



BAROMETR SIECI

lipiec
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 lipcu 2026 roku na 1. pozycję w rankingu najbardziej angażujących kont politycznych awansowała **Ewa Zajączkowska-Hernik z Konfederacji**, generując zaangażowanie na poziomie 2,8 mln i wyprzedzając **Dariusza Mateckiego z PiS**, co może wskazywać na rosnące oddziaływanie polityków **Konfederacji** w przestrzeni cyfrowej.
- **Dominik Tarczyński z PiS** zdominował platformę TikTok ze osiągając średnio 1,09 mln wyświetleń na post. Sukces ten, połączony z obecnością dziewięciu kont PiS oraz trzech kont **Konfederacji** w pierwszej dwudziestce rankingu, pokazuje wyraźną przewagę prawicy w przyciąganiu uwagi użytkowników tej platformy.
- Pod względem dynamiki wzrostu liczby obserwujących znów bezkonkurencyjny okazał się **Dominik Tarczyński**, który pozyskał ponad 125 000 nowych obserwujących. Na 2. miejscu uplasował się **Sławomir Mentzen z Konfederacji**, którego profil zaczął być śledzony przez ponad 100 000 kont.



O DANYCH

Analiza obejmuje aktywność w mediach społecznościowych okres od 1 do 31 lipca 2026 roku. Zgromadzony materiał liczy 58 592 postów opublikowanych w tym czasie przez 746 aktorów politycznych na łącznie 2 420 kontach.

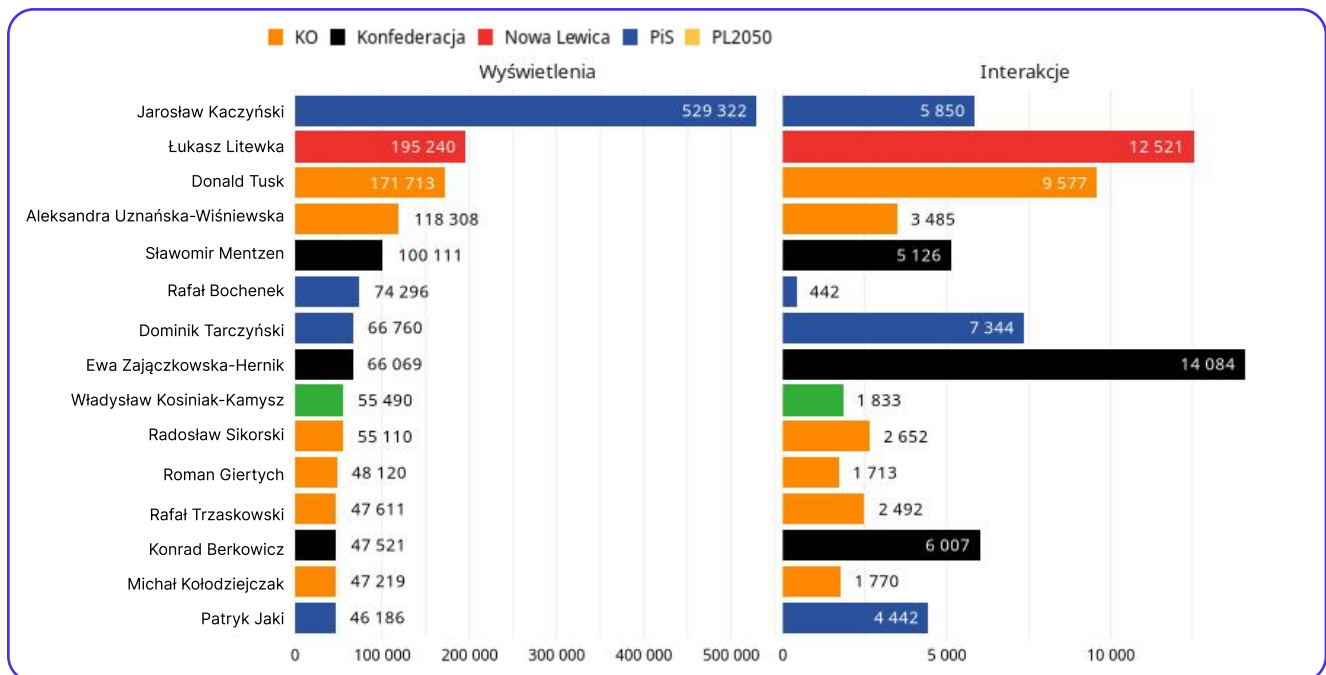
W badaniu uwzględniono treści pochodzące od ośmiu ugrupowań - **Nowa Lewica**, **Razem, Konfederacja**, **Koalicja Obywatelska (KO)**, **Prawo i Sprawiedliwość (PiS)**, **Polska 2050 (PL2050)**, **Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL)** oraz **Konfederacja Korony Polskiej (KKP)**. Monitoringiem objęto pięć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

LIDERZY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

W lipcu na pierwszym miejscu pod względem średniej liczby wyświetleń na post znalazł się **Jarosław Kaczyński** z **PiS**, generując ponad 529 tysięcy wyświetleń. Z kolei pod względem całkowitego wygenerowanego zaangażowania pozycję liderki objęła **Ewa Zajączkowska-Hernik** z **Konfederacji** z wynikiem 2,8 mln interakcji. Wyprzedziła ona **Dariusza Mateckiego** z **PiS** (2,0 mln) oraz **Donalda Tuska** (1,5 mln). **Ewa Zajączkowska-Hernik** wygenerowała również najwyższe średnie zaangażowanie na post. Miejsca od 4 do 10 w rankingu całkowitego zaangażowania zajmują wyłącznie politycy **Prawa i Sprawiedliwości** oraz **Konfederacji**. Sytuacja ta doskonale ilustruje to, jak silnie politycy prawicowi dominują w sieci.

ŚREDNIE WYŚWIETLENIA I ZAANGAŻOWANIE

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



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



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.

