

ARTYKUŁY

*Dominik Batorski**Uniwersytet Warszawski**Interdyscyplinarne Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego¹**ORCID: 0000-0003-1112-7114***EKOSYSTEM POLITYCZNEGO HOBBY.
JAK MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE I ALGORYTMY
KSZTAŁTUJĄ TOŻSAMOŚĆ I MOBILIZACJĘ**■ **WPROWADZENIE: PARADOKS CYFROWEGO ZAANGAŻOWANIA****Ewolucja postrzegania roli mediów społecznościowych**

Media społecznościowe ewoluowały od postrzeganej infrastruktury demokratyzacji, obniżającej koszty dostępu do informacji i udziału w debacie publicznej, do głównego katalizatora polaryzacji i erozji zaufania. Wczesne analizy legitymizowały „optymistyczny” paradygmat cyfrowej partycypacji (Groshek 2009; Firat 2014), jednak nowsze przeglądy ujawniają fundamentalne pęknięcie: w reżimach autorytarnych media cyfrowe wciąż korelują ze wzrostem dostępu do informacji, jednak w ustabilizowanych demokracjach ich dominacja wiąże się z nasileniem populizmu i spadkiem zaufania do instytucji (Lorenz-Spreen i in. 2023). Badania panelowe potwierdzają, że przejście od mediów tradycyjnych ku platformom społecznościowym wiąże się z wyraźnym – choć zróżnicowanym między krajami – spadkiem zaufania do informacji (Fletcher i in. 2025). W rozwiniętych demokracjach w warunkach polaryzacji afektywnej korzystanie z social mediów zwiększa wprawdzie zaangażowanie (frekwencję), ale obniża satysfakcję z demokracji oraz ocenę jej jakości (Chan, Yi 2024). Oznacza to, że nie można mediów społecznościowych oceniać ani jako z natury emancypacyjnych, ani z natury destrukcyjnych: pełnią rolę środowiska, które w jednych warunkach ułatwia mobilizację i deliberację, a w innych sprzyja afektywnemu „okopywaniu się” grup i eskalacji wrogości.

W dojrzałych demokracjach, takich jak Polska, problemem nie jest już brak dostępu do informacji, lecz sposób, w jaki informacja jest selekcionowana, kadrowana i sprzęgana z tożsamościami politycznymi. W warunkach nasycenia informacyjnego kluczowe znaczenie zyskują architektury selekcji – algorytmiczne rankingi, formaty interfejsu i sieciowe ścieżki obiegu treści – które porządkują uwagę odbiorców według wskaźników zaangażowania, a nie według wartości poznawczej

¹ E-mail: batorski@uw.edu.pl

czy deliberacyjnej (Alloing i in. 2025). W dalszej części artykułu przyjmuję, że to właśnie te mechanizmy – selekcji, kadrowania i sprzęgania treści z tożsamościami politycznymi – są kluczowe dla zrozumienia dwoistości efektów cyfrowego zaangażowania w Polsce.

Polski kontekst

W polskim kontekście dwoistość efektów mediów społecznościowych ujawnia się szczególnie wyraziście: poziom polaryzacji afektywnej jest tu istotnie wyższy niż w większości krajów europejskich (Reiljan 2025), podczas gdy rozbieżności programowe pozostają umiarkowane (Traczyk, Włodarczyk, Górską 2023; Białobrzęska i in. 2025). Współczesny konflikt ma charakter tożsamościowo-afektywny: stabilne konfiguracje „my–oni” chronione są emocjonalnie (Horonziak 2022; Traczyk, Włodarczyk, Górską 2023; Białobrzęska, Cholewińska 2025), a spór i emocje polityczne ogniskują się wokół symboli i moralnych wyobrażeń wspólnoty, a nie konkretnych pakietów reform (Iyengar i in. 2019; Hajnal 2025; Reiljan 2025). W takim układzie środowisko cyfrowe nie tyle inicjuje polaryzację, ile wchodzi w interakcję z już „naładowanymi” tożsamościami (Bucher 2018; Tucker i in. 2018), co czyni Polskę ciekawym przypadkiem dla analizy, w jaki sposób architektura cyfrowa przechwytyje i moduluje konflikt tożsamościowy.

Zestawienie opisanych wcześniej danych prowadzi do kluczowego pytania interpretacyjnego: jak wyjaśnić trwałość silnej polaryzacji afektywnej w warunkach umiarkowanych różnic programowych i ograniczonej sprawczości obywateli. Jedną linią odpowiedzi, rozwiniętą m.in. przez Zbigniewa Zagałę (2023) czy Magdalenę Solską (2025), akcentuje historyczną genezę konfliktu od 2005 roku, wskazując na sekwencję wydarzeń politycznych i strategię polaryzacyjną elit. W niniejszym artykule nie kwestionuję tego ujęcia, lecz uzupełniam je, argumentując, że w dojrzałej fazie tego konfliktu kluczową rolę odgrywa środowisko technologiczne, w którym media społecznościowe moduluja, utrwalają i kanalizują istniejące napięcia tożsamościowe, zamiast je samodzielnie wytwarzać (Bucher 2018; Tucker i in. 2018). Innymi słowy, pytam nie tylko o historyczne źródła polaryzacji afektywnej, lecz o to, jak architektura platform cyfrowych współkształtuje jej współczesne formy i konsekwencje.

Dominujące w debacie publicznej skróty narracyjne – o hermetycznych „bańkach informacyjnych”, „wszechmocnym algorytmie” czy „powszechnej polityzacji” – porządkują potoczne intuicje, w świetle nowszych badań empirycznych okazują się one mylącymi uproszczeniami. Jak wykażę w dalszej części, współczesna architektura platform nie izoluje użytkowników w bańkach, lecz kradnie czas i formatuje wartości użytkowników (Firat 2014), ale przede wszystkim utowarawia tożsamość, przekształcając konflikt polityczny w źródło afektywnej gratyfikacji.

Cel i główna teza

Artykuł wprowadza model „ekosystemu politycznego hobby”, integrujący trzy perspektywy: psychologię polityczną wyjaśniającą tożsamościowe podłoże podziałów (Mason 2018), analizę platform jako „neopośredników” uwagi (Papathanassopoulos, Giannouli 2025) oraz dystynkcję między politycznym hobby a budowaniem władzy (*power building*) (Hersh 2020). W ramach modelu megatożsamości dostarczają paliwa afektywnego, architektura platform konfiguruje środowisko widoczności, a praktyki użytkowników przyjmują formę niskoprogowego politycznego hobby. Główna teza zakłada, że w specyficznych warunkach polskiej sfery publicznej – charakteryzującej się wysoką polaryzacją afektywną przy umiarkowanych różnicach programowych – środowisko cyfrowe nie tyle radykalizuje poglądy, co przekształca konflikt w tożsamościowo-afektywne widowisko dla segmentu intensywnych uczestników życia politycznego online. W tym ujęciu aktywność cyfrowa użytkowników pełni przede wszystkim funkcję hobbystycznej gratyfikacji i rytualnego potwierdzania przynależności, w małym stopniu przekładając się na realną sprawczość polityczną.

Przyjęcie tej perspektywy pozwala zreinterpretować potoczne narracje o hermetycznych „bańkach informacyjnych” czy determinizmie algorytmicznym. Jak wykazuję w dalszej części, odwołując się do nowszych badań (Bail i in. 2018; Ross Arguedas i in. 2022; Guess i in. 2023a), narracje te tylko częściowo oddają dynamikę konfliktu politycznego w środowisku platform. Proponowany model pozwala lepiej uchwycić paradoks współwystępowania wysokiego natężenia sporu politycznego z deficytem realnego zaangażowania obywatelskiego oraz erozją sfery deliberacyjnej, wskazując zarazem na segmentowy i kontekstowy charakter tych procesów. Artykuł ma przede wszystkim charakter teoretyczno-interpretacyjny, uzupełniony eksploracyjną analizą danych sondażowych CBOS z okresu kampanii prezydenckiej 2025 roku. Analiza ta (patrz rozdz. Asymetria zaangażowana...) wstępnie testuje jedną z kluczowych tez modelu – o asymetrii między hobbystycznym zaangażowaniem liberalnych elektoratów a większą sprawczością mikropolityczną strony konserwatywnej. Polskie dane empiryczne służą zatem zarówno jako materiał ilustracyjny, jak i jako ograniczony, przekrojowy test wybranych mechanizmów modelu. Pełniejsza weryfikacja hipotez wymaga jednak dalszych badań, zarysowanych w podsumowaniu.

■ STRUKTURA TOŻSAMOŚCI A MECHANIZMY ODBIORU INFORMACJI

Afektywne podstawy tożsamości politycznej

Współczesna transformacja natury konfliktu polega na wypieraniu sporów programowych przez stabilne konfiguracje „my–oni”, zakorzenione w psychologii grupowej. W tradycji teorii tożsamości społecznej oraz badań nad polaryzacją afektywną

przynależność partyjna jest traktowana jako forma tożsamości grupowej, obejmująca schematy dystynkcji między „naszymi” i „obcymi” oraz emocje wobec tych grup, przez co preferencje programowe schodzą na dalszy plan wobec lojalności grupowej (Iyengar, Sood, Lelkes 2012). Poprzez proces sortowania społecznego – nakładania się podziałów religijnych, kulturowych i terytorialnych na preferencje wyborcze – orientacja partyjna przekształca się w nadrzędną „megatożsamość” (Mason 2018). Tak skonstruowana tożsamość staje się stale dostępnym filtrem poznawczym, automatycznie polaryzującym interpretację rzeczywistości (Slater 2015).

