



BAROMETR SIECI

/ czerwiec
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:

- W czerwcu na 1. pozycji w rankingu zaangażowania uplasował się poseł **Dariusz Matecki** z **PiS**, który osiągnął 2,9 mln reakcji. Na kolejnych miejscach znaleźli się **Ewa Zajączkowska-Hernik** z **Konfederacji** oraz **Dominik Tarczyński**, natomiast **Donald Tusk** z **KO** zanotował spadek na 5. pozycję. **Dominik Tarczyński** wyróżnił się również największym przyrostem obserwujących, przyciągając ponad 120 000 nowych użytkowników w skali miesiąca.
- Na TikToku znaczący wzrost odnotowała **Agnieszka Dziemianowicz-Bąk** z **Nowej Lewicy**, osiągając najwyższą średnią liczbę wyświetleń, 319 471 na post. Szczególnie popularne okazały się też treści **Michała Kołodziejczaka** z **KO**.
- Jednym z najistotniejszych tematów była afera w warszawskim Szpitalu Południowym, podejmowana przez polityków i polityczki z wszystkich partii. **PiS** oraz **Konfederacja** wykorzystały ją do uderzenia w **Rafała Trzaskowskiego**.
- Tematyka międzynarodowa została zdominowana przez kwestię odebrania Orderu Orła Białego prezydentowi Ukrainy przez **Karola Nawrockiego**. Spotkało się to z aprobatą środowisk **PiS**, **Konfederacji** oraz **KKP**.

O DANYCH

Analiza obejmuje aktywność w mediach społecznościowych w okresie od 1 do 30 czerwca 2026 roku. Korpus zebranego materiału liczy dokładnie 63 830 postów opublikowanych w tym czasie; treści udostępnione poza tym przedziałem nie były uwzględniane. Przeanalizowano aktywność 746 aktorów politycznych, którzy do dystrybucji swoich komunikatów wykorzystywali łącznie 2 420 kont.

W badaniu uwzględniono treści ośmiu partii politycznych: **Koalicji Obywatelskiej (KO)**, **Prawa i Sprawiedliwości (PiS)**, **Polskiego Stronnictwa Ludowego (PSL)** oraz **Polski 2050 (PL2050)**, **Konfederacji**, **Nowej Lewicy**, **Razem** oraz **KKP**. Obserwacją objęto pięć platform społecznościowych, na których prowadzona jest komunikacja polityczna: Facebook, Instagram, TikTok, X oraz YouTube.

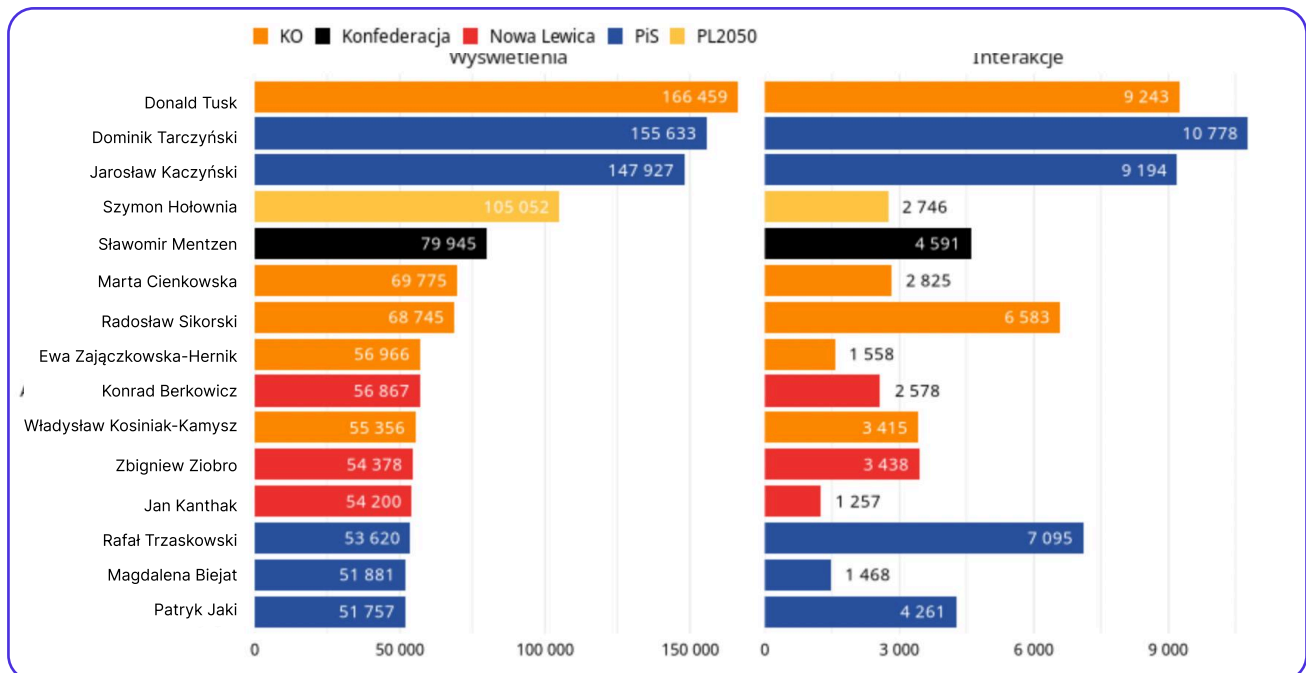
LIDERZY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

W minionym miesiącu najwyższą średnią liczbą wyświetleń na post cieszył się premier **Donald Tusk**, na drugim i trzecim miejscu znaleźli się za to **Dominik Tarczyński** i **Jarosław Kaczyński** z **PiS-u**. Co ciekawe, posty **Tarczyńskiego** były także najbardziej angażujące. Średnio na jeden wpis dostawał on bowiem ponad 10 tysięcy reakcji (rozumianych tu jako polubienia, komentarze oraz dalsze udostępnienia).

W rankingu znalazło się też aż troje polityków i polityczek **Lewicy**: **Agnieszka Dziemianowicz-Bąk**, **Robert Biedroń** i **Magdalena Biejat**. Jednocześnie, w odróżnieniu od poprzednich miesięcy, widać tu wyłącznie jednego posła **Konfederacji**, czyli **Sławomira Mentzena**.

ŚREDNIE WYŚWIETLENIA I ZAANGAŻOWANIE

Ranking 15 kont polityków według najwyższej średniej liczby wyświetleń na post w czerwcu 2026 roku, wraz z odpowiadającą im średnią liczbą interakcji na post.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

Ranking najbardziej angażujących kont politycznych odróżnia się od poprzedniej listy metodologią. Średnie wyświetlenia i zaangażowanie pokazują bowiem, ile otrzymano w sumie reakcji na wpisy, niezależnie od ich liczby.



W przypadku poniższego rankingu liczymy zaangażowanie łącznie, dodając liczby dotyczące każdego opublikowanego wpisu. Z tego względu na pierwszym miejscu w rankingu znalazł się **Dariusz Matecki** z **PiS**, choć średnie zaangażowanie pod jego wpisami wynosi jedynie 1491. W czerwcu opublikował on jednak prawie 2000 postów, łącznie generując zaangażowanie niemal 3 miliony razy.

W rankingu znalazła się wysoko także **Ewa Zajączkowska-Hernik**. Nie widać jej na poprzednim wykresie, na którym dane uporządkowane są według średnich wyświetleń, jednak średnie zaangażowanie na post wynosiło u niej aż 12 tysięcy.

