



Barometr sieci

1-15 marca
2025

PILOTAŻ: Comiesięczny monitoring trendów i zagrożeń online, 01.03.-15.03 2025

WSTĘP

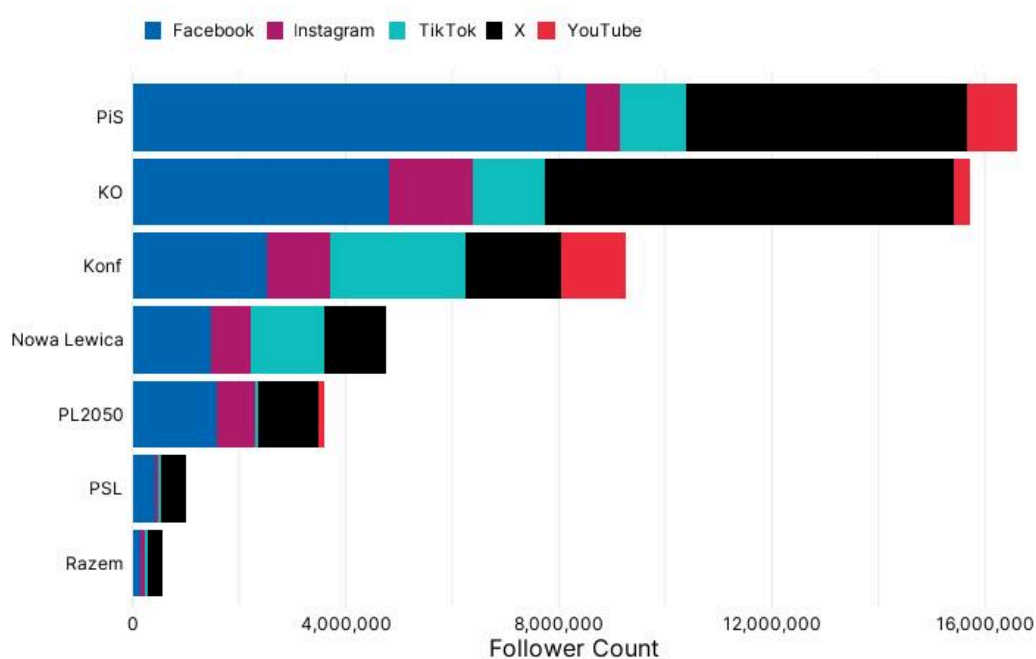
Bieżąca analiza aktywności partii politycznych w mediach społecznościowych i zagrożeń narracyjnych online. Analiza obejmuje okres od 01.03.2025 do 15.03.2025 roku. Opiera się na bazie kont na platformach: X, Facebook, Instagram, TikTok oraz YouTube.

PODSUMOWANIE

- Kampania prezydencka **Magdaleny Biejat** wykazuje duże zaangażowanie na TikToku, a jej wideo dotyczące praw kobiet osiągnęło 908 400 wyświetleń i 79 700 polubień. Przekaz kampanii koncentruje się na równości płci i sprzeciwie wobec konserwatywnych kandydatów.
- Wysokimi zasięgami cieszy się w dalszym ciągu **Sławomir Mentzen**, choć jego tempo wzrostu spadło.
- **Donald Tusk** w dalszym ciągu dominuje w statystykach zaangażowania, cieszy się też najwyższym wzrostem liczby obserwujących.

ŁĄCZNA LICZBA OBSERWUJĄCYCH

W krajobrazie mediów społecznościowych wyłania się wyraźna hierarchia, w której najwyższą łączną liczbą obserwujących cieszą się **PiS** oraz **KO**, z Konfederacją na trzecim miejscu (łącznie 9,2 miliona), a następnie **Nową Lewicą** i **PL2050**. Mniejsze partie, takie jak **PSL** i **Razem**, utrzymują skromną liczbę obserwujących - poniżej miliona.

