowana. Jednocześnie analiza pokazuje, że na dynamikę tych treści w istotnym stopniu wpływały również wydarzenia niezwiązane bezpośrednio z procesem wyborczym.

Szczególnie wyraźne wzmożenie aktywności zaobserwowano **12** i **13 czerwca**, kiedy intensyfikacja dyskusji była związana ze zniszczeniem wystawy w Sejmie przez Grzegorza Brauna. Wzrosty liczby postów w tym okresie były znacząco większe niż te obserwowane w trakcie samej kampanii wyborczej. Największy pojedynczy wzrost ilości treści odnotowano jednak **1 czerwca**, co miało bezpośredni związek z nasileniem przekazów informujących o rozpoczęciu Miesiąca Dumy.

W całym analizowanym okresie temat społeczności LGBT+ nie był jednym z głównych ani intensywnie eksploatowanych wątków kampanii prezydenckiej. Nie odnotowano również doniesień o poważnych incydentach lub konfliktach wymierzonych w osoby LGBT+, które byłyby szeroko relacjonowane przez media w trakcie kampanii. W efekcie wątek LGBT+ w debacie kampanijnej miał charakter marginalny lub pozostawał w dużej mierze nieobecny.

Kandydaci i kandydatki w postach o osobach LGBT+



Wykres 7. Kandydaci i kandydatki w kontekście wątków dotycząca osób LGBT+.

Aby przeanalizować obecność wątków związanych z osobami LGBT+ w kontekście kampanii wyborczej, w wyselekcjonowanej bazie postów zawierających słowa kluczowe odnoszące się do osób LGBT+ wyodrębniono wpisy zawierające wzmianki o kandydatach i kandydatkach. Zabieg ten umożliwił analizę dynamiki pojawiania się odniesień do poszczególnych osób ubiegających się o urząd Prezydenta RP, w tym identyfikację dni, w których częstość takich wzmianek wzrastała lub malała, a także zbadanie korelacji między ich natężeniem a ogólnym trendem dyskusji na temat osób LGBT+ w okresie kampanii.

W całym okresie obserwacji odnotowano **146 942 posty** dotyczące osób LGBT+, które zawierały odniesienia do kandydatów i kandydatek. Stanowiło to **81,69%** wszystkich postów odnoszących się do osób nieheteronormatywnych w analizowanym okresie. Mimo tak dużego udziału wzmianek powiązanych z kandydatami analiza dynamiki wskazuje, że ich natężenie **nie było ściśle związane z przebiegiem kampanii wyborczej**. Znaczące wzrosty liczby takich postów występowały również poza formalnym okresem kampanii, co sugeruje wpływ czynników niezależnych od procesu wyborczego.

Analiza struktury wzmianek pokazuje, że zdecydowana większość odniesień dotyczyła **Rafała Trzaskowskiego** (**43,8%**). Znacząco mniejszy, choć nadal wyraźny, był udział postów odnoszących się do **Karola Nawrockiego** (**19,95%**) i **Sławomira Mentzena** (**12,8%**). Wśród pozostałych kandydatów pojawiały się również wpisy wzmiankujące **Grzegorza Brauna** (**8,7%**) i **Magdalenę Biejat** (**6,1%**).

Analiza korelacji wzmianek o kandydatach z częstością postowania o osobach LGBT+

W analizie korelacji czasowej uwzględniono wyłącznie posty dotyczące tych kandydatów i kandydatek, dla których średnia dzienna liczba wzmianek wynosiła co najmniej **50 postów**. Analiza koncentrowała się na zależnościach między liczbą wzmianek o poszczególnych kandydatach a dynamiką treści związanych z osobami LGBT+, z uwzględnieniem zarówno ogólnej liczby wzmianek, jak i treści o charakterze negatywnym i hejtowym.