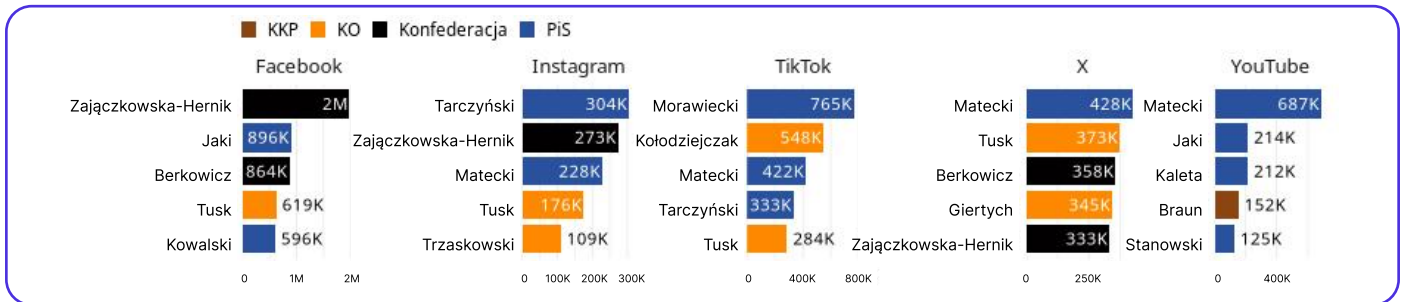
Miejsce	Wcześniej	Zaangażowanie łącznie	Profil	Partia	Średnie zaangażowanie na post	Liczba postów
1 ↑	2	2,8 mln	Ewa Zajączkowska-Hernik	Konfederacja	14 084 ↑	197 ↑
2 ↓	1	2,0 mln	Dariusz Matecki	PiS	1 153 ↓	1 705 ↓
3 ↑	5	1,5 mln	Donald Tusk	KO	9 577 ↑	157 ↓
4 ↔	4	1,5 mln	Patryk Jaki	PiS	4 442 ↑	335 ↓
5 ↑	6	1,3 mln	Mateusz Morawiecki	PiS	2 705 ↓	484 ↑
6 ↑	9	1,3 mln	Konrad Berkowicz	Konfederacja	6 007 ↑	213 ↓
7 ↔	7	998 783	Janusz Kowalski	PiS	2 707 ↓	369 ↓
8 ↓	3	962 021	Dominik Tarczyński	PiS	7 344 ↓	131 ↓
9 ↓	8	856 000	Sławomir Mentzen	Konfederacja	5 126 ↑	167 ↓
10 ↑	14	689 927	Krzysztof Bosak	Konfederacja	2 011 ↓	343 ↓
11 ↑	34	683 308	Michał Kołodziejczak	KO	1 770 ↑	386 ↑
12 ↑	19	672 659	Grzegorz Braun	KKP	2 129 ↑	316 ↓
13 ↑	18	609 322	Marek Jakubiak	PiS	2 282 ↓	267 ↑
14 ↓	10	606 396	Jadwiga Wiśniewska	PiS	3 675 ↓	165 ↓
15 ↑	16	532 968	Radosław Sikorski	KO	2 652 ↓	201 ↓
16 ↑	55	427 827	Katarzyna Kotula	Nowa Lewica	1 000 ↑	428 ↑
17 ↓	11	415 252	Sebastian Kaleta	PiS	1 914 ↓	217 ↓
18 ↑	26	413 414	Włodzimierz Czarzasty	Nowa Lewica	4 053 ↑	102 ↓
19 ↑	90	410 313	Sebastian Łukaszewicz	PiS	4 103 ↑	100 ↑
20 ↑	43	405 704	Krzysztof Mulawa	Konfederacja	1 429 ↑	284 ↑
21 ↓	15	402 936	Włodzimierz Skalik	KKP	2 316 ↓	174 ↓
22 ↑	30	397 982	Robert Biedroń	Nowa Lewica	5 605 ↑	71 ↓
23 ↑	49	385 938	Daniel Obajtek	PiS	1 349 ↑	286 ↓
24 ↓	17	365 788	Mariusz Kałużny	PiS	3 586 ↑	102 ↓
25 ↓	24	358 329	Krzysztof Brejza	KO	635 ↓	564 ↓
26 ↑	32	353 953	Cezary Tomczyk	KO	1 670 ↑	212 ↑
27 ↓	12	345 976	Roman Giertych	KO	1 713 ↓	202 ↓
28 ↓	20	343 759	Jacek Ozdoba	PiS	1 381 ↓	249 ↓
29 ↓	21	331 480	Rafał Trzaskowski	KO	2 492 ↓	133 ↓
30 ↑	48	331 242	Michał Kowalski	PiS	2 529 ↑	131 ↑
31 ↓	29	323 332	Dariusz Jorński	KO	1 225 ↑	264 ↓
32 ↑	60	321 220	Anna Bryłka	Konfederacja	2 415 ↑	133 ↑
33 ↓	22	287 682	Adrian Zandberg	Razem	1 998 ↓	144 ↓
34 ↓	23	285 640	Małgorzata Niemczyk	KO	2 506 ↓	114 ↓
35 ↓	31	285 540	Adam Szlápka	KO	1 774 ↑	161 ↓
36 ↓	25	266 628	Marcin Kierwiński	KO	1 626 ↓	164 ↓
37 ↓	27	262 180	Przemysław Czarnek	PiS	1 331 ↓	197 ↓
38 ↑	42	242 747	Ryszard Wilk	Konfederacja	987 ↓	246 ↑
39 ↑	45	235 873	Mirosława Nykiel	KO	2 680 ↑	88 ↓
40 ↑	73	229 145	Wojciech Król	KO	4 020 ↓	57 ↑
41 ↑	87	221 429	Bartosz Kownacki	PiS	4 429 ↑	50 ↓
42 ↓	36	205 155	Bartosz Artukowicz	KO	1 186 ↓	173 ↓
43 ↑	151	204 753	Tomasz Buczek	Konfederacja	2 409 ↑	85 ↓
44 ↓	35	203 500	Władysław Kosiniak-Kamysz	PSL	1 833 ↓	111 ↓
45 ↑	92	200 746	Konrad Fryszak	KO	1 606 ↑	125 ↑
46 ↓	39	199 488	Kamila Gasiuk-Pihowicz	KO	1 209 ↓	165 ↓
47 ↑	50	197 972	Marcin Józefaciuk	KO	195 ↑	1 016 ↓
48 ↓	28	196 515	Janusz Cieszyński	PiS	750 ↓	262 ↓
49 ↑	52	186 197	Jan Kanthak	PiS	2 738 ↑	68 ↓
50 ↓	13	173 696	Michał Woś	PiS	1 472 ↓	118 ↓



W rankingu widać, że politycy koalicji rządzącej najlepiej angażują swoich obserwujących na instagramie i X. Pozostałe platformy, zwłaszcza YouTube, zdominowane są wyraźnie przez polityków opozycji. **Donald Tusk** pozostaje jedynym politykiem koalicji zdolnym szeroko docierać do odbiorców na wszystkich platformach.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE KONTA WEDŁUG PLATFORM

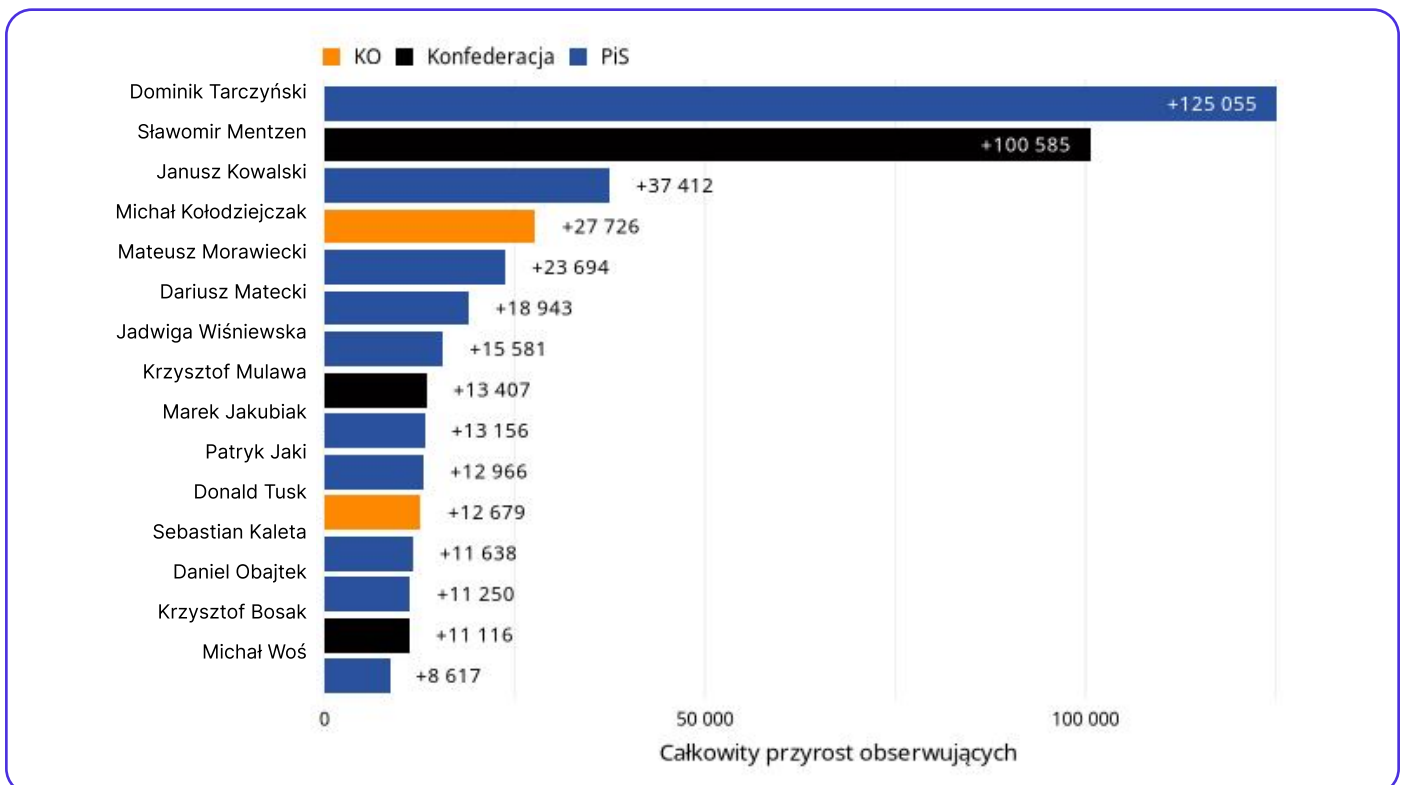
Pięć kont polityków z najwyższym łącznym zaangażowaniem na każdej platformie w lipcu 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.

ZMIANA LICZBY OBSERWUJĄCYCH

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



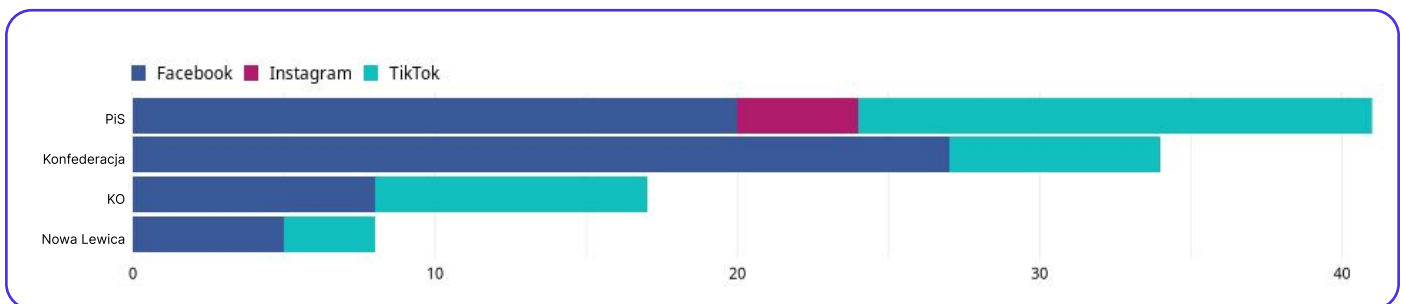
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY

W lipcu na pierwszym miejscu pod względem liczby najpopularniejszych postów w rankingu top 100 znalazło się **Prawo i Sprawiedliwość**. Na drugim miejscu uplasowała się **Konfederacja**, a na trzecim **Koalicja Obywatelska**. Warto odnotować, że wszystkie najbardziej angażujące wpisy w tym zestawieniu pochodziły wyłącznie z platform Facebook, TikTok oraz Instagram, całkowicie omijając serwis X oraz YouTube. **Konfederacja**, **PiS** i **Nowa Lewica** bardzo dobrze radzą sobie na Facebooku, gdzie ulokowała się większość z ich najpopularniejszych treści. TikTok pozostaje jednak niezwykle skuteczną platformą dla wszystkich partii, zwłaszcza dla **Koalicji Obywatelskiej** i **Nowej Lewicy**, gdzie formaty wideo zbierają ogromne zaangażowanie.

