

Agnieszka FILIPIAK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ORCID: 0000-0001-8301-240x

Dezinformacja oparta na tożsamościach: płeć jako kategoria różnicująca dla dezinformacji politycznej. Analiza porównawcza narracji dotyczących polityczek i polityków Nowej Lewicy

Streszczenie: Dezinformacja oparta na tożsamościach (*identity-based disinformation*) stanowi coraz bardziej rozpoznawalne narzędzie wpływu społeczno-politycznego, wykorzystujące istniejące uprzedzenia, stereotypy oraz podziały społeczne w celu zwiększenia zasięgu i skuteczności przekazu (Wardle, Derakhshan, 2017; Rossini i in., 2021). Jedną z kluczowych osi tej strategii jest płeć, która – w kontekście osób aktywnych politycznie – staje się przedmiotem celowych działań dezinformacyjnych mających na celu delegitymizację kompetencji, podważenie autorytetu oraz utrwalanie tradycyjnych norm płciowych (Krook, Restrepo Sanín, 2020).

Celem niniejszego artykułu jest analiza porównawcza narracji dezinformacyjnych dotyczących polityczek i polityków Nowej Lewicy zasiadających w polskim Sejmie i Senacie w okresie styczeń–czerwiec 2025 roku. Badanie opiera się na jakościowej analizie treści pochodzących z platformy X (dawniej Twitter), z wykorzystaniem narzędzi do mapowania narracji i detekcji motywów dyskredytujących. Szczególną uwagę poświęcono sposobom przedstawiania kobiet i mężczyzn reprezentujących Nową Lewicę przez pryzmat stereotypów płciowych, ich życia prywatnego oraz ról społecznych.

Słowa kluczowe: dezinformacja, płeć i polityka, kobiety w polityce, Nowa Lewica, narracje dezinformacyjne, media społecznościowe

Wprowadzenie: uzasadnienie podjętego kierunku badań

Narastająca polaryzacja współczesnej sceny politycznej w Polsce sprzyja intensyfikacji zjawisk takich, jak mowa nienawiści oraz dezinformacja ukierunkowana na tożsamość. Tendencje te wpisują się w szersze procesy obserwowane w wielu demokracjach liberalnych, gdzie komunikacja polityczna staje się coraz bardziej antagonistyczna, a przekazy emocjonalne wypierają komunikaty oparte na argumentacji (Waisbord, 2018; Sunstein, 2017). Szczególnie narażone na konsekwencje tych procesów są kobiety pełniące funkcje publiczne, które – jak wskazują badania nad przemocą w polityce i reprezentacją – mierzą się z nasilonymi formami przemocy symbolicznej, cyfrowej i strukturalnej (Krook, Sanín, 2020; Piscopo, 2016).

Z perspektywy gender studies oraz teorii ról społecznych negatywne kampanie informacyjne wymierzone w kobiety polityczki często odwołują się do zakorzenionych norm płci, podważając ich kompetencje i legitymizację jako aktorek politycznych. Ataki te koncentrują się na cechach niezwiązanych bezpośrednio z działalnością polityczną – wyglądzie, życiu prywatnym czy rolach rodzinnych – co utrwała tradycyjne hierarchie genderowe i wzmacnia mechanizmy „karania za odstępstwo od norm” (Desperak, 2014; Srebrny, van Zoonen, 2000; Heldman, Wade, 2011). Mechanizmy te są spójne z założe-

niami teorii roli płci oraz koncepcją podwójnych standardów oceny, zgodnie z którymi kobiety w polityce są jednocześnie oceniane surowiej i częściej stają się celem ataków personalnych niż ich mężczyźni odpowiednicy.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera teoria framingu, która pozwala uchwycić, w jaki sposób media i użytkownicy platform cyfrowych konstruują określone ramy interpretacyjne, wpływające na społeczne postrzeganie kobiet w polityce (Goffman, 1974; Entman, 1993). Ramowanie obejmuje selektywne uwydatnianie wybranych aspektów rzeczywistości, co prowadzi do nadawania wydarzeniom i aktorom politycznym określonych znaczeń oraz ładunków emocjonalnych. W przypadku kobiet polityczek szczególnie istotne są ramy podkreślające ich rzekomą emocjonalność, brak kompetencji czy „niedopasowanie” do sfery publicznej, co osłabia ich autorytet i wpisuje się w długotrwałe wzorce stereotypizacji (Campus, 2013). Dezinformacja o charakterze personalnym może wzmacniać te ramy, prezentując kobiety w sposób zgodny z utrwalonymi schematami płci i ograniczając przestrzeń dla alternatywnych interpretacji.

Równoległe procesy mediatyzacji polityki oraz logika funkcjonowania platform społecznościowych – oparta na algorytmicznym wzmacnianiu treści polaryzujących, ekonomii uwagi i wysokim poziomie emocjonalności przekazu – sprzyjają rozwojowi dezinformacji i przemocy symbolicznej, w tym wrogich wobec kobiet narracji antyrównościowych (Marwick, Lewis, 2017; Chadwick, Vaccari, 2019). Kobiety aktywne politycznie stają się w tym środowisku szczególnie podatne na zorganizowane kampanie manipulacyjne, które łączą elementy seksizmu, mizoginii i fałszywych informacji, często wykorzystując ich tożsamość płciową jako główny punkt ataku.

Wyniki badań empirycznych dotyczących tego typu praktyk potwierdzają te założenia. Sportelli i D’Errico, analizując treści dezinformacyjne na temat włoskich polityczek, wskazują, że rozpowszechniane materiały reprodukcją stereotypowe ramy ukazujące kobiety jako rzekomo niekompetentne i niezdolne do sprawowania funkcji publicznych (Sportelli, D’Errico, 2025). Z kolei międzynarodowe analizy przekazów opublikowanych w serwisie X, obejmujące polityków i polityczki z Niemiec, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii oraz Stanów Zjednoczonych, dowodzą, że choć wrogie komentarze dotyczą wszystkich aktorów politycznych, to kobiety zdecydowanie częściej stają się celem ataków odwołujących się do ich tożsamości płciowej, podczas gdy mężczyźni doświadczają głównie krytyki merytorycznej lub związanej z pełnioną funkcją (Lühiste i in., 2025).

Dodatkowego kontekstu dostarcza metaanaliza Daphne Van der Pas i Loes Aaldering (2020), obejmująca 90 badań nad ponad 25 tysiącami polityków oraz około 750 tysiącami materiałów medialnych. Autorki pokazują, że choć ogólny poziom widoczności kobiet i mężczyzn w mediach nie zawsze różni się znacząco, to w systemach proporcjonalnych – a więc takich jak system wyborczy w Polsce – polityczki otrzymują istotnie mniej uwagi niż politycy, a treści na ich temat częściej koncentrują się na wyglądzie, życiu prywatnym oraz „wiarygodności” kandydatek. Metaanaliza wskazuje również na subtelne, lecz systematyczne różnice w jakości przekazu: kobiety częściej niż mężczyźni opisywane są przez pryzmat stereotypowych cech oraz tematów „kobiecych”, a ich szanse wyborcze są częściej kwestionowane (Van der Pas, Aaldering, 2020). Wnioski te wzmacniają teoretyczne założenia dotyczące roli ram interpretacyjnych i stereotypów płci w procesie mediatyzacji polityki oraz sugerują, że dyskryminujące ramy obecne w przekazach medialnych mogą przekładać się zarówno na ograniczanie widoczności

kobiet w sferze publicznej, jak i na reprodukcję postrzegania polityki jako domeny „męskiej”.

Na tle powyższych ustaleń polski kontekst – charakteryzujący się wysokim poziomem polaryzacji, intensywnym wykorzystaniem mediów społecznościowych w komunikacji politycznej oraz rosnącą liczbą kobiet obecnych w instytucjach przedstawicielskich – stanowi szczególnie istotne pole badawcze. Analiza dezinformacji opartej na tożsamości, wymierzonej w kobiety zaangażowane politycznie, pozwala nie tylko uchwycić mechanizmy ich delegitymizacji jako aktorek politycznych, lecz także lepiej zrozumieć, w jaki sposób ramy interpretacyjne oparte na płci są reprodukowane, negocjowane i kontestowane w cyfrowej sferze publicznej.