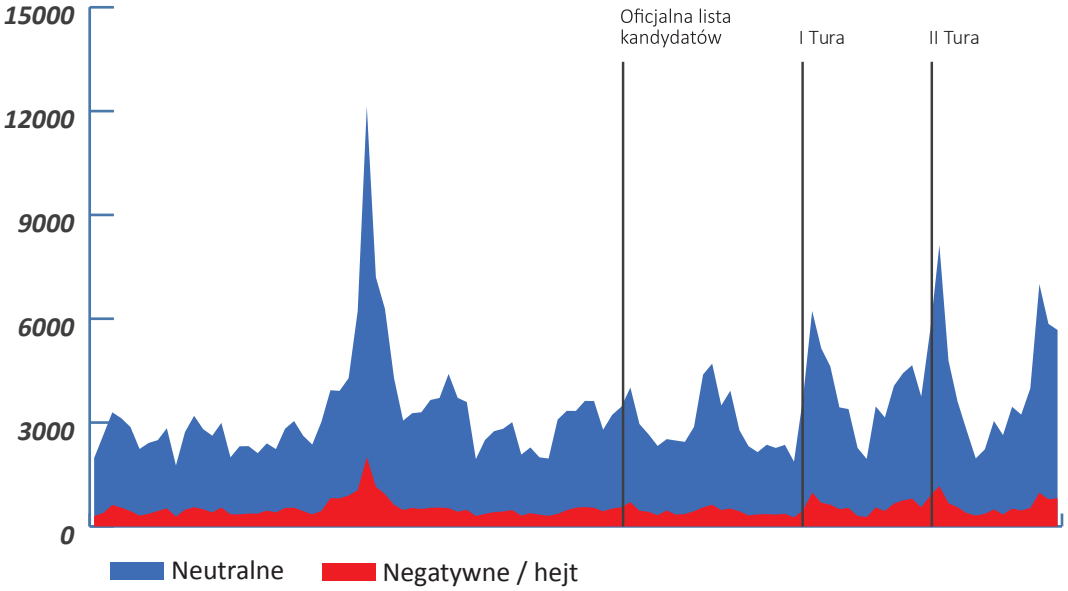
Dla wszystkich analizowanych kandydatów zaobserwowano **umiarkowane, dodatnie zależności**, co oznacza, że wzrost natężenia dyskusji dotyczącej osób LGBT+ w przestrzeni internetowej był zazwyczaj skorelowany ze wzrostem liczby wzmianek o kandydatach w tym samym kontekście. Jedynym wyraźnym odstępstwem była **Magdalena Biejat**, w której przypadku nie stwierdzono istotnej korelacji między wzmiankami o kandydatce a liczbą treści negatywnych i hejtowych.

Odmienny wzorzec zaobserwowano z kolei w odniesieniu do **Grzegorza Brauna**, którego obecność w dyskusjach dotyczących osób LGBT+ była **silnie dodatnio skorelowana** z liczbą treści negatywnych i hejtowych. Wskazuje to na wyraźne powiązanie wzmianek o tym kandydacie z eskalacją przekazów o charakterze wrogim wobec społeczności LGBT+.

Uzyskane wyniki wpisują się w szerszy wzorzec obserwowany również w analizach dotyczących wątków **ukraińskich i antysemickich**, gdzie dynamika treści związanych z określonymi grupami mniejszościowymi była selektywnie powiązana z aktywnością wybranych kandydatów. Podobnie jak w przypadku społeczności LGBT+ nie wszyscy kandydaci wykazywali istotne korelacje z nasileniem treści negatywnych. Jednocześnie w analizach wątków ukraińskich i antysemickich było widoczne, że wzrost liczby wzmianek o niektórych kandydatach korelował przede wszystkim z eskalacją przeka-

zów o charakterze nienawistnym lub dezinformacyjnym, a nie z ogólnym wzrostem neutralnej debaty. Wskazuje to na powtarzalny mechanizm, w którym określone osoby stają się punktami odniesienia dla negatywnych narracji dotyczących różnych grup mniejszościowych, przy czym charakter i intensywność tych powiązań różnią się w zależności od tematu, ale sam schemat współwystępowania pozostaje zbliżony.

4. Treści o charakterze antyuchodźczym i antymuzułmańskim



Wykres 8. Liczba wzmianek dotycząca osób uchodźczych z uwzględnieniem negatywnych treści.

