

Andrzej Meler 

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu



PARLAMENTARNE ĆWIERKANIE O PANDEMII. ANALIZA SENTYMENTU TWEETÓW PARLAMENTARZYSTÓW PUBLIKOWANYCH PODCZAS PIERWSZYCH 12 MIESIĘCY PANDEMII KORONAWIRUSA W POLSCE

W czasie pandemii koronawirusa istotnym zagadnieniem stało się zarządzanie kryzysem, a w nim – zarządzanie społecznymi emocjami. Przedstawiona w artykule analiza sentymentu oparta na słowniku NAWL dotyczy postów polskich parlamentarzystów zamieszczanych na Twitterze podczas pierwszych 12 miesięcy pandemii. Pozwala ona określić w sposób ilościowy zakres uwagi poświęcony pandemii w tym medium społecznościowym w relacji do innych tematów. Umożliwia także zidentyfikowanie istotnych różnic pomiędzy sentymentem postów publikowanych przez parlamentarzystów obozu rządzącego i opozycji, postów na temat pandemii i na inne tematy.

Słowa kluczowe: komunikacja polityczna; COVID-19; Twitter; analiza sentymentu; populizm

Parliamentary Tweeting About the Pandemic. The Sentiment of Parliamentarians' Tweets Published During the First 12 Months of the Coronavirus Pandemic in Poland Analysed

During the coronavirus pandemic, crisis management, including the management of social emotions, became an important issue. The sentiment analysis based on the NAWL dictionary presented in the article concerns the posts of Polish parliamentarians posted on Twitter during the first 12 months of the pandemic. It allows to quantify the scope of attention devoted to the pandemic in this social medium in relation to other topics. It also makes it possible to identify significant differences between the sentiment of posts published by parliamentarians in the government camp and the opposition as well as between the posts on the pandemic and on other topics.

Key words: political communication; COVID-19; Twitter; sentiment analysis; populism

Wstęp

Niniejsza analiza dotyczy emocji komunikowanych przez polskich parlamentarzystów za pośrednictwem Twittera w czasie 12 miesięcy od pojawienia się pierwszych przypadków koronawirusa w Polsce (marzec 2020 – luty 2021). Pandemia choroby COVID-19 nie tylko okazała się realnym zagrożeniem z medycznego punktu widzenia, ale też uderzyła z dużą siłą w społeczeństwa na całym świecie, a co za tym idzie – przyspieszyła (Sieradzka-Baziur 2020) lub zmieniła bieg (Sieradzka-Baziur 2020; Siza 2020; Weeden, Cornwell, Barum 2021) wielu procesów społecznych. Interesujące wydaje się, jak w obliczu tych zmian zachowała się polska klasa polityczna reprezentowana przez parlamentarzystów, a konkretnie – jakie emocje zakomunikowała swym elektoratom za pośrednictwem jednej z najpopularniejszych platform społecznościowych. Bazując na dorobku socjologii emocji oraz analizy sentymentu, artykuł stanowi wkład w badania obrazu polskiej klasy politycznej w dobie pandemii.

Polityczne zarządzanie emocjami w czasie epidemii

Zgodnie z ustaleniami psychologii poznawczej emocje generalnie, nie tylko w polityce, są jednym z najistotniejszych filtrów postrzegania świata (Sartre 2006: 9) i dokonywania osądów na nim (Solomon 1995; Spelman 1989). Również w polityce sądy oparte na emocjach mają duże znaczenie, ponieważ „konstruowanie komunikatów politycznych ukierunkowanych na emocjonalną reakcję dla wielu polityków stało się środkiem do osiągnięcia wyborczego sukcesu” (Krawczyk-Antońska 2013: 8). Można pójść dalej i założyć, że każde zjawisko o charakterze społeczno-politycznym jest przesiąknięte emocjami (Demertzis 2020: 5). Jeden z głównych celów operacyjnych polityków, czyli zdobywanie i utrzymywanie władzy, można osiągać zarówno przez podsycanie społecznego entuzjazmu, jak i budowanie atmosfery strachu (Shapiro, Rieger 1992). Zagadnienie emocji w polityce pojawiło się w refleksji nauk społecznych w opozycji do ujęcia racjonalnego (Demertzis 2020: 4–5; Krawczyk-Antońska 2013). Nie oznacza to przekreślenia roli racjonalnych decyzji, wyborów i działań po stronie polityków i po stronie wyborców, utożsamianego choćby z ogólną perspektywą teorii racjonalnego wyboru czy, nieco konkretniej, chociażby z teorii wyboru publicznego (Bidwell, Casey, Glennerster 2020; Pingle, Lim 2021; Wilkin 2005). Nie ulega jednak wątpliwości, że szczególnie ostatnio emocje zostały dowartościowane jako ważny element gry politycznej, chociażby w kontekście konwersji kapitału wynikającego z określonych emocji społecznych na kapitał polityczny (Heaney 2019: 227). Politycy mogą formułować przekaz o różnym zabarwieniu emocjonalnym, ale

na ogólnym poziomie można podzielić go na negatywny i pozytywny (Shapiro, Rieger 1992). Za pomocą przekazów afirmacyjnych często chcą pochwalić działania własne, natomiast za pomocą negatywnych uderzyć w konkurentów. Chociaż zamiar nie zawsze przechodzi w efekt (Shapiro, Rieger 1992), to nie wydaje się, aby politycy mieli zrezygnować z prób sterowania zachowaniem społeczeństwa za pomocą emocji.

Wiele wskazuje na to, że choroby zakaźne nie tylko bywały wielokrotnie istotnym impulsem rozwojowym lub przyczyną upadku całych kultur i cywilizacji, ale wręcz że stanowiły przez bardzo długi czas ważny czynnik koewolucyjny gatunku *homo sapiens*. Dobry przegląd literatury w tym obszarze przynosi praca Łukasza Afeltowicza i Michała Wróblewskiego (Afeltowicz, Wróblewski 2021). Zwracają oni uwagę na fakt, że pomiędzy tym, co członkowie społeczeństwa myślą o danej chorobie, a faktycznym niebezpieczeństwem, jakie może ona stwarzać dla ludzi, istnieje warstwa konstruktów myślowych, które dostarczają uproszczonego obrazu sytuacji, co jednoznacznie wskazuje na zniekształcenie rzeczywistości (Afeltowicz, Wróblewski 2021: 215–219). We współczesnym świecie media społecznościowe stały się miejscem kształtowania się właśnie takich filtrów postrzegania epidemii. W tej sytuacji posty parlamentarzystów na Twitterze dotyczące pandemii koronawirusa można potraktować jako istotny element tego rodzaju filtrów społecznego postrzegania pandemii. Niezależnie od historycznych przykładów, malarii, dżumy, hiszpanki czy bardziej współczesnego HIV/AIDS, trzeba zwrócić uwagę, że najnowsze przykłady epidemii czy pandemii wpisują się w dobrze już zdiagnozowany i opisany w literaturze model zarządzania poprzez strach (zob. np. Klein 2008). W ten sposób emocjonalizacja współczesnej sfery politycznej (Beckett, Deuze 2016; Wahl-Jorgensen 2019) zyskuje nowy, dodatkowy impuls, co czyni badania w tym obszarze podstawowymi dla zrozumienia współczesnych demokracji.

W ostatnich latach dość intensywnie rozwija się nurt badawczy łączący analizę emocji ze zjawiskiem populizmu. Badacze eksplorujący ten obszar łączą negatywne emocje zawarte w komunikacji politycznej z dyskursem populistycznym promowanym przede wszystkim przez niektóre partie polityczne (Alekseev 2021; Bill, Stanley 2020; Breeze 2019; Kazlauskaite, Salmela 2022; Rico, Guinjoan, Anduiza 2017; Wahl-Jorgensen 2018, 2019; Widmann 2021; Wodak, Bokula 2015). Badacze są zgodni w przypisywaniu komunikacji populistycznej większego ładunku emocji, ale różnią się co do tego, które emocje są ważniejsze w jego charakterystyce (por. Rico, Guinjoan, Anduiza 2017; Widmann 2021). Na podstawie przeglądu literatury z tego zakresu, w niniejszej analizie prowizorycznie przyjmujemy, że emocjami, które najsilniej wiążą się z komunikacją o charakterze populistycznym, są gniew (por. Rico, Guinjoan, Anduiza 2017), strach (por. Breeze 2019) i wstęś (Widmann 2021).

