

STOWARZYSZENIE DZIENNIKARZY POLSKICH

analiza obecności w mediach

1 stycznia - 31 grudnia 2025 r.





SPIS TREŚCI

3. MAPA MEDIALNA
4. LICZBA PUBLIKACJI
5. ANALIZY PRZEKROJOWE
6. EKSPOZYCJA W MEDIACH
7. ZASIĘG PUBLIKACJI
8. EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI
9. WYDŹWIĘK PUBLIKACJI
10. ANALIZA SOCIAL MEDIA
11. ZAANGAŻOWANIE SOCIAL MEDIA
12. TOP MEDIA
13. TOP AUTORZY
14. TOP PUBLIKACJE
19. METODOLOGIA BADANIA



MAPA MEDIALNA

Mapa medialna jest podsumowaniem obecności publikacji dotyczących Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich w mediach w okresie 01.01-31.12.2025.



9 552

LICZBA PUBLIKACJI



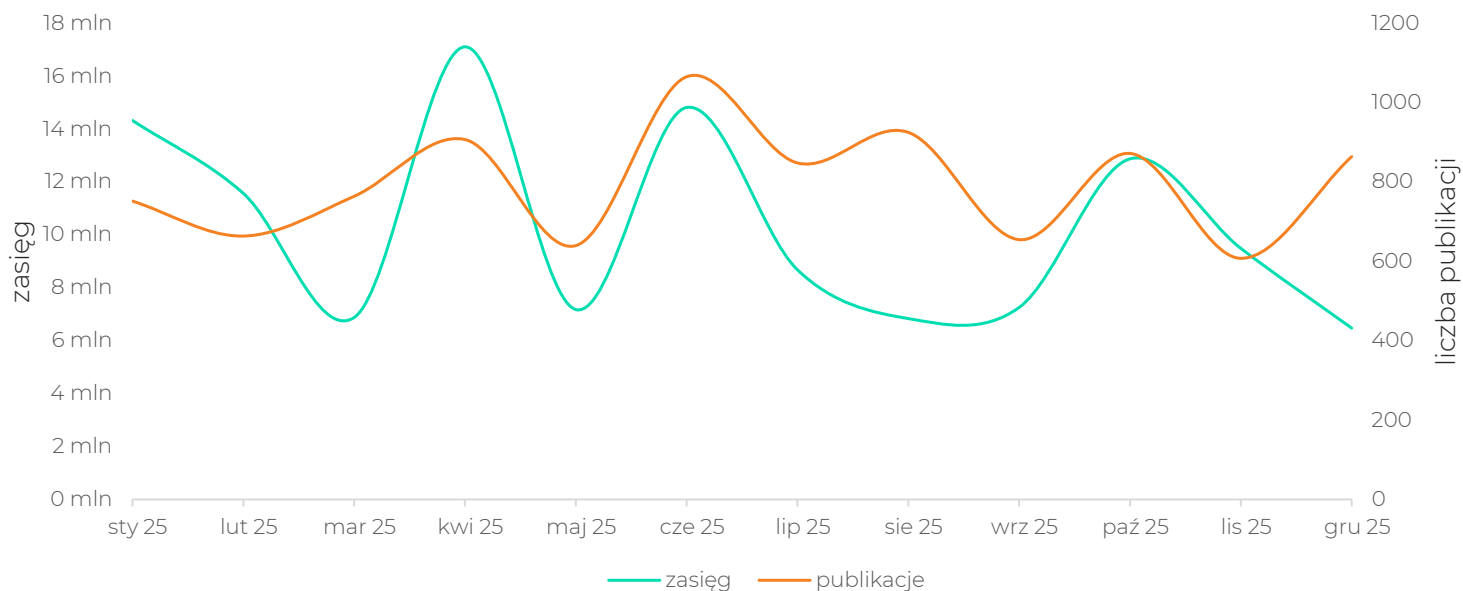
123 mln

ZASIĘG



57 mln

EKWIWALENT REKLAMOWY



KLUCZOWE WĄTKI

- ✓ W analizowanym okresie najwyższy wzrost liczby publikacji odnotowano w czerwcu.
- ✓ Publikacje o najwyższym zasięgu ukazały się w kwietniu. W tym czasie do najszerzego grona odbiorców mogły dotrzeć przekazy z TVN24.
- ✓ Wzrost ekwiwalentu reklamowego przypadł na kwiecień. Źródłem o najwyższej wartości okazało się Radio Nowy Świat.



LICZBA PUBLIKACJI

9 552 PUBLIKACJI W ANALIZOWANYCH MEDIACH

271



PRASA

525



TELEWIZJA

473



RADIO

4 492



PORTALE

22

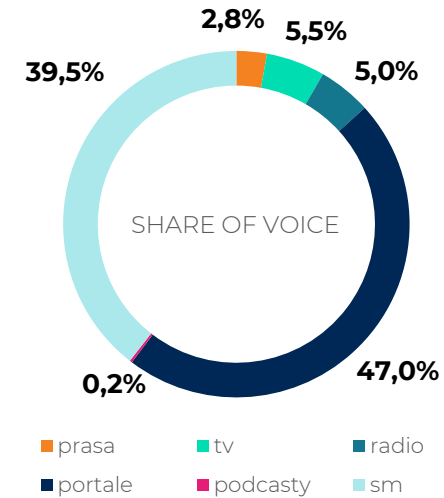


PODCASTY

3 769



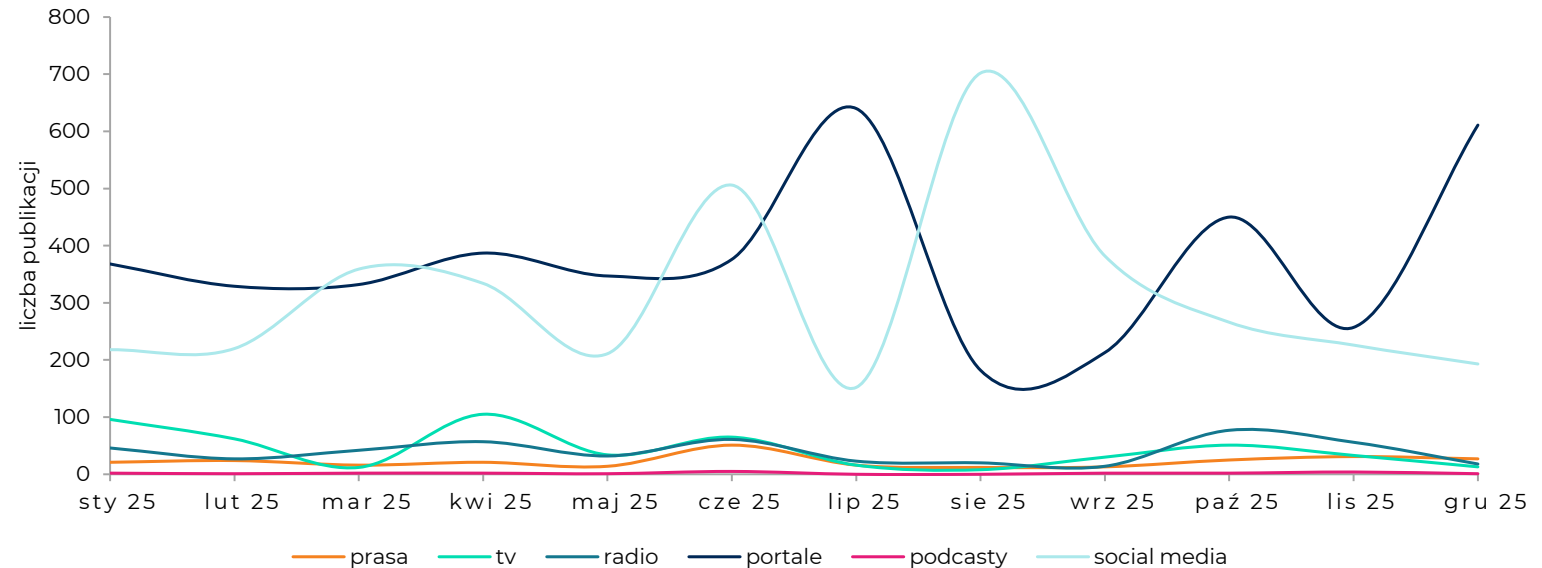
SOCIAL MEDIA



W okresie 01.01-31.12.2025 liczba publikacji dotyczących Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich wyniosła 9 552. Maksymalna liczba publikacji (1 064) przypadła na czerwiec. Dominującym medium w tym okresie były portale (4 492 publikacji, co stanowi 47% ogółu materiałów).

