

Miliony interakcji pod postami Grzegorza Brauna. Usunięte z TikToka filmy to wierzchołek góry lodowej

2026-01-28

W styczniu TikTok usunął filmy Grzegorza Brauna, wskazując na naruszenie wytycznych społeczności – m.in. w związku z treściami antysemickimi i antyimigranckimi. To zaledwie niewielka część dyskryminujących, nawołujących do nienawiści i dezinformujących wpisów, które regularnie pojawiają się w kanałach europośła. Jak wynika z analizy Instytutu Monitorowania Mediów (IMM), w 2025 roku na jego profilach w mediach społecznościowych ukazało się niemal 5 tys. postów, z czego setki zawierały przekaz podsycający wrogość wobec Ukraińców, Żydów czy imigrantów.



Instytut Monitorowania Mediów



Gdzie znajdują się odbiorcy Grzegorza Brauna?

● Liczba interakcji pod postami (2025 r.)



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów

Analiza objęła posty opublikowane w 2025 r. na profilach Grzegorza Brauna na Instagramie, Facebooku, X, YouTube i TikToku. Liczba interakcji według stanu na 24.01.2026 r.

Facebook bastionem Grzegorza Brauna

W 2025 roku Grzegorz Braun opublikował łącznie **4937** wpisów na pięciu platformach społecznościowych (Facebook, X, Instagram, YouTube, TikTok), co przełożyło się na **19 mln** interakcji (reakcji, komentarzy, udostępnień). Niekwestionowanym bastionem polityka jest profil na Facebooku, gdzie pod **1694** postami uzyskał **11,1 mln** interakcji. Na platformie X polityk zamieścił **1480** wpisów, które wygenerowały **2,1 mln** interakcji, a na Instagramie **915** postów przyniosło **2,2 mln** interakcji. Zarówno na YouTube (**565** video), jak i na TikToku (**283** video) materiały uzyskały po **1,8 mln** interakcji.

Jak zauważa Tomasz Lubieniecki, Kierownik Działu Raportów Medialnych w IMM: *Choć TikTok na wniosek Stowarzyszenia Nigdy Więcej skasował kilka treści europośla, to jak widać po obecnej aktywności – nie zrobiło to na nim większego wrażenia. Usuwanie naruszających regulamin treści to oczywiście ważny i potrzebny krok, jednak musi być konsekwentnie stosowany na pozostałych platformach – szczególnie na Facebooku, gdzie Grzegorz Braun jest najbardziej aktywny, a jego wpisy mają tam najszerszy oddźwięk.*

Najczęstsze cele ataków europośla

Analiza Instytutu Monitorowania Mediów ujawnia, kogo polityk obrał za główny cel swojej komunikacji. Najczęstszym obiektem ataków byli **Ukraińcy**, którym poświęcono **354** wpisy koncentrujące się na hasłach o „ukrainizacji Polski” oraz kwestiach socjalnych i historycznych. W tym obszarze Braun był jednym z liderów w sieci, o czym świadczy także [analiza IMM i Demagoga](#) na temat antyukraińskiej dezinformacji.

Drugim filarem narracji byli **Żydzi**, pojawiający się w **319** postach opartych na retoryce „żydokomuny” i krytyce działań Izraela. Trzecią oś stanowiła **Unia Europejska**, przedstawiana w **291** wpisach jako „eurokołchoz”, co służyło promowaniu idei Polexitu. Na dalszych miejscach „rankingu wrogów” europośla znajdują się **imigranci** (**106** wpisów) oraz **Niemcy** (**86** wpisów).



Jak zaznacza Instytut Monitorowania Mediów, specyfika oddziaływania Grzegorza Brauna wynika w dużej mierze z unikalnego kodu językowego, który łączy archaizmy z agresywną metaforą. Polityk konsekwentnie buduje wizerunek „**obrońcy tradycji**”, stosując pojęcia takie jak „kondominium”, „nachodźcy” czy „eurokołchoz”, co pozwala mu nie tylko precyzyjnie definiować wrogów, ale także omijać automatyczne filtry mowy nienawiści. Jego styl, określany jako „**apokaliptyczny**” i „**mesjanistyczny**”, opiera się na budowaniu poczucia „obleżonej twierdzy”, gdzie każda próba moderacji treści jest przedstawiana jako „dyktat agentów” lub „kneblowanie suwerenności”. Stosowanie cudzysłowu ironicznego wobec oficjalnych terminów oraz operowanie symboliką „cudzych wojen” tworzy u odbiorcy wrażenie uczestnictwa w elitarnym kręgu osób znających „prawdę”, co dodatkowo cementuje lojalną społeczność wokół jego kanałów.

Grzegorz Braun w 2025 roku w sposób przemyślany wykorzystywał mechanizm wywoływania silnych emocji dla budowania zasięgów. Zauważamy niepokojący trend, w którym im bardziej radykalny język jest stosowany wobec grup narodowościowych, tym wyższe stają się słupki interakcji. Poza tym Braun skutecznie omija filtry mowy nienawiści, używając archaizmów i metafor, co czyni go jednym z najtrudniejszych do moderowania twórców – dodaje Tomasz Lubieniecki z IMM.

Metodologia:

Analiza objęła posty opublikowane w 2025 r. na profilach Grzegorza Brauna na Instagramie, Facebooku, X, YouTube i TikToku. Liczba interakcji według stanu na 24 stycznia 2026 r.

O Instytucie Monitorowania Mediów:

Instytut Monitorowania Mediów S.A. (IMM) to w 100% polska firma technologiczna, która od ponad 25 lat rozwija autorskie rozwiązania w zakresie monitoringu i analiz danych z mediów. IMM mierzy i raportuje efekty działań promocyjnych z obszarów marketingu, digital marketingu oraz public relations. Bada widoczność marek oraz wartość ich ekspozycji w mediach klasycznych i społecznościowych w panelu badawczym immrank.com. Na podstawie danych z szerokiej bazy źródeł medialnych zespół ekspertów IMM opracowuje pogłębione analizy jakościowo-statystyczne oraz raporty sponsoringowe. Ponadto prowadzi badania i wspiera szereg inicjatyw prospołecznych z obszaru walki z dezinformacją oraz budowania odporności cyfrowej polskiego społeczeństwa. Jest także autorem badania „Najbardziej opiniotwórcze media”, wyniki którego są publikowane co miesiąc, nieprzerwanie od 2003 roku.

W Polsce IMM jest jedyną firmą na rynku łączącą wyniki monitoringu informacji oraz reklam z wszystkich typów mediów w jednym narzędziu. Dane pozyskuje z ponad 1800 tytułów prasowych, 350 stacji RTV, 420 tys. portali internetowych, ponad 16 mln publicznych profili w social mediach, a także pełnej treści podcastów oraz treści materiałów video, w tym z YouTube’a i TikToka. Od 2008 roku oferuje swoje usługi również w Rumunii pod marką mediaTRUST. Więcej na: www.imm.com.pl.

Instytut Monitorowania Mediów: „Miliony interakcji pod postami Grzegorza Brauna. Usunięte z TikToka filmy to wierzchołek góry lodowej”. [Biznes.newseria.pl](https://biznes.newseria.pl), 28.01.2026.

<https://biznes.newseria.pl/biuro-prasowe/miliony-interakcji-pod,b234121954>