Twitter jako źródło danych o emocjach

Badacze zajmujący się mediami społecznościowymi często podkreślają ich rolę w kształtowaniu i przekazywaniu emocji (Banerjee i in. 2018; Liu i in. 2018; Sailunaz, Alhajj 2019; Tarullo 2020). Media społecznościowe, podobnie jak cały Internet, są silnie powiązane z codziennym życiem ludzi, a zatem ważny jest sposób, w jaki emocje przekazywane na przykład za pomocą Twittera wpływają lub mogą wpływać na realny świat. Jako przykład niech posłuży badanie tweetów Amerykanów, w którym autorzy zajęli się między innymi określeniem różnic w zakresie emocjonalności tweetów pochodzących z różnych stanów USA (Banerjee i in. 2018). Jak wykazano, średnie natężenie emocji pozytywnych i negatywnych na Twitterze może zmieniać się w czasie w danej lokalizacji geograficznej, a jednocześnie bardzo blisko położone od siebie lokalizacje (np. sąsiadujące miasta) mogą charakteryzować się odmiennymi średnimi emocjami postów zamieszczanych przez ich mieszkańców. Ponadto analiza zawartości Twittera służyła już badaczom do rozpoznawania sentymentu w sytuacjach katastroficznych (Alfarrarjeh i in. 2017), w tym jako uzupełnienie danych o skutkach takich katastrof, jak trzęsienie ziemi, z rekomendacją, że obserwacja na żywo komunikacji na Twitterze może służyć nawet jako swoisty społeczny system wczesnego ostrzegania, pozwalający lepiej zarządzać na przykład ewakuacją z zagrożonych terenów (Crooks i in. 2013). Co ważne, pomimo różnych form wyrażania emocji na Twitterze (emotikony, wideo), tekst nadal pozostaje dominującą formą przekazu, w tym przekazu emocji (Sailunaz, Alhajj 2019).

Twitter jako platforma komunikacyjna od dawna jest używany przez badaczy nauk społecznych do eksplorowania takich zagadnień, jak przewidywanie wyników wyborów, zachowania giełdy, trendów w gospodarce (Nguyen, Varghese, Barker 2013: 46), a nawet zdrowia publicznego (Sinnenberg i in. 2017). Nie jest to najpopularniejsza platforma społecznościowa ani na świecie, ani w Polsce, ale trudno ją pominąć ze względu na rolę, jaką odgrywa w kształtowaniu dyskursu politycznego w naszym kraju. Z punktu widzenia celów niniejszej analizy zasięg nie jest istotny, szczególnie że ów zasięg nie jest mały. Przynajmniej raz w miesiącu odwiedza to medium w Polsce ponad 8,6 mln użytkowników, co stanowi 30% wszystkich internautów (Tw 2021). Dla znaczenia Twittera w dyskursie publicznym ważną wydaje się aktywność dziennikarzy, którzy zdążyli zaadaptować to medium do rutyny swojej codziennej pracy i często traktują je jako źródło wiadomości przekazywanych w innych mediach (Singer 2005). Jest to silny argument dla polityków, na rzecz aktywności w tym medium społecznościowym. Badania dowodzą, że Twitter zdążył się już wkomponować w proces *agenda-building*, ponieważ politycy (zwłaszcza liderzy) publikują na tej platformie treści, które następnie są podchwytywane przez dziennikarzy (Parmelee 2013: 293, 2014). Można więc powiedzieć, że Twitter jest kluczowym medium

społecznościowym tej części elit symbolicznych (Bracciale, Martella, Visentin 2018; Johansson, Nożewski 2018), która ma największy i najbardziej bezpośredni wpływ na życie polityczne.

Oczywiście odwiedzanie Twittera nie oznacza jego używania, a tym bardziej publikowania na Twitterze. Dane dotyczące praktyk polskich twitterowiczów nie są dostępne, ale wiadomo, że w ojczyźnie tej platformy, USA, 80% tweetów jest generowane przez 10% użytkowników (Wojcik, Hughes 2019). Nie zmienia to faktu, że badania polskich parlamentarzystów w tym obszarze również były już prowadzone, a ich wyniki wskazują, że przynajmniej najaktywniejsi z nich regularnie wykorzystują Twittera do komunikacji politycznej (Meler, Sojak, Królicka 2020). Te liczby pokazują, że politycy, którzy decydują się tweetować, mogą liczyć nie tylko na zainteresowanie swoim wpisem ze strony dziennikarzy i tym samym zacytowanie tweeta w innych mediach, ale także na liczne audytorium bezpośrednie.

Analiza sentymentu

Analiza sentymentu zalicza się do dziedziny *affective computing*, zajmującej się automatycznym odczytywaniem emocji. Informacje o stanach emocjonalnych mogą być odczytane z wyrazu twarzy, intonacji głosu czy z samych słów, w których również zawiera się określony ładunek emocjonalny. W świetle współczesnej nauki język odgrywa integralną rolę w postrzeganiu emocji i doświadczeniach je kształtujących, a słowa stanowią spoiwo między umysłem człowieka a światem, który go otacza (Lindquist, MacCormack, Shablack 2015). Chociaż część słów jest rozumiana tak samo w różnych językach (przede wszystkim chodzi o określenia dotyczące osób i części ciała), to jednak większość jest uwarunkowana kulturowo (Munezero i in. 2014: 2–3). W przypadku niniejszej analizy wykorzystany został korpus dedykowany językowi polskiemu: NAWL (Riegel i in. 2015; Wierzba i in. 2015). Był on już stosowany w badaniach nad wykrywaniem anoreksji (Spinczyk i in. 2020) oraz w eksperymencie badającym relacje szczęścia i gniewu w reakcji na różne bodźce (Szymaniak, Zajenkowski 2021). Z kolei niemiecki pierwowzór posłużył w badaniach jako bazowy słownik do aplikacji pozwalającej mierzyć i wizualizować sentyment postów zamieszczanych na Facebooku (Glücker, Burghardt, Wolff 2014).

Lepszemu zrozumieniu, czym jest, a czym nie jest analiza sentymentu, może posłużyć przywołanie koncepcji inercji emocjonalnej słów zaproponowanej przez Charlesa Stevensona. Zauważył on, że słowa mają określony ładunek emocjonalny, ponieważ odnoszą się do zjawisk najczęściej kojarzonych z daną emocją i utrwalają skojarzenia danej emocji z konkretnym słowem poprzez wbudowanie określonych związków frazeologicznych i powiązań semantycznych

w zwyczaję językowe ludzi (Stevenson 1938: 333). Stevenson wprowadził również rozróżnienie znaczenia pojęciowego i znaczenia emocjonalnego słowa. Znaczenie emocjonalne odnosi się do zapisanej w danym słowie dyspozycji wywołania określonej postawy czy emocji u odbiorcy przekazu. Natomiast znaczenie pojęciowe odwołuje się do sfery poznawczej i ładunku informacji, jakie niesie słowo (Stevenson 1944: 39, 59–71). Oczywiście ludzie podejmują próby nadawania słowom nowych znaczeń, ale znaczenia emocjonalne słów są dość stabilne i dzięki owej inercji mogą przetrwać zmianę znaczenia opisowego (Duncan-Jones 1945: 366).

Niniejsza analiza odnosi się do znaczeń emocjonalnych zawartych w słowach. Daje ona systematycznie wypracowany wynik dla jednego z parametrów przekazu zawartego w postach polskich parlamentarzystów, nie analizuje natomiast całościowo tego przekazu. Dla lepszego zrozumienia można zastosować porównanie do analizy pogody przez meteorologów. Całościowe opisanie pogody zawiera takie parametry, jak temperatura, siła wiatru, ciśnienie atmosferyczne czy opady. Każdy z tych parametrów daje jakąś informację o stanie pogody, ale nie charakteryzuje jej w całości. Podobnie niniejsza analiza pozwala dokładnie scharakteryzować głębokie, emocjonalne tło przekazów zawartych w twitterowych postach parlamentarzystów na temat pandemii, chociaż nie przedstawia całościowego obrazu tego dyskursu.

Metodologia i dane

Artykuł prezentuje wyniki analizy sentymentu zawartego w postach polskich posłów i senatorów opublikowanych na Twitterze w okresie od marca 2020 do lutego 2021 roku, czyli podczas pierwszych 12 miesięcy pandemii koronawirusa w Polsce. Parlamentarzyści są na potrzeby niniejszej analizy traktowani z jednej strony jako „sejsmograf” społecznych emocji, z drugiej zaś jako liderzy opinii lub pośrednicy w przekazywaniu treści faktycznych liderów politycznych (rola przekazów dnia).

Bazą danych są posty, zarówno tweety (oryginalne wpisy użytkownika), jak i retweety¹ pobrane za pomocą API z profili parlamentarzystów na Twitterze. Analiza dotyczy oczywiście tylko tych 358 parlamentarzystów, którzy posiadają aktywne² konto na Twitterze, czyli 64% wszystkich zasiadających w Sejmie i Senacie. Łącznie polscy parlamentarzyści zamieścili w analizowanym okresie 502 tys. postów.

¹ Wpisy autorstwa innych użytkowników powielone przez danego użytkownika.

² Za aktywne konto w tej analizie uznano takie, na którym w badanym okresie umieszczono przynajmniej jeden wpis.

Pandemia a inne tematy

Niniejsza analiza przede wszystkim skupia się na wpisach poświęconych pandemii, ale krokiem poprzedzającym musiało być ustalenie, jaki udział miały one w ogólnej aktywności parlamentarzystów na Twitterze w okresie objętym analizą. W tym celu każdy z postów został oznaczony jako zawierający treści dotyczące pandemii koronawirusa lub ich niezawierający. Kodowanie zostało przeprowadzone za pomocą automatycznego wykrywania słów kluczowych odnoszących się do koronawirusa. Słowa kluczowe dotyczyły nazwy wirusa (koronawirus, koronowirus), choroby, którą wywołuje (COVID), nazw szczepionek (np. Pfizer, Moderna), określeń często używanych w raportowaniu statystyk (np. zakażenia, zgony), niektórych określeń związanych z medycyną (np. jednoimienne, hospitalizowani, respirator) oraz terminów odwołujących się do zarządzania kryzysem przez władze (Szumowski, Niedzielski, lockdown, tarcza, odmrażanie branż). Łącznie zestaw słów kluczowych, na podstawie których wyłoniłem wpisy dotyczące pandemii, zawierał 58 fraz. W procesie detekcji frazy były zapisywane z użyciem wyrażen regularnych, tak aby uwzględnić odmianę słów, a także fakt, że na Twitterze zdarza się użytkownikom ignorować polskie znaki³.