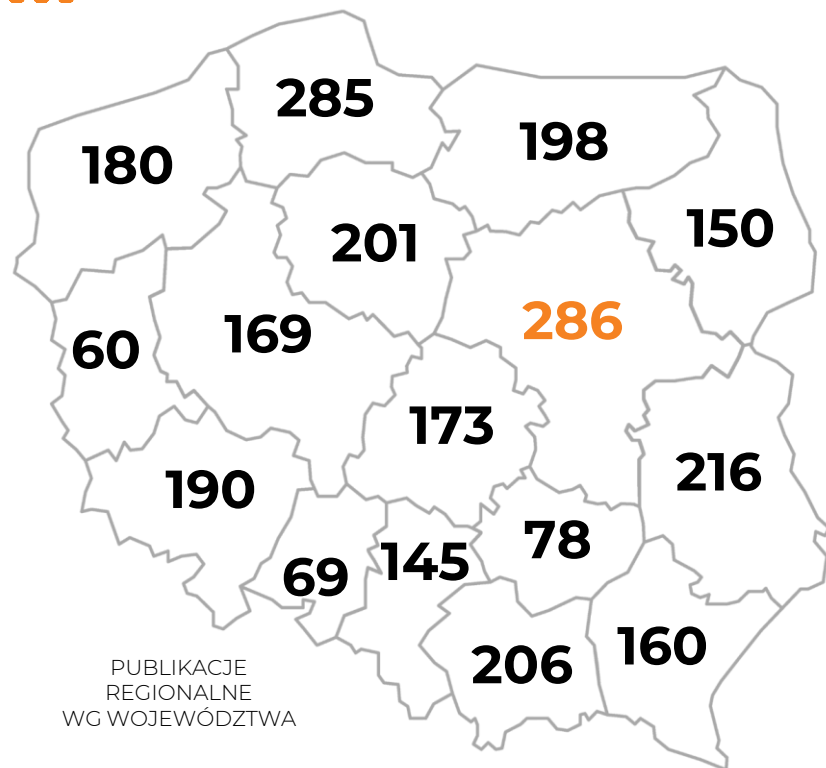
PIKI KOMUNIKACYJNE

- ✓ Najwyższa liczba przekazów ukazała się w czerwcu. Publikacją, która opisywała najczęściej poruszany w tym czasie wątek był artykuł: "Holecka otrzymała nagrodę >Wolności Słowa<. Radio Maryja również" opublikowany na wiadomosci.wp.pl.
- ✓ Kolejny pik komunikacyjny przypadł na sierpień. Dla analizowanego zagadnienia istotną publikacją w tym czasie był udział w „Salonie dziennikarskim” Jolanty Hajdasz, prezeski Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.
- ✓ Trzecia najwyższa aktywność mediów odnotowana została w kwietniu. Wśród publikacji, które informowały o analizowanym zagadnieniu warto zwrócić uwagę na program „Tak jest” w TVN24.

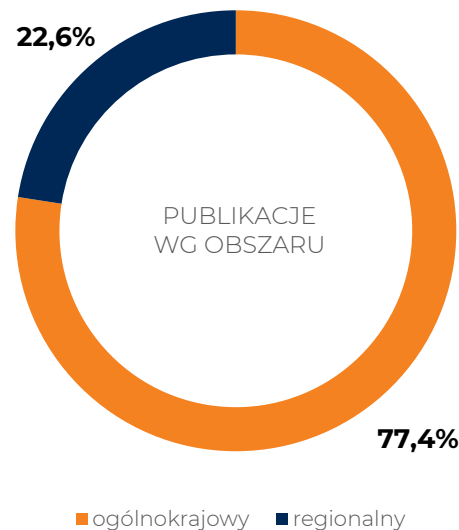




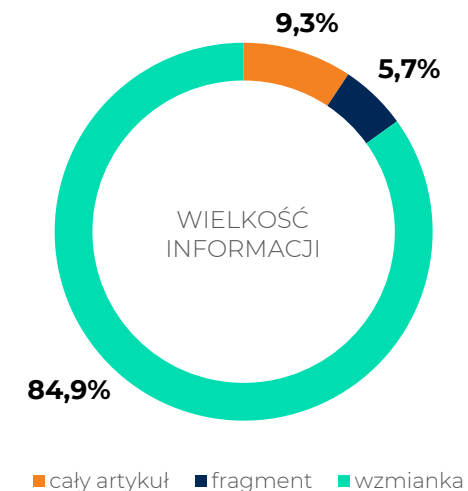
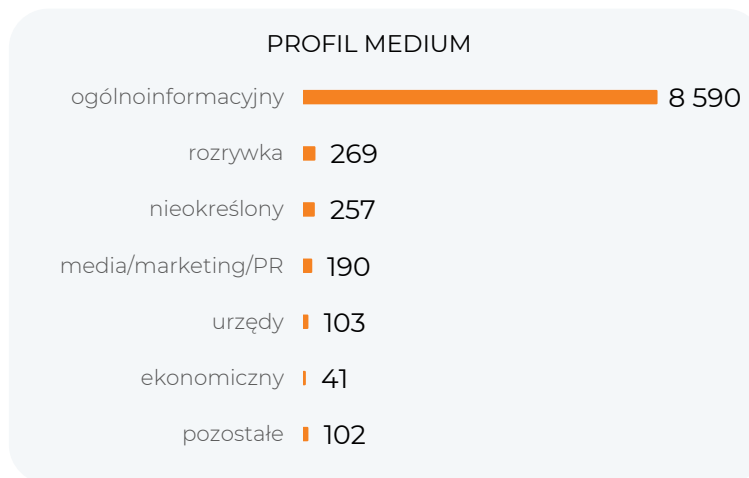
ANALIZY PRZEKROJOWE



W analizowanym okresie informacje dotyczące Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich najczęściej pojawiały się w mediach o profilu ogólnoinformacyjnym (8 590 publikacji co stanowi 89,9% wszystkich materiałów) i zasięgu ogólnokrajowym (7 398 publikacji, co stanowi 77,4%). Najwięcej publikacji o obszarze regionalnym (286) ukazało się w województwie mazowieckim.



- ✓ Najbardziej zasięgowym źródłem w analizowanym okresie była TV Republika (media ogólnokrajowe).
- ✓ W mediach o profilu ogólnoinformacyjnym najwyższy zasięg osiągnęła TV Republika.
- ✓ W źródłach o profilu sportowym ważnym źródłem Przegląd Sportowy.



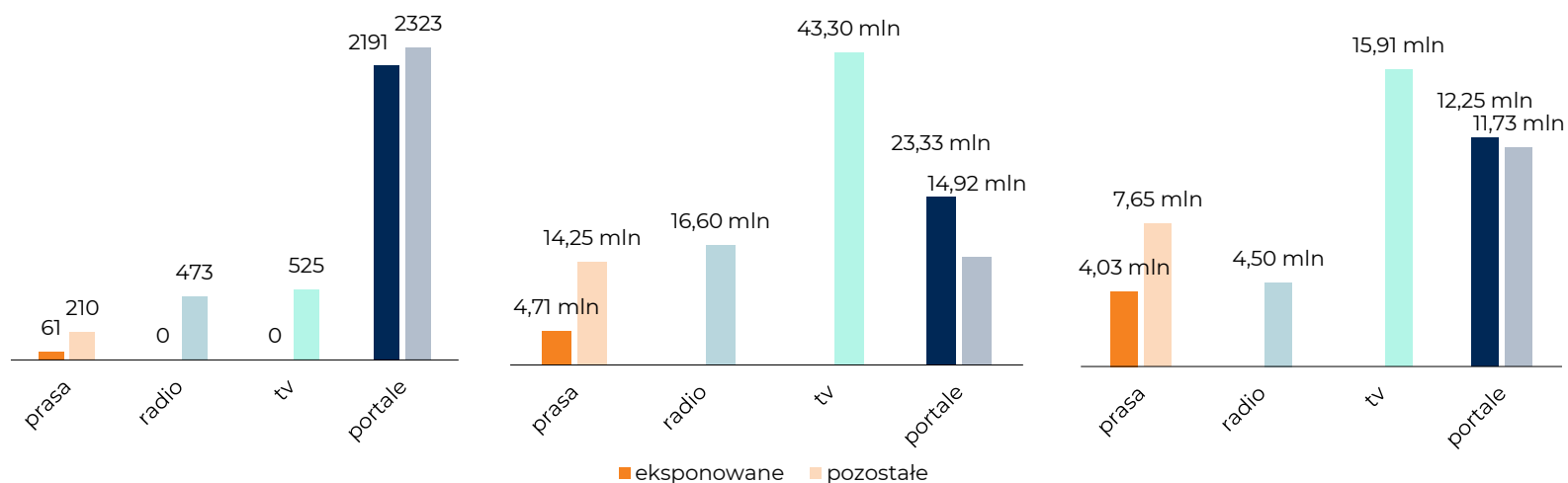
*wskaźnik szacowany w prasie i portalach



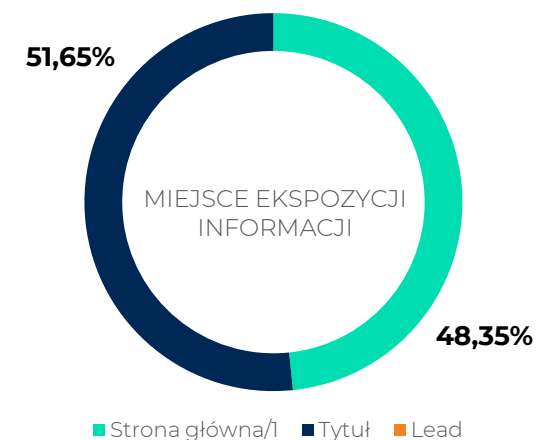
EKSPOZYCJA W MEDIACH

*ekspozycja w mediach nie uwzględnia Social Mediów

	liczba publikacji	zasięg	AVE
EKSPONOWANE	2 252	28 mln	16,3 mln
POZOSTAŁE	3 531	89,1 mln	39,8 mln



W analizowanym okresie odnotowaliśmy 39% publikacji eksponujących Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich na pierwszych stronach gazet, stronach głównych portali, newsach dnia w radiowych i telewizyjnych serwisach informacyjnych oraz tytułach materiałów. Siła tej ekspozycji wyniosła 28 mln, a jej wartość 16,3 mln zł.



Materiały eksponowane to przekazy, które pojawiły się na pierwszych stronach gazet, stronach głównych portali, newsach dnia w radiowych i telewizyjnych serwisach informacyjnych oraz tytułach materiałów. Wykresy przedstawiają miejsce ekspozycji słów kluczowych dla każdego z analizowanych zagadnień.



