

Obraz Ukrainy i Ukraińców w polskich mediach społecznościowych

Raport analityczny · 7–13 września 2026 · N = 129 001 wzmianek

Streszczenie

Tydzień 7–13 września 2026 r. przynosi wzrost o dokładnie 23% w trzech niezależnych miarach naraz: liczba wzmianek rośnie do 129 001, interakcje do 1,95 mln, a suma reakcji na Facebooku do 426 467. Tak równy przyrost jest w tej serii nietypowy — zwykle zaangażowanie rusza się szybciej lub wolniej niż sama objętość.

Wydźwięk negatywny wyniósł 31,5%. Różnica wobec poprzedniego tygodnia to 0,5 pp. przy błędzie różnicy 1,8 pp., więc zmiany nie stwierdzamy. To trzecia edycja z rzędu bez mierzalnego ruchu wskaźnika: trzy ostatnie pomiary to 31,0%, 32,0% i 31,5%. Trzy wartości w paśmie jednego punktu przestają być zbiegiem okoliczności i stają się ustaleniem o serii.

Tydzień ma jeden wyraźny kręgosłup. Sławomir Mentzen prowadzi kampanię — nie pojedynczą interwencję — w sprawie emerytur z ZUS dla obywateli Ukrainy. Uzyskał od dyrektora oddziału zakładu nagrane potwierdzenie, że jedna składka daje prawo do wyrównania do emerytury minimalnej; wskazał, że ZUS informuje o tym po ukraińsku na swoich stronach; nagłośnił sprawę kobiety, która przepracowała czternaście godzin i wystąpiła o wyrównanie. Jego konto zgromadziło 129 920 interakcji na siedemnastu wzmiankach w pięciu kanałach — to drugi najwyższy wynik pojedynczego konta w serii, ustępujący jedynie rekordowi tego samego konta z końca sierpnia (136 983).

Najsilniejszy ładunek gniewu przyniosła sprawa z Piotrkowa Trybunalskiego, gdzie piętnastoletni obywatel Ukrainy strzelał z broni gazowej do syna i ojca, a następnie został zwolniony do domu. Wpis Konfederacji zebrał 16 161 interakcji przy 5 266 reakcjach „angry” — to najwięcej gniewu pod jedną treścią od sierpnia.

Osobnym zjawiskiem jest skok drwiny. Udział reakcji „haha” wzrósł z 7,75% do 11,26% — najwyżej od miesiąca — a w liczbach dziennych o 79%. Adresatem stały się wypowiedzi strony ukraińskiej: komentarz Iryny Wereszczuk o sytuacji Ukraińców w Polsce zebrał 7 054 reakcje „haha” przy 789 „like”, a więc dziewięciokrotną przewagę szyderstwa nad aprobatą.

W mapie wpływu odwrócił się trend z sierpnia. Kont wrogich jest siedem wobec dziesięciu tygodni wcześniej, a kont redakcyjnych pięć — najwięcej w całej serii, po zerze sprzed dwóch edycji. Warstwa pośrednia, o której zniknięciu pisaliśmy w sierpniu, wróciła w pełni. Stosunek zasięgów między stroną wrogą a prosolidarnościową poprawił się z 5,6 do 4,3.

Strona prosolidarnościowa ma w tej edycji dwa skrajnie różne modele obecności. Konto BOOP jednym sprostowaniem fałszywej informacji o „parkingach dla Ukraińców” w Raszynie osiągnęło 48 420 interakcji — druga najsilniejsza treść tygodnia. Konto albin zgromadziło 21 667 interakcji na sześćdziesięciu siedmiu wzmiankach prostujących tezę o emeryturach. Pojedynczy wiral i uporczywa obecność dały wyniki tego samego rzędu.

Nota metodologiczna

Materiał obejmuje 129 001 wzmianek z okresu 7–13 września 2026 r., zebranych przez system SentiOne dla zapytania ukierunkowanego na Ukrainę i Ukraińców w języku polskim. Materiał pochodzi w 100% ze źródeł polskojęzycznych i obejmuje Facebooka, YouTube’a, X, portale, TikToka oraz kanały mniejsze. Łączna liczba interakcji: 1 948 168. Wzmianki bez treści tekstowej stanowią 2,18% zbioru i zostały zaklasyfikowane na podstawie struktury reakcji oraz charakteru treści nadrzędnej.

Wskaźniki wydźwięku wyznaczono autorską analizą treści wzmianek wobec wizerunku Ukrainy w Polsce, z uwzględnieniem ironii i sarkazmu. Wskaźnik nagłówekowy zakotwiczone w ręcznym audycie i przeniesiono na cały zbiór metodą poststratyfikacji; próbę dobrano warstwowo według kanału, strefy leksykalnej i poziomu zaangażowania. Odchylenie standardowe wskaźnika wynosi 1,2 pp., a pasmo ufności 95% — 29,1–33,9%. Rozdzielczość pomiaru wynosi zatem około 3,5 pp.: różnice mniejsze uznajemy za nierozstrzygnięte.

Udział warstwy studzącej podajemy w tej edycji z szerszym marginesem niż zwykle: pierwsza z trzech partii audytu dała wartość odstającą, której nie przypisujemy jednoznacznie ani wahaniu losowemu, ani przesunięciu kryterium. Kategoria główna pozostaje przy tym stabilna we wszystkich trzech partiach, co przemawia za przyjęciem pomiaru — przesunięcie kryterium poruszyłoby obie kategorie, nie jedną.

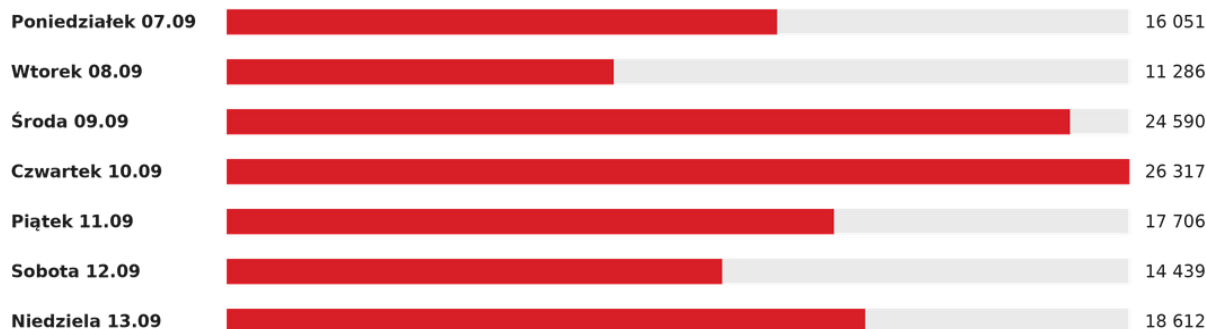
Porównanie z poprzednią edycją opiera się na tej samej konstrukcji pomiaru, przy pokryciu własnymi oszacowaniami 99,0% i 98,7% zbioru. Zestawienie jest zatem bezpośrednie.

Osie narracji tworzą taksonomię ciągłą: rdzeń tematyczny każdej osi przenosimy z poprzedniego tygodnia bez zmian, nowe dokładamy tylko dla tematów nieobjętych żadną istniejącą osią, a osie poniżej dwóch procent wycofujemy. Definicje nie zawierają nazw miejscowości ani innych odniesień do pojedynczego zdarzenia — opisujemy czyn albo zjawisko, dzięki czemu udziały pozostają porównywalne między edycjami. W tej edycji wycofano jedną oś, nowych nie dodano. Wzmianka może należeć do więcej niż jednej osi, dlatego udziały nie sumują się do 100%. Wszystkie wskaźniki opisują rozkład wypowiedzi w monitorowanej próbce, nie zaś opinii publicznej.

1. Skala i dynamika

Tydzień ma kształt dwugarbny. Poniedziałek przynosi 16,1 tys. wzmianek, wtorek opada do 11,3 tys. — najsłabszego dnia — po czym środa i czwartek dają szczyt: 24,6 i 26,3 tys. Środa 9

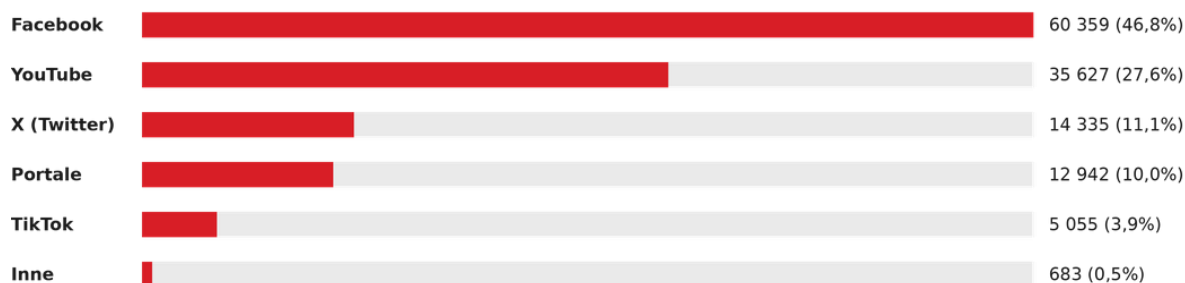
września ma najwyższe interakcje okresu (570 tys.), czwartek najwyższy gniew (8 371 reakcji „angry”). Piątek opada do 17,7 tys., sobota do 14,4 tys., a niedziela odbija do 18,6 tys.



Wzrost objętości o 23% wobec poprzedniego tygodnia lokuje ten tydzień między 105 a 173 tys. z dwóch ostatnich edycji. Zgodnie z opisem, który zaproponowaliśmy tydzień temu, poziom zależy przede wszystkim od obecności zdarzenia o charakterze detonatora. Ten tydzień miał dwa: kampanię ZUS-ową i sprawę z Piotrkowa — stąd powrót do środka przedziału, a nie do rekordowych wartości z sierpnia.

Udział kanałów

Facebook wzmógł pozycję największego kanału (46,8%, 60 359 wzmianek), zyskując 4,3 pp. wobec poprzedniej edycji. YouTube obniżył się do 27,6%, X spadł do 11,1%, portale do 10,0%, a TikTok wzrósł do 3,9% — najwyżej w serii. Powrót Facebooka i wzrost TikToka odpowiadają charakterowi tygodnia: kampania ZUS-owa toczyła się przede wszystkim w komentarzach i krótkich nagraniach, nie w publicystyce.



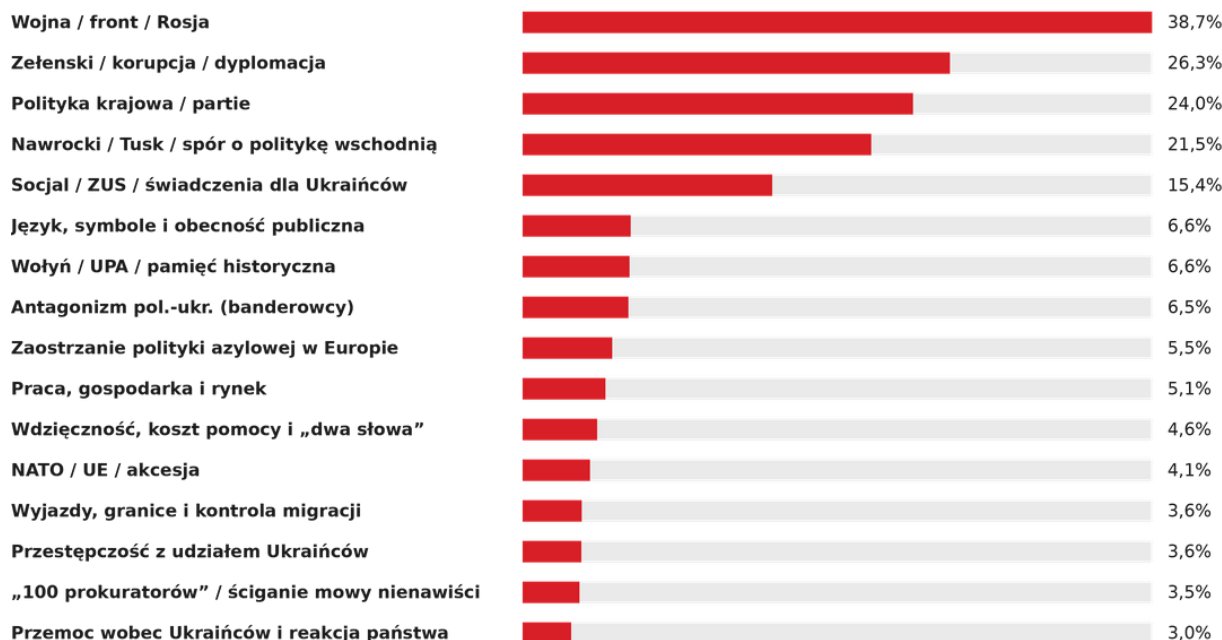
Hierarchia siły rażenia pozostaje odwrócona wobec objętości. X wygenerował 33,7% wszystkich interakcji przy 11,1% wzmianek — to 45,7 interakcji na wpis. TikTok, przy 3,9% objętości, dał 13,2% interakcji, czyli 50,7 na wpis. Facebook mimo 46,8% objętości daje 26,4% interakcji (8,5 na wpis), a YouTube 21,9% przy 27,6% (12,0 na wpis). Portale, z 10,0% objętości i 2,3% interakcji (3,4 na wpis), pozostają warstwą podawczą.

Osobno warto odnotować kanały najmniejsze, ujęte w kategorii „Inne”: 683 wzmianki dają 2,6% interakcji, czyli 74,9 na wpis — najwyższą gęstość w całym zestawieniu. Składa się na nią przede

wszystkim Instagram, gdzie pojedyncze materiały o kampanii ZUS-owej osiągały zasięgi porównywalne z czołówką X.

2. Osie narracji i udział tematów

Szesnaście osi narracji w taksonomii ciągłej: rdzeń tematyczny każdej przeniesiony z poprzedniego tygodnia bez zmian, bez nazw miejscowości i innych punktów odniesienia. Dzięki temu porównywalne są same udziały, a nie tylko rangi.



Każdy pasek to udział wzmianek w danej osi. UWAGA — jedna wzmianka może należeć do kilku osi, dlatego wartości nie sumują się do 100% (średnio 1,8 osi na wzmiankę).

Pięć osi o największym udziale

Czołówka pozostaje kontekstowa. Wojna i Rosja obejmuje 38,7% wzmianek, Zełenski, korupcja i dyplomacja 26,3%, polityka krajowa 24,0%, spór Nawrocki–Tusk 21,5%, a socjal i świadczenia z ZUS 15,4%. Ta ostatnia jest jedyną w czołówce, która dotyczy bezpośrednio obecności Ukraińców w Polsce — i to ona najmocniej urosła w tej edycji.

Zmiany wobec poprzedniego tygodnia

Trzy osie wyraźnie rosły. Oś Zełenskiego, korupcji i dyplomacji zyskała 6,5 pp. — najwięcej w zestawieniu — co odpowiada sprawie Orderu Orła Białego, doniesieniom o kontaktach offshore i wypowiedzi Wereszczuk. Socjal i świadczenia z ZUS: 4,1 pp., czyli skutek kampanii Mentzena. Język i obecność publiczna: 3,0 pp.

Dwie osie wyraźnie spadły. Wojna i Rosja straciła 9,2 pp. — to największa zmiana w zestawieniu i skutek przesunięcia uwagi z frontu na sprawy krajowe. Wyjazdy, granice i kontrola migracji: 4,9 pp., po tygodniu, w którym temat odpływu był jednym z największych ruchów.