Konsekwencją dominacji megatożsamości jest przekształcenie rywalizacji wyborczej z negocjacji interesów w grę o sumie zerowej, w której stawką jest status i dominacja własnej grupy, a nie kompromis merytoryczny (Mason 2018). W tak skonstruowanym układzie podstawowym paliwem mobilizacji stają się silne emocje negatywne – złość, lęk oraz poczucie egzystencjalnego zagrożenia ze strony oponentów – które silniej motywują do działania niż entuzjazm dla własnych postulatów (Mason 2018; Iyengar i in. 2019). Polaryzacja afektywna, rozumiana jako wzrost wrogości wobec grupy obcej (*out-group animosity*) przy stabilnej ocenie własnej grupy, jest zatem logicznym następstwem struktury tożsamościowej, w której porażka polityczna interpretowana jest jako zagrożenie dla bezpieczeństwa i całego stylu życia jednostki (Iyengar i in. 2019).

Polskie dane o strukturze konfliktu

Analiza polskiego konfliktu potwierdza, że dynamika po 2005 roku realizuje logikę formowania się megatożsamości. Ewolucja podziału postsolidarnościowego doprowadziła do krystalizacji dwóch bloków elektoratów, w których emocjonalna delegitymizacja oponenta – a nie początkowo bardzo mały dystans programowy – stała się głównym spoiwem identyfikacji (Czeźnik, Grabowska 2017; Zagąła 2023). Po 2015 roku różnice te uległy „afektywnemu usztywnieniu”: identyfikacja z obozem politycznym coraz ściślej spleta się z tożsamością kulturową, stosunkiem do Kościoła i mediów, a także stylem życia, tworząc zwarte pakiety tożsamościowe (Ruszkowski, Przystalski, Maranowski 2020; Horonziak 2022).

Dane empiryczne precyzyjnie obrazują ten rozziw między afektem a ideologią. Podczas gdy wskaźniki polaryzacji programowej pozostają umiarkowane – średni dystans wynosi ok. 0,37 – poziom negatywnych emocji wobec oponentów jest jednym z najwyższych w Europie (Białobrzeska i in. 2025; Reiljan 2025). Raporty opinii publicznej wskazują na paradoks „zmęczonej wspólnoty”: ponad cztery piąte badanych deklaruje zmęczenie konfliktem i unika rozmów o polityce w obawie przed zerwaniem więzi, a jednocześnie większość ocenia Polskę jako kraj głęboko podzielony (Traczyk, Włodarczyk, Górską 2023). Codzienna wymiana polityczna opisywana jest jako dominacyjna gra o sumie zerowej (Horonziak 2022), oparta na „ciągłym udowadnianiu, że ma się rację”, co sprzyja utrwalaniu wrogości

schematów „my–oni” i wyklucza możliwość dialogu również poza momentami kampanii (Traczyk, Włodarczyk, Górską 2023).

W konsekwencji użytkowanie mediów społecznościowych odbywa się w warunkach emocjonalnego przesycenia, w którym orientacje światopoglądowe ustępują miejsca „chwilowym napięciom” (Feliksiak, Roguska, Ruszkowski 2023), a każda treść dekodowana jest jako sygnał trwającej „wojny polsko-polskiej”. Taka struktura podziałów – zgodna z logiką megatożsamości, w której granice grupowe są relacyjnie osadzone i chronione afektywnie – stanowi kluczowy punkt sprzęgnięcia: architektura platform nie musi tu wytwarzać polaryzacji od zera, lecz jedynie przechwytuje i algorytmicznie wzmacnia istniejące już napięcia symboliczne.

Mechanizmy selekcji informacji i zamykanie się grup

W warunkach dominacji megatożsamości imperatyw ochrony statusu grupy zastępuje bezstronną analizę mechanizmem rozumowania motywowanego (*motivated reasoning*). Tożsamość staje się nadrzędnym filtrem poznawczym: treści zgodne z linią własnej grupy zyskują automatyczną wiarygodność, podczas gdy komunikaty sprzeczne są odrzucane jako tendencyjne lub wrogie (Taber, Lodge 2006; Kahan 2013; Mason 2018). Badania nad polaryzacją afektywną wskazują, że silna identyfikacja koreluje z wyższą skłonnością do zauważania i udostępniania przekazów deprecjonujących oponentów przy jednoczesnym ignorowaniu informacji łagodzących ten obraz (Iyengar, Sood, Lelkes 2012; Garrett, Weeks 2017). Konfrontacja z odmiennymi poglądami, zamiast łagodzić stanowiska, często wywołuje efekt rykoszetu (*backfire effect*) – defensywne usztywnienie pierwotnych przekonań w obliczu zagrożenia tożsamości (Bail i in. 2018).

W polskim kontekście procesy te zachodzą w atmosferze „wojny polsko-polskiej”, gdzie kluczowymi predyktorami aktywności są emocje negatywne: złość, frustracja oraz lęk wynikający z postrzegania oponentów jako egzystencjalnego zagrożenia (Traczyk, Włodarczyk, Górską 2023; Skarżyńska 2024).

Polaryzacja afektywna przekłada się na konkretne motywacje poznawcze – jednostki mają silną skłonność, by szukać potwierdzeń swoich poglądów i unikać treści, które podważają obraz własnej grupy i wywołują dysonans poznawczy, co prowadzi do selektywnej ekspozycji (Taber, Lodge 2006; Kahan 2013). W środowisku cyfrowym przyjmuje ona postać szeregu drobnych, ale systematycznych decyzji: kogo obserwować, kogo wyciszyć lub zablokować, jakie grupy, strony i kanały uznać za „bezpieczne” oraz gdzie można bez ryzyka wystawiać na widok publiczny swoje polityczne „ja”. Użytkownicy nie są biernymi odbiorcami, lecz aktywnie kształtują swoje środowisko zgodnie z modelem wzmacniających spiral (Slater 2015), systematycznie poszukując treści potwierdzających przynależność grupową. Selektywna ekspozycja na treści zgodne z własnymi postawami jest silnym predyktorem wzrostu polaryzacji ideologicznej, jak i afektywnej (Kubin, von Sikorski 2021).

W mediach społecznościowych decyzje o obserwowaniu, wyciszaniu czy blokowaniu prowadzą do wzrostu homofilii – tendencji do otaczania się jednostkami o zbliżonym profilu tożsamościowym (McPherson, Smith-Lovin, Cook 2001; Barberá i in. 2015). Użytkownicy nie tylko konsumują treści „swoich”, ale także reorganizują swoje sieci kontaktów tak, by interakcje z „obcymi” były rzadsze, bardziej kontrolowane i częściej przyjmowały formę obserwowania z dystansu niż dialogu. Te oddolne mikrodecyzje tworzą uporządkowane, homogeniczne środowisko społeczne (Bakshy, Messing, Adamic 2015; Del Vicario i in. 2016), z którego platformy czerpią materiał wejściowy dla systemów rekomendacyjnych, które redukują te ekspresje do statusu danych (Alloing i in. 2025). W ten sposób uprzedzenia poznawcze i dążenie do komfortu tożsamościowego dostarczają paliwa algorytmom, które następnie optymalizują feedy, domykając pętlę wzmocnienia.

■ PLATFORMY CYFROWE JAKO ŚRODOWISKO POLARYZACJI

Promowanie zaangażowania a radykalizacja treści

Platformy funkcjonują jako „neopośrednicy”, zastępując tradycyjny redakcyjny *gate-keeping* zautomatyzowaną kuracją treści, w której priorytetem są wskaźniki zaangażowania, a nie wartość merytoryczna (Bucher 2018; Papathanassopoulos, Giannouli 2025). Hierarchia widoczności jest efektem aktywnego wnioskowania algorytmów o atrybutach użytkownika (w tym tych politycznych), często niezależnie od jego deklaracji. W tej architekturze zachodzi proces pętli zwrotnej: homofilia i selektywne praktyki użytkowników stanowią materiał wejściowy dla systemów rekomendacyjnych, które następnie optymalizują przyszlą ekspozycję, wzmacniając istniejące podziały (Bakshy, Messing, Adamic 2015; Del Vicario i in. 2016; Alloing i in. 2025).

Kluczowe dla zrozumienia tego procesu jest rozróżnienie między treściami dostępnymi a skonsumowanymi. Analiza zachowań 208 milionów użytkowników wykazuje, że segregacja ideologiczna rośnie stopniowo na kolejnych etapach „lejka”: jest widoczna w puli treści potencjalnie dostępnych (*inventory*), wzrasta w momencie algorytmicznej ekspozycji w feedzie, ale drastyczny skok osiąga dopiero na etapie faktycznego zaangażowania użytkownika (González-Bailón i in. 2023). Oznacza to, że choć algorytmy mogą ograniczać ekspozycję na odmienne poglądy (Levy 2021), to użytkownicy poprzez swoje mikrodecyzje dokonują ostatecznej, radykalnej filtracji rzeczywistości. Dowody na autonomiczny wpływ technologii na radykalizację są ograniczone; polaryzujący potencjał rekomendacji aktywuje się głównie wtedy, gdy jest zasilany danymi odzwierciedlającymi silną, uprzednią preferencję tożsamościową odbiorcy (Cho i in. 2020; Metzler, Garcia 2023).