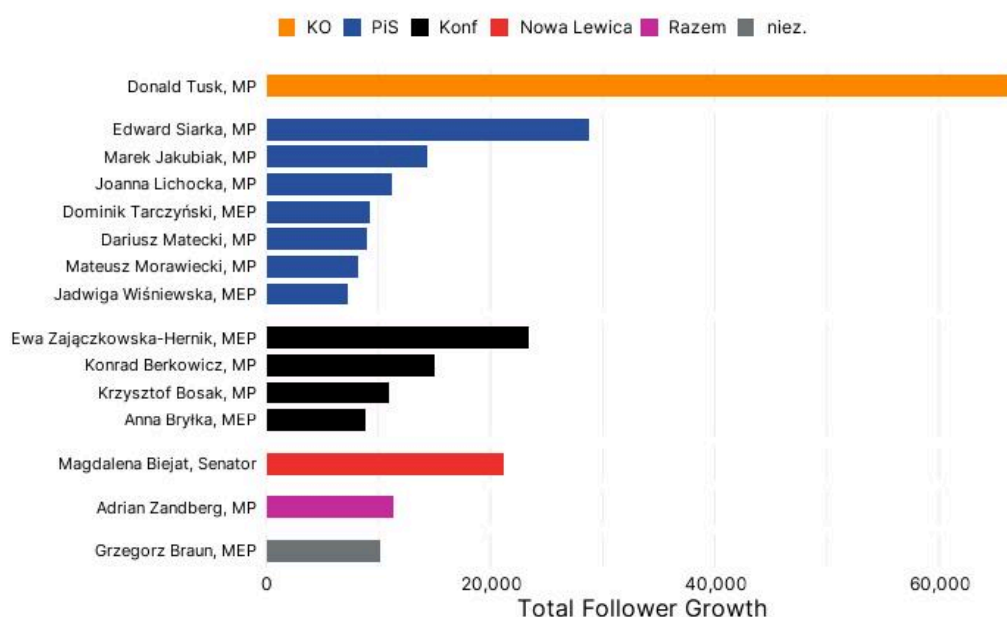


ANALIZA WZROSTU OBSERWUJĄCYCH

Podobnie jak i w poprzednich tygodniach, także i w tym zauważalny jest znaczny wzrost liczby obserwujących konta należące do **Donalda Tuska** - w analizowanym okresie był on w liczbach bezwzględnych jeszcze wyższy niż wcześniej, wynosząc odpowiednio ok. 60 tysięcy versus 40 tysięcy z poprzednich dwóch tygodni.

Obecnie, przełamując wcześniejszy trend, szczególnie wysokim wzrostem cieszy się także **Magdalena Biejat**, której profile pojawiły się w zestawieniu po raz pierwszy od listopada 2024 roku.

W dalszym ciągu widać jednak, że to konta należące do partii prawicowych takich jak **Konfederacja** czy **Prawo i Sprawiedliwość** zyskują średnio więcej obserwujących. W przypadku pozostałych partii zazwyczaj wysoki wzrost odnotowywany jest dla jednego czy maksymalnie dwóch polityków - z Konfederacji oraz PiS są to odpowiednio 4 i 7 osoby.