Pozostałe osie utrzymały się w granicach trzech punktów: polityka krajowa (21,8% → 24,0%), spór Nawrocki–Tusk (18,9% → 21,5%), Wołyń i pamięć historyczna (7,0% → 6,6%), antagonizm etniczny (7,6% → 6,5%), zaostrzanie azylu w Europie (5,3% → 5,5%), praca i gospodarka (5,4% → 5,1%), NATO i UE (4,7% → 4,1%).

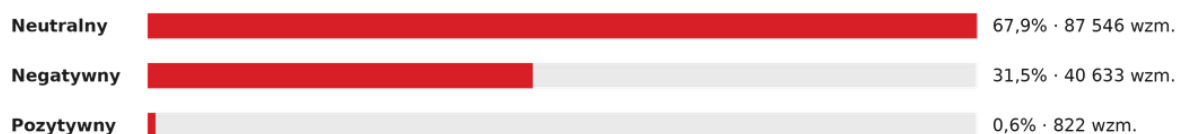
Osie oczyszczone i wycofane

Dwie osie wymagały oczyszczenia z odniesień do pojedynczych zdarzeń. Przestępczość z udziałem Ukraińców zawierała nazwy miast z poprzedniego tygodnia i przy tej definicji pokazywała 1,8%, choć tydzień miał strzelaninę w Piotrkowie i nóż w Siedlcach. Po zastąpieniu nazw miejscowości opisami czynów oś daje 3,6%. Analogicznie przemoc wobec Ukraińców i reakcja państwa: 1,2% wobec 3,0% po oczyszczeniu.

Jedna oś została wycofana. Panczenko i Medal Wolności Słowa, która tydzień wcześniej obejmowała 3,4% zbioru, spadła do 0,3% — a jej rdzeń tematyczny, bez tych odniesień, do 0,1%. Temat wygaś w ciągu jednego tygodnia, co jest typowe dla wątków opartych na pojedynczym zdarzeniu. Nowych osi nie dodano — cztery sprawdzone kandydatury (Order Orła Białego, wypowiedź Wereszczuk, sprawa Heisiga, Raszyn) okazały się objęte istniejącymi osiami albo zbyt małe.

3. Mapa sentymentu

Wydźwięk wypowiedzi wobec Ukrainy osiągnął 31,50% treści negatywnych. Poprzednia edycja dała 32,04%. Różnica 0,54 pp. przy błędzie różnicy 1,75 pp. jest nierozstrzygalna, więc zmiany nie stwierdzamy. Pasmo ufności 95% wynosi 29,1–33,9%.



To trzecia edycja z rzędu bez mierzalnego ruchu, a trzy wartości w paśmie jednego punktu — 31,0%, 32,0% i 31,5% — przestają być zbiegiem okoliczności. Od maja do sierpnia seria notowała wahania sięgające kilkunastu punktów między tygodniami; od końca sierpnia porusza się w paśmie węższym niż błąd pomiaru. Niezależnie od tego, czy tydzień ma detonator, czy nie — a ten miał dwa — proporcja wypowiedzi wrogich pozostaje na poziomie około jednej trzeciej.

Rozkład dzienny jest mniej płaski niż tydzień wcześniej: od 30,0% w środę do 33,5% w niedzielę, przy rozpiętości 3,5 pp. wobec 2,1 pp. poprzednio. Kierunek jest czytelny: trzy pierwsze dni tygodnia, w których trwała kampania ZUS-owa i sprawa z Piotrkowa, mają wydźwięk niższy niż weekend. Dni o największej objętości przyciągają także głosy neutralne i prostujące; dni ciche zostawiają przy głosie rdzeń najbardziej zaangażowany.

Udział treści wprost pozytywnych wyniósł 0,64%, warstwa „studząca” — obrona Ukraińców bez otwartej deklaracji poparcia — 4,47 pp. Obie kategorie dają łącznie 5,1% wypowiedzi wobec 4,8%

tydzień wcześniej. Zgodnie z zastrzeżeniem z noty metodologicznej wartość tę należy czytać z szerszym marginesem niż zwykle.

Wydźwięk per kanał

Kanał	Liczba wzmianek	% negatyw	% pozytyw	Interakcje
Facebook	60 359	33,2%	0,50%	514 211
YouTube	35 627	32,6%	0,01%	426 375
X (Twitter)	14 335	40,7%	2,78%	655 670
Portale	12 942	16,7%	0,77%	44 216
TikTok	5 055	17,0%	0,01%	256 540
Inne	683	17,7%	2,99%	51 156

Cztery obserwacje. Po pierwsze, X pozostaje najbardziej wrogim kanałem (40,7%) siódmy tydzień z rzędu, a jego wskaźnik odbił z 42,7% w dół tylko nieznacznie. Po drugie, Facebook (33,2%) i YouTube (32,6%) zrównały się niemal co do dziesiątej — tydzień wcześniej dzieliło je 4,6 pp. Po trzecie, portale (16,7%) i TikTok (17,0%) tworzą razem warstwę chłodzącą wskaźnik ogólny przy 13,9% łącznej objętości. Po czwarte, X ma najwyższy udział treści wprost pozytywnych (2,78%) — pięciokrotnie wyższy niż Facebook, co odpowiada obecności tam kont prostujących też o emeryturach.

Wydźwięk w osiach narracji

Oś narracji	Wzmianki	Udział	% negatyw	Kierunek
Wojna / front / Rosja	49 984	38,7%	30,8%	anty-Rosja
Zelenski / korupcja / dyplomacja	33 947	26,3%	31,3%	nieufność
Polityka krajowa / partie	30 999	24,0%	31,9%	polaryzacja
Nawrocki / Tusk / spór o politykę wschodnią	27 674	21,5%	31,8%	polaryzacja
Socjal / ZUS / świadczenia dla Ukraińców	19 804	15,4%	30,5%	anty-Ukraina
Język, symbole i obecność publiczna	8 578	6,6%	31,8%	polaryzacja
Wołyń / UPA / pamięć historyczna	8 487	6,6%	35,2%	anty-Ukraina
Antagonizm pol.-ukr. (banderowcy)	8 381	6,5%	58,2%	anty-Ukraina
Zaostrzanie polityki azylowej w Europie	7 095	5,5%	30,6%	aprobata ograniczeń
Praca, gospodarka i rynek	6 561	5,1%	30,7%	spór o koszt
Wdzięczność, koszt pomocy i „dwa słowa”	5 899	4,6%	28,4%	spór o koszt
NATO / UE / akcesja	5 342	4,1%	31,8%	anty-akcesja
Wyjazdy, granice i kontrola migracji	4 675	3,6%	33,8%	anty-Ukraina

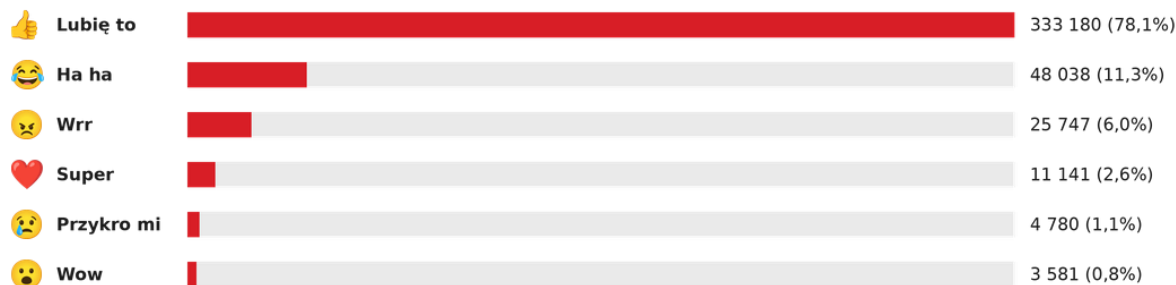
Oś narracji	Wzmianki	Udział	% negatyw	Kierunek
Przestępczość z udziałem Ukraińców	4 654	3,6%	32,2%	anty-Ukraina
„100 prokuratorów” / ściganie mowy nienawiści	4 493	3,5%	32,1%	zarzut nierówności
Przemoc wobec Ukraińców i reakcja państwa	3 846	3,0%	30,1%	obrona / polaryzacja

Tabela uporządkowana jest według udziału, nie według wskaźnika. Trzy obserwacje. Po pierwsze, piętnaście z szesnastu osi ma wydźwięk w paśmie 28,4–35,2%, czyli w granicach trzech punktów od wskaźnika ogólnego (31,5%) — różnice w tym paśmie nie są interpretowalne. Po drugie, jedyne wyraźne odchylenie to antagonizm etniczny: 58,2%, najwyższy wynik osi w całej serii pomiarowej. Po trzecie, oś socjalna — największa z tematów dotyczących obecności Ukraińców — ma wskaźnik 30,5%, a więc poniżej średniej. Kampania ZUS-owa przyciągnęła więcej głosów neutralnych i prostujących niż sam antagonizm.

Antagonizm etniczny stracił 1,1 pp. udziału, ale jego wskaźnik wzrósł z 53,0% do 58,2%. Trzeci tydzień z rzędu powtarza się ten sam układ: rdzeń wrogości kurczy się objętościowo, a zagęszcza treściowo. Słownictwo antagonistyczne pojawia się rzadziej, ale gdy już pada, niemal zawsze niesie ładunek wrogi.

4. Mapa emocji

Suma reakcji facebookowych wyniosła 426 467 — wzrost o 23% wobec poprzedniego tygodnia, dokładnie taki sam jak wzrost objętości i interakcji. Rozkład wewnątrz tej sumy jest jednak nierówny: drwina rośnie o 79%, gniew o 23%, a aprobata i smutek spadają.



Trzy najważniejsze zmiany w mapie emocji

Drwina najwyżej od miesiąca. Udział reakcji „haha” wzrósł z 7,75% do 11,26%, a w liczbach dziennych o 79%. To najwyższy poziom szyderstwa od edycji 10–16 sierpnia. Adresatem stały się wypowiedzi strony ukraińskiej: komentarz Iryny Wereszczuk o sytuacji Ukraińców w Polsce zebrał 7 054 reakcje „haha” przy 789 „like” — dziewięciokrotna przewaga. Relacja o locie Zełenskigo na pogrzeb króla Norwegii: 2 009. Doniesienia o naciskach Trumpa: 1 558 i 1 490.

Gniew skupiony w czwartek, na poziomie sprzed tygodnia. Czwartek 10 września zgromadził 8 371 reakcji „angry”, czyli 33% tygodniowej puli — to dzień wpisu Konfederacji o strzelaninie w Piotrkowie, który sam zebrał 5 266 reakcji tego typu. Udział gniewu w całym tygodniu pozostał jednak praktycznie bez zmian: 6,04% wobec 6,05%.

Żaloba wygasa. Reakcje „sad” spadły o 21% w liczbach dziennych, a ich udział z 1,75% do 1,12%. Żaloba, którą tydzień temu wprowadził pochówek w Ostrówkach, nie utrzymała się. Jedyne wyraźne skupienie smutku w tej edycji — 2 487 reakcji w sobotę — dotyczy wątku spoza sporu o Ukrainę (zob. rozdział 6).

Anatomia emocjonalna tygodnia

Środa i czwartek przejmują tydzień: dają łącznie 27 422 reakcje „haha”, czyli 57% tygodniowej puli drwiny, oraz 12 759 „angry”, czyli połowę gniewu. To dwa dni, w których nałożyły się kampania ZUS-owa, sprawa z Piotrkowa i wypowiedź Wereszczuk.

Układ całości różni się od dwóch poprzednich edycji. Nie ma jednej dominującej emocji: drwina i gniew rosną razem, aprobata i smutek opadają razem. Przy niezmienionym wskaźniku wydzźwięku oznacza to przesunięcie w rodzaju reakcji, nie w proporcji — te same wypowiedzi wrogie są częściej kwitowane śmiechem niż złością.

5. Mapa wpływu

Piętnaście kont generujących najwyższe sumy interakcji w okresie — wszystkie wielkości pochodzą z agregacji per konto, nie z pojedynczych wpisów. Czołówkę otwiera Sławomir Mentzen z 129 920 interakcjami na 17 wzmiankach. To drugi najwyższy wynik pojedynczego konta w całej serii — ustępuje jedynie rekordowi tego samego konta z końca sierpnia (136 983) — i o ponad połowę więcej niż lider poprzedniej edycji. Siedem kont opublikowało co najmniej 10 wzmianek w tygodniu, a dwa przestały na jednej.

Top 15 najbardziej angażujących kont w okresie

#	Autor / konto	Kanał	Interakcje	Wzmianki	Charakter narracji
1	Sławomir Mentzen	Facebook i in.	129 920	17	kampania o emerytury z ZUS, anty-Ukraina
2	BOOP	TikTok	48 420	1	sprostowanie fake newsa z Raszyna, pro-Ukraina
3	Konfederacja	Facebook i in.	47 691	16	Piotrków i ZUS, anty-Ukraina
4	OficjalneZero	TikTok i in.	44 929	10	Order Orła Białego, redakcyjny
5	Tomek Niewęglowski	X (Twitter)	42 055	38	konta Zełenskiego, anty-Ukraina
6	Codziennik z Mordoru	X (Twitter)	29 059	20	kronika kryminalna, anty-Ukraina

#	Autor / konto	Kanał	Interakcje	Wzmianki	Charakter narracji
7	coolfonpl	X (Twitter)	23 939	6	sprawa apelacyjna o wyrównanie, anti-Ukraina
8	albin	X (Twitter)	21 667	67	sprostowanie tezy o emeryturach, pro-Ukraina
9	HISTORIA REALNA	YouTube	18 827	3	naloty i lot Zelenskigo, redakcyjny
10	Kanał Zero	YouTube i in.	18 428	7	negocjacje i Order, redakcyjny
11	Dla Pienędzy	YouTube	17 527	1	treść spoza tematu, poza ramą
12	Szewko czyli na Wschód od Bliskiego Wschodu	YouTube	15 792	2	analiza geopolityczna, redakcyjny
13	Olga Srokarczuk	X (Twitter)	15 029	21	rejestr przestępstw, anti-Ukraina
14	Bądź Na Bieżąco	YouTube i in.	14 831	6	agregator tematów, nieufność
15	WPROST	Facebook	13 825	9	wypowiedź Wereszczuk, redakcyjny

Bilans wpływu — powrót warstwy redakcyjnej

Siedem z piętnastu kont reprezentuje narrację wrogą lub nieufną wobec Ukrainy, pięć mają charakter redakcyjny, a dwa reprezentują stronę ukraińską lub jej obronę (BOOP (48 420), albin (21 667)). Jedno konto pozostaje poza ramą tematyczną: Dla Pienędzy (17 527) — kanał finansowy, którego najsilniejszy materiał nie dotyczy Ukrainy.

Pięć kont redakcyjnych to najwięcej w całej serii — dwie edycje temu nie było ani jednego. Warstwa pośrednia, o której zniknięciu pisaliśmy w sierpniu, wróciła w pełni: OficjalneZero i Kanał Zero relacjonują sprawę Orderu Orła Białego, HISTORIA REALNA i Szewko analizują kontekst międzynarodowy, WPROST podaje wypowiedź Wereszczuk. Dla planowania komunikacji to zmiana istotna: przekaz kierowany do mediów ma znowu szansę dotarcia.

