

BAROMETR SIECI

marzec
2026

Przedstawiamy kolejną edycję naszego comiesięcznego badania aktywności polskich polityków w internecie.

Badamy, jakie treści cieszyły się największą popularnością, którzy aktorzy byli liderami opinii oraz jakie platformy i formaty komunikacji odgrywały kluczową rolę.

Analiza stanowi odpowiedź na szczególne narażenie Europy Środkowo-Wschodniej na działania dezinformacyjne, które mogą wpływać na decyzje wyborcze.

NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI:

- Czołówkę najbardziej angażujących kont politycznych w polskim internecie zdominowali przedstawiciele prawicy. Pozycję niekwestionowanego lidera zajął niezwykle aktywny **Dariusz Matecki (PiS)**, którego posty wygenerowały aż 3,5 mln interakcji. Tuż za nim uplasowali się **Patryk Jaki (PiS)** oraz **Ewa Zajączkowska-Hernik (Konfederacja)** z wynikami po 2,9 mln reakcji.
- Na TikToku na 1. pozycję pod względem średniej liczby wyświetleń awansował **Sławomir Mentzen (Konfederacja)** z wynikiem blisko 295 000 wyświetleń na materiał. 2. miejsce zajął **Donald Tusk (KO)**, a z rankingu wypadł dotychczasowy lider, **Dominik Tarczyński (PiS)**.

O DANYCH

Analiza obejmuje aktywność polskich parlamentarzystów oraz kont partyjnych w mediach społecznościowych od 1 do 31 marca 2026 roku. Zgromadzony materiał liczy 80 530 postów opublikowanych w tym czasie przez 746 aktorów politycznych na łącznie 2 420 kontach.

W badaniu uwzględniono treści pochodzące od ośmiu ugrupowań - **Nowa Lewica**, **Razem, Konfederacja**, **Koalicja Obywatelska (KO)**, **Prawo i Sprawiedliwość (PiS)**, **Polska 2050 (PL2050)**, **Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL)** oraz **Konfederacja Korony Polskiej (KKP)**. Monitoringiem objęto pięć platform - Facebook, Instagram, TikTok, X oraz YouTube.

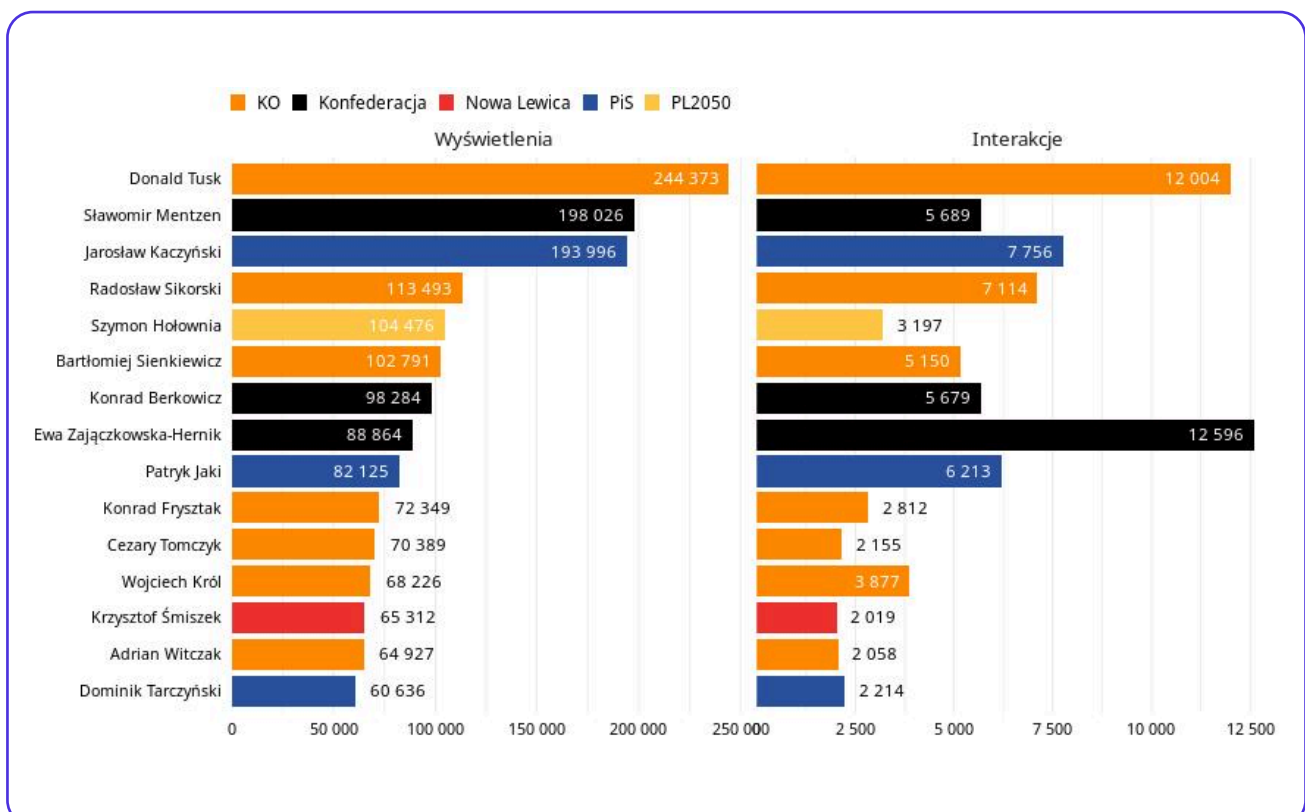
LIDERZY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Czołówkę najbardziej angażujących (pod względem średnich interakcji na post) kont politycznych w internecie zdominowali przedstawiciele prawicy. Pozycję niekwestionowanego lidera zajął **Dariusz Matecki (PiS)**, generując 3,5 mln interakcji. Tuż za nim uplasowali się **Patryk Jaki (PiS)** oraz **Ewa Zajączkowska-Hernik (Konfederacja)** z wynikami po 2,9 mln reakcji. **Zajączkowska-Hernik** odnotowała przy tym największy przyrost widowni, zdobywając ponad 41 tysięcy nowych obserwujących.

Inaczej wygląda ranking według średniej liczby wyświetleń. Na pierwszym miejscu plasuje się w nim premier **Donald Tusk**, na drugim **Sławomir Mentzen**, na trzecim **Jarosław Kaczyński**, a w całym rankingu dominuje **Koalicja Obywatelska**.

ŚREDNIE WYŚWIETLENIA I ZAANGAŻOWANIE

Wykres przedstawia polityków z najwyższą średnią liczbą wyświetleń na post w marcu 2026, wraz ze średnim zaangażowaniem na post.



50 NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCYCH KONT POLITYCZNYCH

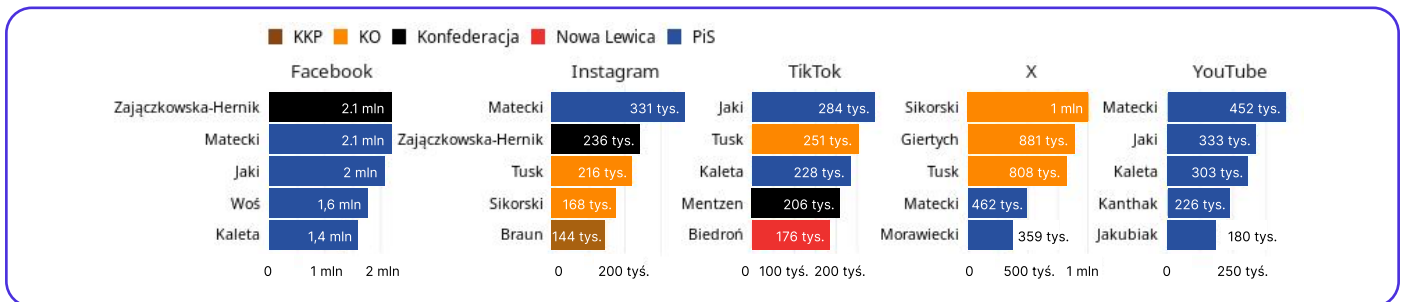
Tabela z rankingiem najsukuteczniejszych kont polityków według łącznego zaangażowania w ostatnim miesiącu, z uwzględnieniem miejsca z poprzedniego miesiąca, średniego zaangażowania na post oraz łącznej liczby postów.

