Narodowy Instytut Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego	**Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego**
	za rok 2025

- *Formularz należy wypełnić w języku polskim;*
- *Sprawozdawca wypełnia tylko przeznaczone dla niego białe pola;*
- *W trakcie wypełniania formularza istnieje możliwość dodawania wierszy oraz zawijania tekstów w polach;*
- *We wszystkich polach, w których nie będą wpisane odpowiednie informacje, należy wstawić pojedynczy znak myślnika **(-–)**.*

Data zamieszczenia sprawozdania 2026-07-13

I. Dane organizacji pożytku publicznego

1. Nazwa organizacji	FUNDACJA "PISMO"		
2. Adres siedziby i dane kontaktowe	Kraj POLSKA	Województwo MAZOWIECKIE	Powiat WARSZAWA
Gmina WARSZAWA	Ulica UL. ŚWIERADOWSKA	Nr domu 47	Nr lokalu
Miejscowość WARSZAWA	Kod pocztowy 02-662	Poczta WARSZAWA	Nr telefonu 606656969
Nr faksu	E-mail fundacja@magazynpismo.pl	Strona www www.magazynpismo.pl	
3. Data rejestracji w Krajowym Rejestrze Sądowym	2017-08-02		
4. Data uzyskania statusu organizacji pożytku publicznego	2025-02-24		
5. Numer REGON	36795344800000	6. Numer KRS	0000689263

7. Skład organu zarządzającego organizacji

(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu zarządzającego)

Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
Urszula Kifer	Prezeska Fundacji	TAK
Inez Jaworska-Iwaniec	Członkini Zarządu	TAK

8. Skład organu kontroli lub nadzoru organizacji

(Należy wpisać imiona, nazwiska oraz informacje o funkcji pełnionej przez poszczególnych członków organu kontroli lub nadzoru)

Imię i nazwisko	Funkcja	Wpisany do KRS
Piotr Noceń	Członek organu nadzoru	TAK
Agnieszka Grabowska Gacek	Członek organu nadzoru	TAK
Marcin Stanik	Członek organu nadzoru	TAK
Tomasz Olkiewicz	Członek organu nadzoru	TAK
Agnieszka Liszka Dobrowolska	Członek organu nadzoru	TAK
Beata Kępowicz	Członek organu nadzoru	NIE

9. Cele statutowe organizacji *(Należy opisać cele na podstawie statutu organizacji)*	Celem Fundacji jest prowadzenie działalności oświatowej i kulturalnej, w szczególności w zakresie wspierania edukacji, nauki, kultury i sztuki oraz ochrony dóbr kultury i dziedzictwa narodowego. Fundacja działa na rzecz rozwoju czytelnictwa, upowszechniania wiedzy i wyników badań naukowych oraz wspierania aktywności edukacyjnej, kulturalnej i społecznej. Fundacja realizuje również cele związane z rozwojem społeczeństwa obywatelskiego, integracją europejską i współpracą międzynarodową, promowaniem dialogu międzykulturowego, demokracji, tolerancji i poszanowania różnorodności. Ponadto prowadzi działania służące podtrzymywaniu tradycji narodowej, rozwojowi świadomości obywatelskiej i kulturowej, promocji wolontariatu oraz działalności charytatywnej.
10. Sposób realizacji celów statutowych organizacji *(Należy opisać sposób realizacji celów statutowych organizacji na podstawie statutu organizacji)*	Fundacja realizuje swoje cele statutowe przede wszystkim poprzez działalność wydawniczą, polegającą na tworzeniu i wydawaniu „Pisma. Magazynu Opinii" – miesięcznika ukazującego się w wersji drukowanej, cyfrowej i audio. Publikowane reportaże, eseje, wywiady, felietony, opowiadania, poezja i komiksy popularyzują wiedzę, kulturę oraz literaturę, wspierają rozwój czytelnictwa i zachęcają do pogłębionej refleksji nad współczesnymi zjawiskami społecznymi, kulturalnymi i obywatelskimi. Fundacja realizuje cele statutowe również poprzez produkcję podcastów i audioseriali, przygotowywanie newsletterów oraz publikację materiałów na stronie internetowej, dzięki czemu poszerza dostęp do wysokiej jakości treści dziennikarskich, literackich i edukacyjnych. Działania te służą upowszechnianiu wiedzy, wspieraniu debaty publicznej oraz rozwijaniu kompetencji kulturowych i obywatelskich odbiorców. Realizując cele statutowe, Fundacja współpracuje z autorami, reportażystami, tłumaczami, ilustratorami, ekspertami oraz instytucjami kultury i organizacjami społecznymi. W ramach swojej działalności prowadzi również projekty finansowane ze środków publicznych i prywatnych, umożliwiające tworzenie wartościowych treści oraz realizację przedsięwzięć edukacyjnych i kulturalnych. Fundacja organizuje także premiery kolejnych wydań magazynu, tworząc przestrzeń do spotkań autorów z czytelnikami oraz rozmowy o tematach podejmowanych na łamach „Pisma".

