

PRCN



# RAPORT

## Polscy parlamentarzyści

Analiza korzystania  
z mediów społecznościowych

MAJ 2024

# Spis treści

<b>02</b>	<b>WSTĘP</b>
<b>04</b>	<b>METODOLOGIA BADANIA</b>
<b>05</b>	<b>RANKINGI</b>
<b>18</b>	<b>RÓŻNICE</b>
<b>26</b>	<b>ZWIĄZKI WYSTĘPUJĄCE W DANYCH</b>
<b>27</b>	<b>PODSUMOWANIE</b>
<b>28</b>	<b>O PRCN</b>

# Wstęp

Poszukując politycznych influencerów nie wolno zapominać o docieraniu bezpośrednio do źródeł, czyli do samych polityków koalicji rządzącej oraz do posłów i senatorów w polskim parlamencie. Dlatego w ramach zespołu Public Affairs w agencji PRCN, postanowiliśmy sprawdzić, kto jest aktywnym politykiem w mediach społecznościowych wśród przedstawicieli polskiego rządu i Sejmu. W niniejszym raporcie przedstawiamy Państwu TOP influencerów spośród aktywnych polityków z obu wyżej wymienionych grup. Wśród nich na Twitterze, czyli dzisiejszym X znajdziemy m.in. Donalda Tuska, Mateusza Morawieckiego, Romana Giertycha, Sławomira Mentzena czy Szymona Hołownię, a na Instagramie - Szymona Hołownię, Donalda Tuska, Sławomira Mentzena, Krzysztofa Bosaka czy Barbarę Nowacką.

Social media to nie tylko świetne wsparcie dla kampanii wyborczych, ale również stałe narzędzie pracy specjalistów ds. public affairs w budowaniu poparcia dla zmian legislacyjnych. Pracując w PA powinniśmy mieć nie tylko „zmapowanych” stakeholders dla interesujących nas projektów aktów prawnych, ale również wiedzieć jak oraz z kim wspierać proponowane zmiany na platformach społecznościowych. Powinniśmy również mieć zidentyfikowanych prawdziwych politycznych influencerów i umieć do nich docierać.

Poniższy raport ukazuje top influencerów politycznych spośród polityków zasiadających w rządzie oraz w Sejmie. Wskazuje również na to, kto jest aktywnym twórcą internetowym wśród polityków oraz jak intensywnie budują oni swoje kanały social media. Dzięki danym na temat uczestnictwa polityków w aktywnościach na platformach społecznościowych oraz danych na temat ich followersów możemy też zidentyfikować ważne dla nich tematy. Na przykład możemy sprawdzić, która z aktualnych komisji śledczych cieszy się największym zainteresowaniem wśród użytkowników platform społecznościowych.

W dialogu z legislatorem naszą ekspercką pozycję powinniśmy budować nie tylko w oparciu o komunikację z instytucjami rządowymi, ale również poprzez codzienny dialog z decydentami na platformach social media, np. na Twitterze oraz na innych platformach społecznościowych. Rozpoczynając kolejne wątki internetowej debaty powinniśmy również mieć zidentyfikowanych decydentów i KOL's, którzy wspierają stanowiska istotne zarówno dla nas, jak i naszych przeciwników. Oznaczając decydentów w komunikacji powinniśmy przewidywać, jak mogą oni nam odpowiedzieć i czy popierają nasze argumenty, a jeśli nie - to jak przygotować się na długą kampanię, w której rzeczowe i emocjonalne argumenty będą wpływały na zmianę opinii publicznej i samych rządzących.

Przygotowane badanie ma za zadanie pomóc w wyborze najaktywniejszych polityków na polskiej scenie politycznej, ale również ukazać tych, którzy śledzą debatę publiczną poprzez kanały social media, tak by specjaliści od public affairs wiedzieli, z kim można próbować się wiązać w komunikacji zmian, jakie chcielibyśmy nagłośnić na polskiej scenie politycznej. Według danych, które zebraliśmy, do aktywnych obserwatorów debaty publicznej w social mediach należą m. in. Patryk Gabriel, Ewa Malik, Przemysław Witek, Mariusz Krystian czy Piotr Kandyba.

Przygotowując się do kampanii public affairs w mediach społecznościowych należy pamiętać, że dla polityków priorytetem będzie budowanie własnego poparcia wśród wyborców, mobilizowanie lokalnej społeczności oraz zdobywanie głosów, dlatego jako eksperci od komunikacji powinniśmy proponować im narzędzia, które będą aktywizować ich publiczność w postaci ilości polubień (za pomocą różnego rodzaju ważnych tematów, quizów oraz wydarzeń łączących ich z lokalną grupą wyborców z poszczególnych okręgów). Nie można zapomnieć, że istotne dla nich będzie również to, jakie tematy zyskują poparcie wśród opinii publicznej oraz jakie tematy podnoszą popularni w sieci eksperci, których wypowiedziami politycy mogą podeprzeć własne działania w sferze legislacyjnej.

Dostarczając paliwa do debaty politycznej należy zadbać o to, aby być traktowanym jako zaufane źródło informacji i wystrzegać się udostępniania informacji niesprawdzonych lub pochodzących z niepewnych źródeł.

W zakresie doboru platformy dotarcia do influencerów politycznych nadal należy stawiać na X (dawniej: Twitter). W polskim parlamencie X cieszy się większą popularnością niż Instagram (różnica w popularności jest istotna statystycznie). Z X korzysta blisko 86% postów. Konto na Instagramie posiada 58% postów.

Jeśli chodzi o korzystanie z tych portali przez członków poszczególnych partii, rozkład popularności wygląda następująco: Największy odsetek postów, którzy nie korzystają ze wskazanych mediów społecznościowych występuje w partii Polska2050 (15%). Posłowie wszystkich partii, z wyjątkiem PSL najczęściej posiadają jednocześnie konta na X i na Instagramie. W Polskim Stronnictwie Ludowym najpopularniejsze jest prowadzenie konta wyłącznie na X. Posłowie Konfederacji i Kukiz'15 to jedyni członkowie sceny politycznej, wśród których wszyscy członkowie korzystają ze wskazanych mediów społecznościowych.

Najchętniej obserwowanym profilem na X jest konto Prawa i Sprawiedliwości. Śledzi je w przybliżeniu 374 tys. osób. Na drugim miejscu znajduje się profil Platformy Obywatelskiej, obserwowany przez ok. 320 tys. internautów. Najmniejszą popularnością na platformie cieszy się profil Inicjatywy Polskiej, obserwowany przez ok. 8 tys. użytkowników portalu.

Nieco inaczej wygląda odbiór profili partyjnych na Instagramie. Czołowe miejsce zajmuje tutaj Platforma Obywatelska (101 tys. obserwujących), a za nią Lewica (80 tys. obserwujących). Na podium popularności znalazł się także profil Prawa i Sprawiedliwości z 39 tys. obserwujących.

Biorąc udział w debacie publicznej poprzez media społecznościowe, z zaangażowaniem w nią polityków należy również pamiętać, że oznaczając ich wchodzimy w orbitę zainteresowania wielu dziennikarzy aktywnie śledzących media społecznościowe polityków, a tym samym tematy, które share'ujemy mogą następnego dnia znaleźć się na pierwszych stronach gazet. Dlatego do komunikacji należy podchodzić z ogromną starannością, rzetelnie weryfikując dane i ich źródła, na które się powołujemy.



**Iwona Kubicz**  
Managing Director  
PRCN

# Metodologia badania

- Badanie przeprowadzone było w terminie od 12 do 18 marca 2024 roku. Zebrano łącznie dane z profili należących do 465 postów i członków rządu obecnej kadencji.
- Dane wykorzystane w analizach zostały pozyskane za pomocą API Twitter (<https://developer.twitter.com/en>) oraz API Socialblade (<https://socialblade.com/business-api>). Dla niektórych profili (tych bez kont biznesowych) należało wpisać manualnie wartości. Końcowo, zgromadzono dane dotyczące różnych aktywności na Instagramie z 270 kont i dane z 402 Twitterowych profili.
- W toku analiz uwzględniono wskaźniki aktywności w social mediach takie jak: liczba obserwujących dany profil, liczba obserwowanych przez dany profil, liczba postów na Twitterze i Instagramie. Dodatkowo, wyliczony został także wskaźnik followers ratio (dla obu platform i zbiorczy) oraz w przypadku badania związków w danych, uwzględniono średnią liczbę polubień, komentarzy i engagement rate (procent obserwujących, którzy polubili albo skomentowali ostatnie 16 postów) na Instagramie.
- Wszystkie obliczenia statystyczne zostały wykonane z wykorzystaniem oprogramowania IBM SPSS Statistics (Wersja 23) oraz Python ze szczególnym uwzględnieniem bibliotek SciPy oraz matplotlib. W toku analizy przyjęto kryterium istotności statystycznej wynoszące  $p < 0,05$  dla wszystkich jej etapów. Podczas testowania różnic zastosowano nieparametryczne testy Chi-kwadrat oraz statystykę Kruskala-Wallis'a. Zależności korelacyjne weryfikowano wyliczając parami współczynniki rho Spearman'a.



A man with curly brown hair, a beard, and black-rimmed glasses is wearing a blue sweater and looking at a tablet held by a woman. The woman has dark curly hair and is wearing a white sweater. They are both smiling and looking at the tablet. The background is a library with bookshelves. The word "Rankingi" is overlaid in white text on the left side of the image.