ZASIĘG PUBLIKACJI

123 mln KONTAKTÓW Z PRZEKAZEM

19 mln 43,3 mln 16,6 mln 38,2 mln 20 tys. 6,24 mln



PRASA



TELEWIZJA



RADIO



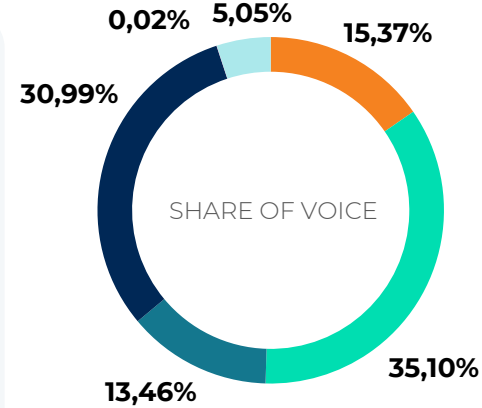
PORTALE



PODCASTY



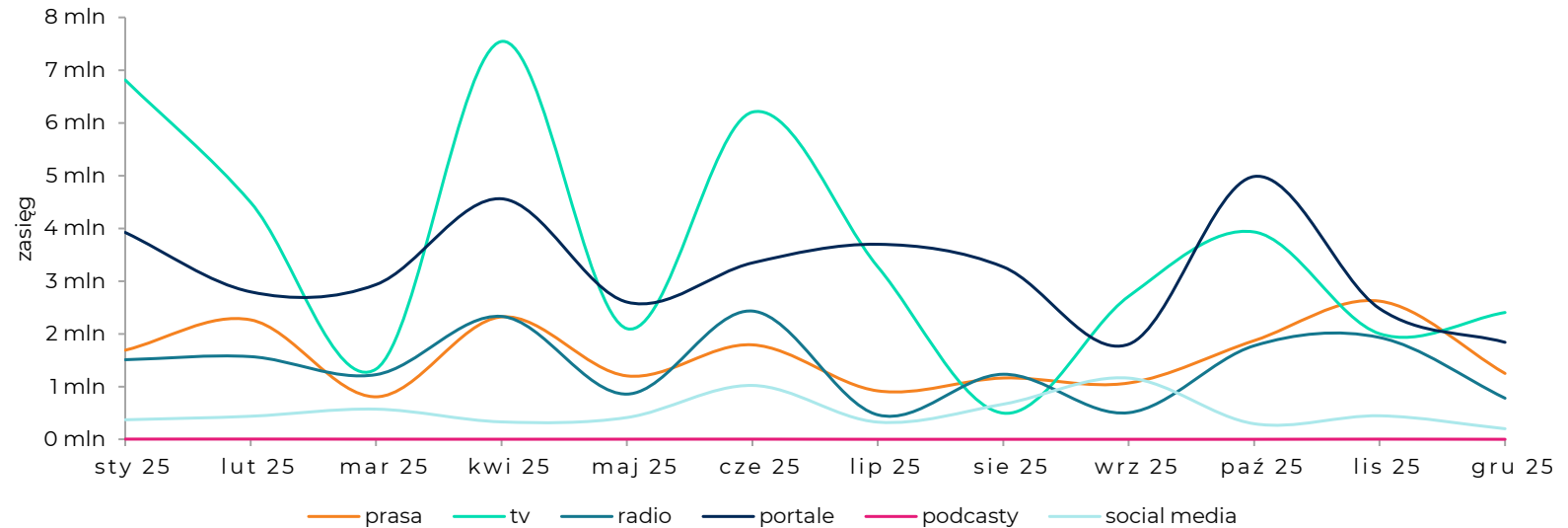
SOCIAL MEDIA



W okresie 01.01-31.12.2025 liczba potencjalnych kontaktów z publikacjami wyniosła 123 mln. Największy zasięg (43,3 mln kontaktów) osiągnęły publikacje w telewizji (35,1% całkowitej wartości), a szczyt zasięgu przypadł na kwiecień.

PIKI KOMUNIKACYJNE

- ✓ Publikacje o najwyższym łącznym zasięgu ukazały się w kwietniu. Przekazem o najwyższej wartości w tym czasie były "Fakty po Faktach" w TVN24.
- ✓ Kolejny pik zasięgu publikacji przypadł na czerwiec. Dla analizowanego zagadnienia najważniejszą publikacją w tym czasie był artykuł "SDP pozywa dziennikarzy za tekst o dotacjach z czasów PiS", który ukazał się w Gazecie Wyborczej.
- ✓ Trzeci najwyższy zasięg mediów odnotowany został w styczniu. Wśród publikacji, które informowały o analizowanym zagadnieniu warto zwrócić uwagę na „Teleexpress” w TVP1.





EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI (zł)

57 mln AVE (zł) PUBLIKACJI

11,7 mln 15,9 mln 4,5 mln 24 mln 31,5 tys. 940 tys.



PRASA



TELEWIZJA



RADIO



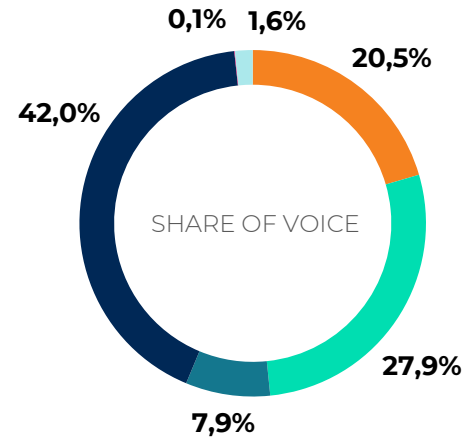
PORTALE



PODCASTY



SOCIAL MEDIA

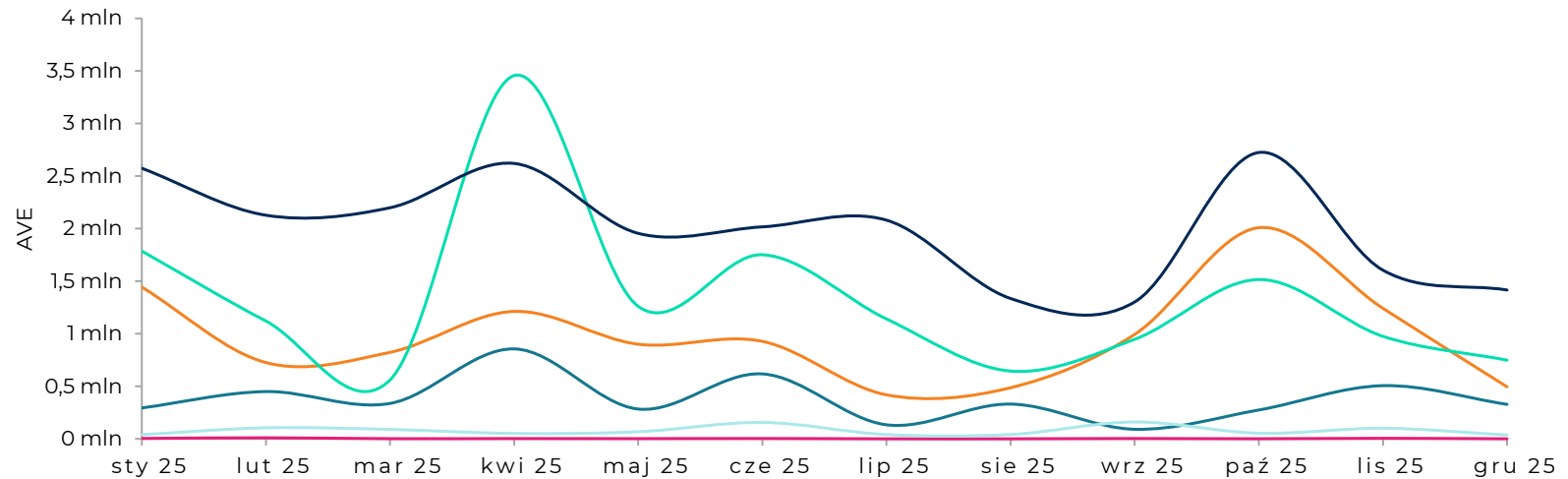


W okresie 01.01-31.12.2025 ekwiwalent reklamowy publikacji wyniósł 57 mln zł. Największe AVE (8,2 mln zł) wygenerowały materiały z kwietnia, natomiast medium o największej łącznej wartości reklamowej były portale (24 mln zł, 42,0% całkowitego AVE).

prasa tv radio portale podcasty sm

PIKI KOMUNIKACYJNE

- ✓ Publikacje, które wygenerowały najwyższy ekwiwalent reklamowy ukazały się w kwietniu. Przekazem o najwyższej wartości w tym czasie była audycja "Nowy Świat po południu" w Radiu Nowy Świat.
- ✓ Kolejny wzrost AVE przypadł na październik. Dla analizowanego zagadnienia najbardziej wartościową publikacją w tym czasie był wywiad w gazecie „Wprost” z Maciejem Siembiedą, który jest trzykrotnym laureatem Nagrody Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.
- ✓ Trzeci, najwyższy łączny ekwiwalent reklamowy odnotowany został w styczniu. Materiałem o najwyższej wartości był program „Lepsza Polska” w Polsacie.