II. Charakterystyka działalności organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Opis działalności pożytku publicznego

1.1. Opis głównych działań podjętych przez organizację

Fundacja Pismo powstała z przekonania, że społeczeństwo obywatelskie buduje się nie tylko poprzez reagowanie na kryzysy, ale również poprzez codzienny kontakt z rzetelną informacją, literaturą, kulturą i różnorodnością perspektyw. Wierzymy, że jakość debaty publicznej zależy od jakości informacji, z których korzystają obywatele i obywatelki, a dostęp do wartościowych treści jest jednym z warunków świadomego uczestnictwa w życiu społecznym.
Od początku działalności Fundacja realizuje swoją misję poprzez tworzenie przestrzeni dla pogłębionego dziennikarstwa, współczesnej literatury oraz rozmowy o świecie opartej na faktach, ciekawości i szacunku wobec różnych doświadczeń. Naszym celem nie jest jedynie opisywanie rzeczywistości, lecz dostarczanie narzędzi, które pomagają ją lepiej rozumieć. Wierzymy, że każdy człowiek, który ma dostęp do wiarygodnych informacji, różnorodnych opinii i ambitnej kultury, łatwiej podejmuje świadome decyzje, jest bardziej odporny na manipulację i aktywniej uczestniczy w życiu i budowaniu wspólnoty.
W ostatnich latach przestrzeń medialna uległa głębokiej zmianie. Coraz większą rolę odgrywają media społecznościowe i algorytmy promujące treści budzące silne emocje, często kosztem ich jakości i wiarygodności. Informacje są konsumowane szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, a odbiorcy coraz rzadziej mają możliwość zatrzymania się nad tekstem wymagającym koncentracji i refleksji. Jednocześnie obserwujemy narastające zjawiska dezinformacji, polaryzacji społecznej oraz spadku zaufania do instytucji publicznych i mediów. W takim otoczeniu szczególnego znaczenia nabierają organizacje, które nie uczestniczą w wyścigu o uwagę za wszelką cenę, lecz konsekwentnie budują zaufanie poprzez rzetelność, transparentność i wysokie standardy pracy.
Fundacja Pismo świadomie realizuje właśnie taki model działania. Nie tworzymy treści podporządkowanych logice szybkiego zasięgu ani clickbaitowym nagłówkom. Nie opieramy naszej działalności na wzmacnianiu społecznych podziałów czy emocjonalnym komentowaniu bieżących wydarzeń. Tworzymy materiały, które pozostają aktualne również po miesiącach i latach, ponieważ ich wartość wynika z jakości analizy, pogłębionego researchu oraz wieloperspektywicznego spojrzenia na