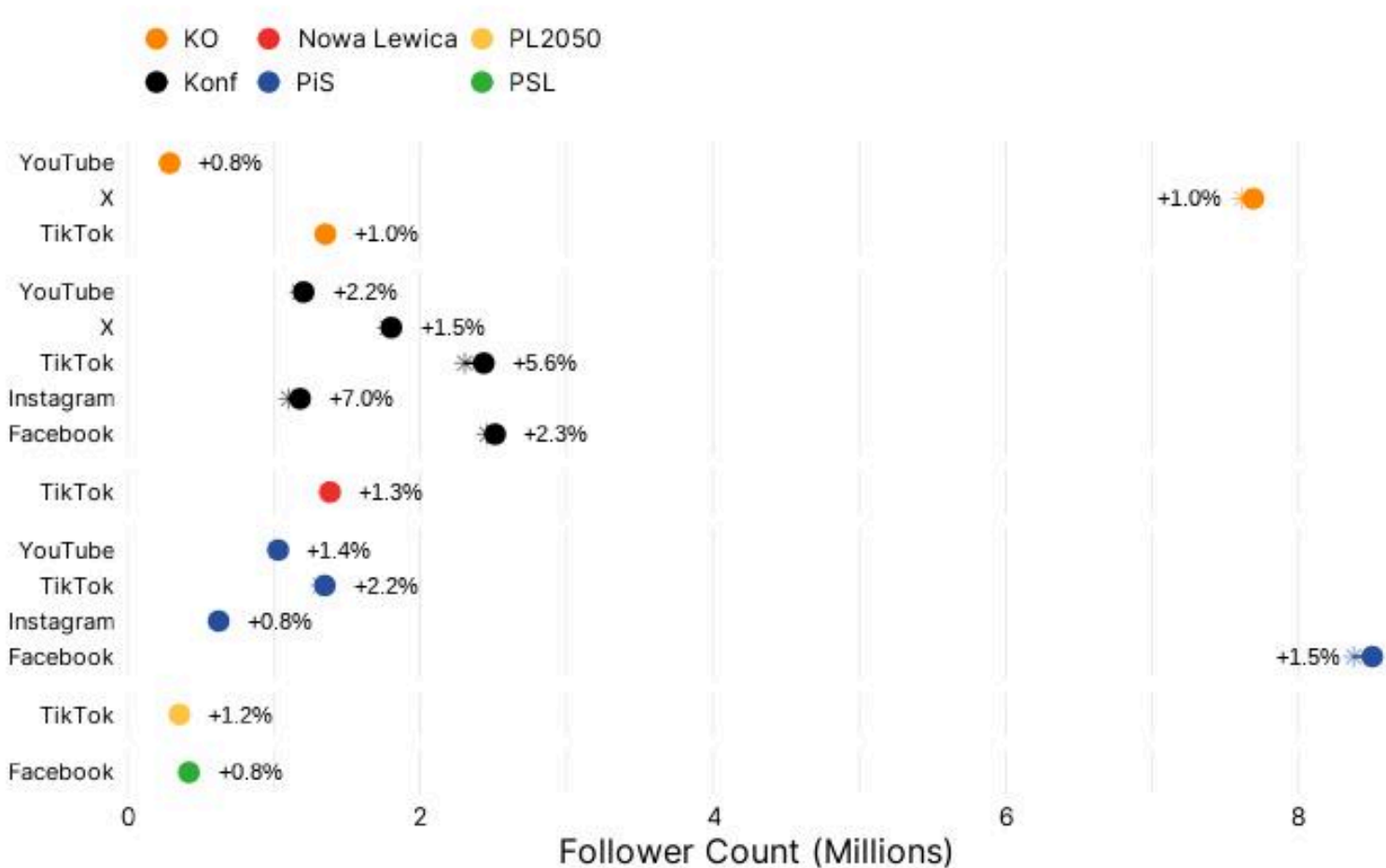




Konfederacja wykazuje szczególnie dobre wyniki na wielu platformach, przy czym ich Instagram wykazał najwyższy wskaźnik wzrostu wynoszący 7,01%, zyskując 77 299 obserwujących. Liczba obserwujących ich kont na TikToku wzrosła o 5,63%, a w liczbach bezwzględnych - o 129 777 nowych obserwujących.

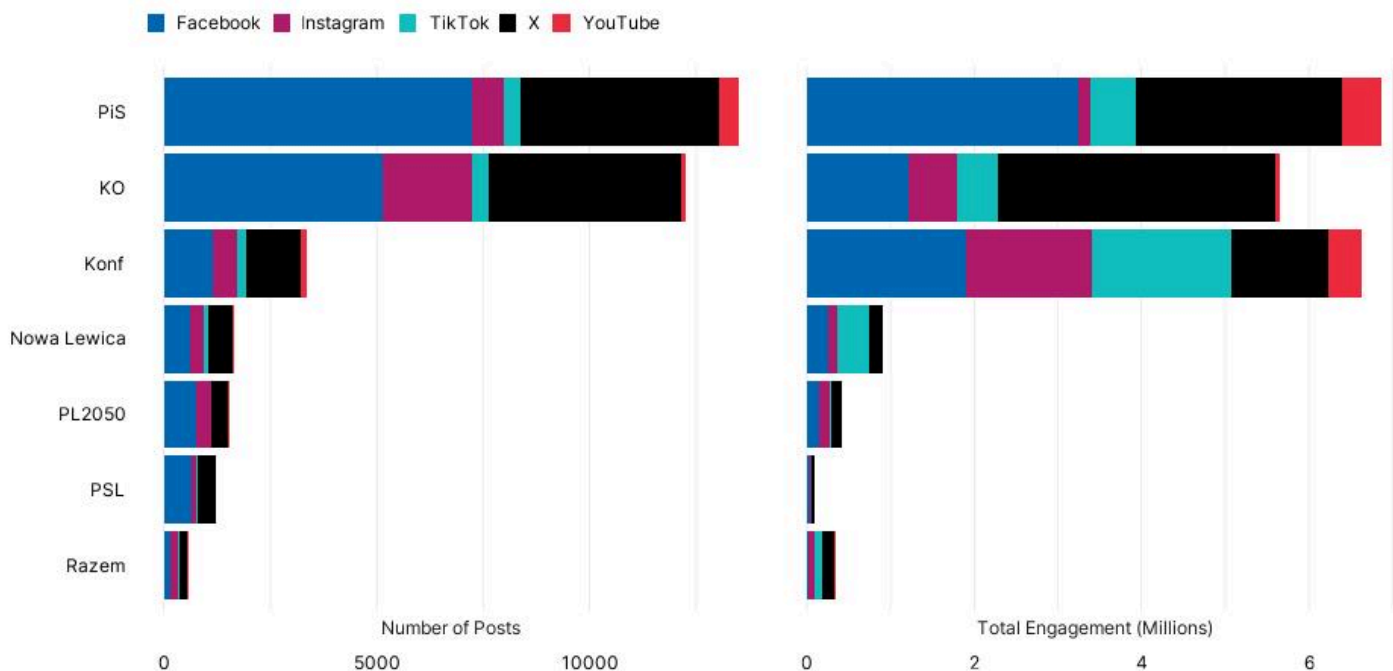
PiS utrzymuje znaczącą obecność, szczególnie na Facebooku z 8,50 mln obserwujących i wzrostem o 127 245 nowych obserwujących (1,52%). Ich profile na TikToku wykazały niewielki wzrost o 2,22%, zyskując 29 322 obserwujących.