W powyższym kontekście, wybór do analizy polityczek i polityków Nowej Lewicy nie jest przypadkowy. Partia ta jako jedyna w polskim parlamencie wyraźnie zdefiniowała się jako ugrupowanie feministyczne i równościowe, czego dowodem są zarówno jej deklaracje programowe, jak i praktyki kadrowe. W kampanii parlamentarnej 2023 roku Nowa Lewica poświęciła szczególną uwagę zagadnieniom praw reprodukcyjnych, związków partnerskich, mieszkalnictwa społecznego oraz przeciwdziałania przemocy ze względu na płeć (Nowa Lewica, 2023). Z formalnego punktu widzenia, kobiety stanowią 46,2% klubu parlamentarnego Nowej Lewicy w Sejmie oraz 37,5% w Senacie, co czyni ten klub najbardziej sfeminizowanym spośród wszystkich klubów parlamentarnych (Sejm RP, b.d.). Dla porównania – ogółem kobiety stanowią jedynie 29,3% członków Sejmu X kadencji i zaledwie 19% członków Senatu, co pokazuje istotną dysproporcję reprezentacyjną (Kancelaria Senatu RP, b.d.).

Polityczki Nowej Lewicy, jako najliczniejsza grupa kobiet zasiadająca w parlamencie, wyróżniają się jednocześnie najbardziej konsekwentnym artykułowaniem postulatów równościowych. Ta widoczność oraz silne zaangażowanie w kwestie równościowe sprawiają, że stają się one szczególnie podatne na symboliczne ataki, dyskursywne wykluczenie oraz seksistowską dezinformację. Analiza narracji towarzyszących ich działalności w przestrzeni mediów społecznościowych – w szczególności na platformie X – pozwala z jednej strony uchwycić skalę i dynamikę zjawisk takich jak mowa nienawiści czy dezinformacja, z drugiej zaś wnosi istotny wkład w rozwój badań nad reprezentacją polityczną kobiet w Polsce. Tym samym umiejscawia te zjawiska w szerszym kontekście cyfrowych form przemocy oraz symbolicznej kontroli sprawowanej nad kobietami funkcjonującymi w przestrzeni publicznej. Dodatkowo, uwzględnienie w analizie polityków mężczyzn Nowej Lewicy pozwala uchwycić mechanizmy delegitymizacji w szerszym ujęciu – nie tylko przez pryzmat płci, lecz także ideologicznego zakorzenienia. Porównanie obu grup umożliwia identyfikację różnic i podobieństw w strukturze oraz intensywności dyskursywnych ataków, a tym samym pozwala lepiej zrozumieć, w jaki sposób przynależność do tej samej formacji politycznej, przy odmiennym kodzie płciowym, wpływa na charakter cyfrowej przemocy symbolicznej. Taka perspektywa wzmacnia analityczną precyzję i pozwala unikać redukcjonizmu w opisie zjawisk politycznej nienawiści i dezinformacji.

Wstępne obserwacje wskazują na istotny deficyt rzetelnych, empirycznych opracowań dotyczących wzorców wytwarzania i amplifikacji narracji dezinformacyjnych skierowanych wobec polityczek i polityków Nowej Lewicy na platformie X (dawniej Twitter), w okresie od stycznia do czerwca 2025 roku. Dotychczasowe analizy nie uwzględniają

w sposób systematyczny: (a) dominujących kategorii narracyjnych oraz towarzyszących im narracji wtórnych, (b) najczęściej aktywowanych markerów tożsamości – w tym także tych o charakterze intersekcjonalnym, takich jak przecięcie płci i przynależności partyjnej, a także (c) mechanizmów wzmacniania, podważania lub przekształcania tych narracji przez użytkowników platformy.

Celem niniejszego artykułu jest przeprowadzenie szczegółowej analizy narracji dezinformacyjnych dotyczących parlamentarzystów Nowej Lewicy zasiadających w polskim Sejmie i Senacie w pierwszym półroczu 2025 roku. Badanie zostało oparte na jakościowej analizie treści publikowanych na platformie X, przy zastosowaniu narzędzi umożliwiających mapowanie narracji oraz identyfikację aktywnych markerów tożsamości. Zastosowano metodologię krytycznej analizy dyskursu (KAD), wzbogaconą o podejście feministyczne oraz wybrane elementy analizy konwersacyjnej. Szczególna uwaga została poświęcona sposobom konstruowania wizerunku polityczek i polityków przez pryzmat stereotypizacji płciowej, życia prywatnego oraz przypisywanych im ról społecznych.

Projektując badanie wyodrębniono następujące pytania badawcze:

1. Jaka jest najczęściej występująca narracja dominująca i narracja dodatkowa w analizowanych postach?
2. Który marker tożsamości jest wykorzystywany najczęściej?
3. Czy pojawiają się intersekcjonalne markery tożsamości; jeśli tak, to jakie?
4. Czy narracje wtórne w komentarzach wzmacniają, podważają, czy też transformują narrację pierwotnie zarysowaną w treści posta?
5. Które narracje są najczęściej wzmacniane w treściach posta?

Następnie wyprowadzono następujące hipotezy badawcze:

H1: Treści dominujące.

H1a. Udział narracji o *braku kompetencji/niskim intelekcie* jest najwyższy spośród wszystkich narracji dominujących w postach dotyczących kobiet, z kolei w przypadku mężczyzn dominuje udział narracji dyskredytujących ich postawę moralną.

H1b. Wśród narracji dodatkowych najczęstsza dla kobiet jest narracja dotycząca emocjonalności, a dla mężczyzn narracja dotycząca braku kompetencji.

Operacjonalizacja: porównanie udziałów (p) poszczególnych kategorii narracji w zbiorze postów; testy proporcji / regresja logistyczna wielomianowa.

H2: Główny marker tożsamości

Najczęściej wykorzystywanym markerem tożsamości w postach dotyczących kobiet jest płeć, w przypadku mężczyzn markerem tym jest lewicowość (M-G, M-PP) – jego udział > udział jakiegokolwiek innego pojedynczego markera.

Operacjonalizacja: testy proporcji.

H3: Intersekcjonalność markerów tożsamości

H3a. Występują intersekcjonalne markery tożsamości.

H3b. Najczęściej spotykaną kombinacją intersekcjonalną jest M-PP + M-G (przynależność partyjna + płeć) w przypadku kobiet a M-PP + M-M (przynależność partyjna + moralność) w przypadku mężczyzn – jej udział > udział każdej innej kombinacji (np. M-G + marker rasowy)

Operacjonalizacja: identyfikacja par (i ew. trójek) markerów na poziomie posta; porównanie udziałów.

H4: Rola komentarzy wobec narracji pierwotnej

H4a. Narracje wtórne w komentarzach częściej wzmacniają narrację pierwotną niż ją transformują lub podważają: $p(\text{wzmacnianie}) > p(\text{transformacja}) > p(\text{podważanie})$.

H4b. Gdy zachodzi transformacja, najczęściej przybiera formę eskalacji w kierunku narracji seksualizujących (kobiety) lub negujących moralność polityczną (mężczyźni).
Operacjonalizacja: klasyfikacja relacji komentarz $\leftrightarrow$ post (wzmacnia/podważa/transformuje) i typów transformacji; porównanie udziałów.

H5: Wzmacniane narracje

H5a. W komentarzach dotyczących kobiet najczęściej wzmacnianą narracją dominującą jest narracja o braku kompetencji/niskim intelekcie, zaś w przypadku mężczyzn – narracja negatywnie oceniająca ich orientację lewicową.

H5b. Drugą najczęściej wzmacnianą narracją dotyczącą kobiet jest ta dotycząca wyglądu, a w przypadku mężczyzn – dyskredytująca ich moralność.

Operacjonalizacja: dla postów z określoną narracją pierwotną liczymy odsetek wątków, w których przeważają komentarze wzmacniające; porównanie udziałów między kategoriami.

Jednostką analizy był post (dla H1–H3 i H5) oraz para post–komentarze (dla H4), a podstawową miarą – udział (proporcja) danej kategorii w całym korpusie; porównania realizowano testami dwóch lub wielu proporcji z poprawką Bonferroniego oraz modelami GLM (logit/multinom). Dla zapewnienia rzetelności kodowania co najmniej 10% korpusu poddano podwójnemu kodowaniu, a zgodność ocen weryfikowano współczynnikami Cohen's κ i Krippendorff's α , przyjmując próg $\geq 0,70$.