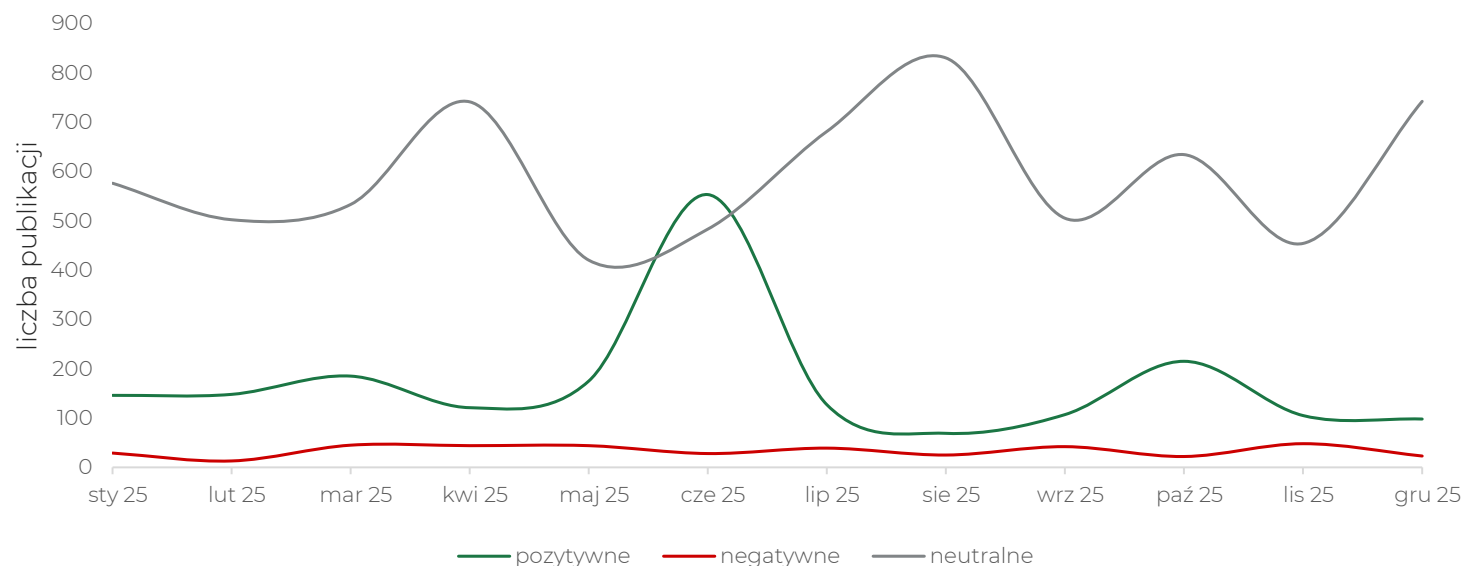


prasa tv radio portale podcasty social media

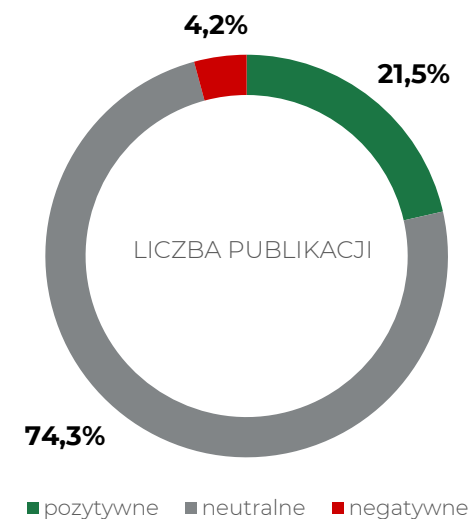


WYDŹWIĘK PUBLIKACJI

	pozytywne	neutralne	negatywne
LICZBA PUBLIKACJI	2 049	7 101	402
ZASIĘG	26,5 mln	88,9 mln	7,99 mln
AVE	15,3 mln zł	37,8 mln zł	3,91 mln zł



W okresie 01.01-31.12.2025 odnotowaliśmy 2 049 o pozytywnym wydźwięku (21%) oraz 402 o wydźwięku negatywnym (4%). Większość (7 101) publikacji miało charakter neutralny (74%).



PIKI KOMUNIKACYJNE

- ✓ Najwięcej publikacji **pozytywnych** ukazało się w czerwcu. Przekazem o najwyższej wartości w tym czasie był program "Polska i świat" w TVN24.
- ✓ Najwięcej publikacji **negatywnych** ukazało się w listopadzie. Przekazem o najwyższej wartości w tym czasie był artykuł "Portal Zrzutka.pl zlikwidował zbiórkę na pomoc dla redaktora Pereiry! Jest oświadczenie prezes SDP. >Niezrozumiałe działanie<" który ukazał się na stronie wpolityce.pl.



ANALIZA SOCIAL MEDIA



3 769

LICZBA PUBLIKACJI



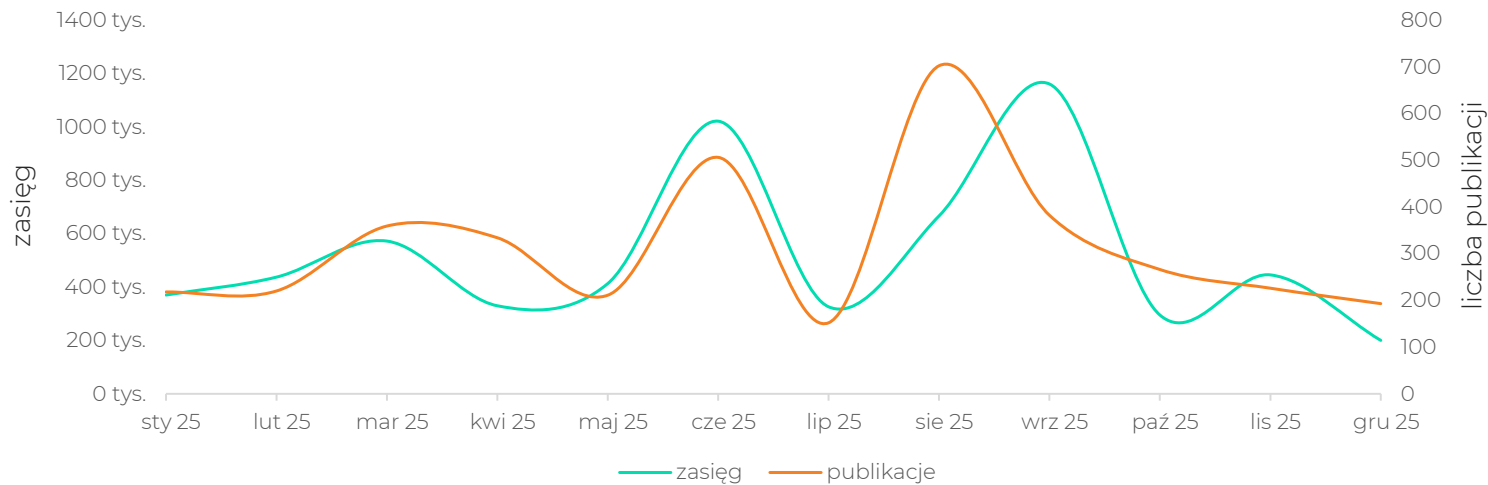
6,24 mln

ZASIĘG



940 tys.

EKWIWALENT
REKLAMOWY

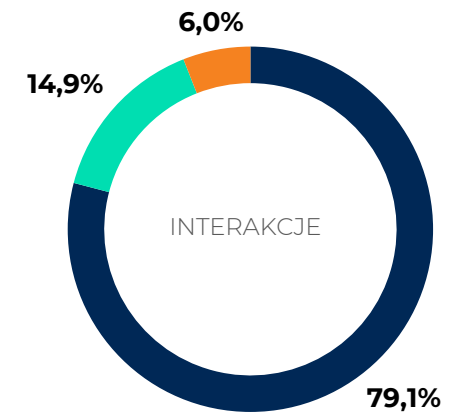
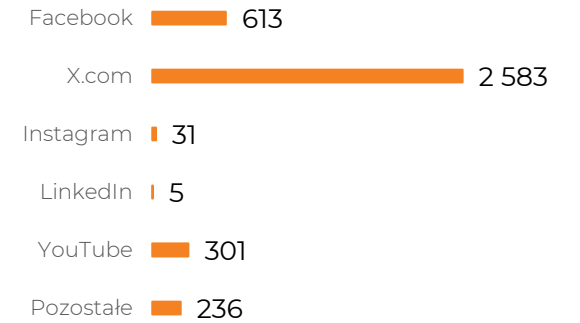


✓ Post, który wygenerował najwyższy zasięg pojawił się na x.com. Tvn24 informował: „Centrum Monitoringu Wolności Prasy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich przekazało, że zawnioskuje do prezydenta o ułaskawienie Pereiry i w najbliższych dniach złoży odpowiednie dokumenty.”

✓ Najwyższą liczbę interakcji, czyli sumę polubień, udostępnień i komentarzy, otrzymał wpis autorstwa Michała Dworczyka na facebook.com. Łączna suma interakcji wyniosła 17,6 tys..

W okresie 01.01-31.12.2025 liczba postów w mediach społecznościowych wyniosła 3 769 i wygenerowała zasięgi rzędu 6,24 mln o łącznym AVE 940 tys.. Największą część publikacji w mediach społecznościowych stanowiły posty na X.com (69% wszystkich materiałów w social mediach).

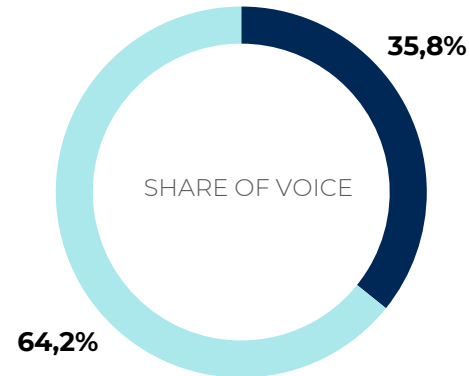
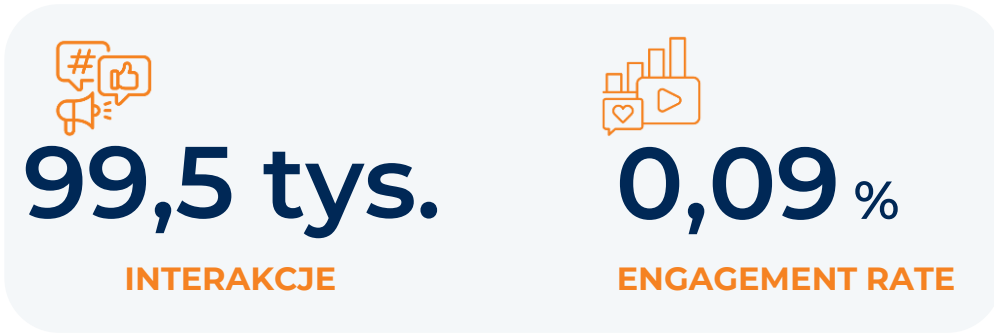
LICZBA POSTÓW W KANAŁACH SOME