Przypisanie ładunków sentymentu do postów

W pierwszym kroku analizy każdy post został rozbity na pojedyncze słowa. Następnie za pomocą słownika tzw. stop-words, czyli przerywników, zostały odrzucone słowa stanowiące techniczny składnik zdań, czyli głównie spójniki. Usunięte zostały również symbole, liczby oraz łącza internetowe. W kolejnym kroku przy użyciu słownika języka polskiego wyrazy zostały poddane lematyzacji, czyli sprowadzone do swojej podstawowej formy (mianownika, bezokolicznika, rodzaju męskiego itp.). Na tym etapie usunięto frazy takie jak zlepki słów używane w hashtagach (np.: ‘popieramandrzejadude’) oraz wyrazy pisane z błędami. Czasami takie frazy niosą określony ładunek emocjonalny, ale próba ich włączenia do analizy wymagałaby przeprowadzenia osobnego badania, obejmującego ingerowanie w słownik oraz rekodowanie materiału źródłowego. Tymczasem zasadne jest przyjęcie założenia, że takie ubytki w materiale źródłowym mają charakter losowy i nie wpływają na zagregowane wyniki statystyczne.

Następnie do każdego z tak przekształconych wyrazów przypisano wartości ładunków emocjonalnych zaczerpnięte ze słownika sentymentu Nencki Affective Word List (NAWL) (Interactive Analysis of the NAWL Database b.d.).

³ Zestawienie słów kluczowych przedstawiono w Aneksie 1.

Słownik ten zawiera 2902 słowa z języka polskiego, z których każdemu przypisuje określony ładunek emocjonalny w kilku przekrojach.

Tabela 1. Przykładowe ładunki emocjonalne w słowniku NAWL

Słowo	Kategoria	Nastawienie	Pobudzenie	Wyobrażalność	Szczęście	Gniew	Smutek	Strach	Wstręt
		skala: -3–3	skala: 1–5	skala: 1–7	skala: 1–7	skala: 1–7	skala: 1–7	skala: 1–7	skala: 1–7
Weto	gniew	-0,42	2,15	4,88	2,04	2,96	2,00	2,69	1,46
Występek	gniew	-1,07	2,41	5,15	1,27	2,77	1,85	2,54	2,00
Gardziel	wstręt	-0,38	1,69	4,88	1,23	1,96	1,54	2,46	3,19
Pająk	wstręt	-1,30	2,74	6,74	1,35	1,92	1,42	3,73	4,31
Osiągać	szczęście	1,67	2,85	5,41	5,74	1,33	1,19	2,15	1,04
Pomysł	szczęście	1,89	3,11	5,07	5,33	1,33	1,22	1,89	1,07
Sygnalizator	smutek	-0,23	1,69	6,12	1,88	1,96	1,27	2,15	1,38
Klamka	smutek	0,22	1,26	6,56	1,63	1,41	1,30	2,04	1,19
Stromy	strach	-0,19	2,48	5,89	1,88	1,62	1,50	3,88	1,31
Przerazający	strach	-1,56	3,44	5,63	1,22	1,96	2,11	5,00	2,07

W pierwszym wymiarze uczestnicy badania, które doprowadziło do utworzenia korpusu, dla każdego słowa oceniali:

- 1) walencję (nastawienie) na skali od -3 do +3,
- 2) pobudzenie na skali od 1 do 5,
- 3) wyobrażalność na skali od 1 do 7.

Walencja (nastawienie) to taki wymiar emocji, który łatwo zrozumieć w sposób intuicyjny: określa nastawienie nadawcy do czegoś (odbiorcy lub tematu, który jest poruszany). Skala rozciąga się od emocji skrajnie negatywnych (-3) do skrajnie pozytywnych (3). Pobudzenie również jest wskaźnikiem dość zbieżnym z potocznym pojmowaniem tego słowa: określa poziom zaangażowania, można powiedzieć: temperaturę emocji. Skala przechodzi od braku pobudzenia (1) do bardzo silnego pobudzenia (5). Wyobrażalność jest trochę trudniejszym wymiarem i odnosi się do tego, na ile abstrakcyjny jest wyraz, który podlega ocenie emocjonalnej. Skala rozciąga się od wyrazów trudnych do wyobrażenia (1) do łatwych do wyobrażenia (7).

Drugie ujęcie emocji w słowniku NAWL polega na przypisaniu każdemu słowu ładunku jednej z pięciu podstawowych emocji: szczęścia, złości, smutku, strachu, wstrętu na skali od 1 do 7 (Riegel i in. 2015; Wierzbą i in. 2015).

Ładunki emocjonalne przypisane do tych słów, które znalazły swoje odpowiedniki w słowniku NAWL, zostały uśrednione na poziomie postów.

W rezultacie w przypadku 38% wejściowych wpisów udało się przypisać ładunek emocjonalny na podstawie słownika NAWL i takie posty stanowią jednostkę dalszej analizy, co z liczby ponad pół miliona postów pozostawia 189 142 posty analityczne.

Pytania badawcze i hipotezy

Na początku warto poczynić zastrzeżenie dotyczące tego, czym nie zajmuje się niniejsza analiza. Otóż, nie odkrywa ona, jakie emocje są wywoływane w społeczeństwie przez parlamentarzystów. Pokazuje tylko, jakie emocje, świadomie lub nieświadomie, posłowie i senatorowie komunikują na Twitterze, używając takich a nie innych słów. Od tego etapu do etapu wywołania określonych stanów emocjonalnych u odbiorców przekaz dzieli jeszcze wiele filtrów (Ferrara, Yang 2015), takich jak: zmęczenie mediami społecznościowymi (Chen, Zhu, Jiang 2021), stopień rozpowszechniania na Twitterze, zasięg samego Twittera w społeczeństwie, cechy osobowe odbiorcy informacji decydujące o stopniu podatności na zawarte w niej ładunki emocji i inne. Jednakże zbadanie samego przekazu do pewnego stopnia ujawnia intencje nadawców dotyczące wrażenia, jakie chcą wywrzeć na odbiorcach lub emocji, które chcą u nich wywołać. Można też przyjąć, że początkowy ładunek emocji zawarty we wpisach jest skorelowany w jakimś stopniu z ładunkiem emocji wyzwalanym w społeczeństwie, ale określenie siły tej korelacji wykracza poza zakres niniejszego badania.

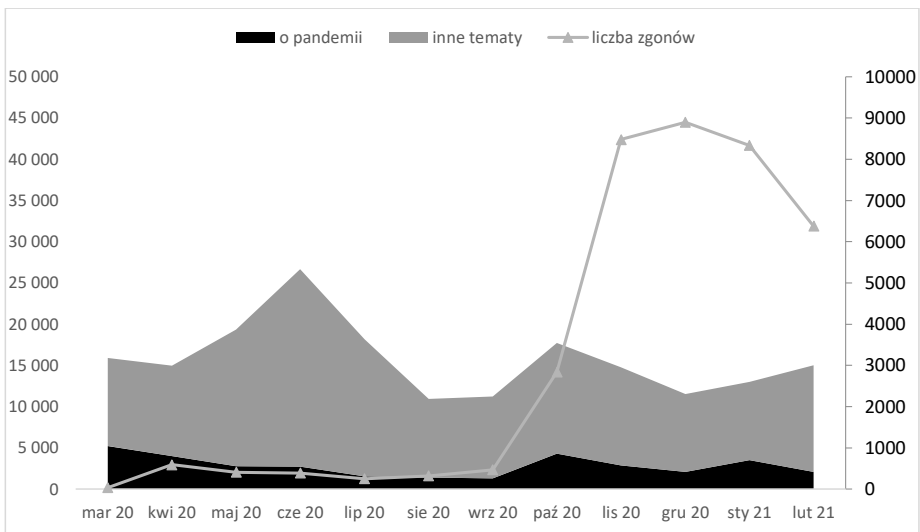
Podstawowe pytanie badawcze ma charakter opisowy i skupia się na charakterystyce kilku wymiarów komunikacji politycznej parlamentarzystów prowadzonej w czasie pandemii na Twitterze. Po pierwsze, analiza określa (p1), ile uwagi parlamentarzyści poświęcili na Twitterze pandemii koronawirusa w porównaniu do innych tematów. Jest oczywiste, że pandemia zajęła dużą część dyskursu, ale precyzyjna odpowiedź, ile dokładnie, przynosi więcej wiedzy na ten temat. Centralnym punktem analizy jest odpowiedź na pytanie, (p2) czy ładunek emocji różnił się w zależności od tego, czy posty dotyczyły pandemii czy innych tematów. Stawiam tu hipotezę (h1), że ładunek emocjonalny postów dotyczących pandemii będzie miał niższy nastrój niż reszta dyskursu. W dalszej części zastanawiam się, (p3) czy parlamentarzyści z obozów politycznych budują w swoich wpisach różne nastroje i stawiam tu hipotezę, że przekaz wysyłany przez rządzących będzie miał bardziej spokojny sentyment niż wysyłany przez opozycję (h2).