Proporcja zasięgu poprawiła się drugi tydzień z rzędu. Siedem kont wrogich daje łącznie 302 524 interakcji, dwa prosolidarnościowe — 70 087, a więc ponad cztery razy mniej. Tydzień wcześniej stosunek wynosił blisko sześć do jednego, dwa tygodnie wcześniej ponad jedenaście. Konta redakcyjne dają osobno 111 801 interakcji — więcej niż cała strona obrony pomnożona przez półtora.

Dwa modele obrony

Strona prosolidarnościowa ma w tej edycji dwa skrajnie różne modele obecności, które dały wyniki tego samego rzędu. Konto BOOP jednym materiałem — sprostowaniem fałszywej informacji o „parkingach dla Ukraińców” w Raszynie — osiągnęło 48 420 interakcji, drugą

najsilniejszą treść tygodnia. Konto albin zgromadziło 21 667 interakcji na sześćdziesięciu siedmiu wzmiankach prostujących tezę o emeryturach.

Model wiralowy dał tu ponad dwukrotnie większy zasięg przy jednej wzmiance zamiast sześciu dziesiątek. Potwierdza to wniosek z poprzedniej edycji: obrona działa przez pojedyncze mocne treści, a nie przez rozproszony komentarz — z zastrzeżeniem, że uporczywa obecność też wprowadza konto do czołówki.

Struktura obecności

Model strumieniowy reprezentuje siedem kont, w tym albin z sześćdziesięcioma siedmioma wzmiankami i Tomek Niewęglowski z trzydziestoma ośmioma. Model wiralowy — dwa: BOOP i Dla Pieniędzy, oba z pojedynczym materiałem. Rozkład kanału dominującego to: pięć na X, pięć na YouTube, trzy na Facebooku, dwa na TikToku.

6. Kluczowe narracje okresu

Narracja 1: Kampania ZUS-owa — od interwencji do systemu

Największa narracja tygodnia i pierwsza w tej serii, która ma charakter kampanii, a nie pojedynczego zdarzenia. Tydzień wcześniej Sławomir Mentzen i Ryszard Wilk pojawili się w siedzibie Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z pytaniami o emerytury dla obywateli Ukrainy. W tej edycji wątek rozwinął się w serię publikacji.

Mentzen przedstawił nagrane potwierdzenie od dyrektora oddziału ZUS, że jedna składka daje prawo do wyrównania do emerytury minimalnej. Wskazał, że zakład informuje o tej możliwości po ukraińsku na swoich stronach (8 072 interakcji, 919 reakcji „angry”). Konto coolfonpl podało sygnaturę sprawy, która trafiła do apelacji: obywatelka Ukrainy przepracowała czternaście godzin na umowie zlecenie i wystąpiła o kilkuletnie wyrównanie (9 622).

Figurą retoryczną, która niosła cały wątek, było odwrócenie perspektywy: „gdyby Polacy w Niemczech mogli otrzymać emeryturę sześć razy wyższą po przepracowaniu tam zaledwie jednego dnia, pół Polski by się o to postarało” (11 376 na Facebooku, 10 490 na TikToku, 7 777 na X). Ten sam mechanizm, który w poprzednich edycjach służył obronie — analogia do polskiego doświadczenia emigracyjnego — został tu użyty przeciwnie.

Po drugiej stronie stanęło konto albin, które przez cały tydzień prostowało tę tezę — sześćdziesiąt siedem wzmianek, 21 667 interakcji. Spór toczył się o interpretację umowy dwustronnej i o to, czy wyrównanie do minimalnej przysługuje na tych samych zasadach co Polakom. To pierwszy w tej serii wątek, w którym obie strony operowały sygnaturami spraw i przepisami, a nie wyłącznie ocenami.

Narracja 2: Piotrków Trybunalski — rekord gniewu

4 września w Piotrkowie Trybunalskim piętnastoletni obywatel Ukrainy po awanturze w autobusie miejskim strzelał na ulicy z broni gazowej do dziewiętnastolatka, a następnie do jego

pięćdziesięcioletniego ojca; starszy z nich został ranny w rękę. Sprawą zajęły się policja i sąd rodzinny, a nastolatek został zwolniony do domu.

Wpis Konfederacji relacjonujący zdarzenie zebrał 16 161 interakcji przy 5 266 reakcjach „angry” — najwięcej gniewu pod jedną treścią od połowy sierpnia. Charakterystyczne jest to, że liczba reakcji gniewu przewyższa liczbę „like” (4 844), co w tej serii zdarza się rzadko. Lokalny portal ePiotrkow.pl podał sprawę wcześniej i zebrał 13 072 interakcji przy 2 160 „angry”.

Wątek został wpisany w ramę „dwóch miar”, obecną w tej serii od sierpnia: powracającym motywem komentarzy jest porównanie z hipotetyczną reakcją instytucji, gdyby sprawcą był Polak, a poszkodowanym Ukrainiec. Osobno krążyły doniesienia z Siedlec, gdzie czterdziestodwuletni obywatel Ukrainy miał przyłożyć nóż do szyi piętnastolatka (7 816), oraz ze Zgierza, gdzie dwudziestoosmiolatek zaatakował siedemdziesięciodziewięcioletnią kobietę na przejściu dla pieszych.

Narracja 3: Drwina jako główna reakcja

Zjawisko ważniejsze niż pojedyncze zdarzenia: udział reakcji „haha” osiągnął 11,26% — najwyżej od miesiąca — a w liczbach dziennych wzrósł o 79%. Adresatem stały się wypowiedzi strony ukraińskiej i doniesienia o sytuacji międzynarodowej Ukrainy.

Najsilniejszym nośnikiem był komentarz Iryny Wereszczuk, zastępczyni szefa kancelarii prezydenta Ukrainy, o sytuacji Ukraińców w Polsce: 7 054 reakcje „haha” przy 789 „like” i 337 „angry”. Dziewięciokrotna przewaga szyderstwa nad aprobatą jest w tej serii bezprecedensowa. Kolejne nośniki: relacja o locie Zełenskigo na pogrzeb króla Norwegii, gdy jego samolot miał być zagrożony przez drona (2 009 i 1 864), oraz doniesienia o naciskach Trumpa, by Ukraina zaprzestała ataków na rosyjskie rafinerie (1 558 i 1 490).

Dla komunikacji publicznej istotne jest rozróżnienie między gniewem a drwiną. Gniew wskazuje na poczucie zagrożenia lub niesprawiedliwości i daje się adresować argumentem. Drwina wskazuje na odmowę traktowania nadawcy poważnie — i na nią argument nie działa. Przejście od jednej do drugiej przy niezmiennym wskaźniku wydźwięku jest zmianą jakościową, której sam wskaźnik nie pokazuje.

Narracja 4: Order Orła Białego — spór o gest sprzed lat

Prezydent Karol Nawrocki odebrał w czerwcu Order Orła Białego Włodzimierzowi Zełenskiemu. Andrzej Duda, który order przyznał, tłumaczył w rozmowie z Krzysztofem Stanowskim, że zrobił to „z pełną premedytacją”, bo uznał, iż postawa prezydenta Ukrainy powinna stanowić wzór dla polskich polityków. Nagranie zebrało 26 269 interakcji na TikToku i 5 307 na YouTube.

Wątek zasilił oś Zełenskigo, korupcji i dyplomacji, która urosła o 6,5 pp. — najwięcej w zestawieniu. Towarzyszyły mu doniesienia o rzekomych kontaktach offshore prezydenta Ukrainy, podawane za szefową AfD (24 879 interakcji). Oba wątki łączy figura niewdzięczności połączonej z zamożnością — obecna w tej serii od lipca, ale rzadko tak wyraźnie skupiona wokół jednego symbolu.

Narracja 5: Raszyn — sprostowanie o największym zasięgu

Druga najsilniejsza treść tygodnia i najskuteczniejszy przekaz prosolidarnościowy w całej serii. Krążąca informacja o „parkingach dla Ukraińców” w Raszynie okazała się dotyczyć czegoś zupełnie innego — oznaczenia stref krótkiego postoju w barwach używanych międzynarodowo od kilkunastu lat. Materiał konta BOOP prostujący tę informację zebrał 48 420 interakcji na TikToku.

Warto odnotować mechanizm: sprostowanie osiągnęło zasięg większy niż jakikolwiek pojedynczy przekaz wrogi w tej edycji, w tym rekordowy wpis o Piotrkowie. W poprzednich edycjach prostowanie fałszywych doniesień należało do warstwy studzącej o niewielkim zasięgu. Tutaj stało się treścią wiralową — co sugeruje, że format krótkiego nagrania demaskującego konkretną nieprawdę działa lepiej niż argumentacja ogólna.

Narracja 6: Hejt wobec Ślązaka — wątek spoza ramy

Wątek, który trafił do zbioru, ale nie dotyczy Ukraińców — odnotowujemy go, bo odpowiada za jedyne skupienie smutku w tej edycji. Kuba Heisig z Chorzowa objechał rowerem granice Górnego Śląska, zbierając środki na leczenie chorego dziecka. W czeskiej Ostrawie został napadnięty; napastnicy mieli wziąć jego czapkę w barwach śląskich za ukraińską.

Wpis Ruchu Autonomii Śląska zebrał 8 453 interakcje przy 2 327 reakcjach „sad” i 1 270 „angry” — to 48,7% tygodniowej puli smutku. Wątek łąpie się w oś mowy nienawiści, ale jego przedmiotem jest szowinizm wobec Ślązaka, nie wobec Ukraińca. Odnotowujemy go osobno, tak jak we wcześniejszych edycjach materiały spoza ramy tematycznej.

7. Porównanie okres do okresu

Porównanie z poprzednią edycją (31 sierpnia – 6 września, N = 104 851) wykonano na liczbach dziennych przeciętnych. Obie edycje zmierzono tą samą metodą, przy pokryciu własnymi oszacowaniami 99,0% i 98,7% zbioru, więc zestawienie jest bezpośrednie.

Wskaźnik	31.08–06.09 (dz.)	07–13.09 (dz.)	Zmiana
Liczba wzmianek (dziennie)	14 979	18 429	+23%
Liczba interakcji (dziennie)	225 489	278 310	+23%
Reakcje FB łącznie (dziennie)	49 472	60 924	+23%
Reakcje „haha” (dziennie)	3 832	6 863	+79%
Reakcje „angry” (dziennie)	2 995	3 678	+23%
Reakcje „love” (dziennie)	1 754	1 592	-9%
Reakcje „sad” (dziennie)	866	683	-21%
Udział wydźwięku negatyw.	32,04%	31,50%	-0,54 pp.
Udział treści pozytywnych	0,40%	0,64%	+0,24 pp.
Warstwa studząca	4,41 pp.	4,47 pp.	+0,06 pp.

Wskaźnik	31.08–06.09 (dz.)	07–13.09 (dz.)	Zmiana
Udział „haha” w reakcjach	7,75%	11,26%	+3,51 pp.
Udział „angry” w reakcjach	6,05%	6,04%	–0,01 pp.
Rozpiętość dzienna negatywu	2,10 pp.	3,52 pp.	+1,42 pp.

Cztery wnioski. Po pierwsze, trzy miary skali — objętość, interakcje i reakcje — rosną o dokładnie tyle samo, 23%. Taka zbieżność jest w tej serii nietypowa i oznacza, że przeciętna treść wywoływała reakcję o tej samej sile co tydzień wcześniej — przybyło materiału, nie temperatury. Po drugie, wyjątkiem jest drwina: wzrost o 79% i najwyższy od miesiąca udział 11,26%. Po trzecie, aprobata i smutek jako jedyne spadły — o 9% i 21%. Po czwarte, wydźwięk i warstwa studząca pozostały praktycznie bez zmian, co przy wzroście objętości o niemal jedną czwartą jest ustaleniem samym w sobie.

8. Wnioski i implikacje komunikacyjne

Wniosek 1: trzy pomiary w paśmie jednego punktu to już stan, nie zbieg

Ostatnie trzy pomiary wydźwięku to 31,0%, 32,0% i 31,5%. Żadna różnica między nimi nie przekracza progu rozdzielczości, a wszystkie mieszczą się w paśmie węższym niż błąd pomiaru. Dla porównania od maja do sierpnia seria notowała wahania sięgające kilkunastu punktów między tygodniami.

Istotne jest to, że stabilność utrzymuje się niezależnie od charakteru tygodnia. Poprzednia edycja nie miała detonatora i dała 32,0%; ta miała dwa — kampanię ZUS-ową i sprawę z Piotrkowa — i dała 31,5%. Dla planowania komunikacji oznacza to, że warunki są przewidywalne w horyzoncie dłuższym niż tygodniowy, a pojedyncze zdarzenia przesuwają uwagę, nie proporcję.

Wniosek 2: drwina zastępuje gniew, a wskaźnik tego nie pokazuje

To najważniejsze ustalenie tej edycji. Udział reakcji „haha” wzrósł o 3,5 pp. do najwyższych od miesiąca 11,26%, podczas gdy udział gniewu pozostał bez zmian, a wskaźnik wydźwięku nie drgnął. Te same proporcje wypowiedzi wrogich są częściej kwitowane śmiechem niż złością.

Różnica ma znaczenie praktyczne. Gniew wskazuje na poczucie zagrożenia lub niesprawiedliwości i daje się adresować argumentem — można sprostować fakt, podać dane, wyjaśnić przepis. Drwina wskazuje na odmowę traktowania nadawcy poważnie; na nią argument nie działa, bo nie o argument toczy się spór. Rekomendujemy monitorowanie udziału „haha” jako wskaźnika równorzędnego z wydźwiękiem: pokazuje on to, czego proporcja wypowiedzi nie ujmuje.

Wniosek 3: warstwa redakcyjna wróciła w pełni

Pięć kont redakcyjnych w czołówce piętnastu to najwięcej w całej serii — dwie edycje temu nie było ani jednego. Dają łącznie 111 801 interakcji, więcej niż cała strona obrony pomnożona przez

półtora. Oznacza to, że debata odzyskała warstwę pośrednią: jest znowu relacja, wokół której toczy się spór.

W sierpniu rekomendowaliśmy kierowanie przekazu bezpośrednio, z pominięciem mediów, bo redakcje zniknęły z mapy wpływu. Tę rekomendację należy teraz odwrócić: przekaz kierowany do mediów ma znowu szansę dotarcia, a relacja redakcyjna jest w tej edycji skuteczniejszym nośnikiem niż komentarz polityczny drugiego rzędu.

Wniosek 4: sprostowanie może być treścią wiralowa

Materiał prostujący fałszywą informację o „parkingach dla Ukraińców” osiągnął 48 420 interakcji — więcej niż jakikolwiek pojedynczy przekaz wrogi w tej edycji, w tym rekordowy wpis o Piotrkowie. To pierwszy taki przypadek w serii.

Czynnikiem odróżniającym wydaje się format: krótkie nagranie demaskujące konkretną nieprawdę, a nie argumentacja ogólna na rzecz obecności Ukraińców. Rekomendujemy testowanie tego formatu — punktowe sprostowanie pojedynczej, sprawdzalnej informacji — zamiast przekazów ogólnych, które w poprzednich edycjach były wyśmiewane.

Wniosek 5: rozliczenie prognoz poprzedniej edycji

Poprzednia edycja wskazała trzy wskaźniki. Pierwszy: czy objętość utrzyma się w okolicach stu tysięcy w tygodniu bez detonatora — nierozstrzygnięte, bo tydzień miał dwa detonatory i dał 129 tys. Drugi: czy wydźwięk utrzyma się w paśmie 31–32% — potwierdzone, wyniósł 31,5%, co jest czwartym zbieżnym pomiarem. Trzeci: czy oś wyjazdów i granic będzie rosła dalej — nie potwierdzone, spadła z 8,5% do 3,6%. Nie przewidzieliśmy natomiast ani rekordu drwiny, ani powrotu warstwy redakcyjnej.

