



IM. STEFANA  
**FUNDACJA  
BATOREGO**

forumIdei

# Ostatnia prosta kampanii: reklamy, emocje i walka o głosy Obraz kampanii prezydenckiej w mediach społecznościowych

---

**30 kwietnia 2025**

**Krzysztof Izdebski, Magdalena Rudź, Aleksander Winciorek, Robert Woźniak**

## **Najważniejsze obserwacje (15 stycznia–27 kwietnia 2025)**

Wybory prezydenckie 2025 w Polsce zbliżają się wielkimi krokami, a kampania wyborcza wkroczyła w decydującą fazę. Pozostały już niecałe dwa tygodnie do pierwszej tury głosowania, która odbędzie się 18 maja, a ewentualna druga tura zaplanowana jest na 1 czerwca. W tym kluczowym okresie kandydaci intensyfikują działania, starając się przekonać jak największą liczbę wyborców do swoich programów i wizji Polski. W mediach społecznościowych trwa zacięta walka o uwagę wyborców, a najbardziej angażujące treści to te, które bezpośrednio odnoszą się do emocjonujących wydarzeń kampanijnych (m.in. do debat w Końskich).

W ostatnich tygodniach szczególnie widoczna jest rosnąca aktywność w mediach społecznościowych oraz w kampaniach reklamowych online, gdzie liderzy wyścigu, Rafał Trzaskowski i Karol Nawrocki, znacząco zwiększyli budżety i zasięgi. W kolejnych dniach można spodziewać się jeszcze większej intensyfikacji tych działań, w tym nowych spotów stworzonych przez same sztaby, jak i podmioty trzecie. Dużo miejsca zostanie zapewne poświęcone okolicznościom nabycia mieszkania przez Karola Nawrockiego.

Raport obejmuje analizę kampanii prezydenckiej w Polsce w mediach społecznościowych **od 15 stycznia do 27 kwietnia 2025 roku**<sup>1</sup>. Przedstawia strategie promocyjne kandydatów, dominujące tematy oraz efektywność ich kampanii.

## Najważniejsze obserwacje

- Kampania prezydencka w Polsce nabiera tempa, szczególnie w działaniach płatnych online, gdzie liderami są Rafał Trzaskowski i Karol Nawrocki, którzy wydali na reklamy w Internecie ponad 800 tysięcy złotych każdy, generując setki milionów wyświetleń. Trzaskowski osiągnął 224 miliony odsłon, a Nawrocki około 68 milionów.
- Dominujące tematy kampanii to bezpieczeństwo oraz relacje Polski z Unią Europejską, jednak coraz większą rolę odgrywają kwestie społeczne i gospodarcze, takie jak koszty życia, opieka zdrowotna i ulgi dla przedsiębiorców. Poszczególni kandydaci podkreślają różne aspekty: Rafał Trzaskowski – bezpieczeństwo, Karol Nawrocki – połączenie bezpieczeństwa z drożyzną, Sławomir Mentzen i Szymon Hołownia – gospodarka, a Adrian Zandberg i Magdalena Biejat – kwestie społeczne.

## Kampanie reklamowe w Internecie

- Spośród 13 oficjalnych kandydatów 7 prowadzi aktywne kampanie reklamowe na platformach Meta (Facebook, Instagram) i Alphabet (Google, YouTube). Trzaskowski i Nawrocki zdecydowanie dominują pod względem wydatków i liczby reklam, przy czym ten ostatni pod koniec kwietnia opublikował blisko 1000 reklam, kierowanych głównie do osób powyżej 45. roku życia, z dużym udziałem seniorów oraz mężczyzn. Reklamy Nawrockiego były silnie targetowane regionalnie, zwłaszcza w województwach opolskim i podkarpackim.

## Analiza narracji i tematów

- Główne kategorie tematyczne kampanii to: zmniejszenie kosztów życia, wzmocnienie bezpieczeństwa, poprawa opieki zdrowotnej, pozycja Polski w Unii Europejskiej, prawo do aborcji, rozliczenie poprzedniej władzy, ochrona środowiska, bezpieczeństwo energetyczne, kontrola migracji, prawa mniejszości seksualnych, praworządność, dostępność mieszkań, wsparcie przedsiębiorców, inwestycje infrastrukturalne i wsparcie rodzin.
- Największe zaangażowanie generują tematy bezpieczeństwa i relacji z Unią Europejską, ale rośnie zainteresowanie opieką zdrowotną, kosztami życia czy prawami osób LGBTQ+. Rafał Trzaskowski skupia się na bezpieczeństwie (25% jego zaangażowania), Karol Nawrocki łączy bezpieczeństwo

<sup>1</sup> Wcześniej na temat tegorocznej kampanii prezydenckiej w mediach społecznościowych opublikowaliśmy: K. Izdebski, M. Rudź, A. Winciorek, R. Woźniak, *Przewidywalne narracje. Obraz kampanii prezydenckiej, w mediach społecznościowych*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2025, <https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/03/Obraz-kampanii-prezydenckiej.pdf>; K. Izdebski, M. Rudź, A. Winciorek, R. Woźniak, *Obraz kampanii prezydenckiej w mediach społecznościowych – kto mówi najgłośniej, a kto najsukuteczniej?*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2025, [https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/04/Obraz.kampanii.prezydenckiej.w.mediach.spolecznosciowcy\\_raport.2.pdf](https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/04/Obraz.kampanii.prezydenckiej.w.mediach.spolecznosciowcy_raport.2.pdf); K. Izdebski, M. Rudź, A. Winciorek, R. Woźniak, *Obraz kampanii prezydenckiej w mediach społecznościowych, Więcej pieniędzy, więcej polaryzacji*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2025, <https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/04/Obraz-kampanii-prezydenckiej-w-mediach-spolecznosciowych.-Wiecej-pieniedzy-wiecej-polaryzacji.pdf>. Na temat tych wyborów zob. także: E. Bendyk, K. Izdebski, P. Marczewski, F. Pazderski, *Prezydent na trudne czasy. Kampania wyborcza: nastroje społeczne, oczekiwania, główne tematy i narracje*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2025, [https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/04/Prezydent-na-trudne-czasy\\_Wybory\\_2025.pdf](https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/04/Prezydent-na-trudne-czasy_Wybory_2025.pdf); K. Izdebski, P. Marczewski, F. Pazderski, *Rozczarowani państwem, zadowoleni z życia. Prezydenckie wybory młodych Polek i Polaków*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2025, [https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/05/Prezydenckie.wybory.mlodych.Polek\\_i.Polakow.pdf](https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2025/05/Prezydenckie.wybory.mlodych.Polek_i.Polakow.pdf) (dostęp: 7 maja 2025).

z drożyną, Sławomir Mentzen i Szymon Hołownia akcentują kwestie gospodarcze, a Adrian Zandberg i Magdalena Biejał – kwestie społeczne i dotyczące praw kobiet i osób LGBTQ+.