Dezinformacja oparta na tożsamościach vs. Dezinformacja oparta na płci

Współczesna literatura przedmiotu wyróżnia dwa zasadnicze typy dezinformacji ukierunkowanej na aspekt genderowy: „upłciowioną dezinformację” (*gendered disinformation*), określaną również jako „dezinformację opartą na płci” (*gender-based disinformation*), oraz „dezinformację opartą na tożsamości” (*identity-based disinformation*). Pierwszy z tych terminów – węższy znaczeniowo – odnosi się do fałszywych lub manipulowanych informacji, których celem jest wyrządzenie szkody kobietom lub osobom o zróżnicowanej tożsamości płciowej bądź orientacji seksualnej (Internet Governance Forum, 2021, s. 3). Obejmuje on działania dezinformacyjne, takie jak tworzenie, udostępnianie czy rozpowszechnianie treści, które podważają pozycję danej osoby ze względu na jej płeć bądź instrumentalizują narracje związane z płcią w celu realizacji określonych celów politycznych, społecznych lub ekonomicznych (Judson i in., 2020, s. 12).

Druga z kategorii – dezinformacja oparta na tożsamości – posiada szerszy zakres znaczeniowy i odnosi się do przekazów zawierających fałszywe lub wprowadzające w błąd twierdzenia, powiązane z płcią, seksualnością, rasą, pochodzeniem etnicznym, religią bądź innymi markerami tożsamości. Jak definiuje to Europejska Służba Działań Zewnętrznych (EEAS, 2024a), celem takich działań jest uciszenie, osłabienie lub represjonowanie grup społecznych o zmarginalizowanym już wcześniej statusie.

Badania empiryczne prowadzone w kontekście wyborczym w Stanach Zjednoczonych pokazują, że największą podatność na dezinformację i przemoc online wykazują

osoby należące jednocześnie do więcej niż jednej stygmatyzowanej grupy – np. kobiety nie białe. Ataki wobec nich najczęściej łączą komponenty rasowe i płciowe z elementami zniesławiającymi lub dezinformacyjnymi (CDT, 2022). Mechanizm tej skuteczności został trafnie ujęty w analizie strategicznej Hybrid CoE, zgodnie z którą operacje informacyjne uzyskują największy rezonans wówczas, gdy wykorzystują już istniejące linie podziału społecznego oraz nakładają na siebie wiele markerów tożsamości, aktywizując tym samym szersze spektrum stereotypów, poszerzając potencjalny zasięg przekazu i zwiększając skuteczność delegitymizacji osób publicznych (Gjørsv, Jalonen, 2023). W efekcie treści, które łączą płć z innymi osiami tożsamości – takimi jak rasa, religia czy pochodzenie – nie tylko częściej pojawiają się w przestrzeni medialnej, lecz także okazują się bardziej efektywne w procesach uciszania, podważania wiarygodności i wywoływania wrogich reakcji społecznych niż przekazy oparte na pojedynczym wymiarze (CDT, 2022; Gjørsv, Jalonen, 2023).

Z uwagi na przedmiot niniejszego badania – skoncentrowanego na analizie treści dotyczących polityków i polityczek Nowej Lewicy – zasadnym wyborem metodologicznym było przyjęcie szerszej kategorii „dezinformacji opartej na tożsamości”, która uwzględnia możliwość jednoczesnego wykorzystania wielu markerów tożsamości. W związku z tym w procesie kodowania uwzględniono dodatkową kategorię analityczną: „markery tożsamości”, pozwalającą określić, czy płć pełni rolę dominującego markera w przypadku polityczek oraz w jakich konfiguracjach marker ten najczęściej współwystępuje z innymi.

Dezinformację opartą na tożsamości należy postrzegać nie jako zbiór odosobnionych incydentów, lecz jako strukturalny i powtarzalny wzorec przemocy komunikacyjnej o charakterze politycznym – nakierowany na podtrzymywanie hegemonicznego *status quo* w dostępie do władzy (Krook, 2020, s. 23–24, 115–116; Krook, Restrepo Sanín, 2020, s. 740–743). Takie ujęcie jest zgodne z ustaleniami literatury poświęconej przemocy wobec kobiet w polityce, która wskazuje na zróżnicowane – ze względu na płć – motywy, formy i skutki (ang. *gendered motives, forms, impacts*) tego rodzaju ataków. Ujęcie to akcentuje, że płć determinuje zarówno przyczyny, jak i sposób realizacji przemocy symbolicznej, a także jej konsekwencje dla uczestnictwa kobiet w życiu politycznym i ich reprezentacji (Bardall, Bjarnegård, Piscopo, 2020, s. 916–918). W tym kontekście dezinformacja oparta na markerze płci stanowi jedną z form tego szerszego schematu przemocy – wykorzystując stereotypy płciowe, delegitymizuje kompetencje i podważa wiarygodność kobiet i mężczyzn w przestrzeni publicznej, zmierzając do ograniczenia ich widoczności i sprawczości (Krook, 2020, s. 23–24; Krook, Restrepo Sanín, 2020, s. 742–743).

W wymiarze komunikacyjnym dezinformacja oparta na tożsamości działa przede wszystkim jako technika ramowania relacji „my–oni”, wzmacniając istniejące – bądź łatwo konstruowane – linie podziału społecznego. Taki sposób konstruowania przekazu sprzyja eskalacji napięć w debacie publicznej oraz erozji zaufania społecznego (Gjørsv, Jalonen, 2023, s. 2–4). Jej skuteczność opiera się na celowym aktywowaniu markerów tożsamości, które są już silnie skorelowane z istniejącymi uprzedzeniami – co ułatwia rezonans przekazu, intensyfikuje polaryzację i umożliwia delegitymizację zarówno osób publicznych, jak i całych grup mniejszościowych (Gjørsv, Jalonen, 2023, s. 3–4). Potwierdzeniem tego mechanizmu jest analiza działań rosyjskiej *Internet Research Agency*,

której kampanie informacyjne w sposób systematyczny eksploatowały podziały tożsamościowe – w tym zwłaszcza na tle rasowym – aby zaostreżać wewnętrzne konflikty i wpływać na debatę polityczną w Stanach Zjednoczonych, kierując przekaz m.in. do społeczności afroamerykańskich (Howard i in., 2018, s. 38). Warto podkreślić, że treści odwołujące się do wrogości wobec grup zewnętrznych osiągają wyjątkowo wysoki poziom popularności – wyższy niż ten generowany przez emocje negatywne czy moralno-afektywny język. Jak pokazują badania, narracje wykorzystujące język odnoszący się do „obcych” stanowią najsilniejszy wskaźnik reakcji użytkowników i udostępnień w mediach społecznościowych (Rathje, Van Bavel, van der Linden, 2021, s. 3–5).

Zgodnie z założeniami teorii tożsamości społecznej, już sama kategoryzacja jednostek na grupę „naszą” i „obcą” wystarcza, aby uruchomić mechanizmy faworyzacji własnej grupy oraz uprzedzeń wobec innych. Tego rodzaju struktury poznawcze stają się podatnym gruntem dla działań dezinformacyjnych, nawet wówczas, gdy same podziały mają charakter w dużej mierze wyobrażony (Tajfel i in., 1971, s. 151–153). Analizy przygotowane dla Parlamentu Europejskiego wskazują, że współczesne kampanie dezinformacyjne rzadko są w pełni sfabrykowane; znacznie częściej polegają na przekształcaniu i amplifikowaniu istniejących treści oraz emocji. W ten sposób utrwalają stereotypy społeczne oraz pogłębiają strukturę opozycji „in-group/out-group”, co bezpośrednio zagraża spójności społecznej i osłabia solidarność obywatelską (Szakács, Bognár, 2021, s. 34, 42).

Mimo rosnącej skali i powszechności zjawiska, sama kategoria „dezinformacji opartej na tożsamości” wciąż pozostaje pojęciem rozwijającym się. Przeglądy literatury wskazują na jego relatywną nowość – intensyfikacja badań nastąpiła dopiero po 2020 roku – oraz brak jednolitej, operacyjnej definicji. Wciąż dominują podejścia „miękkie”, takie jak inicjatywy z zakresu edukacji medialnej czy ogólne ramy regulacyjne, przy jednoczesnym braku jednolitych standardów reagowania (Alcantara, Valentim, 2023). Równolegle organizacje międzynarodowe klasyfikują to zjawisko jako nową formę nękania w środowisku cyfrowym, podkreślając konieczność rozwijania bazy dowodowej oraz tworzenia jasnych wytycznych operacyjnych (OSCE, 2025, s. 31). W rezultacie działania przeciwdziałające dezinformacji opartej na tożsamości mają obecnie głównie charakter eksperymentalny i są silnie uzależnione od kontekstu instytucjonalnego, kompetencji oraz dostępnych zasobów poszczególnych państw.