Analiza

Pandemia w stosunku do innych tematów

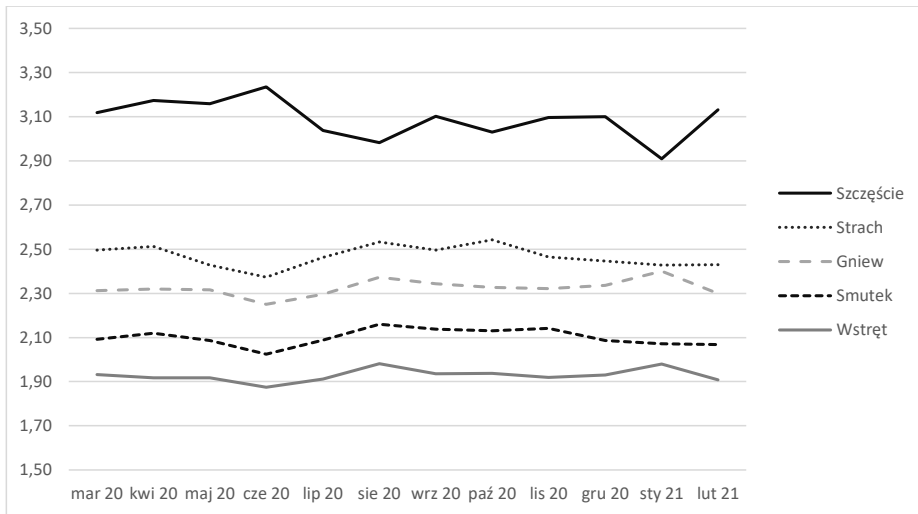
Pandemia, jako zjawisko mające duży wpływ na różne dziedziny życia, zajęła w analizowanym okresie dużą część dyskursu prowadzonego na Twitterze. W ciągu 12 miesięcy 33 tys. (22%) postów analitycznych zamieszczonych przez parlamentarzystów w jakiś sposób było tematycznie powiązane z pandemią. Ten wynik mógłby być wyższy, gdyby nie fakt, że w tym czasie odbyła się kampania prezydencka, która przypadła na miesiące względnego zmniejszenia zakażeń i ograniczenia pandemii. Co za tym idzie, politycy, a więc i parlamentarzyści, mieli tendencję do podnoszenia w dyskursie tematów innych niż związane z pandemią. Udział postów poświęconych pandemii w sumie wszystkich wpisów parlamentarzystów różnicował się w czasie w zależności od dynamiki samej pandemii oraz dynamiki innych zjawisk dyskutowanych na Twitterze. W pierwszym miesiącu wystąpienia koronawirusa w Polsce tweety dotyczącego nowej choroby stanowiły 1/3 wszystkich tweetów i w okresie podlegającym analizie nigdy już nie osiągnęły tak wysokiego udziału. Następnie liczba postów związanych z pandemią spadała i jednocześnie rosła liczba postów na inne tematy. W rezultacie w lipcu dyskurs okołopandemiczny w Polsce miał najmniejszy udział (8%). W kolejnych miesiącach udział ten znowu wzrastał, zarówno z powodu częstszego tweetowania na temat pandemii, jak i spadku liczby wpisów związanych z innymi tematami.

Wykres 1. Trend liczby postów poświęconych pandemii oraz dotyczących pozostałych tematów



Źródło: Twitter, opracowanie własne

Nasilenia i spadki zainteresowania tematem pandemii można powiązać w pewien sposób z kluczowymi wydarzeniami jej dotyczącymi. Sytuacja początkowa to duży udział postów o pandemii związany z efektem nowości tego zjawiska w Polsce (marzec 2020). Następnie występuje spadek zainteresowania związany z przedłużoną kampanią prezydencką oraz jednoczesnym spadkiem liczby zakażeń (maj – lipiec 2020). Można zaryzykować twierdzenie, że był to czas, kiedy zmniejszone zainteresowanie polityków tematem pandemii było wynikiem odczytywania przez nich zmniejszonego zainteresowania lub nawet wypieraniem tego tematu przez większość społeczeństwa. O tym, że był to moment uspokojenia dyskursu, niech świadczy fakt, że bardzo istotna z punktu widzenia przebiegu pandemii zmiana na stanowisku ministra zdrowia nie przyniosła efektu w postaci większej liczby postów. Efekt uspokojenia dyskursu widać na poziomie sentymentu w czerwcu 2020 roku, gdy rośnie średni ładunek szczęścia w postach na temat pandemii i spada dla pozostałych czterech emocji negatywnych (wykres 2). Był to też okres, w którym rządzący prowadzili działania w celu przeprowadzenia wyborów korespondencyjnych, a w ramach tego starali się łagodzić obraz pandemii i zagrożeń z nią związanych. W lipcu i sierpniu było relatywnie mniej postów na temat pandemii, ale w tych, które były, daje się zaobserwować zmianę tonu na bardziej negatywny. Jednak jesienią 2020 roku, gdy społeczeństwo zderzyło się z drugą falą, temat wrócił również do debaty na Twitterze, między innymi za sprawą gwałtownego wzrostu liczby zgonów kwalifikowanych jako spowodowane chorobą COVID-19. Tak gwałtowny wzrost tego wskaźnika z jednej strony podniósł poziom strachu (październik 2020 – najwyższa średnia tej emocji dla całego badanego okresu), ale z drugiej wzbudził też sceptycyzm co do rzetelności statystyk zgonów (Wróblewski, Meler, Afeltowicz 2020). Taka sytuacja oczywiście sprzyjała intensyfikowaniu dyskursu wokół pandemii. Kolejnym impulsem do zintensyfikowania postów na ten temat było opracowanie pod koniec roku 2020 szczepionek i proces rozpoczęcia szczepień, który w Polsce zaczął się na przełomie grudnia 2020 i stycznia 2021 od afery związanej z nieuprawnionym szczepieniem znanych osób ze świata polityki i kultury. To prawdopodobnie ta afera najbardziej przyczyniła się spadku tonów pozytywnych w postach na temat pandemii (w styczniu 2021 średni ładunek szczęścia najniższy w badanym okresie) oraz wzrostu gniewu (najwyższy średni ładunek w badanym okresie) i wstrętu (jeden z dwóch najwyższych ładunków). Tak wyraźną zmianę sentymentu w postach parlamentarzystów można też potraktować jako dowód dużego upolitycznienia tematu nieuprawnionych szczepień poza kolejnością.

Wykres 2. Średnie ładunki emocji w postach dotyczących pandemii

W wymiarze emocjonalnym posty dotyczące pandemii w odniesieniu do postów dotyczących innych tematów średnio cechował wyższy ładunek pięciu emocji negatywnych, najbardziej wstrętu (ETA = 6%) oraz gniewu (ETA = 5%), a w konsekwencji skorelowanego z nimi nastawienia (ETA = 5%). Różnice, na które można wskazać, dowodzą, że posty o pandemii miały przeciętnie niższy nastrój, negatywne nastawienie (0,3 w postach o pandemii vs 0,42 w postach dotyczących innych tematów) oznaczające bardziej krytyczne osądy wobec tematów zawartych w postach. Należy również zwrócić uwagę na wręcz zaskakujący brak różnicy w poziomie pobudzenia – średni ładunek pobudzenia zarówno w postach poświęconych pandemii, jak i pozostałych wynosi 2,41.

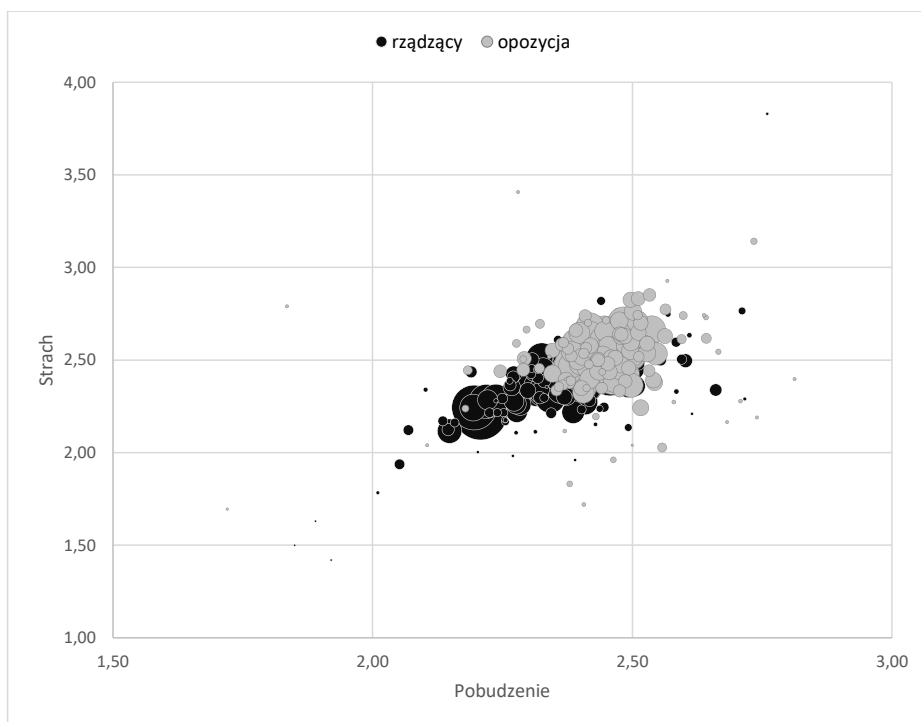
Można zatem stwierdzić, że dyskurs na Twitterze o pandemii w wykonaniu polskich parlamentarzystów na tle innych ich wpisów na tej platformie charakteryzuje się sentymentem o tonach bardziej negatywnych i krytycznych, ale jest prowadzony na tym samym poziomie pobudzenia emocjonalnego.