Wniosek 6: co monitorować w najbliższych tygodniach

Rekomendujemy trzy wskaźniki. Po pierwsze, czy udział drwiny utrzyma się powyżej 10% — obecny poziom jest najwyższy od miesiąca, a jego utrwalenie oznaczałoby trwałe przejście od gniewu do szyderstwa jako głównej reakcji. Po drugie, czy warstwa redakcyjna utrzyma się w czołówce; jej powrót po dwóch edycjach nieobecności może być związany wyłącznie z jednorazową sprawą Orderu Orła Białego. Po trzecie, czy kampania ZUS-owa będzie kontynuowana — jest to pierwszy wątek w tej serii prowadzony jako kampania, a nie jako reakcja na zdarzenie, i jego trwałość powie nam, czy to nowy model budowania tematu.

The Image of Ukraine and Ukrainians in Polish social media

Analytical report · 7–13 September 2026 · N = 129,001 mentions

Executive summary

The week of 7–13 September 2026 brings a rise of exactly 23% across three independent measures at once: the number of mentions rose to 129,001, interactions to 1.95m, and total Facebook reactions to 426,467. Such an even increase is unusual in this series — engagement normally moves faster or slower than volume itself.

Negative sentiment amounted to 31.5%. The difference against the previous week is 0.5pp with a margin of 1.8pp on the difference, so we do not record a change. This is the third edition in a row without measurable movement in the indicator: the last three measurements are 31.0%, 32.0% and 31.5%. Three values within a band of one point cease to be a coincidence and become a finding about the series.

The week has one clear backbone. Sławomir Mentzen is running a campaign — not a single intervention — on the matter of social insurance pensions for Ukrainian citizens. He obtained a recorded confirmation from a branch director of the institution that a single contribution gives entitlement to a top-up to the minimum pension; he pointed out that the institution informs people of this in Ukrainian on its website; he publicised the case of a woman who had worked fourteen hours and applied for a top-up. His account gathered 129,920 interactions across seventeen mentions in five channels — the second-highest result for a single account in the series, behind only the same account's record from late August (136,983).

The strongest charge of anger came from the case in Piotrków Trybunalski, where a fifteen-year-old Ukrainian citizen fired a gas pistol at a son and his father and was then released home. The Konfederacja post gathered 16,161 interactions with 5,266 “angry” reactions — the most anger under a single item since August.

A separate phenomenon is the jump in derision. The share of “haha” reactions rose from 7.75% to 11.26% — the highest in a month — and in daily figures by 79%. Its target became statements by the Ukrainian side: a comment by Iryna Vereshchuk on the situation of Ukrainians in Poland gathered 7,054 “haha” reactions against 789 “like”, that is a ninefold predominance of mockery over approval.

In the influence map the August trend has reversed. There are seven hostile accounts against ten a week earlier, and five editorial ones — the most in the entire series, after none two editions

ago. The intermediate layer, whose disappearance we wrote about in August, has returned in full. The ratio of reach between the hostile side and the pro-solidarity one improved from 5.6 to 4.3.

The pro-solidarity side has two sharply different models of presence in this edition. The BOOP account, with a single correction of false information about “parking spaces for Ukrainians” in Raszyn, reached 48,420 interactions — the second strongest item of the week. The albin account gathered 21,667 interactions across sixty-seven mentions correcting the claim about pensions. A single viral item and persistent presence produced results of the same order.

Methodological note

The material covers 129,001 mentions from 7–13 September 2026, collected by the SentiOne system for a query targeting Ukraine and Ukrainians in the Polish language. The material comes 100% from Polish-language sources and covers Facebook, YouTube, X, news portals, TikTok and smaller channels. Total interactions: 1,948,168. Mentions without text content account for 2.18% of the set and were classified on the basis of their reaction structure and the character of the parent content.

Sentiment indicators were determined by our own analysis of the content of mentions with respect to the image of Ukraine in Poland, taking account of irony and sarcasm. The headline indicator is anchored in a manual audit and extended to the whole set by post-stratification; the sample was drawn in strata by channel, lexical zone and level of engagement. The standard deviation of the indicator is 1.2pp, and the 95% confidence band 29.1–33.9%. The resolution of the measurement is therefore around 3.5pp: smaller differences we treat as unresolved.

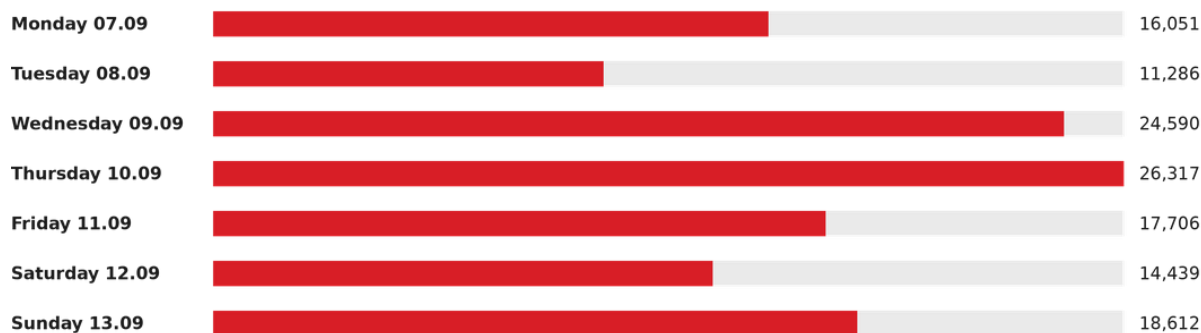
The share of the cooling layer is given in this edition with a wider margin than usual: the first of the three audit batches produced an outlying value, which we attribute neither clearly to random variation nor to a shift in criterion. The main category remains stable across all three batches, which argues for accepting the measurement — a shift in criterion would have moved both categories, not one.

The comparison with the previous edition rests on the same measurement construction, with our own estimates covering 99.0% and 98.7% of the set. The juxtaposition is therefore direct.

The narrative axes form a continuous taxonomy: the thematic core of each axis is carried over from the previous week unchanged, new ones are added only for topics covered by no existing axis, and axes below two per cent are retired. The definitions contain no place names or other references to a single event — we describe the act or the phenomenon, so that the shares remain comparable between editions. In this edition one axis was retired and none was added. A mention may belong to more than one axis, so the shares do not sum to 100%. All indicators describe the distribution of statements in the monitored sample, not of public opinion.

1. Scale and dynamics

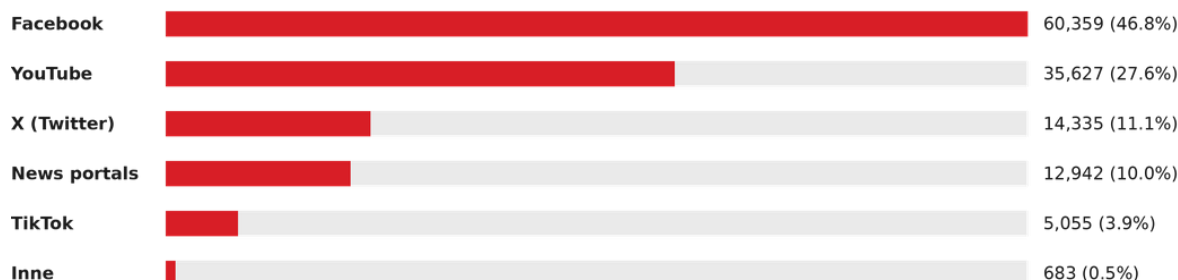
The week has a two-peaked shape. Monday brings 16.1k mentions, Tuesday falls to 11.3k — the weakest day — after which Wednesday and Thursday give the peak: 24.6k and 26.3k. Wednesday 9 September has the highest interactions of the period (570k), Thursday the highest anger (8,371 “angry” reactions). Friday falls to 17.7k, Saturday to 14.4k, and Sunday rebounds to 18.6k.



The 23% rise in volume against the previous week places this week between the 105k and 173k of the two preceding editions. In line with the description we proposed a week ago, the level depends above all on the presence of a detonator-type event. This week had two: the social-insurance campaign and the Piotrków case — hence the return to the middle of the range rather than to the record values of August.

Channel shares

Facebook strengthened its position as the largest channel (46.8%, 60,359 mentions), gaining 4.3pp against the previous edition. YouTube slipped to 27.6%, X fell to 11.1%, the news portals to 10.0%, and TikTok rose to 3.9% — the highest in the series. The return of Facebook and the rise of TikTok match the character of the week: the social-insurance campaign played out above all in comments and short recordings, not in commentary.



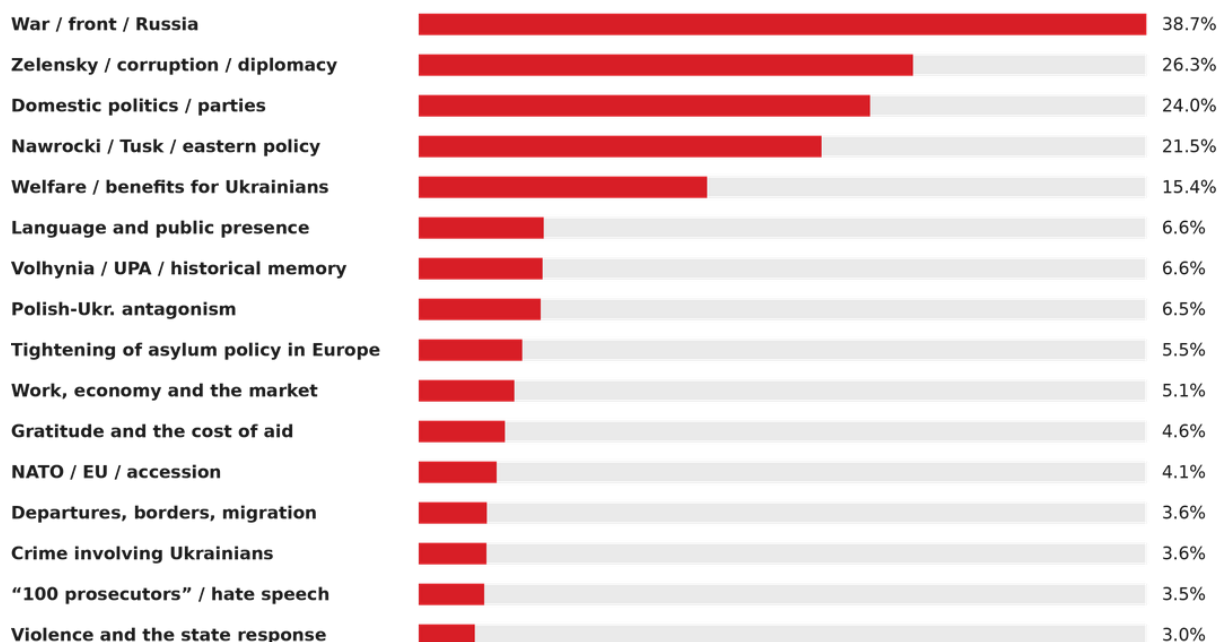
The hierarchy of striking power remains inverted relative to volume. X generated 33.7% of all interactions on 11.1% of mentions — that is 45.7 interactions per post. TikTok, on 3.9% of volume, delivered 13.2% of interactions, that is 50.7 per post. Facebook, despite 46.8% of volume, delivers

26.4% of interactions (8.5 per post), and YouTube 21.9% on 27.6% (12.0 per post). The news portals, with 10.0% of volume and 2.3% of interactions (3.4 per post), remain a distribution layer.

The smallest channels, grouped under “Other”, deserve a separate note: 683 mentions deliver 2.6% of interactions, that is 74.9 per post — the highest density in the whole ranking. It consists above all of Instagram, where single items about the social-insurance campaign achieved reach comparable with the top of X.

2. Narrative axes and topic shares

Sixteen narrative axes in a continuous taxonomy: the thematic core of each carried over from the previous week unchanged, without place names or other points of reference. This makes the shares themselves comparable, not only the ranks.



Each bar is the share of mentions on a given axis. NOTE — a single mention may belong to several axes, so the values do not sum to 100% (on average 1.8 axes per mention).

Five axes with the largest share

The top group remains contextual. War and Russia covers 38.7% of mentions, Zelensky, corruption and diplomacy 26.3%, domestic politics 24.0%, the Nawrocki–Tusk dispute 21.5%, and welfare and social insurance benefits 15.4%. The last of these is the only one in the top group that concerns directly the presence of Ukrainians in Poland — and it is the one that grew most in this edition.

Changes against the previous week

Three axes clearly grew. The Zelensky, corruption and diplomacy axis gained 6.5pp — the most in the ranking — which corresponds to the matter of the Order of the White Eagle, reports about

offshore accounts and Vereshchuk's statement. Welfare and social insurance benefits: 4.1pp, the effect of Mentzen's campaign. Language and public presence: 3.0pp.

Two axes clearly fell. War and Russia lost 9.2pp — the largest change in the ranking and the effect of attention shifting from the front to domestic matters. Departures, borders and migration control: 4.9pp, after a week in which the topic of outflow was one of the largest movements.

The remaining axes held within three points: domestic politics (21.8% → 24.0%), the Nawrocki–Tusk dispute (18.9% → 21.5%), Volhynia and historical memory (7.0% → 6.6%), ethnic antagonism (7.6% → 6.5%), the tightening of asylum policy in Europe (5.3% → 5.5%), work and the economy (5.4% → 5.1%), NATO and the EU (4.7% → 4.1%).

Axes cleaned and retired

Two axes required cleaning of references to single events. Crime involving Ukrainians contained the names of towns from the previous week, and on that definition showed 1.8%, although the week had a shooting in Piotrków and a knife in Siedlce. After replacing the place names with descriptions of acts, the axis gives 3.6%. Analogously violence against Ukrainians and the state response: 1.2% against 3.0% after cleaning.

One axis was retired. Panczenko and the Freedom of Speech Medal, which a week earlier covered 3.4% of the set, fell to 0.3% — and its thematic core, without those references, to 0.1%. The topic burnt out within a single week, which is typical of threads resting on a single event. No new axes were added — four candidates we examined (the Order of the White Eagle, Vereshchuk's statement, the Heisig case, Raszyn) proved to be covered by existing axes or too small.

3. Sentiment map

Sentiment towards Ukraine reached 31.50% negative content. The previous edition gave 32.04%. The difference of 0.54pp against a margin of 1.75pp on the difference is unresolvable, so we do not record a change. The 95% confidence band is 29.1–33.9%.



This is the third edition in a row without measurable movement, and three values within a band of one point — 31.0%, 32.0% and 31.5% — cease to be a coincidence. From May to August the series recorded swings of a dozen or more points between weeks; since the end of August it has moved within a band narrower than the margin of measurement. Regardless of whether a week has a detonator or not — and this one had two — the proportion of hostile statements remains at around one third.

The daily distribution is less flat than a week earlier: from 30.0% on Wednesday to 33.5% on Sunday, at a spread of 3.5pp against 2.1pp previously. The direction is legible: the first three days of the week, during which the social-insurance campaign and the Piotrków case were running, have lower sentiment than the weekend. Days of greatest volume also attract neutral and correcting voices; quiet days leave the floor to the most engaged core.