50 NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCYCH KONT POLITYCZNYCH

Tabela z rankingiem najskuteczniejszych 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 ↑	5	2,9 mln	Dariusz Matecki	PiS	1 491 ↑	1 968 ↑
2 ↑	4	2,2 mln	Ewa Zajączkowska-Hernik	Konfederacja	12 301 ↓	180 ↑
3 ↔	3	2,0 mln	Dominik Tarczyński	PiS	10 778 ↓	181 ↓
4 ↓	2	1,9 mln	Patryk Jaki	PiS	4 261 ↓	452 ↑
5 ↓	1	1,7 mln	Donald Tusk	KO	9 243 ↓	184 ↓
6 ↑	9	1,5 mln	Mateusz Morawiecki	PiS	3 849 ↑	395 ↓
7 ↑	8	1,5 mln	Stawomir Mentzen	Konfederacja	4 591 ↑	323 ↓
8 ↑	10	1,3 mln	Janusz Kowalski	PiS	3 237 ↑	416 ↓
9 ↓	7	1,3 mln	Konrad Berkowicz	Konfederacja	5 305 ↑	244 ↓
10 ↑	15	1,1 mln	Jadwiga Wiśniewska	PiS	4 084 ↑	264 ↑
11 ↓	6	1,0 mln	Sebastian Kaleta	PiS	3 173 ↓	330 ↑
12 ↑	17	844 085	Roman Giertych	KO	1 811 ↓	466 ↑
13 ↑	19	841 911	Krzysztof Bosak	Konfederacja	2 048 ↑	411 ↑
14 ↓	12	725 995	Włodzimierz Skalik	KKP	3 490 ↓	208 ↓
15 ↑	20	701 424	Michał Woś	PiS	2 806 ↑	250 ↓
16 ↓	11	672 731	Radosław Sikorski	KO	3 415 ↑	197 ↓
17 ↓	13	600 074	Marek Jakubiak	PiS	3 279 ↓	183 ↓
18 ↓	16	589 551	Mariusz Kałużny	PiS	3 087 ↓	191 ↑
19 ↓	14	535 386	Grzegorz Braun	KKP	1 608 ↓	333 ↑
20 ↑	26	526 345	Jacek Ozdoba	PiS	1 336 ↑	394 ↑
21 ↔	21	488 797	Rafał Trzaskowski	KO	2 825 ↑	173 ↓
22 ↑	27	421 162	Adrian Zandberg	Razem	2 252 ↑	187 ↑
23 ↑	31	401 301	Krzysztof Brejza	KO	619 ↑	648 ↑
24 ↓	22	387 722	Marcin Kierwiński	KO	1 812 ↑	214 ↓
25 ↑	39	381 229	Małgorzata Niemczyk	KO	2 508 ↑	152 ↑
26 ↓	18	379 740	Włodzimierz Czarzasty	Nowa Lewica	3 421 ↓	111 ↓
27 ↑	30	368 778	Przemysław Czarnek	PiS	1 941 ↑	190 ↑
28 ↑	47	341 747	Janusz Cieszyński	PiS	976 ↑	350 ↑
29 ↑	33	337 748	Dariusz Joński	KO	923 ↑	366 ↓
30 ↑	38	312 877	Robert Biedroń	Nowa Lewica	3 438 ↑	91 ↓
31 ↑	46	284 323	Bartłomiej Pejo	Konfederacja	600 ↑	474 ↑
32 ↓	24	265 853	Cezary Tomczyk	KO	1 429 ↓	186 ↑
33 ↓	28	265 254	Adam Sziłpka	KO	1 346 ↑	197 ↓
34 ↓	29	262 232	Władysław Kosiniak-Kamysz	PSL	1 834 ↑	143 ↓
35 ↑	153	249 257	Michał Kołodziejczak	KO	1 558 ↑	160 ↑
36 ↑	40	243 963	Bartosz Ariukowicz	KO	1 418 ↑	172 ↑
37 ↑	94	241 661	Maciej Wąsik	PiS	1 272 ↑	190 ↑
38 ↑	42	237 302	Piotr Müller	PiS	432 ↑	549 ↑
39 ↑	65	237 138	Michał Dworczyk	PiS	1 151 ↑	206 ↓
40 ↑	44	233 406	Kamila Gasiuk-Pinowicz	KO	1 381 ↑	169 ↑

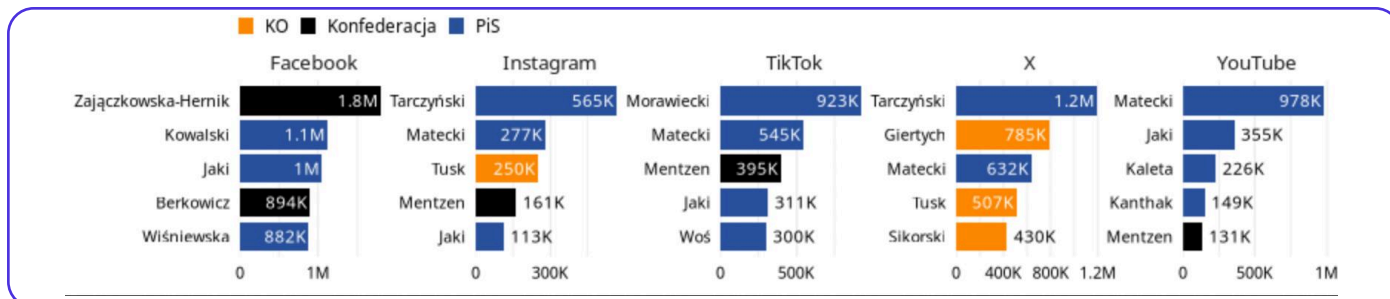
Miejsce	Wcześniej	Zaangażowanie łącznie	Profil	Partia	Średnie zaangażowanie na post	Liczba postów
41 ↑	52	222 605	Ryszard Wiik	Konfederacja	1 203 ↓	185 ↑
42 ↑	43	220 980	Dariusz Stefaniuk	PiS	1 315 ↑	168 ↓
43 ↓	34	216 577	Anna Krupka	PiS	1 224 ↓	177 ↑
44 ↑	120	215 376	Mirosława Nykiel	KO	1 363 ↑	158 ↑
45 ↑	50	203 220	Krzysztof Mulawa	Konfederacja	1 262 ↑	161 ↓
46 ↑	127	202 138	Piotr Uruski	PiS	1 555 ↑	130 ↑
47 ↓	25	198 414	Maciej Matecki	PiS	1 854 ↓	107 ↑
48 ↓	32	194 483	Daniel Obajtek	PiS	653 ↓	298 ↓
49 ↑	61	192 180	Marcin Józefaciuk	KO	144 ↑	1 331 ↑
50 ↑	54	189 729	Tomasz Treła	Nowa Lewica	968 ↑	196 ↓

Jeśli chodzi o najbardziej angażujące konta polityków według platform, w minionym miesiącu najbardziej odznaczyły się trzy postacie. Po pierwsze, **Dominik Tarczyński** (lider poprzednich rankingów) cieszył się największym zaangażowaniem na aż trzech platformach: Instagramie, TikToku i X. **Ewa Zajączkowska-Hernik** uzyskała bardzo wysokie wyniki na Facebooku, co może świadczyć o tym, że obecnie kieruje swój przekaz do innych grup wiekowych niż na początku swojej kariery, gdy skupiała się przede wszystkim na X i TikToku.

YouTube, który często bywa ignorowany w strategiach komunikacji polityków, został natomiast zdominowany przez **Dariusza Mateckiego**, który zyskiwał tam średnio 978 tysięcy reakcji na film.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE KONTA WEDŁUG PLATFORM

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

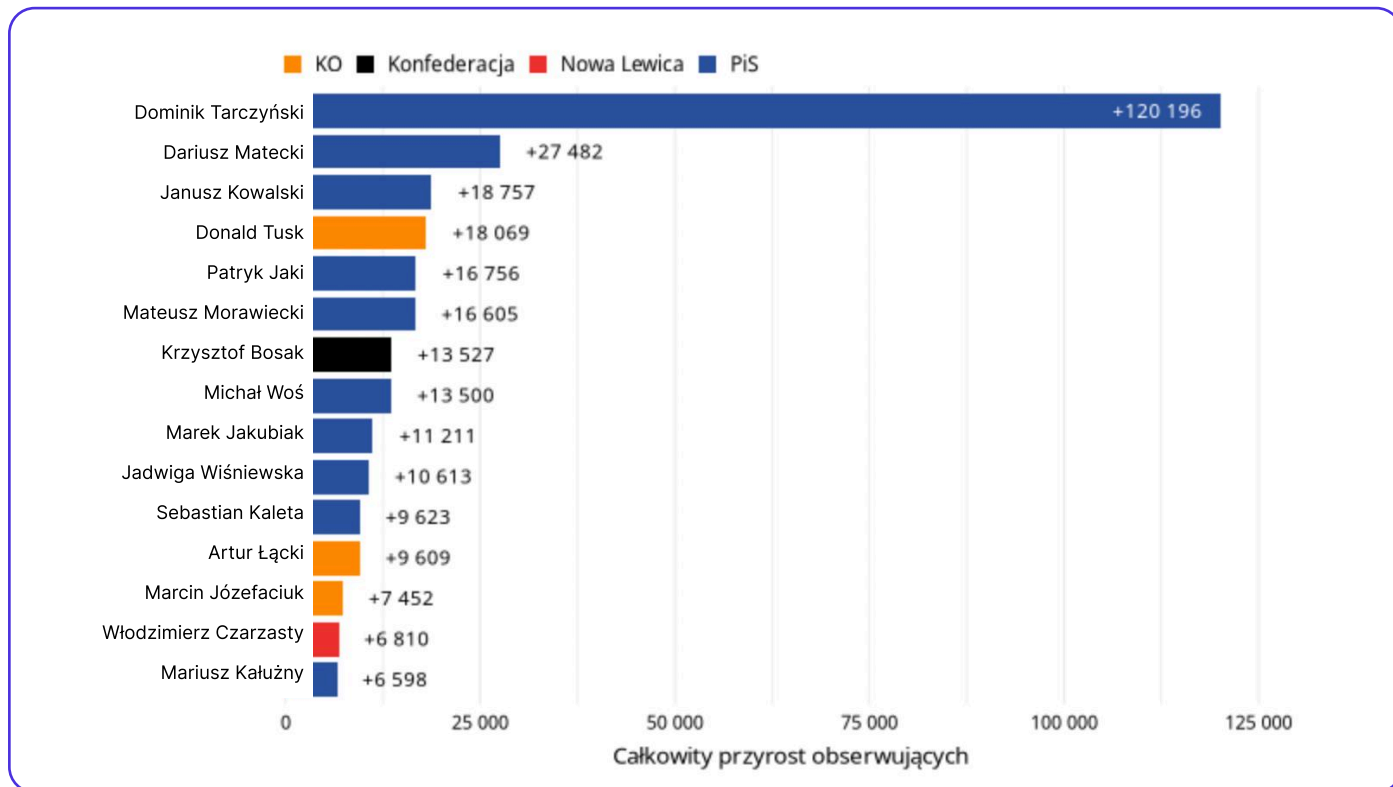


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

Zmiana liczba obserwujących w czerwcu wynika jasno z pozostałych analizowanych danych - intensywna aktywność w sieci popłaca. Liderem rankingu jest bowiem **Dominik Tarczyński**, który w czerwcu opublikował wiele wysoce angażujących treści; na drugim miejscu znalazł się za to **Dariusz Matecki**, lider czerwcowej aktywności na YouTube.