Miejsce	Wcześniej	Zaangażowanie łącznie	Profil	Partia	Średnie zaangażowanie na post	Liczba postów
1 ↔	1	3,5 mln	Dariusz Matecki	PiS	1 303 ↓	2 702 ↑
2 ↑	4	2,9 mln	Patryk Jaki	PiS	6 213 ↑	464 ↑
3 ↔	3	2,9 mln	Ewa Zajączkowska-Hernik	Konfederacja	12 596 ↑	228 ↑
4 ↓	2	2,3 mln	Donald Tusk	KO	12 004 ↓	193 ↓
5 ↑	8	2,0 mln	Sebastian Kaleta	PiS	4 619 ↑	442 ↑
6 ↔	6	1,9 mln	Radosław Sikorski	KO	7 114 ↑	274 ↓
7 ↔	7	1,7 mln	Michał Woś	PiS	2 375 ↑	702 ↑
8 ↑	9	1,3 mln	Konrad Berkowicz	Konfederacja	5 679 ↑	223 ↓
9 ↓	5	1,1 mln	Łukasz Litewka	Nowa Lewica	14 873 ↓	72 ↓
10 ↑	16	1,1 mln	Janusz Kowalski	PiS	1 587 ↑	670 ↑
11 ↑	18	1,1 mln	Grzegorz Braun	KKP	2 867 ↑	367 ↑
12 ↓	11	1,0 mln	Roman Giertych	KO	2 835 ↑	367 ↓
13 ↑	15	1,0 mln	Włodzimierz Skalik	KKP	4 130 ↑	244 ↑
14 ↓	12	1,0 mln	Marek Jakubiak	PiS* (independent)	3 311 ↑	303 ↓
15 ↓	13	807 181	Mateusz Morawiecki	PiS	1 517 ↓	532 ↓
16 ↓	10	763 018	Jadwiga Wiśniewska	PiS	2 622 ↓	291 ↓
17 ↑	22	687 088	Krzysztof Brejza	KO	966 ↑	711 ↑
18 ↑	20	682 639	Sławomir Mentzen	Konfederacja	5 689 ↑	120 ↓
19 ↑	24	652 751	Przemysław Czarnek	PiS	2 570 ↑	254 ↓
20 ↑	27	578 137	Marcin Kierwiński	KO	2 126 ↑	272 ↑
21 ↑	23	577 556	Dariusz Joński	KO	1 641 ↓	352 ↑
22 ↓	17	564 935	Anna Krupka	PiS	1 565 ↓	361 ↑
23 ↓	19	546 652	Jacek Ozdoba	PiS	1 523 ↓	359 ↓
24 ↑	25	515 272	Tobiasz Bocheński	PiS	917 ↑	562 ↓
25 ↑	43	490 168	Tomasz Zieliński	PiS	1 504 ↑	326 ↑
26 ↑	29	489 226	Adam Szłapka	KO	1 941 ↓	252 ↑
27 ↑	38	488 712	Piotr Müller	PiS	663 ↑	737 ↑
28 ↑	35	476 605	Dominika Chorościńska	PiS	1 684 ↓	283 ↑
29 ↑	90	476 347	Mariusz Kałużny	PiS	1 695 ↑	281 ↑
30 ↑	32	457 452	Wojciech Król	KO	3 877 ↓	118 ↑
31 ↑	52	455 897	Filip Kaczyński	PiS	1 048 ↑	435 ↑
32 ↓	14	435 590	Włodzimierz Czarzasty	Nowa Lewica	3 600 ↓	121 ↓
33 ↑	47	430 092	Krzysztof Śmiszek	Nowa Lewica	2 019 ↑	213 ↑
34 ↓	31	430 055	Maciej Matecki	PiS	2 886 ↓	149 ↑
35 ↑	39	427 747	Daniel Obajtek	PiS	1 328 ↑	322 ↑
36 ↔	36	418 641	Dariusz Stefaniuk	PiS	1 206 ↓	347 ↑
37 ↑	40	402 565	Rafał Trzaskowski	KO	2 532 ↑	159 ↑
38 ↑	57	384 954	Tomasz Trela	Nowa Lewica	1 351 ↑	285 ↑
39 ↓	21	383 138	Krzysztof Bosak	Konfederacja	965 ↓	397 ↑
40 ↑	55	381 405	Cezary Tomczyk	KO	2 155 ↑	177 ↑
41 ↓	30	358 298	Anna Bryłka	Konfederacja	2 596 ↓	138 ↓
42 ↑	70	358 149	Robert Biedroń	Nowa Lewica	4 315 ↑	83 ↑
43 ↑	65	350 385	Krzysztof Kwiatkowski	KO	1 293 ↑	271 ↓
44 ↑	46	347 980	Michał Dworczyk	PiS	1 520 ↑	229 ↓
45 ↓	28	346 111	Jan Warzecha	PiS	1 306 ↓	265 ↑
46 ↓	34	341 957	Małgorzata Niemczyk	KO	1 676 ↓	204 ↑
47 ↓	45	320 561	Konrad Fryszak	KO	2 812 ↑	114 ↓
48 ↑	59	297 062	Janusz Cieszyński	PiS	640 ↑	464 ↑
49 ↑	60	283 306	Jan Kanthak	PiS	5 345 ↑	53 ↓
50 ↓	37	282 807	Marcin Romanowski	PiS	1 366 ↓	207 ↑

Ciekawe zjawisko obrazują dane najbardziej angażujących kont według platform. Zarówno Instagram, TikTok jak i X są obecnie mediami “wielopartyjnymi”, w których przedstawiciele różnych partii osiągają wysokie zasięgi. Sprawa wygląda inaczej w przypadku Facebooka i YouTube, gdzie 9 z 10 najpopularniejszych profili należy do polityków i polityczek **Prawa i Sprawiedliwości**.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE KONTA WEDŁUG PLATFORM

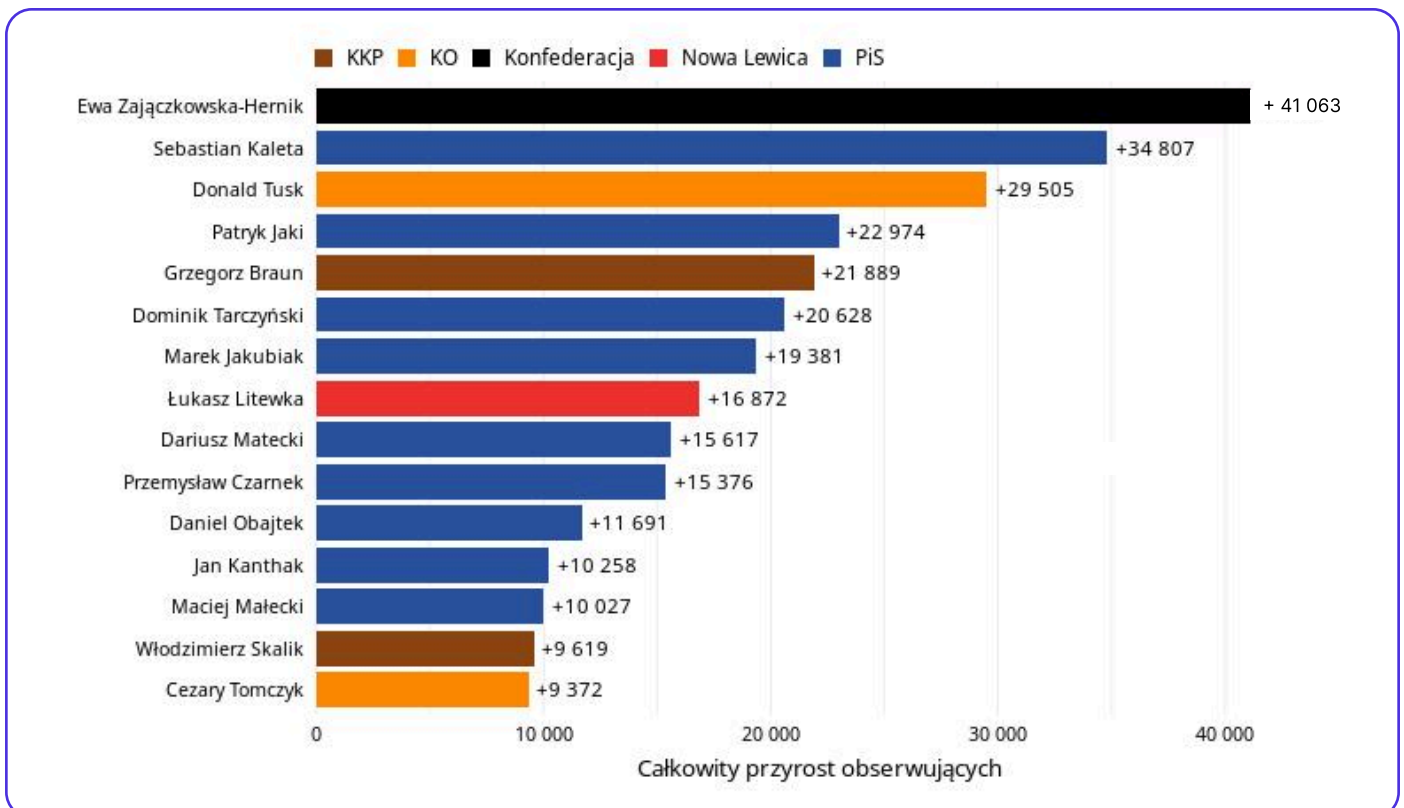
Pięć kont polityków z najwyższym łącznym zaangażowaniem na każdej platformie w marcu 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 80 680 punktów danych.