The share of openly positive content amounted to 0.64%, and the “cooling” layer — the defence of Ukrainians without an open declaration of support — to 4.47pp. The two categories together give 5.1% of statements against 4.8% a week earlier. In line with the caveat in the methodological note, this value should be read with a wider margin than usual.

Sentiment by channel

Channel	Mentions	% negative	% positive	Interactions
Facebook	60,359	33.2%	0.50%	514,211
YouTube	35,627	32.6%	0.01%	426,375
X (Twitter)	14,335	40.7%	2.78%	655,670
News portals	12,942	16.7%	0.77%	44,216
TikTok	5,055	17.0%	0.01%	256,540
Inne	683	17.7%	2.99%	51,156

Four observations. First, X remains the most hostile channel (40.7%) for a seventh consecutive week, and its indicator fell back from 42.7% only slightly. Second, Facebook (33.2%) and YouTube (32.6%) have come level almost to the decimal — a week earlier 4.6pp separated them. Third, the news portals (16.7%) and TikTok (17.0%) together form a layer cooling the overall indicator at 13.9% of combined volume. Fourth, X has the highest share of openly positive content (2.78%) — five times higher than Facebook, which corresponds to the presence there of accounts correcting the claim about pensions.

Sentiment across the narrative axes

Narrative axis	Mentions	Share	% negative	Direction
War / front / Russia	49,984	38.7%	30.8%	anti-Russia
Zelensky / corruption / diplomacy	33,947	26.3%	31.3%	distrust
Domestic politics / parties	30,999	24.0%	31.9%	polarisation
Nawrocki / Tusk / the dispute over eastern policy	27,674	21.5%	31.8%	polarisation
Welfare / social insurance / benefits for Ukrainians	19,804	15.4%	30.5%	anti-Ukraine
Language, symbols and public presence	8,578	6.6%	31.8%	polarisation
Volhynia / UPA / historical memory	8,487	6.6%	35.2%	anti-Ukraine

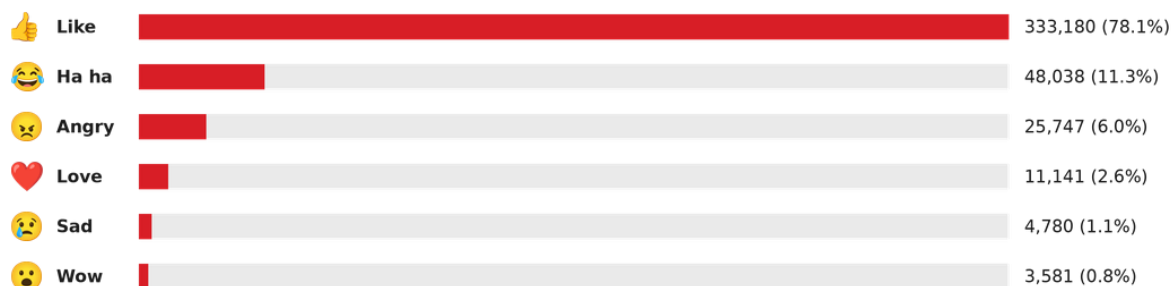
Narrative axis	Mentions	Share	% negative	Direction
Polish-Ukr. antagonism (banderowcy)	8,381	6.5%	58.2%	anti-Ukraine
Tightening of asylum policy in Europe	7,095	5.5%	30.6%	approval of restrictions
Praca, gospodarka i rynek	6,561	5.1%	30.7%	dispute over cost
Gratitude, the cost of aid and “two words”	5,899	4.6%	28.4%	dispute over cost
NATO / EU / accession	5,342	4.1%	31.8%	anti-accession
Wyjazdy, granice i kontrola migracji	4,675	3.6%	33.8%	anti-Ukraine
Crime involving Ukrainians	4,654	3.6%	32.2%	anti-Ukraine
“100 prosecutors” / prosecuting hate speech	4,493	3.5%	32.1%	charge of unequal treatment
Violence against Ukrainians and the state response	3,846	3.0%	30.1%	defence / polarisation

The table is ordered by share, not by indicator. Three observations. First, fifteen of the sixteen axes have sentiment within the band 28.4–35.2%, that is within three points of the overall indicator (31.5%) — differences within that band are not interpretable. Second, the only clear deviation is ethnic antagonism: 58.2%, the highest result for an axis in the entire measurement series. Third, the welfare axis — the largest of the topics concerning the presence of Ukrainians — has an indicator of 30.5%, that is below the average. The social-insurance campaign attracted more neutral and correcting voices than antagonism itself.

Ethnic antagonism lost 1.1pp of share, but its indicator rose from 53.0% to 58.2%. For a third week in a row the same pattern repeats: the core of hostility shrinks in volume and thickens in content. Antagonistic vocabulary appears less often, but when it does it almost always carries a hostile charge.

4. Emotion map

Total Facebook reactions came to 426,467 — a rise of 23% against the previous week, exactly the same as the rise in volume and in interactions. The distribution within that sum is uneven, however: derision rises by 79%, anger by 23%, while approval and sadness fall.



The three most important changes in the emotion map

Derision at its highest in a month. The share of “haha” reactions rose from 7.75% to 11.26%, and in daily figures by 79%. This is the highest level of mockery since the 10–16 August edition. Its target became statements by the Ukrainian side: a comment by Iryna Vereshchuk on the situation of Ukrainians in Poland gathered 7,054 “haha” reactions against 789 “like” — a ninefold predominance. The report on Zelensky’s flight to the funeral of the king of Norway: 2,009. Reports of pressure from Trump: 1,558 and 1,490.

Anger concentrated on Thursday, at the level of a week ago. Thursday 10 September accumulated 8,371 “angry” reactions, that is 33% of the weekly pool — the day of the Konfederacja post about the shooting in Piotrków, which alone gathered 5,266 reactions of that kind. The share of anger across the whole week remained practically unchanged, however: 6.04% against 6.05%.

Mourning fades. “Sad” reactions fell by 21% in daily figures, and their share from 1.75% to 1.12%. The mourning brought a week ago by the burial at Ostrówki did not hold. The only clear concentration of sadness in this edition — 2,487 reactions on Saturday — concerns a thread outside the dispute about Ukraine (see chapter 6).

The emotional anatomy of the week

Wednesday and Thursday take over the week: together they deliver 27,422 “haha” reactions, that is 57% of the weekly pool of derision, and 12,759 “angry”, that is half the anger. These are the two days on which the social-insurance campaign, the Piotrków case and Vereshchuk’s statement overlapped.

The overall pattern differs from the two preceding editions. There is no single dominant emotion: derision and anger rise together, approval and sadness fall together. With the sentiment indicator unchanged, this means a shift in the kind of reaction, not in the proportion — the same hostile statements are more often met with laughter than with anger.

5. Influence map

The fifteen accounts generating the highest sums of interactions in the period — all values come from aggregation per account, not from individual posts. The top is opened by Sławomir Mentzen with 129,920 interactions across 17 mentions. This is the second-highest result for a single account in the entire series — behind only the same account’s record from late August (136,983) — and more than half as much again as the leader of the previous edition. Seven accounts published at least 10 mentions in the week, and two stopped at one.

Top 15 most engaging accounts in the period

#	Author / account	Channel	Interactions	Mentions	Narrative character
1	Sławomir Mentzen	Facebook and others	129,920	17	social-insurance pension campaign, anti-Ukraine
2	BOOP	TikTok	48,420	1	debunking the Raszyn fake news, pro-Ukraine
3	Konfederacja	Facebook and others	47,691	16	Piotrków and social insurance, anti-Ukraine
4	OficjalneZero	TikTok and others	44,929	10	Order of the White Eagle, editorial
5	Tomek Niewęłowski	X (Twitter)	42,055	38	Zelensky's accounts, anti-Ukraine
6	Codziennik z Mordoru	X (Twitter)	29,059	20	crime chronicle, anti-Ukraine
7	coolfonpl	X (Twitter)	23,939	6	appeal case over the top-up, anti-Ukraine
8	albin	X (Twitter)	21,667	67	correcting the pension claim, pro-Ukraine
9	HISTORIA REALNA	YouTube	18,827	3	air strikes and Zelensky's flight, editorial
10	Kanał Zero	YouTube and others	18,428	7	negotiations and the Order, editorial
11	Dla Pienędzy	YouTube	17,527	1	content outside the topic, outside the frame
12	Szewko czyli na Wschód od Bliskiego Wschodu	YouTube	15,792	2	geopolitical analysis, editorial
13	Olga Srokarczuk	X (Twitter)	15,029	21	register of crimes, anti-Ukraine
14	Bądź Na Bieżąco	YouTube and others	14,831	6	topic aggregator, distrust
15	WPROST	Facebook	13,825	9	Vereshchuk's statement, editorial

Influence balance — the return of the editorial layer

Seven of the fifteen accounts represent a narrative hostile or distrustful towards Ukraine, five are editorial in character, and two represent the Ukrainian side or its defence (BOOP (48,420), albin (21,667)). One account falls outside the thematic frame: Dla Pienędzy (17,527) — a financial channel whose strongest material does not concern Ukraine.

Five editorial accounts is the most in the entire series — two editions ago there was not one. The intermediate layer, whose disappearance we wrote about in August, has returned in full: OficjalneZero and Kanał Zero report on the matter of the Order of the White Eagle, HISTORIA REALNA and Szewko analyse the international context, WPROST carries Vereshchuk's

statement. For communication planning this is a significant change: a message addressed to the media again has a chance of reaching its audience.

The proportion of reach improved for a second week in a row. Seven hostile accounts deliver 302,524 interactions in total, two pro-solidarity ones 70,087, that is more than four times fewer. A week earlier the ratio stood at close to six to one, two weeks earlier at more than eleven. The editorial accounts separately deliver 111,801 interactions — more than the entire side of the defence multiplied by one and a half.

Two models of defence

The pro-solidarity side has two sharply different models of presence in this edition, which produced results of the same order. The BOOP account, with a single item — a correction of false information about “parking spaces for Ukrainians” in Raszyn — reached 48,420 interactions, the second strongest item of the week. The albin account gathered 21,667 interactions across sixty-seven mentions correcting the claim about pensions.

The viral model gave here more than twice the reach on one mention instead of six dozen. This confirms the conclusion of the previous edition: the defence works through single strong items rather than through dispersed commentary — with the caveat that persistent presence also brings an account into the top group.

The structure of presence

The stream model is represented by seven accounts, among them albin with sixty-seven mentions and Tomek Niewęglowski with thirty-eight. The viral model by two: BOOP and Dla Pieniędzy, both with a single item. The distribution of the dominant channel is: five on X, five on YouTube, three on Facebook, two on TikTok.

6. Key narratives of the period

Narrative 1: The social-insurance campaign — from intervention to system

The largest narrative of the week and the first in this series that has the character of a campaign rather than of a single event. A week earlier Sławomir Mentzen and Ryszard Wilk appeared at the headquarters of the Social Insurance Institution with questions about pensions for Ukrainian citizens. In this edition the thread developed into a series of publications.

Mentzen presented a recorded confirmation from a branch director of the institution that a single contribution gives entitlement to a top-up to the minimum pension. He pointed out that the institution informs people of this possibility in Ukrainian on its website (8,072 interactions, 919 “angry” reactions). The coolfonpl account gave the file number of a case that went to appeal: a Ukrainian citizen had worked fourteen hours on a contract of mandate and applied for several years of back payment (9,622).

The rhetorical figure that carried the whole thread was a reversal of perspective: “if Poles in Germany could receive a pension six times higher after working there for just one day, half of Poland would apply for it” (11,376 on Facebook, 10,490 on TikTok, 7,777 on X). The same mechanism that served the defence in previous editions — the analogy with Polish emigration experience — was used here in the opposite direction.

On the other side stood the albin account, which spent the whole week correcting that claim — sixty-seven mentions, 21,667 interactions. The dispute turned on the interpretation of the bilateral agreement and on whether the top-up to the minimum is due on the same terms as for Poles. This is the first thread in this series in which both sides operated with case file numbers and provisions, and not solely with judgements.

Narrative 2: Piotrków Trybunalski — a record of anger

On 4 September in Piotrków Trybunalski a fifteen-year-old Ukrainian citizen after an altercation on a city bus, fired a gas pistol in the street at a nineteen-year-old and then at his fifty-three-year-old father; the older of them was wounded in the hand. The police and the family court took up the case, and the teenager was released home.

The Konfederacja post reporting the incident gathered 16,161 interactions with 5,266 “angry” reactions — the most anger under a single item since mid-August. What is characteristic is that the number of angry reactions exceeds the number of “like” (4,844), which happens rarely in this series. The local portal ePiotrkow.pl reported the case earlier and gathered 13,072 interactions with 2,160 “angry”.

The thread was fitted into the “two standards” frame, present in this series since August: a recurring motif in the comments is the comparison with a hypothetical institutional response had the perpetrator been a Pole and the victim a Ukrainian. Separately there circulated reports from Siedlce, where a forty-two-year-old Ukrainian citizen was alleged to have held a knife to a fifteen-year-old’s throat (7,816), and from Zgierz, where a twenty-eight-year-old attacked a seventy-nine-year-old woman on a pedestrian crossing.

Narrative 3: Derision as the main reaction

A phenomenon more important than individual events: the share of “haha” reactions reached 11.26% — the highest in a month — and in daily figures rose by 79%. Its target became statements by the Ukrainian side and reports on Ukraine’s international situation.

The strongest carrier was a comment by Iryna Vereshchuk, deputy head of the office of the president of Ukraine, on the situation of Ukrainians in Poland: 7,054 “haha” reactions against 789 “like” and 337 “angry”. A ninefold predominance of mockery over approval is unprecedented in this series. Further carriers: the report on Zelensky’s flight to the funeral of the king of Norway, when his aircraft was said to have been endangered by a drone (2,009 and 1,864), and reports of pressure from Trump for Ukraine to stop attacking Russian refineries (1,558 and 1,490).

For public communication the distinction between anger and derision matters. Anger points to a sense of threat or injustice and can be addressed with an argument. Derision points to a refusal to take the speaker seriously — and an argument does not work on it. The passage from one to the other, with the sentiment indicator unchanged, is a qualitative change that the indicator itself does not show.

Narrative 4: The Order of the White Eagle — a dispute over a gesture from years back

President Karol Nawrocki withdrew in June the Order of the White Eagle from Volodymyr Zelensky. Andrzej Duda, who had awarded the order, explained in conversation with Krzysztof Stanowski that he had done so “with full deliberation”, because he considered that the stance of the president of Ukraine should serve as a model for Polish politicians. The recording gathered 26,269 interactions on TikTok and 5,307 on YouTube.

The thread fed the Zelensky, corruption and diplomacy axis, which grew by 6.5pp — the most in the ranking. It was accompanied by reports of alleged offshore accounts held by the president of Ukraine, attributed to the leader of the AfD (24,879 interactions). Both threads share the figure of ingratitude combined with wealth — present in this series since July, but rarely so clearly focused on a single symbol.

Narrative 5: Raszyn — the correction with the largest reach

The second strongest item of the week and the most effective pro-solidarity message in the entire series. Circulating information about “parking spaces for Ukrainians” in Raszyn turned out to concern something entirely different — the marking of short-stay zones in colours used internationally for more than a decade. The BOOP account’s item correcting this information gathered 48,420 interactions on TikTok.

The mechanism is worth noting: the correction achieved greater reach than any single hostile message in this edition, including the record post about Piotrków. In previous editions the correcting of false reports belonged to the cooling layer, with modest reach. Here it became viral content — which suggests that the format of a short recording exposing one specific untruth works better than general argument.