ZMIANA LICZBY OBSERWUJĄCYCH

Wykres przedstawia ranking 15 polityków o największym przyroście obserwujących w czerwcu 2026.



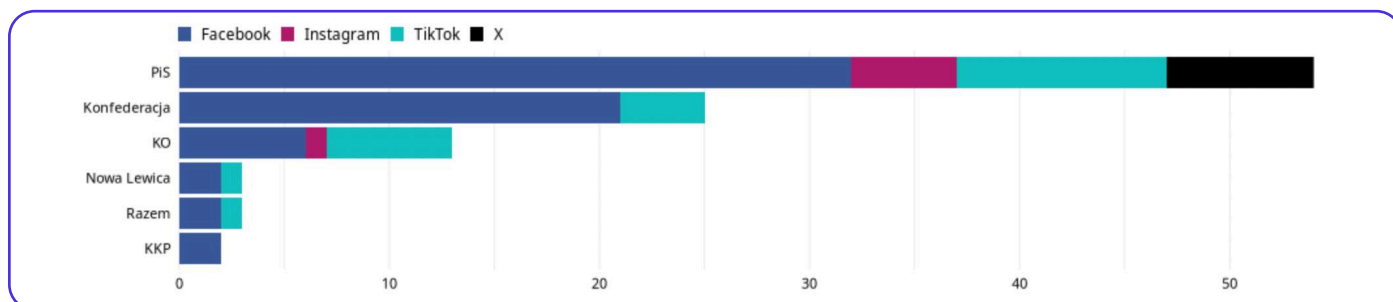
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY

W ubiegłym miesiącu spośród top 100 najbardziej angażujących postów opublikowanych przez obserwowane konta polityków, polityczek i partii politycznych, ponad 50 procent udostępnionych zostało przez profile związane z **Prawem i Sprawiedliwością**. Jak widać w tabeli poniżej, część z nich to wpisy **Mateusza Morawieckiego**, część oficjalnego konta **PiS**, a część - lidera poprzednich rankingów, **Dominika Tarczyńskiego**.

TOP 100 POSTÓW WEDŁUG PLATFORMY I PARTII

Rozkład top 100 postów według platform i partii.

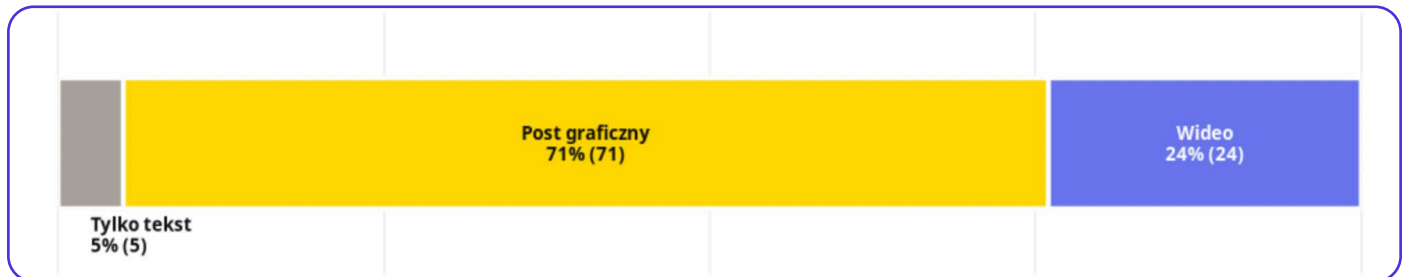


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.



MIKS FORMATÓW W TOP 100 POSTÓW

Udział 100 najbardziej angażujących postów według formatu treści.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY ZE WSZYSTKICH PLATFORM

Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 27.06.2026 Partia: PiS Mateusz Morawiecki, TikTok Interakcje: 513 701	Nawadniajcie się! ✱ Lampa jak... Słońce Peru 🤔	
Data: 13.06.2026 Partia: PiS Mateusz Morawiecki, TikTok Interakcje: 280 348	Wiecie jak wygląda niszczyciel Polski...? 🤔	
Data: 14.06.2026 Partia: PiS Michał Woś, TikTok Interakcje: 213 534	Dzieci są mądre. Nie zgadzają się na ideologię :)	



Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 10.06.2026 Partia: PiS Konto partii PiS, TikTok Interakcje: 204 192	Czy ktoś mnie słyszy... #tusk #kłamca #gosia #passa #dlaciebie♥	
Data: 26.06.2026 Partia: PiS Dominik Tarczyński, Instagram Interakcje: 190 485	We are all „Citizen Vigilante” today! Be Like Poland!	
Data: 09.06.2026 Partia: PiS Dominik Tarczyński, X Interakcje: 140 772	Europe 2026 in two pictures. Mass deportations NOW!	
Data: 01.06.2026 Partia: KO Konto partii PO, TikTok Interakcje: 132 523	on to serio powiedział?	



Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 22.06.2026 Partia: PiS Janusz Kowalski, Facebook Interakcje: 131 180	Ukraińscy politycy wciąż chronią ideologię banderowską! 🇵🇸 Sprzeciwiam się wzmacnianiu mniejszości ukraińskiej w Polsce. Projekt ustawy zgłoszony przeze mnie i posłów Konfederacja odbierający Ukraińcom i Niemcom w Polsce przywilej wyborczy do Sejmu RP powinien być pilnie przyjęty.	
Data: 22.06.2026 Partia: PiS Dominik Tarczyński, Instagram Interakcje: 115 996	🇵🇸 Polish member of the European Parliament Dominik Tarczyński commented on Keir Starmer's resignation by writing, "See you in court, loser!" This comes after the UK banned MEP Tarczyński and many other right-wing figures from entering the country over their opinions and views. Earlier this year, MEP Tarczyński and other right-wing figures like Eva Vlaardingerbroek took legal action against Keir Starmer for making defamatory statements, such (...)	
Data: 26.06.2026 Partia: Nowa Lewica Agnieszka Dziemianowicz-Bąk, TikTok Interakcje: 105 357	Obejrzyj, udostępnij, wyślij znajomym. Dbajcie o swoje bezpieczeństwo i znajcie swoje prawa podczas upałów! 🔥	

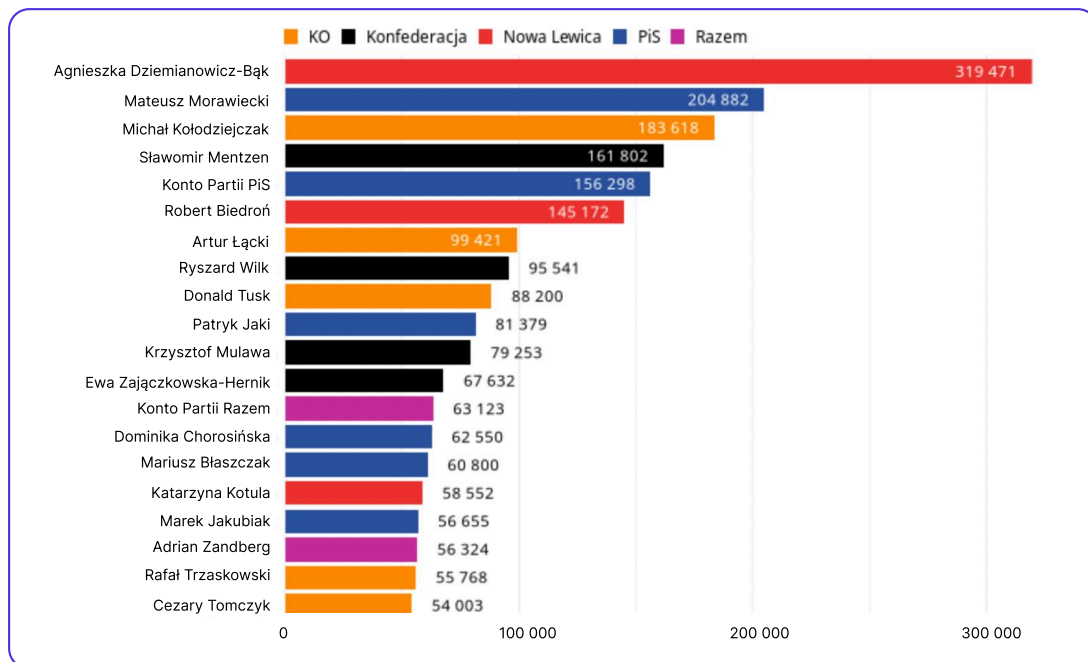
KTO RZĄDZI NA TIKTOKU

W czerwcu 2026 roku na czele zestawienia kont politycznych na platformie TikTok znalazła się **Agnieszka Dziemianowicz-Bąk** reprezentująca **Nową Lewicę**, osiągając średnio 319 471 wyświetleń. Na kolejnej pozycji uplasował się **Mateusz Morawiecki** z **PiS**, którego materiały notowały średnio 204 882 wyświetlenia. W czołówce rankingu najliczniejszą reprezentację utrzymało **PiS**, a tuż za nim pod względem liczby profili znalazły się **KO** oraz **Konfederacja**. Stawkę uzupełniają politycy reprezentujący takie ugrupowania jak **Nowa Lewica** oraz **Razem**, co może wskazywać na rosnącą dywersyfikację przekazu politycznego na tym kanale.