# Rankingi

# TOP 20 najaktywniejszych polityków w mediach społecznościowych\*



1			Krzysztof <b>BOSAK</b>	<b>132 082</b>
2			Krzysztof <b>SOBOLEWSKI</b>	<b>111 406</b>
3			Anna <b>MILCZANOWSKA</b>	<b>108 446</b>
4			Izabela <b>LESZCZYNA</b>	<b>75 978</b>
5			Anna <b>KWIECIEŃ</b>	<b>74 644</b>
6			Jan <b>MOSIŃSKI</b>	<b>72 272</b>
7			Lucjan <b>PIETRZCZYK</b>	<b>67 305</b>
8			Dariusz <b>MATECKI</b>	<b>65 201</b>
9			Agnieszka <b>POMASKA</b>	<b>60 004</b>
10			Tomasz <b>SIEMONIAK</b>	<b>59 355</b>
11			Katarzyna <b>LUBNAUER</b>	<b>56 094</b>
12			Zbigniew <b>KUŹMIUK</b>	<b>55 042</b>
13			Alicja <b>ŁEPKOWSKA-GOŁAŚ</b>	<b>54 530</b>
14			Borys <b>BUDKA</b>	<b>50 123</b>
15			Joanna <b>LICHOCKA</b>	<b>45 657</b>
16			Maciej <b>LASEK</b>	<b>45 607</b>
17			Paweł <b>ZALEWSKI</b>	<b>41 054</b>
18			Arkadiusz <b>MYRCHA</b>	<b>41 030</b>
19			Radosław <b>FOGIEL</b>	<b>38 775</b>
20			Marcin <b>HORAŁA</b>	<b>38 656</b>

\* suma postów na X (Twitterze) i Instagramie.

Biorąc pod uwagę **aktywność w mediach społecznościowych (X i Instagram)** wszystkich postów polskiego parlamentu, najwięcej publikacji wykonanych zostało z profili **Krzysztofa Bosaka (Konfederacja, łącznie ponad 130 tys. postów)**. Drugie miejsce w rankingu najaktywniejszych postów zajął Krzysztof Sobolewski (PiS, łącznie ponad 111 tys. postów). Na podium znalazła się także posłanka Anna Milczanowska z Prawa i Sprawiedliwości z łączną liczbą postów większą niż 108 tys.

# TOP 20 | X

## liczba obserwujących



1			Donald <b>TUSK</b>	<b>1 927 481</b>
2			Mateusz <b>MORAWIECKI</b>	<b>711 939</b>
3			Roman <b>GIERTYCH</b>	<b>533 941</b>
4			Sławomir <b>MENTZEN</b>	<b>462 146</b>
5			Szymon <b>HOŁOWNIA</b>	<b>411 338</b>
6			Ryszard <b>PETRU</b>	<b>409 142</b>
7			Krzysztof <b>BOSAK</b>	<b>396 163</b>
8			Borys <b>BUDKA</b>	<b>321 981</b>
9			Władysław <b>KOSINIAK-KAMYSZ</b>	<b>259 296</b>
10			Zbigniew <b>ZIOBRO</b>	<b>251 524</b>
11			Mariusz <b>BŁASZCZAK</b>	<b>236 594</b>
12			Barbara <b>NOWACKA</b>	<b>201 411</b>
13			Kamila <b>GASIUK-PIHOWICZ</b>	<b>186 415</b>
14			Antoni <b>MACIEREWICZ</b>	<b>185 517</b>
15			Michał <b>SZCZERBA</b>	<b>180 774</b>
16			Grzegorz <b>BRAUN</b>	<b>174 659</b>
17			Adrian <b>ZANDBERG</b>	<b>159 313</b>
18			Katarzyna <b>LUBNAUER</b>	<b>153 847</b>
19			Tomasz <b>SIEMONIAK</b>	<b>141 082</b>
20			Marek <b>JAKUBIAK</b>	<b>139 076</b>

Mianem największego, Twitterowego influencera wśród parlamentarzystów można określić Donalda Tuska (KO). Liczba obserwujących jego profil na Twitterze przekroczyła 1,9 miliona. Konkurencja do tego tytułu pozostaje daleko w tyle. Na drugim miejscu, z różnicą bliską 1,2 miliona followersów znalazł się Mateusz Morawiecki (PiS, liczba obserwujących na Twitterze ponad 700 tys.). Trzecie miejsce w hierarchii popularności zajmuje profil Romana Giertycha (KO, ponad 530 tys. obserwujących). Ranking Top20 zamyka Marek Jakubiak (Kukiz15) z liczbą obserwujących na poziomie 139 tys.



# TOP 20 | Instagram

## liczba obserwujących



1			Szymon <b>HOŁOWNIA</b>	<b>722 854</b>
2			Donald <b>TUSK</b>	<b>550 132</b>
3			Sławomir <b>MENTZEN</b>	<b>366 752</b>
4			Krzysztof <b>BOSAK</b>	<b>153 691</b>
5			Barbara <b>NOWACKA</b>	<b>110 223</b>
6			Łukasz <b>LITEWKA</b>	<b>110 000</b>
7			Mateusz <b>MORAWIECKI</b>	<b>98 544</b>
8			Agnieszka <b>DZIEMIANOWICZ-BĄK</b>	<b>55 606</b>
9			Aleksandra <b>GAJEWSKA</b>	<b>68 788</b>
10			Konrad <b>BERKOWICZ</b>	<b>49 060</b>
11			Katarzyna <b>LUBNAUER</b>	<b>36 400</b>
12			Adrian <b>ZANDBERG</b>	<b>35 702</b>
13			Krzysztof <b>ŚMISZEK</b>	<b>35 323</b>
14			Grzegorz <b>BRAUN</b>	<b>33 900</b>
15			Władysław <b>KOSINIAK-KAMYSZ</b>	<b>30 536</b>
16			Joanna <b>SCHEURING-WIELGUS</b>	<b>27 295</b>
17			Borys <b>BUDKA</b>	<b>27 074</b>
18			Sławomir <b>NITRAS</b>	<b>25 128</b>
19			Kamila <b>GASIUK-PIHOWICZ</b>	<b>23 599</b>
20			Katarzyna <b>KOTULA</b>	<b>23 356</b>

Jeśli chodzi o popularność na platformie Instagram, czołowe miejsce pod względem liczby obserwujących zajmuje Szymon Hołownia (Polska 2050) z wynikiem ponad 722 tys. kont śledzących jego profil. Na podium znalazł się także Donald Tusk (KO, lider na Twitterze) z 550 tys. obserwujących i Sławomir Mentzen (Konfederacja, 367 tys. obserwujących na Instagramie). Instagramowy ranking Top20 influencerów polskiej polityki zamyka Katarzyna Kotula z Lewicy z ponad 23 tys. obserwujących jej profil.

# TOP 20 | Koalicja najaktywniejszych postów w mediach społecznościowych\*



1			3		4		5		
	Izabela <b>LESZCZYNA</b>	Lucjan <b>PIETRZYK</b>		Agnieszka <b>POMASKA</b>	Tomasz <b>SIEMONIAK</b>		Katarzyna <b>LUBNAUER</b>		
	<b>75 978</b>	<b>67 305</b>		<b>60 004</b>	<b>59 355</b>		<b>56 094</b>		
6		7		8		9		10	
	Alicja <b>ŁEPKOWSKA-GOŁAŚ</b>	Borys <b>BUDKA</b>		Maciej <b>LASEK</b>	Paweł <b>ZALEWSKI</b>		Arkadiusz <b>MYRCHA</b>		
	<b>54 530</b>	<b>50 123</b>		<b>45 607</b>	<b>41 054</b>		<b>41 030</b>		
11		12		13		14		15	
	Paulina <b>MATYSIAK</b>	Paweł <b>KOWAL</b>		Witold <b>ZEMBACZYŃSKI</b>	Michał <b>SZCZERBA</b>		Marcin <b>KIERWIŃSKI</b>		
	<b>37 368</b>	<b>36 833</b>		<b>34 624</b>	<b>32 954</b>		<b>32 886</b>		
16		17		18		19		20	
	Cezary <b>TOMCZYK</b>	Jan <b>GRABIEC</b>		Barbara <b>NOWACKA</b>	Jarosław <b>URBANIAK</b>		Monika <b>WIELICHOWSKA</b>		
	<b>32 059</b>	<b>30 375</b>		<b>28 529</b>	<b>26 497</b>		<b>26 171</b>		

\* suma postów na X (Twitterze) i Instagramie.

Przyglądając się aktywności w mediach społecznościowych postów koalicji rządowej (KO, Lewica, PSL, Polska2050), najaktywniejszą posłanką w tej kadencji sejmu jest Izabela Leszczyna (KO, łącznie ponad 75 tys. postów na Instagramie i Twitterze). Drugie miejsce w tym rankingu zajmuje Lucjan Pietrzyk (KO) z wynikiem ponad 67 tys. publikacji w mediach społecznościowych. Na trzecim miejscu znalazły się profile Agnieszki Pomaska (KO, łącznie 60 tys. postów). Jak widać, struktura Top20 najaktywniejszych polityków koalicji rządowej zdominowana jest przez postów Koalicji Obywatelskiej, a ranking zamyka Monika Wielichowska (KO) z ponad 26 tys. postów.