Narrative 6: Hatred towards a Silesian — a thread outside the frame

A thread that entered the set but does not concern Ukrainians — we note it because it accounts for the only concentration of sadness in this edition. Kuba Heisig from Chorzów cycled around the borders of Upper Silesia, raising money for the treatment of a sick child. In Ostrava in the Czech Republic he was assaulted; the attackers were said to have mistaken his cap in Silesian colours for a Ukrainian one.

The post by the Silesian Autonomy Movement gathered 8,453 interactions with 2,327 “sad” reactions and 1,270 “angry” — that is 48.7% of the weekly pool of sadness. The thread falls within the axis of hate speech, but its subject is chauvinism towards a Silesian, not towards a Ukrainian. We note it separately, as we have done in earlier editions with material outside the thematic frame.

7. Period-on-period comparison

The comparison with the previous edition (31 August – 6 September, N = 104,851) was made on average daily figures. Both editions were measured by the same method, with our own estimates covering 99.0% and 98.7% of the set, so the juxtaposition is direct.

Indicator	31.08–06.09 (daily)	07–13.09 (daily)	Change
Mentions (per day)	14,979	18,429	+23%
Interactions (per day)	225,489	278,310	+23%
Total FB reactions (per day)	49,472	60,924	+23%
“haha” reactions (per day)	3,832	6,863	+79%
“angry” reactions (per day)	2,995	3,678	+23%
“love” reactions (per day)	1,754	1,592	-9%
“sad” reactions (per day)	866	683	-21%
Share of negative sentiment	32.04%	31.50%	-0.54pp
Share of positive content	0.40%	0.64%	+0.24pp
Cooling layer	4.41pp	4.47pp	+0.06pp
“haha” share of reactions	7.75%	11.26%	+3.51pp
“angry” share of reactions	6.05%	6.04%	-0.01pp
Daily spread of negativity	2.10pp	3.52pp	+1.42pp

Four conclusions. First, the three measures of scale — volume, interactions and reactions — rise by exactly the same amount, 23%. Such convergence is unusual in this series and means that the average item provoked a reaction of the same strength as a week earlier — material was added, not temperature. Second, the exception is derision: a rise of 79% and the highest share in a month, 11.26%. Third, approval and sadness alone fell — by 9% and 21%. Fourth, sentiment and the cooling layer remained practically unchanged, which, with volume rising by almost a quarter, is a finding in its own right.

8. Conclusions and communication implications

Conclusion 1: three measurements within a band of one point are now a state, not a coincidence

The last three sentiment measurements are 31.0%, 32.0% and 31.5%. No difference between them exceeds the threshold of resolution, and all fall within a band narrower than the margin of measurement. For comparison, from May to August the series recorded swings of a dozen or more points between weeks.

What matters is that the stability holds regardless of the character of the week. The previous edition had no detonator and gave 32.0%; this one had two — the social-insurance campaign and the Piotrków case — and gave 31.5%. For communication planning this means that conditions

are predictable on a horizon longer than a week, and that single events shift attention, not proportion.

Conclusion 2: derision replaces anger, and the indicator does not show it

This is the most important finding of the edition. The share of “haha” reactions rose by 3.5pp to 11.26%, the highest in a month, while the share of anger remained unchanged and the sentiment indicator did not move. The same proportions of hostile statements are more often met with laughter than with anger.

The difference matters in practice. Anger points to a sense of threat or injustice and can be addressed with an argument — a fact can be corrected, data supplied, a provision explained. Derision points to a refusal to take the speaker seriously; an argument does not work on it, because the dispute is not about the argument. We recommend monitoring the share of “haha” as an indicator on a par with sentiment: it shows what the proportion of statements does not capture.

Conclusion 3: the editorial layer has returned in full

Five editorial accounts among the top fifteen is the most in the entire series — two editions ago there was not one. Together they deliver 111,801 interactions, more than the entire side of the defence multiplied by one and a half. This means the debate has regained its intermediate layer: there is once again a report around which the dispute turns.

In August we recommended directing the message straight to the audience, bypassing the media, because newsrooms had vanished from the influence map. That recommendation should now be reversed: a message addressed to the media again has a chance of reaching its audience, and an editorial report is in this edition a more effective carrier than second-rank political commentary.

Conclusion 4: a correction can be viral content

The item correcting false information about “parking spaces for Ukrainians” reached 48,420 interactions — more than any single hostile message in this edition, including the record post about Piotrków. This is the first such case in the series.

The distinguishing factor appears to be the format: a short recording exposing one specific untruth, rather than a general argument for the presence of Ukrainians. We recommend testing that format — a targeted correction of a single, verifiable piece of information — instead of general messages, which were mocked in previous editions.

Conclusion 5: settling the previous edition’s forecasts

The previous edition indicated three measures. First: whether volume would hold around a hundred thousand in a week without a detonator — unresolved, because the week had two detonators and gave 129k. Second: whether sentiment would hold in the 31–32% band — confirmed, it came to 31.5%, which is a fourth convergent measurement. Third: whether the axis

of departures and borders would keep growing — not confirmed, it fell from 8.5% to 3.6%. We did not, however, foresee either the record of derision or the return of the editorial layer.

Conclusion 6: what to monitor in the coming weeks

We recommend three measures. First, whether the share of derision holds above 10% — the current level is the highest in a month, and its consolidation would mean a lasting passage from anger to mockery as the main reaction. Second, whether the editorial layer stays in the top group; its return after two editions of absence may be tied solely to the one-off matter of the Order of the White Eagle. Third, whether the social-insurance campaign continues — it is the first thread in this series conducted as a campaign rather than as a reaction to an event, and its durability will tell us whether this is a new model of building a topic.

Data House · Res Futura · September 2026

Образ України та українців у польських соціальних мережах

Аналітичний звіт · 7–13 вересня 2026 · N = 129 001 згадка

Стислий виклад

Тиждень 7–13 вересня 2026 р. приносить зростання рівно на 23% у трьох незалежних вимірах водночас: кількість згадок зросла до 129 001, взаємодії до 1,95 млн, а сума реакцій у Facebook — до 426 467. Таке рівне зростання нетипове для цієї серії — зазвичай залученість рухається швидше або повільніше, ніж сам обсяг.

Негативний настрій становив 31,5%. Різниця щодо попереднього тижня — 0,5 в.п. за похибки різниці 1,8 в.п., тож зміни не констатуємо. Це третій випуск поспіль без вимірюваного руху показника: три останні виміри — це 31,0%, 32,0% і 31,5%. Три значення у смузі одного пункту перестають бути збігом обставин і стають висновком про серію.

Тиждень має один виразний хребет. Славомір Ментцен веде кампанію — не поодиноким втручанням — у справі пенсій від управління соціального страхування для громадян України. Він отримав від директора відділення установи записане підтвердження, що один внесок дає право на доплату до мінімальної пенсії; вказав, що установа інформує про це українською на своїх сторінках; оприлюднив справу жінки, яка пропрацювала чотирнадцять годин і подала заяву про доплату. Його акаунт зібрав 129 920 взаємодій на сімнадцяти згадках у п'яти каналах — це другий найвищий результат поодинокого акаунта в серії, який поступається лише рекорду того самого акаунта з кінця серпня (136 983).

Найсильніший заряд гніву дала справа з Пйотркува-Трибунальського, де п'ятнадцятирічний громадянин України стріляв із газового пістолета в сина та батька, а потім був відпущений додому. Допис Konfederacja зібрав 16 161 взаємодію за 5 266 реакцій «angry» — це найбільше гніву під одним матеріалом від серпня.

Окремим явищем є стрибок насмішки. Частка реакцій «haha» зросла з 7,75% до 11,26% — найвище за місяць — а в денних числах на 79%. Адресатом стали висловлювання української сторони: коментар Ірини Верещук про становище українців у Польщі зібрав 7 054 реакції «haha» за 789 «like», тобто дев'ятикратну перевагу глузу над схваленням.

На карті впливу обернувся серпневий тренд. Ворожих акаунтів сім проти десяти тижнем раніше, а редакційних п'ять — найбільше в усій серії, після нуля два випуски тому. Проміжний шар, про зникнення якого ми писали в серпні, повернувся повністю. Співвідношення охоплень між ворожою та просолідарною стороною поліпшилося з 5,6 до 4,3.

Просолідарна сторона має в цьому випуску дві вкрай різні моделі присутності. Акаунт BOOP одним спростуванням неправдивої інформації про «паркінги для українців» у Рашині сягнув 48 420 взаємодій — другий за силою матеріал тижня. Акаунт albin зібрав 21 667 взаємодій на шістдесяти семи згадках, що спростовували тезу про пенсії. Поодинокий вірал і наполеглива присутність дали результати того самого порядку.

Методична примітка

Матеріал охоплює 129 001 згадку за період 7–13 вересня 2026 р., зібраних системою SentiOne за запитом, спрямованим на Україну та українців польською мовою. Матеріал на 100% походить із польськомовних джерел і охоплює Facebook, YouTube, X, новинні портали, TikTok та менші канали. Загальна кількість взаємодій: 1 948 168. Згадки без текстового вмісту становлять 2,18% масиву і були класифіковані на основі структури реакцій та характеру батьківського допису.

Показники настрою визначено власним аналізом змісту згадок щодо образу України в Польщі, з урахуванням іронії та сарказму. Заголовковий показник закріплено в ручному аудиті і поширено на весь масив методом постстратифікації; вибірку сформовано за стратами за каналом, лексичною зоною та рівнем залученості. Стандартне відхилення показника становить 1,2 в.п., а довірча смуга 95% — 29,1–33,9%. Роздільна здатність виміру становить отже близько 3,5 в.п.: менші відмінності вважаємо нерозв'язаними.

Частку остудливого шару подаємо в цьому випуску з ширшим запасом, ніж зазвичай: перша з трьох партій аудиту дала значення, що вирізняється, і якого ми не приписуємо однозначно ані випадковому коливанню, ані зсуву критерію. Головна категорія залишається при цьому стабільною в усіх трьох партіях, що промовляє за прийняття виміру — зсув критерію зрушив би обидві категорії, а не одну.

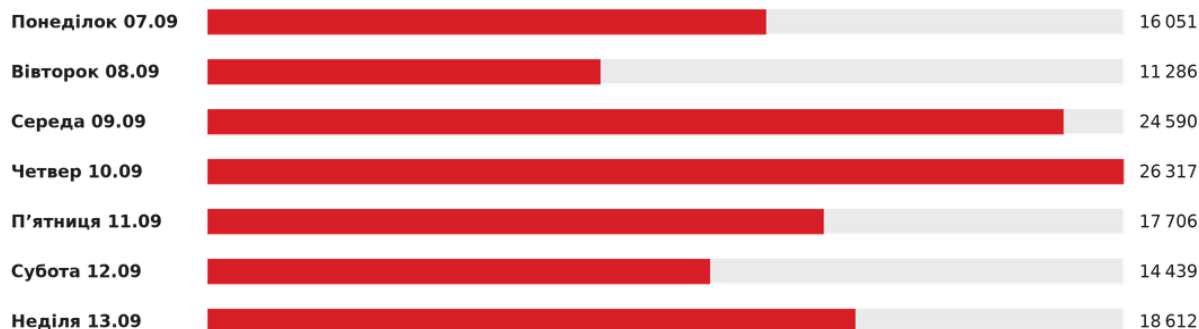
Порівняння з попереднім випуском спирається на ту саму конструкцію виміру, за покриття власними оцінками 99,0% і 98,7% масиву. Зіставлення отже є прямим.

Наративні осі утворюють неперервну таксономію: тематичне осердя кожної осі переносимо з попереднього тижня без змін, нові додаємо лише для тем, не охоплених жодною наявною віссю, а осі нижче двох відсотків вилучаємо. Означення не містять назв населених пунктів чи інших відсилань до поодинокі події — описуємо дію або явище, завдяки чому частки залишаються порівнянними між випусками. У цьому випуску вилучено одну вісь, нових не додано. Згадка може належати більш ніж до однієї осі, тому частки не сумуються до 100%. Усі показники описують розподіл висловлювань у моніторованій вибірці, а не громадської думки.

1. Масштаб і динаміка

Тиждень має двогорбу форму. Понеділок приносить 16,1 тис. згадок, вівторок спадає до 11,3 тис. — найслабшого дня — після чого середа і четвер дають пік: 24,6 і 26,3 тис. Середа

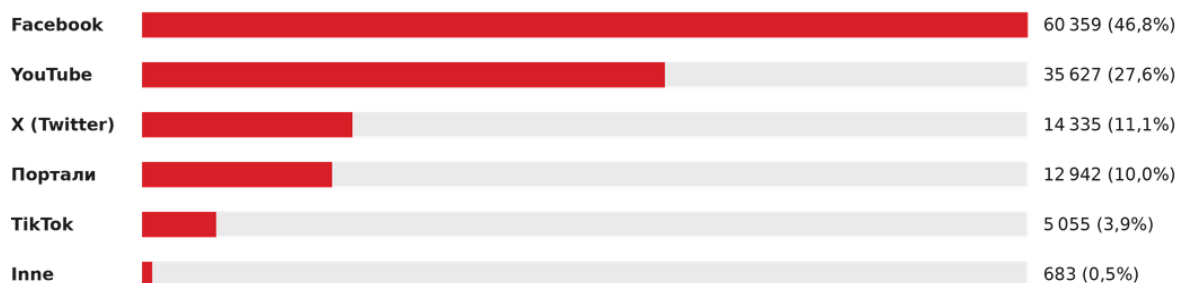
9 вересня має найвищі взаємодії періоду (570 тис.), четвер — найвищий гнів (8 371 реакція «angry»). П'ятниця спадає до 17,7 тис., субота до 14,4 тис., а неділя відбиває до 18,6 тис.



Зростання обсягу на 23% щодо попереднього тижня розміщує цей тиждень між 105 і 173 тис. із двох останніх випусків. Згідно з описом, який ми запропонували тиждень тому, рівень залежить насамперед від наявності події детонаторного характеру. Цей тиждень мав дві: кампанію щодо ЗУС і справу з Пйотркува — звідси повернення до середини діапазону, а не до рекордних значень серпня.

Частка каналів

Facebook зміцнив позицію найбільшого каналу (46,8%, 60 359 згадок), здобувши 4,3 в.п. щодо попереднього випуску. YouTube знизився до 27,6%, X спав до 11,1%, портали до 10,0%, а TikTok зріс до 3,9% — найвище в серії. Повернення Facebook і зростання TikTok відповідають характерові тижня: кампанія щодо ЗУС розігрувалася насамперед у коментарях і коротких записах, а не в публіцистиці.