zjawiska społeczne, kulturowe, naukowe i technologiczne.
Istotnym elementem naszej misji jest przekonanie, że kultura i literatura nie są dodatkiem do debaty publicznej, lecz jednym z jej fundamentów. Dlatego obok reportaży i analiz publikujemy opowiadania, poezję, eseje, komiksy oraz fotoreportaże. Łączymy różne sposoby opowiadania o rzeczywistości, ponieważ wierzymy, że wiedza, wyobraźnia i empatia wzajemnie się uzupełniają. Literatura pozwala zrozumieć doświadczenia innych ludzi w sposób, którego nie zastąpią dane ani statystyki, a sztuka pomaga dostrzegać złożoność świata tam, gdzie dominują uproszczenia.
Działalność Fundacji ma również wymiar edukacyjny. Nie ograniczamy się do przekazywania informacji, lecz pomagamy odbiorcom rozwijać kompetencje niezbędne do świadomego funkcjonowania we współczesnym świecie – krytyczne myślenie, umiejętność odróżniania faktów od opinii, rozpoznawania manipulacji oraz otwartość na różnorodność doświadczeń i poglądów. W ten sposób wzmacniamy odporność społeczeństwa na dezinformację oraz budujemy kulturę dialogu opartą na argumentach, a nie na emocjonalnej polaryzacji.
Fundacja Pismo wierzy również, że organizacje pozarządowe ponoszą szczególną odpowiedzialność za ochronę tych obszarów życia społecznego, które nie zawsze znajdują miejsce w logice rynku. Współczesna literatura, poezja, ambitny reportaż czy wielomiesięczna praca nad jednym tekstem rzadko są przedsięwzięciami przynoszącymi szybki zwrot finansowy. Są jednak inwestycją w kapitał społeczny, kulturę i jakość życia publicznego. Dlatego konsekwentnie wspieramy autorów i autorki, tłumaczy, ilustratorów, fotografów, twórców komiksów, redaktorów i lektorów, tworząc przestrzeń do powstawania wartościowych dzieł oraz zapewniając godne warunki współpracy w sektorze kultury.
Rok 2025 był dla Fundacji okresem szczególnie intensywnej pracy i ważnych zmian organizacyjnych. Był to czas przygotowania do nowego modelu funkcjonowania, w którym jeszcze większą rolę odgrywać mają przychody wypracowywane dzięki działalności własnej, przy zachowaniu pełnej niezależności redakcyjnej i wysokich standardów jakości. Jednocześnie Fundacja kontynuowała realizację swojej misji, rozwijając nowe formaty dziennikarskie i edukacyjne, poszerzając grono odbiorców oraz budując partnerstwa z organizacjami i instytucjami, które – podobnie jak Pismo – wierzą, że demokracja potrzebuje świadomych obywateli, a świadomi obywatele potrzebują wiarygodnych informacji, ambitnej kultury i przestrzeni do spokojnej rozmowy.
Jednym z najważniejszych obszarów działalności Fundacji Pismo jest tworzenie wysokiej jakości dziennikarstwa, które wspiera rozwój świadomego społeczeństwa obywatelskiego. W naszej działalności wychodzimy z założenia, że niezależne media nie pełnią wyłącznie funkcji informacyjnej – są również elementem infrastruktury demokratycznego państwa. Dostarczają obywatelom i obywatelkom wiedzy niezbędnej do podejmowania świadomych decyzji, uczestniczenia w debacie publicznej oraz rozumienia zjawisk społecznych, politycznych, naukowych i kulturowych.
Współczesny odbiorca codziennie styka się z ogromną liczbą komunikatów, których wiarygodność często trudno zweryfikować. Media społecznościowe, dynamiczny rozwój narzędzi opartych na sztucznej inteligencji oraz model ekonomiczny wielu platform internetowych premiują szybkość publikacji i wysoki poziom zaangażowania odbiorców, niekoniecznie jakość przekazywanych informacji. W efekcie dezinformacja, misinformacja i manipulacja stały się jednym z najpoważniejszych wyzwań dla współczesnych demokracji.
Fundacja Pismo odpowiada na te wyzwania poprzez konsekwentne inwestowanie w proces tworzenia treści, a nie wyłącznie w ich dystrybucję. Każdy reportaż, esej czy wywiad powstaje w wieloetapowym procesie obejmującym research, konsultacje eksperckie, pracę redaktorek prowadzących, redakcję językową, korektę oraz weryfikację faktów. Jest to proces czasochłonny i kosztowny, jednak stanowi fundament jakości publikowanych materiałów.
Szczególne miejsce w tym procesie zajmuje fact-checking. Fundacja należy do nielicznych wydawców w Polsce zatrudniających osobę odpowiedzialną wyłącznie za weryfikację informacji przed publikacją materiałów. W praktyce oznacza to sprawdzanie danych liczbowych, źródeł, cytatów, nazw własnych oraz zgodności opisów z dostępnymi opracowaniami naukowymi i dokumentami. Taki model pracy znacząco ogranicza ryzyko rozpowszechniania błędnych informacji i wzmacnia zaufanie odbiorców do publikowanych treści.
Dla Fundacji fact-checking nie jest wyłącznie procedurą redakcyjną. Jest narzędziem budowania odpowiedzialności za słowo i elementem edukacji medialnej. Pokazuje, że rzetelność wymaga czasu, uważności i gotowości do weryfikowania własnych założeń. W świecie natychmiastowych publikacji jest to świadomy wybór modelu działania, który stawia wiarygodność ponad szybkością.
W 2025 roku szczególnym przykładem realizacji tej misji był audioserial „Spiskowa teoria wszystkiego" autorstwa Mirosława Wlekłego. Projekt powstał we współpracy z Demagogiem – pierwszą i największą w Polsce organizacją zajmującą się profesjonalnym fact-checkingiem oraz edukacją w zakresie przeciwdziałania dezinformacji. Połączenie doświadczenia reporterskiego z wiedzą ekspertów zajmujących się analizą fałszywych narracji pozwoliło stworzyć materiał wyjaśniający mechanizmy funkcjonowania teorii spiskowych oraz ich wpływ na życie społeczne.
Audioserial nie koncentrował się na prostym obalaniu kolejnych fałszywych informacji. Jego celem było pokazanie, dlaczego ludzie wierzą w teorie spiskowe, jakie mechanizmy psychologiczne i społeczne sprzyjają ich rozpowszechnianiu oraz w jaki sposób dezinformacja wpływa na relacje społeczne, zaufanie do instytucji publicznych i jakość debaty publicznej. Dzięki temu projekt miał charakter nie tylko reporterski, lecz również edukacyjny.
Drugim ważnym przedsięwzięciem był audioserial „Psychowashing", poświęcony zjawisku komercjalizacji psychologii i popularyzacji uproszczonych przekazów dotyczących zdrowia psychicznego. W przestrzeni internetowej coraz częściej pojawiają się treści wykorzystujące język psychologii do budowania fałszywego autorytetu lub promowania nieskutecznych metod samopomocy. Audioserial pomagał odbiorcom odróżniać wiedzę naukową od pseudonauki oraz rozwijać krytyczne podejście do treści publikowanych w mediach społecznościowych. Stał się jednocześnie najlepiej słuchanym zamkniętym audioserialem w historii Fundacji, pokazując, że ambitne treści mogą docierać do szerokiego grona odbiorców.
Podcasty i audioseriale umożliwiają dotarcie do osób, które rzadziej sięgają po długie teksty, ale są gotowe poświęcić czas na