# TOP 20 | Opozycja najaktywniejszych postów w mediach społecznościowych\*

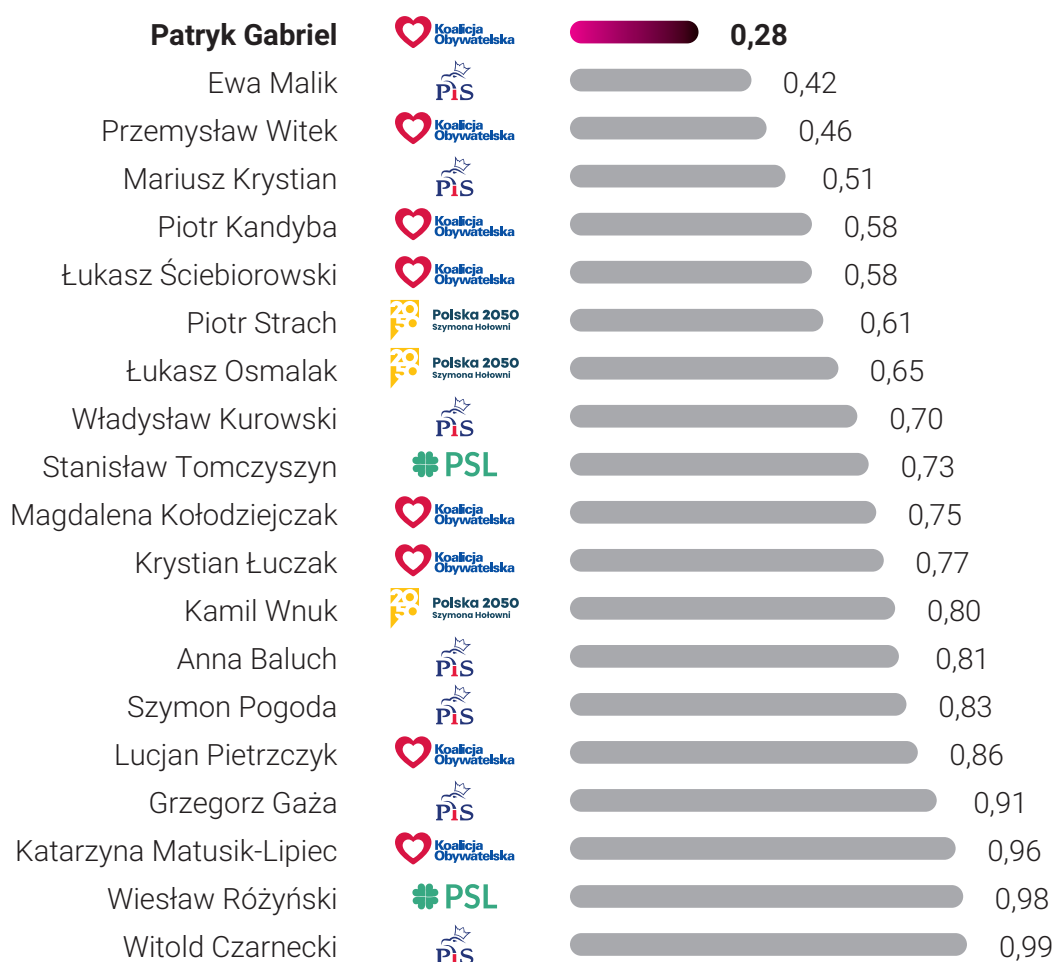


1	2	3	4	5
KONFEDERACJA WOLNOŚCI I KAPITAŁU	PiS	PiS	PiS	PiS
Krzysztof <b>BOSAK</b>	Krzysztof <b>SOBOLEWSKI</b>	Anna <b>MILCZANOWSKA</b>	Anna <b>KWIECIŃ</b>	Jan <b>MOSIŃSKI</b>
<b>132 082</b>	<b>111 406</b>	<b>108 446</b>	<b>74 644</b>	<b>72 272</b>
6	7	8	9	10
PiS	PiS	PiS	PiS	PiS
Dariusz <b>MATECKI</b>	Zbigniew <b>KUŹMIUK</b>	Joanna <b>LICHOCKA</b>	Radosław <b>FOGIEL</b>	Marcin <b>HORAŁA</b>
<b>65 201</b>	<b>55 042</b>	<b>45 657</b>	<b>38 775</b>	<b>38 656</b>
11	12	13	14	15
PiS	KUKIZ15	PiS	PiS	PiS
Sebastian <b>KALETA</b>	Marek <b>JAKUBIAK</b>	Marlena <b>MALĄG</b>	Maciej <b>WĄSIK</b>	Sylwester <b>TUŁAJEW</b>
<b>36 397</b>	<b>26 885</b>	<b>26 819</b>	<b>23 069</b>	<b>22 288</b>
16	17	18	19	20
PiS	PiS	PiS	PiS	PiS
Bartłomiej <b>WRÓBLEWSKI</b>	Krzysztof <b>LIPIEC</b>	Jacek <b>OZDOŁA</b>	Janusz <b>KOWALSKI</b>	Arkadiusz <b>MULARCZYK</b>
<b>22 160</b>	<b>21 305</b>	<b>19 764</b>	<b>19 630</b>	<b>19 171</b>

\* suma postów na X (Twitterze) i Instagramie.

Liderem jeśli chodzi o liczbę postów na X (Twitterze) i Instagramie wśród postów opozycji (PiS, Konfederacja, Kukiz'15, posłowie niezrzeszeni) bezsprzecznie pozostaje Krzysztof Bosak (Konfederacja, ponad 130 tys. publikacji). Drugie miejsce zajmuje Krzysztof Sobolewski (PiS, 111 tys. publikacji), a Top3 zamyka Anna Milczanowska (PiS, 108 tys. postów). Ostatnie miejsce w rankingu 20 najaktywniejszych polityków opozycji przypada dla Arkadiusza Mularczyka z Prawa i Sprawiedliwości z łączną liczbą postów równą 19171.

# TOP 20 | Profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów w mediach społecznościowych\*



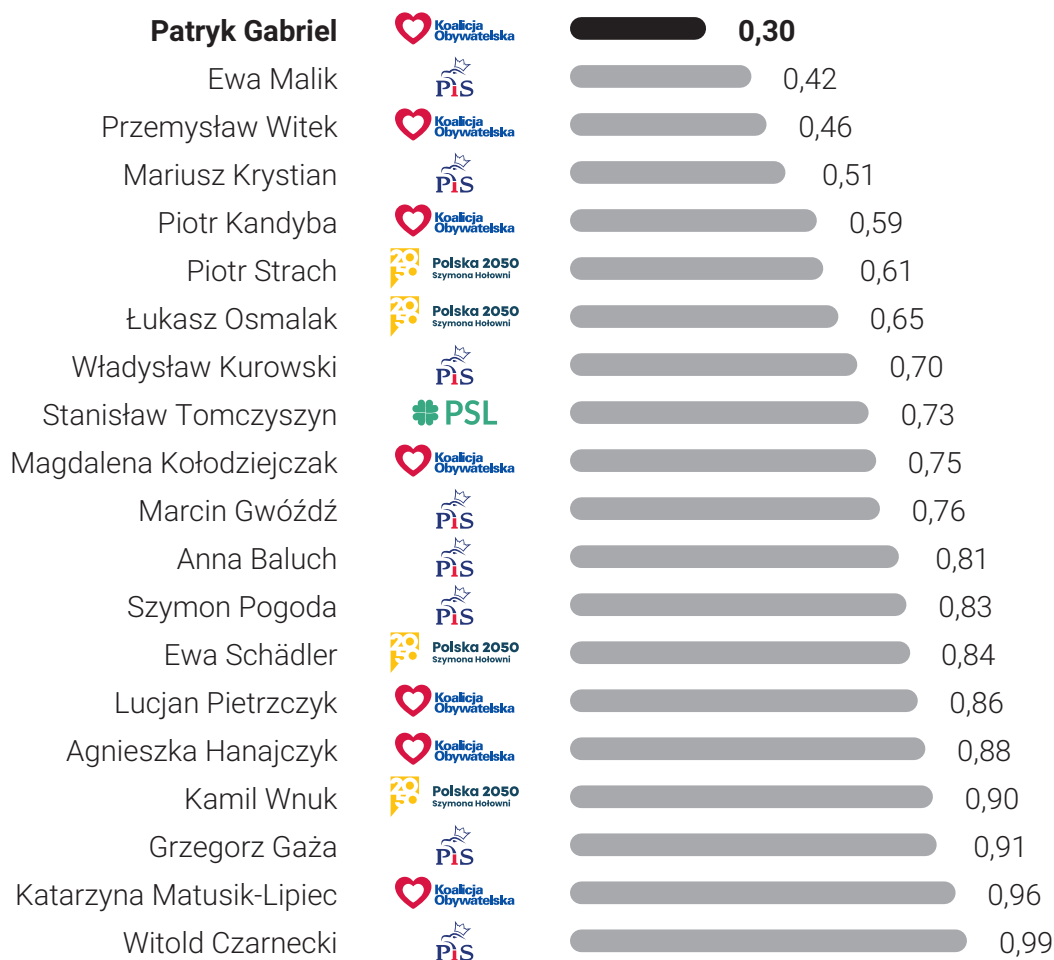
\* uśredniony wskaźnik *follow ratio* (stosunek obserwujących do obserwowanych) dla X (Twittera) i Instagrama.

Mianem profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów w mediach społecznościowych można określić konta, które mają najgorszy stosunek liczby obserwowanych do obserwujących. Przyjmuje się, że jeśli jest on mniejszy niż 1, to konto obserwuje zdecydowanie więcej osób, niż ma własnych followersów.

**Wśród polskich parlamentarzystów, najgorszy (najmniejszy) stosunek liczby obserwujących do obserwowanych (wspólny dla X i Instagrama) mają profile Patryka Gabriela z Koalicji Obywatelskiej (0,28).** W tym rankingu drugie miejsce zajmuje Ewa Malik z PiS (0,42). Na niechlubnym podium znalazły się także konta Przemysława Witka z Koalicji Obywatelskiej (0,46). Ranking Top20 profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów na X (Twitterze) i Instagramie zamyka poseł Witold Czarnecki z PiS (*follow ratio* = 0,99).

# TOP 20 | X

## z najniższym współczynnikiem obserwatorów\*



\* wskaźnik *follow ratio* – stosunek obserwujących profil do obserwowanych.

**Jeśli chodzi o najgorszy stosunek obserwujących do obserwowanych na X (Twitterze), to czołowe pozycje nie różnią się od zbiorczego (X i Instagram) rankingu.** Pierwsze miejsce zajmuje Patryk Gabriel (KO, *follow ratio* = 0,30), drugie Ewa Malik (PiS, *follow ratio* = 0,42), a trzecie Przemysław Witek (KO, *follow ratio* = 0,46). Ranking Top20 profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów na X (Twitterze) zamyka poseł Witold Czarnecki (PiS) z *follow ratio* równym 0,99.