ZMIANA LICZBY OBSERWUJĄCYCH

15 polityków o największym przyroście obserwujących w marcu 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 80 680 punktów danych.

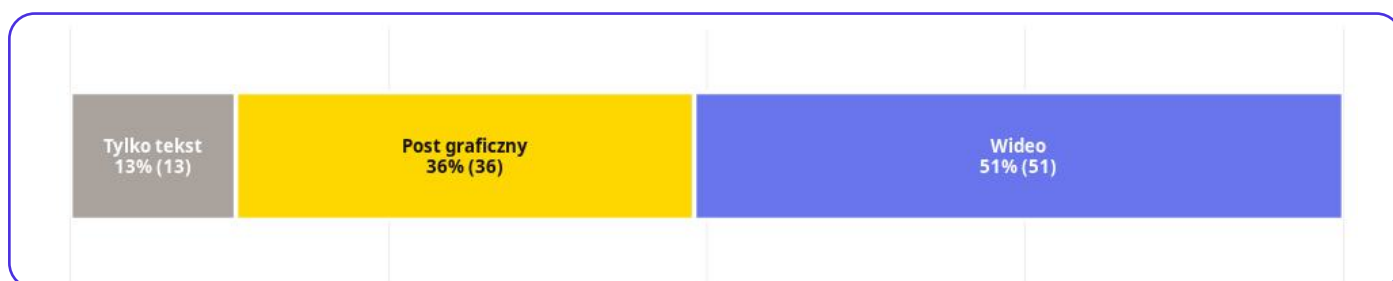
NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY

Najbardziej angażujące posty w marcu to treści wideo. Z top 100 najbardziej angażujących postów w tym miesiącu aż 51 było właśnie nagraniami, co pokazuje, że to ta forma jest obecnie najbardziej efektywna, jeśli chodzi o dotarcie i zaangażowanie odbiorców.

Zestawienie 100 najlepszych postów zdominowały **Prawo i Sprawiedliwość** oraz **Koalicja Obywatelska**, które budowały swoje zasięgi głównie za pośrednictwem Facebooka. **Konfederacja** zaznaczyła w tym ujęciu swoją silną pozycję nie tylko na Facebooku, ale również na platformie X, natomiast dla **Nowej Lewicy** najskuteczniejszym medium okazał się TikTok.

MIKS FORMATÓW W TOP 100 POSTÓW

Udział 100 najbardziej angażujących postów według formatu treści.

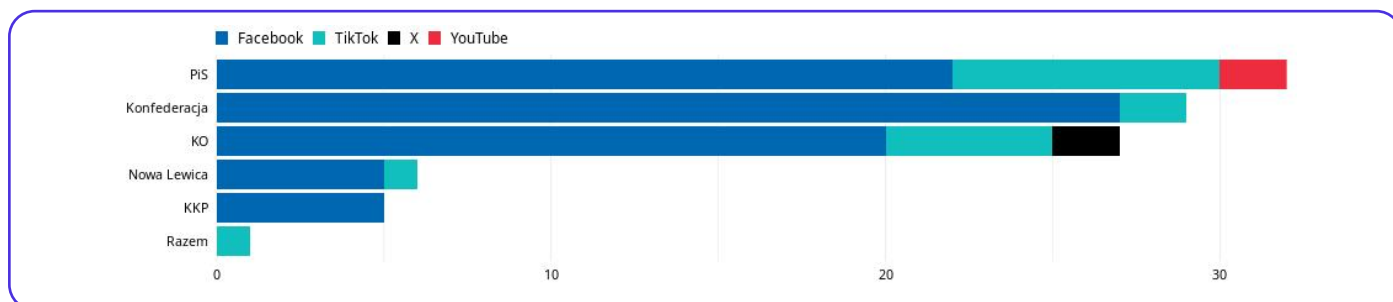


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 697 punktów danych.

Jeśli chodzi o podział 100 najbardziej angażujących postów według partii, widać wyraźnie jasną hierarchię: na pierwszym miejscu **PiS**, na drugim **Konfederacja**, a na trzecim **KO**. Jasno wynika to również z analiz najbardziej angażujących kont. Co ciekawe, jedynie **PiS** może pochwalić się angażującymi postami na Youtubie, podczas gdy **Koalicja Obywatelska** - na platformie X.

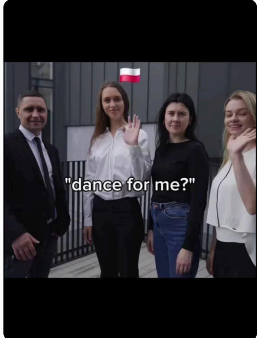

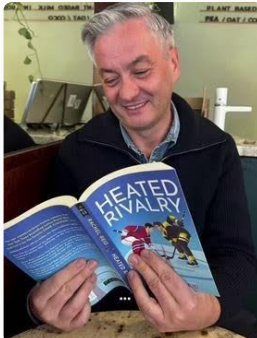


TOP 100 POSTÓW WEDŁUG PLATFORMY I PARTII




Rozkład top 100 postów według platform i partii.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 697 punktów danych.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY ZE WSZYSTKICH PLATFORM

Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
<p> Data: 23.03.2026 Partia: PiS Konto: Konto partii PiS, TikTok Interakcje: 227 222 </p>		
<p> Data: 05.03.2026 Partia: PiS Konto: Patryk Jaki, Facebook Konto: 159 442 </p>		
<p> Data: 13.03.2026 Partia: Nowa Lewica Konto: Robert Biedroń, TikTok Interakcje: 154 225 </p>		
<p> Data: 18.03.2026 Partia: Konfederacja Konto: Sławomir Mentzen, TikTok Interakcje: 151 583 </p>	<p>Nie uwierzycie ile kosztowała Wieża Eiffla w Rybniku!</p>	
<p> Data: 12.03.2026 Partia: PiS Konto: Sebastian Kaleta, Facebook Interakcje: 133 085 </p>	<p>Niech żyje Polska! 🇵🇱 Teraz czas na 185 mld z NBP dla Sił Zbrojnych RP 🔥</p>	