słuchanie wartościowych materiałów podczas codziennych aktywności. Dzięki temu wysokiej jakości dziennikarstwo trafia do nowych grup odbiorców, zwiększając swój społeczny zasięg i wpływ.
Istotnym elementem działalności Fundacji jest również konsekwentne unikanie modelu komunikacji opartego na sensacji i polaryzacji. Publikowane materiały nie są tworzone po to, aby wywoływać krótkotrwałe emocje czy zwiększać liczbę kliknięć. Ich celem jest pogłębianie rozumienia świata, przedstawianie różnych perspektyw oraz zachęcanie do samodzielnego wyciągania wniosków. Wierzymy, że media mogą pełnić rolę przestrzeni dialogu, a nie jedynie areny konfliktu.
Tak rozumiane dziennikarstwo ma wymiar społeczny. Nie ogranicza się do przekazywania informacji, lecz wzmacnia kompetencje obywatelskie, rozwija umiejętność krytycznej analizy oraz buduje odporność społeczeństwa na manipulację i dezinformację. W ocenie Fundacji jest to jedno z najważniejszych zadań organizacji pozarządowych działających na styku mediów, edukacji i kultury w XXI wieku.
Fundacja Pismo od początku swojej działalności wychodzi z założenia, że kultura nie jest dodatkiem do życia społecznego ani obszarem zarezerwowanym wyłącznie dla wąskiego grona odbiorców. Jest jednym z podstawowych narzędzi budowania wspólnoty, rozwijania empatii oraz rozumienia świata. Dlatego działalność Fundacji od początku opiera się na przekonaniu, że reportaż, literatura, poezja, ilustracja, fotografia i komiks są równorzędnymi sposobami opowiadania o rzeczywistości i wzajemnie się uzupełniają.
W czasach, gdy rynek mediów coraz częściej rezygnuje z publikowania długich form literackich na rzecz krótkich, szybko konsumowanych treści, Fundacja konsekwentnie tworzy przestrzeń dla współczesnej literatury. Każdy numer „Pisma" zawiera opowiadania i poezję autorów polskich oraz zagranicznych, publikowane obok reportaży, esejów i wywiadów. Taki model wydawniczy pozostaje dziś ewenementem na polskim rynku prasowym i wynika z przekonania, że rozwój czytelnictwa wymaga kontaktu z różnorodnymi formami języka oraz odmiennymi sposobami opisywania rzeczywistości.
Szczególne znaczenie Fundacja przywiązuje do wspierania współczesnych twórców. Na łamach „Pisma" regularnie publikowane są teksty uznanych autorek i autorów, ale również osób rozpoczynających swoją drogę literacką. Fundacja świadomie tworzy przestrzeń dla debiutów, nowych głosów oraz twórców reprezentujących różne doświadczenia i perspektywy. Dzięki temu magazyn pełni nie tylko funkcję wydawniczą, lecz także rozwija polskie środowisko literackie i wspiera rozwój kolejnych pokoleń pisarek, poetów, reporterów, ilustratorów oraz tłumaczy.
Wyjątkowe miejsce zajmuje poezja. W ostatnich latach niemal całkowicie zniknęła ona z mediów ogólnopolskich, ustępując miejsca treściom łatwiejszym w odbiorze i bardziej atrakcyjnym komercyjnie. Fundacja świadomie przeciwstawia się temu zjawisku. Wierzymy, że poezja pozostaje jednym z najważniejszych sposobów rozwijania języka, wyobraźni i wrażliwości społecznej. Jej obecność w miesięczniku nie jest elementem tradycji ani gestem symbolicznym – stanowi świadomą decyzję programową, wynikającą z przekonania, że organizacja pozarządowa działająca w obszarze kultury powinna chronić te obszary twórczości, które z powodów ekonomicznych coraz trudniej utrzymać na rynku komercyjnym.