## Aktywność i zaangażowanie w mediach społecznościowych

- Liderem pod względem liczby fanów i zaangażowania pozostaje Sławomir Mentzen, zwłaszcza na Instagramie oraz w serwisach YouTube i TikTok. Na Facebooku największą popularnością cieszą się Szymon Hołownia i Rafał Trzaskowski, a na platformie X (dawniej Twitter) dominuje Krzysztof Stanowski.
- Najbardziej angażujące treści w kwietniu to materiały związane z debatami wyborczymi (zwłaszcza z debatami w Końskich), wiecami oraz świątecznymi życzeniami. Najbardziej angażujący post opublikował Adrian Zandberg, w którym krytykuje i Rafała Trzaskowskiego, i Sławomira Mentzena.

### Metodologia

Zakres monitorowania obejmuje reklamy emitowane na platformach należących do Alphabet (Google Display Network, YouTube) oraz Meta (Facebook, Instagram). Analizie podlegają wszystkie reklamy oznaczone oraz możliwe do zidentyfikowania jako polityczno-społeczne, objęte programami przejrzystości reklam, które zostały wyemitowane od 15 stycznia 2025 roku.

Dodatkowo monitoring obejmuje organiczną komunikację kandydatów na urząd Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w mediach społecznościowych na pięciu platformach: Facebook, Instagram, X, YouTube oraz TikTok. Analizie podlega 13 kandydatów oficjalnie zarejestrowanych przez Państwową Komisję Wyborczą.

## Kampanie reklamowe w Internecie

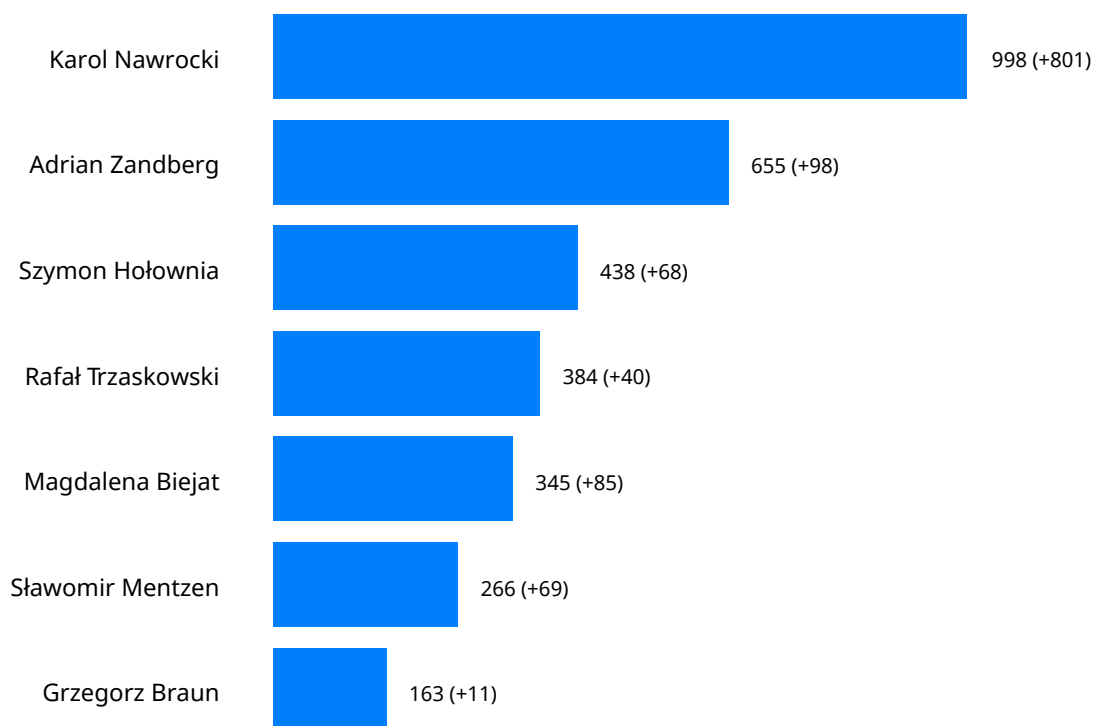
Prezentujemy wyniki analizy reklam politycznych, opublikowanych na platformach należących do Meta oraz Alphabet w okresie od 15 stycznia do 27 kwietnia 2025 roku. Dane zostały pozyskane za pomocą biblioteki reklam Meta oraz Centrum Przejrzystości Google.

Spośród 13 zarejestrowanych kandydatów, 7 prowadzi działania reklamowe w Internecie (platformy Meta oraz Alphabet). Pozostali ograniczają się do aktywności organicznej lub obecności w sieci poza własnymi kanałami w mediach społecznościowych.

W kwietniu dwóch czołowych kandydatów – Rafał Trzaskowski i Karol Nawrocki – wyraźnie zdystansowało resztę stawki pod względem wydatków na reklamę. Dodatkowo, Karol Nawrocki wyróżnił się liczbą publikowanych reklam, osiągając ich blisko 1000 pod koniec kwietnia.