Dominująca w tym ekosystemie ekonomia uwagi wymusza na algorytmach *engagement-based ranking* – promowanie treści maksymalizujących czas spędzany na platformie poprzez wywoływanie silnego pobudzenia (Alloing i in. 2025). Systemy te

są projektowane w celu maksymalizacji retencji uwagi, co w praktyce oznacza, że szczególnie premiowane są komunikaty afektywne i konfrontacyjne – antagonizujące memy, oburzone komentarze, filmy „obnażające” przeciwników (Kim i in. 2021). Eksperymenty potwierdzają, że domyślne algorytmy systematycznie faworyzują treści generujące ponadprzeciętną liczbę reakcji, w tym treści polityczne i emocjonalne w porównaniu do feedów chronologicznych (Guess i in. 2023a). Nie jest to jednak promocja emocjonalności *per se*, lecz specyficznie ukierunkowanego antagonizmu. Wrogość wobec grupy obcej (*out-group animosity*) stanowi obecnie najsilniejszy predyktor wiralowości: każde słowo wymierzone w oponentów zwiększa szansę udostępnienia o 67%, co jest efektem kilkukrotnie silniejszym niż wpływ języka ogólnie negatywnego czy moralnego (Rathje, Van Bavel, van der Linden 2021; Heltzel, Laurin 2024; Milli i in. 2025). Algorytmy uczą się zatem, że najskuteczniejszym paliwem zaangażowania są treści wzmacniające granice „my–oni”, co przesuwa komunikację polityczną w stronę performatywnego konfliktu (Papathanassopoulos, Giannouli 2025).

Zróznicowane modele działania mediów społecznościowych

Choć ekonomia uwagi jest uniwersalna, poszczególne platformy implementują ją poprzez odmienne afordancje (możliwości działania), co generuje zróżnicowane środowiska doświadczania polityki.

Pierwszą kategorię tworzą serwisy oparte na grafie społecznym (Facebook, platforma X), które funkcjonują jako hybrydy sieci relacyjnych i systemów rekomendacyjnych. W tej architekturze selekcja treści oparta na relacjach, które często charakteryzuje homofilia, współwystępuje z algorytmicznym rankingiem (Bakshy, Messing, Adamic 2015; Milli i in. 2025). Polityka jest tu nieustannie przeplatana z życiem prywatnym, co wystawia użytkowników na presję społeczną, a ekspresja poglądów staje się publicznym testem lojalności wobec własnej grupy. Badania wskazują, że wpływ tych mechanizmów nie jest jednakowy: podczas gdy algorytm Facebooka w okresie wyborczym potrafił redukować ekspozycję na treści nieuprzejme w porównaniu do feedu chronologicznego (Guess i in. 2023a), architektura serwisu X (Twittera) systematycznie amplifikowała gniew i wrogość (Huszár i in. 2022). Ostateczny efekt zależy więc od tego, czy system nagradza interakcje społeczne, czy wiralową kontrowersję.

Odmianą dynamikę wprowadzają platformy oparte na „czystej” rekomendacji treści, a nie na relacjach społecznych. YouTube, organizujący uwagę wokół historii oglądania i powiązanych sekwencji wideo, sprzyja powstawaniu głębokich ścieżek tematycznych. W literaturze opisuje się to metaforą „króliczych nor” (*rabbit holes*) – trajektorii prowadzących ku materiałom coraz bardziej niszowym i radykalizującym (O’Callaghan i in. 2015). To w tym kontekście najczęściej lokowany jest spór o tzw. algorytmiczną radykalizację. Choć badania nad powszechnością tego zjawiska są niejednoznaczne (Ledwich, Zaitsev 2020), to częściowo wynika to z opierania

się na zewnętrznych rekonstrukcjach systemu rekomendacyjnego, z ograniczonym uwzględnieniem personalizacji i długich historii oglądania (Yesilada, Lewandowski 2022). Duże audyty zachowań użytkowników potwierdzają, że część odbiorców faktycznie migruje od umiarkowanych kanałów do treści skrajnych, choć zjawisko to nie jest powszechne i w dużej mierze zależy od wcześniejszych wzorców konsumpcji (Ribeiro i in. 2020). Analizy wskazują istotną asymetrię: udział treści problematycznych (teorie spiskowe, *Alt-right*) w rekomendacjach rośnie wraz z czasem oglądania głównie u użytkowników o profilu prawicowym (Haroon i in. 2023).

Trzeci model reprezentuje TikTok, oparty na wertykalnym, silnie spersonalizowanym feedzie, krótkich form wideo. Architektura ta promuje model *politainment* – kompresję polityki do formatów rozrywkowych i memetycznych (Cervi 2021; Morejón-Llamas, Ramos-Ruiz, Cristófol 2024). Specyfikę tego medium precyzyjnie oddaje koncepcja publiczności naśladowczych (*imitation publics*): dzięki funkcjom takim jak „Duety” (nagrywanie odpowiedzi wideo) czy ponowne użycie dźwięku, zaangażowanie nie polega tu na dyskusji, lecz na rytualnym powielaniu wzorców zachowań (Zulli, Zulli 2022). W efekcie partycypacja zredukowana jest do performatywnego odgrywania trendu, treści merytoryczne są systemowo wypierane przez krótkie, emocjonalne wideo, które albo ocieplają wizerunek polityków, albo rytualnie ośmieszają przeciwników, spłycając cały konflikt (Medina-Serrano, Papakiriakopoulos, Hegelich 2020). Algorytm TikToka, oderwany od grafu znajomych, wzmacnia logikę wiralowości, ale też redefiniuje polityczność jako doświadczenie afektywne i tożsamościowe (Literat, Kligler-Vilenchik 2023).

Ekosystem dopełniają tzw. alt-techy (Gab, Parler, Truth Social), oferujące środowiska o wysokiej homogeniczności ideologicznej i minimalnej moderacji, funkcjonując jako cyfrowe „bezpieczne przystanie” dla radykalnych tożsamości (Dehghan, Nagappa 2022). W przeciwieństwie do YouTube’a, ekstremizm nie jest tu produktem algorytmów, lecz wynika z dynamiki samej społeczności (Whittaker i in. 2021). Serwisy te pełnią funkcję ideologicznego zaplecza, w którym radykalne narracje są produkowane i krystalizowane przed ich transferem do głównego nurtu (Peucker, Fisher 2022). W rezultacie współczesny użytkownik nie jest przypisany do jednej logiki, lecz nawiguje wewnątrz złożonego ekosystemu: od relacyjnej presji Facebooka, przez immersyjne „królicze nory” YouTube’a i memetyczne widowiska TikToka, aż po hermetyczne enklawy *alt-techu*.

Skutki kontaktu z odmiennymi poglądami w sieci

Badania empiryczne konsekwentnie podważają popularną hipotezę o hermetycznych „bańkach filtrujących” (Pariser 2011) czy „komorach echa” (Sunstein 2007) jako dominującym doświadczeniu cyfrowym. Również Paweł Matuszewski i Gabriela Szabó (2019) wykazali, że choć polska sieć Twittera jest silnie sklastrowana, to nie tworzy pełnych baniek – użytkownicy z różnych obozów politycznych masowo śledzą te

same, główne media informacyjne. Ścisła izolacja informacyjna jest zjawiskiem marginalnym, a użytkownicy serwisów opartych na grafie społecznym regularnie napotykać treści sprzeczne z własnymi przekonaniami (*cross-cutting exposure*), a jednorodne środowiska koncentrują się w niewielkiej grupie najbardziej zaangażowanych politycznie jednostek (Barberá i in. 2015; Figà Talamanca, Arfini 2022; Ross Arguedas i in. 2022). Analiza śladów cyfrowych wykazuje, że intensywniejsze korzystanie z mediów społecznościowych wiąże się ze wzrostem różnorodności konsumowanych źródeł, choć ten wzrost pluralizmu często współwystępuje z przesunięciem w stronę źródeł bardziej stronniczych, co dowodzi, że samo przebicie „bańki” nie chroni przed polaryzacją (Iyengar i in. 2019; Kitchens, Johnson, Gray 2020).

Podstawowym problemem nie jest zatem brak kontaktu z odmiennością, lecz jakość i ramy interpretacyjne tego kontaktu. Treści pochodzące od przeciwników politycznych docierają do użytkowników najczęściej w formach zdekontekstualizowanych i afektywnych – jako memy, wycinki wideo czy oburzające cytaty – co wyzwala mechanizmy obronne zamiast deliberacji (Figà Talamanca, Arfini 2022). W architekturze ekonomii uwagi takie formaty są systemowo premiowane: algorytmy uczą się, że treści toksyczne i szydercze generują najwięcej zaangażowania (Kim i in. 2021; Yu, Wojcieszak, Casas 2024; Milli i in. 2025). Potwierdza to analiza reakcji na Facebooku, gdzie język wymierzony w grupę obcą jest absolutnie najsilniejszym predyktorem reakcji „Angry” i „Haha”, podczas gdy afirmacja grupy własnej koreluje z reakcją „Super” (Rathje, Van Bavel, van der Linden 2021). Zamiast więc otwierać przestrzeń dialogu, ekspozycja na obce poglądy często przybiera formę kontaktu z najbardziej skrajnymi i kompromitującymi przykładami zachowań strony przeciwnej.

W warunkach silnych tożsamości tak ustrukturyzowana widoczność uruchamia efekt rykoszetu (*backfire effect*): konfrontacja z poglądami oponenta, zamiast łagodzić postawy, prowadzi do usztywnienia pierwotnych przekonań i wzrostu polaryzacji afektywnej (Taber, Lodge 2006; Bail i in. 2018; Kubin, von Sikorski 2021). Nawet systematyczna ekspozycja na zbalansowane treści informacyjne nie redukuje wrogości wobec oponentów (Altay, Hoes, Wojcieszak 2025). Komunikaty sprzeczne z linią własnej grupy są automatycznie traktowane jako stronnicze, wrogie lub zmanipulowane, a treści potwierdzające narrację „naszych” zyskują status oczywistości (Kahan 2013; Mason 2018). W rezultacie kontakt z „drugą stroną” w sieci funkcjonuje częściej jako sygnał mobilizujący do obrony tożsamości niż okazja do dialogu (Tucker i in. 2018). Oznacza to, że mechanizmem napędzającym polaryzację nie jest izolacja, lecz konfliktowa interpretacja dostępnych informacji, która przekształca różnicowanie poglądów w paliwo dla antagonizmu.