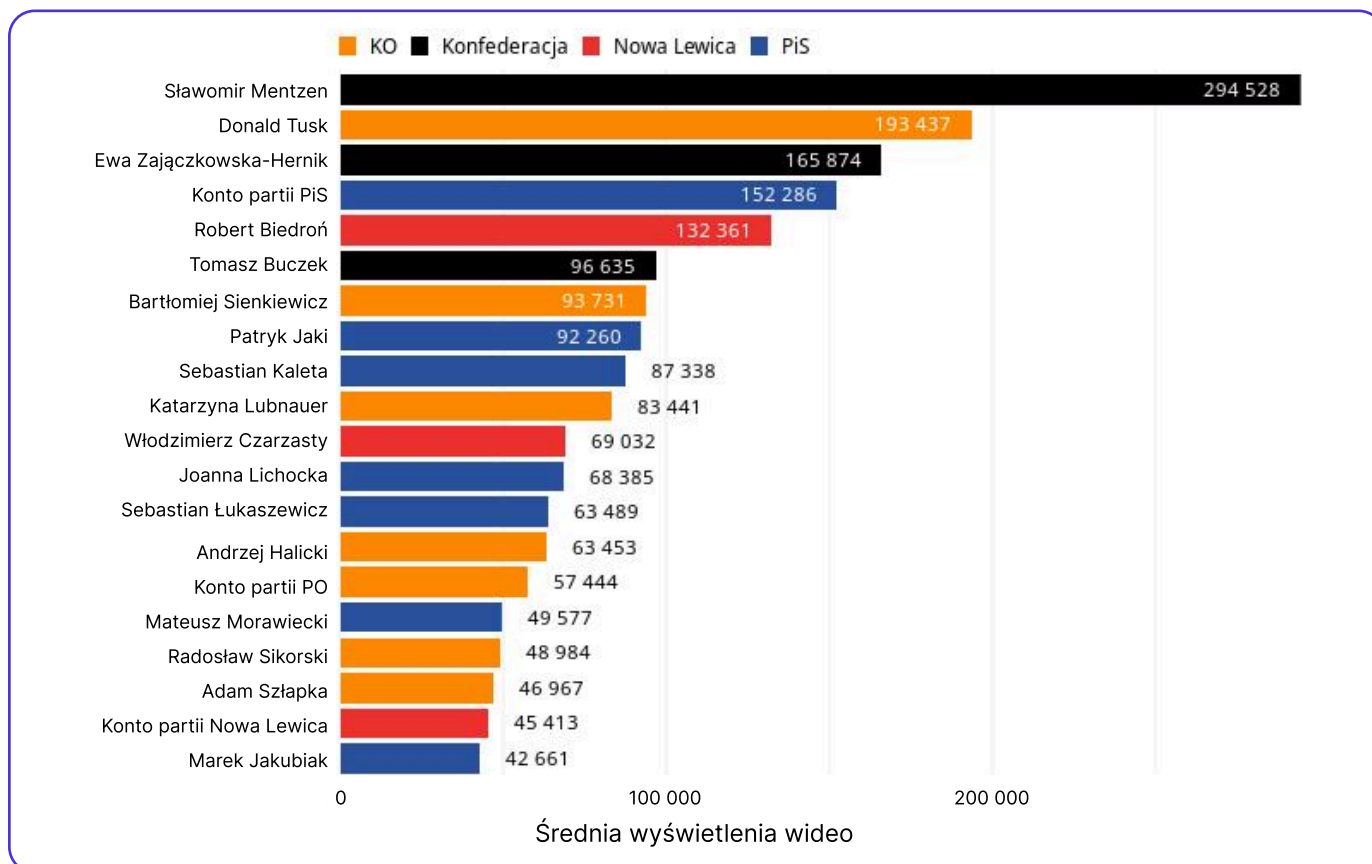
Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
<p>Data: 26.03.2026 Partia: PiS Konto: Patryk Jaki, Facebook Interakcje: 130 493</p>	<p>Nasza wersja legalnych narzędzi do masowych deportacji migrantów przeszła ! Tak cieszyła się dziś prawica w Parlamencie Europejskim. Warto zobaczyć, bo niewiele było takich obrazków w ostatnich 20 latach w UE 🇺🇪</p>	
<p>Data: 18.03.2026 Partia: Konfederacja Konto: Ewa Zajączkowska-Hernik, Facebook Interakcje: 111 041</p>	<p>Za pomocą pożyczki SAFE rząd Tuska chce nas wciągnąć do strefy euro!? Właśnie ujawniają swoje prawdziwe intencje. Ale ponad 70% Polaków nie chce euro w Polsce! Nie chcemy lichwiarskiej pożyczki w obcej walucie, nie chcemy ich euro - chcemy polskiego złotego i suwerenności monetarnej! 🇵🇱</p>	
<p>Data: 12.03.2026 Partia: KO Konto: Radosław Sikorski, Facebook Interakcje: 110 102</p>		
<p>Data: 12.03.2026 Partia: PiS Konto: Sebastian Kaleta, TikTok Interakcje: 105 524</p>	<p>TO SIĘ STANIE ZE ZŁOTEM Z NBP Joanna Tyrowicz, rekomendowana do Rady Polityki Pieniężnej przez ekipę Donalda Tuska oświadczyła, że Polska może swoje złoto przekazać tylko EBC przy wprowadzeniu euro w Polsce. Czy taki jest prawdziwy cel zadłużenia Polski poprzez pożyczkę SAFE?</p>	
<p>Data: 13.03.2026 Partia: Konfederacja Konto: Ewa Zajączkowska-Hernik, Facebook Interakcje: 92 176</p>	<p>Panie premierze Donald Tusk, Oświadczył Pan dziś, że "weto prezydenta nie zatrzyma rządu, a zapowiedziane środki zostaną przekazane" i do realizacji unijnego SAFE ma dojść za pomocą... uchwały Rady Ministrów. To jednoznaczna zapowiedź BEZPRAWNEGO działania, za którą Pan premier będzie musiał ponieść odpowiedzialność polityczną i karną. Pana rząd chce ominąć weto prezydenta oraz brak zgody polskiego parlamentu, by zrealizować interesy (...)</p>	

KTO RZĄDZI NA TIKTOKU

W zestawieniu czołowych kont politycznych na TikToku 1. pozycję zajął **Sławomir Mentzen** z **Konfederacji** ze średnią 294 528 wyświetleń na film. Na 2. miejscu uplasował się **Donald Tusk** z **KO**. W pierwszej dwudziestce **KO** i **PiS** zajęły po siedem pozycji, zaś **Konfederacja** i **Nowa Lewica** po trzy.

TOP 20 KONT TIKTOK - ŚREDNIE WYŚWIETLENIA

Polityczne konta TikTok z najwyższą średnią liczbą wyświetleń na post w okresie 1–31 marca 2026.

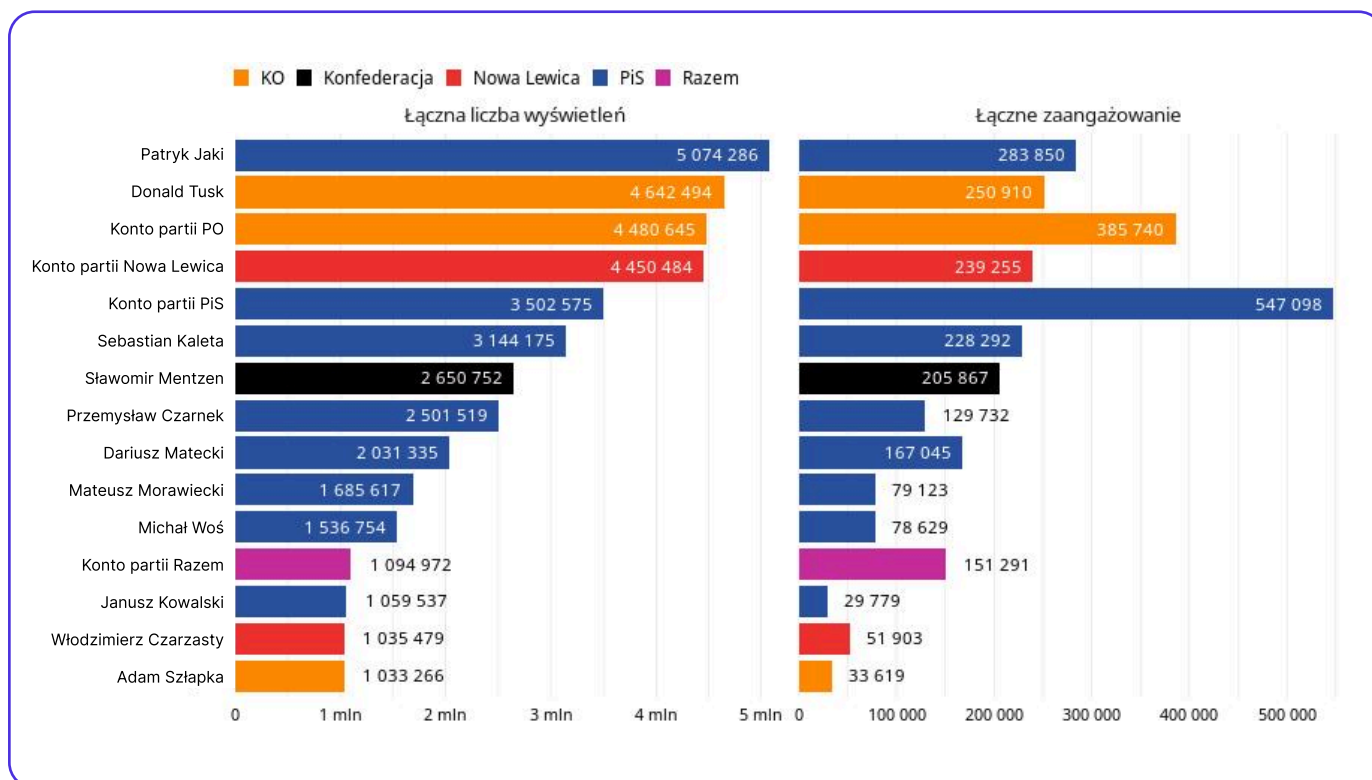


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 27 985 punktów danych.