Zróznicowanie ze względu na partię

W dalszej części analizy skupię się tylko na postach dotyczących pandemii i bardziej szczegółowych przekrojach w obrębie tego dyskursu. Postaram się odpowiedzieć na pytanie badawcze dotyczące zróznicowania ze względu na przynależność partyjną. Na najbardziej ogólnym poziomie politycznym zasadne wydaje się pytanie, czy formacja rządząca i opozycja parlamentarna przekazywały za pomocą Twittera różne ładunki sentymentu w odniesieniu do tematu

pandemii koronawirusa. W przypadku tego przekroju również można stwierdzić, że różnice nie są duże (miara zróżnicowania ETA⁴ od 1 do 10% w zależności od parametru sentymentu), jednak większe niż te, które odróżniają posty o pandemii od postów na inne tematy. Obie strony sceny politycznej stosunkowo najmniej różnią się od siebie w zakresie nasycenia swoich postów uczuciem szczęścia (ETA= 1%). Z kolei najbardziej różnią się rządzący i opozycja pod względem nasycenia swoich postów pobudzeniem i strachem, a zatem tymi wymiarami sentymentu, które nie miały znaczenia w porównaniu postów na temat pandemii i dotyczących innych tematów. W postach opozycji średnio ładunki strachu są silniejsze.

Wykres 3. Mapa sentymentu (pobudzenia i strachu) zawartego w postach przedstawicieli rządzących i opozycji



Źródło: Twitter, opracowanie własne

⁴ Test Manna-Whitneya dla prób niezależnych (rządzący vs opozycja) wykazuje istotność <0,001 dla wszystkich 8 parametrów sentymentu. Test nieparametryczny zastosowano ze względu na zbyt duże rozbieżności w liczebności prób.

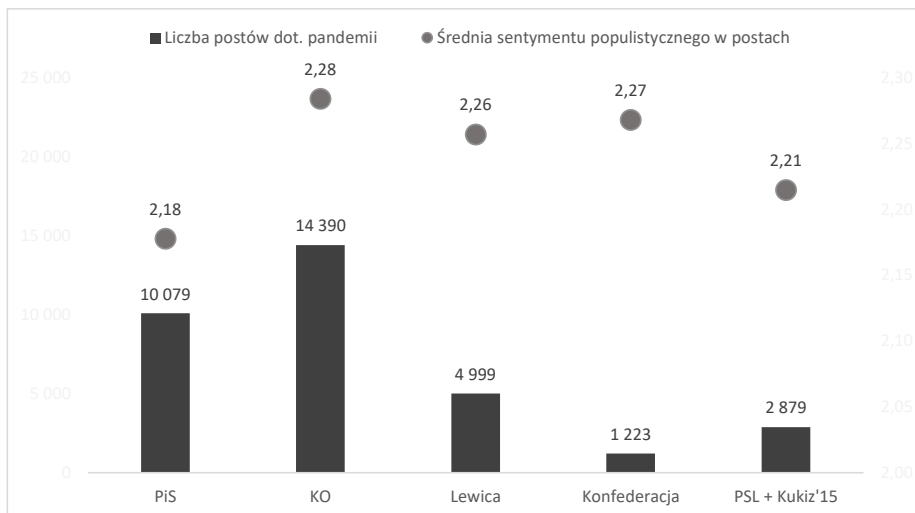
Wykres 3 przedstawia średnie ładunki dwóch najbardziej różniących opozycję i rządzących parametrów: pobudzenia na osi X, strachu na osi Y oraz liczby postów danego parlamentarzysty na temat pandemii (wielkość koła) zamieszczonych przez poszczególnych parlamentarzystów obozu rządzącego (kolor czarny) oraz opozycji (kolor szary). Widać wyraźnie, że chociaż można znaleźć parlamentarzystów opozycji z wpisami charakteryzującymi się łącznym niskim poziomem strachu i pobudzenia, a także parlamentarzystów rządzących z wpisami o ładunkach wysokich, to generalna tendencja wskazuje, że „chmura” publikacji parlamentarzystów opozycyjnych ciąży wyraźnie w stronę wyższego pobudzenia i większego ładunku strachu, natomiast „chmura” rządzących ściąga wyraźnie w przeciwnym kierunku. Takie wyniki pozwalają stwierdzić, że dyskurs prowadzony na Twitterze przez przeciwstawne obozy polityczne był swoistym „przeciąganiem liny”, w którym opozycja starała się stworzyć wrażenie, że zagrożenie jest większe, wywołać w odbiorcach swoich postów strach oraz podgrzać społeczne emocje, natomiast rządzący raczej formułowali przekaz spokojniejszy, niosący większe ładunki szczęścia i mniejsze emocje negatywnych.

Na podstawie odchyień standardowych można stwierdzić, że jeżeli chodzi o pobudzenie, posty wysyłane z różnych obozów politycznych były niemal identycznie zróżnicowane wewnętrznie, natomiast pod względem ładunków strachu większe zróżnicowanie prezentował przekaz opozycji.

Na wykresie 3 użyto pełnych skal zarówno dla pobudzenia (1–5), jak i strachu (1–7). Dzięki temu widać, że generalnie dyskurs parlamentarzystów na temat pandemii utrzymuje się na niskich poziomach zarówno strachu, jak i pobudzenia, nie osiagając maksymalnych możliwych wyników.

Na poziomie bardziej szczegółowym poszczególne partie zostały porównane pod względem wskaźnika połączonych i uśrednionych ładunków gniewu, strachu i wstrętu, czyli emocji kojarzonych z populizmem. Na wykresie 4 przedstawione zostały dwa parametry tego rankingu, w tym wartość tego wskaźnika. Najniższą wartość przyjmuje on dla partii rządzącej (2,18). Wśród partii opozycyjnych, najniższy ładunek emocji populistycznych znajduje się w postach PSL+Kukiz'15 (2,21). Następnie mamy dwie partie reprezentujące wyborców o skrajnych światopoglądach, Lewicę i Konfederację, których posty średnio mają zbliżony poziom wskaźnika. Najwyższy ładunek emocji populistycznych jest zawarty w postach Koalicji Obywatelskiej (2,28). Drugi parametr na wykresie 4 wskazuje, że najwięcej postów na temat pandemii opublikowali parlamentarzyści Koalicji Obywatelskiej, a najmniej Konfederacji.

Wykres 4. Mapa sentymentu (pobudzenia i strachu) zawartego w postach przedstawicieli poszczególnych klubów parlamentarnych.



Źródło: Twitter, opracowanie własne, partie posortowane według udziału miejsc w Sejmie

Wnioski

Podczas pierwszych 12 miesięcy pandemii w Polsce 18% postów parlamentarzystów na Twitterze poświęcono COVID-19. Powstaje pytanie, czy taki udział w łącznym przekazie można potraktować jako zbyt duży, zbyt mały czy adekwatny do sytuacji? Trudno znaleźć ramę normatywną dla odpowiedzi na takie pytanie, chociażby dlatego, że pandemia koronawirusa jest zjawiskiem dość specyficznym w historii najnowszej. Jednak można wyciągnąć pewne wnioski obserwując dynamikę tego udziału. W pierwszym miesiącu parlamentarzyści poświęcali tematowi pandemii 32% wszystkich postów, ale ten udział szybko malał i nigdy w czasie kolejnych 12 miesięcy nie osiągnął już takiego poziomu, choć pandemia miała swoje kolejne, dramatyczne odsłony. Temat przeszedł proces zużycia się efektu nowości, a parlamentarzyści z czasem samą intensywnością pisania o pandemii obniżyli jej rangę w rankingu tematów wartych podnoszenia w dyskursie publicznym. Politycy starają się reagować postami na bieżącą sytuację społeczno-polityczną w kraju i za pomocą między innymi Twittera promować określone wizje (w tym ich emocjonalny nastrój) zgodne z ich zamiarami. Na Twitterze, podobnie jak w komunikacji politycznej prowadzonej