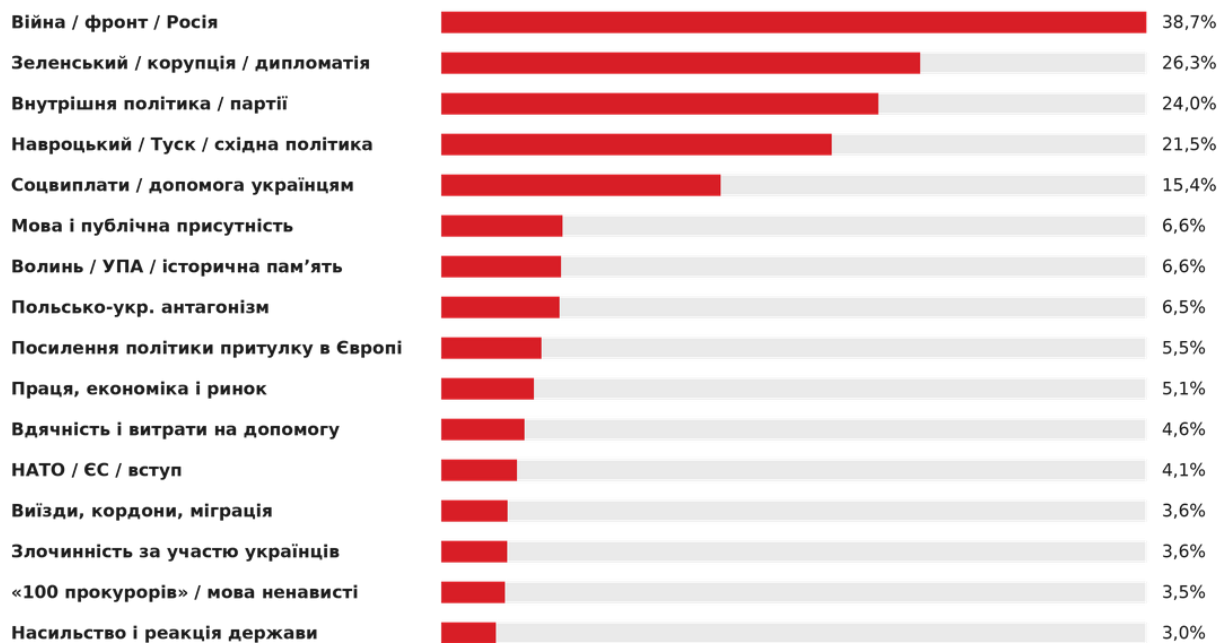
Ієрархія сили враження залишається оберненою щодо обсягу. X згенерував 33,7% усіх взаємодій за 11,1% згадок — це 45,7 взаємодій на допис. TikTok, за 3,9% обсягу, дав 13,2% взаємодій, тобто 50,7 на допис. Facebook попри 46,8% обсягу дає 26,4% взаємодій (8,5 на допис), а YouTube 21,9% за 27,6% (12,0 на допис). Порти, з 10,0% обсягу і 2,3% взаємодій (3,4 на допис), залишаються шаром подачі.

Окремо варто відзначити найменші канали, зібрані в категорії «Інші»: 683 згадки дають 2,6% взаємодій, тобто 74,9 на допис — найвищу щільність в усьому зіставленні. Складається на

неї насамперед Instagram, де поодинокі матеріали про кампанію щодо ЗУС сягали охоплення, порівнянних із чолом X.

2. Наративні осі та частка тем

Шістнадцять наративних осей у неперервній таксономії: тематичне осердя кожної перенесене з попереднього тижня без змін, без назв населених пунктів та інших точок відліку. Завдяки цьому порівнянними є самі частки, а не лише ранги.



Кожна смуга — це частка згадок у даній осі. УВАГА — одна згадка може належати до кількох осей, тому значення не сумуються до 100% (у середньому 1,8 осі на згадку).

П'ять осей із найбільшою часткою

Чоло залишається контекстним. Війна і Росія охоплює 38,7% згадок, Зеленський, корупція і дипломатія 26,3%, внутрішня політика 24,0%, суперечка Навроцький–Туск 21,5%, а соцвиплати та допомога від ЗУС 15,4%. Остання є єдиною в чолі, яка стосується безпосередньо присутності українців у Польщі — і саме вона найсильніше зросла в цьому випуску.

Зміни щодо попереднього тижня

Три осі виразно зростали. Вісь Зеленського, корупції та дипломатії здобула 6,5 в.п. — найбільше в зіставленні — що відповідає справі Ордена Білого Орла, повідомленням про офшорні рахунки і висловлюванню Верещук. Соцвиплати та допомога від ЗУС: 4,1 в.п., тобто наслідок кампанії Ментцена. Мова і публічна присутність: 3,0 в.п.

Дві осі виразно спали. Війна і Росія втратила 9,2 в.п. — це найбільша зміна в зіставленні і наслідок переміщення уваги з фронту на внутрішні справи. Виїзди, кордони і контроль міграції: 4,9 в.п., після тижня, у якому тема відпливу була одним із найбільших рухів.

Решта осей утрималися в межах трьох пунктів: внутрішня політика (21,8% → 24,0%), суперечка Навроцький–Туск (18,9% → 21,5%), Волинь та історична пам'ять (7,0% → 6,6%), етнічний антагонізм (7,6% → 6,5%), посилення політики притулку в Європі (5,3% → 5,5%), праця та економіка (5,4% → 5,1%), НАТО та ЄС (4,7% → 4,1%).

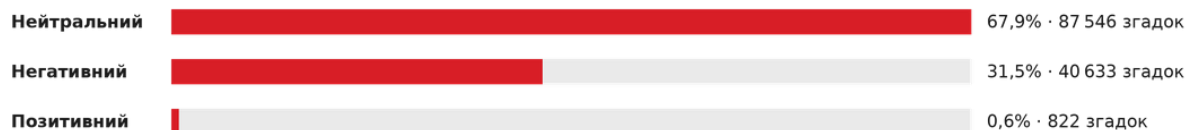
Осі очищені та вилучені

Дві осі потребували очищення від відсилань до поодиноких подій. Злочинність за участю українців містила назви міст із попереднього тижня і за цим означенням показувала 1,8%, хоча тиждень мав стрілянину в Пйотркуві та ніж у Седльце. Після заміни назв населених пунктів описами дій вісь дає 3,6%. Аналогічно насильство щодо українців і реакція держави: 1,2% проти 3,0% після очищення.

Одну вісь вилучено. Панченко і Медаль свободи слова, яка тижнем раніше охоплювала 3,4% масиву, спала до 0,3% — а її тематичне осердя, без цих відсилань, до 0,1%. Тема згасла протягом одного тижня, що типово для сюжетів, які спираються на поодинокую подію. Нових осей не додано — чотири перевірені кандидатури (Орден Білого Орла, висловлювання Верещук, справа Гайсіга, Рашин) виявилися охопленими наявними осями або надто малими.

3. Карта настрою

Настрій висловлювань щодо України сягнув 31,50% негативного контенту. Попередній випуск дав 32,04%. Різниця 0,54 в.п. за похибки різниці 1,75 в.п. є нерозв'язною, тож зміни не констатуємо. Довірча смуга 95% становить 29,1–33,9%.



Це третій випуск поспіль без вимірюваного руху, а три значення у смузі одного пункту — 31,0%, 32,0% і 31,5% — перестають бути збігом обставин. Від травня до серпня серія фіксувала коливання, що сягали понад десяти пунктів між тижнями; від кінця серпня вона рухається у смузі вужчій, ніж похибка виміру. Незалежно від того, чи тиждень має детонатор, чи ні — а цей мав два — пропорція ворожих висловлювань залишається на рівні близько третини.

Денний розподіл менш плаский, ніж тижнем раніше: від 30,0% у середу до 33,5% у неділю, за розмаху 3,5 в.п. проти 2,1 в.п. раніше. Напрямок читомий: три перші дні тижня, упродовж яких тривали кампанія щодо ЗУС і справа з Пйотркува, мають настрій нижчий, ніж вихідні.

Дні найбільшого обсягу притягують також нейтральні голоси і голоси, що спростовують; тихі дні залишають слово найзалученішому осердю.

Частка відверто позитивного контенту становила 0,64%, а «остудливий» шар — захист українців без відкритої заяви про підтримку — 4,47 в.п. Обидві категорії дають разом 5,1% висловлювань проти 4,8% тижнем раніше. Згідно із застереженням із методичної примітки це значення слід читати з ширшим запасом, ніж зазвичай.

Настрій за каналами

Канал	Згадки	% негативу	% позитиву	Взаємодії
Facebook	60 359	33,2%	0,50%	514 211
YouTube	35 627	32,6%	0,01%	426 375
X (Twitter)	14 335	40,7%	2,78%	655 670
Портали	12 942	16,7%	0,77%	44 216
TikTok	5 055	17,0%	0,01%	256 540
Inne	683	17,7%	2,99%	51 156

Чотири спостереження. По-перше, X залишається найворожішим каналом (40,7%) сьомий тиждень поспіль, а його показник відбив із 42,7% донизу лише незначно. По-друге, Facebook (33,2%) і YouTube (32,6%) зрівнялися майже до десятої — тижнем раніше їх розділяло 4,6 в.п. По-третє, портали (16,7%) і TikTok (17,0%) утворюють разом шар, що охолоджує загальний показник, за 13,9% сукупного обсягу. По-четверте, X має найвищу частку відверто позитивного контенту (2,78%) — уп'ятеро вищу, ніж Facebook, що відповідає присутності там акаунтів, які спростовують тезу про пенсії.

Настрій у наративних осях

Наративна вісь	Згадки	Частка	% негативу	Напрямок
Війна / фронт / Росія	49 984	38,7%	30,8%	анти-Росія
Зеленський / корупція / дипломатія	33 947	26,3%	31,3%	недовіра
Внутрішня політика / партії	30 999	24,0%	31,9%	поляризація
Навроцький / Туск / суперечка про східну політику	27 674	21,5%	31,8%	поляризація
Соцвиплати / ЗУС / допомога для українців	19 804	15,4%	30,5%	анти-Україна
Мова, символи та публічна присутність	8 578	6,6%	31,8%	поляризація
Волинь / УПА / історична пам'ять	8 487	6,6%	35,2%	анти-Україна
Польсько-укр. антагонізм (бандерівці)	8 381	6,5%	58,2%	анти-Україна
Посилення політики притулку в Європі	7 095	5,5%	30,6%	схвалення обмежень

Наративна вісь	Згадки	Частка	% негативу	Напрямок
Praca, gospodarka i rynek	6 561	5,1%	30,7%	суперечка про ціну
Вдячність, витрати на допомогу і «два слова»	5 899	4,6%	28,4%	суперечка про ціну
НАТО / ЄС / вступ	5 342	4,1%	31,8%	анти-вступ
Wyjazdy, granice i kontrola migracji	4 675	3,6%	33,8%	анти-Україна
Злочинність за участю українців	4 654	3,6%	32,2%	анти-Україна
«100 прокурорів» / переслідування мови ненависті	4 493	3,5%	32,1%	звинувачення в нерівності
Насильство щодо українців і реакція держави	3 846	3,0%	30,1%	захист / поляризація

Таблицю впорядковано за часткою, а не за показником. Три спостереження. По-перше, п'ятнадцять із шістнадцяти осей мають настрої у смузі 28,4–35,2%, тобто в межах трьох пунктів від загального показника (31,5%) — відмінності в цій смузі не є інтерпретовними. По-друге, єдине виразне відхилення — це етнічний антагонізм: 58,2%, найвищий результат осі в усій вимірювальній серії. По-третє, соціальна вісь — найбільша з тем, що стосуються присутності українців — має показник 30,5%, тобто нижче середнього. Кампанія щодо ЗУС притягнула більше нейтральних голосів і голосів, що спростовують, ніж сам антагонізм.

Етнічний антагонізм втратив 1,1 в.п. частки, але його показник зріс із 53,0% до 58,2%. Третій тиждень поспіль повторюється той самий розклад: осердя ворожості стискається обсягово, а згущується змістово. Антагоністичний словник з'являється рідше, але коли вже падає, майже завжди несе ворожий заряд.

4. Карта емоцій

Сума реакцій у Facebook становила 426 467 — зростання на 23% щодо попереднього тижня, точно таке саме, як зростання обсягу та взаємодій. Розподіл усередині цієї суми, однак, нерівний: насмішка зростає на 79%, гнів на 23%, а схвалення і смуток спадають.



Три найважливіші зміни в карті емоцій

Насмішка найвище за місяць. Частка реакцій «haha» зросла з 7,75% до 11,26%, а в денних числах на 79%. Це найвищий рівень глузу від випуску 10–16 серпня. Адресатом стали

висловлювання української сторони: коментар Ірини Верещук про становище українців у Польщі зібрав 7 054 реакції «ha ha» за 789 «like» — дев'ятикратна перевага. Повідомлення про політ Зеленського на похорон короля Норвегії: 2 009. Повідомлення про тиск Трампа: 1 558 і 1 490.

Гнів зосереджений у четвер, на рівні тижневої давності. Четвер 10 вересня зібрав 8 371 реакцію «angry», тобто 33% тижневого запасу — це день допису Konfederacja про стрілянина в Пйотркуві, який сам зібрав 5 266 реакцій цього типу. Частка гніву за весь тиждень, однак, залишилася практично без змін: 6,04% проти 6,05%.

Жалоба згасає. Реакції «sad» спали на 21% у денних числах, а їхня частка — з 1,75% до 1,12%. Жалоба, яку тиждень тому приніс похорон в Островках, не втрималася. Єдине виразне зосередження смутку в цьому випуску — 2 487 реакцій у суботу — стосується сюжету поза суперечкою про Україну (див. розділ 6).

Емоційна анатомія тижня

Середа і четвер перебирають тиждень: дають разом 27 422 реакції «ha ha», тобто 57% тижневого запасу насмішки, та 12 759 «angry», тобто половину гніву. Це два дні, у які наклалися кампанія щодо ЗУС, справа з Пйотркува і висловлювання Верещук.

Розклад цілості відрізняється від двох попередніх випусків. Немає однієї домінантної емоції: насмішка і гнів зростають разом, схвалення і смуток спадають разом. За незмінного показника настрою це означає зсув у типі реакції, а не в пропорції — ті самі ворожі висловлювання частіше квітуються сміхом, ніж злістю.

5. Карта впливу

П'ятнадцять акаунтів, що генерують найвищі суми взаємодій за період — усі величини походять з агрегації за акаунтом, а не з поодиноких дописів. Чоло відкриває Sławomir Mentzen зі 129 920 взаємодіями на 17 згадках. Це другий найвищий результат поодинокого акаунта в усій серії — він поступається лише рекорду того самого акаунта з кінця серпня (136 983) — і на понад половину більше, ніж лідер попереднього випуску. Сім акаунтів опублікували щонайменше 10 згадок за тиждень, а два обмежилися однією.

Топ-15 найбільш залучальних акаунтів періоду

#	Автор / акаунт	Канал	Взаємодії	Згадки	Характер нарративу
1	Sławomir Mentzen	Facebook та ін.	129 920	17	кампанія щодо пенсій ЗУС, анти-Україна
2	BOOP	TikTok	48 420	1	спростування фейку з Рашина, про-Україна
3	Konfederacja	Facebook та ін.	47 691	16	Пйотрков і ЗУС, анти-Україна

#	Автор / акаунт	Канал	Взаємодії	Згадки	Характер наративу
4	OficjalneZero	TikTok та ін.	44 929	10	Орден Білого Орла, редакційний
5	Tomek Niewęłowski	X (Twitter)	42 055	38	рахунки Зеленського, анти-Україна
6	Codziennik z Mordoru	X (Twitter)	29 059	20	кримінальна хроніка, анти-Україна
7	coolfonpl	X (Twitter)	23 939	6	апеляційна справа про доплату, анти-Україна
8	albin	X (Twitter)	21 667	67	спростування тези про пенсії, про-Україна
9	HISTORIA REALNA	YouTube	18 827	3	нальоти і політ Зеленського, редакційний
10	Kanał Zero	YouTube та ін.	18 428	7	переговори й Орден, редакційний
11	Dla Pieniędzy	YouTube	17 527	1	контент поза темою, поза рамкою
12	Szewko czyli na Wschód od Bliskiego Wschodu	YouTube	15 792	2	геополітичний аналіз, редакційний
13	Olga Srokarczuk	X (Twitter)	15 029	21	реєстр злочинів, анти-Україна
14	Bądź Na Bieżąco	YouTube та ін.	14 831	6	агрегатор тем, недовіра
15	WPROST	Facebook	13 825	9	висловлювання Верещук, редакційний

Баланс впливу — повернення редакційного шару

Сім із п'ятнадцяти акаунтів представляють наратив, ворожий або недовірливий щодо України, п'ять мають редакційний характер, а два представляють українську сторону або її захист (BOOP (48 420), albin (21 667)). Один акаунт залишається поза тематичною рамкою: Dla Pieniędzy (17 527) — фінансовий канал, найсильніший матеріал якого не стосується України.