W polskim kontekście mechanizm ten wyjaśnia paradoks „zmęczonej wspólnoty”. Dane sondażowe wskazują na głęboki przesyty konfliktom, co wynika z faktu, że spór nie jest przed obywatelami ukryty w „bańkach”, lecz stanowi dominującą treść ich codziennego doświadczenia (Traczyk, Włodarczyk, Górská 2023). Platformy nie izolują użytkowników, lecz dostarczają im skondensowanych, afektywnie

naładowanych obrazów wroga, co utrwała poczucie nieprzekraczalnych podziałów mimo braku rzeczywistej izolacji informacyjnej.

Efemeryczne wspólnoty emocji

Koncepcja *affective publics* (Papacharissi 2016) pozwala uchwycić, jak algorytmiczna selekcja przekształca rozproszoną uwagę w efemeryczne wspólnoty emocji, skupione wokół konkretnych „zdarzeń medialnych” i symbolicznych skandali. Spiwem tych grup nie jest deliberacja programowa, lecz synchronizacja afektu – współodczuwanie oburzenia, lęku czy solidarności, podtrzymywane przez rytm powiadomień i reakcji (Papacharissi 2016). Ponieważ algorytmy premiuje komunikaty nasycone moralnym oburzeniem, mechanizmy zarażania emocjonalnego prowadzą do błyskawicznej dyfuzji i synchronizacji nastrojów w sieci (Kramer, Guillory, Hancock 2014; Brady i in. 2017). W rezultacie to wspólne „czucie” (*feeling together*) określonego wydarzenia, a nie spójna rama ideologiczna, staje się podstawą doraźnego doświadczenia wspólnoty (Papacharissi 2016; por. Domalewska 2025).

W strukturze konfliktu tożsamościowego *affective publics* funkcjonują jako amplifikatory megatożsamości. Umożliwiają intensywne przeżywanie więzi w opozycji do „onych”, dostarczając dowodów na wrogość grupy przeciwnej (Mason 2018). Pozostają jednak strukturami ulotnymi i słabo zinstytucjonalizowanymi, których granice wyznaczają przemijające hashtagi. W przeciwieństwie do tradycyjnych ruchów społecznych, nie wytwarzają trwałych zasobów organizacyjnych, przekształcając konflikt polityczny w serię rytualnych mikrointerakcji, a nie punkt wyjścia do długofalowej mobilizacji.

■ **POLITYKA JAKO HOBBY W ŚRODOWISKU PLATFORM**

Polityka jako hobby a realne budowanie władzy

Kluczową ramę analityczną dla zrozumienia współczesnej partycypacji dostarcza Eitan Hersh (2020), wprowadzając fundamentalne rozróżnienie między „politycznym hobby” (*political hobbyism*) a „budowaniem władzy” (*power building*). W jego ujęciu polityczne hobby obejmuje spektrum aktywności podejmowanych w czasie wolnym, które zaspokajają potrzeby poznawcze i emocjonalne jednostki, lecz są strukturalnie odseparowane od wpływu na procesy decyzyjne. Do kategorii tej Hersh zalicza intensywną konsumpcję wiadomości, śledzenie sporów w mediach, ekspresywne komentowanie, podpisywanie petycji online czy udział w demonstracjach o charakterze manifestacyjnym. Choć działania te wzmacniają tożsamość polityczną i dają poczucie bycia „blisko spraw publicznych”, funkcjonują one analogicznie do kibicowania drużynie sportowej: oferują poczucie wspólnoty i emocjonalne uniesienie, ale nie mają sprawczego wpływu na wynik gry (Hersh 2020).

Istotą hobbyzmu jest zatem fasadowość: zaspokojenie potrzeby ekspresji zastępuje tu strategiczne działanie na rzecz wyniku. Mechanizm ten znajduje potwierdzenie w badaniach nad unikaniem wiadomości (*news avoidance*), które wykazują, że użytkownicy często budują poczucie orientacji w świecie nie poprzez rzetelną analizę, lecz w oparciu o „sygnały społeczne” płynące z ich baniek informacyjnych, co podtrzymuje tożsamość bez konieczności konfrontacji ze złożonością problemów (Mothes, Ohme 2022).

W opozycji do tego modelu stoi „budowanie władzy”. Oznacza ono działania długofalowe, często żmudne i pozbawione natychmiastowej gratyfikacji, takie jak organizowanie lokalnych struktur, budowanie trwałych koalicji czy bezpośrednia praca perswazyjna z osobami o odmiennych poglądach. Celem *power building* jest wymierna zmiana zachowań innych aktorów i przesunięcie w relacjach władzy, a nie jedynie autoekspresja afektu (Hersh 2020).

Architektura platform cyfrowych systemowo premiuje logikę hobbyzmu. Algorytmy oparte na ekonomii uwagi przekształcają energię polityczną w serię niskokosztowych gestów – reakcji, udostępnień, komentarzy – które zapewniają natychmiastową walidację zwrotną (Guess i in. 2023b; Nyhan i in. 2023; Milli i in. 2025). Eksperymenty terenowe dowodzą, że modyfikacje feedu mogą wpływać na intensywność aktywności online, nie zmieniając jednak ani frekwencji wyborczej, ani partycypacji offline (Guess i in. 2023a). Nawet zwiększona ekspozycja na rzetelne informacje w mediach społecznościowych, choć podnosi poziom wiedzy, nie przekłada się na wzrost poczucia sprawczości politycznej ani zainteresowania aktywnością publiczną (Altay, Hoes, Wojcieszak 2025). Środowisko to sprzyja formowaniu się *affective publics* (Papacharissi 2016) – efemerycznych wspólnot emocji, które pozwalają użytkownikom na intensywne doświadczanie „czucia razem” w obliczu skandalu, nie wymagając jednak strategicznego „działania razem”. W tym ujęciu media społecznościowe działają jako mechanizm wentylujący: konflikt jest intensywnie przeżywany i obecny w codziennej komunikacji mocno zaangażowanych osób, lecz energia mobilizacyjna ulega rozproszeniu w rytuałach kliktywizmu, zanim zostanie przekuta w trwałe zasoby organizacyjne. Aktywność w mediach społecznościowych, choć istotnie napędza aktywność pozawyborczą, to pozostaje bez wpływu na kluczowy dla zdobywania władzy akt głosowania (Oser 2022).

Co kluczowe dla polskiego kontekstu, model Hersha ujawnia głęboką asymetrię ideologiczną. Hobbyistyczne podejście jest częściej domeną wyborców liberalnych i lepiej wykształconych, którzy intensywnie konsumują informacje, lecz rzadziej angażują się w pracę u podstaw. Środowiska konserwatywne, silniej zakorzenione w strukturach offline (wspólnoty religijne, sąsiedzkie), wykazują większą zdolność do adaptacji sieci na potrzeby realnego budowania władzy. W rezultacie, spektakularna widoczność liberalnych „pospolitych ruszeń” w sieci często maskuje ich strukturalną słabość, podczas gdy mniej widoczne działania prawicy skuteczniej akumulują polityczną sprawczość (Hersh 2020; por. González-Bailón i in. 2023). Jak wykaże

w dalszej części artykułu, podobna asymetria między hobbystyczną konsumpcją a mikromobilizacją ujawnia się również w polskich danych sondażowych.

Charakterystyka polskich mobilizacji sieciowych

Polskie badania nad partycypacją cyfrową potwierdzają dominację modelu hobbystycznego w jego biernej odmianie. Aktywność obywateli, szczególnie w grupie młodych dorosłych, przybiera formę działań niskoprogowych („slaktywizmu”), ograniczających się do konsumpcji treści i prostych gestów walidacji (polubienia), przy marginalnym udziale czynności wymagających ekspozycji, współpracy czy koordynacji (Pazderska 2023). Segment elektoratu określany mianem „postępowych zapaleńców” charakteryzuje się wprawdzie – inaczej niż większość społeczeństwa – wysokim zaangażowaniem, jest ono jednak oparte na silnej reaktywności emocjonalnej wobec bieżących bodźców medialnych, co odpowiada logice zarządzania afektem, a nie strategicznego budowania władzy (Traczyk, Włodarczyk, Górka 2023). Ten brak realnych efektów pogłębia fakt, że symbole oporu są masowo zawłaszczane do pozycjonowania trywialnych treści lifestylowych (Domalewska 2025), a mobilizacja jest interpretowana i klasyfikowana jako astroturfing, co prowadzi do błyskawicznego podważania jej autentyczności i sprowadza debatę do jawowego sporu o to, kto jest manipulowany, a kto manipulatorem (Węglińska 2018).