Podobną rolę odgrywają publikowane ilustracje, fotoreportaże i komiksy. Fundacja traktuje obraz jako równoprawny język opowiadania o świecie, umożliwiający dotarcie do odbiorców o różnych potrzebach i sposobach odbioru kultury. Współpraca z ilustratorami, fotografami i twórcami komiksów pozwala nie tylko wzbogacać przekaz redakcyjny, lecz także wspiera rozwój polskiej sztuki współczesnej oraz tworzyć przestrzeń dla artystów funkcjonujących poza głównym nurtem rynku.
W 2025 roku Fundacja kontynuowała również współpracę z instytucjami kultury oraz partnerami wspierającymi rozwój literatury i czytelnictwa. Jednym z przykładów była współpraca z Literacką Podróżą Hestii, w ramach której powstał reportaż „Bibliotekarki – tylko na rurze nie tańczymy". Tekst opowiadający o współczesnym obrazie pracy bibliotekarek spotkał się z bardzo dużym zainteresowaniem odbiorców i był szeroko udostępniany w mediach społecznościowych oraz cytowany w debacie dotyczącej roli bibliotek i osób pracujących w kulturze. Dla Fundacji był to przykład partnerstwa, którego efektem nie była jedynie promocja projektu, lecz stworzenie ważnego społecznie materiału, inicjującego rozmowę o niedocenianej pracy instytucji kultury oraz ich znaczeniu dla lokalnych społeczności.
Jednocześnie Fundacja konsekwentnie promowała najważniejsze wydarzenia kulturalne odbywające się w Polsce, współpracując z instytucjami kultury, festiwalami, wydawnictwami i organizacjami społecznymi. Dobór partnerstw pozostaje zgodny z misją Fundacji i wynika z przekonania, że media mogą pełnić rolę łącznika pomiędzy twórcami, instytucjami i odbiorcami kultury. Współprace te nie ograniczają się do patronatów medialnych – ich celem jest wspólne tworzenie wartościowych treści oraz poszerzanie dostępu do kultury.
Działalność Fundacji w obszarze kultury ma również wymiar ekonomiczny i społeczny. Każde wydanie „Pisma" powstaje dzięki współpracy kilkudziesięciu osób reprezentujących różne zawody twórcze – autorek i autorów, tłumaczy, ilustratorów, fotografów twórców komiksów, redaktorek, korektorek oraz ekspertów. W sytuacji, gdy sektor kultury coraz częściej mierzy się z niestabilnością zatrudnienia i ograniczonym finansowaniem, Fundacja tworzy trwałe warunki współpracy z osobami wykonującymi zawody kreatywne. W ten sposób wspiera nie tylko powstawanie wysokiej jakości treści, lecz także rozwój całego ekosystemu kultury.
Wierzymy, że rozwój społeczeństwa obywatelskiego nie jest możliwy bez rozwoju kultury i czytelnictwa. Kontakt z literaturą, sztuką i ambitnym reportażem rozwija empatię, uczy dostrzegania złożoności świata oraz pomaga rozumieć doświadczenia innych ludzi. Dlatego Fundacja nie traktuje publikowania literatury jako uzupełnienia swojej działalności dziennikarskiej. Jest to jeden z podstawowych sposobów realizacji misji społecznej – budowania wspólnoty opartej na ciekawości, wrażliwości, dialogu i odpowiedzialności za słowo.
Jednym z najważniejszych założeń działalności Fundacji Pismo jest przekonanie, że jakość kultury tworzą przede wszystkim ludzie. Za każdym reportażem, opowiadaniem, audioserialem czy ilustracją stoją autorzy i autorki, redaktorki, tłumacze, korektorki, ilustratorzy, fotografowie, lektorzy oraz eksperci, których wiedza, doświadczenie i wrażliwość decydują o wartości powstających materiałów. Dlatego Fundacja konsekwentnie buduje model działania oparty na współpracy z ludźmi,