W Unii Europejskiej ochrona kobiet doświadczających dezinformacji ukierunkowanej na płeć realizowana jest obecnie przede wszystkim w sposób pośredni – poprzez ramy prawne obejmujące zarówno unijne przepisy dotyczące cyberprzestępczości i obowiązków platform cyfrowych, jak i krajowe regulacje dotyczące nękania, zniesławienia, mowy nienawiści czy seksizmu. Przyjęta niedawno dyrektywa (Unia Europejska) 2024/1385 w sprawie zwalczania przemocy wobec kobiet i przemocy domowej ustanawia minimalne standardy penalizacji szeregu form przemocy cyfrowej – w tym m.in. bezprawnego rozpowszechniania treści o charakterze intymnym – co pośrednio zapewnia ochronę również ofiarom dezinformacyjnych kampanii wymierzonych w kobiety (Unia Europejska, 2024). Równolegle obowiązujące rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (Unia Europejska) 2022/2065 – znane jako Akt o Usługach Cyfrowych (*Digital Services Act*) – nakłada na bardzo duże platformy internetowe obowiązek oceny i ograniczania ryzyka związanego z rozpowszechnianiem dezinformacji oraz narusze-

niami praw podstawowych, w tym treści stanowiących formę przemocy symbolicznej wobec kobiet (Unia Europejska, 2022, art. 34).

W polskim porządku prawnym brakuje obecnie ustawowo wyodrębnionej kategorii „dezinformacji opartej na tożsamości”. Niemniej jednak ofiary tego rodzaju kampanii mogą dochodzić swoich praw w oparciu o szereg rozproszonych środków prawnych – w tym instrumenty prawa karnego (zniesławienie, zniewaga, stalking – k.k. art. 212, 216, 190a), cywilnego (ochrona dóbr osobistych – k.c. art. 23–24), prasowego (prawo do sprostowania – Prawo prasowe, art. 31a) oraz mechanizmy skarg i moderacji wynikające z przepisów Aktu o Usługach Cyfrowych (Unia Europejska, 2022). Brak wyraźnego uwzględnienia przesłanki „płeć” w obowiązujących przepisach o mowie nienawiści ogranicza jednak zakres ochrony symbolicznej i może osłabiać skuteczność reakcji instytucjonalnych.

Mowa nienawiści jako narzędzie dezinformacji

Choć z analitycznego punktu widzenia mowa nienawiści i dezinformacja stanowią dwa odrębne zjawiska – pierwsza koncentruje się na atakowaniu tożsamości, druga zaś operuje fałszywymi przekonaniami – w praktyce bardzo często współwystępują. Wynika to z faktu, że nacechowane emocjonalnie inwektywy tożsamościowe pełnią funkcję „nośnika afektu”, zwiększającego zarówno przyswajalność, jak i dystrybucję treści fałszywych lub manipulacyjnych (Lazer i in., 2018, s. 1146–1151; EEAS, 2024, s. 3–6). Zgodnie z klasycznymi teoriami komunikowania, skuteczność dezinformacji oraz propagandy nie musi polegać na bezpośredniej zmianie postaw odbiorców; wystarczające okazuje się zdobycie ich uwagi i wprowadzenie określonych ram interpretacyjnych, przez które filtrowane są następnie przekazy informacyjne (Lazer i in., 2018, s. 1146–1148). W tym procesie mowa nienawiści odgrywa kluczową rolę, oferując stygmatyzujące etykiety, które przenoszą ciężar debaty publicznej z meritum na konflikt tożsamościowy, a jednocześnie uwiarygadniają fałszywe twierdzenia o rzekomym zagrożeniu ze strony „innych” – zarówno grup wewnętrznych, jak i zewnętrznych (Gjerv, Jalonen, 2023, s. 3–4). Aktorzy zaangażowani w kampanie dezinformacyjne celowo splatają najbardziej rezonujące w danej grupie docelowej ramy tożsamościowe z nieprawdziwymi informacjami, aby zwiększyć ich popularność i zainteresowanie ze strony mediów oraz użytkowników platform społecznościowych (Lazer i in., 2018, s. 1148–1150).

Z perspektywy psychologii społecznej, szczególne znaczenie w procesie przyswajania dezinformacji odgrywa mowa nienawiści oraz inwektywy zakorzenione w narracjach tożsamościowych. Teoria tożsamości społecznej wskazuje, że już sama kategoryzacja społeczna na grupę „my” i „oni” uruchamia mechanizmy faworyzowania własnej grupy oraz wzmacnia podatność na negatywne przekazy dotyczące grup obcych (Tajfel i in., 1971, s. 149–153). Gdy dezinformacja zostaje sprzęgnięta z silnymi sygnałami tożsamościowymi – zwłaszcza spolaryzowanymi i nacechowanymi emocjonalnie – jej odbiorcy wykazują niższy opór poznawczy oraz wyższą podatność perswazyjną, co czyni taki rodzaj dezinformacji bardziej skutecznym (Fiske i in., 2002, s. 890–899).

Na współczesnych platformach społecznościowych treści nacechowane wrogością wobec grup zewnętrznych oraz moralno-emocjonalnym językiem okazują się szczególnie

skuteczne w generowaniu zasięgu. Analiza milionów wpisów dowodzi, że użycie określeń o ładunku moralno-emocjonalnym znacząco zwiększa prawdopodobieństwo udostępnienia danego komunikatu (Brady i in., 2017, s. 7313–7318). Jednocześnie efekt nowości oraz pobudzenie emocjonalne dodatkowo sprzyjają rozpowszechnianiu treści fałszywych, szczególnie w obszarze informacji politycznej (Vosoughi, Roy, Aral, 2018, s. 1146–1151). Gdy do tego układu dołączane są bodźce tożsamościowo-wrogie – jak np. mowa nienawiści – obserwujemy dalsze wzmocnienie efektu: treści stają się bardziej angażujące, a tym samym częściej promowane przez algorytmy i w społecznościach online (Brady i in., 2017, s. 7315–7317). W konsekwencji, mowa nienawiści pełni rolę katalizatora dezinformacji – poprzez wbudowywanie elementów wrogości i oburzenia w przekaz, zwiększa jego widoczność algorytmiczną, a tym samym poszerza ekspozycję odbiorców na towarzyszące mu fałszywe twierdzenia (Brady i in., 2017, s. 7315–7317; Vosoughi i in., 2018, s. 1148–1150).

Najnowsze raporty instytucji unijnych jednoznacznie wskazują na wyraźnie genderowy charakter mowy nienawiści w mediach społecznościowych. Kobiety – w szczególności te obecne w przestrzeni publicznej, pełniące funkcje polityczne lub angażujące się w działania na rzecz równości – stanowią grupę szczególnie narażoną na cyfrową przemoc o charakterze seksualizującym, mizoginicznym oraz moralizującym (Mendes, Ringrose, Keller, 2019; FRA, 2022). Zgodnie z danymi zawartymi w ósmym raporcie z monitoringu Kodeksu postępowania Komisji Europejskiej (European Commission, 2024), treści sklasyfikowane jako mowa nienawiści motywowana płcią stanowiły 9,3% wszystkich zgłoszeń. Jednocześnie badania jakościowe wskazują, że kobiety z grup mniejszościowych – m.in. migrantki czy osoby nieheteronormatywne – są celem intersekcyjnych form przemocy słownej (FRA, 2021). W przypadku Polski problem ten przybiera szczególnie widoczne formy w okresach wzmóżonej polaryzacji politycznej – kobiety identyfikowane z poglądami lewicowymi lub feministycznymi stają się wówczas obiektem zmasowanych ataków w przestrzeni cyfrowej, często z wykorzystaniem narracji seksualizujących lub nacjonalistycznych (FRA, 2023). Mimo rosnącej skali zjawiska, przemoc ta wciąż pozostaje niedostatecznie raportowana i penalizowana, co przyczynia się do jej normalizacji oraz ogranicza swobodę uczestnictwa kobiet w życiu publicznym.