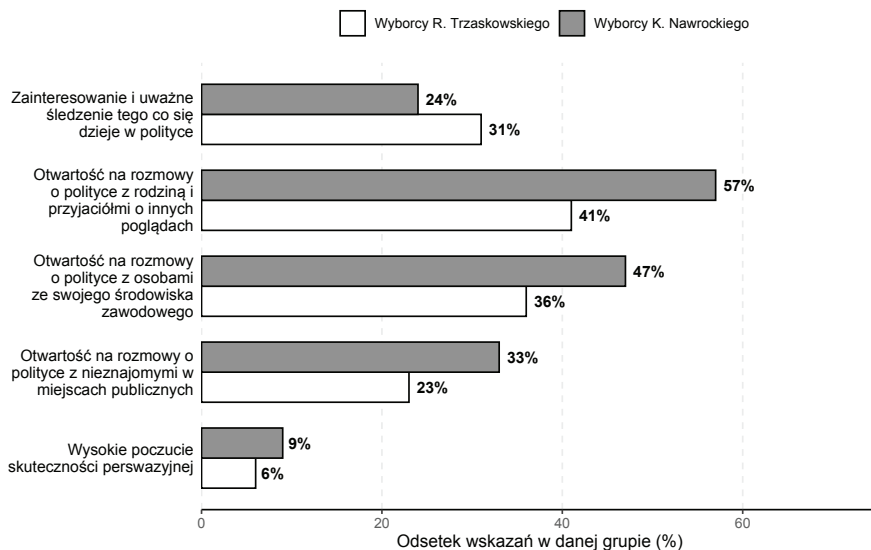
Perspektywa Hersha pozwala zreinterpretować dynamikę wielkich mobilizacji społecznych ostatnich lat, takich jak Strajk Kobiet czy protesty w obronie sądownictwa. Choć wydarzenia te generują imponującą widoczność i skutecznie wytwarzają „wiedzę wspólną” o sprzeciwie (Piechota 2022), funkcjonują na zasadzie insurekcyjnego „pospolitego ruszenia”. Wytworzona energia, zamiast zasilać trwałe struktury zdolne do długofalowej presji, ulega rozproszeniu w chwili wygaszenia emocjonalnego paliwa lub w efekcie upływu czasu. Podobnie mobilizacja wyborcza w 2023 roku, symbolizowana przez kolejkę na wrocławskim Jagodnie, nosiła znamiona masowego, lecz efemerycznego „flash mobu” – była skumulowaną reakcją afektywną na polaryzację i poczucie zagrożenia, która bez instytucjonalnego zakorzenienia nie gwarantuje przekształcenia w trwałe zaangażowanie obywatelskie (Bendyk 2024).

Asymetria zaangażowania – przypadek wyborów 2025

Analiza polskiego ekosystemu ujawnia przy tym strukturalną asymetrię w politycznym wykorzystaniu sieci, znajdującą odzwierciedlenie także w wyższej spójności prawicowych koalicji protestu (Płatek 2024). Podczas gdy elektorat liberalny zużywa energię na ekspresyjne „zarządzanie afektem” w otwartych i rozproszonych obiegach, strona konserwatywna adaptuje platformy do logiki „budowania władzy” (Hersh 2020), skutecznie integrując wokół partii politycznych zróżnicowane środowiska – od przedsiębiorców po ruchy antyszczepionkowe. Badania porównawcze sugerują, że prawica tworzy

w mediach społecznościowych znacznie bardziej hermetyczne i jednorodne klastry (González-Bailón i in. 2023). Paradoksalnie, ta izolacja informacyjna funkcjonuje jako skuteczna infrastruktura mobilizacyjna, chroniąca zasoby przed rozproszeniem i ściślej sprzęgnięta ze strukturami offline (np. wspólnotami religijnymi). W ostatecznym rozrachunku ekosystem ten premiuje zatem nie tyle aktorów o najwyższej widoczności w sieci, ile tych, którzy potrafią wykorzystać cyfrową mobilizację jako funkcjonalny dodatek, a nie substytut tradycyjnej pracy organizacyjnej.

Punktem wyjścia dla poniższych rozważań są dane zgromadzone w komunikacie badawczym CBOS „Polacy o zainteresowaniu polityką” (Pankowski 2025). Na ich podstawie przeprowadziłem własną analizę postaw respondentów, którzy zadeklarowali poparcie dla kandydatów w drugiej turze wyborów prezydenckich. Analiza ta dostarcza empirycznego potwierdzenia dla tezy o paradoksie biernego zaangażowania strony liberalnej. Dane ujawniają wyraźną dysocjację między deklaratywnym zainteresowaniem polityką a gotowością do podjęcia działań o charakterze perswazyjnym i służącym zdobywaniu władzy. Wyborcy Rafała Trzaskowskiego istotnie częściej deklarują duże lub bardzo duże zainteresowanie polityką oraz uważne śledzenie wydarzeń (31%) w porównaniu do elektoratu Karola Nawrockiego (24%). Ta przewaga w sferze kognitywnej i konsumpcyjnej – typowa dla modelu politycznego hobby – nie przekłada się jednak na sprawczość w relacjach społecznych. Przeciwnie, to wyborcy kandydata konserwatywnego wykazują znacznie wyższy potencjał mobilizacyjny mierzony gotowością do podjęcia interakcji (zob. ryc. 1).



Rycina 1. Asymetria zaangażowania politycznego elektoratów. Zainteresowanie polityką, rozmowy o polityce i poczucie skuteczności perswazyjnej. Dane: CBOS IX 2025

Źródło: opracowanie własne.

Szczegółowa dekompozycja strategii komunikacyjnych ujawnia głęboką asymetrię w gotowości do konfrontacji z odmiennością. Wyborcy strony liberalnej, mimo wysokiego nasycenia informacyjnego, przyjmują postawę wycofania: aż 77% z nich unika rozmów o polityce z nieznanymi (wobec 65% wyborców Nawrockiego). Co bardziej znaczące dla procesów realnego budowania władzy, deficyt ten jest widoczny również w relacjach silnych i zawodowych. Wyborcy Nawrockiego znacznie rzadziej unikają trudnych tematów w środowisku pracy (47% podejmuje rozmowy wobec jedynie 36% w grupie Trzaskowskiego) oraz w gronie rodzinnym w obliczu różnicy zdań (57% wobec 41%).

Dopełnieniem tego obrazu jest wyższe poczucie samoskuteczności perswazyjnej po stronie konserwatywnej – 9% wyborców Nawrockiego jest przekonanych o swojej zdolności do skutecznego informowania i zachęcania otoczenia, podczas gdy w grupie Trzaskowskiego odsetek ten wynosi 6%. W rezultacie strona liberalno-lewicowa „konsumuje” politykę jako formę tożsamościowej ekspresji w bezpiecznych enklawach, podczas gdy strona konserwatywna, choć mniej zainteresowana biernym śledzeniem newsów, skuteczniej operacjonalizuje swoje przekonania w działaniach mikro-politycznych.

■ DYSKUSJA: KONSEKWENCJE DLA DEBATY PUBLICZNEJ I POLSKA SPECYFIKA

Zaprezentowane w rozdz. *Asymetria zaangażowana...* wyniki analizy danych CBOS wskazują, że opisana wcześniej logika ekosystemu politycznego hobby ma w Polsce wyraźny wymiar asymetryczny. Elektorat liberalno-lewicowy częściej realizuje politykę jako hobby – intensywnie śledzi informacje, ale unika bezpośrednich konfrontacji – podczas gdy elektorat konserwatywny rzadziej deklaruje wysokie zainteresowanie polityką, lecz częściej angażuje się w działania perswazyjne w sieciach relacyjnych i deklaruje wyższe poczucie skuteczności. W dalszej części dyskusji interpretuję te różnice w świetle logiki ekonomii uwagi, hybrydyzacji systemu medialnego oraz szczególnej podatności polskiego systemu politycznego.

Wpływ logiki mediów społecznościowych na debatę publiczną

W środowisku zdominowanym przez ekonomię uwagi komunikacja polityczna przekształca się z wymiany argumentów w rywalizację o status wewnątrz grupy i rytualne potwierdzanie granic „my–oni” (Papathanassopoulos, Giannouli 2025). Ponieważ agresja wobec oponentów jest strategią najbardziej opłacalną algorytmicznie – generując dwukrotnie więcej udostępnień niż afirmacja (Rathje, Van Bavel, van der Linden 2021) – debata publiczna ulega fragmentacji na afektywne widowiska. Sprzyja to powstawaniu spiral toksyczności (*toxicity spirals*): ekspozycja

na treści wysoce toksyczne zwiększa prawdopodobieństwo wrogich odpowiedzi, a algorytmy, promując te interakcje, domykają pętlę eskalacji (Kim i in. 2021).

Logika ta nie ogranicza się do platform, lecz w ramach hybrydowego systemu medialnego kolonizuje praktyki redakcyjne mediów tradycyjnych. Media tradycyjne, platformy społecznościowe i aktorzy polityczni funkcjonują dziś w jednym, gęsto sprzężonym ekosystemie, w którym treści, formaty i style komunikacji swobodnie krążą między kanałami (Chadwick 2017). Redakcje, konkurując o uwagę z mediami społecznościowymi, adaptują formaty „przemysłu oburzenia” (*outrage industry*) – oparte na konflikcie, silnej personalizacji i polaryzacji afektywnej, zacierając granice między rzetelnym relacjonowaniem (news coverage) a wiralowym performansem (Berry, Sobieraj 2014). Dobór gości o maksymalnie spolaryzowanych, ale przewidywalnych stanowiskach, oraz formaty premiujące przerywanie, „mocne” sformułowania i personalizację konfliktu, rekonfigurują logikę deliberacji w stronę spektaklu, w którym stawką jest nie wypracowanie wspólnych rozstrzygnięć, lecz potwierdzanie nieprzekraczalności podziału „my–oni”. W efekcie afektywne bodźce generowane w sieci są legitymizowane i wzmacniane przez główny nurt, co instytucjonalizuje konflikt jako dominujący model uczestnictwa. W kontekście polskim proces ten manifestuje się między innymi w doborze gości i formatowaniu programów publicystycznych w sposób maksymalizujący emocjonalne napięcie kosztem analizy merytorycznej, co instytucjonalizuje konflikt jako dominujący model uczestnictwa.

