



Barometr sieci

11-18 maja
2025

BAROMETR SIECI: Monitoring trendów i zagrożeń online za okres 11.05-18.05.2025 r.

WSTĘP

Bieżąca analiza aktywności partii politycznych w mediach społecznościowych i zagrożeń narracyjnych online. Analiza obejmuje okres od 11 do 18 maja 2025 roku - ostatni tydzień kampanii wyborczej przed I turą i sam dzień wyborów. Opiera się na bazie kont na platformach: X, Facebook, Instagram, TikTok i YouTube.

PODSUMOWANIE

- W ostatnim tygodniu przed I turą wyborów prezydenckich największym wzrostem liczby obserwujących cieszył się **Adrian Zandberg**, drugie miejsce zajął **Grzegorz Braun**.
- We wszystkich wskaźnikach widoczny jest wysoki wzrost zaangażowania i wyświetleń pod treściami publikowanymi przez **Razem** i **Adriana Zandberga**.
- Kandydaci **PiS** i **KO** w dalszym ciągu plasowali się w tzw. "środku stawki" widoczności online, w ostatnim czasie widoczny jest jednak znaczny wzrost ich liczby wyświetleń na TikToku.

MODUŁ PREZYDENCKI

Krzysztof Stanowski był najbardziej aktywny w sieci zarówno pod względem łącznej liczby interakcji, jak i zasięgu, generując średnio 403 578 wyświetleń w 106 postach. Stosunek zaangażowania do wyświetleń w jego treściach świadczy o stałej interakcji z odbiorcami. Dane pokazują szczególnie dobre wyniki w obu wskaźnikach, co sugeruje, że treści silnie rezonują z obserwującymi. Jasno pokazuje to znaczny rozwój platform Stanowskiego w okresie wyborów.

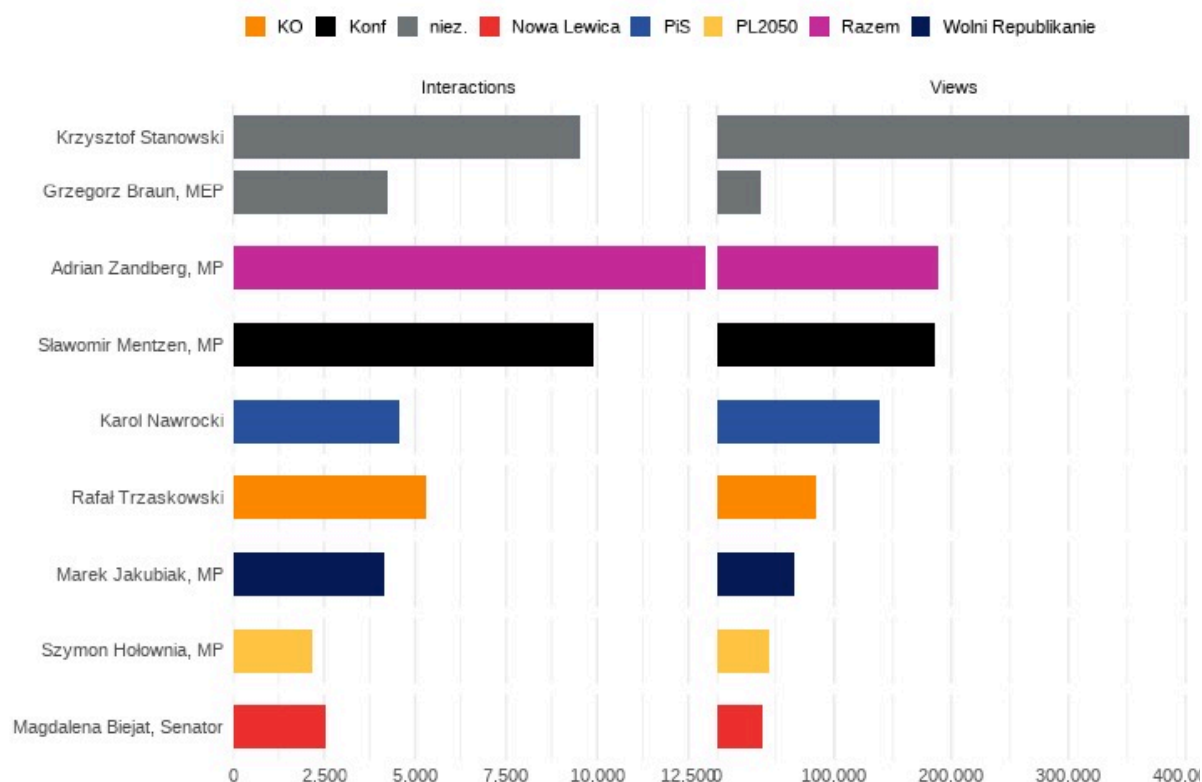
Adrian Zandberg osiągnął drugi najwyższy poziom zaangażowania, ze szczególnie wysokimi wskaźnikami interakcji w stosunku do liczby wyświetleń. Jego treści generują znaczny udział odbiorców.