Trendy na poszczególnych platformach pokazują, że TikTok jest dla tej kampanii kluczowy - wszystkie główne partie wykazują tam wzrosty. **Nowa Lewica** osiągnęła 1,27% wzrostu na TikTok, **KO** odnotowała 1,05%, a **Polska 2050** 1,18%.



POSTY I ZAANGAŻOWANIE WEDŁUG PARTII NA PLATFORMACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Wykres ilustruje rozkład postów i zaangażowania w milionach dla każdej partii politycznej na platformach społecznościowych od 1 do 15 marca 2025 roku. W dalszym ciągu to **PiS** i **KO** dominują pod względem liczby publikowanych postów. Podobnie jak i poprzednio analizowanym okresie, przy znacznie niższej liczbie wpisów Konfederacja osiąga łączne zaangażowanie na poziomie podobnym do tego **KO** oraz **PiS** - przewyższając łączne zaangażowanie pod postami **KO**.

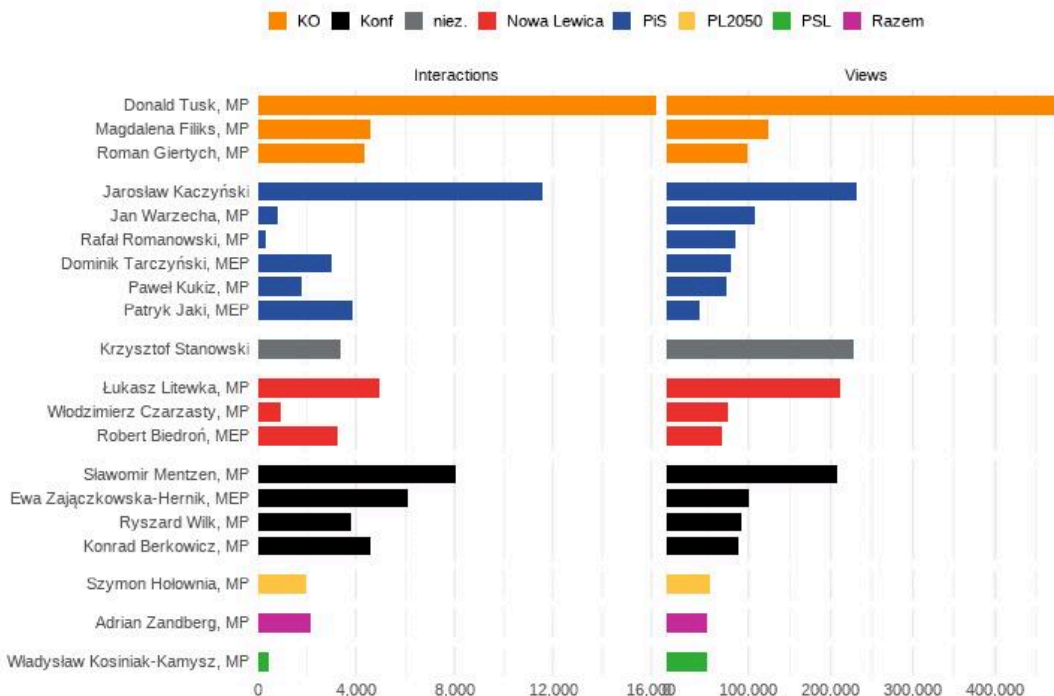


NAJSILNIEJSZE ZAANGAŻOWANIE W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Donald Tusk wykazuje się wyjątkową skutecznością w mediach społecznościowych, uzyskując średnio 485 224 wyświetleń i 16 199 interakcji na post. Tym samym okazuje się on liderem pod względem średnich wskaźników zaangażowania.