TOP 100 POSTÓW WEDŁUG PLATFORMY I PARTII

Rozkład top 100 postów według platform i partii.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 618 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 3 618 punktów danych.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY ZE WSZYSTKICH PLATFORM

Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 07.07.2026 Partia: PiS PiS TikTok Interakcje: 428 410	Piszcie w kom!! 🙌😂 #tusk #płakał #ko #dlaciebie	



Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 08.07.2026 Partia: PiS Dominik Tarczyński TikTok Interakcje: 326 754	Be Like Poland! #BeLikePoland #dominiktarczyński #polska #polskadziewczyna #tegodnia	
Data: 09.07.2026 Partia: PiS Mateusz Morawiecki TikTok Interakcje: 324 882	Kto team Jeleniewska? 🤔	
Data: 13.07.2026 Partia: Nowa Lewica Katarzyna Kotula TikTok Interakcje: 219 289	Sprawca ataku na młode Ukrainki w autobusie ustalony. To pracownik miejskiej spółki. Brawo Śląska Policja. 🙌🙌🙌 Policja ustaliła mężczyznę, który zaatakował słownie grupę młodych Ukrainek w autobusie MZK w Bielsku-Białej. - Dziś planowane są czynności z zatrzymanym, które mają wyjaśnić wszystkie okoliczności zdarzenia - mówi kom. Sławomir Kocur, oficer prasowy bielskiej policji. Zatrzymany to pracownik MZK przebywający na zwolnieniu lekarskim.(...)	
Data: 08.07.2026 Partia: PiS PiS TikTok Interakcje: 215 411	Najgorzej 🤔 #tusk #płakał #blika #gosia #dlaciebie♥	



Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 16.07.2026 Partia: PiS PiS TikTok Interakcje: 204 936	Najgorsze uczucie 😞 #Tusk #płakał #złodziej #fyp #passa	
Data: 14.07.2026 Partia: PiS Mateusz Morawiecki TikTok Interakcje: 192 575	Niech Cię ręka boska broni!	
Data: 07.07.2026 Partia: Konfederacja Ewa Zajączkowska-Hernik Facebook Interakcje: 154 172	Precz z banderowskim nazizmem ! - w Parlamencie Europejskim sprzeciwiłam się wejściu Ukrainy do UE i podałam banderowską flagę ludobójców polskich obywateli ! Dziś Zełenski nadaje jednostce wojskowej imię bohaterów UPA i buduje państwowy panteon banderowskich bohaterów. Gdyby Niemcy nazwali jednostkę bohaterami SS i stawiali pomniki Hitlerowi, czy zaprosilibyście ich do Unii? Nie. Nazwalibyście ich neonazistami. I słusznie!(...)	
Data: 21.07.2026 Partia: KO Donald Tusk TikTok Interakcje: 149 004	Pół Tuska, ale cała obwodnica.	

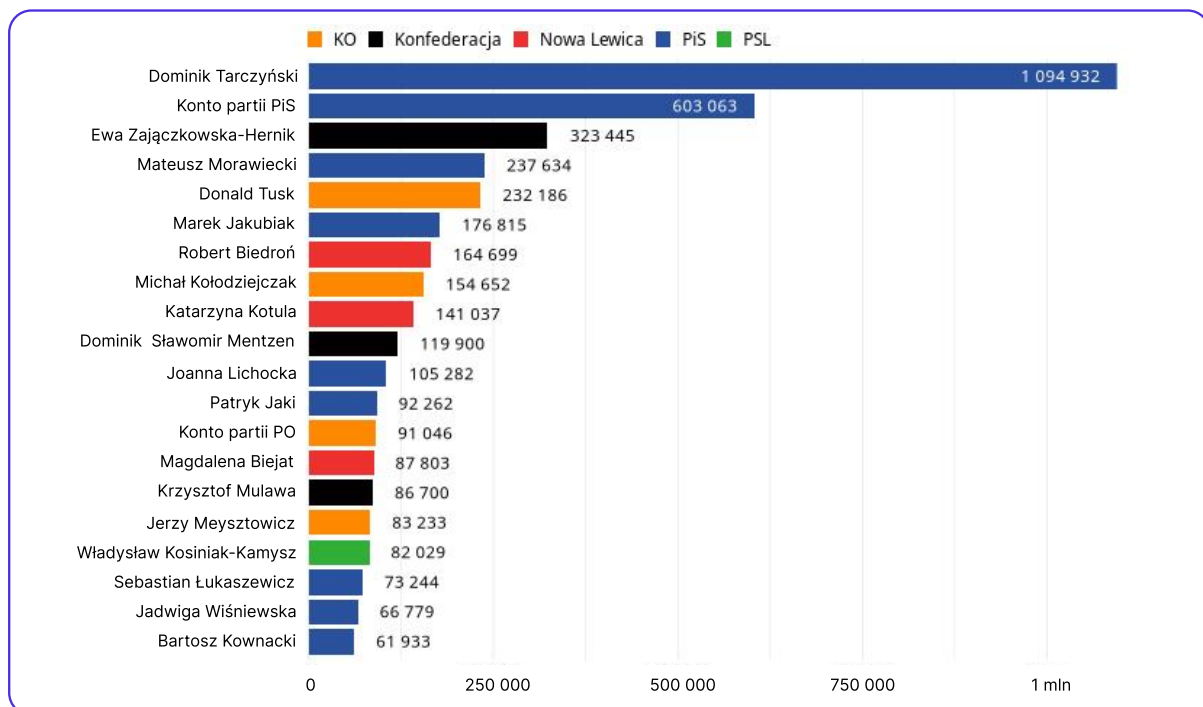
Co w poście ▾	Treść ▾	Media ▾
Data: 02.07.2026 Partia: PiS PiS TikTok Interakcje: 148 028	xdd #tusk #płakał #ko #passa #dlaciebie❤️	

KTO RZĄDZI NA TIKTOKU

W lipcowym zestawieniu kont politycznych na TikToku wyraźnie widać przewagę polityków **PiS**, którzy zajmują dziewięć z 20 miejsc w rankingu. Na 1. pozycji zadebiutował **Dominik Tarczyński**, osiągając wynik 1,09 mln wyświetleń na post. Za nim, na 2. miejscu, uplasował się oficjalny profil **PiS**, co może wskazywać na rosnącą skuteczność tej formacji w docieraniu do odbiorców. W czołówce znaleźli się również **Ewa Zajączkowska-Hernik** z **Konfederacji** oraz **Mateusz Morawiecki** i **Donald Tusk**.

TOP 20 KONT TIKTOK - ŚREDNIE WYŚWIETLENIA

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



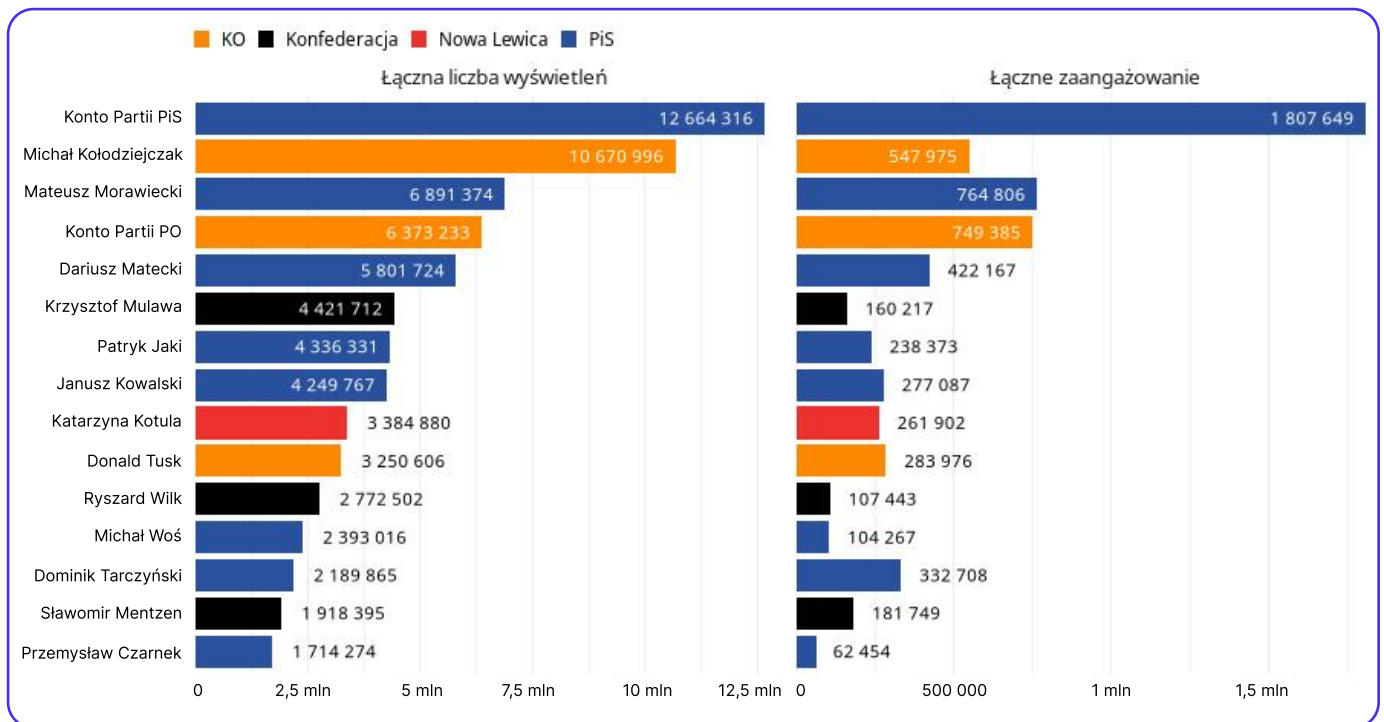
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 14 513 punktów danych.