za pomocą innych mediów, może dojść do pewnego skrzywienia polegającego na dopasowaniu się polityków do wymogów mediów, które z kolei rządzą się regułami pozyskiwania i utrzymywania widowni (Konarski 2013; Pawłowski 2013). Z punktu widzenia dobrze funkcjonującej demokracji takie zjawisko należy traktować, jeżeli nie jako patologię, to przynajmniej z dużą ostrożnością. Parlamentarzyści, jako wybrani przedstawiciele, mają z założenia zawodowo zajmować się tematami, które są ważne dla funkcjonowania społeczeństwa, ale niekoniecznie są popularne. Mamy prawo oczekiwać, że pewne tematy będą przez nich inicjowane, zanim jeszcze staną się dobrze rozpoznawane przez opinię publiczną i że będą oni przygotowywać społeczeństwo na sytuacje kryzysowe między innymi w drodze publicznej debaty. Można życzliwie uznać, że taką postawę polska klasa polityczna zademonstrowała w marcu 2020 roku, gdy w obliczu nowego problemu społecznego zaczęła o nim pisać dość często, ale udział tweetów dotyczący pandemii na poziomie 1/3 może nadal wydawać się za mały w sytuacji skali i jakości zjawiska, z jakim społeczeństwo polskie zderzyło się, przy jednoczesnym braku ważniejszych wydarzeń na arenie politycznej. Jeszcze bardziej niepokojący jest późniejszy spadek zainteresowania pandemią. Można jeszcze zrozumieć relatywnie mniejszy udział postów o pandemii w czerwcu 2020 roku, gdy trwała kampania wyborcza i zgodzić się, że przed elekcją należy poddać pod dyskusję szeroki wachlarz tematów, aby dobrze poznać programy kandydatów. Jednak już wstrzemięźliwość w pisaniu o pandemii w sierpniu i wrześniu tego roku, w sytuacji, gdy eksperci zdecydowanie zapowiadali nadejście drugiej fali, należy potraktować jako działanie zachowawcze. Dopiero gdy liczba zakażonych i zgonów wyraźnie wzrosły, nastąpiło zwiększenie zainteresowania parlamentarzystów tematem pandemii, jednak wydaje się ono za małe w stosunku do skali problemu i przede wszystkim zbyt późne. Prowadzi to do wniosku, że nasi parlamentarni przedstawiciele w obliczu pandemii stanowili bardziej barometr naszych, jako całego społeczeństwa, bieżących stanów emocjonalnych niż awangardę, która przynajmniej próbowałaby kreować pewne społeczne zainteresowania. Społeczeństwo w drugiej fali zaczynało przejawiać już duże oznaki zmęczenia, a nawet odmowy wiedzy – przejawem tego może być przekonanie występujące u 45% Polaków o przesadzonych statystykach zgonów na COVID-19 (Wróblewski, Meler, Afeltowicz 2020). W tej sytuacji politycy dopasowali się do stanu społeczeństwa opinii publicznej. Prowadzi nas to do wniosku, że parlamentarzyści w sytuacji zderzenia się społeczeństwa polskiego z pandemią zamknęli się w luhmannowskim systemie autopojetycznym (Luhmann 2007) tylko w pewnym stopniu i bardziej na początku pandemii otwierając ten system na impulsy płynące z zewnątrz.

Parlamentarzyści opisywali pandemię postami, których sentyment charakteryzował się bardziej negatywnym zabarwieniem, niż miało to miejsce w przypadku pozostałego dyskursu twitterowego, ale różnica ta wynosiła zaledwie

około 5%. Możemy uznać ten fakt za słabe potwierdzenie hipotezy (h1) postawionej w obrębie drugiego pytania badawczego (p2) o odróżniającym się od reszty dyskursu sentymencie wpisów poświęconych pandemii. Można więc zaryzykować tezę, że w okresie objętym analizą temat pandemii był jednym z najbardziej polaryzujących scenę polityczną. Jednak to nie wielkość różnic w sentymencie między postami o pandemii i pozostałymi jest interesująca, ale ich charakter jakościowy. Dwoma emocjami, które najbardziej odróżniły posty pandemiczne od pozostałych, były gniew i wstręt. Gniew wskazywać może na krytyczną ocenę różnych zachowań formułowaną przez parlamentarzystów. Z jednej strony może to być krytyka obustrzeń, z drugiej niestosowanie się do nich i sprowadzanie na wszystkich zagrożenia. Wstręt z kolei może być odbiciem atawistycznego, ludzkiego odruchu wobec „zarazy”, a z drugiej strony obserwując dynamikę tej emocji w okresie afery związanej ze szczepieniem znanych osób poza kolejnością, może oznaczać negatywną ocenę określonych zachowań w czasie pandemii. Jednocześnie warto zauważyć, że gniew i wstręt często kojarzone są z populizmem, a więc możemy też stwierdzić, że dyskurs na temat pandemii był bardziej populistyczny w stosunku do całej komunikacji politycznej parlamentarzystów prowadzonej na Twitterze.

Takie stwierdzenie jednak musi zostać opatrzone zastrzeżeniem, że populistyczny nastrój był budowany w różnym stopniu w zależności od formacji politycznej. Właśnie największe różnice sentymentu wystąpiły w postach dotyczącymi pandemii między przedstawiciele obozu rządzącego i opozycji. Hipoteza (h2) mówiąca o bardziej spokojnym sentymencie przekazu wysyłanego przez rządzących została potwierdzona, odpowiadając tym samym pozytywnie na postawione pytanie badawcze (p3). Ponadto w odpowiedzi na to pytanie pojawiła się informacja, że różnice sentymentu między dwiema formacjami politycznymi w największym stopniu zaznaczają się w zakresie pobudzenia postów i zawartego w nich ładunku strachu, co prowadzi do konkluzji, że przywołana na wstępie koncepcja doktryny szoku (Klein 2008) została zastosowana w budowaniu obrazu pandemii, przede wszystkim przez opozycję parlamentarną.

W wymiarze bardziej szczegółowym, z podziałem na poszczególne partie, daje się zauważyć, że w postach partii rządzącej emocje związane z populizmem są mniej obecne niż w postach ich politycznej konkurencji. Ten wynik jest zaskakujący, jeżeli w zestawieniu z wnioskami płynącymi z niektórych publikacji naukowych przypisujących profil populistyczny raczej partiom prawniczym (Alekseev 2021; Bill, Stanley 2020; Kasprowicz 2017), a wręcz wprost Prawu i Sprawiedliwości (Kazlauskaitė, Salmela 2022). Z naszej analizy wynika, że w warstwie sentymentu nie jest to takie oczywiste. Okazuje się, że to kontekst decyduje o występowaniu elementów populistycznych, a emocjonalny klimat postów zależy od pozycji zajmowanej aktualnie na szachownicy władzy. Posty o największym stężeniu emocji kojarzonych z populizmem publikowała

Koalicja Obywatelska, która wydaje się kształtować swój wizerunek jako partii niepopulistycznej czy nawet antypopulistycznej. Analiza sentymentu ujawnia nam zatem mijanie się deklaratywnego profilu partii z faktycznym sentymentem zawartym w jej komunikacji. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, że Koalicja Obywatelska jest tą formacją, która opublikowała najwięcej postów dotyczących pandemii w badanym okresie. Efektem tego, że partia kształtująca przekaz najbardziej populistyczny jest też najbardziej aktywną formacją w zakresie komunikacji, jest kształtowanie się ogólnego wrażenia, że dyskurs na temat pandemii jest populistyczny.

Można zastanowić się, dlaczego z dwóch partii o największej reprezentacji w parlamencie bardziej populistyczny przekaz formułuje ta, która jest w opozycji. Każda ze stron politycznej układanki próbuje kształtować taki obraz pandemii, który (przynajmniej w założeniach) przełożyłby się na kapitał polityczny. Dla obozu rządzącego bardziej funkcjonalne jest uspokajanie społecznych emocji, gdyż ułatwia to zarządzanie sytuacją kryzysową i dlatego ich posty w mniejszym stopniu używają słów o silniejszych ładunkach gniewu i strachu. Z kolei opozycji, z oczywistych względów, zależy na wywołaniu pewnego rozchwiania, gdyż w takich warunkach być może łatwiej byłoby przekierować część sympatii wyborców w stronę partii opozycyjnych. Podział na rządzących i opozycję nie wyjaśnia jednak całej złożoności związanej z populistycznymi emocjami. Nie ulega wątpliwości, że są sytuacje, gdy także partie pozostające u władzy posługują się instrumentalnie populistycznymi emocjami. Przykładem może tu być chociażby tzw. wojna z dopalaczami⁵ (zob. Widacki 2017: 10). Różnica zdaje się polegać na tym, że pandemia koronawirusa jest problemem o charakterze egzogennym, na powstanie którego rządzący nie mieli żadnego wpływu, a w przypadku problemu dopalaczy został on w pewnym momencie wykreowany jako palący społeczny problem między innymi przez rządzących. Wątek ten wymaga jednak bez wątpienia dalszych pogłębionych badań.