Względem poprzedniego okresu **Radosław Sikorski** z **KO** spadł z 3. na 17. pozycję, a największy awans odnotował **Sebastian Kaleta** z **PiS** — z 20. na 9. miejsce. Ponadto z rankingu wypadł dotychczasowy lider, **Dominik Tarczyński** z **PiS**. W czołówce pojawili się **Ewa Zajączkowska-Hernik** oraz **Tomasz Buczek** z **Konfederacji**.

ŁĄCZNE ZAANGAŻOWANIE I WYŚWIETLENIA NA TIKTOKU

15 kont TikTok z największą liczbą wyświetleń i najwyższym łącznym zaangażowaniem w marcu 2026.



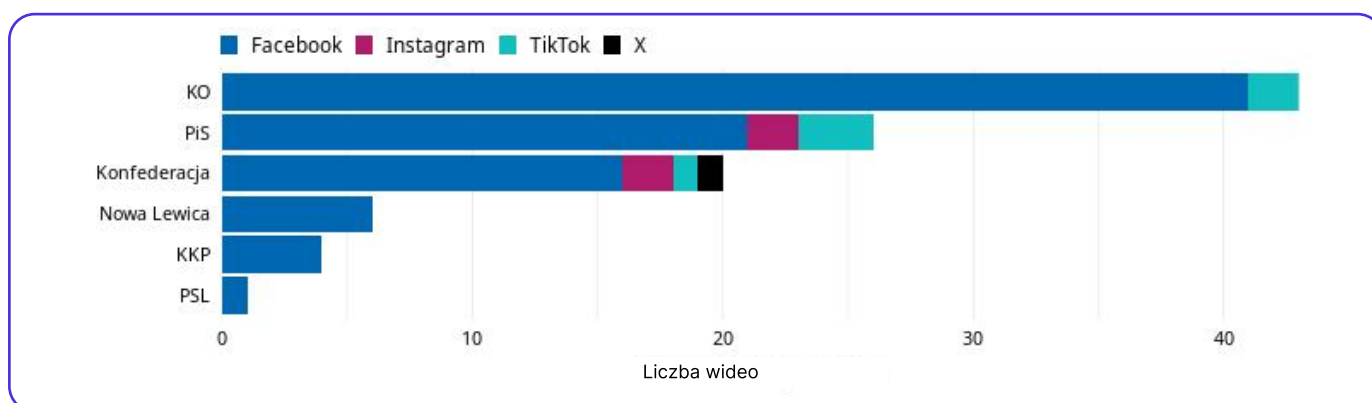
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 27 985 punktów danych.

CO LUDZIE MYŚLĄ O FILMIKACH





W rozkładzie top 100 wideo partii zaobserwować można istotne zmiany względem rankingu top 100 postów: na pierwszym miejscu znalazła się **Koalicja Obywatelska** (3. miejsce w top 100 postach), na drugim **PiS** (1. w postach), a na trzecim **Konfederacja** (2. w postach). Co szczególnie ciekawe, TikTok - platforma skupiona wyłącznie na treściach wideo - stanowi niewielki fragment najbardziej udanych przypadków tej formy komunikacji, a w rankingach zdecydowanie dominują wyniki osiągnięte na Facebooku.





TOP 100 WIDEO WEDŁUG PLATFORMY SPOŁECZNOŚCIOWEJ ORAZ PARTII



Rozkład top 100 wideo według platform i partii.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 80 530 punktów danych.

Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
<p>Konto partii Konfederacja</p> <p>Konfederacja Polubienia: 14 046 Wyświetlenia: 3 339 956 Platforma: Facebook Ton: Agresywny, konfrontacyjny.</p> <p>Narracja: Przedstawienie rzekomego ultimatum jako bezpośredniej groźby fizycznej; kreowanie ostrego kontrastu między standardami unijnymi a "republiką bananową".</p>	<p>Materiał opublikowany przez Konfederację przedstawia Wołodymyra Zelenskiego jako osobę stosującą mafijne groźby wobec Viktora Orbana, co ma dowodzić rzekomej bezczelności i niewdzięczności Kijowa. Przekaz służy podważeniu zasadności wsparcia finansowego dla Ukrainy. W sekcji komentarzy dominuje skrajnie wrogi odbiór postaci Zelenskiego - przeważają określenia obraźliwe oraz wyraźne poparcie dla blokującej pomoc postawy Węgier. Odbiorcy powielają antyukraińskie narracje, odwołują się do historycznych resentymentów i kategorycznie sprzeciwiają się dalszemu finansowaniu Kijowa z europejskich środków. Taka konstrukcja komunikatu może radykalizować dyskusję, wzmacniając nastroje izolacjonistyczne i antyunijne.</p>	
<p>Konto partii Konfederacja</p> <p>Konfederacja Polubienia: 44 655 Wyświetlenia: 3 242 096 Platforma: Facebook Ton: Triumfalny, polaryzujący.</p> <p>Narracja: Relacja na żywo z miejsca wydarzeń, budowanie ostrego kontrastu "my-oni" (sukces prawicy kontra niezadowolenie lewicy).</p>	<p>Nagranie Ewy Zajączkowskiej z Parlamentu Europejskiego to relacja triumfu po przegłosowaniu przepisów ułatwiających odsyłanie nielegalnych imigrantów. Przekaz Konfederacji opiera się na silnym kontraście emocjonalnym: radość prawicy zestawiono z rzekomym „jazgotem” i „wyciem” lewicy. Reakcje w komentarzach są w przeważającej mierze entuzjastyczne - odbiorcy masowo gratulują europosłance, często używając radykalnego języka wymierzonego w imigrantów i politycznych oponentów. Pojawiają się liczne głosy poparcia od zagranicznych użytkowników, co może wskazywać na rezonowanie tego przekazu w szerszym, europejskim kręgu środowisk prawicowych. Nieliczne głosy krytyczne zarzucają Konfederacji hipokryzję w kwestii polityki migracyjnej, mimo to ton dyskusji zdominowany jest przez poczucie politycznego zwycięstwa i aprobatę dla zaostrzania kursu wobec migracji.</p>	
<p>Sławomir Mentzen</p> <p>Konfederacja Polubienia: 11 026 Wyświetlenia: 3 160 131 Platforma: Facebook Ton: Satyryczny, krytyczny.</p> <p>Narracja: Implikowanie związku przyczynowo- skutkowego, ironia polityczna.</p>	<p>Nagranie Sławomira Mentzena to satyryczne uderzenie w PiS i KO w kontekście rosnących cen paliw, wywołanych sytuacją geopolityczną w Iranie. Zestawienie rosnących kwot na pylonie stacji benzynowej z dźwiękiem skandowania nazwiska Donalda Tuska oraz tekstem wyśmiewającym PiS za poparcie dla Donalda Trumpa wywołało silnie negatywne reakcje odbiorców. Komentujący zarzucają politykowi Konfederacji hipokryzję, populizm i sprzyjanie obozowi rządzącemu, często określając go mianem chorągiewki. Część użytkowników zauważa, że ceny surowców zależą od globalnych rynków i działań USA, a nie od polskich partii politycznych. Przekaz wideo, choć zaprojektowany jako wiralowy komentarz do inflacji, spotkał się z oporem odbiorców, którzy krytykują lidera za brak powagi i niespójność narracyjną.</p>	
<p>Grzegorz Braun</p> <p>KKP Polubienia: 52 907 Wyświetlenia: 2 687 388 Platforma: Facebook Ton: Bezkompromisowy, buntowniczy.</p> <p>Narracja: Przeformułowanie zarzutów prawnych w akt obrony narodowej, bagatelizowanie własnego czynu poprzez grę słów.</p>	<p>Nagranie broni kontrowersyjnego czynu zgaszenia świec chanukowych przez Grzegorza Brauna, przedstawiając go jako akt ochrony polskiej tożsamości narodowej. Wideo ukazuje polityka w sali sądowej, gdzie bezkompromisowo przeformułowuje stawiane mu zarzuty, twierdząc, że jedynie „zgasił” świece, a nie przeszkodził w ich zapaleniu. Odbiorcy szeroko wychwytyują wizualny kontrast między pewnym siebie mówcą a postawami sędziów. Komentarze wykazują silne poparcie dla polityka, często łącząc nacjonalistyczną retorykę z otwartą niechęcią wobec symboli religijnych mniejszości w przestrzeni publicznej. Przekaz mobilizuje skrajnie prawicowy elektorat, budując wizerunek Grzegorza Brauna jako osamotnionego obrońcy tradycji.</p>	

Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
<p>Patryk Jaki</p> <p>PiS Polubienia: 135 433 Wyświetlenia: 2 444 506 Platforma: Facebook Ton: Oskarżycielski, alarmistyczny.</p> <p>Narracja: Polaryzacja "my kontra oni", demaskowanie rzekomych ukrytych motywów.</p>	<p>Przekaz Patryka Jakiego przedstawia unijny program SAFE jako narzędzie niemieckiej dominacji i szantażu politycznego wobec Polski, uderzając jednocześnie w Donalda Tuska. W narracji polityka PiS obecny premier ulega zagranicznym naciskom, co ma zagrażać polskiej suwerenności militarnej. W komentarzach dominuje silna polaryzacja oraz negatywne emocje - gniew oraz obawa przed utratą niezależności. Odbiorcy masowo popierają apel o prezydenckie weto wobec programu, wyrażając jednocześnie poparcie dla rozwiązań proponowanych przez Karola Nawrockiego. Dynamiczny montaż i bezpośredni zwrot do widza potęgują poczucie pilności, mobilizując eurosceptyczny i antyrządowy elektorat do wyrażania sprzeciwu wobec polityki KO.</p>	
<p>Patryk Jaki</p> <p>PiS Polubienia: 63 646 Wyświetlenia: 2 241 439 Platforma: Facebook Ton: Oskarżycielski, krytyczny.</p> <p>Narracja: Zestawienie obietnic z rzeczywistością (kontrast), bezpośredni atak personalny.</p>	<p>Nagranie uderza w wiarygodność Donalda Tuska, zestawiając jego dawne obietnice dotyczące cen paliw z obecną sytuacją na stacjach benzynowych. Materiał opiera się na technice kontrastu - archiwalne wypowiedzi polityka KO i dynamiczne napisy wzmocniają oskarżycielski ton przekazu. W komentarzach dominuje silna polaryzacja i negatywne emocje. Znaczna część odbiorców powiela narrację twórcy, określając premiera mianem oszusta i wyrażając frustrację wysokimi kosztami życia. Jednocześnie widoczną jest grupa użytkowników krytykujących samego Patryka Jakiego i PiS, wskazując na globalne uwarunkowania makroekonomiczne i geopolityczne, w tym działania polityków zagranicznych. Dyskusja jest ostra i obfituje w inwektywy, co ukazuje głębokie podziały wokół bieżących tematów gospodarczych.</p>	
<p>Dominik Tarczyński</p> <p>PiS Polubienia: 20 358 Wyświetlenia: 2 217 030 Platforma: Instagram Ton: Asertywny, konfrontacyjny.</p> <p>Narracja: Sarkazm, powtórzenia, pytania retoryczne.</p>	<p>Nagranie Dominika Tarczyńskiego prezentuje bezkompromisowe stanowisko wobec unijnej polityki migracyjnej. Komentujący masowo popierają retorykę europolsia PiS, wyrażając podziw dla poziomu bezpieczeństwa w Polsce. Wypowiedź, oparta na sarkazmie i kategorycznym łączeniu migracji z zagrożeniem terrorystycznym, rezonuje nie tylko z polskimi użytkownikami - liczne głosy poparcia z zagranicy mogą wskazywać na zainteresowanie międzynarodowej publiczności. Dynamiczne napisy i podkład muzyczny charakterystyczny dla formatów wiralowych wzmocniają asertywny przekaz. Taka konstrukcja materiału mobilizuje środowiska eurosceptyczne i prawicowe, konsolidując wokół polityka społeczność przeciwną przyjmowaniu migrantów.</p>	
<p>Maciej Wąsik</p> <p>PiS Polubienia: 5 361 Wyświetlenia: 2 104 153 Platforma: Facebook Ton: Agresywny, sarkastyczny.</p> <p>Narracja: Ironiczne odwrócenie obietnicy wyborczej, bezpośredni zwrot do oponenta.</p>	<p>Nagranie Macieja Wąsika uderza w wiarygodność Donalda Tuska, wykorzystując motyw niespełnionych obietnic wyborczych dotyczących cen paliw. Materiał zestawia archiwalną, emocjonalną wypowiedź lidera KO z ironicznym komentarzem sugerującym, że premier „dotrzymał słowa”, doprowadzając do drastycznych podwyżek. Agresywny i sarkastyczny ton wzmocniają duże, czerwono-białe napisy na ekranie, które skupiają uwagę odbiorcy na kluczowych frazach i ułatwiają odbiór w przestrzeni mobilnej. W komentarzach dominuje skrajnie negatywny odbiór postaci premiera - przeważają oskarżenia o kłamstwo i oszustwo, a komentujący masowo przypominają niespełnioną obietnicę paliwa po 5,19 zł. Technika ironicznego odwrócenia narracji rezonuje z frustracją wyborców PiS i osób odczuwających skutki inflacji, co napędza wiralność materiału.</p>	

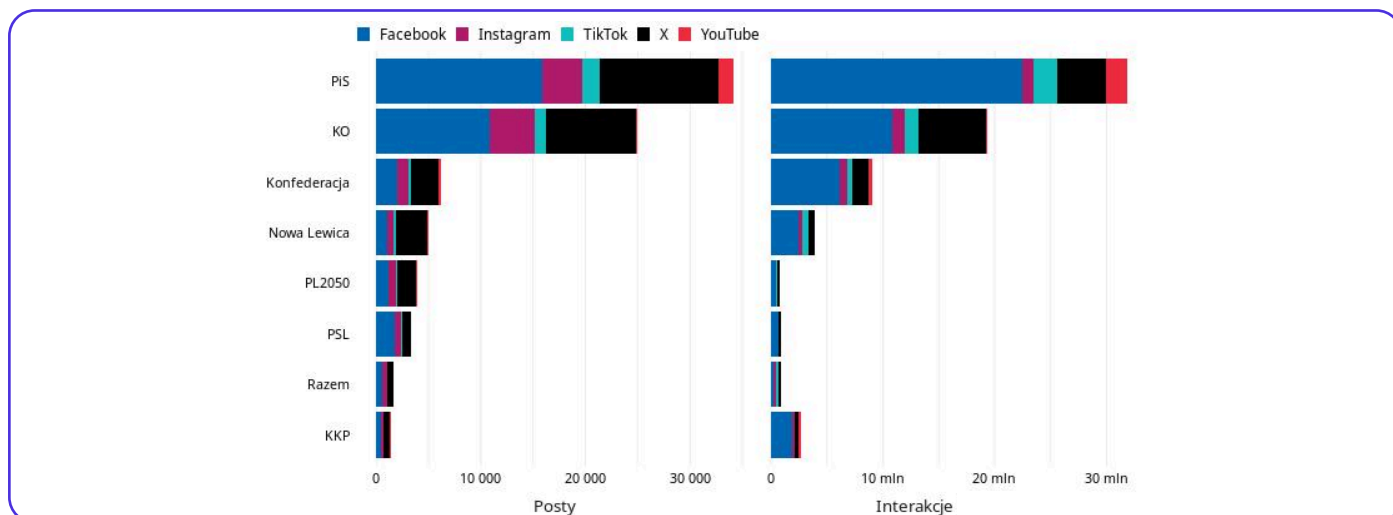
Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
<p>Konrad Berkowicz</p> <p>Konfederacja Polubienia: 76 961 Wyświetlenia: 2 100 921 Platforma: Facebook Ton: Krytyczny, prowokacyjny.</p> <p>Narracja: Pytania retoryczne, kontrowersyjne porównania historyczne.</p>	<p>Materiał Konrada Berkowicza z Konfederacji to ostra krytyka polskiej polityki zbrojeniowej i pomocy militarnej dla Ukrainy. Wideo kwestionuje sensowność oddawania sprzętu wojskowego i jednoczesnego zadłużania państwa na nowe uzbrojenie. Narracja rezonuje z odbiorcami o poglądach nacjonalistycznych - w komentarzach dominują głosy poparcia dla antyestablishmentowej postawy. Pojawiają się tam również merytoryczne kontrargumenty wskazujące, że przekazany sprzęt był przestarzały. Twórca wykorzystuje prowokacyjne zestawienia historyczne, uderzając w rzekomą hipokryzję na arenie międzynarodowej. Konstrukcja przekazu, oparta na retorycznych pytaniach i bezpośrednim zwrocie do widza, polaryzuje dyskusję wokół tematów suwerenności gospodarczej i bezpieczeństwa narodowego.</p>	
<p>Krzysztof Brejza</p> <p>KO Polubienia: 7 438 Wyświetlenia: 2 067 852 Platforma: Facebook Ton: Agresywny, konfrontacyjny.</p> <p>Narracja: Rozpoczęcie in media res, bezpośredni atak na oponenta.</p>	<p>Nagranie Krzysztofa Brejzy z KO ukazuje Karola Nawrockiego jako osobę agresywną i pozbawioną kontroli. Wpis wprost zarzuca mu „bandyckie obyczaje” i „knajacki język”. Wizualnie przekaz wzmacniają jaskrawe, czerwono-czarne napisy oraz kadr, na którym polityk grozi palcem. Reakcje w komentarzach są silnie spolaryzowane. Znaczna część odbiorców krytykuje zachowanie Karola Nawrockiego, określając je mianem „wstydu” i przyrównując do postawy „kibola” czy „gangusa”. Z drugiej strony część komentujących chwali stanowczość polityka wobec dziennikarza, co może wskazywać na poparcie dla konfrontacyjnej retoryki wśród twardego elektoratu.</p>	