inwestowaniu w ich kompetencje oraz zapewnianiu wysokich standardów pracy, nawet wtedy, gdy oznacza to większe koszty działalności.
W 2025 roku Fundacja kontynuowała rozwój zespołu zatrudnionego na podstawie umów o pracę. W organizacji pracowały między innymi redaktorki prowadzące odpowiedzialne za przygotowanie tekstów, etatowy redaktor fact-checkingu, zespół marketingu i sprzedaży oraz osoby odpowiadające za rozwój organizacji i pozyskiwanie środków. Stabilne zatrudnienie w sektorze kultury pozostaje w Polsce zjawiskiem stosunkowo rzadkim, dlatego Fundacja świadomie buduje organizację opartą na długofalowych relacjach i odpowiedzialności za rozwój kompetencji pracowników. Pozwala to zachować wysoką jakość publikacji, ciągłość procesów redakcyjnych oraz niezależność od krótkoterminowych zmian rynkowych.
Równolegle Fundacja współpracowała z kilkudziesięcioma twórcami zewnętrznymi reprezentującymi różne dziedziny kultury i mediów. W przygotowanie kolejnych numerów magazynu oraz projektów audio zaangażowani byli reportażyści, eseiści, pisarki i pisarze, poetki i poeci, tłumacze, ilustratorzy, fotografowie, twórcy komiksów, korektorki, zewnętrzne redaktorki i fact-checkerki oraz eksperci reprezentujący różne dziedziny nauki i życia społecznego. Działalność Fundacji tworzy tym samym przestrzeń do pracy dla przedstawicieli zawodów kreatywnych, których możliwości rozwoju na rynku komercyjnym są coraz bardziej ograniczone.
Szczególnym przykładem odpowiedzialnego podejścia do twórców jest sposób przygotowywania wersji audio magazynu. Od początku działalności Fundacja udostępnia wszystkie publikowane teksty również w formie profesjonalnych nagrań. W 2025 roku nagrania realizowane były we współpracy z Radiem 357, a teksty interpretowali doświadczeni lektorzy i lektorki. Jest to świadoma decyzja organizacji. Mimo dynamicznego rozwoju technologii generatywnej sztucznej inteligencji oraz coraz powszechniejszego wykorzystywania syntetycznych głosów przez wydawców, Fundacja zdecydowała się utrzymać współpracę z profesjonalnymi osobami wykonującymi ten zawód.
Decyzja ta wynika z dwóch powodów. Pierwszym jest jakość. Reportaż, literatura i poezja wymagają interpretacji, której nie da się sprowadzić wyłącznie do poprawnego odczytania tekstu. Tempo, intonacja, emocje oraz indywidualna wrażliwość lektora wpływają na sposób odbioru treści i stanowią integralną część doświadczenia czytelniczego. Drugim powodem jest odpowiedzialność społeczna. Fundacja nie chce, aby rozwój nowych technologii prowadził do ograniczania roli ludzi wykonujących zawody twórcze. Wierzymy, że sztuczna inteligencja powinna wspierać człowieka, a nie zastępować go tam, gdzie o jakości decydują doświadczenie, interpretacja i kreatywność.
Podobne podejście dotyczy wszystkich obszarów działalności Fundacji. Organizacja odpowiedzialnie korzysta z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, wykorzystując je przede wszystkim do wsparcia procesów organizacyjnych, porządkowania informacji, analiz oraz pracy koncepcyjnej. Jednocześnie wszystkie publikowane materiały – reportaże, eseje, opowiadania, wywiady, podcasty i audioseriale – powstają dzięki pracy ludzi. Redakcja nie zastępuje autorów, tłumaczy, ilustratorów ani redaktorów narzędziami generatywnymi, traktując ich twórczość jako podstawową wartość działalności Fundacji.
Odpowiedzialność za ludzi przejawia się również w sposobie prowadzenia działań marketingowych. Fundacja nie postrzega marketingu wyłącznie jako narzędzia sprzedaży, lecz jako element realizacji swojej misji społecznej. Zadaniem zespołu marketingu jest przede wszystkim docieranie z wartościowymi treściami do osób, które dotychczas nie miały kontaktu z „Pismem" lub z pogłębionym dziennikarstwem. W 2025 roku szczególnie istotnym kierunkiem rozwoju było rozpoczęcie współpracy z twórcami internetowymi popularyzującymi naukę, edukację i kulturę.
Przykładem takiego partnerstwa była współpraca z twórcą internetowym Doktor z TikToka, z którym przeprowadzono rozmowę dotyczącą współczesnej edukacji oraz kompetencji, jakie powinna rozwijać polska szkoła. Następnie twórca opublikował własny materiał zachęcający odbiorców do zapoznania się z wywiadem oraz pierwszym sezonem „Śledztwa Pisma". Efektem były znaczące wzrosty liczby odwiedzin serwisu oraz sprzedaży rocznych dostępów. Podobny charakter miała obecność Mirosława Wlekłego w programie Imponderabilia, gdzie rozmowa o mechanizmach dezinformacji pozwoliła dotrzeć do nowej grupy odbiorców zainteresowanych pogłębionym dziennikarstwem.
Dobór partnerów nie jest przypadkowy. Fundacja współpracuje przede wszystkim z osobami popularyzującymi naukę, kulturę, edukację i krytyczne myślenie, których działalność pozostaje zgodna z jej wartościami. Celem tych działań nie jest wyłącznie zwiększanie zasięgów, lecz budowanie mostów pomiędzy światem wysokiej jakości kultury i dziennikarstwa a odbiorcami, którzy wcześniej nie mieli z nimi kontaktu. W praktyce oznacza to demokratyzowanie dostępu do ambitnych treści oraz poszerzanie grona osób uczestniczących w debacie publicznej.
Realizacja tych działań wymaga dużej efektywności organizacyjnej. Marketing Fundacji prowadzony jest przez niewielki, kilkuosobowy zespół, który odpowiada jednocześnie za komunikację, media społecznościowe, sprzedaż, rozwój społeczności odbiorców oraz utrzymanie relacji z prenumeratorami. Dzięki kreatywnemu podejściu, współpracy z partnerami i precyzyjnemu planowaniu możliwe jest osiąganie efektów, które znacząco wykraczają poza skalę dostępnych budżetów promocyjnych.
Fundacja wierzy, że odpowiedzialność organizacji pozarządowej nie kończy się na tworzeniu wartościowych projektów. Obejmuje również sposób ich realizacji, relacje z ludźmi współtworzącymi organizację oraz decyzje dotyczące wykorzystywania nowych technologii. W świecie, w którym coraz więcej procesów ulega automatyzacji, Pismo konsekwentnie stawia na człowieka – jako autora, odbiorcę, współpracownika i partnera. To właśnie ludzie pozostają najważniejszym kapitałem Fundacji i podstawą jej działalności na rzecz kultury oraz społeczeństwa obywatelskiego.
Rok 2025 był dla Fundacji Pismo okresem istotnych zmian organizacyjnych i strategicznych. Choć odbiorcy magazynu nadal otrzymywali wysokiej jakości treści, za kulisami organizacji trwał proces przygotowujący Fundację do nowego etapu rozwoju. Zmieniające się otoczenie społeczne, ekonomiczne i medialne wymagało nie tylko bieżącego reagowania na wyzwania, lecz przede wszystkim przemyślenia sposobu funkcjonowania organizacji w kolejnych latach. Celem tych działań było wzmocnienie stabilności finansowej Fundacji przy jednoczesnym zachowaniu pełnej niezależności redakcyjnej oraz wysokich standardów jakości.