Kolejnym wynikiem, na który należy zwrócić uwagę, jest zbliżony poziom sentymentu populistycznego w postach Lewicy i Konfederacji. Ujawnia on, że sentyment populistyczny jest niezależny od światopoglądowych profili partii politycznych. Lewica i Konfederacja to dwie najbardziej skrajne partie w polskim parlamencie leżące na przeciwległych krańcach politycznego kontinuum prawica – lewica, które w temacie pandemii wysyłały posty budujące taki sam nastrój. Najmniej populistyczną partią opozycyjną jest PSL (razem z Kukiz'15), które w historii III RP najdłużej wchodziła w skład formacji rządzących. Można

⁵ Zarzut populistycznego rozgrywania problemu dopalaczy formułowały nawet przychylnie ówczesnemu rządowi media (<https://wyborcza.pl/7,76842,8526545,tusk-na-dopalaczach.html?disableRedirects=true>).

stwierdzić, że długi okres sprawowania władzy wykształcił być może wzory komunikacji politycznej charakterystyczne dla obozu rządzącego, mimo że partia już kilka lat zasiada w ławach opozycji.

Należy również zwrócić uwagę, że chociaż różnice między kierunkami emocji wyznaczanymi przez rządzących i opozycję mają zauważalne, przeciwstawne wektory, to jednocześnie na skali bezwzględnej (1–7) dystans między ładunkami sentymentu przedstawicieli różnych obozów politycznych nie jest duży. Najwyraźniej przesterowanie sentymentu w przekazach nie jest łatwe lub nie jest poddawane refleksji. Parlamentarzyści, jeżeli już dokonują ewaluacji posta przed jego opublikowaniem, skupiają się zapewne na grze słów zawartych w sferze treści, czyli jego znaczeniu pojęciowym. Tymczasem dobór słów pod kątem utrwalonych kulturowo ładunków emocji w nich zawartych stanowi raczej bezrefleksyjną emanację ich habitusów. Badana grupa użytkowników Twittera należy do określonej klasy społecznej. Są to politycy, którzy dzielą w jakimś zakresie pewne cechy swojego habitusu zawodowego (Matuchniak-Krasuska 2015: 92–93) i stąd różnice widoczne są tylko w dużej rozdzielczości. Na zakończenie warto zauważyć, że małe różnice sentymentu na skali bezwzględnej są kotwicą zapobiegającą eskalacji dyskursu, która nastąpiłaby, gdyby przekaz z mediów społecznościowych był odbierany wyłącznie na poziomie znaczenia pojęciowego. Niewątpliwie wątek oceny, czy różnice między postami parlamentarzystów są duże, czy małe, wymaga dalszych badań porównawczych, w których komunikacja parlamentarzystów zostałaby zestawiona z komunikacją innych przedstawicieli dyskursu na Twitterze, w szczególności dziennikarzy, akademików czy tzw. zwykłych użytkowników.

Bibliografia

- Afeltowicz, Łukasz, Michał Wróblewski. 2021. *Socjologia epidemii. Wylaniające się choroby zakaźne w perspektywie nauk społecznych*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. DOI: 10.12775/978-83-231-4563-9
- Alekseev, Alexander. 2021. "It Is in the Nation-State that Democracy Resides". How the Populist Radical Right Discursively Manipulates the Concept of Democracy in the EU Parliamentary Elections. *Journal of Language and Politics*. DOI: 10.1075/jlp.20022.ale.
- Alfarrarjeh, Abdullah, Sumeet Agrawal, Seon Ho Kim, Cyrus Shahabi. 2017. Geo-Spatial Multimedia Sentiment Analysis in Disasters. *2017 International Conference on Data Science and Advanced Analytics (DSAA)*: 193–202. DOI: 10.1109/DSAA.2017.77.
- Banerjee, Romita et al. 2018. Tweet Emotion Mapping: Understanding US Emotions in Time and Space. *2018 IEEE Artificial Intelligence and Knowledge Engineering (AIKE)*: 93–100. DOI: 10.1109/AIKE.2018.00021.

- Beckett, Charlie, Mark Deuze. 2016. On the Role of Emotion in the Future of Journalism. *Social Media and Society*, 2, 3: 1–6. DOI: 10.1177/2056305116662395.
- Bidwell, Kelly, Katherine Casey, Rachel Glennerster. 2020. Debates: Voting and Expenditure Responses to Political Communication. *Journal of Political Economy*, 128, 8: 1–22. DOI: 10.1086/706862.
- Bill, Stanley, Ben Stanley. 2020. Whose Poland Is It to Be? PiS and the Struggle between Monism and Pluralism. *East European Politics*, 36, 3: 378–394. DOI: 10.1080/21599165.2020.1787161.
- Bracciale, Roberta, Antonio Martella, Chiara Visentin. 2018. From Super-Participants to Super-Echoed: Participation in the 2018 Italian Electoral Twittersphere. *Partecipazione e Conflitto*, 11, 2: 361–393. DOI: 10.1285/i20356609v11i2p361.
- Breeze, Ruth. 2019. Emotion in Politics: Affective-Discursive Practices in UKIP and Labour. *Discourse and Society*, 30, 1: 24–43. DOI: 10.1177/0957926518801074.
- Chen, Yepeng, Yang Zhu, Yuxian Jiang. 2021. Effects of Admiration of Others on Social Media Fatigue: Loneliness and Anxiety as Mediators. *Social Behavior and Personality*, 49, 6: 1–10. DOI: 10.2224/sbp.10058.
- Crooks, Andrew, Arie Croitoru, Anthony Stefanidis, Jacek Radzikowski. 2013. #Earthquake: Twitter as a Distributed Sensor System. *Transactions in GIS*, 17, 1: 124–147. DOI: 10.1111/j.1467-9671.2012.01359.x.
- Demertzis, Nicolas. 2020. *The political sociology of emotions*. New York: Routledge.
- Duncan-Jones, Austin. 1945. Ethics and Language. by Charles L. Stevenson. *Mind*, 54, 216: 362–373. DOI: 10.1086/286884.
- Ferrara, Emilio, Zeyao Yang. 2015. Measuring Emotional Contagion in Social Media. *PLoS ONE*, 10, 11: e0142390. DOI: 10.1371/journal.pone.0142390.
- Glücker, Hartmut, Manuel Burghardt, Christian Wolff. 2014. Sentylyzer – A Mashup Application for the Sentiment Analysis of Facebook Pages. *Workshop proceedings of the 12th edition of the KONVENS conference*: 58–61. <http://www.uni-hildesheim.de/konvens2014/data/konvens2014-workshop-proceedings.pdf>.
- Heaney, Jonathan G. 2019. Emotion as Power: Capital and Strategy in the Field of Politics. *Journal of Political Power*, 12, 2: 224–244. DOI: 10.1080/2158379X.2019.1618485.
- Interactive Analysis of the NAWL Database. <https://exp.lobi.nencki.gov.pl/nawl-analysis>. Dostęp: 30.12.2020.
- Johansson, Elena, Jacek Nożewski. 2018. Polish and Swedish Journalist-Politician Twitter Networks: Who Are the Gatekeepers? *Central European Journal of Communication*, 11, 2: 129–150. DOI: 10.19195/1899-5101.11.2(21).2.
- Kasprowicz, Dominika. 2017. *Populistyczna radykalna prawica jako obszar badawczy*. Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ.
- Kazlauskaite, Ruta, Mikko Salmela. 2022. Mediated Emotions: Shame and Pride in Polish Right-Wing Media Coverage of the 2019 European Parliament Elections. *Innovation – The European Journal of Social Science Research*, 35: 130–149. DOI: 10.1080/13511610.2021.1952551.
- Klein, Naomi. 2008. *Doktryna szoku. Jak współczesny kapitalizm wykorzystuje klęski żywiołowe i kryzysy społeczne*. Przekład Hanna Jankowska i in. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza.