Wizualizacja ujawnia wyraźne wzorce w dystrybucji zaangażowania. Poseł **Sławomir Mentzen** z **Konfederacji** utrzymuje solidne wskaźniki zaangażowania pomimo umiarkowanej liczby wyświetleń. Karol Nawrocki wykazuje zrównoważone wyniki w obu wskaźnikach.

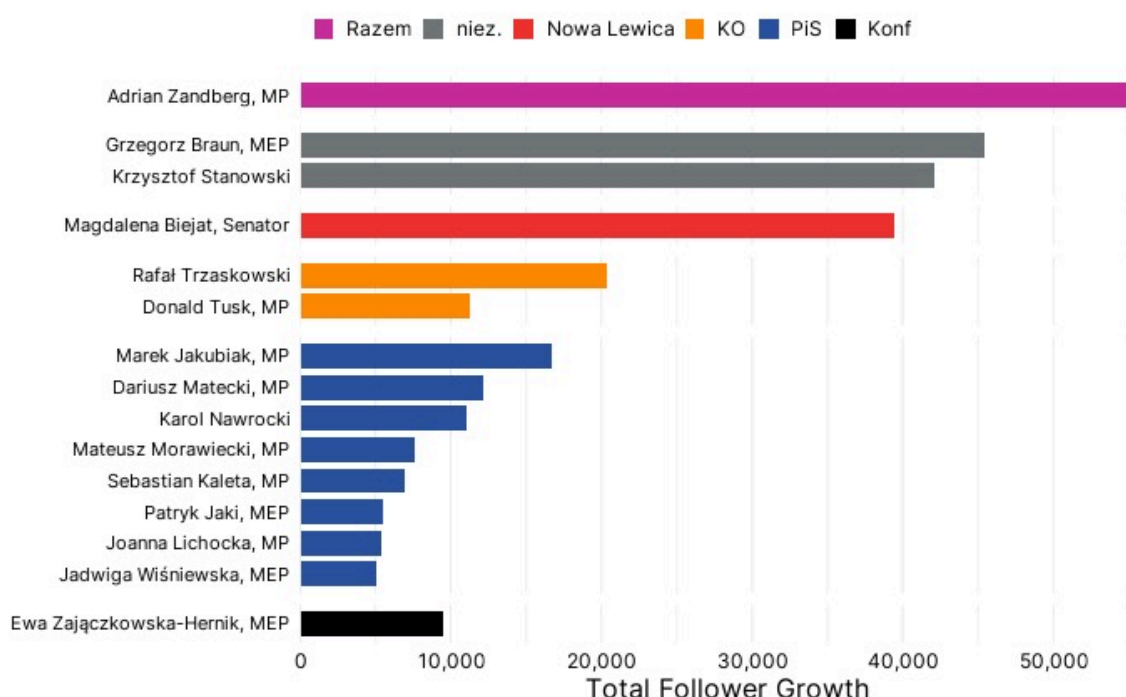


Interesującym odkryciem jest różnica w wynikach między interakcjami a odsłonami w przypadku kilku polityków. Na przykład **Grzegorz Braun** generuje wysoką liczbę interakcji, przy jednocześnie jednej z najniższych średnich wyświetleń. Dane wskazują, że wyższa liczba wyświetleń niekoniecznie koreluje z proporcjonalnie wyższymi wskaźnikami zaangażowania, wskazując na różne strategie dotyczące treści i zachowania odbiorców w całym spektrum politycznym.