# TOP 20 | Instagram z najniższym współczynnikiem obserwatorów\*



<b>Patryk Gabriel</b>			<b>0,27</b>
Jan Warzecha			0,40
Łukasz Mejza			0,41
Krystian Łuczak			0,45
Zofia Czernow			0,46
Piotr Kandyba			0,56
Łukasz Ściebiorowski			0,58
Joanna Frydrych			0,59
Agnieszka Soin			0,63
Agata Wojtyszek			0,67
Kamil Wnuk			0,70
Mateusz Bochenek			0,72
Norbert Kacznarczyk			0,73
Dariusz Stefaniuk			0,73
Andrzej Grzyb			0,75
Wojciech Król			0,79
Sebastian Łukaszewicz			0,81
Michał Gramatyka			0,86
Alicja Chybicka			0,86
Adam Gomoła			0,87

\* wskaźnik *follow ratio* – stosunek obserwujących profil do obserwowanych.

Nieco inaczej wygląda sytuacja jeśli chodzi o współczynniki obserwatorów na Instagramie. **Liderem znów okazuje się Patryk Gabriel (KO, *follow ratio* = 0,27)**. Drugie i trzecie miejsce przypada dla postów Prawa i Sprawiedliwości: Jan Warzecha (*follow ratio* = 0,40) i Łukasz Mejza (*follow ratio* = 0,41). Ranking zamyka Adam Gomoła (Polska2050-TD) z wynikiem 0,87.

# TOP 20 | Koalicja profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów w mediach społecznościowych\*

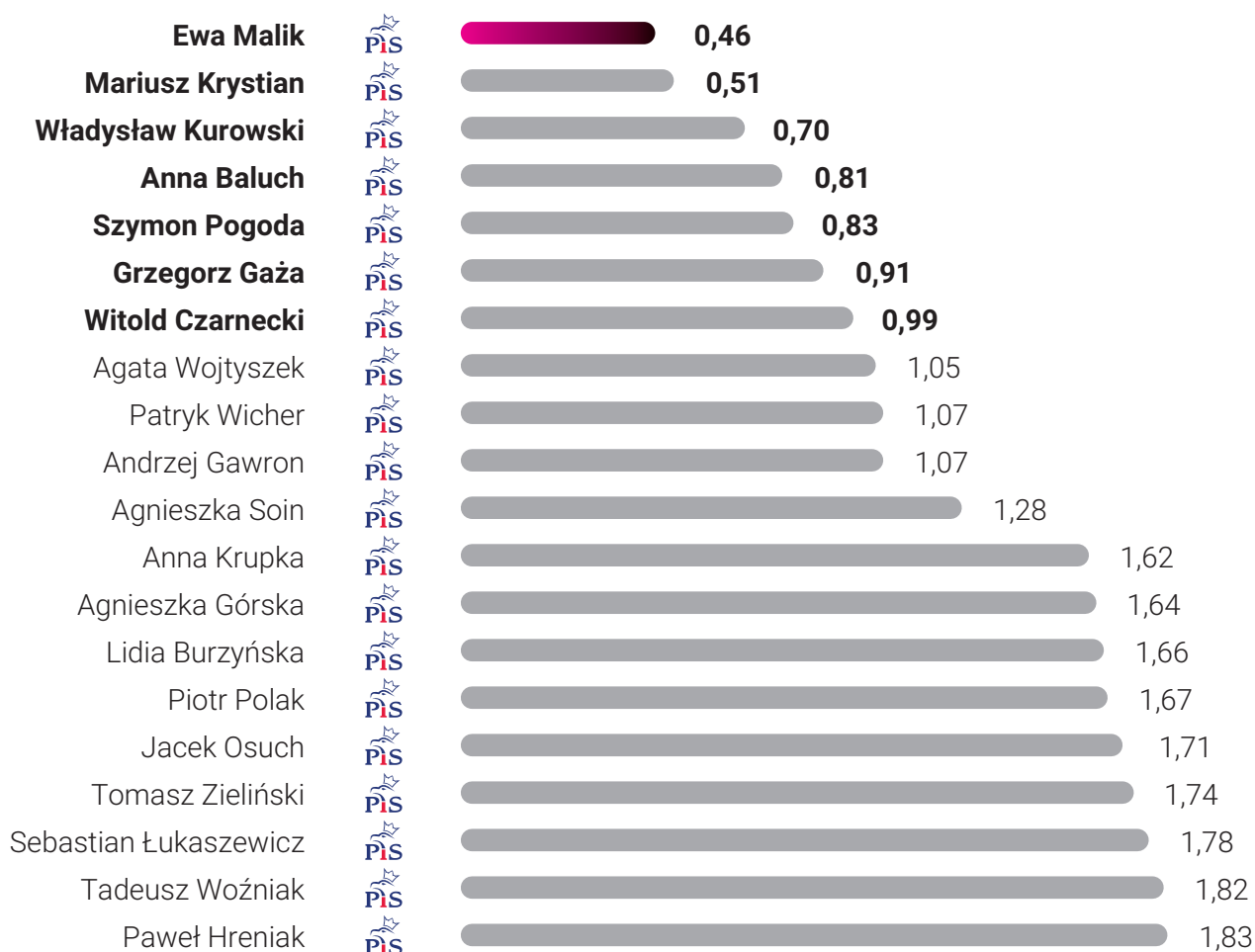


Patryk Gabriel	Koalicja Obywatelska	0,28
Przemysław Witek	Koalicja Obywatelska	0,46
Piotr Kandyba	Koalicja Obywatelska	0,58
Łukasz Ściebiorowski	Koalicja Obywatelska	0,58
Piotr Strach	Polska 2050 Szymona Hołowni	0,61
Łukasz Osmalak	Polska 2050 Szymona Hołowni	0,65
Stanisław Tomczyszyn	PSL	0,73
Magdalena Kołodziejczak	Koalicja Obywatelska	0,75
Krystian Łuczak	Koalicja Obywatelska	0,77
Kamil Wnuk	Polska 2050 Szymona Hołowni	0,80
Lucjan Pietrzczyk	Koalicja Obywatelska	0,86
Katarzyna Matusik-Lipiec	Koalicja Obywatelska	0,96
Wiesław Różyński	PSL	0,98
Arkadiusz Sikora	LEWICA	1,11
Tomasz Nowak	Koalicja Obywatelska	1,13
Jacek Protas	Koalicja Obywatelska	1,28
Iwona Krawczyk	Koalicja Obywatelska	1,31
Ewa Schkller	Polska 2050 Szymona Hołowni	1,32
Mateusz Bochenek	Koalicja Obywatelska	1,38
Maja Nowak	Polska 2050 Szymona Hołowni	1,42

\* uśredniony wskaźnik *follow ratio* (stosunek obserwujących do obserwowanych) dla X (Twittera) i Instagrama.

Wśród postów koalicji rządowej, najgorszy stosunek obserwujących do obserwowanych w mediach społecznościowych mają profile Patryka Gabriela (KO, *follow ratio* = 0,28). Drugie miejsce zajmuje Przemysław Witek z *follow ratio* równym 0,46. Na podium znalazły się również profile społecznościowe Piotra Kandyby (KO, *follow ratio* = 0,58) i Łukasza Ściebiorowskiego (KO, *follow ratio* = 0,58). Ranking Top20 profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów w social mediach zamyka Maja Nowak z Polski2050 z wynikiem 1,42.

# TOP 20 | Opozycja profilu z najniższym współczynnikiem obserwatorów w mediach społecznościowych\*



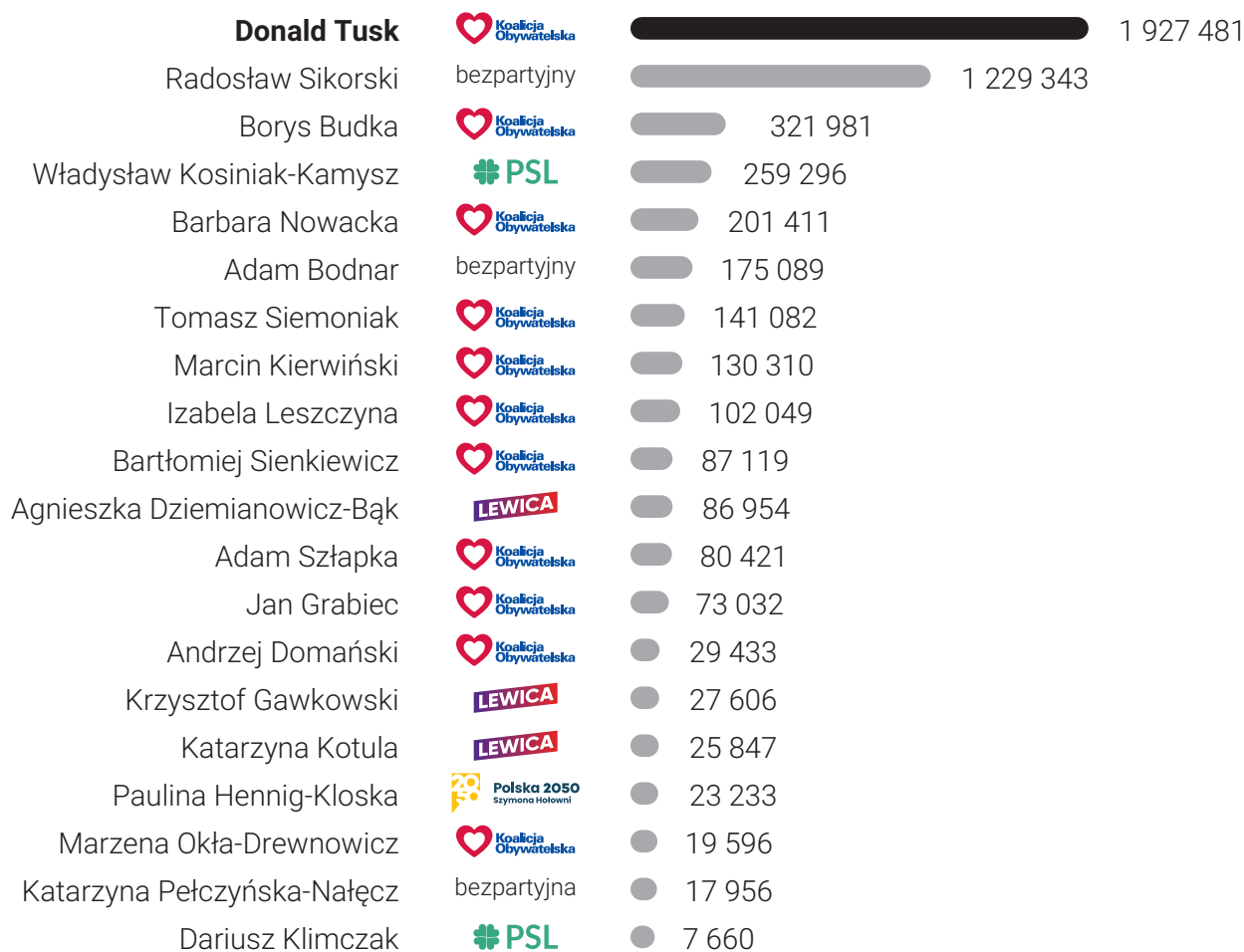
\* uśredniony wskaźnik *follow ratio* (stosunek obserwujących do obserwowanych) dla X (Twittera) i Instagrama.