## Liczba opublikowanych reklam

15.01–27.04.2025



## Wydatki na reklamę

W połowie kwietnia Rafał Trzaskowski wyraźnie zwiększył budżet swojej kampanii reklamowej na platformach Alphabet (Google, YouTube), dystansując konkurencję zarówno pod względem wydatków, jak i wyświetleń. Około tygodnia później podobny ruch wykonał Karol Nawrocki, publikując ponad 800 materiałów reklamowych. Dotychczasowy budżet obu głównych kandydatów w wyścigu prezydenckim przekroczył 800 tysięcy złotych, co jest kwotą wyższą niż suma wydatków całej reszty stawki.

| Wydatki kandydatów na reklamy |               |                         |                          |                            |
|-------------------------------|---------------|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Kandydat                      | Liczba reklam | Minimalna suma wydatków | Maksymalna suma wydatków | Suma wydatków (uśredniona) |
| Magdalena Biejat              | 345           | 164 800 zł              | 237 044 zł               | 200 922 zł                 |
| Grzegorz Braun                | 163           | 44 750 zł               | 74 941 zł                | 59 846 zł                  |
| Szymon Hołownia               | 438           | 208 250 zł              | 281 465 zł               | 244 857 zł                 |
| Sławomir Mentzen              | 266           | 53 800 zł               | 80 534 zł                | 67 167 zł                  |
| Karol Nawrocki                | 998           | 666 700 zł              | 1 015 350 zł             | 841 025 zł                 |
| Rafał Trzaskowski             | 384           | 767 450 zł              | 970 357 zł               | 868 904 zł                 |
| Adrian Zandberg               | 655           | 41 900 zł               | 119 066 zł               | 80 483 zł                  |

## Wyświetlenia

Pod względem liczby wyświetleń niekwestionowanym liderem pozostaje Rafał Trzaskowski, którego materiały zgromadziły już ponad 224 miliony odsłon. Na drugie miejsce awansował Karol Nawrocki, wyprzedzając Szymona Hołownię i osiągając wynik około 68 milionów wyświetleń. W kampanii Rafała Trzaskowskiego najczęściej oglądane reklamy dotyczyły kwestii aborcji, a w przypadku Karola Nawrockiego – drożyzny; ten ostatni kandydat w swoich przekazach wykorzystywał m.in. wizerunek Donalda Tuska.



<https://tiny.pl/dkm-dpsm>

Wydatki: 5–6 tys. zł

Wyświetlenia: 7–8 mln



[https://tiny.pl/2\\_r3rshj](https://tiny.pl/2_r3rshj)

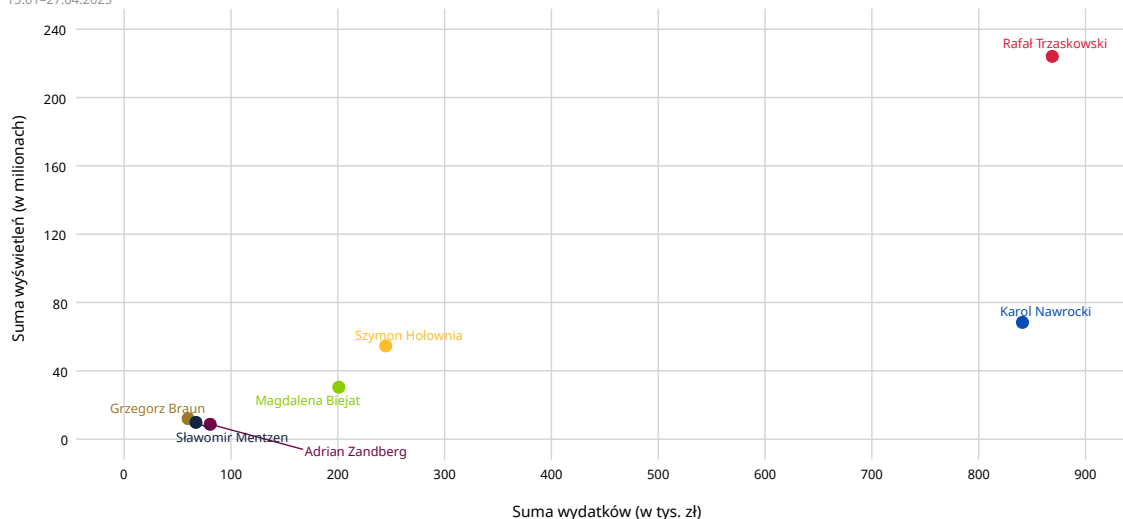
Wydatki: 12,5–15 tys. zł

Wyświetlenia: 6–7 mln

| Wyświetlenia reklam komitetów |               |                           |                            |                              |
|-------------------------------|---------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Kandydat                      | Liczba reklam | Minimalna suma wyświetleń | Maksymalna suma wyświetleń | Suma wyświetleń (uśredniona) |
| Magdalena Biejat              | 345           | 28 091 000                | 32 758 796                 | 30 424 898                   |
| Grzegorz Braun                | 163           | 11 062 000                | 12 924 891                 | 11 993 446                   |
| Szymon Hołownia               | 438           | 50 765 000                | 58 460 573                 | 54 612 786                   |
| Sławomir Mentzen              | 266           | 9 066 000                 | 10 575 734                 | 9 820 867                    |
| Karol Nawrocki                | 998           | 63 751 000                | 72 983 863                 | 68 367 432                   |
| Rafał Trzaskowski             | 384           | 209 936 000               | 238 228 843                | 224 082 422                  |
| Adrian Zandberg               | 655           | 7 760 000                 | 9 645 416                  | 8 702 708                    |

## Wydatki kandydatów a liczba wyświetleń reklam

15.01–27.04.2025



## Intensyfikacja kampanii Karola Nawrockiego

W tej części raportu przyglądamy się bliżej kampanii Karola Nawrockiego, który pod koniec kwietnia wyraźnie zwiększył intensywność działań reklamowych. Na platformach Meta i Alphabet kandydat wspierany przez Prawo i Sprawiedliwość opublikował już blisko 1000 reklam, a jego łączne wydatki mieszczą się w przedziale od 667 tys. zł do 1 mln zł – co plasuje go w ścisłej czołówce pod względem aktywności płatnej w Internecie.

Reklamy Nawrockiego najczęściej trafiały do osób powyżej 45. roku życia, przy czym największy udział odbiorców stanowili seniorzy w wieku 65+ (23%). Kandydat częściej docierał również do mężczyzn (59%) niż do kobiet (40%).

Ciekawie prezentuje się także jego strategia geograficzna: jedynie 15% reklam miało zasięg ogólnokrajowy, podczas gdy aż 84% targetowano na poziomie pojedynczych województw. Najwięcej reklam opublikowano w województwie opolskim, natomiast największy budżet przeznaczono na kampanię w województwie podkarpackim (około 60 tys. zł).