Jednym z najważniejszych wydarzeń roku było zakończenie procesu przekazywania odpowiedzialności za organizację po odejściu fundatora i wieloletniego prezesa Fundacji, Piotra Nesterowicza. Zmiana ta była przygotowywana przez wiele miesięcy i przebiegała w sposób zaplanowany oraz odpowiedzialny. Dzięki zaangażowaniu zespołu oraz zachowaniu ciągłości zarządzania Fundacja utrzymała stabilność działania, realizowała wszystkie zaplanowane projekty i jednocześnie rozpoczęła prace nad nowym modelem rozwoju organizacji. Rok 2025 pokazał, że siłą Fundacji jest nie tylko jej lider, ale przede wszystkim zespół ludzi współtworzących organizację i podzielających wspólną wizję jej misji.
Jednocześnie Fundacja rozpoczęła przygotowania do stopniowej zmiany modelu finansowania swojej działalności. W ostatnich latach sektor organizacji pozarządowych obserwuje malejącą dostępność finansowania instytucjonalnego oraz rosnący udział grantów projektowych, które umożliwiają realizację pojedynczych przedsięwzięć, lecz rzadziej wspierają rozwój organizacji jako całości. Dla Fundacji, której działalność opiera się na długofalowym planowaniu, utrzymywaniu zespołu oraz inwestowaniu w jakość publikowanych treści, oznacza to konieczność poszukiwania bardziej stabilnych źródeł przychodów.
Sytuację dodatkowo skomplikowały zmiany zachodzące na arenie międzynarodowej. W wyniku decyzji administracji prezydenta Donalda Trumpa jeden z projektów realizowanych przez Fundację utracił część przyznanego finansowania i został zakończony przed wykorzystaniem wszystkich planowanych środków. Było to kolejne potwierdzenie, że organizacje społeczne coraz częściej muszą funkcjonować w warunkach wysokiej niepewności i być przygotowane na zmiany niezależne od jakości swojej pracy czy osiąganych rezultatów.
Równocześnie zmianom ulega rynek mediów. Finansowanie jakościowego dziennikarstwa staje się coraz większym wyzwaniem. Reklamodawcy częściej wybierają media oferujące masowe zasięgi i krótkie formaty, podczas gdy model działania Fundacji opiera się na pogłębionych treściach wymagających czasu zarówno od autorów, jak i odbiorców. W świecie zdominowanym przez krótkie materiały wideo, nagłówki projektowane pod algorytmy i komunikację opartą na natychmiastowej reakcji, utrzymanie medium publikującego wielostronicowe reportaże, eseje czy opowiadania wymaga konsekwencji oraz gotowości do podejmowania decyzji, które nie zawsze przynoszą szybkie efekty finansowe.
Odpowiedzią Fundacji na te wyzwania nie było jednak ograniczanie jakości ani rezygnacja z misji. Przeciwnie – w 2025 roku rozpoczęto przygotowania do modelu, w którym większą rolę odgrywać będą przychody wypracowywane dzięki sprzedaży prenumerat, subskrypcji oraz partnerstwom opartym na wspólnych wartościach. Oznaczało to rozwój nowych kompetencji w obszarze marketingu i sprzedaży, intensywniejszą analizę potrzeb odbiorców oraz poszukiwanie nowych sposobów docierania do osób, które wcześniej nie miały kontaktu z działalnością Fundacji. Pierwsze działania wdrożono już w ostatnim kwartale 2025 roku, a ich pełna realizacja rozpoczęła się w roku 2026.
Szczególnego znaczenia nabrały również działania marketingowe prowadzone przy bardzo ograniczonych budżetach. Niewielki zespół odpowiadający jednocześnie za komunikację, media społecznościowe, sprzedaż i utrzymanie relacji z odbiorcami rozwijał nowe kanały dotarcia oraz budował partnerstwa z twórcami internetowymi i instytucjami kultury. Celem nie było wyłącznie zwiększanie rozpoznawalności marki, lecz przede wszystkim docieranie z wartościowymi treściami do osób pozostających poza dotychczasowym gronem odbiorców. Dzięki temu Fundacja stopniowo poszerzała swoją społeczność i wzmacniała długofalową stabilność organizacji.
Największym osiągnięciem 2025 roku nie była jednak pojedyncza publikacja ani konkretny wskaźnik sprzedaży. Było nim udowodnienie, że organizacja może przejść przez okres głębokich zmian, nie rezygnując z wartości, które stanowią fundament jej działalności. Fundacja zachowała zespół, utrzymała najwyższe standardy redakcyjne, rozwijała nowe formaty dziennikarskie i jednocześnie przygotowała się do funkcjonowania w coraz bardziej wymagającym otoczeniu. Ta zdolność do łączenia stabilności z gotowością do zmian stanowi dziś jeden z najważniejszych zasobów organizacji.
Działalność Fundacji Pismo wykracza poza wydawanie magazynu i produkcję treści. Jej celem jest tworzenie trwałej wartości społecznej poprzez wzmacnianie jakości debaty publicznej, rozwój kultury oraz budowanie społeczeństwa opartego na zaufaniu, wiedzy i dialogu. Każdy reportaż, opowiadanie, audioserial, wiersz czy ilustracja są elementami większego przedsięwzięcia, którego celem jest wspieranie ludzi w lepszym rozumieniu otaczającego świata oraz siebie nawzajem.
Fundacja działa w przekonaniu, że organizacje pozarządowe pełnią szczególną rolę w ochronie tych obszarów życia społecznego, które nie zawsze znajdują wystarczające wsparcie w mechanizmach rynkowych. Pogłębione dziennikarstwo, współczesna literatura, poezja, rzetelna edukacja medialna czy profesjonalny fact-checking wymagają czasu, doświadczenia i odpowiedzialności. Są kosztowne w realizacji i rzadko przynoszą szybkie efekty ekonomiczne, jednak ich znaczenie dla jakości życia społecznego jest trudne do przecenienia. Fundacja konsekwentnie inwestuje właśnie w te obszary, traktując je jako dobro publiczne.
Jednym z najważniejszych efektów działalności Fundacji jest wzmacnianie kompetencji obywatelskich. Publikowane materiały zachęcają do zadawania pytań, samodzielnego analizowania informacji, dostrzegania złożoności zjawisk społecznych oraz otwartości na odmienne doświadczenia i poglądy. Nie dostarczają prostych odpowiedzi ani nie budują podziałów. Przeciwnie – tworzą przestrzeń do spokojnej refleksji i rozmowy o sprawach ważnych dla współczesnego społeczeństwa. W czasach narastającej polaryzacji i dezinformacji taka działalność ma szczególne znaczenie dla jakości życia publicznego oraz funkcjonowania demokracji.
Fundacja przyczynia się również do rozwoju polskiej kultury i rynku twórczego. Każdego roku współpracuje z kilkudziesięcioma autorami i autorkami, tłumaczami, ilustratorami, fotografami, poetami, twórcami komiksów, redaktorami, korektorami, lektorami oraz ekspertami. Tworzy przestrzeń dla debiutów, wspiera rozwój nowych głosów w literaturze i reportażu oraz zapewnia możliwość publikacji gatunków, które coraz rzadziej znajdują miejsce w mediach komercyjnych. W ten sposób nie tylko prezentuje kulturę, lecz aktywnie uczestniczy w jej współtworzeniu.
Istotnym elementem działalności Fundacji pozostaje także budowanie mostów pomiędzy światem kultury, nauki i społeczeństwa. Współpraca z instytucjami kultury, organizacjami społecznymi, ekspertami oraz twórcami internetowymi