**Wśród posłów opozycji, najgorszy stosunek obserwujących do obserwowanych jeśli chodzi o analizowane media społecznościowe mają profile Ewy Malik (PiS, *follow ratio* = 0,42).** Drugie miejsce zajmuje Mariusz Krystian (PiS, *follow ratio* = 0,51). Na podium znalazły się także konta przypisane do Władysława Kurowskiego (PiS, *follow ratio* = 0,70). Trzy ostatnie miejsca w Top20 profili z najniższym współczynnikiem obserwatorów w mediach społecznościowych należą do Sebastiana Łukaszewicza (PiS, *follow ratio* = 1,78), Tadeusza Woźniaka (PiS, *follow ratio* = 1,82) i Pawła Hreniaka (PiS, *follow ratio* = 1,83). Należy jednak zauważyć, że wspomniane profile osiągnęły wskaźnik *follow ratio* większy od 1, co oznacza, że ich miejsca w rankingu są na granicy przyjętego kryterium.



# TOP 20 | X

## influencerów wśród członków Rady Ministrów\*



\* liczba obserwujących na X (Twitterze).

**Największą liczbę obserwujących na X (Twitterze) wśród członków Rady Ministrów może pochwalić się Donald Tusk (prezes Rady Ministrów, ponad 1,9 miliona obserwujących).** Drugie miejsce zajmuje profil ministra spraw zagranicznych Radosława Sikorskiego (ponad 1,2 mln. obserwujących). Trzecie miejsce należy do Borysa Budki (minister aktywów państwowych, 320 tys. obserwujących). Ranking Top20 influencerów wśród ministrów zamyka Dariusz Klimczak (minister infrastruktury) z wynikiem 7,7 tys. obserwujących.

# TOP 20 | Koalicja najaktywniejszych członków Rady Ministrów\*



<b>Izabela Leszczyna</b>			<b>75 978</b>
Tomasz Siemoniak			59 355
Borys Budka			50 123
Marcin Kierwiński			32 886
Jan Grabiec			30 375
Barbara Nowacka			28 529
Adam Szłapka			19 724
Paulina Hennig-Kloska			16 117
Dariusz Wiczorek			15 755
Katarzyna Kotula			15 622
Marzena Okła-Drewnowicz			15 565
Krzysztof Gawkowski			14 104
Dariusz Klimczak			12 439
Władysław Kosiniak-Kamysz			11 584
Bartłomiej Sienkiewicz			7 189
Agnieszka Dziemianowicz-Bąk			6 024
Krzysztof Hetman			4 145
Andrzej Domański			3 491
Katarzyna Pełczyńska-Nałęcz	bezpartyjna		1 878
Donald Tusk			1 716

\* suma postów na X (Twitterze) i Instagramie

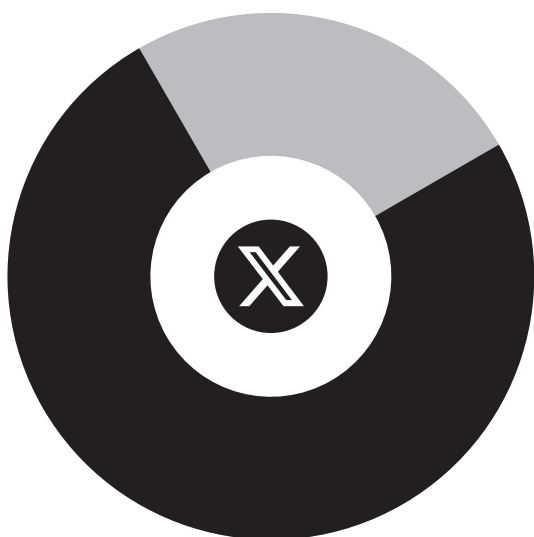
**Najaktywniejszym członkiem Rady Ministrów na X (Twitterze) i Instagramie jest Izabela Leszczyna (ministerstwo zdrowia) z wynikiem blisko 76 tys. postów.** Drugie miejsce zajmuje Tomasz Siemoniak (koordynator służb specjalnych, łącznie 59 tys. publikacji w social mediach). Na trzecim miejscu znalazły się profile Borysa Budki (minister aktywów państwowych, 50 tys. postów). Ranking Top20 najaktywniejszych ministrów obecnej kadencji zamyka premier Donald Tusk z wynikiem ponad 1,7 tys. postów na X (Twitterze) i Instagramie.

A top-down view of several people's hands holding smartphones in a circle. The phones are in various colors, including blue, black, and silver. The people are wearing different types of clothing, such as sweaters, blouses, and shirts. The background is a bright, light blue color.

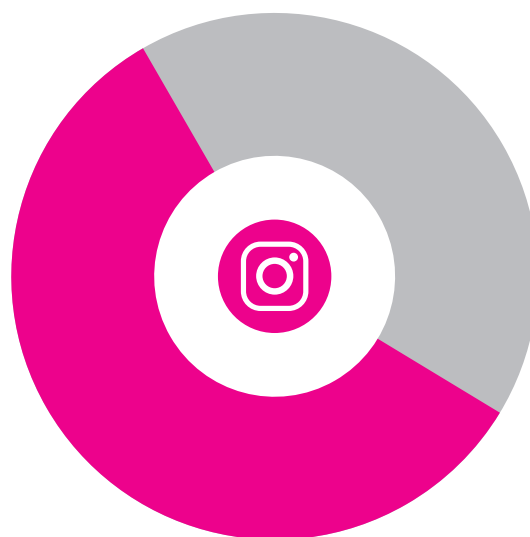
# Różnice

# Porównanie preferencji polityków pod względem platform social mediowych

## Popularność mediów społecznościowych w parlamencie\*



**86%\*\***



**58%**

\* dane w procentach, przedstawiające ilość aktywnych profili z podziałem na medium społecznościowe

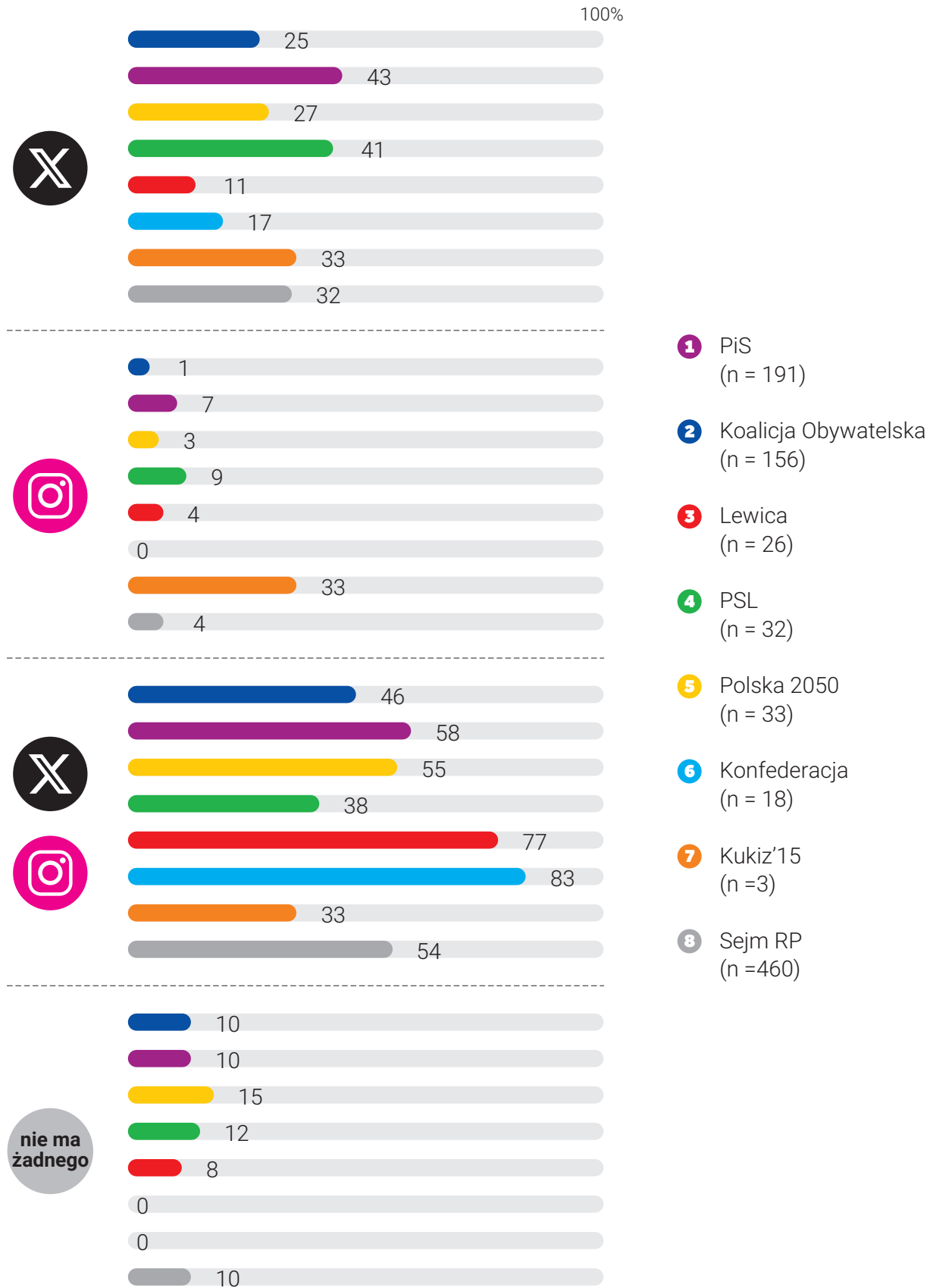
\*\* różnica istotna statystycznie (chi-kwadrat = 41,058,  $p < 0,001$ )