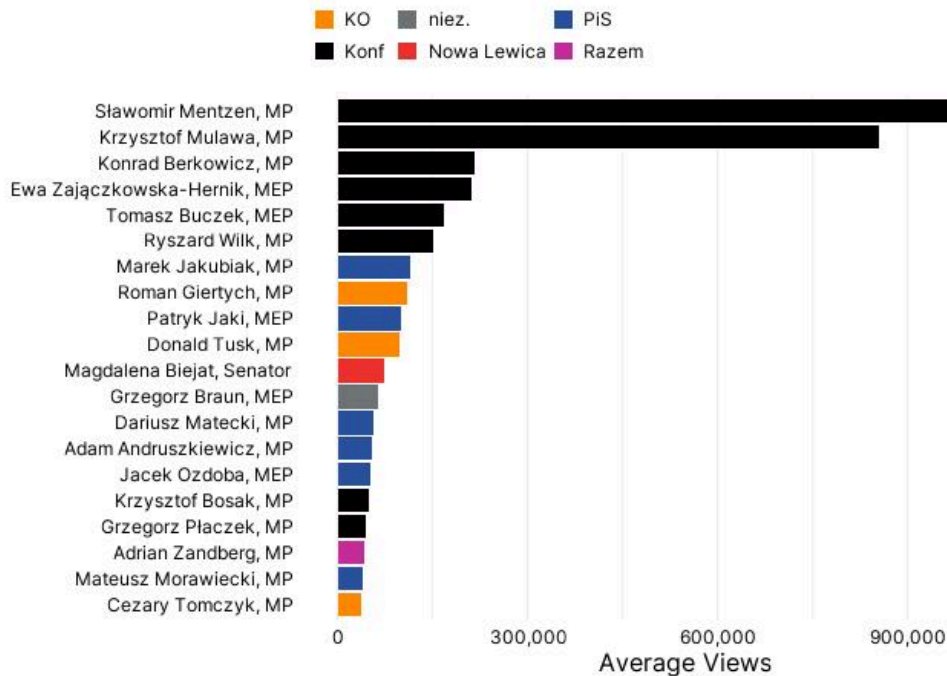
Jarosław Kaczyński zajął drugie miejsce z 231 978 średnimi wyświetleniami i 11 551 interakcjami na post. Na uwagę zasługuje jego ograniczona częstotliwość publikowania, wynosząca w analizowanym okresie zaledwie cztery posty, co sugeruje bardzo skoncentrowane zaangażowanie, gdy udostępnia treści.

Istnieje wyraźna korelacja między wyświetleniami a interakcjami u większości polityków, choć w różnych proporcjach. Przedstawiciele **PiS** wykazują konsekwentnie wysoki stosunek zaangażowania do wyświetleń, podczas gdy w **Nowej Lewicy** sprawa wygląda inaczej - konta polityków i polityczek wykazują bardziej umiarkowane zaangażowanie pomimo znacznej liczby wyświetleń.



TOP 20 KONT NA TIKTOKU POD WZGLĘDEM ŚREDNIEJ LICZBY WYŚWIETLEŃ

Średnia liczba wyświetleń na TikToku:



Dane dotyczące zaangażowania na TikTok pokazują wyraźną dominację przedstawicieli **Konfederacji**. **Sławomir Mentzen** prowadzi ze średnią liczbą wyświetleń na poziomie 1,09 miliona, a tuż za nim plasuje się członek partii **Krzysztof Mulawa** z liczbą 855 100 wyświetleń, co potwierdza silną obecność **Konfederacji** na TikToku.