Należy jednak podkreślić, że mowa nienawiści w Internecie, choć częściej analizowana w kontekście mizoginii, dotyka również mężczyzn – szczególnie tych pełniących funkcje publiczne lub wyłamujących się z dominujących wzorców męskości. W przestrzeni cyfrowej mężczyźni stają się celem ataków o charakterze homofobicznym, przemocowym czy kwestionującym ich męskość, co nierzadko łączy się z próbą delegitymizacji ich ról społecznych (Burns, 2025). Jak zauważa Duggan (2025), choć dyskurs prawny i medialny rzadko traktuje nienawiść wobec mężczyzn jako przestępstwo z nienawiści, to jednak w sferze społecznej przejawy takiej przemocy mają realne konsekwencje psychologiczne i zawodowe. W szczególności politycy, utożsamiani z ideologią lewicową lub prezentujący postawy egalitarne, bywają stygmatyzowani jako „niemęscy”, „słabi” lub „zdrajcy”, co może przyjmować formy dyskursywnej przemocy utrwalanej w mediach społecznościowych (Cathcart-Jones i in., 2025). Tego rodzaju narracje nierzadko łączą się z lękiem przed utratą dominacji mężczyzn w przestrzeni publicznej i są wzmacniane przez populistyczne lub nacjonalistyczne strategie komunikacyjne (Wagner, Carlson, 2025).

Metodologia badania

W ramach badania uwzględniono 18 posłów i senatorów oraz 12 posłanek i senatorek Nowej Lewicy zasiadających w Sejmie i Senacie RP w kadencji 2023–2027. W analizie znalazły się także treści dotyczące Magdaleny Biejat, kandydatki w wyborach prezydenckich w 2025 roku. Materiał badawczy obejmował ich aktywność medialną na platformie X (dawniej Twitter) w okresie od stycznia do czerwca 2025 roku i uwzględniał zarówno wpisy publikowane bezpośrednio przez polityków i polityczki, jak i treści tworzone przez innych użytkowników – w tym osoby publiczne oraz konta prywatne. Selekcję postów oparto na kryterium ich popularności, przyjmując jako warunek minimalny próg 300 polubień. Dane pozyskiwano za pomocą funkcji zaawansowanego wyszukiwania platformy X, zawężając wyniki do fraz obejmujących nazwisko lub nazwę użytkownika danej osoby. Takie podejście pozwoliło zgromadzić materiały zarówno z oficjalnych profili, jak i z wpisów pochodzących z innych źródeł odnoszących się do badanych polityków i polityczek.

Łącznie zgromadzono i przeanalizowano 778 postów, obejmujących zarówno wpisy pierwotne, jak i towarzyszące im komentarze użytkowników. Badanie treści przeprowadzono w oparciu o jakościową strategię analityczną, która umożliwiła identyfikację narracji głównej oraz narracji uzupełniających w każdym poście. Dodatkowo zbadano 1114 komentarzy, co pozwoliło na wyodrębnienie narracji wtórnych formułowanych w reakcji na komunikat bazowy. Analiza szczegółowo uwzględniała, w jakim stopniu komentarze wzmacniają, osłabiają bądź przekształcają narrację nadaną przez autora posta. W sytuacjach, w których w sekcji komentarzy pojawiało się więcej niż jedno znaczące ujęcie interpretacyjne, wyodrębniano do trzech najczęściej występujących, spójnych znaczeniowo narracji peryferyjnych. Następnie każdą z narracji sklasyfikowano według ustalonych kategorii tematycznych (politycznych, społecznych, personalnych), równocześnie rejestrując relacje intertekstualne zachodzące między treścią wpisów a odpowiedziami odbiorców.

Szczególny nacisk położono na analizę sposobów konstruowania wizerunku polityczek poprzez pryzmat stereotypów płciowych, odniesień do ich sfery prywatnej oraz przypisywanych im ról społecznych, takich jak matka, żona, aktywistka czy „kobieta empatyczna” w opozycji do „kobiety agresywnej”. Kategorie te zostały wyprowadzone z teoretycznych ram feministycznej krytyki mediów, która podkreśla, że reprezentacje kobiet w przestrzeni publicznej – w tym w mediach społecznościowych – często odtwarzają tradycyjne, patriarchalne schematy płci (van Zoonen, 1994; Ross, 2010).

W ramach feministycznej analizy dyskursu medialnego szczegółowo badano częstotliwość występowania strategii komunikacyjnych opartych na infantylizacji, seksualizacji oraz podważaniu kompetencji politycznych kobiet i mężczyzn z powodu ich płci. Przedmiotem analizy było także to, w jakim zakresie komentujący koncentrowali się na takich aspektach, jak wygląd, wiek, sposób bycia czy życie rodzinne osób publicznych, zamiast odnosić się do ich aktywności programowej, decyzji politycznych czy pracy legislacyjnej. Praktyki te wpisują się w szerszy mechanizm symbolicznego marginalizowania kobiet w życiu publicznym poprzez przesuwanie akcentu z ich profesjonalnych kwalifikacji na cechy prywatne i emocjonalne – zjawisko szeroko udokumentowane we wcześniejszych badaniach nad medialnymi reprezentacjami kobiet w polityce (Lovenduski, 2005; Srebrny, van Zoonen, 2000).

Z kolei stereotypy płci dotyczące mężczyzn w polityce przedstawiają ich często jako naturalnie asertywnych, racjonalnych i predestynowanych do kierowania kluczowymi obszarami polityki, takimi jak bezpieczeństwo, obrona czy gospodarka (Connell, 2005; Sjoberg, 2014). Oczekiwania te wzmacniają tradycyjne normy męskości – twardość, emocjonalną powściągliwość oraz konflikt – jednocześnie deprecjonując udział mężczyzn w obszarach opiekuńczych, współpracujących i społecznych, takich jak zdrowie, edukacja czy polityka socjalna (Krook, O'Brien, 2012). Stereotypy te kształtują zachowania polityczne, percepcję wyborczą oraz medialne reprezentacje w różnych systemach politycznych. W Wielkiej Brytanii kultura konfrontacyjnych debat parlamentarnych wzmacnia oczekiwania agresywnej, rywalizacyjnej męskości (Lovenduski, 2005). Z kolei w Rosji i Turcji przywódcy często wykorzystują hipermaskulinistyczne narracje i wizerunek „ojców narodu”, aby umacniać swoją władzę (Sperling, 2015; Korkut, 2020).

Zastosowanie perspektywy łączącej badania nad męskością z feminizmem umożliwiło uchwycenie sposobów, w jakie media konstruują i negocjują wizerunki analizowanych polityków i polityczek, a także pozwoliło wskazać, kiedy określone reprezentacje są utrwalane, a kiedy podważane w przestrzeni cyfrowej. Analiza opierała się na tradycji krytycznych studiów nad mediami oraz koncepcjach społecznego konstruowania płci, co stworzyło podstawy do głębszego odczytania nie tylko publikowanych treści, lecz również kulturowych układów władzy reprodukowanych w internetowych narracjach.

Wyniki

Analiza aktywności na platformie X (I–VI 2025) dotyczącej 18 posłów i senatorów oraz 12 posłanek i senatorek Nowej Lewicy zasiadających w Sejmie i Senacie RP – w tym kandydatki na urząd Prezydenta RP Magdaleny Biejat – ujawnia silną koncentrację uwagi na wybranych polityczkach i politykach oraz: w przypadku mężczyzn – dominację narracji odnoszącej się do ich lewicowej orientacji (widoczne narracje dotyczące PZPR-owskiej genezy ich postawy), a w przypadku kobiet dominację narracji deprecjonujących ich kompetencje.