Polska jako przypadek szczególnej podatności

W polskim kontekście mechanizmy te nakładają się na strukturę megatożsamości, wyjaśniając paradoks „zmęczonej wspólnoty”. Obywatele deklarują wyczerpanie wszechobecnym konfliktem (Traczyk, Włodarczyk, Górska 2023), jednak badania sugerują, że percepcja ta może być w dużej mierze „iluzją polaryzacji” współtworzoną przez samych użytkowników (Yu, Wojcieszak, Casas 2024). Nawet jeśli elity polityczne komunikują się w sposób umiarkowany, użytkownicy poprzez swoje zaangażowanie systematycznie promują treści oparte na wrogości. Poczucie przytłoczenia „wojną polsko-polską” wynika zatem z faktu, że obywatele, realizując potrzebę afektywnej gratyfikacji (hobby), sami wytwarzają toksyczne środowisko informacyjne, którego rzekomo pragną unikać.

Tak funkcjonujące środowisko komunikacyjne nie sprzyja realnemu zaangażowaniu, co znajduje uzasadnienie w badaniach nad polskim kapitałem społecznym. Wykazują one, że zasoby „słabych więzi” nie przekładają się na partycypację polityczną, a subiektywne poczucie dysponowania wsparciem wręcz negatywnie koreluje z aktywnością obywatelską (Filipek 2019). Sugeruje to, że algorytmicznie symulowane poczucie „siły grupy” paradoksalnie demobilizuje jednostki, zastępując realne dążenie do zmiany komfortem bezpieczeństwa, jakie zapewnia otoczenie podobnie myślących osób.

Polska, jako ustabilizowana demokracja z silnie naładowanymi afektywnie megatożsamościami i umiarkowaną polaryzacją ideologiczną, jest szczególnie podatna na logikę ekosystemu politycznego hobby. W rezultacie system ten ewoluuje w stronę „demokracji dysfunkcjonalnej”, która generuje wysokie napięcie społeczne przy ograniczonej zdolności do absorpcji zmian (Horonziak 2022).

Ograniczenia modelu i kierunki badań

Prezentowany model ekosystemu politycznego hobby stanowi propozycję syntezy teoretycznej, integrującą psychologię polityczną (Mason 2018) z architekturą platform (Papathanassopoulos, Giannouli 2025) i teorią partycypacji politycznej (Hersh 2020). Jego ogólna podbudowa empiryczna pozostaje pośrednia, bazując na adaptacji wyników z rynków zachodnich. Przeprowadzona w rozdz. Asymetria zaangażowana... analiza danych z kampanii 2025 roku nie stanowi testu całego modelu, lecz weryfikuje jedynie jeden z jego segmentów: prognozowaną asymetrię między hobbystycznym nastawieniem liberałów a sprawczością konserwatyistów. Pozostałe komponenty – w szczególności mechanizmy algorytmicznej pętli zwrotnej – pozostają w sferze wniosków wyprowadzonych z literatury przedmiotu. Podstawowym ograniczeniem dalszej weryfikacji jest brak dostępu do danych behawioralnych (śladów cyfrowych), co w obliczu szybkiej ewolucji platform wymaga ostrożności w formułowaniu wniosków (Munger 2025).

Możliwość bezpośredniej weryfikacji modelu w polskim kontekście jest ograniczona przez deficyt danych o zachowaniach użytkowników i procesach algorytmicznej selekcji. Szczególnie dotkliwy jest brak systematycznych pomiarów rzeczywistej ekspozycji na treści polaryzujące (np. metodą data donation), co wymusza ekstrapolację wniosków z badań nad mechanizmami rankingu prowadzonych na rynkach zachodnich oraz oparcie się na dostępnych w Polsce danych deklaracyjnych. Artykuł nie pretenduje zatem do wyczerpującego wyjaśnienia przyczyn polaryzacji afektywnej w sensie kauzalnym, lecz oferuje ramę interpretacyjną, porządkującą rozproszone ustalenia na temat tożsamości, algorytmów i politycznego hobby. Polskie badania – w tym wykorzystana w rozdz. Asymetria zaangażowana... analiza danych CBOS – służą tu przede wszystkim jako materiał ilustracyjny i wstępny test wybranych mechanizmów (asymetrii między politycznym hobby a budowaniem władzy), oparty na pojedynczym, przekrojowym pomiarze deklaracyjnym. Użyteczność modelu jest więc oceniana częściowo na podstawie zbieżności z istniejącymi wskaźnikami, a częściowo na podstawie tej eksploracyjnej weryfikacji. Pełny test hipotez wymagałby zaprojektowania badań łączących dane behawioralne, algorytmiczne i sondażowe.

Dalsze badania powinny koncentrować się na dwóch komplementarnych obszarach. Po pierwsze, niezbędne są ilościowe pomiary ekspozycji na treści afektywne w polskich środowiskach platformowych – z wykorzystaniem audytów feedów,

śladów cyfrowych oraz paneli łączących metryki algorytmiczne z pomiarami tożsamości – co pozwoli oszacować skalę i dystrybucję takich treści w różnych segmentach. Po drugie, konieczne są analizy jakościowe i etnograficzne, pozwalające uchwycić, na ile działania użytkowników są jedynie rytuałami politycznego hobby, a na ile przekładają się na sprawczość zbiorową. Kluczowym wyzwaniem badawczym jest zidentyfikowanie warunków, w których praktyki hobbystyczne mogą ewoluować w działania budujące władzę, oraz sytuacji, w których pozostają zamknięte w pętli afektywnej ekspresji. Zrozumienie tych mikrodyamik – w tym roli segmentów takich jak „postępowi zapaleńcy” (Traczyk, Włodarczyk, Górską 2023) – jest kluczowe dla odpowiedzi na pytanie o możliwość odzyskania politycznej sprawczości w środowisku zdominowanym przez algorytmy.

LITERATURA PRZYWOŁANA

- Alloing Camille, Fortant Elsa, Pierre Julien, Richert Fabien, Palisser Rémi (2025), *Knowing Your Users by Heart. A Critical Examination of the Scientific Research on Emotions Conducted by Social Media Platforms*, „Social Media + Society”, 11 (3), s. 1–12, <https://doi.org/10.1177/20563051251355456>.
- Altay Sacha, Hoes Emma, Wojcieszak Magdalena (2025), *Following news on social media boosts knowledge, belief accuracy and trust*, „Nature Human Behaviour”, 9 (9), s. 1833–1842, <https://doi.org/10.1038/s41562-025-02205-6>.
- Bail Christopher A., Argyle Lisa P., Brown Taylor W., Bumpus John P., Chen Haohan, Hunzaker M.B. Fallin, Lee Jaemin, Mann Marcus, Merhout Friedolin, Volfovsky Alexander (2018), *Exposure to opposing views on social media can increase political polarization*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 115 (37), s. 9216–9221, <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>.
- Bakshy Eitan, Messing Solomon, Adamic Lada A. (2015), *Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook*, „Science”, 348 (6239), s. 1130–1132, <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>.
- Barberá Pablo, Jost John T., Nagler Jonathan, Tucker Joshua A., Bonneau Richard (2015), *Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?*, „Psychological Science”, 26 (10), s. 1531–1542, <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>.
- Bendyk Edwin (2024), *15 października. Wydarzenie czy dzień w kalendarzu?*, w: Edwin Bendyk, Przemysław Czapliński, Piotr Kosiewski (red.), *Prawda po wyborach 15 października 2023*, Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego, s. 239–246.
- Berry Jeffrey M., Sobieraj Sarah (2014), *The outrage industry: Political opinion media and the new incivility*, Oxford, NY: Oxford University Press.
- Białobrzeska Olga, Cholewińska Alicja (2025), *Polaryzacja afektywna. Kto w Polsce czuje niechęć do osób o odmiennych poglądach*, Warszawa: Uniwersytet SWPS, Raport nr 2/2025.
- Białobrzeska Olga, Smoczyński Wawrzyniec, Stanley Ben, Żerkowska-Balas Marta (2025), *Czy mamy w Polsce silne różnice poglądów? Polaryzacja ideologiczna w Polsce w 2025 roku*, Warszawa: Fundacja Nowej Wspólnoty.
- Brady William J., Wills Julian A., Jost John T., Tucker Joshua A., Van Bavel Jay J. (2017), *Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 114 (28), s. 7313–7318, <https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>.