Analiza treści dotyczących uchodźców wskazuje, że dynamika tych wątków pozostaje w korelacji z deklaratywnymi zmianami i zapowiedziami dotyczącymi polityki migracyjnej oraz ograniczania pomocy dla uchodźców z Ukrainy przebywających w Polsce, które pojawiały się w przestrzeni publicznej w trakcie kampanii wyborczej. Wątki te funkcjonowały jednak w dużej mierze niezależnie od formalnych ram kampanii, a ich natężenie kształtowały również czynniki pozawyborcze.

W całym obserwowanym okresie zaklasyfikowano **342 582 posty** dotyczące uchodźców. Średnia dzienna liczba wzmianek wynosiła około **3201 postów** (**SD=1374**) przy bardzo dużej zmienności – od **1655 postów** w dniu o najniższej aktywności do **11 010 postów** w dniu o najwyższym natężeniu. Analiza treści wskazuje, że **16,5%** wszystkich

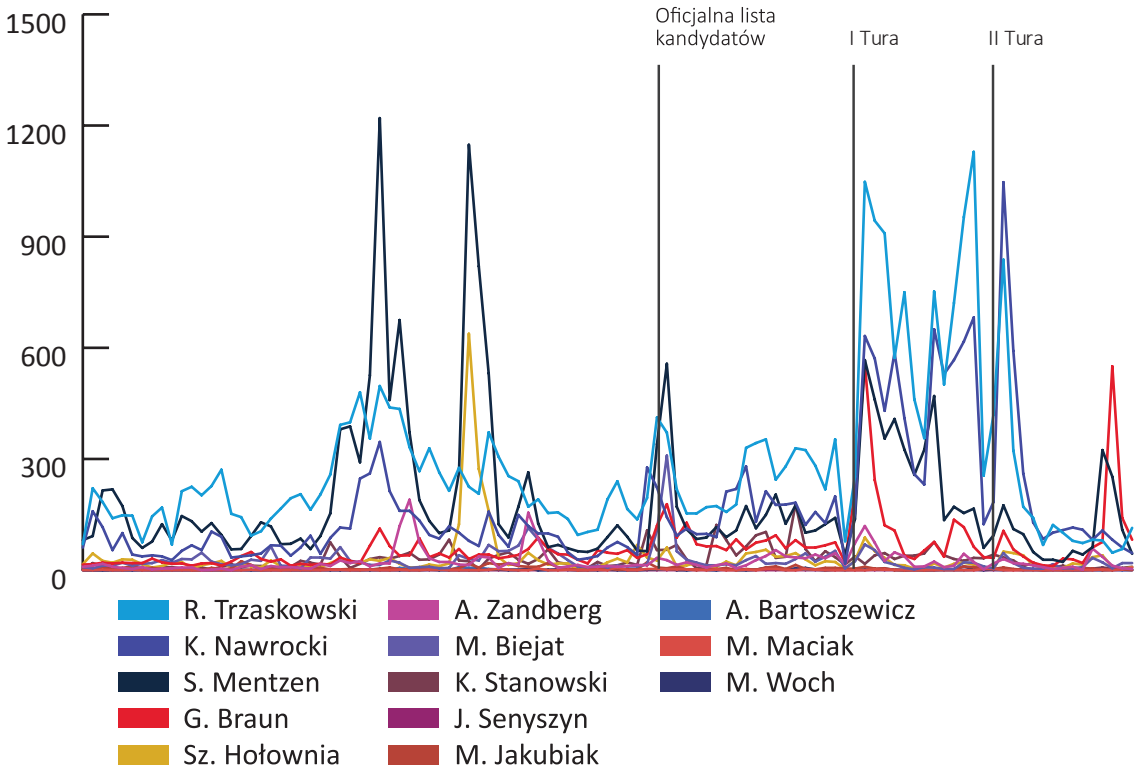
postów miało charakter negatywny, przy czym zdecydowaną większość stanowiły treści hejtowe (**13,1%**). Około **7%** wpisów poruszało kwestie uchodźctwa w sposób neutralny, problemowy, a **3,74%** wykorzystywało język jednoznacznie negatywny. Treści odnoszące się do afer związanych z uchodźcami stanowiły **2,16%** analizowanych postów.