PRZYKŁADY SILNIE ANGAŻUJĄCYCH POSTÓW

METADANE	TREŚĆ	MEDIA
<p>Date: 2025-03-12 Sławomir Mentzen, MP, TikTok</p> <p>Engagement: 484937</p>	<p>W Lublinie mieszkają naprawdę sympatyczni ludzie! A na wiecu widzimy się już w sobotę, 22 marca. Do zobaczenia! :)</p>	
<p>Date: 2025-03-05 Sławomir Mentzen, MP, TikTok</p> <p>Engagement: 158429</p>	<p>Z Amerykanami trzeba rozmawiać językiem Amerykanów. Polityka zagraniczna jest czysto transakcyjna! #mentzen2025 #mentzen #sławomirmentzen</p>	
<p>Date: 2025-03-11 Sławomir Mentzen, MP, TikTok</p> <p>Engagement: 143578</p>	<p>Wasz entuzjazm jest niesamowity! Bardzo dziękuję! To dzięki Wam mam coraz więcej energii do pracy w tej kampanii! #mentzen2025 #mentzen #sławomirmentzen</p>	

METADANE	TREŚĆ	MEDIA
<p>Date: 2025-03-08 Sławomir Mentzen, MP, TikTok</p> <p>Engagement: 118627</p>	<p>Kobiety mają takie same problemy, plany i marzenia jak mężczyźni! #mentzen2025 #mentzen #sławomirmentzen</p>	
<p>Date: 2025-03-10 Donald Tusk, MP, X</p> <p>Engagement: 112276</p>	<p>True leadership means respect for partners and allies. Even for the smaller and weaker ones. Never arrogance. Dear friends, think about it.</p>	<p>[Brak podglądu]</p>
<p>Date: 2025-03-08 Magdalena Biejat, Senator, TikTok</p> <p>Engagement: 89385</p>	<p>Enough talking, it's time to act! 1. Let's finance our aid for Ukraine from the Russian frozen assets. 2. Let's strengthen air policing, the Baltic sentry and the EU borders with Russia. 3. Let's swiftly adopt new fiscal rules to finance the EU security and defence. Now!</p>	
<p>Date: 2025-03-08 Donald Tusk, MP, X</p> <p>Engagement: 83736</p>	<p>This is what happens when someone appeases barbarians. More bombs, more aggression, more victims. Another tragic night in Ukraine.</p>	<p>[Brak podglądu]</p>
<p>Date: 2025-03-04 Donald Tusk, MP, X</p> <p>Engagement: 76954</p>	<p>To all the European leaders: KEEP CALM AND CARRY ON.</p>	<p>[Brak podglądu]</p>
<p>Date: 2025-03-11 Rafał Trzaskowski, TikTok</p> <p>Engagement: 75507</p>	<p>To kobieta ma decydować o swoim życiu i zdrowiu!</p>	
<p>Date: 2025-03-02 Roman Giertych, MP, X</p> <p>Engagement: 74862</p>	<p>Mr. J.D. Vance, I am attaching a list of names of 43 Polish soldiers who died in Afganistan, following orders from the Polish government authorities, who were acting in support of the U.S.A. Have you thanked their parents and Poland for their sacrifice?</p>	<p>[Brak podglądu]</p>

MODUŁ PREZYDENCKI

Krzysztof Stanowski i **Sławomir Mentzen**, podobnie jak w ciągu dwóch ostatnich tygodni lutego, wykazują dominującą obecność w mediach społecznościowych w porównaniu do pozostałych kandydatów i kandydatek. Stanowski osiągnął średnio około 175 000 wyświetleń, utrzymując umiarkowany poziom interakcji na poziomie około 4 000. **Mentzen** odnotował najwyższy średni wskaźnik interakcji na poziomie około 8 000, jednocześnie zapewniając drugą co do wielkości liczbę wyświetleń.

Dane ujawniają różne profile zaangażowania w zależności od przynależności politycznej. **Grzegorz Braun** wykazuje nietypowy wzorec ze stosunkowo wysoką liczbą interakcji (2 000), ale stosunkowo niską liczbą wyświetleń. Przedstawiciele **PiS** i **Polski 2050** utrzymują spójne proporcje między odsłonami i interakcjami, skupiając się w środkowym przedziale ze średnio 2 000-3 000 interakcjami i 20 000-40 000 wyświetleń.

Magdalena Biejat z **Nowej Lewicy** odnotowała najniższe wskaźniki w obu kategoriach, co sugeruje ograniczony wpływ mediów społecznościowych w tym okresie. Warto jednak podkreślić, że w stosunku do jej wyników z poprzedniego analizowanego okresu jest to w rzeczywistości znaczny wzrost, na który złożyły się między innymi dobre wyniki osiągnięte na TikToku.

RANKING KANDYDATÓW NA PREZYDENTA WEDŁUG ŚREDNIEJ LICZBY WYŚWIETLEŃ