W przypadku mężczyzn 26% całego korpusu dotyczyło Tomasza Treli, w przypadku kobiet aż 31% całego korpusu dotyczyło Magdaleny Biejat, a po 20% Anny Marii Żukowskiej i Katarzyny Kotuli; część parlamentarzystów i parlamentarzystek w ogóle nie pojawiła się w zbiorze. Najczęściej identyfikowanym markerem tożsamości wśród kobiet był marker przynależności partyjnej/lewicowości (M-PP, 48%), przy czym w 30% przypadków nie dało się jednoznacznie wyodrębnić markera (M-0). W przypadku markera tożsamości dla mężczyzn również najczęściej notowany był marker przynależności partyjnej/lewicowości (M-PP, 43%). Zwiększało to podatność przekazu na intersekcyjnalne ramy deprecjonujące, pozwalając jednocześnie aktywować stereotypy płciowe i plemienne (partyjne). Podwójne oznaczenie tożsamości pojawiało się relatywnie często w przypadku kobiet (14%), z przewagą kombinacji płeć + przynależność partyjna (M-PP+M-G), co sugeruje, że ocena polityczek odbywa się jednocześnie przez pryzmat ich płci i afiliacji ideologicznej. W przypadku mężczyzn takie podwójne oznaczenie pojawiło się w 16% korpusu z przewagą kombinacji przynależność partyjna + marker afektywno-symboliczny kłamcy i polityka nieetycznego (M-PP+M-AS).

W warstwie treściowej na temat kobiet dominowała narracja o rzekomym braku kompetencji lub niskim intelekcie („głupia posłanka”, „debilka”, „bezmózgowie”), obejmując 41% próby. Drugim silnym wątkiem była niemoralność w kontekście praw reprodukcyjnych (20%; np. „zabójczyni dzieci”, „aborcjonistka”). Narracje dodatkowe pojawiły się w 34% postów i najczęściej dotyczyły motywu braku moralności i etyki (20%) oraz negatywnie wartościowanej lewicowości („komuch”, 10%). Ten układ – niski zakres kompetencji + niemoralność – dostarcza łatwej matrycy do produkcji i recyklingu treści, które następnie są amplifikowane w komentarzach. Kontrnarracje pojawiają się rzadko (ok. 20%) i najczęściej dotyczą kwestii reprodukcyjnych, co ogranicza korektę błędnych informacji oraz przesuwają spór z faktów na emocjonalne etykiety.

W przypadku mężczyzn dominowała negatywna narracja na temat lewicowej orientacji („komuch”, „czerwona zaraza”, „PZPR-owiec”, „bolszewik”), objęła ona 33% próby, drugim – zdecydowanie słabszym wątkiem narracyjnym (14% próby) charakteryzującym mężczyzn Nowej Lewicy była niemoralność w kontekście uzależnienia od alkoholu („pijak”, „alkus”, „łżepij”). Narracje dodatkowe pojawiły się w 69% postów, przy czym najczęściej dotyczyły one negatywnie wartościowanej lewicowości („komuch”, „czerwony”, 34%) oraz w kilku przypadkach antypolskości („Żydokomuna”, „Niemczuch”, „Niemiec nie Polak”, „Żydek” w sumie 18%).

W analizie komentarzy dotyczących polityczek najczęstszą wtórną narracją była ta, która podważała ich kompetencje – obecna w 27% przypadków. Często pojawiały się również przekazy odnoszące się do domniemyanych problemów ze zdrowiem psychicznym (24%, np. „do psychiatryka z nią”) oraz negatywnie oceniające lewicowy światopogląd (również 24%). W dalszej kolejności odnotowano narracje moralizujące, związane z prawami reprodukcyjnymi (20%) oraz odniesieniami do polityki historycznej (20%, np. „antypolskie ścierwo”). Istotną kategorią były także treści antysemickie, pojawiające się w 17% komentarzy (np. „żydokomuna”, „żyBieja”). Komentarze skierowane do polityków Nowej Lewicy zdominowane były przez wtórną narrację piętnującą ich lewicowość – obecna aż w 39% przypadków (np. „komuszysko”). Kolejną istotną kategorię stanowiły zarzuty o niemoralność, szczególnie w kontekście nadużywania alkoholu (16%).

Narracją dominującą, która była najczęściej wzmacniana w komentarzach dotyczących kobiet, był przekaz kwestionujący ich kompetencje i intelekt polityczny – aż w 80% przypadków to właśnie ta narracja była powielana i wzmacniana. Drugą najczęściej potwierdzaną narracją dominującą były oskarżenia o niemoralność – zarówno w kontekście praw reprodukcyjnych, jak i polityki historycznej – obecne w 65% przypadków. Kontrnarracje pojawiały się rzadko (ok. 20%) i jeśli już były obecne, najczęściej odnosiły się do kwestii związanych z reprodukcją. Znaczną część interakcji w tej grupie stanowiły komentarze o charakterze transformującym – prowadzącym do eskalacji ocen negatywnych lub intensyfikacji mowy nienawiści. W przypadku polityczek dotyczyło to aż 73% komentarzy. Najczęstsze kierunki tej transformacji obejmowały treści antysemickie (17%), homofobiczne (10%) oraz seksualizujące (10%).

W odniesieniu do polityków, najczęściej wzmacnianą narracją dominującą była ta, która podkreślała ich rzekomą komunistyczną lub wręcz bolszewicką tożsamość – pojawiła się w 64% przypadków. Kontrnarracje były nieliczne (15%) i zazwyczaj koncentrowały się wokół kwestii sprawczości oraz skuteczności działania polityków. Komen-

tarze transformujące również odgrywały istotną rolę – aż 72% z nich prowadziło do pogłębienia negatywnej oceny lub wzmożenia natężenia mowy nienawiści. Najczęściej pojawiające się dodatkowe wątki to oskarżenia o alkoholizm (14%), przemoc wobec kobiet (np. „damski bokser”, 11%) oraz elementy homofobiczne (11%). Powtarzalne motywy zdrowia psychicznego, antysemityzmu i niemoralności w sekcji komentarzy działają jako delegitymizacja *ad personam* – ułatwiają odwracanie uwagi od meritum i legitymizują dalsze rozpowszechnianie szkodliwych twierdzeń.

Zestawienie powyższych wyników wskazuje na silnie spolaryzowany charakter dyskursu wokół polityków i polityczek Nowej Lewicy w badanym okresie. W przypadku kobiet delegitymizacja oparta była głównie na podważaniu ich kompetencji, oskarżeniach moralnych oraz tożsamościowych, przy jednoczesnej niewielkiej obecności głosów korygujących. W przypadku mężczyzn natomiast dominowały narracje deprecjonujące ich lewicową tożsamość i jej komunistyczne korzenie. Wzorzec ten wskazuje, że dyskurs wokół polityczek funkcjonuje w logice podwójnego sprzężenia: tożsamościowe etykietowanie (płeć + ideologia) otwiera drogę do delegitymizacji, zaś mechanizmy platformowe i praktyki komentowania wzmacniają i radykalizują pierwotne przekazy. W konsekwencji środowisko informacyjne sprzyja utrwalaniu stereotypów i polaryzacji, a efektywne przeciwdziałanie powinno łączyć działania wobec rdzeniowych ram delegitymizacji (kompetencje, moralność), ich intersekcyjnych wariantów (płeć + ideologia lewicowa) oraz mechanizmów amplifikacji (sprawna moderacja, szybkie sprostowania, wzmacnianie kontrnarracji).

Wnioski

Na podstawie przeprowadzonej analizy aktywności na platformie X (I–VI 2025) dotyczącej polityków i polityczek Nowej Lewicy, można sformułować następujące wnioski w odniesieniu do postawionych hipotez badawczych:

H1: Treści dominujące

H1a. Analiza danych potwierdza, że narracja o braku kompetencji/niskim intelekcie jest najczęściej występującą narracją dominującą dotyczącą kobiet, obejmującą aż 41% postów. Przekazy te odnoszą się do polityczek jako „głupich”, „debilów” czy „bezmózgowych”, co sugeruje dominację negatywnego, zafałszowanego obrazu. Z kolei w przypadku mężczyzn analiza daje inny rezultat niż zakładana hipoteza – dominuje bowiem udział narracji dyskredytujących ich orientację polityczną/lewicową (33%: („komuch”, „czerwona zaraza”) a nie narracje dyskredytujące postawę moralną.

H1b. Wśród narracji dodatkowych najczęstsza dla kobiet była narracja dotycząca niemoralności w kontekście praw reprodukcyjnych, obejmująca 20% postów, inaczej niż w zakładanej hipotezie. Posty często przypisywały polityczkom takie etykiety jak „zabójczynie dzieci” czy „aborcjonistki”, co wskazuje na silną obecność moralizujących wątków. Wśród mężczyzn natomiast najczęściej wykorzystywaną narracją dodatkową była ta, która dotyczyła negatywnie wartościowanej lewicowości („komuch”, „czerwony”, 34%) oraz w kilku przypadkach antypolskości („Żydokomuna”, „Niemczuch”, „Niemiec nie Polak”, „Żydek” w sumie 18%). Ta hipoteza również nie została potwierdzona.