**W polskim parlamencie większą popularnością cieszy się portal X (Twitter) niż Instagram (różnica w popularności jest istotna statystycznie).**

Z X (Twittera) korzysta blisko 86% posłów.

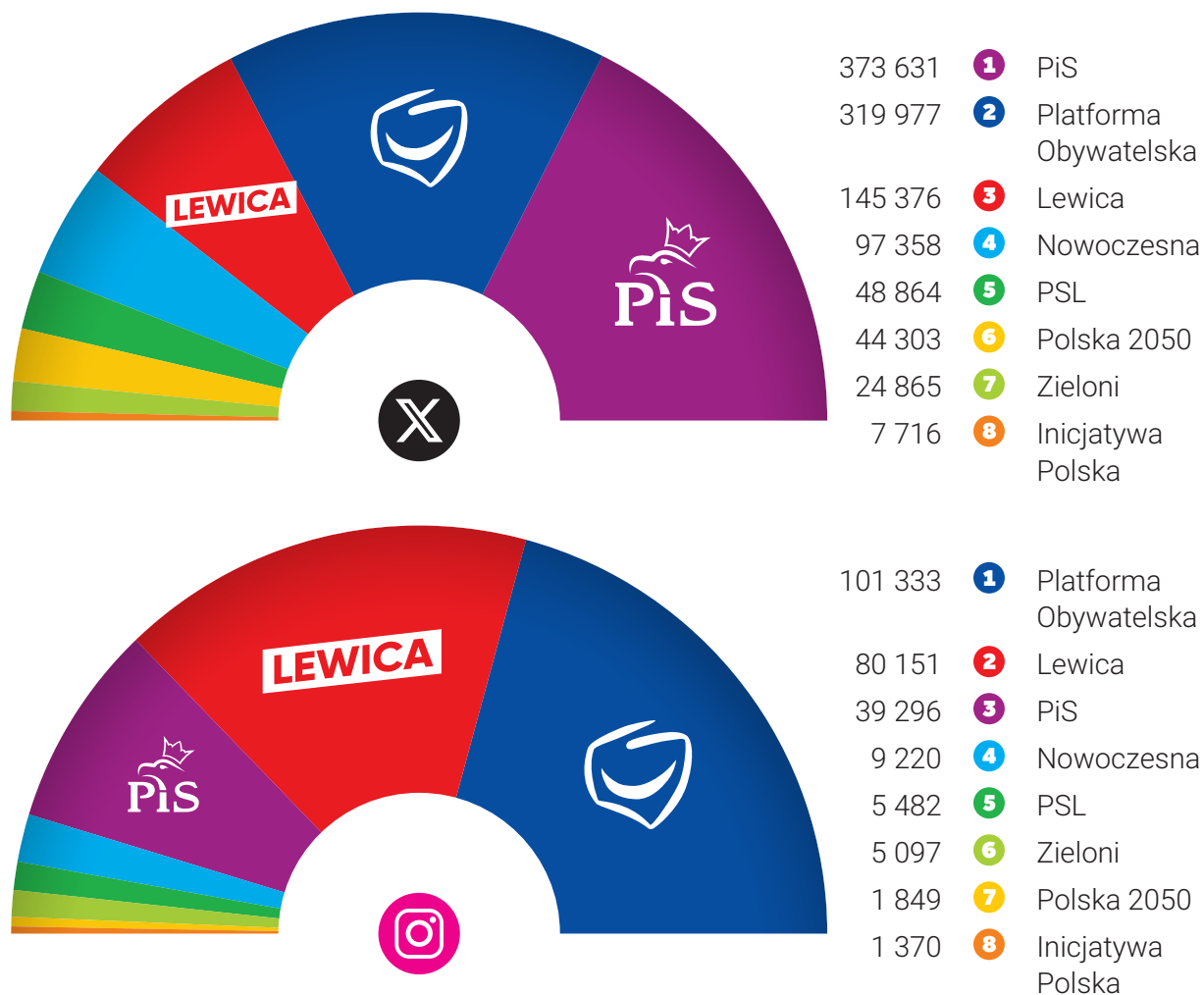
Konto na Instagramie posiada 58% posłów.

**Jeśli chodzi natomiast o korzystanie z tych portali przez członków poszczególnych partii to rozkład popularności wygląda następująco (aktywne profile, w %):**



Największy odsetek postów, którzy nie korzystają ze wskazanych mediów społecznościowych występuje w partii Polska2050 (15%). Posłowie wszystkich partii, z wyjątkiem PSL najczęściej posiadają jednocześnie konta na X (Twitterze) i Instagramie. W Polskim Stronnictwie Ludowym najpopularniejsze jest konto wyłącznie na X (Twitterze). Posłowie Konfederacji i Kukiz'15 to jedyni członkowie sceny politycznej, wśród których wszyscy korzystają ze wskazanych mediów społecznościowych.

Analizując oficjalne profile partyjne na X (Twitterze) i Instagramie można zaobserwować również, że większą popularnością wśród odbiorców cieszy się X (Twitter).



Najchętniej obserwowanym profilem na X (Twitterze) jest konto Prawa i Sprawiedliwości. Śledzi je w przybliżeniu 374 tys. osób. Na drugim miejscu znajduje się profil Platformy Obywatelskiej, który to jest obserwowany przez ok. 320 tys. internautów. Najmniejszą popularnością na X (Twitterze) cieszy się profil Inicjatywy Polskiej, obserwowany przez ok. 8 tys. użytkowników portalu.

Nieco inaczej wygląda odbiór profili partyjnych na Instagramie. Czołowe miejsce zajmuje tutaj Platforma Obywatelska (101 tys. obserwujących), a za nią Lewica (80 tys. obserwujących). Na podium popularności znalazł się także profil Prawa i Sprawiedliwości z 39 tys. obserwujących

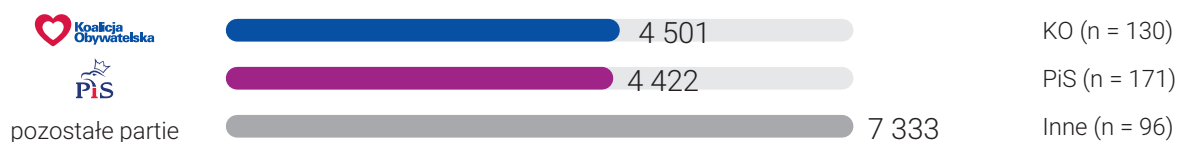
## Różnice w aktywności na X (Twitterze) i Instagramie ze względu na przynależność do określonej partii (PiS, KO, Inne)



Podczas analizy porównano liczebności obserwujących na X (Twitterze) w kontekście przynależności do określonej partii politycznej. Ze względu na potrzebę zachowania równoliczności grup, profile postów podzielono na trzy grupy: Koalicja Obywatelska, Prawo i Sprawiedliwość oraz Inne (pozostałe partie).

Różnice w liczbie obserwujących na X (Twitterze) względem wybranych partii nie są istotne statystycznie. Mimo tego, można zaobserwować tendencję, że o ile mediany (średkowe) dla KO i PiS nie różnią się od siebie, to dominujące pod względem liczby obserwujących są pozostałe partie (Konfederacja, PSL, Lewica, Polska2050, Kukiz'15). W ich przypadku przeciętna liczba obserwujących na X (Twitterze) wyniosła ponad 7 tys., gdzie dla KO i PiS była ona mniejsza niż 5 tys.

Mediana **obserwujących** profile na X



Istotne statystycznie różnice nie pojawiają się także jeśli chodzi o liczbę obserwowanych na X (Twitterze).

Mediana **obserwowanych** profili na X



W tym przypadku tendencja wygląda jednak odwrotnie. Największa mediana obserwowanych występuje wśród postów Koalicji Obywatelskiej (756 obserwowanych), a najniższa u postów Prawa i Sprawiedliwości.

Również ilość postów na X (Twitterze) okazała się nie różnić istotnie w przypadku porównywanych partii.

Mediana **postów** na X



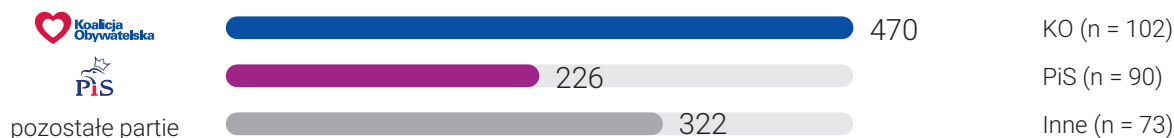
Przeciętnie najwięcej postów na tej platformie publikują postowie KO (4242), a najmniej postowie PiS (3745).