RANKING KANDYDATÓW NA PREZYDENTA WEDŁUG ŚREDNIEJ LICZBY WYŚWIECLEŃ

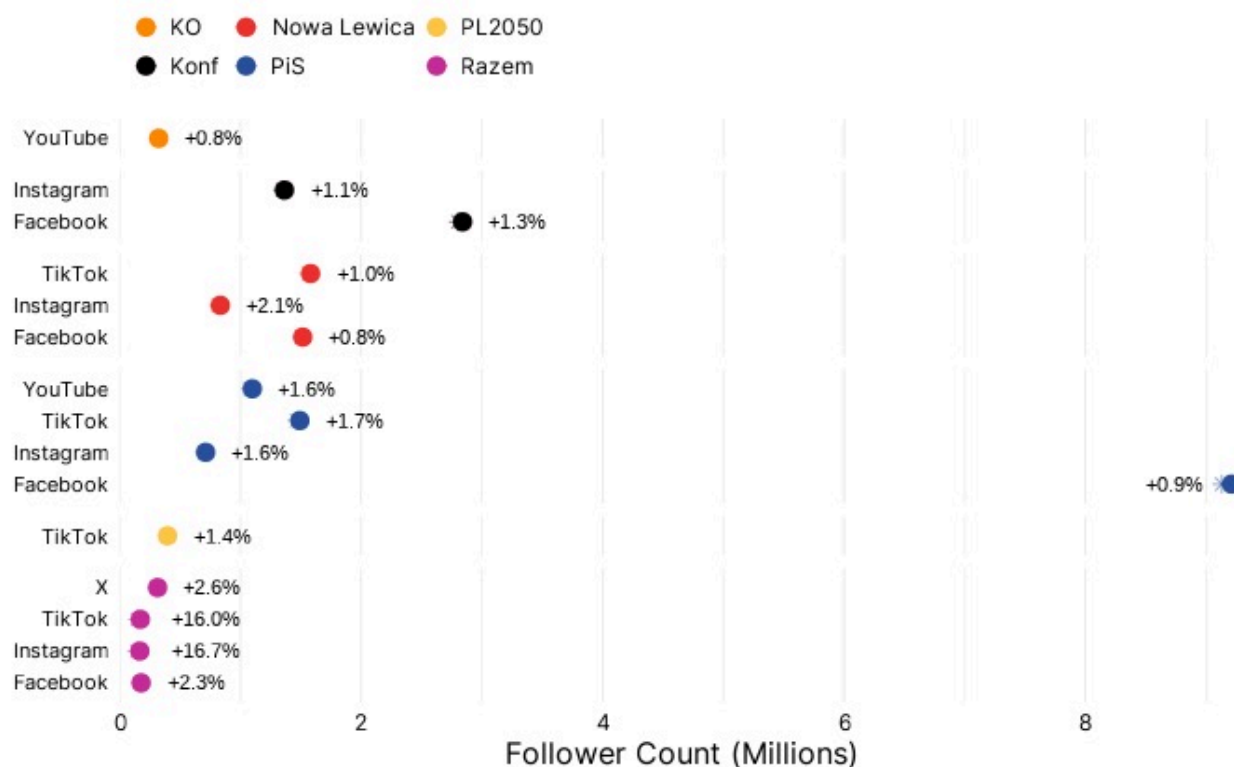


ANALIZA WZROSTU LICZBY OBSERWUJĄCYCH



W ostatnim tygodniu przed I turą wyborów prezydenckich największy wzrost obserwujących zaliczył Adrian Zandberg. Drugie miejsce zajął **Grzegorz Braun**, a kolejne **Krzysztof Stanowski** oraz **Magdalena Biejat**. To ciekawe szczególnie w kontekście wyników I tury, w których zarówno **Zandberg** jak i **Braun** zdobyli stosunkowo wysokie wyniki.

WZROST LICZBY OBSERWUJĄCYCH WEDŁUG PARTII I PLATFORMY



Krajobraz mediów społecznościowych pokazuje wyraźne wzorce wzrostu liczby obserwujących w polskich partiach politycznych. **PiS** utrzymuje najsilniejszą obecność