TOP 20 KONT TIKTOK - ŚREDNIE WYŚWIETLENIA

Polityczne konta TikTok z najwyższą średnią liczbą wyświetleń na post w okresie 1–30 czerwca 2026.

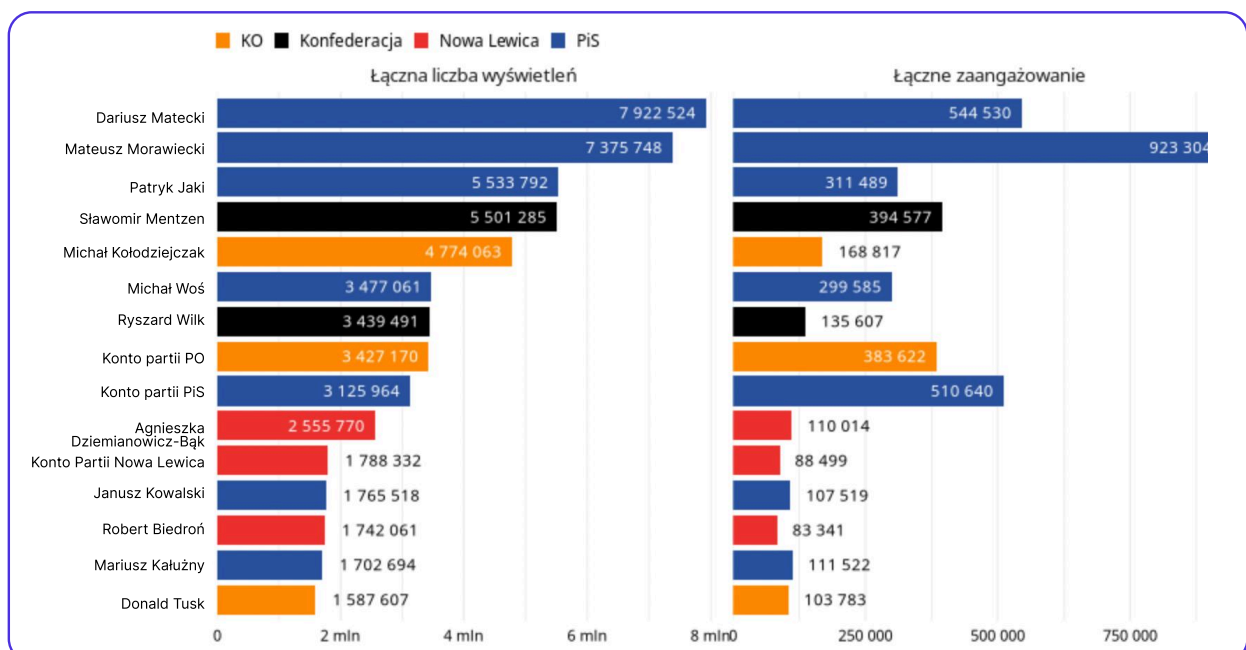


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

W porównaniu z poprzednim okresem badawczym zaszły istotne zmiany w strukturze rankingu. Największy awans odnotował **Michał Kołodziejczak** z **KO**, który przesunął się z 17. na 3. pozycję. Z kolei wyraźny spadek zanotowała **Ewa Zajączkowska-Hernik** z **Konfederacji**, tracąc swoją dotychczasową przewagę. Obecna liderka, **Agnieszka Dziemianowicz-Bąk**, jest nową postacią w rankingu, podobnie jak **Artur Łącki** z **KO**. Jednocześnie z czołówki wypadli tacy politycy jak **Władysław Kosiniak-Kamysz** reprezentujący **PSL** oraz **Dominik Tarczyński** z **PiS**, co potwierdza tezę o wysokiej rotacji wśród najchętniej oglądanych twórców politycznych na tej platformie.

ŁĄCZNE ZAANGAŻOWANIE I WYŚWIETLENIA NA TIKTOKU

5 kont TikTok z najwyższym łącznym zaangażowaniem i największą liczbą wyświetleń w czerwcu 2026.

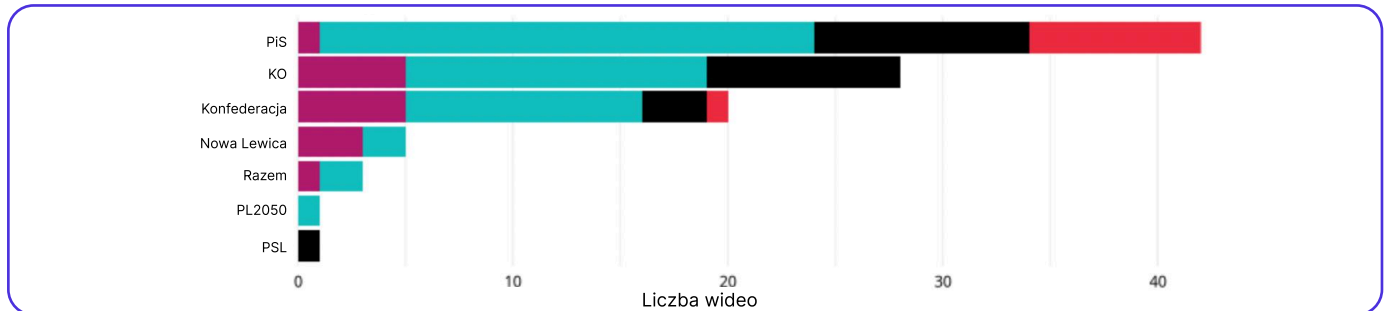


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

CO LUDZIE MYŚLĄ O FILMIKACH

TOP 100 VIDEO WEDŁUG PLATFORMY SPOŁECZNOŚCIOWEJ ORAZ PARTII

Rozkład top 100 video według platform i partii.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

ANALIZA 10 NAJCZĘŚCIEJ OGLĄDANYCH FILMIKÓW

Przegląd	Analiza	Miniatura
Dominik Tarczyński MEP PiS Polubienia: 13 798 Wyświetlenia: 7 526 709 Platforma: X Ton: Aspiracyjny i hagiograficzny w warstwie opisu, skontrastowany z agresywnym i oskarżycielskim tonem komentarzy. Narracja: Mesjanistyczny opis („tylko ten człowiek”) zestawiony z prostą, chronologiczną dokumentacją przyjazdu limuzyną.	Europoseł Dominik Tarczyński z PiS opublikował nagranie z przyjazdu Conora McGregora, sugerując w opisie, że jest on jedyną osobą zdolną „uratować Irlandię”. Post wywołał gwałtowną i niemal jednoznacznie negatywną reakcję odbiorców, co znajduje odzwierciedlenie w licznych komentarzach. Dominującym motywem w odpowiedziach są oskarżenia sportowca o napaść seksualną oraz wypominanie wyrok cywilnego nakazującego mu wypłatę odszkodowania. Użytkownicy platformy X, piszący w wielu językach, wyrażają oburzenie faktem, że polityk kreuje osobę z taką przeszłością na lidera narodowego. W polskojęzycznej części dyskusji pojawiają się apele do Jarosława Kaczyńskiego o reakcję na zachowanie partyjnego kolegi. Przekaz polityka, zamiast budować wizerunek silnego przywódcztwa, stał się punktem zapalnym dla krytyki standardów moralnych reprezentowanych przez Dominika Tarczyńskiego.	
Mateusz Morawiecki MP PiS Polubienia: 242 286 Wyświetlenia: 3 183 677 Platforma: TikTok Ton: Satyryczny i politycznie agresywny. Narracja: Sugerowana puenta oparta na slangu, kadrowanie typu bohater-reakcja.	Wideo opublikowane przez Mateusza Morawieckiego stanowi agresywną satyrę polityczną, wykorzystującą popularny w internecie format rebusu do zdyskredytowania politycznego przeciwnika. Materiał opiera się na wulgarnym skojarzeniu językowym, w którym wizerunek Donalda Tuska zastępuje ostatni człon obraźliwego porównania dotyczącego upału. Taka forma komunikacji wywołuje silną polaryzację w sekcji komentarzy, gdzie obok entuzjastycznych reakcji nazywających polityka „sigmą”, pojawiają się liczne głosy krytyczne wytykające byłemu premierowi żenujący poziom żartu. Wykorzystanie dynamicznego podkładu muzycznego oraz wizerunku Mateusza Morawieckiego w okularach przeciwsłonecznych na tle antycznych ruin ma na celu wykreowanie go na postać pewną siebie i niewzruszoną, co może wskazywać na strategiczną próbę odmłodzenia wizerunku PiS w przestrzeni cyfrowej. Materiał ten, mimo humorystycznej formy, wyrażnie pogłębia negatywne emocje między zwolennikami głównych obozów politycznych.	



Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
Agnieszka Dziemianowicz-Bąk MP Nowa Lewica Polubienia: 75 995 Wyświetlenia: 2 416 841 Platforma: TikTok Ton: Informacyjny i perswazyjny. Narracja: Struktura problem-rozwiązanie, wezwanie do działania.	Materiał opublikowany przez Agnieszkę Dziemianowicz-Bąk z Nowej Lewicy koncentruje się na edukacji w zakresie praw pracowniczych podczas ekstremalnych temperatur, co wygenerowało ponad 2,42 mln wyświetleń. Przekaz jest silnie pro-pracowniczy i wskazuje na konkretne obowiązki pracodawców przy temperaturach powyżej 25°C na zewnątrz oraz 28°C wewnątrz pomieszczeń. Choć intencja polityczki jest oceniana pozytywnie, sekcja komentarzy ujawnia głęboki sceptycyzm odbiorców wobec praktycznej egzekwowalności tych przepisów. Użytkownicy masowo wskazują na sektory takie jak gastronomia, transport czy budownictwo, gdzie normy są ignorowane, a praca na umowach cywilnoprawnych często pozbawia ich realnej ochrony. Krytyka dotyczy również niewydolności kontroli ze strony Państwowej Inspekcji Pracy, co stawia formację w obliczu wyzwania, jakim jest zderzenie litery prawa z realiami rynku pracy.	
Dominik Tarczyński MEP PiS Polubienia: 60 874 Wyświetlenia: 2 234 146 Platforma: X Ton: Satyryczny i absurdalny. Narracja: Kontrast komediowy i parodia.	Wpis europosła Dominika Tarczyńskiego wykorzystuje satyryczne wideo do ośmieszenia brytyjskiego premiera w momencie jego rezygnacji. Materiał opiera się na absurdalnym zestawieniu powagi politycznego oświadczenia z komicznymi elementami, takimi jak postać Donalda Trumpa grającego na flecie oraz ekspresyjny tłumacz języka migowego. Reakcje odbiorców są w przeważającej mierze entuzjastyczne, a komentujący chwalą jakość wykonania deepfake'a i poczucie humoru autora. Wśród ponad 1 400 komentarzy dominują głosy uznające wideo za „geniusz” i „czyste złoto”, co potwierdza wysoką skuteczność przekazu w grupie docelowej sympatyków PiS oraz osób krytycznych wobec zachodnioeuropejskiego establishmentu.	
Mateusz Morawiecki MP PiS Polubienia: 172 955 Wyświetlenia: 1982 703 Platforma: TikTok Ton: Humorystyczny i prześmiewczy. Narracja: Zasada trzech (wylizanka), subwersja oczekiwań (punchline).	Nagranie opiera się na humorystycznej grze słów wokół terminu „niszczyciel”, zestawiając potężne jednostki marynarki wojennej USA, Chin i Wielkiej Brytanii z wizerunkiem Donalda Tuska. Poseł Mateusz Morawiecki wykorzystuje format memiczny, aby w sposób lekki, a zarazem uderzający w oponenta, przypisać mu negatywny wpływ na państwo. Reakcje odbiorców są wyraźnie spolaryzowane. Zwolennicy PiS doceniają formę żartu i celność puenty, co widać po licznych komentarzach aprobaty i emotikonach śmiechu. Z kolei krytycy partii wykorzystują ten sam motyw, aby w komentarzach zwrócić ostrze satyry przeciwko autorowi, stosując określenia takie jak „Pinokio”. Mimo tych kontrowersji, wideo skutecznie generuje wysokie zaangażowanie, przekraczające 172 000 polubień, co świadczy o sprawnym wykorzystaniu estetyki TikToka do celów politycznych.	
Ryszard Wilk MP Konfederacja Polubienia: 33 485 Wyświetlenia: 1 551 836 Platforma: TikTok Ton: Alarmistyczny, krytyczny. Narracja: Apel wywołujący strach: wskazywanie winnych w administracji rządowej.	Poseł Ryszard Wilk z Konfederacji wykorzystuje nagranie niedźwiedzia błąkającego się po centrum Przemysła do sformułowania ostrej krytyki pod adresem Ministerstwa Klimatu i Środowiska. Materiał, który uzyskał ponad 1,55 mln wyświetleń, buduje atmosferę bezpośredniego zagrożenia, sugerując, że brak pilnej rewizji obecnej polityki ochrony przyrody nieuchronnie doprowadzi do tragedii. Reakcje odbiorców pod postem są jednak wyraźnie dwubiegunowe; podczas gdy polityk stara się narzucić narrację o niebezpieczeństwie i odpowiedzialności rządu, znaczna część z 723 komentarzy koncentruje się na współczuciu dla wystraszonego zwierzęcia lub zawiera żartobliwe nawiązania do niedźwiedzia w herbie miasta. Takie przesunięcie uwagi w stronę empatii może osłabiać polityczny ciężar przekazu o zagrożeniu, przekształcając post w wiralową ciekawostkę. Mimo to, nagranie bardzo skutecznie dociera do masowego odbiorcy, wykorzystując autentyczność surowego materiału do zasygnalizowania narastających konfliktów na linii człowiek-natura w regionie Podkarpacia.	



Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
Michał Woś MP PiS Polubienia: 164 336 Wyświetlenia: 1503 036 Platforma: TikTok Ton: Satyryczny (z perspektywy twórcy), agresywny i konfrontacyjny. Narracja: Prosta chronologia z puentą, zestawienie niewinności dziecka z kontrowersyjnym gestem.	Nagranie opublikowane przez posła Michała Wosia z PiS przedstawia małe dziecko, które po otrzymaniu tęczowej flagi wyrzuca ją do kosza na śmieci. Materiał ma na celu uderzenie w społeczność LGBTQ+ poprzez symboliczne potraktowanie jej barw jako odpadu, co wpisuje się w retorykę walki z tzw. ideologią. Komentarze pod filmem są silnie spolaryzowane; obok licznych wyrazów poparcia i zachwytów nad postawą dziecka, pojawia się wiele głosów wskazujących na użycie sztucznej inteligencji do wygenerowania tej sceny. Widzowie masowo oznaczają materiał jako AI, co podważa autentyczność przekazu, choć dla części odbiorców o poglądach konserwatywnych pozostaje on skutecznym narzędziem ideologicznym. Wykorzystanie wizerunku dziecka do politycznej konfrontacji budzi skrajne emocje – od entuzjazmu po głębokie oburzenie i smutek.	
Sławomir Mentzen MP Konfederacja Polubienia: 89 734 Wyświetlenia: 1 129 810 Platforma: TikTok Ton: Humorystyczny i satyryczny, oparty na technice „deadman delivery” (poważna mina przy absurdalnej treści). Narracja: Stopniowanie napięcia i puenta oparta na narodowym stereotypie (zasada „każdy, byle nie Niemcy”).	Nagranie przedstawia Sławomira Mentzena podczas spotkania z cyklu „Zapytaj Mentzena” w Zamościu, gdzie polityk odpowiada na pytanie o faworytów nadchodzącego mundialu. Poseł Konfederacji stosuje sprawdzony mechanizm budowania napięcia, zaczynając od deklaracji braku zainteresowania sportem, by przejść do satyrycznego wywodu o hierarchii kibicowania. Kluczowym elementem jest humorystyczne kryterium wyznaniowe, które pozycjonuje kraje katolickie przed prawosławnymi i protestanckimi. Polityk stwierdził także, że należy kibicować „każdemu byle nie Niemcom”, co spotyka się z entuzjastycznym przyjęciem zgromadzonej publiczności. Komentarze pod filmem są w przeważającej mierze pozytywne, a użytkownicy doceniają puentę wymierzoną w reprezentację Niemiec. Pojawiają się jednak głosy krytyczne dotyczące określenia mniejszych państw mianem „śmiesznych”, zwłaszcza w kontekście braku awansu reprezentacji Polski. Materiał skutecznie utrwała wizerunek polityka jako osoby błyskotliwej i potrafiącej operować narodowo-religijnymi kodami kulturowymi w sposób lekki i przystępny dla młodszych wyborców.	
Sławomir Mentzen MP Konfederacja Polubienia: 64 927 Wyświetlenia: 922 675 Platforma: TikTok Ton: Empatyczny i podbudowujący; poważny, a zarazem pełen zrozumienia. Narracja: Format pytań i odpowiedzi (Q&A) oparty na osobistym świadectwie i budowaniu wspólnoty doświadczeń.	Nagranie koncentruje się na tematyce neuroróżnorodności, prezentując empatyczną odpowiedź Sławomira Mentzena na osobiste wyznanie młodego mężczyzny w spektrum autyzmu. Dominującym motywem jest afirmacja inności jako unikalnej cechy, a nie deficytu, co spotkało się z wyjątkowo pozytywnym odbiorem w komentarzach. Użytkownicy, w tym rodzice dzieci w spektrum oraz same osoby neuroróżnorodne, wyrażają wdzięczność za budowanie świadomości i odchodzenie od stygmatyzacji. Wypowiedź polityka Konfederacji jest postrzegana jako autentyczna i merytoryczna, co pozwala mu dotrzeć do grup tradycyjnie niebędących w jego kręgu wyborczym. Pojawiające się głosy krytyczne są nieliczne i dotyczą głównie zestawienia tej postawy z innymi poglądami partii, jednak ogólny wydźwięk materiału pozostaje silnie afirmatywny i jednoczący wokół wartości szacunku.	
Konto partii PO KO Polubienia: 77 289 Wyświetlenia: 903 760 Platforma: TikTok Ton: Absurdalny, humorystyczny. Narracja: Anty-żart, subwersja oczekiwań.	Materiał opublikowany przez profil KO wykorzystuje wizerunek Karola Nawrockiego do przekazu opartego na humorze absurdalnym, co wywołuje silnie spolaryzowane reakcje. Część odbiorców docenia satyryczny charakter nagrania i „wysublimowany humor”, podczas gdy inni krytykują taką formę komunikacji jako „cyrk” i ośmieszanie urzędu prezydenta. W komentarzach pojawiają się liczne odniesienia do bieżącej walki politycznej, w tym ataki na Donalda Tuska oraz porównania żartu o pączkach do „100 konkretów” KO. Choć wideo ma charakter czysto rozrywkowy, staje się przestrzenią do manifestacji sympatii partyjnych, gdzie zwolennicy prawicy bronią Karola Nawrockiego lub atakują rząd, a przeciwnicy PiS drwią z powagi głowy państwa.	