Analiza dynamiki czasowej pokazuje występowanie wyraźnych szczytów aktywności: **31 marca 2025 roku** (z niewielkimi wahaniami dzień przed i dwa dni po), **19 maja 2025 roku** (± jeden dzień), **2 czerwca 2025 roku** (± jeden dzień) oraz **13 czerwca 2025 roku** (z utrzymaniem podwyższonej aktywności przez blisko dwa dni). W ujęciu tematycznym **31 marca 2025 roku** był widoczny wzrost we wszystkich kategoriach treści, a **9 kwietnia 2025 roku** (± jeden dzień) szczególnie wyraźnie zaznaczyły się wątki dotyczące afer oraz problemowego ujmowania uchodźctwa.

Choć w okresie kampanii wyborczej był obserwowany ogólny wzrost liczby postów dotyczących uchodźców, szczególnie od 19 maja, a kolejny wyraźny wzrost nastąpił 2 czerwca, czyli dzień po wyborach, analiza wskazuje, że zmiany natężenia dyskusji na temat uchodźców były względnie niezależne od samego cyklu wyborczego. Wysoka dynamika treści występowała również w okresie przedkampanijnym, a w niektórych przypadkach była nawet większa niż w trakcie kampanii – przykładowo największą liczbę postów hejtowych odnotowano 31 marca, na kilka tygodni przed jej oficjalnym rozpoczęciem.

Analiza treści dotyczących uchodźców pokazuje, że wątki te **często krzyżowały się z narracjami odnoszącymi się do innych badanych grup**, w szczególności Ukraińców, Żydów i – w mniejszym stopniu – społeczności LGBT+. W wielu analizowanych wpisach uchodźcy byli przedstawiani jako element szerszego zagrożenia, konstruowanego przy użyciu podobnych schematów językowych i narracyjnych co w przypadku treści antyukraińskich i antysemickich. Pojawiały się m.in. odwołania do rzekomej „kolonizacji" Polski, „judaizacji" państwa oraz teorii spiskowych zakładających istnienie zewnętrznych aktorów sterujących migracją w celu osłabienia społeczeństwa i instytucji państwowych. Mechanizmy te wskazują, że narracje uchodźcze funkcjonowały nie jako odrębny dyskurs, lecz jako część **szerszego ekosystemu treści nienawistnych i dezinformacyjnych**, w którym różne grupy mniejszościowe były przedstawiane jako powiązane elementy jednego zagrożenia.

Kandydaci w postach o uchodźcach



Wykres 9. Kandydaci i kandydatki w kontekście wątków uchodźczych.

Aby przeanalizować obecność wątków uchodźczych w kontekście kampanii wyborczej, w wyselekcjonowanej bazie postów zawierających słowa kluczowe związane z uchodźcami wyodrębniono wpisy odnoszące się do kandydatów i kandydatek na urząd Prezydenta RP. Zabieg ten pozwolił na analizę dynamiki pojawiania się wzmianek o kandydatach w kontekście uchodźczym, w tym identyfikację dni, w których częstość takich odniesień wzrastała lub malała, a także na zbadanie korelacji między natężeniem tych wzmianek a ogólnym trendem dyskusji dotyczącej uchodźców w okresie kampanii wyborczej.

W całym okresie obserwacji odnotowano **88 178 postów** dotyczących uchodźców, które zawierały odniesienia do kandydatów. Stanowiło to **25,74%** wszystkich postów poruszających tematykę uchodźczą w analizowanym okresie. Mimo faktu, że ponad jedna czwarta treści dotyczących uchodźców odnosiła się do kluczowych kandydatów i kandydatek, **nie zaobserwowano wyraźnego wzrostu liczby takich postów w trakcie samej kampanii wyborczej** (18 kwietnia – 1 czerwca).

Analiza struktury wzmianek wskazuje, że zdecydowana większość odniesień koncentrowała się wokół trzech kandydatów: **Rafała Trzaskowskiego** (**34,1%**), **Sławomira Mentzena** (**23,2%**) i **Karola Nawrockiego** (**20,5%**). Pozostali kandydaci byli wspominani znacznie rzadziej: **Grzegorz Braun** (**7,6%**), **Szymon Hołownia** (**3,8%**), **Krzysztof Stanowski** (**3,6%**) i **Magdalena Biejat** (**3,3%**).