z 9,21 mln obserwujących na Facebooku, wykazując wzrost o 81 702 obserwujących. Stanowi to największy bezwzględny wzrost wśród wszystkich ślędzonych kont.

Lewica Razem wykazuje znaczny wzrost procentowy na wielu platformach, w szczególności na Instagramie (16,7%) i TikTok (16%). Wzrost ten oznacza dodanie odpowiednio 23 753 i 23 486 obserwujących, co oznacza najwyższe względne stopy wzrostu w zbiorze danych.

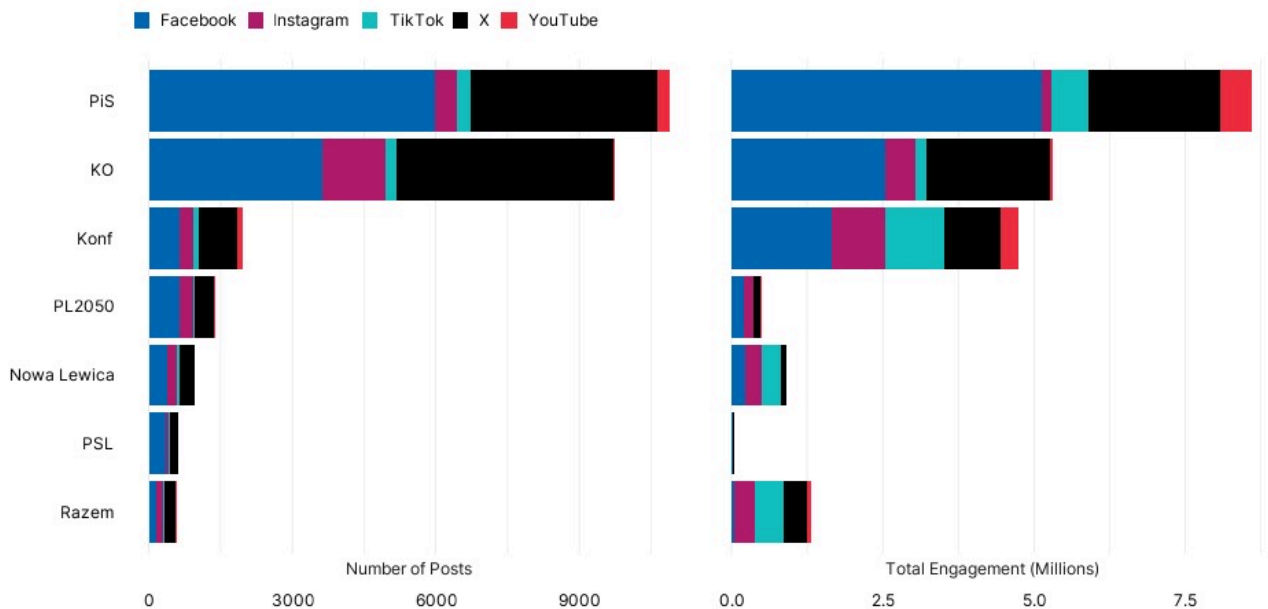
Konfederacja utrzymuje stały wzrost, odnotowując zwiększenie o 1,27% liczby obserwujących na Facebooku, zyskując 35 500 osób. Odnotowuje dzięki temu 2,84 miliona obserwujących ogółem. Ich obecność na Instagramie wzrosła o 1,08%, zyskując 14 635 nowych obserwujących.