H2: Główny marker tożsamości

Przeanalizowane posty wskazują, że przynależność partyjna/lewicowość (M-PP) jest najczęściej wykorzystywanym markerem tożsamości, występującym w 48% przypadków dla kobiet i w 43% dla mężczyzn. Tożsamość polityczna była centralnym elementem narracji, często łączona z atakami na ideologię i działania polityczne poszczególnych polityczek i polityków.

H3: Intersekcjonalność markerów tożsamości

H3a i H3b. Z analizy wynika, że intersekcjonalne markery tożsamości występują w badanych postach, a najczęściej pojawiającą się kombinacją w przypadku kobiet była przynależność partyjna + płeć (M-PP+M-G), która wystąpiła w 14% przypadków. Takie połączenie markerów wskazuje na ocenę polityczek zarówno przez pryzmat ich przynależności ideologicznej, jak i ich płci. W przypadku mężczyzn najpowszechniejszą kombinacją było zestawienie przynależność partyjna + marker afektywno-symboliczny kłamcy i polityka nieetycznego (M-PP+M-AS) w 16% przypadków.

H4: Rola komentarzy wobec narracji pierwotnej

H4a. Analiza komentarzy ujawnia, że narracje wtórne częściej wzmacniają narrację pierwotną niż ją podważają lub transformują. W 80% przypadków dotyczących kobiet komentarze wzmacniały narrację o braku kompetencji/niskim intelekcie polityczek, co sugeruje, że negatywne treści są silniej promowane przez użytkowników platformy X. Kontrnarracje stanowiły jedynie 20% komentarzy. W odniesieniu do mężczyzn, w 64% przypadków komentarze wzmacniały narrację o ich rzekomej komunistycznej tożsamości, a kontrnarracje stanowiły zaledwie 15%.

H4b. Gdy zachodziła transformacja narracji, najczęściej przybierała ona formę eskalacji w kierunku narracji nienawistnych, z dominującymi wątkami antysemitycznymi (17%), homofobicznymi (10%) i seksualizującymi (10%) w przypadku kobiet, a w przypadku mężczyzn z dominującą narracją oskarżającą o alkoholizm (14%), przemoc wobec kobiet (11%) oraz narracje homofobiczne (11%). To wskazuje, że komentarze nie tylko wzmacniały pierwotne narracje, ale także wprowadzały je w skrajne formy mowy nienawiści.

H5: Wzmacniane narracje

H5a. Najczęściej wzmacnianą narracją w komentarzach dotyczących kobiet była narracja o braku kompetencji/niskim intelekcie polityczek (80%), co potwierdza, że ten temat jest głównym celem ataków w Internecie, podkreślając rzekomą niską wartość intelektualną polityczek. W odniesieniu do polityków, najczęściej wzmacnianą narracją dominującą była ta, która podkreślała ich rzekomą komunistyczną tożsamość – pojawiła się w 64% przypadków.

H5b. Drugą najczęściej wzmacnianą narracją wobec kobiet była niemoralność, szczególnie w kontekście praw reprodukcyjnych lub polityki historycznej (65%). Wynik ten sugeruje, że tematy obyczajowe, związane z prawami kobiet, są równie często eksploatowane w komentarzach, wzmacniając negatywne obrazy polityczek. W przypadku mężczyzn nie można jednoznacznie wyodrębnić drugiej najczęściej wzmacnianej narracji.

Zestawienie wyników z postawionymi hipotezami wskazuje, że w analizowanym okresie (I–VI 2025) dominująca narracja deprecjonująca polityczki Nowej Lewicy na platformie X dotyczyła braku kompetencji oraz niemoralności, a głównymi markerami

tożsamości były przynależność partyjna i płeć. Intersekcyjne połączenia markerów (M-PP+M-G) były powszechne, a komentarze na platformie X w dużej mierze wzmacniały pierwotne, negatywne narracje, eskalując je do form mowy nienawiści.

Natomiast w odniesieniu do polityków Nowej Lewicy przeważająca narracja deprecjonująca dotyczyła negatywnie określonej lewicowej orientacji, a głównym markerem tożsamości była przynależność partyjna. Widocznie częstym intersekcyjnym połączeniem markerów było zestawienie przynależności partyjnej i markera afektywno-symbolicznego kłamcy i polityka nieetycznego (M-PP+M-AS). Podobnie jak w przypadku kobiet, komentarze w dużym stopniu potęgowały dominujące w postach narracje negatywne. Potwierdza to, że treści dezinformujące wybrane do korpusu badania bardzo często wykorzystują kategorie tożsamościowe, przy czym skuteczną metodą budowania narracji dezinformacyjnej są tożsamości zastosowane intersekcyjnie. Dodatkowo w przypadku kobiet wyraźnie widoczny jest aspekt genderowy dyskredytowania ich pozycji, jak również – oparta na stereotypach a nie wskaźnikach wykształcenia czy doświadczenia – narracja o ich domniemanym braku kompetencji i niskim intelekcie. Na podstawie analizy rekomenduje się systematyczne monitorowanie platformy X, ze szczególnym uwzględnieniem intersekcyjnych połączeń markerów tożsamości, które wzmacniają narracje dezinformacyjne oraz sprzyjają eskalacji negatywnych treści w komentarzach. Konieczne jest również opracowanie strategii szybkiego reagowania na genderowe narracje uderzające w polityczki oraz na deprecjonujące przekazy wobec polityków, a także wdrożenie skutecznych mechanizmów moderacji i współpracy z platformą w celu ograniczania mowy nienawiści i amplifikacji przekazów dezinformacyjnych.

Bibliografia

- Aaldering L., Van der Pas D. (2018), *Political leadership in the media: Gender bias in trait coverage*, „American Political Science Review”, 112(4), s. 1–17.
- Alcantara J., Valentim J. (2023), *Gender-Based Disinformation: A Scoping Review of the Literature, 2013–2023*, „ex æquo”, nr 48, s. 125–145, DOI: 10.22355/exaequo.2023.48.09.
- Bardall G., Bjarnegård E., Piscopo J. M. (2020), *How is Political Violence Gendered? Disentangling Motives, Forms, and Impacts*, „Political Studies”, 68(4), s. 916–935, DOI: 10.1177/0032321719881812.
- Brady W. J., Wills J. A., Jost J. T., Tucker J. A., Van Bavel J. J. (2017), *Emotion Shapes the Diffusion of Moralized Content in Social Networks*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 114(28), s. 7313–7318, DOI: 10.1073/pnas.1618923114.
- Burns J. P. (2025), *Myth, Manhood, and Curriculum: Towards Truth, Self-Cultivation, and Reparation*, Routledge, London.
- Campus D. (2013), *Women Political Leaders and the Media*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Cathcart-Jones A. M., Auðardóttir A. M., Ellenberger Í. (2025), *‘Ég ætla ekki að láta þetta foreldri stjórna...’: Starfsaðstæður kennara sem sinna hinsegin fræðslu*, „Netla”.
- CDT – Center for Democracy & Technology (2022), *An Unrepresentative Democracy: How Disinformation and Online Abuse Hinder Women of Color Political Candidates in the United States*, dostęp: 8.09.2025.
- Chadwick A., Vaccari C. (2019), *Digital media, power, and democracy in parties and election campaigns: Party decline or party renewal?*, „International Journal of Press/Politics”, 24(2), s. 1–18.