■ polubienia ■ udostępnienia ■ komentarze



ZAANGAŻOWANIE SOCIAL MEDIA

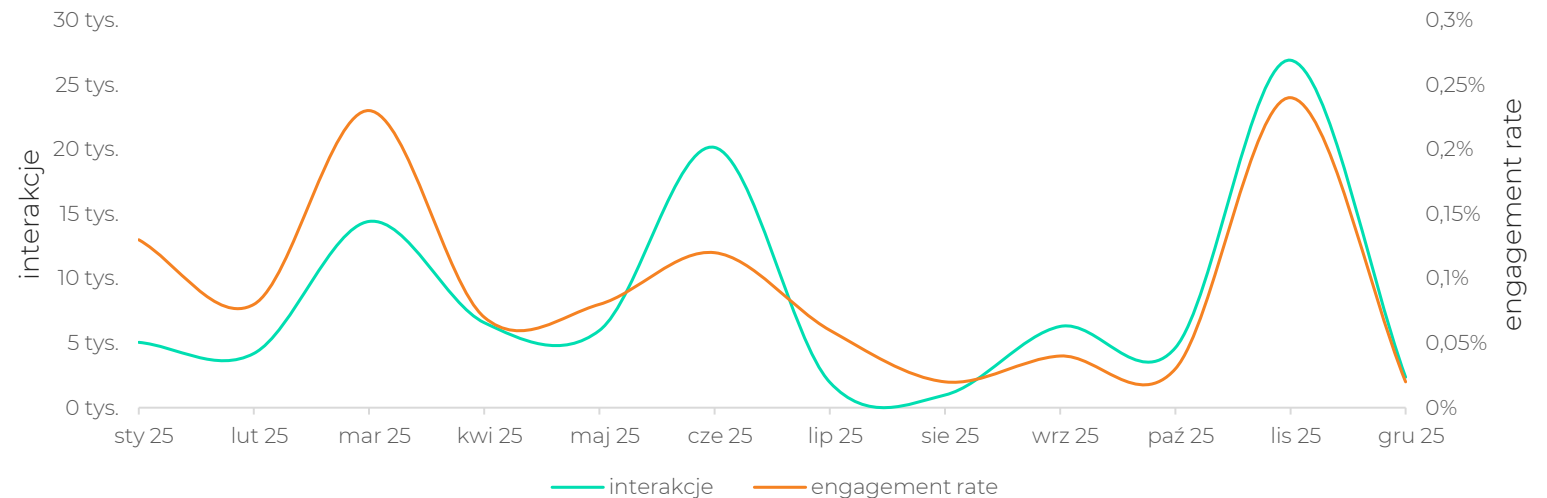


- ✓ W okresie 01.01-31.12.2025 łączna liczba wywołanych przez posty interakcji wyniosła 99,5 tys.
- ✓ Wskaźnik engagement rate osiągnął w analizowanym okresie poziom 0,09%.
- ✓ Wpisy angażujące, które wygenerowały 36% postów w mediach społecznościowych, agregują przekazy, które odnotowały interakcje: polubienia, udostępnienia lub komentarze.

■ angażujące ■ nieangażujące








PIKI KOMUNIKACYJNE

- ✓ Posty, które zebrały najwyższą liczbę interakcji: polubień, udostępnień i komentarzy, opublikowano w listopadzie.
- ✓ Post z najwyższą liczbą interakcji opublikowane 26 listopada. Wpis na facebook.com opublikował Michał Dworczyk.
- ✓ Najwyższy wskaźnik engagement rate odnotowano w listopadzie. Post o najwyższym wskaźniku zaangażowania pojawił się na youtube.com. Profil autora zebrał 101 fanów, a post odnotował 633 interakcji.

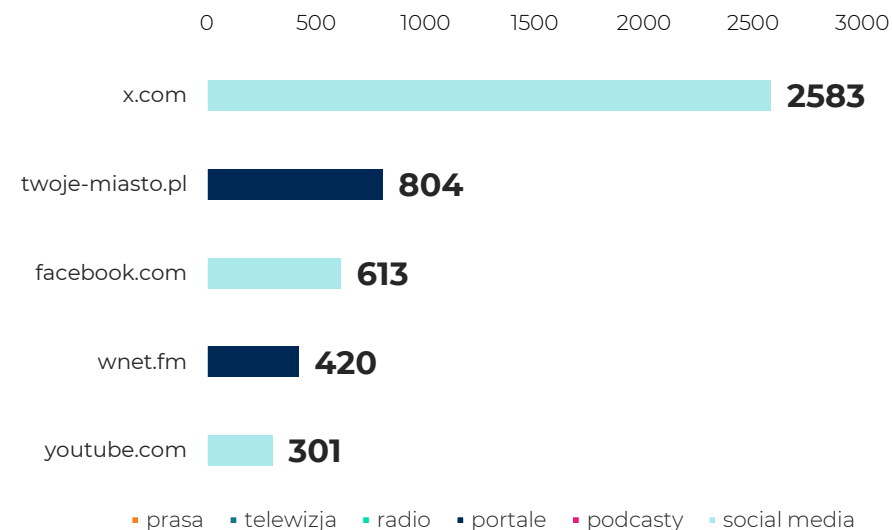




TOP MEDIA

W zestawieniu przedstawiono media będące źródłem największej liczby publikacji związanych ze Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich. Dla każdego medium określono liczbę materiałów, ich łączne zasięgi oraz wartość AVE. Wykres przedstawia 5 źródeł z najwyższą liczbą publikacji.

 prasa	 publikacje	 zasięg	 AVE
Forum Dziennikarzy	35	105 tys.	297 tys. zł
Nasz Dziennik	24	2,69 mln	341 tys. zł
Gazeta Polska Codziennie	19	915 tys.	2,81 mln zł
 telewizja	publikacje	zasięg	AVE
wPolsce24	221	4,4 mln	5,43 mln zł
TV Trwam	88	9,45 mln	1,1 mln zł
Republika	70	21,1 mln	6,41 mln zł
 radio	publikacje	zasięg	AVE
Radio WNET	91	3,58 mln	368 tys. zł
Radio Maryja	87	6,28 mln	1,84 mln zł
PR Gdańsk	50	674 tys.	389 tys. zł
 portale	publikacje	zasięg	AVE
twoje-miasto.pl	804	18 tys.	306 tys. zł
wnet.fm	420	620 tys.	1,6 mln zł
salon24.pl	267	1,37 mln	1,52 mln zł

TOP 5 MEDIA



 podcasty	publikacje	zasięg	AVE
spotify.com	7	70	4 500 zł
podkasty.info	6	5 057	2 811 zł
tokfm.pl	4	4 819	9 056 zł
 social media	publikacje	zasięg	AVE
x.com	2583	3,89 mln	95,8 tys. zł
facebook.com	613	1,54 mln	578 tys. zł
youtube.com	301	380 tys.	76 tys. zł

TOP AUTORZY

W zestawieniu przedstawiono autorów największej liczby publikacji związanych ze Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich. Dla każdego autora określono liczbę materiałów. Wykres przedstawia 5 autorów z najwyższą liczbą publikacji.



PRASA

autor	źródło	publikacje
Jolanta Hajdasz	Idziemy oraz 4 inne	18
Jarosław Mołga	Gazeta Polska Codziennie	11
Jolanta Majdasz	Idziemy oraz 1 inne	7



TELEWIZJA

autor	źródło	publikacje
Dorota Gawryluk	Polsat2 oraz 3 inne	12
Wojciech Biedroń	wPolsce24	9
Marcin Wikło	wPolsce24	7



RADIO

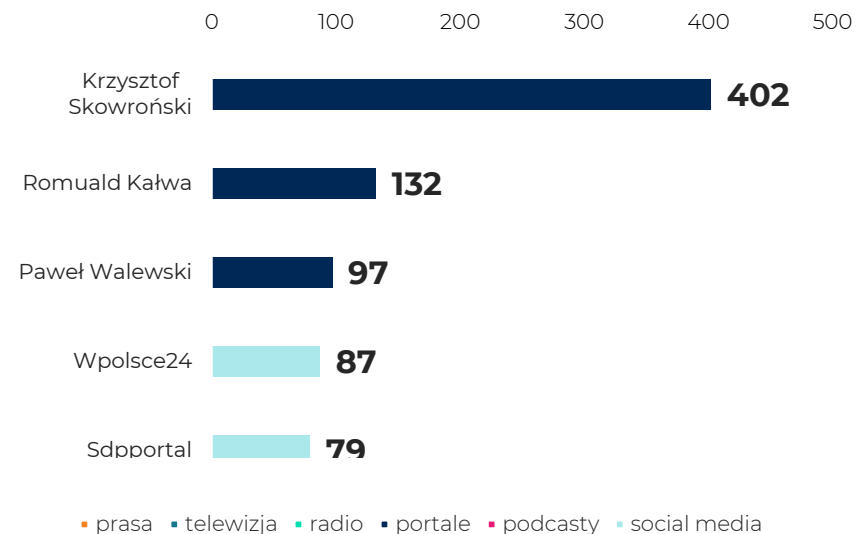
autor	źródło	publikacje
Kuba Kaługa	PR Gdańsk	10
Katarzyna Adamiak	Radio WNET	3
Maciej Kluczka	Radio TOK FM	1



PORTALE

autor	źródło	publikacje
Krzysztof Skowroński	wnet.fm	402
Romuald Kałwa	salon24.pl	132
Paweł Walewski	projektpulsar.pl oraz 1 inne	97

TOP 5 AUTORÓW



PODCASTY

autor	źródło	publikacje
Agh Kraków	spotify.com	2
Czas Na Reportaż	rdc.pl	1
Poranek Rdc	rdc.pl	1



SOCIAL MEDIA

autor	źródło	publikacje
Wpolsce24	youtube.com	87
Sdpportal	x.com	79
Historie Piotra Lipińskiego	youtube.com	72

**Data:** 28-11-2025**Źródło:** Nasz Dziennik**ZASIĘG:** 112 000**AVE:** 6 270 zł

Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.