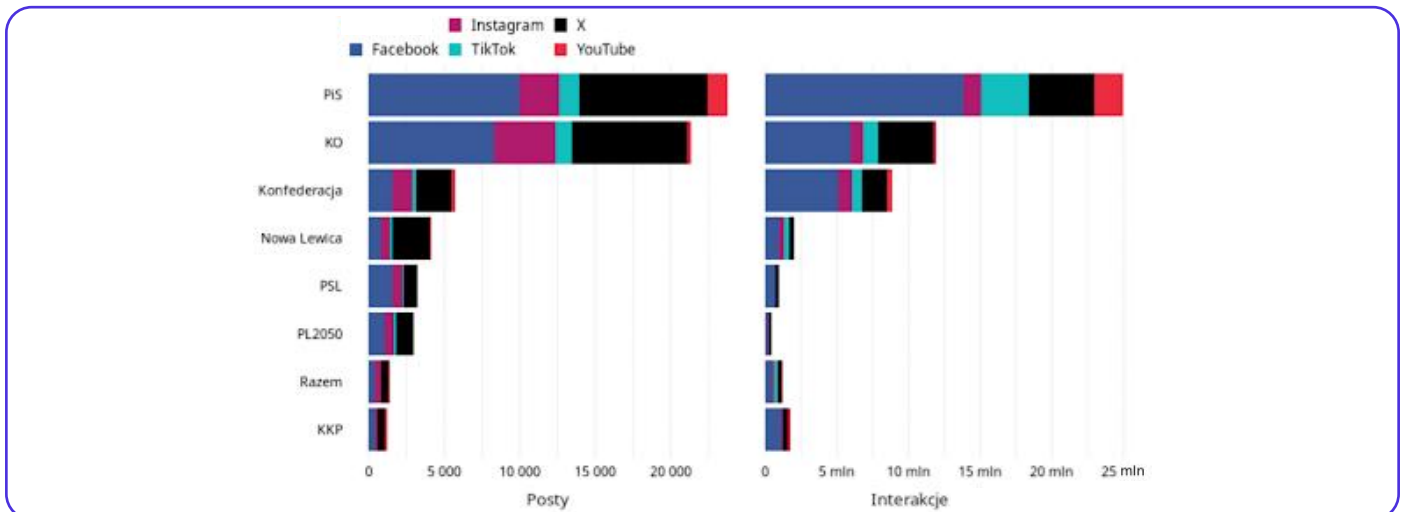


MAPA PARTII

Łącznie największą liczbę postów w czerwcu opublikowały konta związane z **Prawem i Sprawiedliwością**, na drugim miejscu **KO**, a na trzecim **Konfederacja**. **PiS** cieszył się zdecydowanie największym zaangażowaniem.

LICZBA POSTÓW I INTERAKCJI PARTII

Na podstawie postów z kont partyjnych 1–30 czerwca 2026.

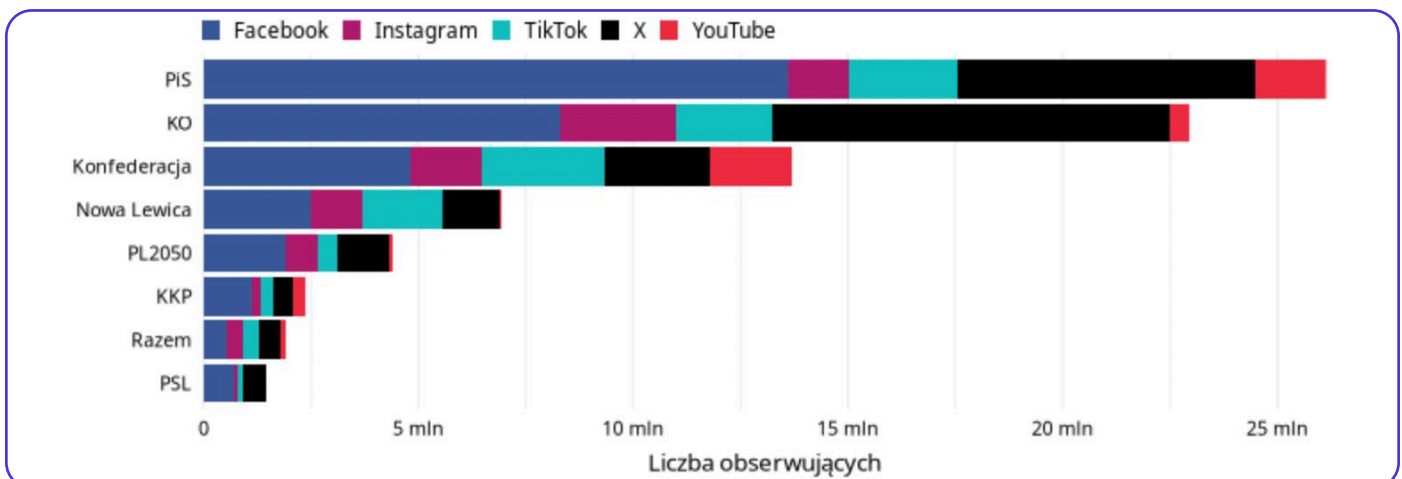


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

Liczba obserwujących partii politycznych w dalszym ciągu pozostaje podobna. Inaczej niż w sondażach, gdzie obecnie prowadzi **KO**, a na drugim miejscu znajduje się **PiS**, pod względem liczby obserwujących wygrywa **Prawo i Sprawiedliwość**, na drugim miejscu plasuje się **Koalicja Obywatelska**, a odpowiednio na trzecim i czwartym.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH PARTII

Liczba obserwujących profile partii według platform – stan na 30 czerwca 2026 r.

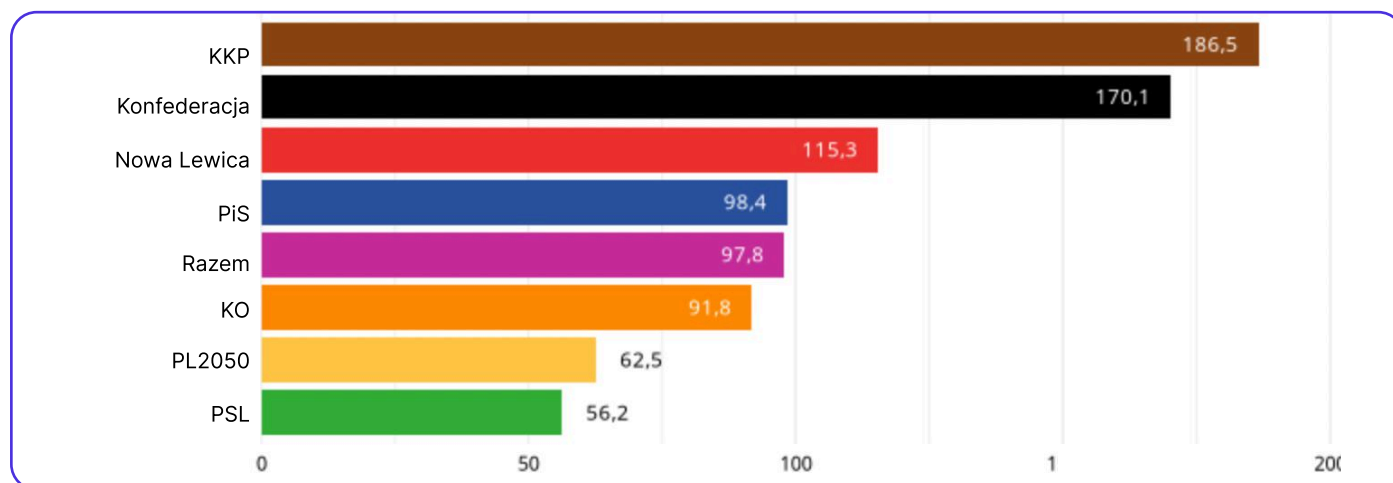


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

Co ciekawe, zupełnie inaczej wygląda wykres ze średnią liczbą postów na konto polityka danej partii. Widać tu szczególną aktywność przedstawicieli **KKP**, ale i **Konfederacji**. Na trzecim miejscu znalazła się **Nowa Lewica**, na czwartym **PiS**, piątym – **Razem**, a **KO** dopiero na szóstym miejscu.