W porównaniu z poprzednim okresem najważniejszą zmianą jest pojawienie się **Dominika Tarczyńskiego** od razu na szczycie zestawienia. Z rankingu wypadła natomiast jego dotychczasowa liderka, **Agnieszka Dziemianowicz-Bąk** z **Nowej Lewicy**. Największy awans odnotowała **Ewa Zajączkowska-Hernik**, która przesunęła się z 13. na 3. pozycję, podczas gdy **Sławomir Mentzen** spadł z 5. na 10. miejsce. Zmiany te, połączone ze wzrostem ogólnej liczby profili **PiS** z siedmiu do dziewięciu, mogą wskazywać na rosnącą przewagę prawicy w przyciąganiu uwagi użytkowników TikToka.



ŁĄCZNE ZAANGAŻOWANIE I WYŚWIETLENIA NA TIKTOKU

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



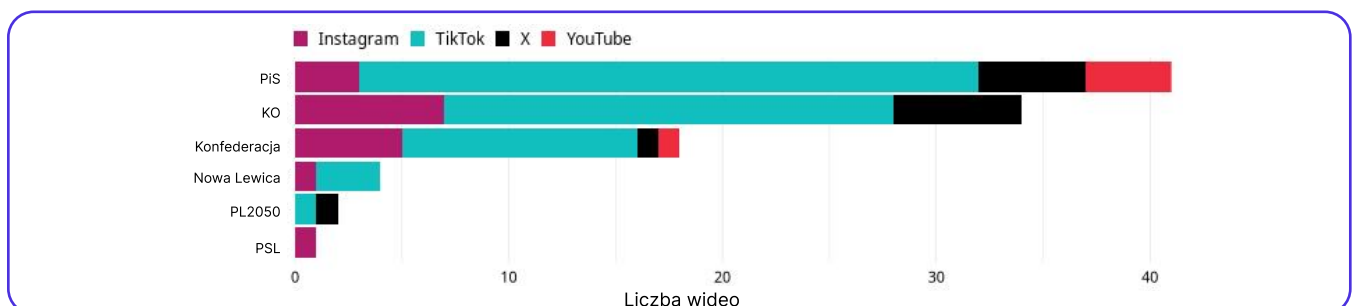
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 14 513 punktów danych.

CO LUDZIE MYŚLĄ O FILMIKACH

W lipcu w kategorii najbardziej angażujących postów wideo **Prawo i Sprawiedliwość** ponownie osiągnęło zdecydowaną przewagę. Na drugim miejscu znalazła się **Koalicja Obywatelska**, a trzecią pozycję zajęła **Konfederacja**. **PiS** najlepiej radził sobie na TikToku, lecz odnotował też obecność wiralową na X, YouTube i Instagramie. TikTok okazał się najsukcesowniejszym medium dla treści wideo również dla **Koalicji Obywatelskiej**, **Konfederacji**, **Nowej Lewicy** oraz **Polski 2050**. Z kolei **KO** okazała się najsukcesowniejszą z partii na Instagramie.

TOP 100 VIDEO WEDŁUG PLATFORMY SPOŁECZNOŚCIOWEJ ORAZ PARTII

Rozkład top 100 wideo według platform i partii.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 592 punktów danych.



ANALIZA 10 NAJCZĘŚCIEJ OGLĄDANYCH FILMIKÓW

Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
Konto partii PiS Polubienia: 191 719 Wyświetlenia: 2 724 201 Platforma: TikTok Ton: Satyryczny i prześmiewczy. Narracja: Metafora porównująca śpiew do sposobu sprawowania władzy.	Materiał opublikowany przez profil partyjny PiS stanowi bezpośredni atak personalny na premiera Donalda Tuska, wykorzystując format satyrycznego TikToka do podważenia jego kompetencji przywódczych. Nagranie opiera się na zestawieniu ekspresyjnego, niemal groteskowego lip-syncu twórcy z niekorzystnymi, bliskimi ujęciami twarzy lidera KO. Kluczowym elementem przekazu jest nałożony tekst sugerujący, że styl rządzenia polityka jest równie chaotyczny lub niewiarygodny, co zaprezentowane wykonanie utworu. Wykorzystanie dramatycznej ścieżki dźwiękowej w połączeniu z wyolbrzymioną mimiką ma na celu ośmieszenie przeciwnika politycznego i wywołanie u odbiorcy poczucia zażenowania działaniami rządu. Treść wpisuje się w strategię polaryzacji, celując w emocje negatywne wobec obecnej władzy.	
Katarzyna Kotula Nowa Lewica Polubienia: 161 893 Wyświetlenia: 2 633 639 Platforma: TikTok Ton: Agresywny i konfrontacyjny (w warstwie audio); demaskatorski i potępiający (w warstwie przekazu). Narracja: Narracja in media res, domknięcie historii informacją o zatrzymaniu sprawcy.	Materiał opublikowany przez Katarzynę Kotulę z Nowej Lewicy dokumentuje ksenofobiczny atak na młode Ukrainki w autobusie miejskim w Bielsku-Białej. Nagranie buduje silny kontrast między agresywnym, wulgarnym napastnikiem a spokojną, lecz wyraźnie zastraszoną ofiarą. Wydźwięk jest skrajnie negatywny ze względu na prezentowaną nienawiść, jednak warstwa tekstowa wprowadza element sprawiedliwości, informując o zatrzymaniu sprawcy przez policję. Post służy jako potępienie zachowań rasistowskich i podkreślenie skuteczności organów ścigania. Fakt, że agresorem okazał się pracownik miejskiej spółki, wzmacnia poczucie skandalu i konieczność wyciągnięcia konsekwencji służbowych, co Katarzyna Kotula wyraźnie akcentuje w opisie, chwając działania funkcjonariuszy.	
Mateusz Morawiecki PiS Polubienia: 144 623 Wyświetlenia: 2 146 570 Platforma: TikTok Ton: Satyryczny, stronniczy. Narracja: Zestawienie kontrastowe.	Mateusz Morawiecki wykorzystuje popularny format memiczny, aby zestawić rzekomy chaos obecnych rządów z nostalgią za okresem sprawowania władzy przez PiS. Materiał opiera się na silnym kontraście audiowizualnym, gdzie ekspresyjne i głośne wykonanie przypisane ekipie, którą kieruje Donald Tusk, zostaje przeciwstawione spokojnemu wizerunkowi kojarzonemu z rządami, w których uczestniczyli Jarosław Kaczyński oraz Beata Szydło. Wideo uzyskało ponad 2,14 mln wyświetleń oraz 144 623 polubienia, co może wskazywać na wysoką skuteczność dotarcia do użytkowników TikToka poprzez humorystyczną polaryzację. Przekaz ten buduje dychotomię między hałaśliwą teraźniejszością a harmonijną przeszłością, co ma na celu utrwalenie negatywnego wizerunku KO w kręgu młodszych odbiorców. Taka forma komunikacji pozwala na ominięcie tradycyjnych filtrów informacyjnych i bezpośrednie oddziaływanie na emocje wyborców poprzez proste skojarzenia wizualne.	



Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
Dominik Tarczyński PiS Polubienia: 270 401 Wyświetlenia: 2 090 855 Platforma: TikTok Ton: Agresywny i konfrontacyjny, nacechowany silnym wzburzeniem oraz pasją. Narracja: Wykorzystanie dychotomii my kontra oni oraz powtarzanie apelu o naśladowanie polskiego modelu bezpieczeństwa.	Europoseł Dominik Tarczyński w swoim wystąpieniu na forum Parlamentu Europejskiego buduje radykalny przekaz oparty na ostrym sprzeciwie wobec unijnej polityki migracyjnej. Materiał, który uzyskał 2 090 855 wyświetleń, wykorzystuje silne emocje, łącząc kwestie bezpieczeństwa z bezpośrednimi atakami na polityków lewicy, których nazywa komunistami. Przedstawiciel PiS stosuje drastyczne opisy przemocy, przypisując je migrantom, co ma służyć wykreowaniu wizerunku Polski jako jedynej bezpiecznej enklawy w Europie. Przekaz ten, wzmocniony przez 270 401 polubień, opiera się na głębokiej polaryzacji i budowaniu poczucia zagrożenia egzystencjalnego. Narracja o chrześcijańskiej Europie staje się tu narzędziem mobilizacji elektoratu konserwatywnego, jednocześnie stawiając Polskę w roli wzorca do naśladowania dla innych narodów.	
Mateusz Morawiecki PiS Polubienia: 110 156 Wyświetlenia: 1 795 574 Platforma: TikTok Ton: Satyryczno-agresywny, pewny siebie. Narracja: Technika "przynęty i zamiany", nawiązanie do popkultury.	Nagranie opublikowane przez Mateusza Morawieckiego na platformie TikTok wykorzystuje format krótkiego, dynamicznego wideo do sformułowania kategorycznego ataku na lidera KO. Materiał uzyskał 1,79 mln wyświetleń oraz ponad 110 tys. polubień, co może świadczyć o wysokiej skuteczności dotarcia do odbiorców. Narracja opiera się na humorystycznym porównaniu powrotu znanej pary celebrytów do absolutnej niemożliwości oddania głosu na Donalda Tuska w nadchodzących wyborach. Wykorzystanie dynamicznej muzyki hip-hopowej oraz swobodnego wizerunku polityka PiS w okularach przeciwsłonecznych służy budowaniu wizerunku osoby pewnej siebie i zdystansowanej. Przekaz kończy się silnym, idiomatycznym ostrzeżeniem, co nadaje całości konfrontacyjny charakter, typowy dla polaryzującej komunikacji w przestrzeni cyfrowej. Taka konstrukcja materiału zdaje się mieć na celu osłabienie powagi oponenta poprzez umieszczenie go w kontekście żartobliwym, a jednocześnie stanowcze zniechęcenie do jego popierania.	
Ryszard Wilk Konfederacja Polubienia: 46 526 Wyświetlenia: 1 636 956 Platforma: TikTok Ton: Agresywny i konfrontacyjny. Narracja: Budowanie napięcia poprzez eskalację konfliktu, ramowanie policji jako strony defensywnej.	Posel Ryszard Wilk z Konfederacji wykorzystuje nagranie z agresywnej interwencji policji, aby wzmocnić partyjny przekaz dotyczący bezpieczeństwa i polityki migracyjnej. Materiał przedstawia mężczyznę posługującego się językiem ukraińskim i rosyjskim, który ignoruje polecenia funkcjonariuszy, a ostatecznie wyciąga nożyczki, co zmusza policję do użycia gazu pieprzowego. W opisie posta poseł chwali „stalowe nerwy” funkcjonariuszy i z satysfakcją odnotowuje deportację mężczyzny, która miała miejsce 9 maja 2026 roku. Reakcje pod filmem są wyraźnie spolaryzowane; wielu komentujących wyraża wstyd za zachowanie obcokrajowca lub domaga się surowszych reakcji służb, co może wskazywać na dużą skuteczność mobilizacyjną takich treści w kręgu wyborców prawicy.	
Konto partii PiS Polubienia: 120 408 Wyświetlenia: 1 513 797 Platforma: TikTok Ton: Satyryczny i prześmiewczy. Narracja: Metafora płynnego i bezwysiłkowego unikania odpowiedzialności; personifikacja bezkarności.	Materiał opublikowany przez profil PiS na TikToku stanowi bezpośredni atak personalny na Donalda Tuska, wykorzystujący format popularnego mema do postawienia zarzutu o brak odpowiedzialności politycznej. Nagranie sugeruje, że premier z lekkością unika konsekwencji rzekomych afer, co zostało zobrazowane efektywnym wejściem mężczyzny w białym garniturze na luksusowe przyjęcie. Przekaz buduje negatywny sentyment poprzez zestawienie powagi „kolejnych afer” z beztroską i elegancją bohatera wideo, co ma wywołać u odbiorcy poczucie niesprawiedliwości. Wykorzystanie utworu z frazą „Take it easy on me” dodatkowo wzmocnia narrację o rzekomym uprzywilejowaniu i braku stresu polityka w sytuacjach kryzysowych. Treść jest silnie spolaryzowana i nastawiona na mobilizację twardego elektoratu opozycji poprzez satyrę.	

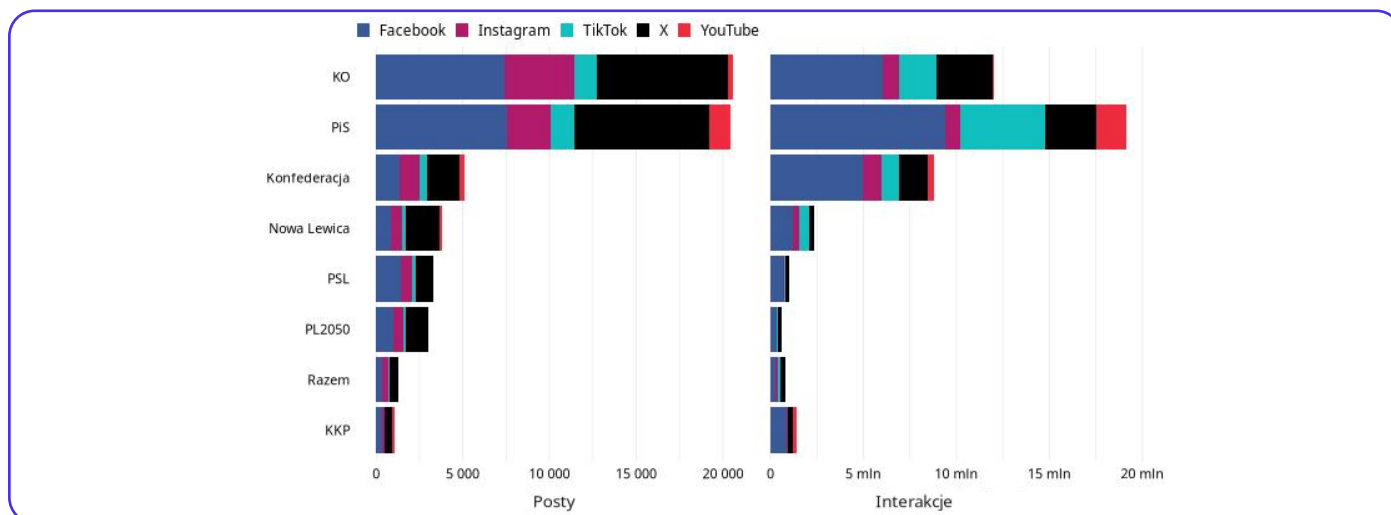


Przegląd ▾	Analiza ▾	Miniatura ▾
Janusz Kowalski PiS Polubienia: 100 860 Wyświetlenia: 1 321 412 Platforma: TikTok Ton: Agresywny i pełen oburzenia. Narracja: Budowanie dyktomii „my kontra oni” oraz stosowanie uogólnień dotyczących nadużyć socjalnych.	Posel Janusz Kowalski z PiS prezentuje w materiale radykalne stanowisko dotyczące obecności obywateli Ukrainy w Polsce, co może wskazywać na próbę konsolidacji elektoratu o poglądach narodowych i antyimigracyjnych. W nagraniu, które wygenerowało 1 321 412 wyświetleń, polityk w sposób bezkompromisowy domaga się deportacji mężczyzn w wieku poborowym oraz całkowitego wstrzymania wypłat świadczeń socjalnych, takich jak 800+. Przekaz opiera się na oskarżeniach o rzekome nadużycia polskiego systemu opieki zdrowotnej i budżetu państwa, co wyraźnie zarysowuje konflikt interesów między polskimi podatnikami a uchodźcami. Mimo braku dostępnych komentarzy, liczba 100 860 polubień świadczy o znacznym oddźwięku tej narracji w przestrzeni cyfrowej. Taka retoryka, osadzona w kontekście sejmowym, wzmacnia poczucie pilności i powagi postulowanych zmian, jednocześnie polaryzując opinię publiczną wokół kwestii pomocy humanitarnej.	
Rafał Trzaskowski KO Polubienia: 24 031 Wyświetlenia: 1 172 403 Platforma: Instagram Ton: Uroczysty, pełen szacunku. Narracja: Odwołanie do autorytetu moralnego, świadectwo historyczne.	Materiał opublikowany przez Rafała Trzaskowskiego koncentruje się na symbolicznym apelu Wandy Traczyk-Stawskiej, co wywołuje niemal wyłącznie pozytywne reakcje odbiorców. Wypowiedź weteranki Powstania Warszawskiego buduje atmosferę jedności narodowej i głębokiego szacunku, co potwierdza ponad 24 000 polubień. Komentarze pod nagraniem są zdominowane przez życzenia zdrowia dla bohaterki oraz patriotyczne hasła, co może wskazywać na dużą skuteczność łączenia wizerunku polityka KO z postaciami o niepodważalnym autorytecie moralnym w przestrzeni cyfrowej. Mimo pojedynczych głosów krytycznych dotyczących bieżącej polityki czy patronatów nad wydarzeniami państwowymi, dominująca narracja koncentruje się na wspólnym celebrowaniu pamięci historycznej. Wysoka liczba wyświetleń, przekraczająca 1,17 mln, sugeruje, że przekaz oparty na autentyczności i emocjach bohaterów wojennych jest jednym z najskuteczniejszych narzędzi budowania zasięgów w okresie rocznicowym.	
Konto partii PiS Polubienia: 130 575 Wyświetlenia: 1 160 110 Platforma: TikTok Ton: Satyryczny i prześmiewczy. Narracja: Rekontekstualizacja i budowanie mikro-opowieści opartej na uniwersalnym doświadczeniu z dzieciństwa.	Materiał opublikowany przez profil PiS wykorzystuje wizerunek Donalda Tuska w celu jego ośmieszenia poprzez osadzenie archiwalnego nagrania w trywialnym, memicznym kontekście. Nagranie skupia się na wymownym milczeniu i zmieszaniu polityka, co w połączeniu z napisami o tłumaczeniu się rodzicom z zepsutej zabawki, ma przedstawić lidera KO jako osobę nieporadną lub przyłapaną na kłamstwie. Choć forma wideo jest satyryczna i oparta na humorze sytuacyjnym, dobór hashtagów takich jak „złodziej” nadaje publikacji wyraźnie negatywny i oskarżycielski charakter polityczny. Przekaz ten buduje narrację o braku wiarygodności przeciwnika, wykorzystując do tego estetykę popularną wśród młodszych użytkowników platformy TikTok.	