SPOŁECZEŃSTWO

Zamordyzm cenzury

Co nam grozi, jeśli wejdzie w życie uchwalona w ubiegłym tygodniu przez Sejm ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną? Eksperti nie mają wątpliwości, że doprowadzi to do skrajnej cenzury, jaka istnieje na Zachodzie.

Interwencje policji, przesłuchania, areszty czy grzywny za „nieprawomyślne” publikacje w mediach społecznościowych wpisują się już w codzienność życia mieszkańców Europy Zachodniej, tresując obywateli w dokonywaniu autocenzury. Zamordyzm cenzury sprzed 1989 roku, którą wielu Polaków jeszcze pamięta, powraca, ale tym razem z Zachodu. Najbardziej spektakularne tego typu akcje miały miejsce w ostatnich miesiącach w Wielkiej Brytanii. Szeroko komentowane były interwencje policji czy zatrzymania za wpisy w mediach społecznościowych, które były uznawane przez aparat władzy za niezgodne z tzw. poprawnością polityczną.

Wysoki poziom osiągnęła już cenzura w Niemczech. Nasz zachodni sąsiad stał się europejskim centrum cenzury – pisze w serwisie X były poseł do parlamentu Europejskiego Jacek Saryusz-Wolski, przywołując ostatni raport organizacji Liber-Net zajmującej się m.in. obroną cyfrowych wolności obywatelskich, a teraz – zaznacza – Berlin eksportuje swój model na poziom europejski poprzez europejskie regulacje zawarte w DSA (Digital Services Act).

System cenzury jest już dobrze rozwinięty w Niemczech. Liber-Net zwraca w raporcie uwagę na listę ponad 330 organizacji zajmujących się m.in. monitorowaniem sieci i zgłaszaniem „nieprawomyślnych” treści. Należą do nich także organizacje pozarządowe wspierane ze środków publicznych, a więc przynajmniej pośrednio zależne od rządzących. Organizacja wskazuje, że budzi to ogromne wą-

pliwości co do wolności słowa w internecie.

Tropienie „nieprawomyślnych” materiałów

Mieszkający w Niemczech historyk prof. Bogdan Musiał w rozmowie z nami zaznacza, że system cenzury w Niemczech jest silnie rozwinięty. – W administracji landowej funkcjonują specjalne placówki, które zajmują się monitorowaniem internetu i tropieniem różnego rodzaju „nieprawomyślnych” materiałów czy wpisów w mediach społecznościowych. Za tym idą też konkretne działania – ludzi się zatrzymuje, aresztuje, wytaczane są procesy, wymierzane grzywny. Tak się przy tym składa – weale nie przypadkiem – że to, czego w internecie nie można mówić i o czym nie można pisać, i to, co jest ścigane, dotyczy wyrażania opinii sprzecznych z tym, co myślą środowiska liberalne i lewicowe – wyjaśnia prof. Bogdan Musiał.

Nasz rozmówca zwraca uwagę, że zapędy cenzorskie postępują wraz z rozwojem mediów społecznościowych czy powstawaniem nowych mediów niezależnych od mainstreamu, które swoją działalnością zagrażają propagandzie mediów kontrolowanych przez środowiska lewicowo-liberalne. – Kiedy obserwujemy, do czego to zmierza, to wydaje się, że w kierunku świata opisywanego przez George’a Orwella. Oczywiście w internecie jest dużo patologii, działają „rosyjskie trolle”, ale na to wszystko jest już paragraf i w Niemczech, i w Polsce. Takie treści mogą być blokowane bez konieczności wprowadzania dodatkowej cenzury – dodaje prof. Bogdan Musiał. To głównie koniecznością blokady patologicznych treści w internecie forsująca cenzorskie regulacje koalicja Donald’a Tuska tłumaczyła podczas

ubiegłotygodniowej debaty w Sejmie potrzebę nowych rozwiązań. W tym kontekście padały argumenty, że nowe przepisy pozwolą przeciwdziałać propagowaniu treści np. nakłaniających młodzież do samobójstw czy związanych z dziecięcą pornografią.

Prezes Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich i dyrektor CMWP SDP dr Jolanta Hajdasz zauważa, że Kodeks karny już dzisiaj przewiduje kary za wymienione w tej ustawie przestępstwa, których dotyczy nakaz usuwania treści. – Nie ma powodów, aby te przepisy powielać. Wejście w życie tej ustawy stwarza natomiast na przyszłość olbrzymie zagrożenie dla wolności debaty publicznej i wolności słowa. Wskazują na to także sygnały płynące z Wielkiej Brytanii czy Niemiec. Wkrótce może się okazać, że w mediach ogólnodostępnych, popularnych, mainstreamowych nie będą mogły być przedstawiane poglądy, które zostaną uznane za niezgodne z poprawnością polityczną. Wejście w życie tej ustawy grozi nam cenzurą internetu – zaznacza nasza rozmówczyni.

Apel do Prezydenta

Zarząd Główny Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich wystosował apel do prezydenta Karola Nawrockiego o zawetowanie ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Wejście jej w życie otwiera bowiem w pośredni sposób wprowadzenie cenzury w internecie oraz umożliwia rządzącym politykom ingerowanie w publikowane w sieci treści przy wykorzystaniu struktury administracji państwowej. Doktor Jolanta Hajdasz podkreśla, że możemy się mierzyć z blokadą w internecie nie tylko niewygodnych dla władzy treści, ale nawet całych kanałów prowadzących swoją działalność na platformach internetowych. ■

Artur Kowalski



TOP PUBLIKACJE

Data: 13-06-2025

Źródło: kultura.gazeta.pl

ZASIĘG: 7 165

AVE: 14 300 zł

SDP przyznało nagrody. Jest lista laureatów. Nie zabrakło o. Rydzyka i Holeckiej

Magda Walma
13 czerwca 2025, 08:49

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich przyznało nagrody w konkursie dziennikarskim. Główną nagrodę odebrała sama Danuta Holecka. Nie zapomniano też o ojcu Tadeuszu Rydzyku.



Fot. Agencja Wyborcza.pl // TV Republika/kadr

Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.

Data: 17-06-2025

Źródło: biznesalert.pl

ZASIĘG: 1 676

AVE: 8 733 zł

Nagrody SDP – o. Tadeusz Rydzyk: do głoszenia prawdy potrzeba odwagi; Danuta Holecka: szanować swego rozmówcę

Autor: **Redakcja** 17 czerwca, 2025, 23:56



zdj. (h)rob - sdp.pl

Podczas uroczystej gali Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich w Domu Dziennikarza przy ul. Foksal 3/5 w Warszawie wręczono Nagrody SDP. Laur SDP przypadł w tym roku ojcu Tadeuszowi Rydzykowi twórcy i dyrektorowi Radia Maryja i Telewizji Trwam. Dziennikarce i prowadzącej TV Republika Danucie Holeckiej wręczono Nagrodę Wolności Słowa.



Data: 17-06-2025

Źródło: Gazeta Wyborcza

ZASIĘG: 103 992

AVE: 148 000 zł

SDP pozywa dziennikarzy za tekst o dotacjach z czasów PiS

Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich (SDP) nie spodobał się tekst opisujący jego finanse w czasach „dobrej zmiany”. Pozywa jego autora i Towarzystwo Dziennikarskie, które odniosło się do niego w stanowisku.

Ewa Ivanova

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich (SDP), a więc organizacja mieniąca się dziennikarską, kolejny raz uderzyła w wolność słowa i prawo do krytyki. Właśnie pozwoliło do sądu inną organizację – Towarzystwo Dziennikarskie. SDP nie spodobało się krytyczne stanowisko opublikowane na jego stronie. Domaga się zadośćuczynienia w wysokości 30 tys. zł, usunięcia tekstu, a także przeprosin za „nieprawdziwe informacje” i „naruszenie dobrego imienia”.

Według Towarzystwa Dziennikarskiego, którego prezesem jest Seweryn Blumstajń, pozew to typowy SLAPP – działanie prawne, którego celem jest tłumienie debaty publicznej, zmuszenie do rezygnacji z krytyki i autocenzura.

Naruszenie „renomy” SDP

Co tak wzburzyło SDP? W styczniu Towarzystwo Dziennikarskie opublikowało na swojej stronie internetowej oświadczenie. „Biorąc kasę, krzyczą: Polska!”. Organizacja odnosiła się w nim do opublikowanego w magazynie „Press” artykułu Krzysztofa Boczek pt. „Stowarzyszenie Dziennikarskich Przelewow”. Dziennikarz przeanalizował sprawozdania finansowe Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich z ostatnich lat oraz protokoły kontroli komisji rewizyjnej stowarzyszenia. Rozmawiał też z byłymi członkami SDP, którzy odeszli z organizacji, gdy pojawiły się informacje o finansowych nieprawidłowościach. Badal też działalność „Fundacji Solidarności Dziennikarskiej” stworzonej przez Zarząd SDP kierowanej przez jego byłego prezesa Krzysztofa Skowrońskiego. Obecnie prezeską SDP jest Jolanta Hajdasz (Skowroński jest dalej w zarządzie organizacji, obok m.in. Michała Karnowskiego czy Anny Popkó).

Nie jest tajemnicą, że SDP od lat wspierało ofensywę medialną PiS. Wobec dziennikarzy stosowało podwójne standardy: nie zauważało tych wyrzucanych wraz z nadejściem „dobrej zmiany” z publicznego radia i telewizji, ale np. apelowało o przywrócenie do pracy Michała Rachonia, zawieszono go za antysemitki żart w animacji zawartej w programie „Minga 20”. Stawało też w obronie „Gazety Polskiej” gdy Empek odwołał jej sprawozdania w swoich salonach wydana z naklejką: „Strefa wolna od LGBT”.