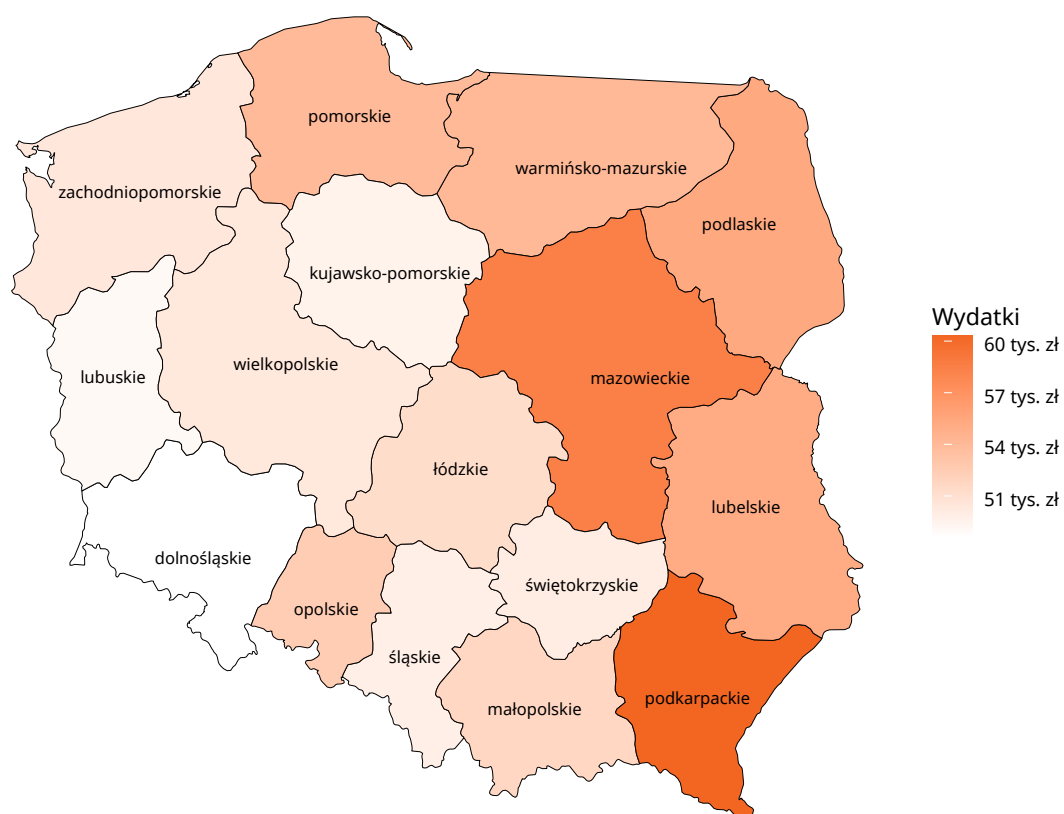
## Liczba reklam w podziale na województwa

Karol Nawrocki, 15.01–27.04.2025



## Wydatki w podziale na województwa

Karol Nawrocki, 15.01–27.04.2025



## Analiza głównych narracji

W niniejszej sekcji przeanalizowano treści komunikatów reklamowych oraz publikacji organicznych 13 kandydatów na urząd Prezydenta Polski, przy wykorzystaniu modeli językowych (LLM). W tym raporcie nieco zmieniliśmy ich opis, aby był bardziej zbieżny z kategoriami, które są często wykorzystywane do nazwania określonych fenomenów w badaniach ilościowych.

Wszystkie analizowane treści zostały przypisane do odpowiadających im kategorii tematycznych. Należy zaznaczyć, że pojedynczy post mógł zostać zaklasyfikowany do więcej niż jednej kategorii lub nie zostać przypisany do żadnej z nich.

### Analizowane tematy:

- Zmniejszenie kosztów życia.
- Wzmocnienie bezpieczeństwa Polski.
- Poprawa jakości opieki zdrowotnej.
- Wzmocnienie pozycji Polski w Unii Europejskiej.
- Poszerzenie prawa do przerywania ciąży.
- Rozliczenie poprzedniej władzy.
- Przeciwdziałanie zmianom klimatu i ochrona środowiska.
- Zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego.
- Zapewnienie kontroli nad migracją do Polski.
- Poprawa sytuacji prawnej mniejszości seksualnych (gejów, lesbijek, osób transpłciowych).
- Wzmocnienie praworządności.
- Zwiększenie dostępności mieszkań.
- Obniżenie barier dla przedsiębiorców.
- Realizacja inwestycji infrastrukturalnych, takich jak lotniska i kolej.
- Wsparcie finansowe rodzin.

Bezpieczeństwo oraz relacje z Unią Europejską pozostają dominującymi tematami kampanii – zarówno pod względem liczby publikowanych treści, jak i poziomu zaangażowania użytkowników. Coraz większą wagę zyskują również kwestie związane z opieką zdrowotną, rosnącymi kosztami życia oraz ulgami dla przedsiębiorców.