ŚREDNIA LICZBA POSTÓW NA KONTO POLITYKA WEDŁUG PARTII

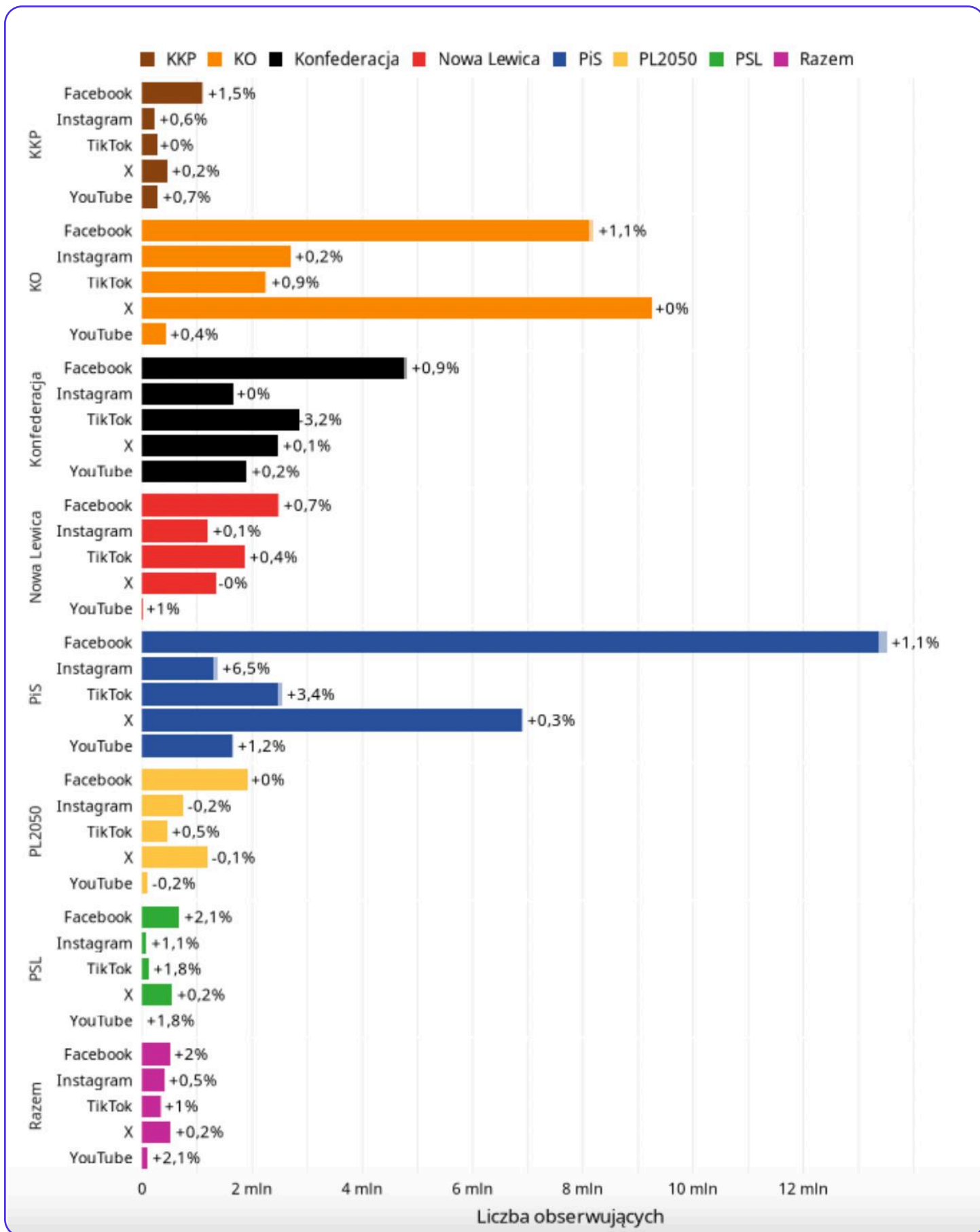
Średnia liczba postów na konto polityka według partii w czerwcu 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

ZMIANA LICZBY OBSERWUJĄCYCH WEDŁUG PARTII I PLATFORMY

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



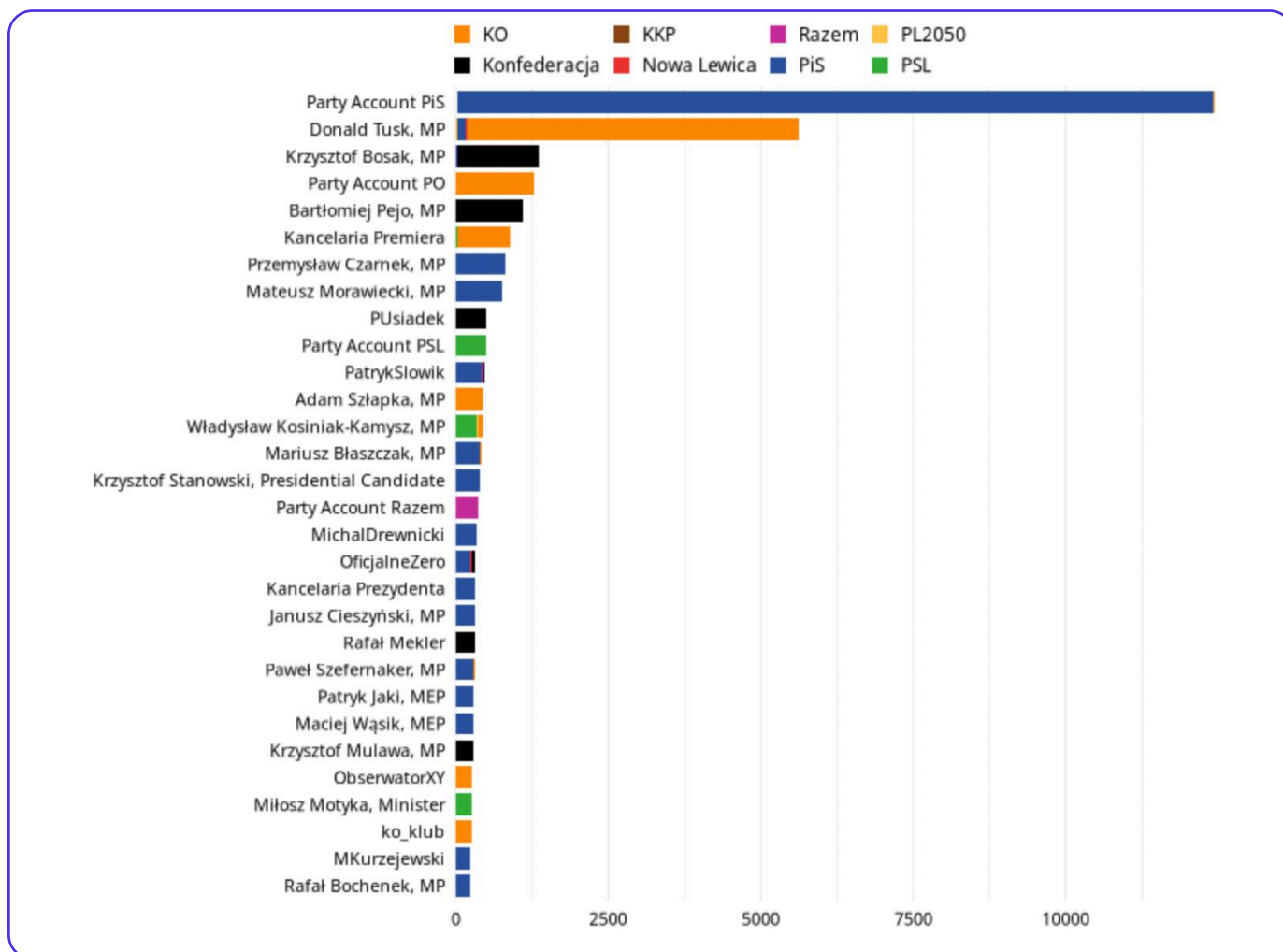
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

ANALIZA ZAANGAŻOWANIA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

W czerwcu najwięcej udostępnień postów od innych kont polityków i polityczek otrzymał oficjalny profil **Prawa i Sprawiedliwości**. Za nim zaś plasują się **Donald Tusk** i **Krzysztof Bosak**. **PiS** zdecydowanie wyprzedza wszystkie pozostałe konta, co jasno pokazuje dużą dyscyplinę partyjną - gdy coś zostanie opublikowane na oficjalnym koncie **PiS**, jest to następnie udostępniane dalej przez większość polityków i polityczek partii.

KONTA Z NAJWIĘKSZĄ LICZBĄ UDOSTĘPNIENÍ DALEJ

Poniższe konta otrzymują najwięcej udostępnień w analizowanym okresie.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.