Podczas analizy porównano liczebności obserwujących na X (Twitterze) w kontekście przynależności do określonej partii politycznej. Ze względu na potrzebę zachowania równoliczności grup, profile postów podzielono na trzy grupy: Koalicja Obywatelska, Prawo i Sprawiedliwość oraz Inne (pozostałe partie).

Jeśli chodzi o aktywność postów na portalu Instagram, to istotnie różnią się oni międzypartyjnie w ilości postów na tej platformie.

#### Mediana **postów** na Instagramie

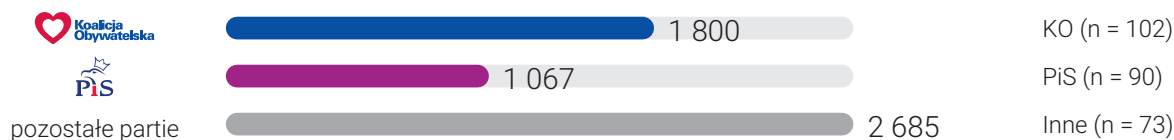


\* istotna statystycznie różnica między postami KO i PiS (K-W=16,142,  $p < 0,001$ )

Najwięcej postów na tej platformie opublikowali postowie KO (mediana: 470), a najmniej – postowie PiS (mediana = 226).

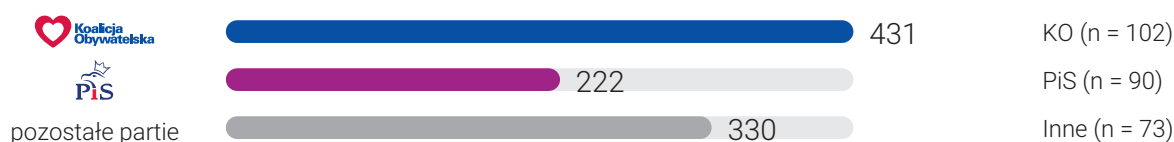
Różnice w liczbie obserwujących na Instagramie nie były istotne statystycznie, aczkolwiek można zaobserwować pewną tendencję, ukazującą, że przeciętnie najwięcej obserwujących mają partie wchodzące w skład grupy „Inne” (mediana = 2685). Najmniej obserwujących pojawia się natomiast w grupie postów Prawa i Sprawiedliwości (mediana = 1067).

#### Mediana **obserwujących** profile na Instagramie



Jeśli chodzi o liczbę obserwowanych na Instagramie to mimo nieistotnych statystycznie różnic można zaobserwować, że postowie Koalicji Obywatelskiej mają ich przeciętnie najwięcej (mediana = 431).

#### Mediana **obserwowanych** profili na Instagramie

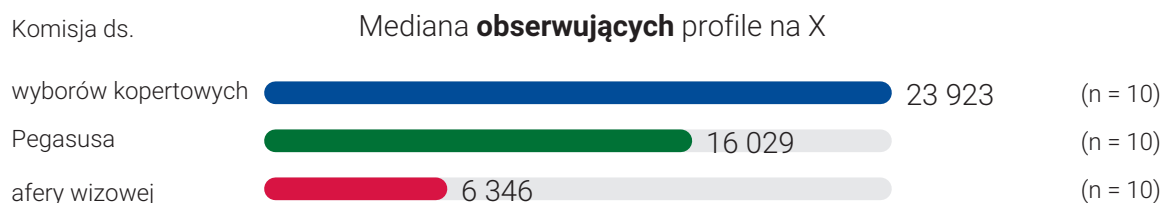


Najmniejsza ilość obserwowanych na Instagramie jest domeną postów Prawa i Sprawiedliwości (mediana = 222).



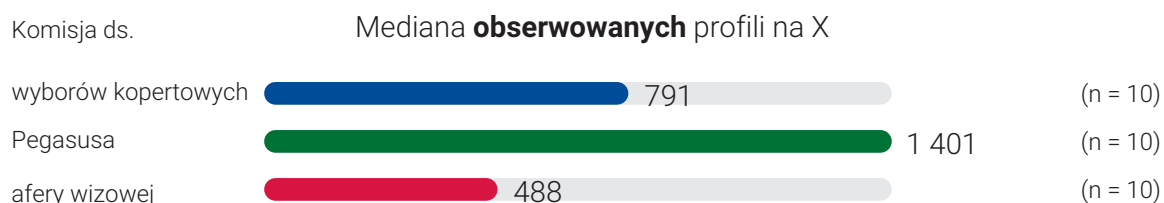
## Porównanie aktywności w social mediach członków komisji śledczych

Obecnie w Sejmie działają trzy komisje śledcze, medialnie nazywane: komisją ds. wyborów kopertowych, komisją ds. afery wizowej i komisją ds. Pegasusa. Analizując aktywność w social mediach członków w/w komisji, mimo nieistotnych statystycznie różnic również można zaobserwować pewne interesujące tendencje.

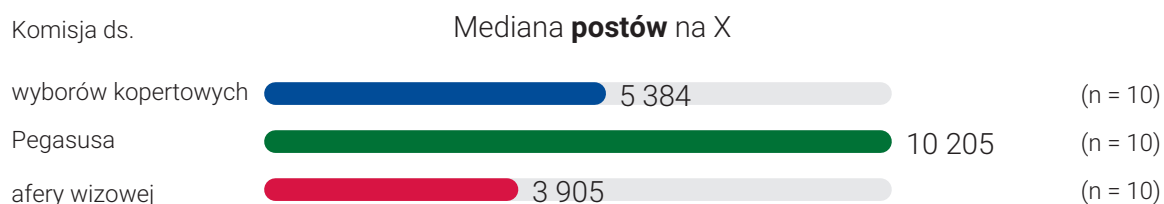


Przeciętnie największą popularnością na X (Twitterze) cieszą się członkowie Komisji ds. wyborów kopertowych (mediana obserwujących = 23923). Najmniej popularną komisją w tym zakresie okazała się być komisja ds. afery wizowej (mediana obserwujących = 6346).

Odwrotna tendencja pojawia się natomiast jeśli chodzi o liczbę postów i ilość obserwowanych na X (Twitterze).



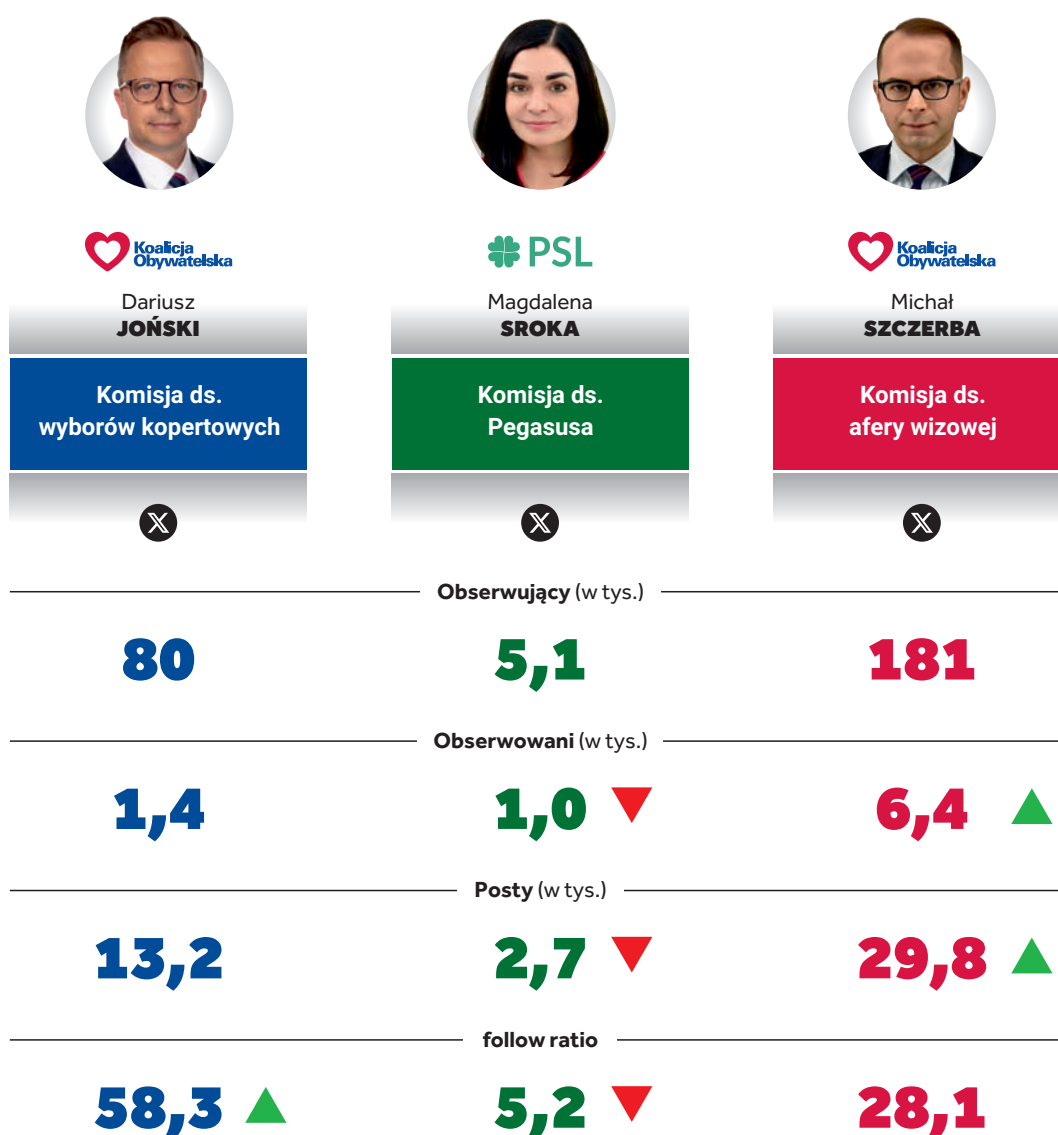
Przeciętnie najwięcej obserwowanych na tym portalu mają członkowie komisji ds. Pegasusa (mediana = 1401), a najmniej członkowie komisji ds. afery wizowej (mediana = 488).