MAPA PARTII

Prawo i Sprawiedliwość pozostaje liderem zarówno pod względem całkowitej liczby publikowanych postów, wygenerowanych interakcji, jak i liczby obserwujących, budując swoje zasięgi głównie na Facebooku. **Koalicja Obywatelska** publikuje zauważalnie rzadziej od **PiS**, jednak generuje bardzo wysoki i proporcjonalnie skuteczniejszy poziom interakcji. **KO** notuje również najbardziej dynamiczne przyrosty nowych obserwujących – szczególnie na platformie X (+6,3%) oraz TikToku (+3,2%). **Konfederacja** utrzymuje stabilną, trzecią pozycję w ujęciu całościowym, opierając bazę fanów w dużej mierze na Facebooku, X i YouTube. Pozostałe ugrupowania (**PL2050**, **Nowa Lewica**, **PSL**, **Razem**, **KKP**) notują znacznie mniejsze wolumeny zasięgów i interakcji.

LICZBA POSTÓW I INTERAKCJI PARTII

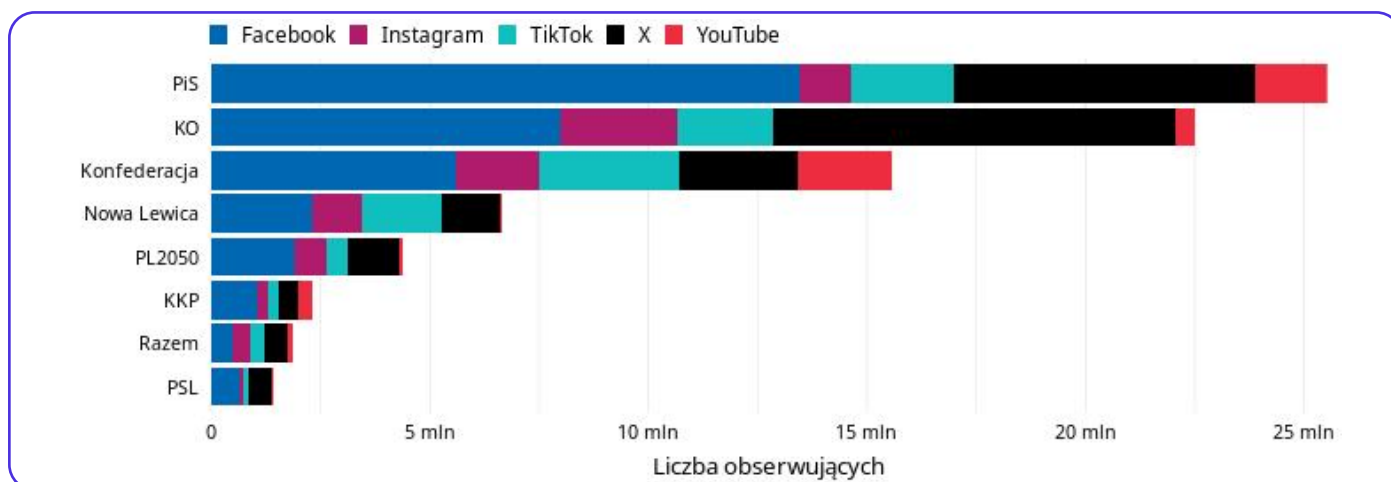
Na podstawie postów z kont partyjnych 1–31 marca 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 80 680 punktów danych.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH PARTII

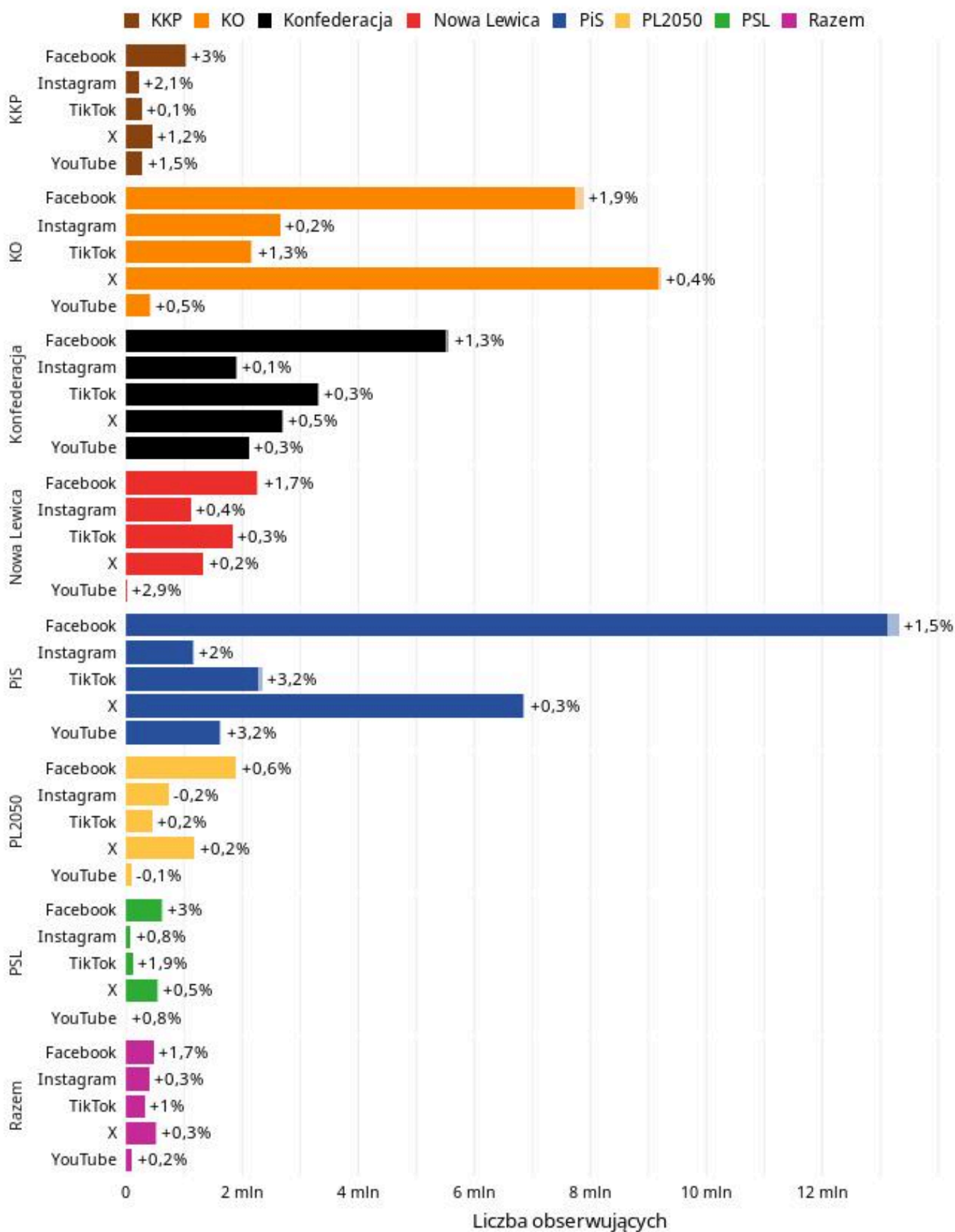
Liczba obserwujących profile partii według platform — stan na 31 marca 2026 r.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 697 punktów danych.