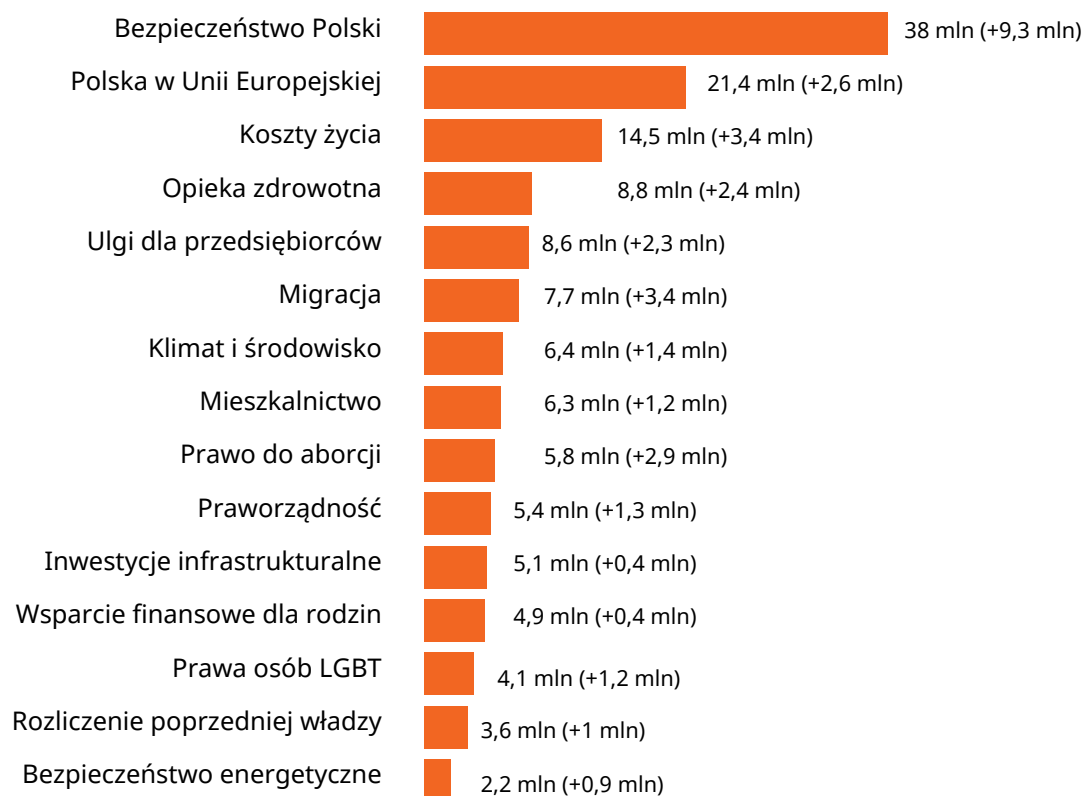
Wśród głównych narracji kandydatów również nie zaobserwowano istotnych zmian. Aż 25% łącznego zaangażowania treści publikowanych przez Rafała Trzaskowskiego dotyczy bezpieczeństwa, podczas gdy w kampanii Karola Nawrockiego – oprócz tego tematu – wyraźnie wybrzmiewa kwestia kosztów życia. Sławomir Mentzen i Szymon Hołownia najczęściej poruszają wątki związane z bezpieczeństwem, Unią Europejską i ulgami dla przedsiębiorców, a kwestie migracji najczęściej pojawiają się w przekazach Grzegorza Brauna i Marka Jakubiaka. Z kolei Magdalenę Biejat i Adriana Zandberga wyróżnia aktywność wokół opieki zdrowotnej, mieszkalnictwa oraz praw kobiet i osób LGBTQ+, a ten ostatni kładzie dodatkowy nacisk na inwestycje infrastrukturalne i bezpieczeństwo energetyczne.



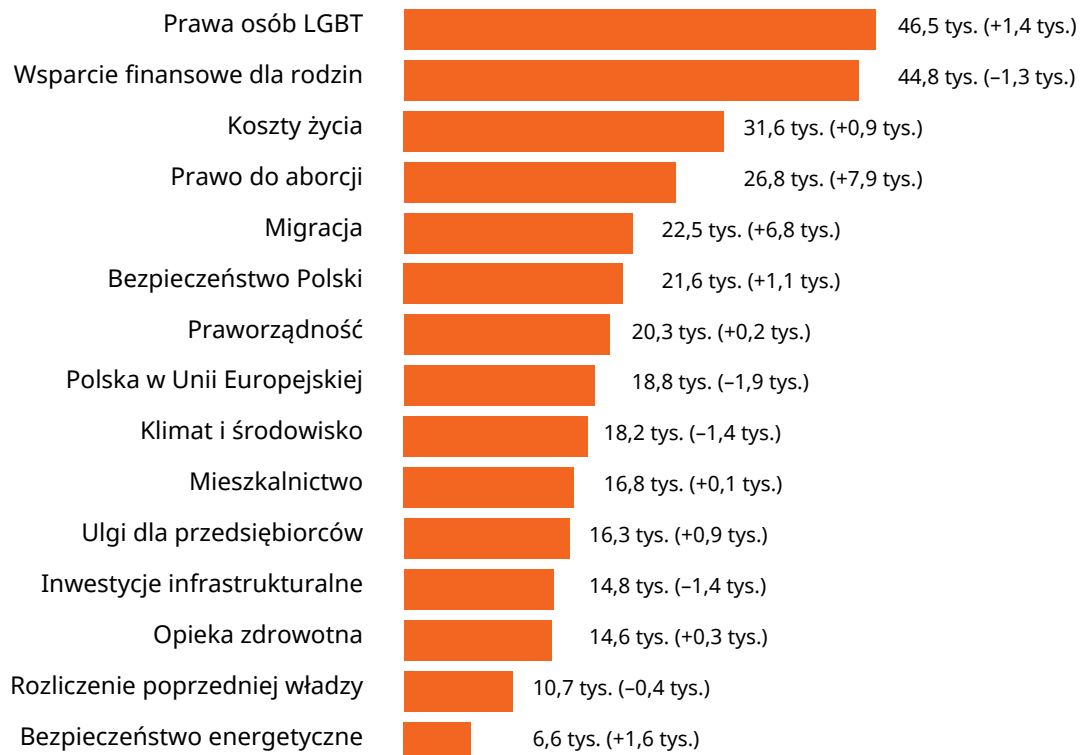
## Liczba treści w poszczególnych tematach