MAPA PARTII

LICZBA POSTÓW I INTERAKCJI PARTII

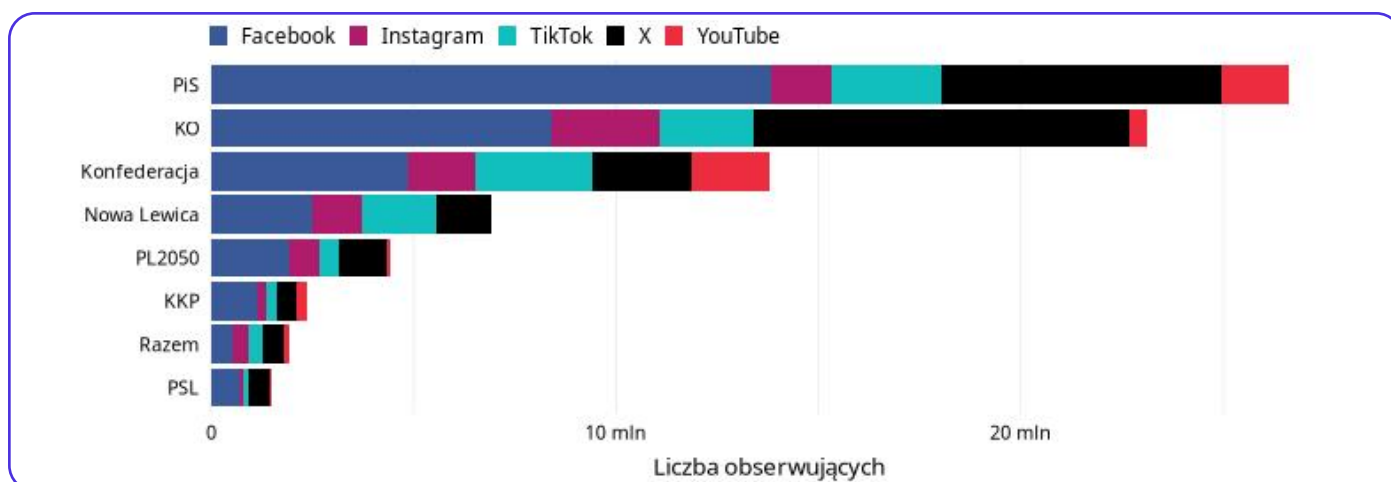
Na podstawie postów z kont partyjnych 1–31 lipca 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH PARTII

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

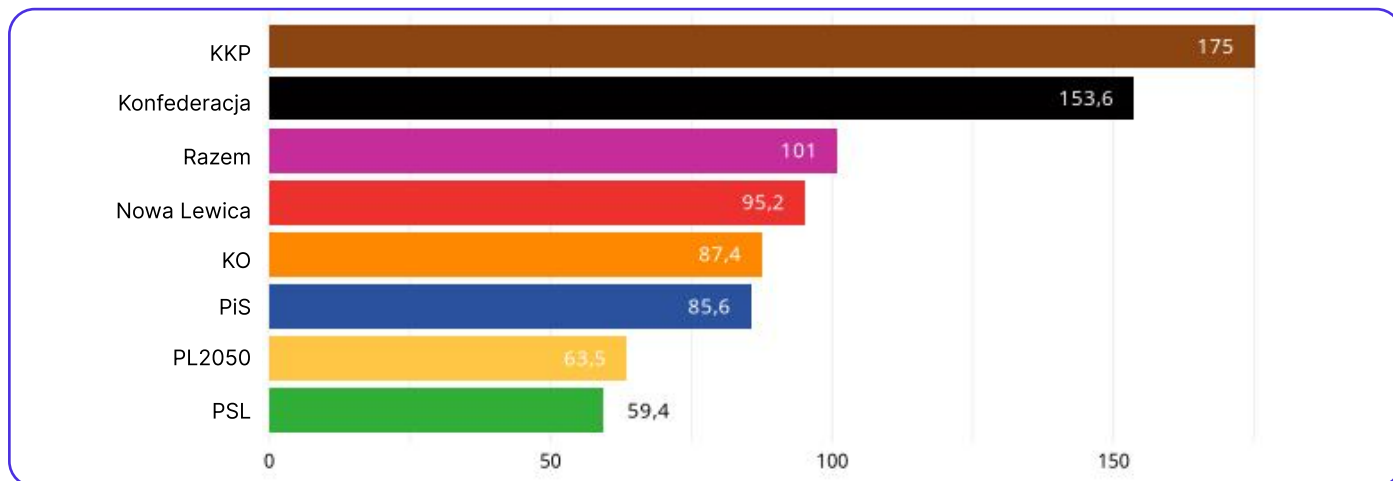


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 618 punktów danych.

Podobnie jak w poprzednich miesiącach, politycy mniejszych partii średnio publikują więcej postów niż przedstawiciele i przedstawicielki największych sił politycznych. Najczęściej postują członkowie **KKP**, na drugim miejscu **Konfederacji**, a na trzecim - **Razem**.

ŚREDNIA LICZBA POSTÓW NA KONTO POLITYKA WEDŁUG PARTII

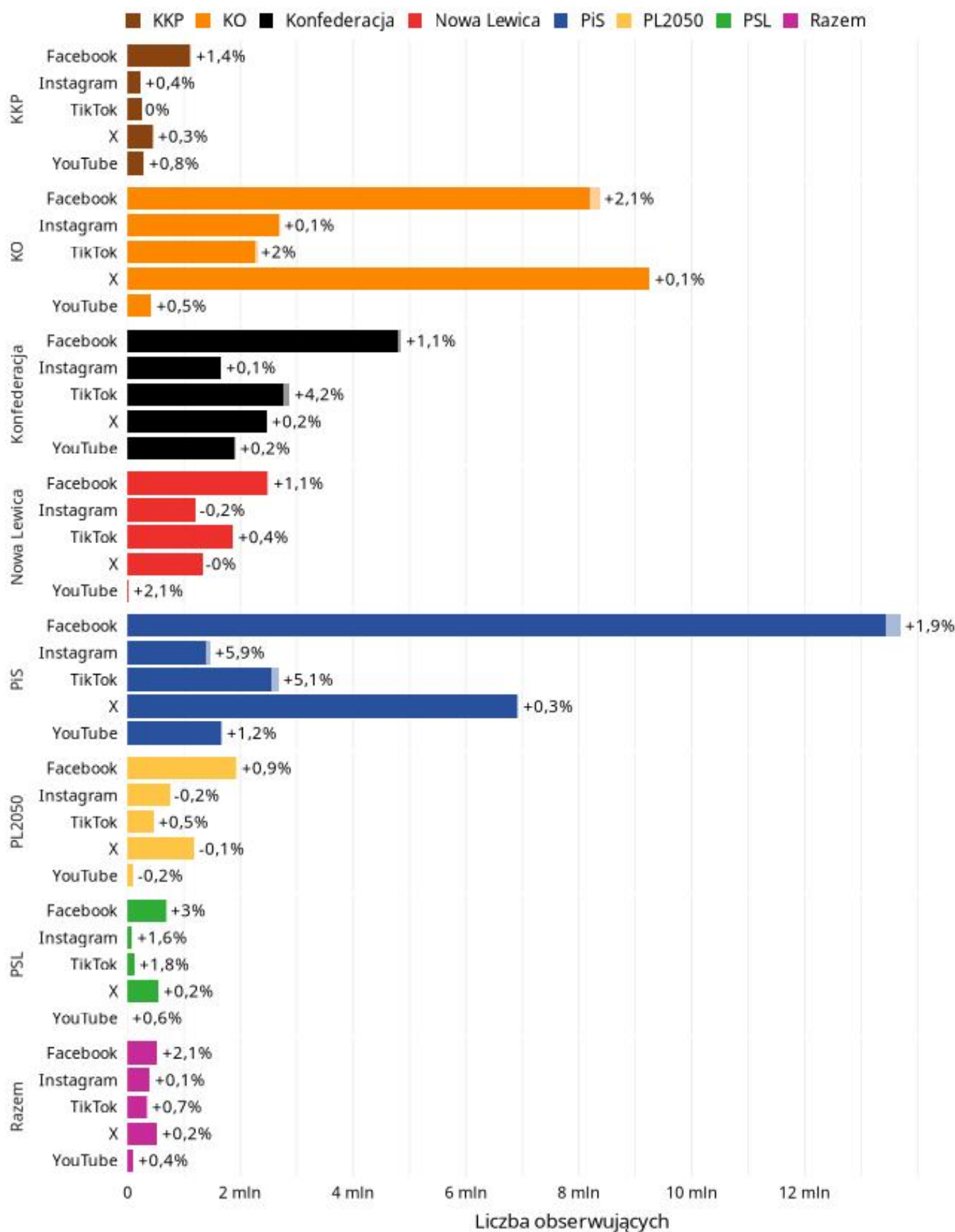
Średnia liczba postów na konto polityka według partii w lipcu 2026.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.