ZMIANA LICZBY OBSERWUJĄCYCH WEDŁUG PARTII I PLATFORMY

Zmiana liczby obserwujących według partii i platformy w marcu 2026. Ciemniejsze słupki pokazują stan z poprzedniego okresu, jaśniejsze – obecne wartości; jasny fragment wystający ponad ciemny wskazuje liczbę dodanych obserwujących w bieżącym okresie. Po prawej widać zmianę procentową.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 697 punktów danych.

OBECNOŚĆ I AKTYWNOŚĆ POLITYKÓW NA PLATFORMACH

Facebook pozostaje głównym i najbardziej powszechnym kanałem komunikacji. Na platformie X najchętniej publikują przedstawiciele **KKP** (100% aktywnych kont), **Razem** (77,3%) oraz **KO** (67,7%). Z kolei na Instagramie absolutnym liderem aktywności jest partia **Razem** (95,5%), co wyraźnie kontrastuje z bardzo niskim zaangażowaniem po stronie **PiS** (26,1%) i **PSL** (25,9%). YouTube marginalizuje się jako kanał bieżącej komunikacji dla większości formacji (np. aktywność w **KO** wynosi zaledwie 5,1%), jednak wciąż stanowi kluczowe i aktywne narzędzie przekazu dla polityków **KKP** (40%) i **Konfederacji** (27,5%).

UDZIAŁ KONT POLITYCZNYCH Z KONTEM NA PLATFORMIE (1) I AKTYWNOŚCIĄ W OSTATNIM MIESIĄCU WEDŁUG PLATFORMY I PARTII

KKP	100%	80%	60%	100%	40%
KO	99,6%	75,6%	54,3%	83,9%	24,8%
Konfederacja	100%	65%	60%	70%	47,5%
Nowa Lewica	100%	74%	38%	70%	12%
PiS	98,4%	55,3%	44,7%	86%	27,6%
PL2050	98,2%	90,9%	50,9%	89,1%	16,4%
PSL	100%	60,3%	36,2%	75,9%	20,7%
Razem	100%	100%	31,8%	90,9%	22,7%
	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube

Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 80 680 punktów danych.

KKP	100%	60%	60%	100%	40%
KO	92,1%	61,4%	36,2%	67,7%	5,1%
Konfederacja	70%	47,5%	47,5%	57,5%	27,5%
Nowa Lewica	86%	54%	26%	46%	4%
PiS	84,8%	26,1%	29,2%	65%	14%
PL2050	96,4%	54,5%	32,7%	52,7%	7,3%
PSL	91,4%	25,9%	25,9%	41,4%	3,4%
Razem	100%	95,5%	22,7%	77,3%	13,6%
	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube

Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 80 680 punktów danych.

UDZIAŁ KONT POLITYCZNYCH WEDŁUG PARTII POSIADAJĄCYCH KONTO NA DANEJ PLATFORMIE SPOŁECZNOŚCIOWEJ.

Intensywność koloru pokazuje procentowy udział.

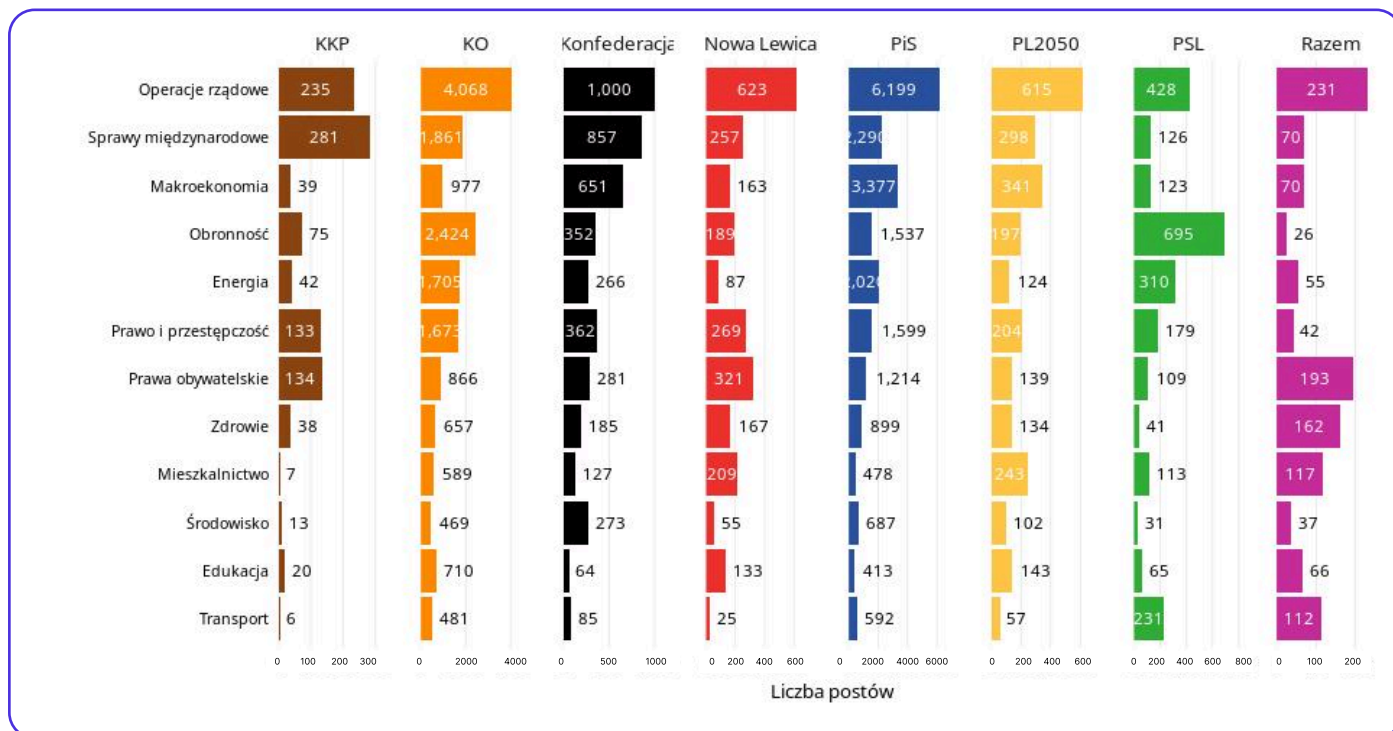
UDZIAŁ KONT POLITYCZNYCH DANEJ PARTII PUBLIKUJĄCYCH PRZYNAJMNIEJ RAZ W MIESIĄCU.

Intensywność koloru wskazuje procentowy udział.

JAKIE TEMATY SĄ POPULARNE

Analiza najbardziej popularnych tematów pokazuje kilka widocznych trendów. Po pierwsze, w marcu zdecydowanie wzrosła popularność kwestii energetycznych w komunikacji właściwie wszystkich partii - zdaje się, że jedną z tego przyczyn jest obecny kryzys w Iranie i zawirowania na rynku surowców. Z tego samego względu dużo większą popularnością cieszyły się w ogóle kwestie gospodarcze, spadło za to zainteresowanie rolnictwem.

NA CZYM SKUPIAJĄ SIĘ PARTIE



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 697 punktów danych.

ZMIANY POPULARNOŚCI TEMATÓW: LICZBA POSTÓW I INTERAKCJI

Ewolucja liczby postów i interakcji dla czterech tematów z największymi zmianami. Linie łączą te same kombinacje partia-temat.