## Interactivity Index w poszczególnych tematach



## Średni Interactivity Index w poszczególnych tematach



## Odsetek treści w kategoriach tematycznych

|                                | Artur Bartoszewicz | Magdalena Biejat | Grzegorz Braun | Szymon Holownia | Marek Jakubiak | Maciej Maciak | Sławomir Mentzen | Karol Nawrocki | Joanna Senyszyn | Krzysztof Stolarowski | Rafał Trzaskowski | Marek Wocho | Adrian Zandberg |
|--------------------------------|--------------------|------------------|----------------|-----------------|----------------|---------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-------------|-----------------|
| Prawa osób LGBT                | 2%                 | 1%               | 0,1%           |                 |                | 0,5%          | 0,2%             | 1,1%           | 0,1%            |                       |                   |             | 0,3%            |
| Wsparcie finansowe rodzin      | 1%                 | 1%               | 0,3%           | 0,5%            |                | 0,3%          | 1,8%             |                | 0,1%            | 0,6%                  |                   |             | 0,4%            |
| Koszty życia                   | 1%                 | 4,7%             | 1,6%           | 3,1%            | 0,7%           | 1,6%          | 0,5%             | 6%             | 1%              | 1%                    | 0,1%              | 3,3%        |                 |
| Prawo do aborcji               | 6,5%               | 1,3%             | 0,1%           | 0,2%            |                | 0,2%          |                  |                | 0,1%            | 1,8%                  | 0,1%              | 0,4%        |                 |
| Migracja                       | 1%                 | 1,6%             | 5,5%           | 0,2%            | 4,7%           |               | 1,9%             | 2,7%           | 0,4%            | 1,4%                  | 0,1%              | 0,3%        |                 |
| Bezpieczeństwo Polski          | 1,9%               | 8,8%             | 9,5%           | 14%             | 13,2%          | 3,2%          | 14,4%            | 10,3%          | 1,1%            | 2,7%                  | 16,6%             | 3%          | 2,3%            |
| Praworządność                  | 2,9%               | 1,1%             | 1,3%           | 2,1%            | 2,2%           |               | 3,5%             | 0,6%           | 2,1%            | 2,1%                  | 0,3%              | 2%          | 0,7%            |
| Polska w Unii Europejskiej     | 1%                 | 5,9%             | 5,6%           | 6,6%            | 8,8%           | 1,6%          | 11,4%            | 4,3%           | 3,2%            | 1,2%                  | 6,3%              | 0,9%        | 9,6%            |
| Klimat i środowisko            | 3,9%               | 2,6%             | 1,8%           | 1,1%            |                | 1,5%          | 2%               |                | 1,5%            | 2,3%                  | 0,9%              | 1,4%        |                 |
| Mieszkalnictwo                 | 8,1%               |                  | 4,3%           |                 |                |               | 0,1%             |                | 0,5%            | 0,5%                  | 0,3%              | 5,9%        |                 |
| Ulgi dla przedsiębiorców       | 1,5%               | 0,9%             | 5,4%           | 0,4%            | 1,6%           | 9,2%          | 2,7%             |                | 0,1%            | 1,9%                  | 2%                | 1%          |                 |
| Inwestycje infrastrukturalne   | 0,8%               | 0,4%             | 2,4%           | 0,5%            |                | 0,3%          | 2%               |                | 0,1%            | 2,6%                  | 1,1%              | 8,9%        |                 |
| Opieka zdrowotna               | 1%                 | 8,1%             | 2,3%           | 2,7%            | 0,1%           | 0,2%          | 0,5%             | 2,1%           | 1%              | 1,4%                  | 3,7%              | 14,5%       |                 |
| Rozliczenie poprzedniej władzy | 1,9%               | 1%               | 2,6%           | 1,7%            | 6,8%           | 4,8%          | 1,3%             | 1,2%           | 7,4%            | 4,8%                  | 1%                | 1,5%        | 2,4%            |
| Bezpieczeństwo energetyczne    | 1%                 | 0,7%             | 1,6%           | 1,1%            | 0,5%           | 0,5%          | 1,1%             |                | 0,1%            | 1,8%                  | 0,1%              | 10,4%       |                 |

## Odsetek zaangażowania w kategoriach tematycznych

|                                | Artur Bartoszewicz | Magdalena Biejat | Grzegorz Braun | Szymon Hołownia | Marek Jakubiak | Maciej Maciak | Sławomir Mentzen | Karol Nawrocki | Joanna Senyszyn | Krzysztof Stanisławski | Rafał Trzaskowski | Marek Woch | Adrian Zandberg |
|--------------------------------|--------------------|------------------|----------------|-----------------|----------------|---------------|------------------|----------------|-----------------|------------------------|-------------------|------------|-----------------|
| Prawa osób LGBT                | 7,1%               | 1,5%             | 0%             |                 |                | 1,1%          | 5,9%             | 4,4%           | 0,1%            |                        |                   | 0,2%       |                 |
| Wsparcie finansowe rodzin      | 0,4%               | 0,2%             | 0,3%           | 0%              |                | 0,3%          | 5,1%             |                | 0,1%            | 3,6%                   |                   | 0,3%       |                 |
| Koszty życia                   | 0,1%               | 3%               | 1,6%           | 3,1%            | 0,8%           | 1,8%          | 1,5%             | 5,1%           | 0,9%            | 11,5%                  | 0%                | 3%         |                 |
| Prawo do aborcji               | 15,9%              | 6,7%             | 0,1%           | 0,6%            |                | 0,3%          |                  |                | 0,7%            | 2,3%                   | 0%                | 0,4%       |                 |
| Migracja                       | 3,5%               | 0,2%             | 5,1%           | 0%              | 7,3%           |               | 5,1%             | 9,8%           | 0,3%            | 1,7%                   | 0%                | 0,1%       |                 |
| Bezpieczeństwo Polski          | 5,1%               | 1%               | 9,6%           | 11,3%           | 12,7%          | 1,8%          | 15,8%            | 9,4%           | 1,5%            | 2,7%                   | 25,2%             | 0,7%       | 2,7%            |
| Praworządność                  | 6,5%               | 6,3%             | 1,3%           | 3,1%            | 1,5%           |               | 5,5%             | 0,3%           | 1,3%            | 2,4%                   | 0%                | 0,3%       | 0,4%            |
| Polska w Unii Europejskiej     | 3,5%               | 1,3%             | 5,6%           | 8,5%            | 10,4%          | 1,8%          | 10,6%            | 6,5%           | 0,7%            | 1,1%                   | 10,1%             | 3,2%       | 9,1%            |
| Klimat i środowisko            |                    | 0,7%             | 2,3%           | 5%              | 1,1%           |               | 2,9%             | 3,4%           |                 | 1,1%                   | 0,4%              | 0,1%       | 2,6%            |
| Mieszkalnictwo                 | 7,1%               |                  | 6,8%           |                 |                |               | 0%               |                | 0,6%            | 0%                     | 0%                | 8%         |                 |
| Ulgi dla przedsiębiorców       | 0,3%               | 0,5%             | 7,1%           | 0%              | 0%             | 9,4%          | 2%               |                | 0,3%            | 0,2%                   | 0,7%              | 1,1%       |                 |
| Inwestycje infrastrukturalne   | 0,1%               | 0,2%             | 4,4%           | 0,7%            |                | 0,8%          | 0,6%             |                | 0,1%            | 1,3%                   | 0,2%              | 9,1%       |                 |
| Opieka zdrowotna               | 0,2%               | 7,5%             | 2,4%           | 2%              | 0,1%           | 0,2%          | 0,1%             | 0,2%           | 0,5%            | 5,7%                   | 0,6%              | 14,4%      |                 |
| Rozliczenie poprzedniej władzy | 1,9%               | 2,3%             | 2,9%           | 0,5%            | 7,9%           | 5,9%          | 2,5%             | 1,4%           | 1,6%            | 6,3%                   | 0,2%              | 0,3%       | 3,1%            |
| Bezpieczeństwo energetyczne    | 3,5%               | 0,1%             | 1,9%           | 0,6%            | 0,8%           |               | 0,3%             | 0,3%           |                 | 0,2%                   | 0,3%              | 0%         | 12,6%           |

## Kandydaci w mediach społecznościowych

W niniejszej sekcji przeprowadzono analizę aktywności organicznej 13 kandydatów na prezydenta Polski w mediach społecznościowych na pięciu platformach: Facebook, Instagram, X, YouTube i TikTok, w okresie od 15 stycznia do 27 kwietnia 2025 roku.