ZMIANA LICZBY OBSERWUJĄCYCH WEDŁUG PARTII I PLATFORMY

Zmiana liczby obserwujących według partii i platformy w lipcu 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.

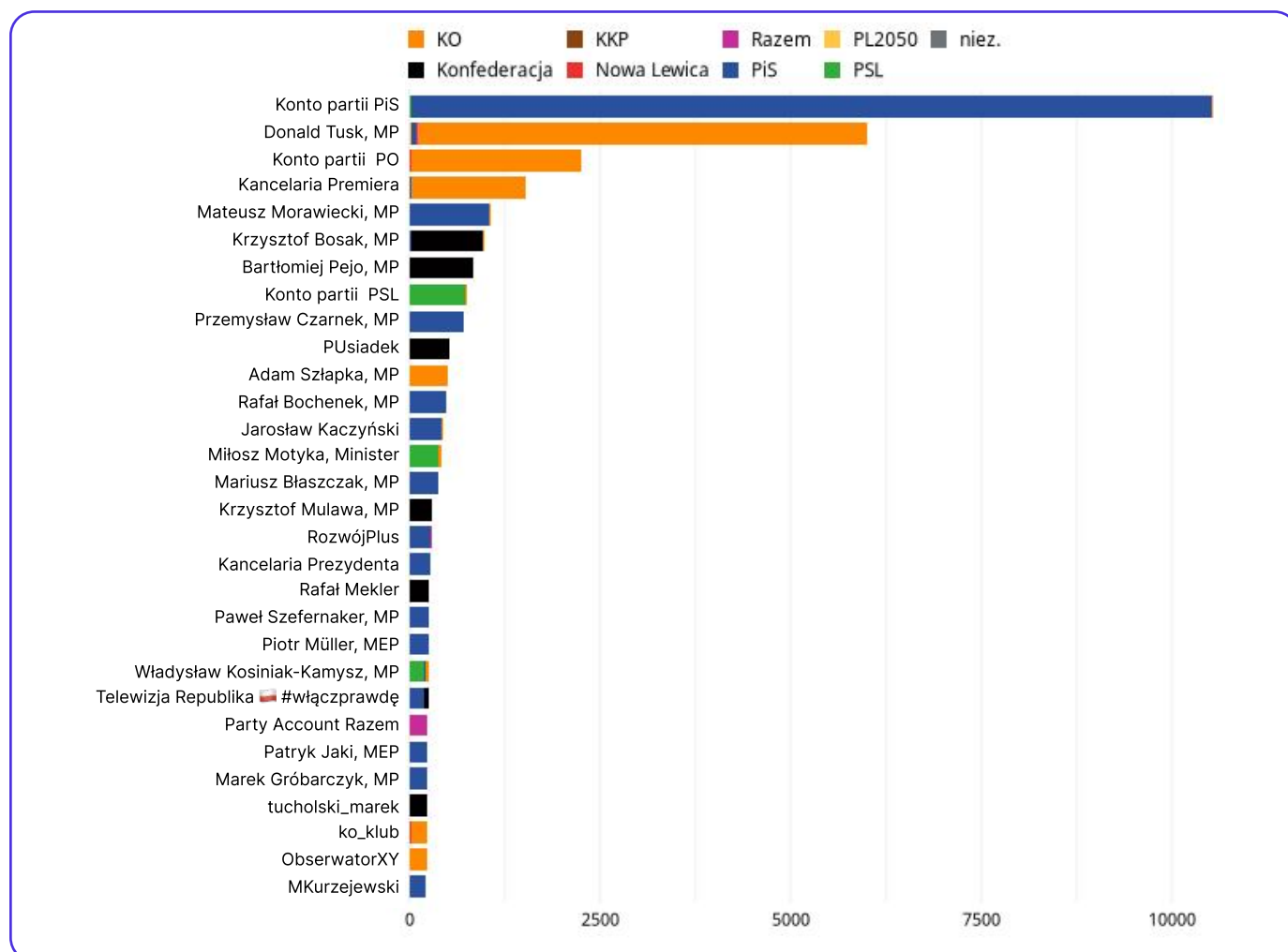


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 618 punktów danych.

ANALIZA ZAANGAŻOWANIA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

KONTA Z NAJWIĘKSZYM ZAANGAŻOWANIEM

Poniższe konta otrzymują najwięcej retweetów/udostępnień od postów w analizowanym okresie.



Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 3 618 punktów danych.



OBECNOŚĆ I AKTYWNOŚĆ POLITYKÓW NA PLATFORMACH

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



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

Intensywność koloru
pokazuje procentowy udział.

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%
	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube

Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.



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

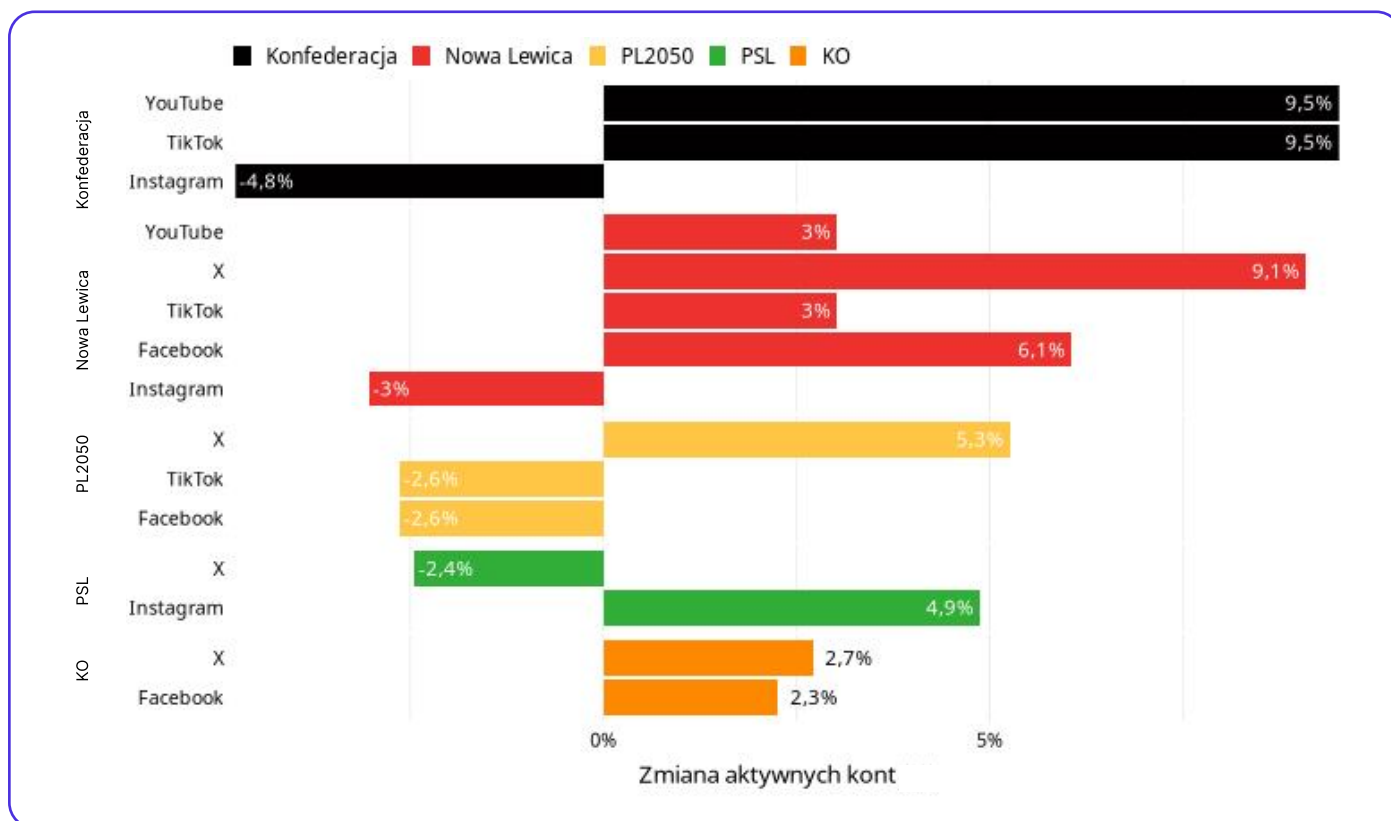
Intensywność koloru
wskazuje procentowy udział.