- Bucher Taina (2018), *If... Then: Algorithmic Power and Politics*, Oxford University Press, <https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001>.
- Cervi Laura (2021), *Tik Tok and generation Z*, „Theatre, Dance and Performance Training”, 12 (2), s. 198–204, <https://doi.org/10.1080/19443927.2021.1915617>.
- Chadwick Andrew (2017), *The Hybrid Media System: Politics and Power* (2. wyd.), Oxford University Press, <https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>.
- Chan Michael, Yi Jingjing (2024), *Social Media Use and Political Engagement in Polarized Times. Examining the Contextual Roles of Issue and Affective Polarization in Developed Democracies*, „Political Communication”, 41 (5), s. 743–762, <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2325423>.
- Cho Jaeho, Ahmed Saifuddin, Hilbert Martin, Liu Billy, Luu Jonathan (2020), *Do Search Algorithms Endanger Democracy? An Experimental Investigation of Algorithm Effects on Political Polarization*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, 64 (2), 150–172, <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1757365>.
- Cześniak Mikołaj, Grabowska Mirosława (2017), *Popękane polskie społeczeństwo jako pole badawcze – dane, fakty, mity*, „Przegląd Socjologiczny”, LXVI (3), s. 9–43, <https://doi.org/10.26485/PS/2017/66.3/1>.
- Dehghan Ehsan, Nagappa Ashwin (2022), *Politicization and Radicalization of Discourses in the Alt-Tech Ecosystem: A Case Study on Gab Social*, „Social Media + Society”, 8 (3), 20563051221113075, <https://doi.org/10.1177/20563051221113075>.
- Del Vicario Michela, Vivaldo Gianna, Bessi Alessandro, Zollo Fabiana, Scala Antonio, Caldarelli Guido, Quattrociocchi Walter (2016), *Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook*, „Scientific Reports”, 6 (1), 37825, <https://doi.org/10.1038/srep37825>.
- Domalewska Dorota (2025), *Online Verbal Aggression on Social Media During Times of Political Turmoil. Discursive Patterns from Poland's 2020 Protests and Election*, „Journalism and Media”, 6 (3), 146, <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030146>.
- Feliksiak Michał, Roguska Beata, Ruskowski Paweł (2023), *Polaryzacja społeczeństwa polskiego a klasy i warstwy społeczne*, Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego, <https://www.batory.org.pl/publikacja/polaryzacja-spoleszczenia-polskiego-a-klasy-i-warstwy-spoleszczenie/>.
- Figà Talamanca Giacomo, Arfini Selene (2022), *Through the Newsfeed Glass: Rethinking Filter Bubbles and Echo Chambers*, „Philosophy & Technology”, 35 (1), 20, <https://doi.org/10.1007/s13347-021-00494-z>.
- Filipek Kamil (2023), *The Impact of Social Capital on Political Participation of Social Media Users in Poland*, „Studia Socjologiczne”, 2 (233), s. 155–177, <https://doi.org/10.24425/sts.2019.126143>.
- Firat Rengirn B. (2014), *Media Usage and Civic Life: The Role of Values*, „Journal of Social and Political Psychology”, 2 (1), s. 117–142, <https://doi.org/10.5964/jspp.v2i1.113>.
- Fletcher Richard, Andi Simge, Badrinathan Sumitra, Eddy Kirsten A., Kalogeropoulos Antonis, Mont'Alverne Camila, Robertson Craig T., Ross Arguedas Amy, Schulz Anne, Toff Benjamin, Nielsen Rasmus K. (2025), *The link between changing news use and trust: Longitudinal analysis of 46 countries*, „Journal of Communication”, 75 (1), s. 1–15, <https://doi.org/10.1093/joc/jqae044>.
- Garrett R. Kelly, Weeks Brian E. (2017), *Epistemic beliefs' role in promoting misperceptions and conspiracist ideation*, „PLOS ONE”, 12 (9), e0184733, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0184733>.
- González-Bailón Sandra, Lazer David, Barberá Pablo, Zhang Meiqing, Allcott Hunt, Brown Taylor, Crespo-Tenorio Adriana, Freelon Deen, Gentzkow Matthew, Guess Andrew

- M., Iyengar Shanto, Kim Young M., Malhotra Neil, Moehler Devra, Nyhan Brendan, Pan Jennifer, Rivera Carlos V., Settle Jaime, Thorson Emily, Tromble Rebekah, Wilkins Arjun, Wojcieszak Magdalena, de Jonge Chad K., Franco Annie, Mason Winter, Stroud Natalie J., Tucker Joshua A. (2023), *Asymmetric ideological segregation in exposure to political news on Facebook*, „Science”, 381 (6656), 392–398, <https://doi.org/10.1126/science.ade7138>.
- Groshek Jacob (2009), *The Democratic Effects of the Internet, 1994–2003: A Cross-National Inquiry of 152 Countries*, „International Communication Gazette”, 71 (3), s. 115–136, <https://doi.org/10.1177/1748048508100909>.
- Guess Andrew M., Malhotra Neil, Pan Jennifer, Barberá Pablo, Allcott Hunt, Brown Taylor, Crespo-Tenorio Adriana, Dimmery Drew, Freelon Deen, Gentzkow Matthew, González-Bailón Sandra, Kennedy Edward, Kim Young M., Lazer David, Moehler Devra, Nyhan Brendan, Rivera Carlos V., Settle Jaime, Thomas Daniel R., Thorson Emily, Tromble Rebekah, Wilkins Arjun, Wojcieszak Magdalena, Xiong Beixian, de Jonge Chad K., Franco Annie, Mason Winter, Stroud Natalie J., Tucker Joshua A. (2023a), *How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign?*, „Science”, 381 (6656), s. 398–404, <https://doi.org/10.1126/science.abp9364>.
- Guess Andrew M., Malhotra Neil, Pan Jennifer, Barberá Pablo, Allcott Hunt, Brown Taylor, Crespo-Tenorio Adriana, Dimmery Drew, Freelon Deen, Gentzkow Matthew, González-Bailón Sandra, Kennedy Edward, Kim Young M., Lazer David, Moehler Devra, Nyhan Brendan, Rivera Carlos V., Settle Jaime, Thomas Daniel R., Thorson Emily, Tromble Rebekah, Wilkins Arjun, Wojcieszak Magdalena, Xiong Beixian, de Jonge Chad K., Franco Annie, Mason Winter, Stroud Natalie J., Tucker Joshua A. (2023b), *Reshares on social media amplify political news but do not detectably affect beliefs or opinions*, „Science”, 381 (6656), s. 404–408, <https://doi.org/10.1126/science.add8424>.
- Hajnal Áron (2025), *Two Tales of Polarization? How Affective and Ideological Polarization Influence Political Corruption – A Panel Analysis of 153 Countries Between 2000 and 2021*, „Political Studies”, s. 1–15, <https://doi.org/10.1177/00323217251324306>.
- Haroon Muhammad, Wojcieszak Magdalena, Chhabra Anshuman, Liu Xin, Mohapatra Prasant, Shafiq Zubair (2023), *Auditing YouTube’s recommendation system for ideologically congenial, extreme, and problematic recommendations*, „PNAS”, 120 (50), e2213020120, <https://doi.org/10.1073/pnas.2213020120>.
- Heltzel Gordon, Laurin Kristin (2024), *Why Twitter Sometimes Rewards What Most People Disapprove of: The Case of Cross-Party Political Relations*, „Psychological Science”, 35 (9), s. 976–994, <https://doi.org/10.1177/09567976241258149>.
- Hersh Eitan (2020), *Politics Is for Power: How to Move Beyond Political Hobbyism, Take Action, and Make Real Change*, Scribner.
- Horonziak Sonia (2022), *Dysfunctional democracy and political polarisation: The case of Poland*, „Zeitschrift Für Vergleichende Politikwissenschaft”, 16 (2), s. 265–289, <https://doi.org/10.1007/s12286-022-00536-6>.
- Huszár Ferenc, Ktena Sofia I., O’Brien Conor, Belli Luca, Schlaikjer Andrew, Hardt Moritz (2022), *Algorithmic amplification of politics on Twitter*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 119 (1), e2025334119, <https://doi.org/10.1073/pnas.2025334119>.
- Iyengar Shanto, Sood Gaurav, Lelkes Yphtach (2012), *Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization*, „Public Opinion Quarterly”, 76 (3), s. 405–431, <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>.

- Iyengar Shanto, Lelkes Yphtach, Levendusky Mathew, Malhotra Neil, Westwood Sean J. (2019), *The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States*, „Annual Review of Political Science”, 22 (1), s. 129–146, <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Just Sine N. (2025), *Controversial Encounters in the Age of Algorithms: How Digital Technologies Are Stifling Public Debate and What to Do about It*, Bristol University Press.
- Kahan Dan M. (2013), *Ideology, motivated reasoning, and cognitive reflection*, „Judgment and Decision Making”, 8 (4), s. 407–424, <https://doi.org/10.1017/S1930297500005271>.
- Kim Jin W., Guess Andrew, Nyhan Brendan, Reifler Jason (2021), *The Distorting Prism of Social Media: How Self-Selection and Exposure to Incivility Fuel Online Comment Toxicity*, „Journal of Communication”, 71 (6), s. 922–946, <https://doi.org/10.1093/joc/jqab034>.
- Kitchens Brent, Johnson Steven, Gray Peter (2020), *Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption*, „Management Information Systems Quarterly”, 44 (4), s. 1619–1649, <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371>.
- Kramer Adam D.I., Guillory Jamie E., Hancock Jaffrey T. (2014), *Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 111 (24), s. 8788–8790, <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>.
- Kubin Emily, von Sikorski Christian (2021), *The Role of (Social) Media in Political Polarization: A Systematic Review*, „Annals of the International Communication Association”, 45 (3), s. 188–206, <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>.
- Ledwich Mark, Zaitsev Anna (2020), *Algorithmic extremism: Examining YouTube’s rabbit hole of radicalization*, „First Monday”, <https://doi.org/10.5210/fm.v25i3.10419>.
- Levy Ro’ee (2021), *Social Media, News Consumption, and Polarization: Evidence from a Field Experiment*, „American Economic Review”, 111 (3), s. 831–870, <https://doi.org/10.1257/aer.20191777>.
- Literat Ioana, Kligler-Vilenchik Neta (2023), *TikTok as a Key Platform for Youth Political Expression: Reflecting on the Opportunities and Stakes Involved*, „Social Media + Society”, 9 (1), s. 1–3, <https://doi.org/10.1177/20563051231157595>.
- Lorenz-Spreen Philipp, Oswald Lisa, Lewandowsky Stephan, Hertwig Ralph (2023), *A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy*, „Nature Human Behaviour”, 7, s. 74–101, <https://doi.org/10.1038/s4562-022-0460-1>.
- Mason Lilliana (2018), *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*, Chicago–London: University of Chicago Press.
- Matuszewski Paweł, Szabó Gabriela (2019), *Are Echo Chambers Based on Partisanship? Twitter and Political Polarity in Poland and Hungary*, „Social Media + Society”, 5 (2), s. 1–14, <https://doi.org/10.1177/2056305119837671>.
- McPherson Miller, Smith-Lovin Lynn, Cook James M. (2001), *Birds of a Feather: Homophily in Social Networks*, „Annual Review of Sociology”, 27 (1), s. 415–444, <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>.
- Medina Serrano Juan. C., Papakyriakopoulos Orestis, Hegelich Simon (2020), *Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok*, WebSci 2020 - Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science, s. 157–166, <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916>.
- Metzler Hannah, Garcia David (2023), *Social Drivers and Algorithmic Mechanisms on Digital Media*, „Perspectives on Psychological Science”, 19 (5), s. 735, <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>.