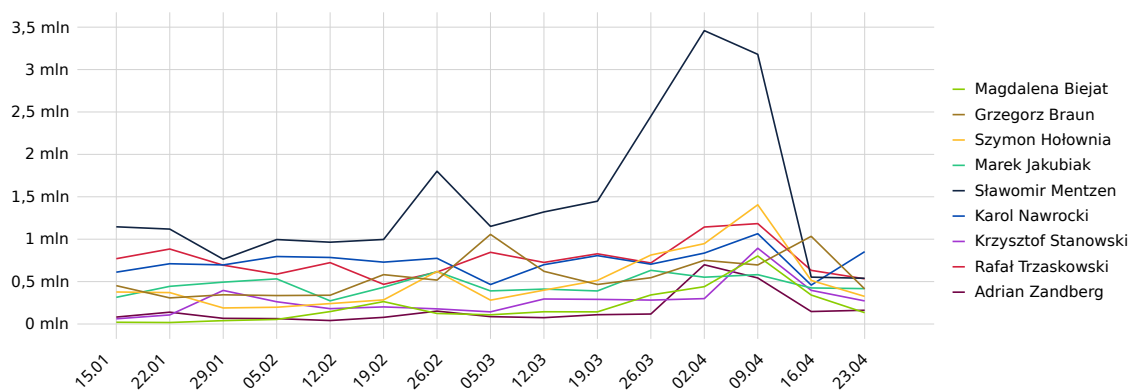
Liderem w mediach społecznościowych pod względem liczby fanów oraz zaangażowania pozostaje Sławomir Mentzen, który na Instagramie, w serwisach YouTube oraz TikTok nie ma sobie równych.

Na Facebooku więcej fanów zgromadzili Szymon Hołownia oraz Rafał Trzaskowski, a na X króluje Krzysztof Stanisławski.

| Liczba obserwujących             |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                       |           |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Kandydat                         |  |  |  |  |  | Suma      |
| Sławomir Mentzen                 | 703 119                                                                             | 801 628                                                                             | 649 671                                                                             | 812 000                                                                             | 1 600 000                                                                             | 4 566 418 |
| Szymon Hołownia                  | 1 140 295                                                                           | 661 892                                                                             | 436 936                                                                             | 99 800                                                                              | 330 700                                                                               | 2 669 623 |
| Rafał Trzaskowski                | 791 369                                                                             | 469 047                                                                             | 892 120                                                                             | 14 800                                                                              | 79 600                                                                                | 2 246 936 |
| Krzysztof Stanisławski           | 174 804                                                                             | 461 927                                                                             | 1 281 408                                                                           | -                                                                                   | -                                                                                     | 1 918 139 |
| Grzegorz Braun                   | 351 477                                                                             | 76 556                                                                              | 271 266                                                                             | 204 000                                                                             | 168 100                                                                               | 1 071 399 |
| Marek Jakubiak                   | 298 701                                                                             | 23 582                                                                              | 179 510                                                                             | 109 000                                                                             | 71 600                                                                                | 682 393   |
| Adrian Zandberg                  | 100 056                                                                             | 82 823                                                                              | 183 655                                                                             | 2 430                                                                               | 95 000                                                                                | 463 964   |
| Magdalena Biejat                 | 42 503                                                                              | 74 284                                                                              | 43 018                                                                              | 688                                                                                 | 159 500                                                                               | 319 993   |
| Karol Nawrocki (profil sztabowy) | 160 544                                                                             | 13 978                                                                              | 32 779                                                                              | 11 400                                                                              | 52 000                                                                                | 270 701   |
| Karol Nawrocki                   | -                                                                                   | 30 477                                                                              | 82 620                                                                              | 195                                                                                 | 33 000                                                                                | 146 292   |
| Joanna Senyszyn                  | 62 337                                                                              | 26 153                                                                              | -                                                                                   | 465                                                                                 | -                                                                                     | 88 955    |
| Maciej Maciak                    | 11                                                                                  | -                                                                                   | -                                                                                   | 67 400                                                                              | 18 500                                                                                | 85 911    |
| Artur Bartoszewicz               | 3 424                                                                               | -                                                                                   | 3 497                                                                               | 4                                                                                   | 389                                                                                   | 7 314     |
| Marek Woch                       | 244                                                                                 | -                                                                                   | 4 313                                                                               | 42                                                                                  | -                                                                                     | 4 599     |