Analiza korelacji kandydatów z dynamiką wątków związanych z uchodźcami

W analizie korelacji czasowej uwzględniono wyłącznie posty dotyczące tych kandydatów i kandydatek, dla których średnia dzienna liczba wzmianek wynosiła co najmniej **50 postów**. Analiza koncentrowała się na zależnościach między liczbą wzmianek o kandydatach a dynamiką wątków związanych z uchodźcami, uwzględniając trzy wymiary: **ogólną ilość treści**, **treści o charakterze negatywnym i hejtowym** oraz **posty opisujące uchodźców jako problem**.

Dla wszystkich analizowanych kandydatów zaobserwowano **umiarkowane, dodatnie zależności**, co oznacza, że wzrost natężenia dyskusji na temat uchodźców w przestrzeni internetowej był zazwyczaj skorelowany ze wzrostem liczby wzmianek o kandydatach w tym samym kontekście.

W przypadku **Rafała Trzaskowskiego** i **Karola Nawrockiego** odnotowano **zbliżony wzorzec relacji** – umiarkowanie silne, dodatnie korelacje ze wszystkimi badanymi wymiarami wątków uchodźczych. Najsilniej zaznaczyła się korelacja z narracjami przedstawiającymi uchodźców jako problem, co sugeruje, że im częściej kryzys uchodźczy był opisywany w ujęciu problemowym, tym częściej w tym kontekście pojawiały się wzmianki o tych kandydatach.

Odmienny i wyraźniejszy wzorzec zaobserwowano w przypadku **Sławomira Mentzena**, dla którego odnotowano **najsilniejsze korelacje spośród wszystkich analizowanych kandydatów**. Najmocniejszy związek dotyczył treści ujmujących uchodźców w sposób negatywny, w tym hejtowy. W praktyce oznacza to, że wzrost liczby takich postów wiązał się z wyraźnie częstszym przywoływaniem tego kandydata w dyskusjach dotyczących uchodźców.

Z kolei w przypadku **Grzegorza Brauna** zaobserwowano **relatywnie najsłabsze korelacje** między dynamiką wątków uchodźczych a liczbą wzmianek o kandydacie. Wskazuje to na słabszy związek między nasileniem dyskusji na temat uchodźców a częstością pojawiania się odniesień do tej osoby w porównaniu z pozostałymi kandydatami.

Wnioski końcowe

Przeprowadzony monitoring treści internetowych w okresie wyborów prezydenckich w 2025 roku pozwolił na sformułowanie wielu istotnych wniosków dotyczących dynamiki mowy nienawiści, dezinformacji oraz sposobów wykorzystywania uprzedzeń w debacie publicznej prowadzonej w mediach społecznościowych.

Badanie potwierdziło **utrzymujący się i rosnący wpływ mediów społecznościowych na kształtowanie postaw politycznych** przy jednoczesnym nasileniu zjawiska traktowania tych platform jako jedynego lub pozornie wiarygodnego źródła informacji. Mechanizmy algorytmiczne, premiujące treści emocjonalne, polaryzujące i konfliktowe, sprzyjały zwiększonej widoczności przekazów nienawistnych i dezinformacyjnych szczególnie w okresach kluczowych dla kampanii wyborczej.

W przeciwieństwie do części wcześniejszych kampanii wyborczych **dynamika treści nienawistnych nie była jednoznacznie podporządkowana formalnym ramom kampanii**. Wysokie natężenie negatywnych i hejtowych treści obserwowano zarówno przed jej rozpoczęciem, jak i po zakończeniu, co wskazuje na trwałość i autonomiczność tego zjawiska w polskim dyskursie internetowym przy jednoczesnej intensyfikacji w trakcie kampanii wyborczej. Kampania wyborcza pełniła raczej funkcję katalizatora dla już istniejących narracji.