Trendy specyficzne dla platformy ujawniają TikTok jako kluczowy kanał wzrostu, z pięcioma stronami wykazującymi znaczny wzrost. **Nowa Lewica** osiągnęła stały wzrost na wszystkich platformach, z Instagramem na czele na poziomie 2,12% (17 277 nowych obserwujących).

Kampania prezydencka **Rafała Trzaskowskiego** zdominowała bieżącą komunikację **KO**, z wielokrotnym użyciem hashtagów #Trzaskowski2025 i #WygraCałaPolska. Przekazy kampanijne kładą nacisk na mobilizację wyborców i przedstawiają wybory jako kluczowy wybór dla przyszłości Polski.

POSTY I ZAANGAŻOWANIE WEDŁUG STRON NA PLATFORMACH MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Na podstawie wpisów z kont uczestników od 11 maja 2025 r. do 18 maja 2025 r.



Bardzo ciekawy okazuje się rozkład łącznej liczby postów i zaangażowań w danych partiach. W tym zestawieniu najgorzej wypada **Koalicja Obywatelska**, która przy drugiej łącznej liczbie postów osiąga niewiele większe zaangażowanie od postującej kilkakrotnie rzadziej **Konfederacji**.

Także i tu widać duże zaangażowanie w treści **Lewicy Razem**, które znacznie wzrosło przez I turę - przy mniejszej liczbie wpisów osiągnęła ona zaangażowanie wyższe niż **Nowa Lewica** i dwukrotnie większe niż **Polska 2050**.

PRZEGLĄD SILNIE ANGAŻUJĄCYCH POSTÓW

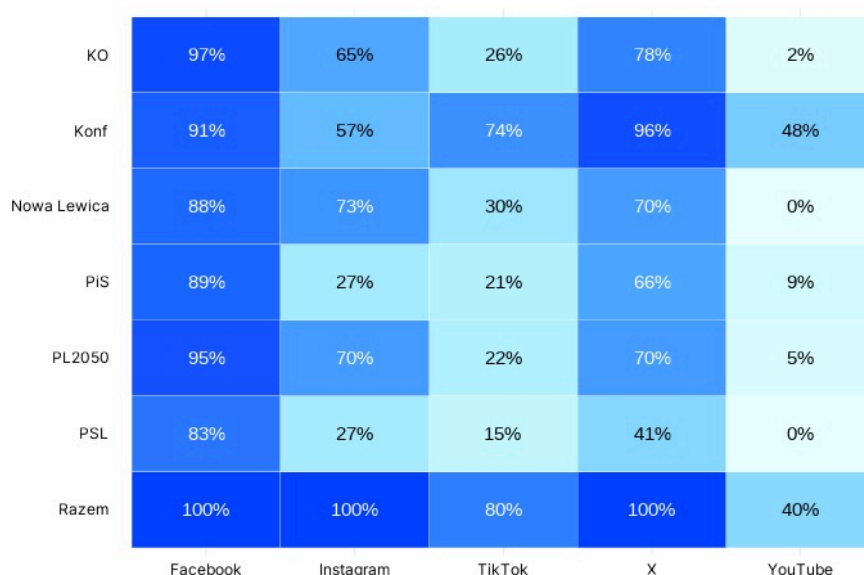
SZCZEGÓŁY POSTU	TREŚĆ	MEDIA
Data: 2025-05-17 Sławomir Mentzen, poseł Zaangażowanie na <u>TikTok</u> : 180890	Moja hulajnoga może zrobić jeszcze wiele dobrego, nawet po zakończonej kampanii :) #mentzen #sławomirmentzen	
Data: 2025-05-13 Sławomir Mentzen, poseł Zaangażowanie na <u>TikTok</u> : 125183	@Ewa Zajączkowska-Hernik nie bierze jeńców! Lewica wyjaśniona! #konfederacja #nowanadzieja #zajaczkowska #gozdyra #polsat #lewica #biedron #szejna #afera #mentzen #mentzen2025 #kobietykonfederacji	
Data: 2025-05-16 Magdalena Biejat, senator Zaangażowanie na <u>TikTok</u> : 104752	Tanecznym krokiem w ciszę wyborczą! 🎵💚 #Biejat2025 #łączynaswiecej	