Z tekstu Boczek wynika, że lata rządów PiS były dla SDP złotym czasem. Stowarzyszenie było bognie subsydiowane przez Ministerstwo Kultury, różne rządowe instytucje i fundacje, a także przez spółki skarbu państwa. Według autora w latach 2016–2022 Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich i jego fundacja otrzymała od „dobrej zmiany” około 4 mln zł. Znacząca większość tej sumy miała trafić do członków zarządu SDP i ich najbliższych współpracowników jako różnego rodzaju pensja, honoraria, koszty administracyjne. Powinno sumy zo-



• Joanna Hajdasz, wiceprezes Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, Warszawa, 28 grudnia 2023 r. (FOTOKRZYŻOVI/AGENCJA WYDRZEJAP)

stały przeznaczone na honoraria pracowników Hadu. „Wnet”, którego właścicielem jest Skowroński.

„Wątpliwą jakości projekt dziennikarskie, których koszty stanowiły niewielką część dotacji i grantów przyznanych SDP i „Fundacji Solidarności Dziennikarskiej”, posłużyły głównie finansowemu wsparciu „heterodoków dobrej zmiany”. Raz jeszcze okazało się, że tym, którzy najgłośniejsz krzyczą „Polska” po prostu chodzi o kasę. Na dziennikarski dom seniora fundacja powołana w tym celu nie ubierała ani złotówki” – pisał Towarzystwo Dziennikarskie w styczniowym stanowisku.

Apelowało do prezydenta Warszawy, który nadzoruje SDP, i do ministra kultury, nadzorującego fundację, o przeprowadzenie kontroli finansów SDP i jego fundacji. „Pieniężny publicznych zapewne już nie odzyskamy, ale można w pełni ujawnić hipokryzję i pazerność ludzi, którzy aspirowali do reprezentowania polskich dziennikarzy” – podkreślało Towarzystwo Dziennikarskie.

SDP w pozwie przekonuje, że w oświadczeniu Towarzystwa Dziennikarskiego – określa je mianem „artykułu” – naruszonej jego dobra osobiste, w tym renomy i zaufanie do SDP. A publikacja stawia organizację w negatywnym świetle, sugeruje „bezpodbastawnie i krzywdząco”, że SDP działa „nieprawidłowo”, SDP zarzuca, że tekst w „Press” zawierał insynuację, a Towarzystwo Dziennikarskie bez sprawdzenia wiarygodności opublikowało „jego streszczenie”. Nie zachowało więc zasad staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych. Przekład do SDP zarzuca, że nieprawdziwe są informacje o tym, że nigdzie nie można znaleźć informacji o grantach Fundacji Solidarności Dziennikarskiej i SDP, bo dane te są dostępne m.in. w sprawozdaniach finansowych. Podobnie nieprawdziwe według SDP mają być m.in. informacje o tym, że znacząca większość pieniędzy trafiła do członków zarządu SDP i ich najbliższych współpracowników jako różne zlecenia, honoraria, czy koszty administracyjne.

Blizniaczy pozew

Blizniaczy pozew skierował Towarzystwo Dziennikarskie otrzymał także autor tekstu „Stowarzyszenie Dziennikarskich Przelewow” Krzysztof Boczek. Wraz z magazynem został pozwany przez Fundację Solidarności Dziennikarskiej. Organizacja domaga się, jak SDP dowodzi, że tekstem naruszone

Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.

pu do dokumentów. Nie wszystko nam okazywano – oznacza jeden z wewnętrznych kontrolerów”. Fundacja dowodzi w pozwie, że ta część zawiera nieprawdziwe informacje. – Oczywiście, że są prawdziwe. Przełożyłem skany strony internetowej fundacji, na której do teraz nie ma aktualnych sprawozdań, a ostatnie jest za 2019 r. Powołałem także kilku świadków, którzy potwierdzają, że nie udostępniano im wszystkich dokumentów finansowych – podkreśla autor.

On także odbiera pozew jako SLAPP, który ma go zniechęcić do zajmowania się SDP. Czy to nie kuriozum, że po SLAPP wobec dziennikarza sięga organizacja dziennikarska? – Kiedyś na pewno nią była, teraz w mojej opinii – niekoniecznie. Jej członkami w pewnej mierze nie są dziennikarze, a propagandyści, którzy otwarcie wspierają PiS, np. Michał Karnowski czy Tomasz Śliwowski – ostrzeżę Krzysztof Boczek. – Napisałem w sumie kilkanaście tekstów na temat SDP, zaszedłem im mocno za skórę, ten tekst chyba był kropli, którą przełamała czarą gorczyca.

Jak twierdzi, może chodzić nie tylko o SDP. – Wcześniej sporo pisałem w „Press” także o upolityczeniu PAP-u, ujawniłem kulisy wykorzystywania agencji do celów propagandowych. PAP Wojciecha Surmacza pozwalał na także za ten tekst, ale po zmianie władzy pozew wycofano. Teraz Surmacz ma być świadkiem w procesie, który wytacza mi fundacja Skowrońskiego. Widaw więc; że chodzi jakiś rewanż – dodaje autor.

Jego zdaniem pozew wniesiono także w celach propagandowych, aby dowodzić, że sprawa zajmuje się sąd, a więc artykuł jest przedmiotem sporu. Może także chodzić o odwrócenie uwagi od tego, że kontroli w SDP przeprowadza miasto Warszawa.

Adwokat SDP

SDP i Fundacji Solidarności Dziennikarskiej” SDP i Fundacji Solidarności Dziennikarskiej” reprezentuje w obu procesach ten sam prawnik – adwokat Artur Wdowczyk. W przeszłości był pełnomocnikiem obecnego wydawnictwa Ringier Axel Springer. Ale od pewnego czasu specjalizuje się w obsłudze ludzi „dobrej zmiany”. W czasach PiS podjął intensywną współpracę m.in. z rodziną Jacka Kurskiego i z samą TVP. Reprezentuje np. Zdzisława K. syna Kurskiego, w sprawach o ochronę dóbr osobistych przeciwko wydawcy „Wyborczej”. Wdowczyk występował przeciwko mediom jako pełnomocnik NBP Adama Glapińskiego. Był także pełnomocnikiem posłanki PiS Krystyny Pawłowicz (obecnie w upolityczonym TK) przeciwko „Wyborczej” w sprawie o reportaż Marcina Wójcika „Ze mną trzeba grzechnie” z 2013 r. Sprawę prawnie przejął. W 2018 r. w imieniu Polskiej Fundacji Narodowej wniosł dwa pozwody o sprośowanie przeciwko redaktorowi naczelnemu serwisu Wyborcza.pl. Obu zostały prawnie oddalone jako bezzasadne.

Mec. Wdowczyk reprezentuje Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich także w innej sprawie typu SLAPP. Chodzi o pozew ochronny dobr osobistych wniesiony za czasów PiS przeciwko wydawcy „Wyborczej”. Organizacja chce przeprosin, 50 tys. zł i usunięcia z internetu komentarza „Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich” Wojciecha Surmacza – o tym, jak SDP wysłało kontrowersyjny list do TVN w sprawie materiału o neonazistach. Pytało redaktora naczelnego TVN m.in. o kwalifikacje dziennikarza i to, dlaczego reportaż o „urodzinach Hitlera” nie został publikowany przez wiele miesięcy. Zdaniem Czuchnowskiego pytania zawierały „podły domos: że dziennikarze stacji coś „zastali” i sprzyjają różnym grupom”. Sprawa jest w toku przed sądem I instancji. ■

PIS hojny dla SDP

4

MLN ZŁ

• **tyłe pieniądze, jak wynika z artykułu Krzysztof Boczek, otrzymało SDP w latach 2016-2022 od „dobrej zmiany”**

jej dobra osobiste, a informacje podawane przez autora są nieprawdziwe. Domaga się solidarnie od autora i mieszcznika 30 tys. zł zadośćuczynienia.

– Opisywałem w tekście, że Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich i Fundacja Solidarności Dziennikarskiej” otrzymały w czasach PiS co najmniej około 4 mln zł. Właściwie oba te podmioty stanowiły wówczas jedną, przeczesał im jeden człowiek Krzysztof Skowroński i dążyły w nich te same osoby. Środki płynęły do nich z różnych rządowych instytucji, fundacji, a także spółek skarbu państwa np. MSZ, Ministerstwa Kultury, Polskiej Fundacji Narodowej, Narodowego Instytutu Wolności, Fundacji Orlen, Fundacji PKO BP. Prześleździłem, w jaki sposób wydatkowano pieniądze z projektów. Dochochowałem staranności i rzetelności. Przeanalizowałem w ramach dziennikarskiego śledztwa dokumenty finansowe, do których udało mi się dotrzeć, rozmawiałem z blisko 10 członkami SDP. Przed publikacją przesyłałem pytania obu organizacjom. Prezes SDP Jolanta Hajdasz odpowiedziała na 2 z pytań. Prezes Fundacji Solidarności Dziennikarskiej” nie udzielił odpowiedzi – mówi Krzysztof Boczek.