Szczególnie istotnym i nowym elementem monitoringu było **jawne pojawienie się treści antysemickich w debacie publicznej wypowiedzianych przez kandydata na urząd Prezydenta RP**, co znalazło bezpośrednie odzwierciedlenie w gwałtownych wzrostach liczby wzmianek o charakterze nienawistnym i spiskowym w mediach społecznościowych. Analiza wykazała wyraźną korelację między ogłoszeniem listy kandydatów, okre-

sem pierwszej tury wyborów oraz eskalacją treści antysemickich, co potwierdza istotny wpływ wypowiedzi aktorów politycznych na kształt i ton debaty internetowej.

Monitoring potwierdził również **silne krzyżowanie się narracji nienawistnych**. Treści antysemickie, antyukraińskie i antyuchodźcze funkcjonowały w ramach wspólnego ekosystemu narracyjnego, wykorzystując podobne schematy językowe, teorie spiskowe oraz mechanizmy dehumanizacji. Szczególnie było widoczne rozpowszechnianie narracji łączących Żydów i Ukraińców w ramach wizji „kolonizacji" lub „judaizacji Polski", a także koncepcji takich jak „judeobanderyzm", które stanowiły próbę syntezy różnych uprzedzeń w jedną spójną narrację dezinformacyjną.

Analiza jakościowa wykazała **znaczący udział treści o charakterze dezinformacyjnym**, które nie ograniczały się do prostych form obrażania, lecz obejmowały rozbudowane konstrukcje narracyjne: reinterpretacje historii, fałszywe informacje dotyczące wojny w Ukrainie, migracji i uchodźców, a także narracje o rzekomym sterowaniu procesami społecznymi przez „zewnętrzne siły". Treści te były często wykorzystywane instrumentalnie w kontekście kampanii wyborczej zwłaszcza w odniesieniu do deklarowanych zmian w polityce migracyjnej oraz ograniczania wsparcia dla uchodźców z Ukrainy przebywających w Polsce.

W przypadku społeczności LGBT+ analiza wykazała, że temat ten **nie był centralnym elementem kampanii prezydenckiej**, a jego dynamika była w większym stopniu uzależniona od wydarzeń pozawyborczych. Jednocześnie korelacje wskazują, że wzmianki o wybranych kandydatach w kontekście LGBT+ częściej współwystępowały z treściami negatywnymi i hejtowymi, co potwierdza mechanizm personalizacji i polaryzacji debaty wokół mniejszości.

Istotnym wnioskiem płynącym z badania jest również **utrzymująca się ewolucja języka nienawiści**. Użytkownicy internetu systematycznie modyfikują słownictwo, stosują alternatywne zapisy, eufemizmy oraz przenoszą pojęcia charakterystyczne dla jednego dyskursu (np. antysemickiego) do innych obszarów (antyukraińskich, antyuchodźczych czy anty-LGBT+), co stanowi istotne wyzwanie metodologiczne dla monitoringu oraz moderacji treści.

Szczególnie niepokojącym wnioskiem jest także **ograniczona skuteczność moderacji treści w serwisie X**, w tym **utrzymywanie się w przestrzeni publicznej treści, które mogą naruszać obowiązujące przepisy prawa lub podlegać odpowiedzialności kar-**

nej. W trakcie monitoringu identyfikowano liczne wpisy zawierające nawoływanie do nienawiści, dehumanizację grup mniejszościowych, groźby oraz treści spełniające przesłanki mowy nienawiści określone w polskim prawie. Mimo ich jednoznacznego charakteru znaczna część tych treści pozostawała dostępna przez długi czas, była dalej rozpowszechniana i generowała kolejne reakcje użytkowników. Brak konsekwentnej reakcji ze strony platformy sprzyja normalizacji przemocy symbolicznej, wzmacnia poczucie bezkarności autorów takich przekazów oraz podważa zaufanie do mechanizmów samoregulacji serwisów społecznościowych.

Monitoring treści internetowych w okresie wyborów prezydenckich 2025 roku wskazuje jednoznacznie, że **mowa nienawiści i dezinformacja stały się trwałym elementem krajobrazu komunikacji politycznej w mediach społecznościowych**. Zjawiska te wpływają nie tylko na jakość debaty publicznej, lecz także na decyzje wyborcze, poczucie bezpieczeństwa grup mniejszościowych oraz długofalową spójność społeczną.