SZCZEGÓŁY POSTU	TREŚĆ	MEDIA
Data: 2025-05-14 Sławomir Mentzen, poseł Zaangażowanie na TikTok : 101231	Mam coraz więcej dosyć naszego kartonowego państwa. Po mojej wizycie we Lwowie dostałem maila z groźbami od(...)	
Data: 2025-05-14 Sławomir Mentzen, poseł Zaangażowanie na Instagramie : 89941	Mam coraz więcej dosyć naszego kartonowego państwa. Po mojej wizycie we Lwowie dostałem maila z groźbami od(...)	
Data: 2025-05-14 Adrian Zandberg, poseł Zaangażowanie na TikTok : 85481	Zatrzymaj się! Zamknij oczy. Weź głęboki wdech. Rozluźnij się. Spójrz w przyszłość. Zapraszamy Cię w podróż przez lepszą Polskę: spokojną, nowoczesną, solidarną. Wystarczy kilka minut, żeby ją zobaczyć. Zanurz się w ciszy, spokoju i nadziei. W przyszłości. 🗨️ "Możemy ją zbudować. Razem. Wszystko jest w naszych rękach." #zandberg2025	
Data: 2025-05-14 Małgorzata Niemczyk, Poseł na Sejm RP Zaangażowanie na Facebooku : 75982	A co Wy na to, żebyśmy Trzasnęli 18 maja na 51%? Kto ZA - daje 🇵🇱 #Trzaskowski2025 🇵🇱	[Brak podglądu]
Data: 2025-05-16 Adrian Zandberg, poseł Zaangażowanie na TikTok : 69017	POZNAŃ CO SIĘ TU DZIEJE🔥🔥#zandberg2025	[Brak podglądu]
Data: 2025-05-18 Adrian Zandberg, poseł Zaangażowanie na TikTok : 68382	Chwilę poświęćmy i wracamy do pracy. Zmiana się sama nie zrobi! #zandberg2025	[Brak podglądu]
Data: 2025-05-11 Jan Warzecha, poseł Zaangażowanie na Facebooku : 63435		[Brak podglądu]

UDZIAŁ POLITYKÓW AKTYWNIIE PUBLIKUJĄCYCH NA PLATFORMIE

Odsetek polityków publikujących co najmniej raz w miesiącu na platformie:



Dane ujawniają wyraźne wzorce aktywności w mediach społecznościowych polskich partii politycznych. Facebook wyłania się jako główna platforma, a wszystkie partie utrzymują wysokie wskaźniki aktywności między 83% a 100%. Partia **Razem**, pomimo najmniejszej liczby polityków, wykazuje najbardziej spójną obecność na wielu platformach, ze 100% aktywnością na Facebooku, Instagramie i X.