- Konarski, Wawrzyniec. 2013. Polityka i politycy w Polsce – analiza krytyczna. *Studia Politologiczne*, 27: 259–275.
- Krawczyk-Antońska, Żaneta. 2013. *Pobudzić a zostać pobudzonym. Emocje w polityce*. Katowice: Oficyna Wydawnicza Waław Walasek.
- Lindquist, Kristen A., Jennifer K. MacCormack, Holly Shablack. 2015. The Role of Language in Emotion: Predictions from Psychological Constructionism. *Frontiers in Psychology*, 6, MAR: 1–17. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00444.
- Liu, Zhe et al. 2018. Seemo: A Computational Approach to See Emotions. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: Association Computing Machinery, 1–12. DOI: 10.1145/3173574.3173938.
- Luhmann, Niklas. 2007. *Systemy społeczne: zarys ogólnej teorii*. Przekład Michał Kaczmarczyk. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Matuchniak-Krasuska, Anna. 2015. Koncepcja habitusu u Pierre’a Bourdieu. *Internetowy Magazyn Filozoficzny Hybris*, 31, 4: 77–111.
- Meler, Andrzej, Radosław Sojak, Beata Królicka. 2020. Młode wilki, wojowniczk i samowykluczeni. Wzory komunikacji medialnej posłów VIII kadencji. W: J. Arcimowicz, K. Gadowska, red. *Sfera publiczna w Polsce i jej współczesne konteksty*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 351–373. <https://www.isp.org.pl/pl/publikacje/sfera-publiczna-w-polsce-i-jej-wspolczesne-konteksty>.
- Munezero, Myriam, Calkin Suero Montero, Erkki Sutinen, John Pajunen. 2014. Are They Different? Affect, Feeling, Emotion, Sentiment, and Opinion Detection in Text. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 5, 2: 101–111.
- Nguyen, Vu Dung, Blesson Varghese, Adam Barker. 2013. The Royal Birth of 2013: Analysing and Visualising Public Sentiment in the UK Using Twitter. *2013 IEEE International Conference on Big Data*: 46–54. DOI: 10.1109/BigData.2013.6691669.
- Parmelee, John H. 2013. Political Journalists and Twitter: Influences on Norms and Practices. *Journal of Media Practice*, 14, 4: 291–305. DOI: 10.1386/jmpr.14.4.291_1.
- Parmelee, John H. 2014. The Agenda-Building Function of Political Tweets. *New Media and Society*, 16, 3: 434–450. DOI: 10.1177/1461444813487955.
- Pawłowski, Marek. 2013. Demokracja medialna. *Refleksje. Pismo naukowe studentów i doktorantów WNPiD UAM*, 8: 133. DOI: 10.14746/r.2013.2.12.
- Pingle, Mark, Jason Lim. 2021. Guilt, Love, and the Behavioral Enrichment of Public Choice Theory. *Journal of Behavioral Economics for Policy*, 5, 2: 87–93.
- Rico, Guillem, Marc Guinjoan, Eva Anduiza. 2017. The Emotional Underpinnings of Populism: How Anger and Fear Affect Populist Attitudes. *Swiss Political Science Review*, 23, 4: 444–461. DOI: 10.1111/spsr.12261.
- Riegel, Monika et al. 2015. Nencki Affective Word List (NAWL): The Cultural Adaptation of the Berlin Affective Word List–Reloaded (BAWL-R) for Polish. *Behavior Research Methods*, 47, 4: 1222–1236. DOI: 10.3758/s13428-014-0552-1.
- Sailunaz, Kashfia, Reda Alhadj. 2019. Emotion and Sentiment Analysis from Twitter Text. *Journal of Computational Science*, 36: 101003. DOI: 10.1016/j.jocs.2019.05.009.
- Sartre, Jean-Paul. 2006. *Szkic o teorii emocji*. Przekład Rafał Abramciów. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

- Shapiro, Michael A., Robert H. Rieger. 1992. Comparing Positive and Negative Political Advertising on Radio. *Journalism Quarterly*, 69, 1: 135–145. DOI: 10.1177/107769909206900111.
- Sieradzka-Baziur, Bożena. 2020. Uwarunkowania kształcenia zdalnego w rodzinie w dobie COVID-19. *Horyzonty Wychowania*, 19, 51: 89–99. DOI: 10.35765/hw.1979.
- Singer, Jane B. 2005. The political j-blogger: “Normalizing” a New Media Form to Fit Old Norms and Practices. *Journalism*, 6, 2: 173–198. DOI: 10.1177/1464884905051009.
- Sinnenberg, Lauren et al. 2017. Twitter as a Tool for Health Research: A Systematic Review. *American Journal of Public Health*, 107, 1: 1–8. DOI: 10.2105/AJPH.2016.303512.
- Siza, Remo. 2020. In the Midst of the COVID-19 Pandemic: Economic Insecurity and Coping Strategies of Italian Households. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42, 3/4: 298–312. DOI: 10.1108/IJSSP-07-2020-0326.
- Solomon, Robert. 1995. *A Passion for Justice: Emotions and the Origins of the Social Contract*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- Spelman, Elisabeth V. 1989. Anger and Insubordination. In: A. Garry, M. Pearsall, eds. *Women, knowledge, and reality: explorations in feminist philosophy*. Boston: Unwin, 263–273.
- Spinczyk, Dominik et al. 2020. Computer-Aided Therapeutic Diagnosis for Anorexia. *BioMedical Engineering Online*, 19, 1: 1–23. DOI: 10.1186/s12938-020-00798-9.
- Stevenson, Charles Leslie. 1938. Persuasive Definitions. *Mind*, 47, 187: 331–350. DOI: 10.1093/mind/XLVII.187.331.
- Stevenson, Charles Leslie. 1944. *Ethics and Language*. New Haven: Yale University Press.
- Szymaniak, Kinga, Marcin Zajenkowski. 2021. How Do High Trait Anger People Feel about Rewards High and Low in Arousal? Disentangling the Association between Trait Anger and Subjective Pleasantness of Rewards. *Personality and Individual Differences*, 168, March 2020. DOI: 10.1016/j.paid.2020.110278.
- Tarullo, Raquel. 2020. Emotive and Positive Political Communication on Facebook: The Case of Argentinean Leaders. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22, 1: 31–53. DOI: 10.21018/rjcp.2020.1.286.
- Tw. 2021. TikTok ma w Polsce więcej użytkowników niż Twitter, Pinterest przed Snapchatem i Wykopem (TOP10). <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/tiktok-ma-w-polsce-wiecej-uzytkow-niz-twitter-pinterest-przed-snapchatem-i-wykopem-top10>. Dostęp: 14.11.2021.
- Wahl-Jorgensen, Karin. 2018. Media Coverage of Shifting Emotional Regimes: Donald Trump’s Angry Populism. *Media, Culture and Society*, 40, 5: 766–778. DOI: 10.1177/0163443718772190.
- Wahl-Jorgensen, Karin. 2019. Questioning the Ideal of the Public Sphere: The Emotional Turn. *Social Media and Society*, 5, 3: 1–3. DOI: 10.1177/2056305119852175.
- Weeden, Kim, Benjamin Cornwell, Barum Park. 2021. Still a Small World? University Course Enrollment Networks before and during the COVID-19 Pandemic. *Sociological Science*, 8: 73–82. DOI: 10.15195/v8.a4.

- Widacki, Jan, red. 2017. *Populizm penalny*. Kraków: Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.
- Widmann, Tobias. 2021. How Emotional Are Populists Really? Factors Explaining Emotional Appeals in the Communication of Political Parties. *Political Psychology*, 42, 1: 163–181. DOI: 10.1111/pops.12693.
- Wierzba, Małgorzata et al. 2015. Basic Emotions in the Nencki Affective Word List (NAWL BE): New Method of Classifying Emotional Stimuli. *PLoS ONE*, 10, 7: 1–16. DOI: 10.1371/journal.pone.0132305.
- Wilkin, Jerzy, red. 2005. *Teoria wyboru publicznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Wodak, Ruth, Salomi Boukala. 2015. European Identities and the Revival of Nationalism in the European Union. A Discourse Historical Approach. *Journal of Language and Politics*, 14, 1: 87–109. DOI: 10.1075/jlp.14.1.05wod.
- Wojcik, Stefan, Adam Hughes. 2019. Sizing Up Twitter Users. <https://www.pewresearch.org/internet/2019/04/24/sizing-up-twitter-users/>. Dostęp: 28.02.2021.
- Wróblewski, Michał, Andrzej Meler, Łukasz Afeltowicz. 2020. Raport: Ryzyko, zaufanie, choroby zakaźne. Polki i Polacy o pandemii. Toruń. https://repozytorium.umk.pl/bitstream/handle/item/6434/UMK_pandemia.pdf?sequence=3.

Aneks 1

Wykaz fraz, których występowanie w poście kwalifikowało go jako poświęcony pandemii. Zapis przedstawiony w formie wyrażenia regularnego, gdzie kropka (.) oznacza możliwość wystąpienia dowolnego znaku we frazie, gwiazdka (*) oznacza dowolną liczbę znaków poprzedzających, daszek (^) oznacza, że fraza musi zaczynać się od następujących znaków. Na przykład fraza ‘.covid.*’ może wyłowić następujące wyniki: ‘covid’; ‘okołocovidowy’; ‘covidu’. Z kolei ‘^tarcz.*’ znajdzie takie frazy jak: ‘tarcz’; ‘tarcza’; ‘tarczy’, ale nie uwzględni: ‘wystarczy’.

Lista:

,.*covid.*’;’.*koronawirus.*’;’.*koronowirus.*’;’zaka.ony’;’zaka.en.*’; ,pandemi.*’; ,epide.*’; ,wirus.*’; ,WHO’ ,ozdrowie.*’; ,zachorowa.*’; ,szczepie.*’; ,zaszczepi.*’; ,szczepionk.*’; ,pfizer’; ,moderna’; ,astra.*zaneca’; ,biontech’; ,medycy’; ,medyk.w’; ,^tarcz.*’; ,medyczny’; ,maseczk.*’; ,maseczek.*’; ,dezynfek.*’; ,jednoimienn.*’; ,respirator.*’; ,osocz.*’; ,lockdown.*’; ,obostrze.*’; ,kwarantann.*’; ,zgon.*’; ,hospitalizowan.*’; ,szumowski.*’; ,niedzielski.*’; ,zamykani.* gospodarki’; ,otwierani.* gospodarki’; ,zamr.*n.* bran.*’; ,odmra.*an.* bran.*’; ,odmra.*an.* gospodark.*’; szpital.*’; ,dawek’; ,dawki’; ,powr.* dzieci’; ,otwarci.* szk.*’; ,ratowani.* gospodark.*’; ,otwarci.* galerii’; ,zdaln.*’; ,zakaz.* wst.*p.* do las.*’