| Interactivity Index              |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |            |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Kandydat                         |  |  |  |  |  | Suma       |
| Sławomir Mentzen                 | 6 399 479                                                                         | 6 826 814                                                                         | 3 244 243                                                                         | 3 662 157                                                                         | 1 756 019                                                                           | 21 888 712 |
| Rafał Trzaskowski                | 5 712 456                                                                         | 2 457 636                                                                         | 2 408 650                                                                         | 353 711                                                                           | 419 174                                                                             | 11 351 627 |
| Karol Nawrocki (profil sztabowy) | 4 761 511                                                                         | 775 322                                                                           | 2 631 943                                                                         | 416 402                                                                           | 367 659                                                                             | 8 952 837  |
| Grzegorz Braun                   | 5 284 267                                                                         | 538 021                                                                           | 1 660 008                                                                         | 844 613                                                                           | 137 324                                                                             | 8 464 233  |
| Szymon Hołownia                  | 4 163 479                                                                         | 1 598 781                                                                         | 730 399                                                                           | 59 497                                                                            | 929 002                                                                             | 7 481 158  |
| Marek Jakubiak                   | 4 979 010                                                                         | 75 717                                                                            | 1 330 931                                                                         | 467 267                                                                           | 56 737                                                                              | 6 909 662  |
| Krzysztof Stanowski              | 48 870                                                                            | 573 936                                                                           | 3 638 611                                                                         | -                                                                                 | -                                                                                   | 4 261 417  |
| Magdalena Biejał                 | 717 756                                                                           | 857 104                                                                           | 720 165                                                                           | 2 596                                                                             | 826 640                                                                             | 3 124 261  |
| Adrian Zandberg                  | 441 370                                                                           | 505 332                                                                           | 902 292                                                                           | 4 189                                                                             | 710 816                                                                             | 2 563 999  |
| Karol Nawrocki                   | -                                                                                 | 290 703                                                                           | 1 707 288                                                                         | -                                                                                 | 42 185                                                                              | 2 040 176  |
| Maciej Maciak                    | -                                                                                 | -                                                                                 | -                                                                                 | 396 623                                                                           | 98                                                                                  | 396 721    |
| Artur Bartoszewicz               | 338 419                                                                           | -                                                                                 | 14 605                                                                            | 2                                                                                 | 11 819                                                                              | 364 845    |
| Joanna Senyszyn                  | 177 088                                                                           | 131 665                                                                           | -                                                                                 | -                                                                                 | -                                                                                   | 308 753    |
| Marek Woch                       | 2 066                                                                             | -                                                                                 | 71 371                                                                            | 41                                                                                | -                                                                                   | 73 478     |

Interactivity Index w czasie



Powyższy wykres prezentuje zaangażowanie kandydatów na profilach własnych w mediach społecznościowych. Pod uwagę wzięto 9 kandydatów o najwyższym łącznym zaangażowaniu. W przypadku Karola Nawrockiego zsumowano aktywności na kontach prywatnych oraz sztabowych.

Najbardziej angażujący post kwietnia opublikował Adrian Zandberg, krytycznie odnosząc się do zachowania Rafała Trzaskowskiego i Sławomira Mentzena. Wśród treści generujących największe zaangażowanie dominowały nawiązania do debat wyborczych – zwłaszcza tych w Końskich – oraz materiały z wieców i konwencji. Dużą popularnością cieszyły się także wielkanocne życzenia publikowane przez kandydatów.

## Najbardziej angażujące kwietniowe posty kandydatów

### Rafał Trzaskowski



<https://tiny.pl/2h6hrvp0>

INI = 105 020



<https://tiny.pl/gzt97ynm>

INI = 93 513



<https://tiny.pl/wzxtpj2m>

INI = 77 443

### Karol Nawrocki



<https://tiny.pl/tkx0p4mz>

INI = 129 140



<https://tiny.pl/0ytmctxj>

INI = 87 923



<https://tiny.pl/0tcph-ss>

INI = 80 235



## Sławomir Mentzen



<https://tiny.pl/256gvg4z>

INI = 217 340



<https://tiny.pl/3f2m1phk>

INI = 172 400



<https://tiny.pl/16jxfhrd>

INI = 156 560

## Szymon Hołownia



<https://tiny.pl/kz30dd73>

INI = 128 260



<https://tiny.pl/2cv7xq7c>

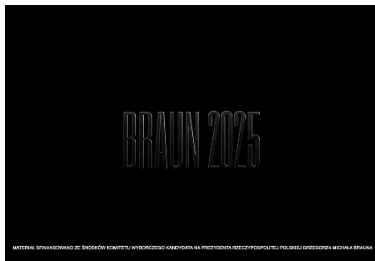
INI = 112 180



<https://tiny.pl/xntt1wbd>

INI = 77 420

## Grzegorz Braun



<https://tiny.pl/2z4fvr5>

INI = 260 062



<https://tiny.pl/6gc34z5h>

INI = 93 263



<https://tiny.pl/8wshddt7>

INI = 92 128

## Magdalena Biejał



<https://tiny.pl/637n5m5m>

INI = 151 680



[https://tiny.pl/qt1g0\\_ts](https://tiny.pl/qt1g0_ts)

INI = 63 960



<https://tiny.pl/79bym8ng>

INI = 49 340



## Adrian Zandberg



<https://tiny.pl/9x0c4g2z>

INI = 325 780



<https://tiny.pl/c6-mj56b>

INI = 134 560



<https://tiny.pl/56vbw7dc>

INI = 60 260

## Marek Jakubiak



[https://tiny.pl/2mj9dm\\_q](https://tiny.pl/2mj9dm_q)

INI = 152 741



[https://tiny.pl/7\\_vmwbvd](https://tiny.pl/7_vmwbvd)

INI = 126 311



<https://tiny.pl/pc-5x555>

INI = 70 756



**Krzysztof Izdebski** – członek zarządu oraz dyrektor ds. rzecznictwa i rozwoju Fundacji im. Stefana Batorego. Prawnik – specjalizuje się w dostępie do informacji publicznej, ponownym wykorzystywaniu informacji sektora publicznego oraz wpływie technologii na demokrację.

**Magdalena Rudź** – analityczka danych, absolwentka Politechniki Gdańskiej. W firmie Sotrender zajmuje się przygotowywaniem raportów i projektów analitycznych oraz wizualizacją danych.

**Aleksander Winciorek** – strateg, wykładowca, badacz z 20-letnim doświadczeniem w branży. Specjalizuje się w analizie mediów społecznościowych. Od trzech lat prowadzi dział analiz w firmie Sotrender.

**Robert Woźniak** – analityk danych w firmie Sotrender. Wcześniej w branżach: badawczej, logistycznej i farmaceutycznej. Absolwent Uniwersytetu Gdańskiego.

**Fundacja im. Stefana Batorego**

Sapieżyńska 10a  
00-215 Warszawa  
tel. (48-22) 536 02 00  
fax (48-22) 536 02 20  
batory@batory.org.pl  
www.batory.org.pl

Teksty udostępniane na licencji  
Creative Commons. Uznanie autorstwa  
na tych samych warunkach  
3.0 Polska (CC BY SA 3.0 PL)



Redakcja: Izabella Sariusz-Skąpska  
Korekta: Agnieszka Łodzińska  
Warszawa 2025  
ISBN 978-83-68235-61-6