П'ять редакційних акаунтів — це найбільше в усій серії; два випуски тому не було жодного. Проміжний шар, про зникнення якого ми писали в серпні, повернувся повністю: OficjalneZero і Kanał Zero висвітлюють справу Ордена Білого Орла, HISTORIA REALNA і Szewko аналізують міжнародний контекст, WPROST подає висловлювання Верещук. Для планування комунікації це істотна зміна: повідомлення, спрямоване до медіа, знову має шанс дійти до адресата.

Пропорція охоплення поліпшилася другий тиждень поспіль. Сім ворожих акаунтів дають разом 302 524 взаємодії, два просолідарні — 70 087, тобто понад учетверо менше. Тижнем раніше співвідношення становило близько шести до одного, двома тижнями раніше —

понад одинадцять. Редакційні акаунти дають окремо 111 801 взаємодію — більше, ніж уся сторона захисту, помножена на півтора.

Дві моделі захисту

Просолідарна сторона має в цьому випуску дві вкрай різні моделі присутності, які дали результати того самого порядку. Акаунт BOOP одним матеріалом — спростуванням неправдивої інформації про «паркінги для українців» у Рашині — сягнув 48 420 взаємодій, другого за силою матеріалу тижня. Акаунт albin зібрав 21 667 взаємодій на шістдесяти семи згадках, що спростовували тезу про пенсії.

Віральна модель дала тут понад удвічі більше охоплення за однієї згадки замість шести десятків. Це підтверджує висновок попереднього випуску: захист діє через поодинокі сильні матеріали, а не через розпорошений коментар — із застереженням, що наполеглива присутність теж уводить акаунт до чола.

Структура присутності

Потокову модель представляють сім акаунтів, зокрема albin із шістдесятьма сімома згадками і Tomek Niewęglowski із тридцятьма вісьмома. Віральну модель — два: BOOP і Dla Pieniędzy, обидва з поодиноким матеріалом. Розклад домінантного каналу такий: п'ять в X, п'ять на YouTube, три у Facebook, два в TikTok.

6. Ключові наративи періоду

Наратив 1: Кампанія щодо ЗУС — від втручання до системи

Найбільший наратив тижня і перший у цій серії, який має характер кампанії, а не поодинокі події. Тижнем раніше Sławomir Mentzen і Ryszard Wilk з'явилися в будівлі Управління соціального страхування з питаннями про пенсії для громадян України. У цьому випуску сюжет розвинувся в серію публікацій.

Ментцен представив записане підтвердження від директора відділення ЗУС, що один внесок дає право на доплату до мінімальної пенсії. Він вказав, що установа інформує про цю можливість українською на своїх сторінках (8 072 взаємодії, 919 реакцій «angry»). Акаунт coolfonpl подав номер справи, яка потрапила до апеляції: громадянка України пропрацювала чотирнадцять годин за договором доручення і подала заяву про доплату за кілька років (9 622).

Риторичною фігурою, яка несла весь сюжет, було обернення перспективи: «якби поляки в Німеччині могли отримати пенсію вшестеро вищу після того, як пропрацювали там лише один день, пів Польщі про це подбало б» (11 376 у Facebook, 10 490 в TikTok, 7 777 в X). Той самий механізм, який у попередніх випусках служив захистові — аналогія з польським заробітчанським досвідом — був тут ужитий навпаки.

З другого боку став акаунт albin, який упродовж цілого тижня спростовував цю тезу — шістдесят сім згадок, 21 667 взаємодій. Суперечка точилася про тлумачення двосторонньої угоди і про те, чи доплата до мінімальної належить на тих самих засадах, що й полякам. Це перший у цій серії сюжет, у якому обидві сторони оперували номерами справ і приписами, а не винятково оцінками.

Наратив 2: Пйотркув-Трибунальський — рекорд гніву

4 вересня в Пйотркуві-Трибунальському п'ятнадцятирічний громадянин України після сварки в міському автобусі стріляв на вулиці з газового пістолета в дев'ятнадцятирічного, а потім у його п'ятдесятитрирічного батька; старший із них був поранений у руку. Справою зайнялися поліція і сімейний суд, а підліток був відпущений додому.

Допис Konfederacja з розповіддю про подію зібрав 16 161 взаємодію за 5 266 реакцій «angry» — найбільше гніву під одним матеріалом від середини серпня. Характерним є те, що кількість реакцій гніву перевищує кількість «like» (4 844), що в цій серії трапляється рідко. Місцевий портал ePiotrkow.pl подав справу раніше і зібрав 13 072 взаємодії за 2 160 «angry».

Сюжет було вписано в рамку «двох мірок», присутню в цій серії від серпня: мотивом, що повторюється в коментарях, є порівняння з гіпотетичною реакцією інституцій, якби винуватцем був поляк, а потерпілим українець. Окремо кружляли повідомлення із Седльце, де сорокадворічний громадянин України мав приставити ніж до горла п'ятнадцятирічного (7 816), а також зі Згежа, де двадцятивосьмирічний напав на сімдесятидев'ятирічну жінку на пішохідному переході.

Наратив 3: Насмішка як головна реакція

Явище важливіше за поодинокі події: частка реакцій «haha» сягнула 11,26% — найвище за місяць — а в денних числах зросла на 79%. Адресатом стали висловлювання української сторони і повідомлення про міжнародне становище України.

Найсильнішим носієм був коментар Ірини Верещук, заступниці керівника офісу президента України, про становище українців у Польщі: 7 054 реакції «haha» за 789 «like» і 337 «angry». Дев'ятикратна перевага глузу над схваленням є в цій серії безпрецедентною. Наступні носії: повідомлення про політ Зеленського на похорон короля Норвегії, коли його літак нібито був під загрозою дрона (2 009 і 1 864), та повідомлення про тиск Трампа, щоб Україна припинила атаки на російські нафтопереробні заводи (1 558 і 1 490).

Для публічної комунікації істотним є розрізнення між гнівом і насмішкою. Гнів вказує на відчуття загрози або несправедливості і піддається зверненню з аргументом. Насмішка вказує на відмову сприймати мовця серйозно — і на неї аргумент не діє. Перехід від однієї до другої за незмінного показника настрою є якісною зміною, якої сам показник не показує.

Наратив 4: Орден Білого Орла — суперечка про жест давніх років

Президент Кароль Навроцький відібрав у червні Орден Білого Орла у Володимира Зеленського. Анджей Дуда, який орден присудив, пояснював у розмові з Кшиштофом

Становським, що зробив це «з повною свідомістю», бо вважав, що позиція президента України мала би бути взірцем для польських політиків. Запис зібрав 26 269 взаємодій у TikTok і 5 307 на YouTube.

Сюжет наповнив вісь Зеленського, корупції та дипломатії, яка зросла на 6,5 в.п. — найбільше в зіставленні. Його супроводжували повідомлення про нібито офшорні рахунки президента України, приписувані очільниці AfD (24 879 взаємодій). Обидва сюжети єднає фігура невдячності, поєднаної із заможністю — присутня в цій серії від липня, але рідко так виразно зосереджена довкола одного символу.

Наратив 5: Рашин — спростування з найбільшим охопленням

Другий за силою матеріал тижня і найдієвіше просолідарне повідомлення в усій серії. Інформація про «паркінги для українців» у Рашині, що кружляла мережею, виявилася стосуватися чогось зовсім іншого — позначення зон короточасної стоянки в кольорах, уживаних міжнародно понад десять років. Матеріал акаунта BOOP, що спростовував цю інформацію, зібрав 48 420 взаємодій у TikTok.

Варто відзначити механізм: спростування сягнуло охоплення більшого, ніж будь-яке поодиноке вороже повідомлення в цьому випуску, зокрема рекордний допис про Пйотркув. У попередніх випусках спростовування неправдивих повідомлень належало до остудливого шару з невеликим охопленням. Тут воно стало віральним контентом — що підказує, що формат короткого запису, який викриває конкретну неправду, діє краще, ніж загальна аргументація.

Наратив 6: Ненависть до сілезця — сюжет поза рамкою

Сюжет, який потрапив до масиву, але не стосується українців — відзначаємо його, бо він відповідає за єдине зосередження смутку в цьому випуску. Куба Гайсіг із Хожува об'їхав велосипедом межі Верхньої Сілезії, збираючи кошти на лікування хворої дитини. У чеській Остраві на нього напали; нападники нібито взяли його шапку у сілезьких кольорах за українську.

Допис Руху автономії Сілезії зібрав 8 453 взаємодії за 2 327 реакцій «sad» і 1 270 «angry» — це 48,7% тижневого запасу смутку. Сюжет потрапляє в вісь мови ненависті, але його предметом є шовінізм щодо сілезця, а не щодо українця. Відзначаємо його окремо, так само як у попередніх випусках матеріали поза тематичною рамкою.

7. Порівняння період до періоду

Порівняння з попереднім випуском (31 серпня – 6 вересня, N = 104 851) виконано на середніх денних числах. Обидва випуски виміряно тим самим методом, за покриття власними оцінками 99,0% і 98,7% масиву, тож зіставлення є прямим.

Показник	31.08–06.09 (день)	07–13.09 (день)	Зміна
Згадки (на день)	14 979	18 429	+23%
Взаємодії (на день)	225 489	278 310	+23%
Реакції FB загалом (на день)	49 472	60 924	+23%
Реакції «haha» (на день)	3 832	6 863	+79%
Реакції «angry» (на день)	2 995	3 678	+23%
Реакції «love» (на день)	1 754	1 592	-9%
Реакції «sad» (на день)	866	683	-21%
Частка негативного настрою	32,04%	31,50%	-0,54 в.п.
Частка позитивного контенту	0,40%	0,64%	+0,24 в.п.
Остудливий шар	4,41 в.п.	4,47 в.п.	+0,06 в.п.
Частка «haha» у реакціях	7,75%	11,26%	+3,51 в.п.
Частка «angry» у реакціях	6,05%	6,04%	-0,01 в.п.
Денний розмах негативу	2,10 в.п.	3,52 в.п.	+1,42 в.п.

Чотири висновки. По-перше, три виміри масштабу — обсяг, взаємодії та реакції — зростають рівно на стільки саме, 23%. Така збіжність нетипова для цієї серії і означає, що пересічний матеріал викликав реакцію тієї самої сили, що й тижнем раніше — додалося матеріалу, а не температури. По-друге, винятком є насмішка: зростання на 79% і найвища за місяць частка 11,26%. По-третє, схвалення і смуток єдині спали — на 9% і 21%. По-четверте, настрої і остудливий шар залишилися практично без змін, що за зростання обсягу майже на чверть є висновком самим по собі.

8. Висновки та комунікаційні імплікації

Висновок 1: три виміри у смузі одного пункту — це вже стан, а не збіг

Останні три виміри настрою — це 31,0%, 32,0% і 31,5%. Жодна різниця між ними не перевищує порога роздільної здатності, а всі вміщуються у смузі вужчій, ніж похибка виміру. Для порівняння, від травня до серпня серія фіксувала коливання, що сягали понад десяти пунктів між тижнями.

Істотним є те, що стабільність тримається незалежно від характеру тижня. Попередній випуск не мав детонатора і дав 32,0%; цей мав два — кампанію щодо ЗУС і справу з Пйотркува — і дав 31,5%. Для планування комунікації це означає, що умови передбачувані в горизонті довшому, ніж тижневий, а поодинокі події зсувають увагу, а не пропорцію.

Висновок 2: насмішка заступає гнів, а показник цього не показує

Це найважливіший висновок цього випуску. Частка реакцій «haha» зросла на 3,5 в.п. до найвищих за місяць 11,26%, тоді як частка гніву залишилася без змін, а показник настрою не зрушив. Ті самі пропорції ворожих висловлювань частіше квітнуть сміхом, ніж злістю.

Різниця має практичне значення. Гнів вказує на відчуття загрози або несправедливості і піддається зверненню з аргументом — можна спростувати факт, подати дані, пояснити припис. Насмішка вказує на відмову сприймати мовця серйозно; на неї аргумент не діє, бо не про аргумент точиться суперечка. Рекомендуємо моніторити частку «ha ha» як показник, рівнорядний із настроєм: він показує те, чого пропорція висловлювань не охоплює.

Висновок 3: редакційний шар повернувся повністю

П'ять редакційних акаунтів у чолі п'ятнадцяти — це найбільше в усій серії; два випуски тому не було жодного. Дають разом 111 801 взаємодію, більше, ніж уся сторона захисту, помножена на півтора. Це означає, що дискусія відновила проміжний шар: знову є повідомлення, довкола якого точиться суперечка.

У серпні ми рекомендували спрямовувати повідомлення безпосередньо, оминаючи медіа, бо редакції зникли з карти впливу. Цю рекомендацію слід тепер обернути: повідомлення, спрямоване до медіа, знову має шанс дійти до адресата, а редакційне повідомлення є в цьому випуску дівішим носієм, ніж політичний коментар другого ряду.

Висновок 4: спростування може бути віральним контентом

Матеріал, що спростовував неправдиву інформацію про «паркінги для українців», сягнув 48 420 взаємодій — більше, ніж будь-яке поодиноке вороже повідомлення в цьому випуску, зокрема рекордний допис про Пйотркув. Це перший такий випадок у серії.

Чинником, що відрізняє, видається формат: короткий запис, який викриває конкретну неправду, а не загальна аргументація на користь присутності українців. Рекомендуємо випробувати цей формат — точкове спростування поодинокі, перевірної інформації — замість загальних повідомлень, які в попередніх випусках висміювалися.

Висновок 5: підбиття підсумків прогнозів попереднього випуску

Попередній випуск указав три показники. Перший: чи обсяг утримається в околицях ста тисяч у тижні без детонатора — не розв'язано, бо тиждень мав два детонатори і дав 129 тис. Другий: чи настрої утримається у смузі 31–32% — підтверджено, він становив 31,5%, що є четвертим збіжним виміром. Третій: чи вісь виїздів і кордонів зростатиме далі — не підтверджено, вона спала з 8,5% до 3,6%. Ми не передбачили натомість ані рекорду насмішки, ані повернення редакційного шару.

Висновок 6: що моніторити в найближчі тижні

Рекомендуємо три показники. По-перше, чи частка насмішки втримається вище 10% — теперішній рівень є найвищим за місяць, а його закріплення означало б тривалий перехід від гніву до глуму як головної реакції. По-друге, чи редакційний шар утримається в чолі; його повернення після двох випусків відсутності може бути пов'язане винятково з разовою справою Ордена Білого Орла. По-третє, чи кампанія щодо ЗУС буде продовжена — це перший сюжет у цій серії, що ведеться як кампанія, а не як реакція на подію, і його тривкість скаже нам, чи це нова модель побудови теми.

Data House · Res Futura · вересень 2026