Fundacji szczególnie nie spodobał się następujący fragment artykułu: „Członkowie z warszawskiego oddziału starają się, że SDP prowadzi nietransparentną politykę informacyjną. Nigdzie nie można się dowiedzieć, jakie sumy z grantów uzyskiwała fundacja, a tym bardziej tego, jak je wydawała. Na jej stronie internetowej ostatnie sprawozdanie finansowe jest sprzed pięciu lat – za rok 2019. Z dwóch źródeł słyszymy, że meble i dokumenty fundacji zostały wywiezione i ofiarowanej siedziby przy ul. Fokosa w Warszawie. – Nie mieliśmy pełnego dostę-



TOP PUBLIKACJE

Data: 05-05-2025

Źródło: tysol.pl

ZASIĘG: 28 815

AVE: 15 926 zł

Prezes SDP o raporcie "Reporterów bez granic" nt. "wolności prasy": Kuriozalny i groteskowy

05.05.2025 14:34

Po raz kolejny ocena stanu wolności prasy w Polsce zawarte w rankingu „Reporterów bez Granic” jest całkowicie rozbieżna z rzeczywistością. Jeśli w ten sam sposób opisuje ta organizacja pozostałe kraje, to lepiej ranking ten wyrzucić do kosza i przestać się nim w ogóle zajmować.



Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.

Data: 17-07-2025

Źródło: tvrepublika.pl

ZASIĘG: 20 541

AVE: 13 783 zł

SDP stanęło w obronie wolności słowa i wypowiedzi dla biskupów

Republika, wch 17-07-2025 15:20

Lubię to



Źródło: Republika

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich stanęło w obronie atakowanych przez resort Radosława Sikorskiego biskupów. W wydanym przez Centrum Monitoringu Wolności Prasy SDP oświadczeniu, które podpisała dr Jolanta Hajdasz, dyrektor CMWP SDP, czytamy: "CMWP SDP stanowczo protestuje przeciwko próbom cenzurowania homilii i wypowiedzi osób duchownych, jakie podejmuje Ministerstwo Spraw Zagranicznych poprzez skierowanie listu dyplomatycznego do Watykanu z manipulacyjnym przedstawieniem treści wystąpień religijnych dwóch biskupów w czasie tegorocznej pielgrzymki Rodziny Radia Maryja na Jasną Górę. List zawiera także groźby pod ich adresem i wnioski o ukaranie biskupów przez Stolicę Apostolską, a w swojej treści jest zaprzeczeniem rzetelnej relacji z wydarzenia, narusza zasadę rozdziału Kościoła od państwa i uderza w wolność wyznawania religii. List ten jest także przykładem drastycznego naruszenia zasady wolności słowa fundamentalnej dla każdego demokratycznego państwa".



TOP PUBLIKACJE

Data: 09-04-2025

Źródło: niezalezna.pl

ZASIĘG: 66 451

AVE: 7 866 zł

niezależna WESPRZYJ SKLEP

NAJNOWSZE POLSKA ŚWIAT MEMY GRY QUIZY POLITYKA SPORT MEDIA HISTORIA

NIEZALEŻNA.PL > POLSKA > SDP POINFORMUJE WSZYSTKIE UNIJNE INSTYTUCJE MONITORUJĄCE PLURALIZM I NIEZALEŻNOŚĆ MEDIÓW

POLSKA 09.04.2025, 17:15

SDP poinformuje wszystkie unijne instytucje monitorujące pluralizm i niezależność mediów

Republika reprezentuje poglądy i interesy ogromnej rzeszy obywateli, którzy nie mogą odnaleźć się w żadnych innych mediach. W tej sytuacji odbieranie koncesji tej stacji jest łamaniem zasady pluralizmu, która musi obowiązywać w państwie demokratycznym – powiedziała prezes Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich dr Jolanta Hajdasz komentując wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego (WSA) ws. uchylecia decyzji KRRiT. Jak dodała, SDP będzie o sytuacji informować wszystkie europejskie instytucje, które zajmują się monitorowaniem pluralizmu i niezależności mediów.

Autor: Przemysław Obluski



Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.

Data: 19-11-2025

Źródło: facebook.com

ZASIĘG: 2 960

AVE: 1 110 zł

Beata Kempa 19 listopada 2025

Radio Maryja 17 lis

Dr J. Hajdasz, Prezes Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich: Atak na Muzeum „Pamięć i Tożsamość” jest bardzo naciągany przez obecnie rządzących
#Radio... Wyświetl więcej
Radio Maryja - Oryginalny dźwięk

62 31 komentarzy 10 udostępnień

TYP MEDIUM

W raporcie stosujemy podział mediów na **prasę, radio i tv, portale internetowe oraz social media**.

Social media obejmują następujące kanały: Facebook; X; serwisy foto, w tym Instagram; serwisy wideo, w tym YouTube; komentarze do publikacji; blogi; fora.

WIELKOŚĆ INFORMACJI

Publikacje w prasie, radiu, telewizji i na portalach internetowych, w zależności od wielkości materiału, w którym przywoływane jest monitorowane hasło, klasyfikujemy jako:

cały materiał, gdy cała albo prawie cała publikacja dotyczy kontekstowo wybranego hasła;

fragment materiału, gdy publikacja porusza wiele zagadnień, a informacje na temat monitorowanego hasła stanowią tylko jedną z jej części składowych, wyraźnie jednak wyodrębniających się;

wzmiankę, gdy w publikacji pada newralgiczne hasło, ale jej tematyka nie jest z nim bezpośrednio związana.

ZASIĘG

Zasięg informuje o liczbie potencjalnych kontaktów z przekazem mediowym. Wskaźnik jest opracowany na podstawie oglądalności i słuchalności programów radiowo-telewizyjnych, czytelnictwa prasy, średniej liczby odsłon materiałów internetowych z uwzględnieniem współczynnika ekspozycji nazw własnych w treści oraz organicznych zasięgów kanałów mediów społecznościowych.

Zasięg w serwisach internetowych oznacza liczbę potencjalnych kontaktów z materiałem. Wartość pojedynczej publikacji to wypadkowa średniej miesięcznej liczby odsłon domeny i współczynnika ekspozycji nazw własnych w treści. Materiały znajdujące się na stronie głównej generują wyższą średnią odsłon, dlatego finalna liczba kontaktów z ich przekazem zawsze jest wyższa w porównaniu do pozostałych artykułów serwisu.

Zasięg w prasie oznacza średnią liczbę czytelników, którzy zetknęli się z przeciętnym wydaniem pisma. Wartość wskaźnika określana jest na podstawie ogólnopolskich badań czytelnictwa prasy (PBC). W przypadku tytułów nieobjętych badaniem zasięg wyliczany jest na podstawie uśrednionej wartości nakładu z okresu 12 miesięcy.

Zasięg w radiu i telewizji oznacza średnią liczbę słuchaczy i widzów. Wskaźnik szacowany jest na podstawie danych telemetrycznych, które dla każdej stacji wskazują uśrednioną kwartalną liczbę odbiorców w podziale na dni powszednie i weekendy, oraz w piętnastominutowych interwałach.

EKWIWALENT REKLAMOWY (AVE)

Ekwiwalent reklamowy (AVE) wyraża pieniężną wartość publikacji z danego medium. Wskaźnik szacuje się poprzez porównanie zmonitorowanej informacji z kosztem reklamowym materiału o takiej samej powierzchni.

AVE w internecie obrazuje ilość pieniędzy, jaką należałoby wydać na materiał w portalu lub social mediach, gdyby był opublikowany w ramach usługi reklamowej. Wskaźnik jest szacowany na podstawie cenników artykułów natywnych lub sponsorowanych portali o profilach ogólnoinformacyjnych i specjalistycznych oraz średnich kosztów publikacji sponsorowanych w mediach społecznościowych. Wartość AVE materiałów ze stron głównych zawsze jest wyższa w porównaniu do pozostałych artykułów z uwagi na różnice w cennikach reklamowych.

AVE w prasie obrazuje ilość pieniędzy, jaką należałoby wydać na reklamę o tej samej powierzchni, wyliczanej w centymetrach kwadratowych i na podstawie cenników reklamowych poszczególnych gazet.

AVE w radiu i telewizji obrazuje ilość pieniędzy, jaką należałoby wydać na spot reklamowy o tej samej długości, co czas ekspozycji zmonitorowanej informacji w danym programie i czasie antenowym. Estymacja prowadzona jest według cenników reklamowych poszczególnych stacji.

W przypadku monitoringu reklam w prasie, radiu i telewizji w ramach usługi Admonit jest to koszt emisji według cennika danego medium.

WYDŹWIĘK PUBLIKACJI

Ocena publikacji medialnej pod kątem potencjalnego wpływu na wizerunek marki. Wydźwięk materiału może być pozytywny, negatywny lub neutralny. Publikacje o pozytywnym wydźwięku mają korzystny wpływ na wizerunek marki. Publikacje o negatywnym wydźwięku mają niekorzystny wpływ na wizerunek marki. Przekazy, które zawierają wyrażenia o nacechowaniu zarówno pozytywnym, jak i negatywnym, kodujemy jako neutralne.

ENGAGEMENT RATE

Wskaźnik informuje o relacji liczby interakcji wywołanych przez wpisy dotyczące monitorowanego hasła i liczby fanów stron, na których były one publikowane. Wskaźnik osiąga wartość 100%, gdy sumy interakcji i fanów równoważą się, a więc gdy statystycznie każdy subskrybent zareagował w jeden sposób na pojedynczą publikację.

NASYCENIE

Wskaźnik nasycenia słowami kluczowymi wskazuje, jak często dany przekaz mediowy w formie tekstu, nagrania video lub audio wzmiankuje pożądaną markę, hasło lub zagadnienie. Niskie nasycenie (low) występuje, gdy w materiale odnotowano jedno słowo kluczowe, średnie nasycenie (medium) dla obecności dwóch słów kluczowych, wysokie (high) z udziałem trzech wyrażen, a bardzo wysokie (extensive) dla materiałów z liczbą wyrażen kluczowych od 4 wzwyż.

O mediach wiemy wszystko.



(+48 22) 378 37 50



imm@imm.com.pl



imm.com.pl

MONITORUJ NAS W SOCIAL MEDIACH



RAPORT PRZYGOTOWAŁA

ALEKSANDRA PISAREK

STARSZY ANALITYK W DZIALE ANALIZ PRZEKAZÓW MEDIOWYCH