Wyniki badania podkreślają konieczność **systemowych i wielopoziomowych działań**, obejmujących odpowiedzialność aktorów politycznych, skuteczniejsze mechanizmy moderacji po stronie platform społecznościowych, rozwój narzędzi analitycznych oraz wzmacnianie edukacji medialnej. Tylko takie podejście może ograniczyć skalę i skutki rozpowszechniania treści nienawistnych i dezinformacyjnych przy jednoczesnym poszanowaniu wolności słowa i praw człowieka w przestrzeni cyfrowej.

Spis wykresów

Wykres 1. Liczba wzmianek dotyczących Żydów i Izraela z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 2. Wzmianki związane z Żydami i Izraelem w podziale na wyodrębnione kategorie tematyczne.

Wykres 3. Kandydaci i kandydatki w kontekście wątków żydowskich – ujęcie porównawcze.

Wykres 4. Liczba wzmianek dotyczących Ukraińców i Ukrainy z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 5. Kandydaci i kandydatki w wątkach ukraińskich.

Wykres 6. Liczba wzmianek dotyczących osób LGBT+ z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 7. Kandydaci i kandydatki w kontekście wątków dotyczących osób LGBT+.

Wykres 8. Liczba wzmianek dotyczących osób uchodźczych z uwzględnieniem negatywnych treści.

Żydowskie Stowarzyszenie Czulent jest niezależną organizacją rzeczniczą działającą na rzecz demokratycznego, otwartego i odpornego społeczeństwa opartego na prawach człowieka. Koncentrujemy się na przeciwdziałaniu i reagowaniu na dyskryminację i przestępstwa motywowane uprzedzeniami, traktując je nie tylko jako naruszenia praw jednostki, lecz także jako zagrożenie dla stabilności demokracji, zaufania społecznego i jakości instytucji publicznych.

W naszych działaniach łączymy perspektywę prawną, społeczną i edukacyjną. Korzystamy z analizy danych, nowych technologii oraz interdyscyplinarnej wiedzy, by skutecznie identyfikować zagrożenia, projektować rozwiązania systemowe i wspierać instytucje w tworzeniu polityk publicznych.

Prowadzimy działania rzecznicze, monitorujemy zjawiska nienawiści oraz rozwijamy narzędzia i strategie przeciwdziałania dyskryminacji, dezinformacji i polaryzacji. W ramach platformy zglosantysemityzm.pl zapewniamy bezpłatną pomoc prawną osobom dotkniętym przestępstwami z nienawiści. Wzmacniamy także społeczności i organizacje mniejszościowe, rozwijając ich kompetencje i dostarczając narzędzi do aktywnego udziału w życiu publicznym oraz do włączania ich perspektywy w procesy decyzyjne na poziomie lokalnym i krajowym.

Działamy również jako knowledge broker: tworzymy analizy, raporty i rekomendacje wspierające instytucje publiczne, samorządy i organizacje społeczne w projektowaniu działań opartych na danych. Ułatwiamy przepływ wiedzy między badaczami, decydentami i praktykami, by skutecznie przeciwdziałać radykalizacji oraz wzmacniać demokratyczną odporność.

Współpracujemy z ponad 60 partnerami w Polsce i Europie – w tym z administracją publiczną, samorządami, uczelniami i organizacjami pozarządowymi. Jesteśmy aktywni w europejskich sieciach, takich jak ENCATE, ENMA czy CCOA, wspólnie rozwijając strategie i rozwiązania na poziomie Unii Europejskiej oraz wzmacniając udział społeczeństwa obywatelskiego w kształtowaniu polityk publicznych.

Centrum Badań nad Uprzedzeniami na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego to uniwersytecka jednostka badawcza zajmująca się tematyką stereotypów, uprzedzeń, dyskryminacji, a więc podstawowych zagadnień z psychologii społecznej i politycznej. Centrum powstało w 2007 roku w symbolicznym miejscu, budynku dawnej kwatery SS na terenie getta warszawskiego. Celem przyświecającym utworzeniu Centrum było nie tylko badanie uprzedzeń, lecz także tworzenie skutecznych metod przeciwdziałania wrogości międzygrupowej oraz monitorowanie skali uprzedzeń w Polsce.