- Connell R. W. (2005), *Masculinities*, 2nd ed., University of California Press, Berkeley.
- Desperak I. (2014), *Płeć, władza, polityka. Kobiety w przestrzeni publicznej*, w: *Nierówności płci w życiu publicznym*, red. D. Duch-Krzystoszek, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, s. 210–219.
- Desperak U. (2014), *Udział kobiet w sferze publicznej w transformującej się Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Duggan M. (2025), *Gender-based hate crimes*, w: *The Routledge Companion to Gender and Crime*, red. F. Heidensohn, M. Silvestri, Routledge, Abingdon, ss. 208–222.
- EEAS – European External Action Service (2024a), *Identity-Based Disinformation in FIMI conference*, 8 listopada 2024, dostęp: 4.09.2025.
- Entman R. M. (1993), *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, „Journal of Communication”, 43(4), s. 51–58.
- European Commission (2024), *Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online – 8th Evaluation*, Brussels: EC.
- Fiske S. T., Cuddy A. J. C., Glick P., Xu J. (2002), *A model of (often mixed) stereotype content*, „Journal of Personality and Social Psychology”, 82(6), s. 878–902, DOI: 10.1037/0022-3514.82.6.878.
- FRA – European Union Agency for Fundamental Rights (2021), *Crime, Safety and Victims' Rights: Fundamental Rights Survey*, FRA, Vienna.
- FRA – European Union Agency for Fundamental Rights (2023), *Young People and Online Hate in the EU*, FRA, Vienna.
- Gjørv G. H., Jalonon O. (2023), *Identity as a Tool for Disinformation: Exploiting Social Divisions in Modern Societies*, Hybrid CoE Strategic Analysis 34, Helsinki, dostęp: 9.09.2025.
- Goffman E. (1974), *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harper & Row, New York.
- Heldman C., Wade L. (2011), *Sexualizing Sarah Palin: The social and political context of the sexual objectification of female candidates*, „Sex Roles”, 65(3–4), s. 156–164.
- Howard P. N., Ganesh B., Liotsiou D., Kelly J., François C. (2018), *The IRA, Social Media and Political Polarization in the United States, 2012–2018*, Oxford Internet Institute, Oxford, dostęp: 16.09.2025.
- IGF – Internet Governance Forum (2021), *Best Practice Forum on Gender and Digital Rights: Exploring the Concept of Gendered Disinformation*, grudzień 2021, dostęp: 7.09.2025.
- Judson E., Atay A., Krasodonski-Jones A., Lasko-Skinner R., Smith J. (2020), *Engendering Hate: The Contours of State-Aligned Gendered Disinformation Online*, Demos, Londyn, dostęp: 6.09.2025.
- Kancelaria Senatu RP (b.d.), *Skład Senatu X kadencji według płci*, dostęp: 1.09.2025.
- Korkut U. (2020), *Gender politics and illiberal governance in Turkey*, „International Political Science Review”, 41(3), ss. 327–341.
- Krook M. L., O'Brien D. Z. (2012), *All the president's men? The appointment of female cabinet ministers worldwide*, „Journal of Politics”, 74(3), ss. 840–855.
- Krook M. L., Sanín J. R. (2020), *Violence against Women in Politics*, Oxford University Press, Oxford.
- Krook M. L., Restrepo Sanín J. (2020), *The Cost of Doing Politics? Analyzing Violence and Harassment against Female Politicians*, „Perspectives on Politics”, 18(3), s. 740–755, DOI: 10.1017/S1537592719001397.
- Lazer D. M. J., Baum M. A., Bendavid E. i in. (2018), *The Science of Fake News*, „Science”, 359(6380), s. 1094–1096.
- Lovenduski J. (2005), *Feminizing Politics*, Polity Press, Cambridge.
- Lühiste M. i in. (2025), *Gendered patterns of online abuse against politicians across four democracies*, [czasopismo do uzupełnienia], [online first].

- Marwick A., Lewis R. (2017), *Media Manipulation and Disinformation Online*, Data & Society Research Institute, New York.
- Mendes K., Ringrose J., Keller J. (2019), *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*, Oxford University Press, Oxford.
- Messner M. A. (2007), *The Masculinity of the Governed and the Governing: Politics, Gender, and the State*, Oxford University Press, New York.
- Mohan V. i in. (2025), *Whose Bias Gets Coded? Psychology's Role in Decolonizing AI*, „Frontiers in Psychology”, 10(1657227).
- OSCE – Organization for Security and Co-operation in Europe (2025), *OSCE WPS Roadmap: OSCE-wide roadmap for the implementation of commitments on Women, Peace and Security*, dostęp: 11.09.2025.
- Piscopo J. M. (2016), *When informality advantages women: Quotas and informal candidate selection in Mexico*, „Government and Opposition”, 51(3), s. 487–512.
- Rathje S., Van Bavel J. J., van der Linden S. (2021), *Out-group animosity drives engagement on social media*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 118(26), e2024292118.
- Ross K. (2010), *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*, Rowman & Littlefield, Lanham (MD).
- Rossini P., Stromer-Galley J., Baptista E. A., Veiga de Oliveira V. (2021), *Dysfunctional information sharing on WhatsApp and Facebook...*, „New Media & Society”, 23(8), s. 2430–2451, DOI: 10.1177/1461444820928059.
- Sejm RP (b.d.), *Struktura klubów parlamentarnych według płci*, dostęp: 2.09.2025.
- Sjoberg L. (2014), *Gender, War, and Conflict*, Polity Press, Cambridge.
- Sperling V. (2015), *Sex, Politics, and Putin: Political Legitimacy in Russia*, Oxford University Press, New York.
- Sportelli G., D'Errico F. (2025), *Disinformation, sexism and political women...*, [czasopismo do uzupełnienia], [online first].
- Sreberny A., van Zoonen L. (red.) (2000), *Gender, Politics and Communication*, Hampton Press, Cresskill (NJ).
- Sunstein C. R. (2017), *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press, Princeton.
- Szakács J., Bognár É. (2021), *The Impact of Disinformation Campaigns about Migrants and Minority Groups in the EU*, European Parliament, Bruksela, DOI: 10.2861/693662, dostęp: 10.09.2025.
- Tajfel H., Billig M. G., Bundy R. P., Flament C. (1971), *Social categorization and intergroup behaviour*, „European Journal of Social Psychology”, 1(2), s. 149–178.
- Unia Europejska (2022), Rozporządzenie (UE) 2022/2065 (Digital Services Act)..., Dz. U. L 277, 27.10.2022, dostęp: 12.09.2025.
- Unia Europejska (2024), Dyrektywa 2024/1385 Parlamentu Europejskiego i Rady..., Dz. U. UE 2024/1385, dostęp: 13.09.2025.
- Van der Pas D. J., Aaldering L. (2020), *Gender differences in political media coverage: A meta-analysis*, „Journal of Communication”, 70(1), s. 114–143.
- van Zoonen L. (1994), *Feminist Media Studies*, Sage Publications, London.
- Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018), *The spread of true and false news online*, „Science”, 359, s. 1146–1151.
- Wagner K. G., Carlson C. R. (2025), *Abused and Silenced...*, w: *Handbook on Gender and Digital Media*, red. D. Shaw, K. Mendes, Edward Elgar, Cheltenham.
- Waisbord S. (2018), *The elective affinity between post-truth communication and populist politics*, „Communication Research and Practice”, 4(1), s. 17–34.
- Wardle C., Derakhshan H. (2017), *Information disorder...*, Council of Europe.

Identity-Based Disinformation: Gender as a Differentiating Category for Political Disinformation. A Comparative Analysis of Narratives Concerning Female and Male Politicians of the New Left

Summary

Identity-based disinformation is an increasingly recognizable tool of socio-political influence, exploiting existing prejudices, stereotypes, and social divisions to increase the reach and effectiveness of the message (Wardle, Derakhshan, 2017; Rossini et al., 2021). One of the key axes of this strategy is gender, which, in the context of politically active individuals, becomes the subject of deliberate disinformation campaigns aimed at delegitimizing competence, undermining authority, and reinforcing traditional gender norms (Krook Restrepo Sanín, 2020).

This article aims to conduct a comparative analysis of disinformation narratives concerning New Left politicians sitting in the Polish Sejm and Senate between January and June 2025. The study is based on a qualitative analysis of content from platform X (formerly Twitter), using tools for mapping narratives and detecting discrediting motifs. Particular attention was paid to how women and men representing the New Left were portrayed through the prism of gender stereotypes, their private lives, and social roles.

Key words: disinformation, gender and politics, women in politics, New Left, disinformation narratives, social media

Wkład autorów (Author Contributions)

Konceptualizacja (Conceptualization): Agnieszka Filipiak

Zestawienie danych (Data curation): Agnieszka Filipiak

Analiza formalna (Formal analysis): Agnieszka Filipiak

Piśmiennictwo – oryginalny projekt (Writing – original draft): Agnieszka Filipiak

Piśmiennictwo – sprawdzenie i edytowanie (Writing – review & editing): Agnieszka Filipiak

Sprzeczne interesy: Autor oświadczył, że nie istnieją żadne sprzeczne interesy.

(Competing interests: The author have declared that no competing interests exist)