KKP	100%	50%	25%	100%	25%
KO	95%	66,1%	40,7%	75,6%	6,3%
Konfederacja	85,7%	71,4%	71,4%	90,5%	52,4%
Nowa Lewica	87,9%	63,6%	36,4%	75,8%	3%
PiS	86,7%	27,8%	28,6%	63,9%	10%
PL2050	94,7%	71,1%	42,1%	65,8%	5,3%
PSL	90,2%	36,6%	34,1%	48,8%	4,9%
Razem	100%	100%	60%	100%	20%
	Facebook	Instagram	TikTok	X	YouTube

Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.

NAJWIĘKSZE ZMIANY W AKTYWNOŚCI NA PLATFORMACH

Wykres przedstawia względną zmianę udziału kont politycznych aktywnie publikujących na różnych platformach społecznościowych, z podziałem na partie, w porównaniu z poprzednim okresem. Uwzględniono wyłącznie partie, dla których jest dostępna odpowiednio duża ilość danych.



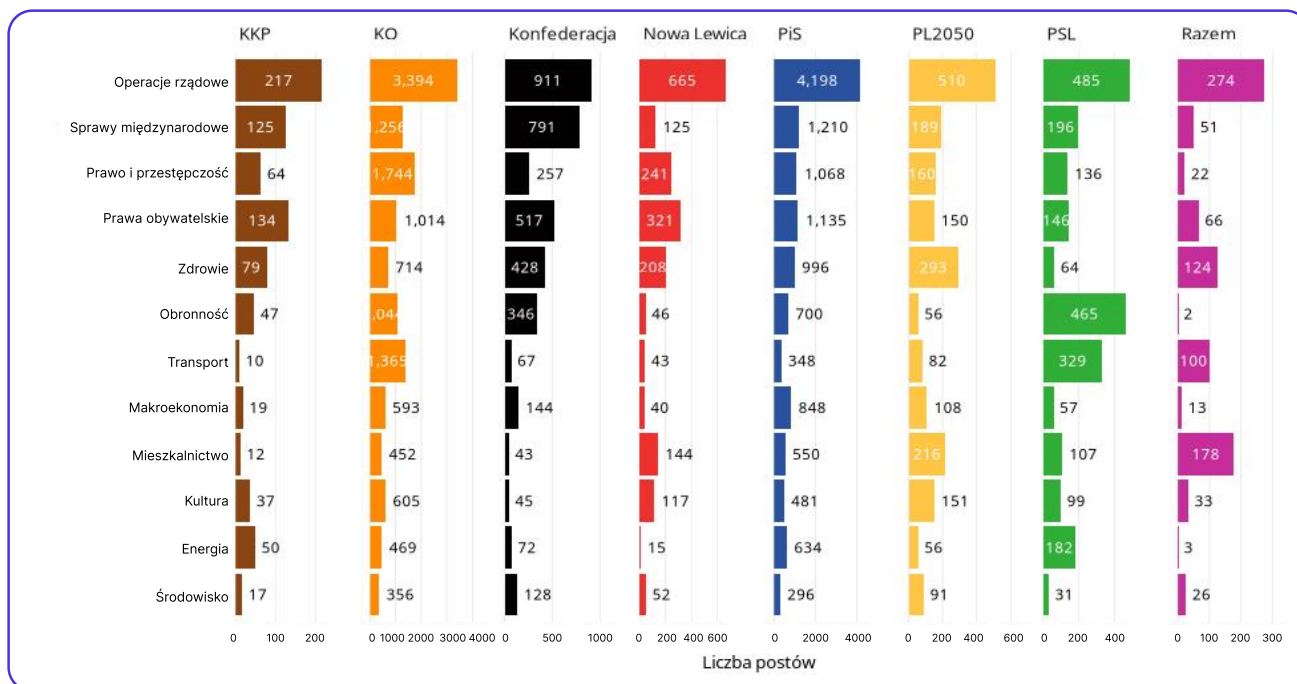
Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 58 776 punktów danych.

JAKIE TEMATY SĄ POPULARNE

W lipcu tematy takie jak zdrowie czy energia ustąpiły na rzecz „Operacji rządowych”, które były najszerzej i najczęściej poruszaną kwestią przez wszystkie partie. Sprawy międzynarodowe przyciągały najwięcej uwagi ze strony polityków **Prawa i Sprawiedliwości** oraz **Konfederacji**. Z kolei **Koalicja Obywatelska** silnie koncentrowała się na tematach powiązanych z prawem, przestępczością oraz transportem. Kwestie obronności najmocniej akcentowało w swojej komunikacji **Polskie Stronnictwo Ludowe**.

NA CZYM SKUPIAJĄ SIĘ PARTIE

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

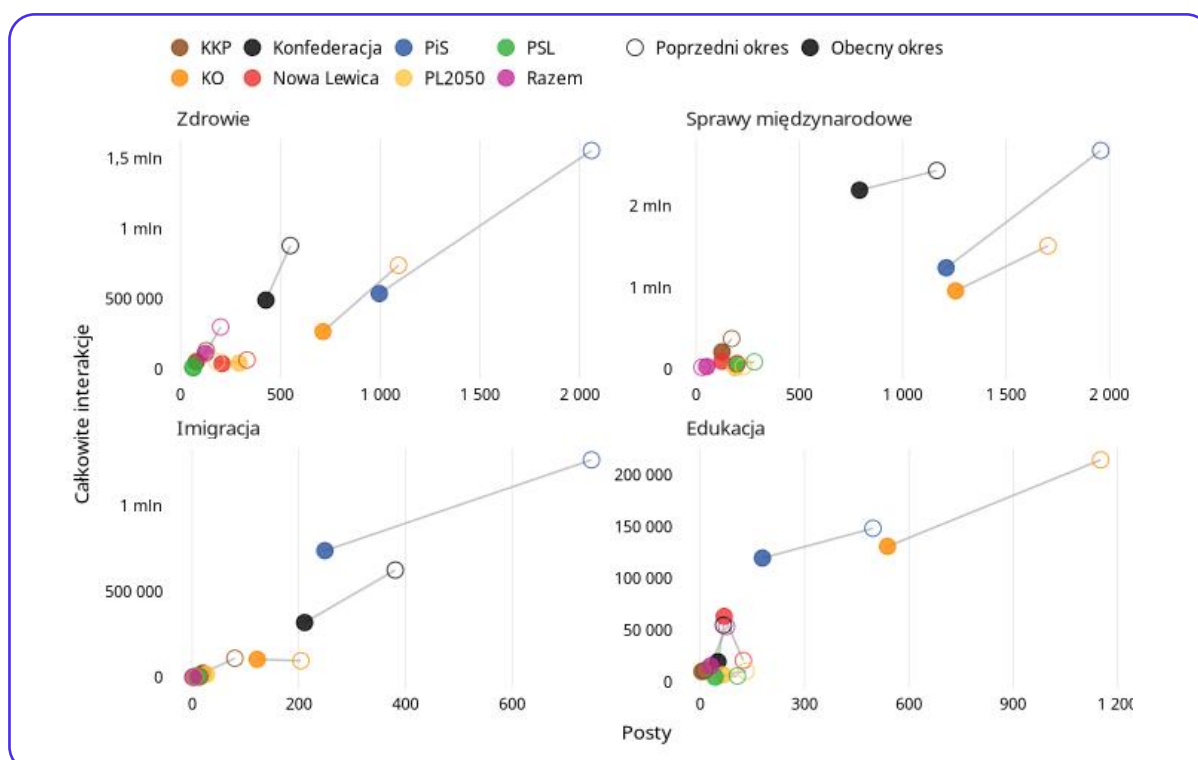


Źródło: Analiza mediów społecznościowych na podstawie publicznych informacji i 63 830 punktów danych.

Kody CAP (Comparative Agendas Project) przewidziano za pomocą modelu Babel Machine opublikowanego przez Poltextlab. Każdy wpis otrzymał kod CAP przypisany do tematu politycznego. Wizualizacja pokazuje rozkład tematów w różnych partiach politycznych.

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 3 618 punktów danych.