Jeśli chodzi o ilość publikowanych tweetów, to tendencja wygląda podobnie. Najwięcej (mediana = 10205) publikują członkowie komisji ds. Pegasusa, a najmniej członkowie komisji ds. afery wizowej (mediana = 3905).



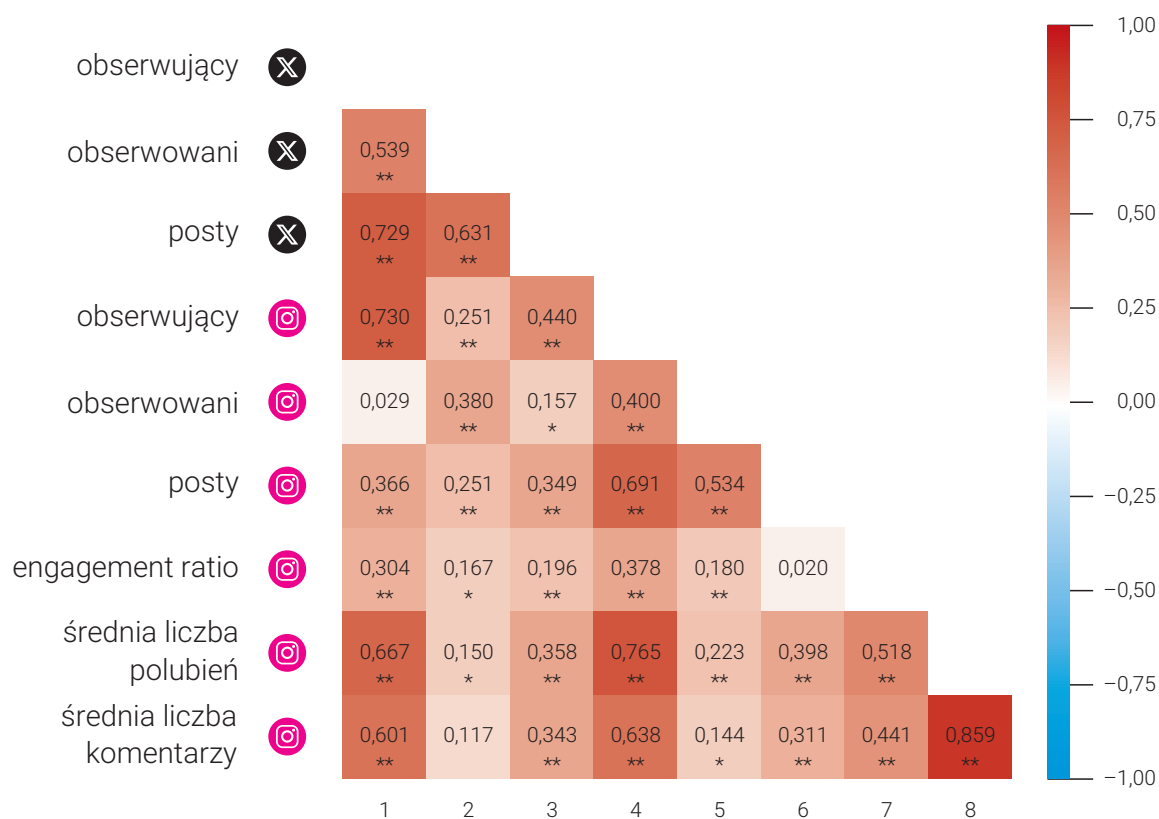
Ciekawych obserwacji dostarczyć może także porównanie aktywności na X (Twitterze) przewodniczących analizowanych komisji.



Najlepszy stosunek obserwujących do obserwowanych ma przewodniczący komisji ds. wyborów kopertowych – Dariusz Joński (follow ratio = 58,3). Pod tym względem najgorzej wypada szefowa komisji ds. Pegasusa, Magdalena Sroka (follow ratio = 5,2). Najwięcej obserwujących (181 tys.) i najwięcej postów na X (Twitterze) (29,8 tys.) ma natomiast przewodniczący komisji ds. afery wizowej Michał Szczerba.

# Związki występujące w danych

W celu zbadania wzajemnych relacji między omawianymi wskaźnikami wygenerowano macierz korelacji rho Spearmana. Wyniki zbliżone do wartości **1** oznaczają silny związek w danych, natomiast wyniki zbliżone do 0 oznaczają brak takiego związku.



\* wynik istotny statystycznie ( $p < 0,01$ ), \*\* wynik istotny statystycznie ( $p < 0,001$ )

Wśród ciekawych zależności, można zauważyć, że u polskich parlamentarzystów występuje silna współzmiennność między liczbą postów a ilością obserwujących ( $\rho = 0,730$ ,  $p < 0,001$ ) i obserwowanych ( $\rho = 0,631$ ,  $p < 0,001$ ) na tym portalu. **Oznaczać to może, że im więcej ma dane konto obserwujących lub obserwowanych, tym większa jest skłonność do publikowania treści na X (Twitterze).**

Jeśli chodzi o Instagram interesującym wynikiem jest istnienie silnego związku między średnią liczbą komentarzy a średnią liczbą polubień ( $\rho = 0,859$ ,  $p < 0,001$ ). **Oznacza to, że wraz ze wzrostem liczby polubień rośnie liczba komentarzy na profilu polityka.**

Warta odnotowania jest także współzmiennność między liczbą obserwujących na X (Twitterze) i liczbą obserwujących na Instagramie ( $\rho = 0,730$ ,  $p < 0,001$ ). Można ją tłumaczyć jako podążającą popularność. **Im więcej osób obserwuje profil na jednej platformie, tym więcej z nich zainteresuje się też kontem posta w alternatywnym serwisie.**

# Podsumowanie

- 1** Analiza danych z X (Twittera) i Instagrama kont posłów RP może być ważnym narzędziem do zrozumienia ich interakcji z wyborcami oraz sposobu komunikacji na platformach społecznościowych.
- 2** Wśród polskich parlamentarzystów X (Twitter) okazuje się być bardziej popularną platformą społecznościową niż Instagram.
- 3** Biorąc pod uwagę aktywność na obu tych platformach, można stwierdzić, że wśród obecnie funkcjonujących w parlamencie partii, najbardziej zaangażowani są posłowie Koalicji Obywatelskiej. Niemniej jednak laur najbardziej aktywnego posła w mediach społecznościowych (X i Instagram) przypada Krzysztofowi Bosakowi z Konfederacji.
- 4** Najpopularniejszym politykiem na X (Twitterze) jest bezsprzecznie Donald Tusk (największa liczba obserwujących), a najwięcej obserwujących na tej platformie, jeśli chodzi o profile partyjne zgromadziło Prawo i Sprawiedliwość. Na platformie Instagram najwięcej obserwujących zgromadził profil Szymona Hołowni, a wśród profili partyjnych pierwsze miejsce zajęła Platforma Obywatelska.
- 5** W Radzie Ministrów, największą popularnością cieszy się Donald Tusk, a najaktywniej publikuje Izabela Leszczyna.
- 6** Porównując obecnie działające komisje śledcze, największą popularnością na X (Twitterze) cieszą się profile członków komisji ds. wyborów kopertowych. Wśród przewodniczących komisji największą popularność na X (Twitterze) osiąga profil szefa komisji ds. afery wizowej, Michała Szczerby.
- 7** Interesującym wnioskiem płynącym z analiz jest również to, że wraz z ilością obserwujących i obserwowanych, rośnie także ilość publikowanych przez posłów postów, a popularność na jednej z analizowanych platform przekłada się na popularność na platformie alternatywnej.



**PRCN** (dawniej Procontent Communication) należy do Związku Firm Public Relations. Jest firmą doradczą w dziedzinie PR i komunikacji reprezentującą jedną z największych światowych sieci firm public relations Global Reach PR. Poprzez 35 oddziałów na pięciu kontynentach Global Reach oferuje swoim klientom prowadzenie globalnych kampanii komunikacyjnych. Główna siedziba Sieci mieści się w Londynie.

Firma została założona w odpowiedzi na dynamiczny rozwój potrzeb komunikacyjnych polskich przedsiębiorstw i organizacji otoczenia biznesu. Agencja realizuje działania z obszaru m.in.: audytów w dziedzinie komunikacji korporacyjnej, opracowania strategii komunikacji firmy, prowadzenia biura prasowego, szkoleń medialnych, media relations, a także organizacji konferencji prasowych oraz opracowania programów budowania relacji skierowanych do stakeholders, programów B2B oraz programów, których celem jest dotarcie do kluczowych liderów opinii i influencerów.

PRCN oferuje szeroki zakres usług w zakresie brand PR, CSR i Community Relations. Usługi świadczone przez firmę oparte są na blisko 20 letnim doświadczeniu członków zespołu w prowadzeniu projektów w zakresie doradztwa komunikacyjnego. Firma dysponuje również doświadczeniem w zakresie budowania społeczności i programów prowadzonych za pośrednictwem social media oraz z udziałem influencerów.

PRCN jest zdobywcą m.in. Effie Awards, Złotego Spinacza, Srebrnego Spinacza, Brązowego Spinacza, Stevie Awards, Magellan Awards, Burke Award, Spotlight Awards, nagrody Sukces w Ochronie Zdrowia.



Kontakt:

Al. Jerozolimskie 81, Central Tower, 17 piętro, 02-001 Warszawa  
 Telefon: 501 162 317  
 E-mail: prcn@prcn.pl

Szukaj nas na:



PRCN

Al. Jerozolimskie 81  
Central Tower, 17 piętro  
02-001 Warszawa

Telefon: 501 162 317  
E-mail: prcn@prcn.pl