OBECNOŚĆ I AKTYWNOŚĆ POLITYKÓW NA PLATFORMACH

UDZIAŁ KONT POLITYCZNYCH Z DOSTĘPEM DO PLATFORMY (1) I AKTYWNYM PUBLIKOWANIEM (2) WEDŁUG PLATFORMY I PARTII

	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube
KKP	100%	75%	75%	100%	25%
KO	100%	81,4%	61,1%	86,4%	27,1%
Konfederacja	90,5%	85,7%	90,5%	90,5%	71,4%
Nowa Lewica	100%	81,8%	54,5%	81,8%	15,2%
PiS	98,3%	56,4%	46,5%	86,7%	27,4%
PL2050	97,4%	89,5%	71,1%	84,2%	21,1%
PSL	100%	70,7%	48,8%	80,5%	26,8%
Razem	100%	100%	80%	100%	80%

Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube
KKP	100%	50%	50%	100%	25%
KO	92,3%	67,4%	40,7%	72,9%	5%
Konfederacja	85,7%	76,2%	61,9%	90,5%	42,9%
Nowa Lewica	81,8%	66,7%	33,3%	66,7%	0%
PiS	87,1%	27,4%	28,6%	62,7%	11,6%
PL2050	97,4%	71,1%	44,7%	60,5%	5,3%
PSL	90,2%	31,7%	34,1%	51,2%	4,9%
Razem	100%	100%	60%	100%	20%

Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.



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

Intensywność koloru
pokazuje procentowy udział.



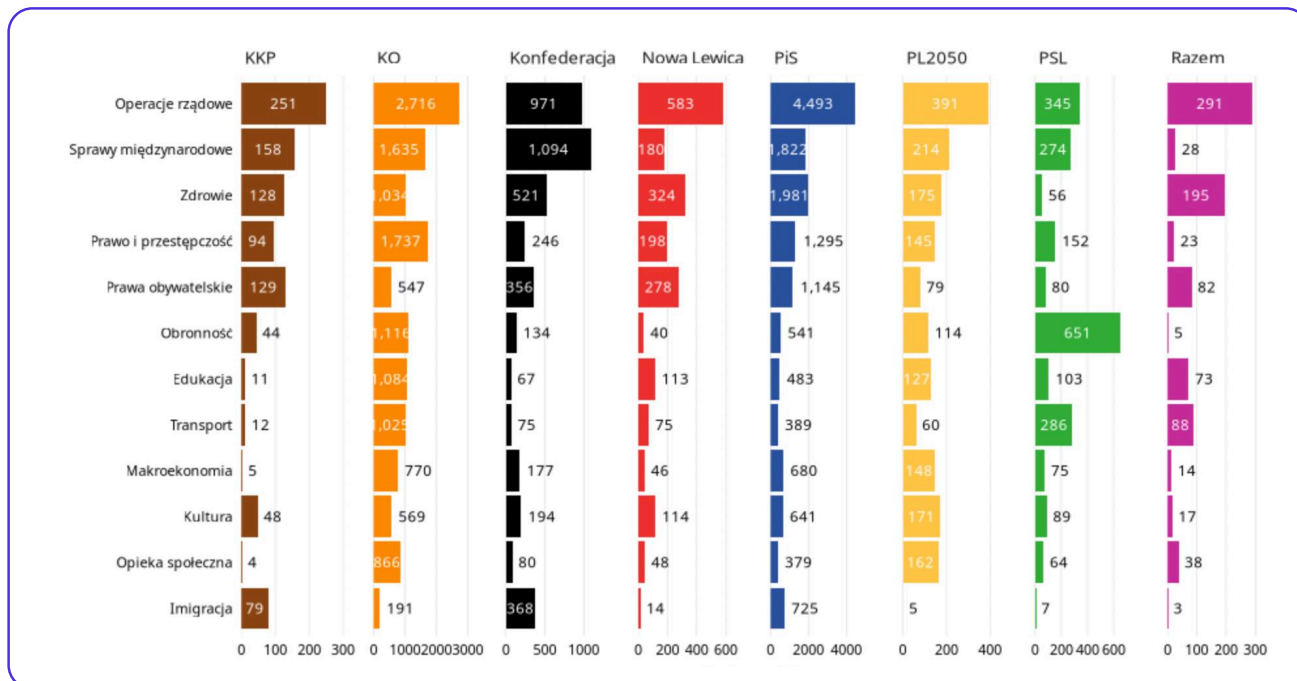
UDZIAŁ KONT POLITYCZNYCH DANEJ PARTII PUBLIKUJĄCYCH PRZYNAJMNIEJ RAZ W OSTATNIM MIESIĄCU.

Intensywność koloru
wskazuje procentowy udział.

JAKIE TEMATY SĄ POPULARNE

NA CZYM SKUPIAJĄ SIĘ PARTIE

Wiodące tematy partii w czerwcu 2026. Wykres pokazuje liczbę postów w mediach społecznościowych według tematów i partii.



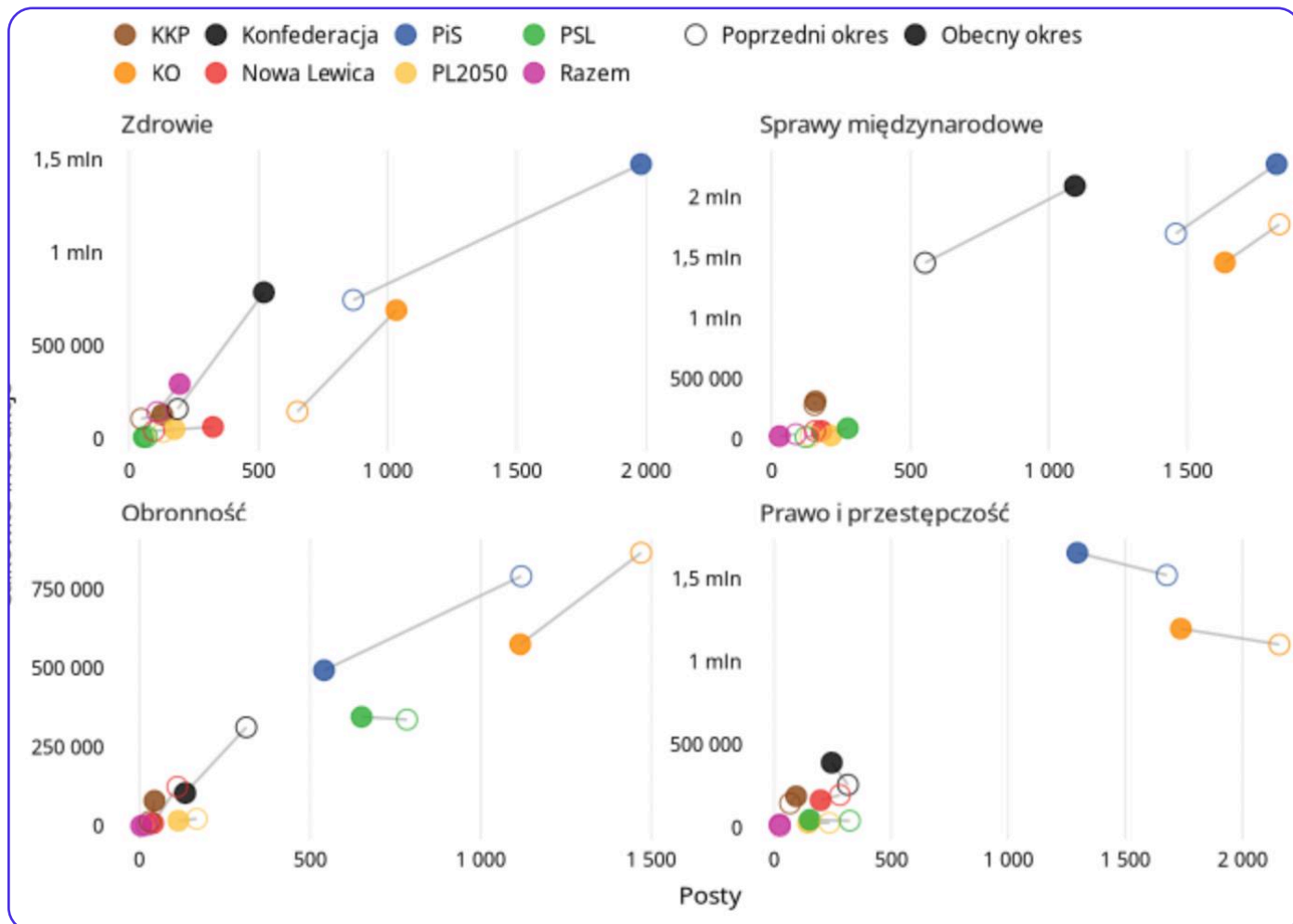
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

Kody CAP (Comparative Agendas Project) zostały przewidziane przy użyciu modelu Babel Machine opublikowanego przez Poltextlab. Każdy wpis otrzymał kod CAP przypisany do określonego tematu politycznego. Wizualizacja pokazuje rozkład tych tematów w różnych partiach politycznych.

Wykres dotyczący zmiany popularności tematów w czerwcu pokazuje przede wszystkim zainteresowanie aferą dot. Szpitala Południowego, na temat której dużo publikowały praktycznie wszystkie partie.

ZMIANY POPULARNOŚCI TEMATÓW: LICZBA POSTÓW I REAKCJI

Zestawienie czterech tematów charakteryzujących się największą dynamiką zmian aktywności, z uwzględnieniem powiązań między partiami a tematami. Linie łączą te same kombinacje partia-temat.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.