NAJSILNIEJSZE ŚREDNIE ZAANGAŻOWANIE W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

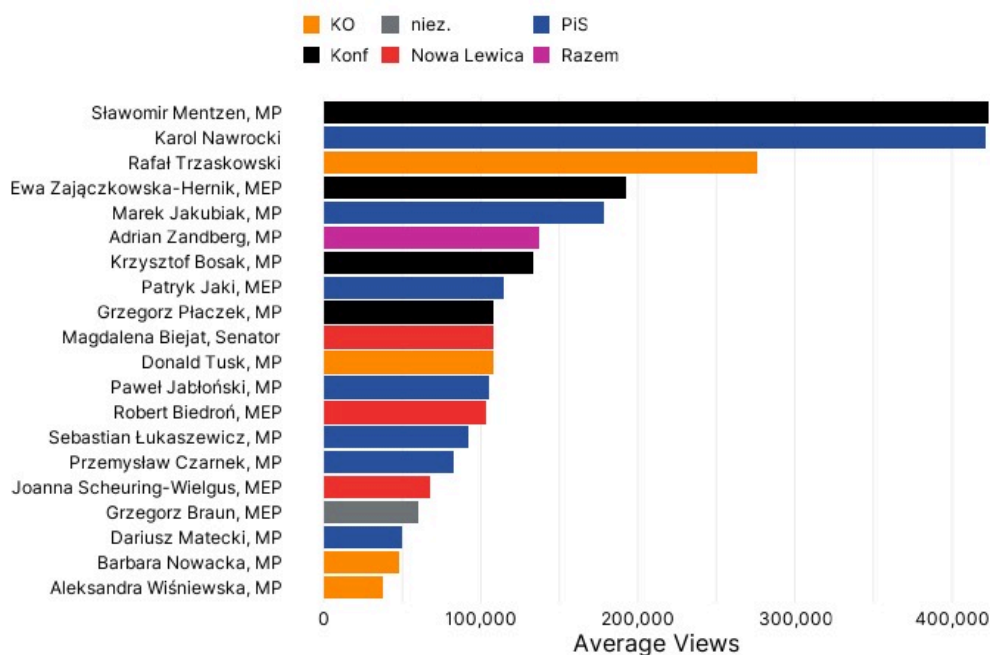
Krzysztof Stanowski prowadzi pod względem średniej liczby wyświetleń z 403 578 odsłonami na post w 106 postach, a za nim plasuje się **Donald Tusk** z 376 790 odsłonami na post. Pod względem interakcji **Jarosław Kaczyński** osiąga najwyższe zaangażowanie z 14 549 interakcjami na post, a na drugim miejscu **Adrian Zandberg** z **Razem** z 12 982 interakcjami na post.

Przedstawiciele **PiS** wykazują niezmiennie wysokie wskaźniki zaangażowania, przy czym zarówno **Jarosław Kaczyński**, jak i **Karol Nawrocki** osiągają dobre wyniki. Członkowie **KO** wykazują zróżnicowane wyniki, przy czym często osiągają wysoką liczbę wyświetleń, ale umiarkowane zaangażowanie.

Razem utrzymuje wysoki stosunek zaangażowania do liczby wyświetleń.



TOP 20 KONT NA TIKTOKU POD WZGLĘDEM ŚREDNIEJ LICZBY WYŚWIETLEŃ



W dalszym ciągu to **Sławomir Mentzen**, poseł **Konfederacji**, prowadzi ze średnią liczbą 423 019 wyświetleń. Co ciekawe, tuż za nim plasuje się **Karol Nawrocki** z **PiS** z liczbą 421 600 wyświetleń. **Rafał Trzaskowski** z **KO** zapewnił sobie trzecią pozycję z około 300 000 wyświetleń. To zmiana - wcześniej kandydaci **PiS** i **KO** na prezydenta osiągnęli niższe wyniki, widać więc znaczny wzrost na krótko przed I turą.

Magdalena Biejat osiągnęła znaczące zaangażowanie w pierwszej 10, co jest kontynuacją dawno obserwowanego trendu. Także **Adrian Zandberg** osiągnął znaczny poziom zaangażowania porównywalny z przedstawicielami partii głównego nurtu.