- Milli Smitha, Carroll Micah, Wang Yike, Pandey Sashrika, Zhao Sebastian, Dragan Anca D. (2025), *Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media*, „PNAS Nexus”, 4 (3), <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgaf062>.
- Morejón-Llamas Noemi, Ramos-Ruiz Álvaro, Cristófol Francisco-Javier (2024), *Institutional and political communication on TikTok: Systematic review of scientific production in Web of Science and Scopus*, „Communication & Society”, s. 159–177, <https://doi.org/10.15581/003.37.2.159-177>.
- Mothes Cornelia, Ohme Jakob (2022), *Enlightening Confusion: How Contradictory Findings Help Mitigate Problematic Trends in Digital Democracies*, „Media and Communication”, 10 (3), s. 89–92.
- Munger Kevin (2025), *What Did We Learn About Political Communication from the Meta2020 Partnership?*, „Political Communication”, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2024.2446351>.
- Nyhan Brendan, Settle Jaime, Thorson Emily, Wojcieszak Magdalena, Barberá Pablo, Chen Annie Y., Allcott Hunt, Brown Taylor, Crespo-Tenorio Adriana, Dimmery Drew, Freelon Deen, Gentzkow Matthew, González-Bailón Sandra, Guess Andrew M., Kennedy Edward, Kim Young M., Lazer David, Malhotra Neil, Moehler Devra, Pan Jennifer, Thomas Daniel R., Tromble Rebekah, Rivera Carlos V., Wilkins Arjun, Xiong Beixian, de Jonge Chad K., Franco Annie, Mason Winter, Stroud Natalie J., Tucker Joshua A. (2023), *Like-minded sources on Facebook are prevalent but not polarizing*, „Nature”, 620 (7972), s. 137–144, <https://doi.org/10.1038/s41586-023-06297-w>.
- O’Callaghan Derek, Greene Derek, Conway Maura, Carthy Joe, Cunningham Pádraig (2015), *Down the (white) rabbit hole: The extreme right and online recommender systems*, „Social Science Computer Review”, 33 (4), s. 459–478, <https://doi.org/10.1177/0894439314555329>.
- Oser Jennifer (2022), *How Citizenship Norms and Digital Media Use Affect Political Participation: A Two-Wave Panel Analysis*, „Media and Communication”, 10 (3), s. 206–218, <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/5482>.
- Pankowski K. (2025), *Polacy o zainteresowaniu polityką*, CBOS Komunikat z badań Nr 112/2025.
- Papacharissi Zizi (2016), *Affective publics and structures of storytelling. Sentiment, events and mediality*, „Information, Communication & Society”, 19 (3), s. 307–324, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>.
- Papathanassopoulos Stylianos, Giannouli Iliana (2025), *Political Communication in the Age of Platforms*, „Encyclopedia”, 5 (2), 77, <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5020077>.
- Pariser Eli (2011), *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*, Penguin.
- Pazderska Agnieszka (2023), *Aktywność polityczna w Internecie w grupie młodych dorosłych – raport z badań przeprowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim*, „Historia i Polityka”, 45 (52), 25–38, <https://doi.org/10.12775/HiP.2023.020>.
- Peucker Mario, Fisher Thomas J. (2023), *Mainstream media use for far-right mobilisation on the alt-tech online platform Gab*, „Media, Culture & Society”, 45 (2), s. 354–372, <https://doi.org/10.1177/01634437221111943>.
- Piechota Grażyna (2022), *„Strajk Kobiet”. Zmiany społeczno-kulturowe jako efekt protestów w Polsce*, „Rocznik Instytutu Europy Środkowo-Wschodniej”, 20 (3), s. 97–114, <https://doi.org/10.36874/RIESW.2022.3.4>.
- Platek Daniel (2024), *Towards pillarisation? Coalitions of Polish protest in 2020*, „East European Politics”, 40 (1), s. 129–153, <https://doi.org/10.1080/21599165.2023.2199984>.

- Rathje Steve, Van Bavel Jay J., van der Linden Sander (2021), *Out-group animosity drives engagement on social media*, „Proceedings of the National Academy of Sciences”, 118 (26), e2024292118, <https://doi.org/10.1073/pnas.2024292118>.
- Reiljan Andres (2025), *Affective polarization in Europe*, w: Mariano Torcal, Eelco Harteveld (red.), *Handbook of Affective Polarization*, Edward Elgar Publishing, s. 118–135, <https://doi.org/10.4337/9781035310609.00015>.
- Ribeiro Manoel H., Ottoni Raphael, West Robert, Almeida Virgilio A.F., Meira Wagner (2020), *Auditing radicalization pathways on YouTube*, Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, s. 131–141, <https://doi.org/10.1145/3351095.3372879>.
- Ross Arguedas Amy, Robertson Craig T., Fletcher Richard, Nielsen Rasmus K. (2022), *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: A literature review*, Reuters Institute for the Study of Journalism, <https://doi.org/10.60625/RISJ-ETXJ-7K60>.
- Ruszkowski Paweł, Przestalski Andrzej, Maranowski Paweł (2020), *Polaryzacja światopoglądowa społeczeństwa polskiego a klasy i warstwy społeczne*, Collegium Civitas Press.
- Skarżyńska Krystyna (2024), *Demokratyczna polityka, emocje, nadzieje*, w: Edwin Bendyk, Przemysław Czaplński, Piotr Kosiewski (red.), *Prawda po wyborach 15 października 2023*, Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego.
- Slater Michael D. (2015), *Reinforcing Spirals Model: Conceptualizing the Relationship Between Media Content Exposure and the Development and Maintenance of Attitudes*, „Media psychology”, 18 (3), s. 370–395, <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.897236>.
- Solska Magdalena (2025), *Polarization and rule of law crisis—Insights from Poland*, „Zeitschrift Fur Vergleichende Politikwissenschaft”, 19 (2), s. 201–216, <https://doi.org/10.1007/s12286-025-00630-5>.
- Sunstein Cass R. (2007), *Republic.com 2.0*, Princeton University Press.
- Taber Charles S., Lodge Milton (2006), *Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs*, „American Journal of Political Science”, 50 (3), s. 755–769, <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x>.
- Traczyk Adam, Włodarczyk Zofia, Górka Paulina (2023), *Zmęczona wspólnota. Co łączy i dzieli polskie społeczeństwo*, Warszawa: Fundacja More in Common Polska, https://www.moreincommon.com/media/qhdpusnt/zm%C4%99czona-wsp%C3%B3lnota_raport.pdf.
- Tucker Joshua A., Guess Andrew, Barberá Pablo, Vaccari Cristian, Siegel Alexandra, Sanovich Sergey, Stukal Denis, Nyhan Brendan (2018), *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*, SSRN Scholarly Paper nr 3144139, Social Science Research Network, <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>.
- Węglińska Agnieszka (2018), *Astroturfing internetowy a zagrożenie bezpieczeństwa – protesty w obronie sądów w Polsce, boty i dezinformacja*, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego”, 12 (1), s. 68–81, <https://doi.org/10.34862/rbm.2018.1.6>.
- Whittaker Joe, Looney Seán, Reed Alastair, Votta Fabio (2021), *Recommender systems and the amplification of extremist content*, „Internet Policy Review”, 10 (2), <https://doi.org/10.14763/2021.2.1565>.
- Yesilada Muhsin, Lewandowsky Stephan (2022), *Systematic review: YouTube recommendations and problematic content*, „Internet Policy Review”, 11 (1), <https://doi.org/10.14763/2022.1.1652>.
- Yu Xudong, Wojcieszak Magdalena, Casas Andreu (2024), *Partisanship on Social Media: In-Party Love Among American Politicians, Greater Engagement with Out-Party Hate Among Ordinary Users*, „Political Behavior”, 46 (2), s. 799–824, <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09850-x>.

Zagała Zbigniew (2023), *Od podziału postsolidarnościowego do polaryzacji. (Krótkie) studium relacji między Prawem i Sprawiedliwością a Platformą Obywatelską i ich wyborcami*, „Zeszyty Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II”, 66 (3), <https://doi.org/10.31743/znkul.16429>.

Zulli Diana, Zulli David J. (2022), *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform*, „New Media & Society”, 24 (8), s. 1872–1890, <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>.

Dominik Batorski

THE ECOSYSTEM OF A POLITICAL HOBBY. HOW SOCIAL MEDIA AND ALGORITHMS SHAPE IDENTITY AND MOBILIZATION

The article examines the paradox of digital political engagement in Poland: a high affective polarization coexisting with a weak civic efficacy. It proposes a model of the „political hobbyism ecosystem” combining political identity psychology, the architecture of social media platforms, and the distinction between politics as a hobby and power-building. It argues that polarized identities fuel engagement-maximizing algorithms, turning the conflict into an affective gratification rather than an effective collective action. Using CBOS survey data, I test a key prediction about the asymmetry between liberal hobbyism and conservative power-building. Liberal and left-leaning voters more often consume political information but are less likely to engage in persuasion and report a lower political efficacy than right-wing conservative voters. The model shifts attention from „echo chamber” and „filter bubble” metaphors to affective mobilization and unequal pathways from emotion to efficacy, explaining how the digital public sphere can simultaneously intensify conflict and undermine mobilization.

Słowa kluczowe: polaryzacja afektywna; tożsamość polityczna; polityczne hobby; media społecznościowe; algorytmy

Keywords: affective polarization; political identity; political hobbyism; social media; algorithms