pozwala docierać z wartościowymi treściami do coraz bardziej zróżnicowanych grup odbiorców. Szczególne znaczenie mają działania kierowane do osób, które wcześniej nie korzystały z pogłębionego dziennikarstwa lub współczesnej literatury. Fundacja nie zamyka się w gronie swoich dotychczasowych czytelników, lecz świadomie poszukuje nowych sposobów prowadzenia dialogu z osobami o odmiennych doświadczeniach, zainteresowaniach i nawykach medialnych.
Ważnym aspektem działalności pozostaje również odpowiedzialność za sposób wykorzystywania nowych technologii. Fundacja dostrzega potencjał sztucznej inteligencji jako narzędzia wspierającego organizację pracy, jednocześnie świadomie chroniąc rolę człowieka w procesie tworzenia kultury. Wszystkie publikowane treści powstają dzięki pracy autorów, redaktorów, tłumaczy, ilustratorów, korektorów i lektorów. Jest to wyraz przekonania, że rozwój technologiczny powinien służyć ludziom i wspierać ich pracę, a nie zastępować twórczość oraz odpowiedzialność za słowo.
Rok 2025 potwierdził również, że możliwe jest prowadzenie działalności opartej na wartościach, nawet w wymagającym otoczeniu ekonomicznym i medialnym. Pomimo ograniczonych budżetów, zmniejszającej się dostępności finansowania grantowego oraz rosnącej konkurencji o uwagę odbiorców Fundacja nie zrezygnowała z wysokich standardów jakości. Wręcz przeciwnie – rozwijała nowe formaty, budowała partnerstwa, wzmacniała działania edukacyjne oraz konsekwentnie inwestowała w ludzi i długofalowy rozwój organizacji.
Fundacja Pismo wierzy, że społeczeństwo obywatelskie rozwija się wtedy, gdy ludzie mają dostęp do różnorodnych perspektyw, wiarygodnych informacji i ambitnej kultury. Wierzymy w naszych odbiorców i odbiorczynie. Wierzymy, że jeśli stworzymy przestrzeń, w której spotykają się reportaż, literatura, poezja, obraz, rozmowa i rzetelna wiedza, powstaje coś więcej niż magazyn. Powstaje miejsce rozwijania ciekawości, empatii i odpowiedzialności za wspólnotę.
To przekonanie pozostaje fundamentem działalności Fundacji. Dlatego także w kolejnych latach chcemy tworzyć treści, które nie tylko opisują świat, ale pomagają go rozumieć. W świecie pełnym uproszczeń chcemy bronić złożoności. W świecie nadmiaru informacji – ich jakości. W świecie podziałów – dialogu. Wierzymy, że właśnie w ten sposób organizacja pozarządowa może najlepiej służyć społeczeństwu.

1.2. Zasięg terytorialny prowadzonej przez organizację działalności pożytku publicznego *(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)*	☐ najbliższe sąsiedztwo (osiedle, dzielnica, sołectwo, wieś, przysiółek)	
	☐ gmina	☐ województwo
	☐ kilka gmin	☐ kilka województw
	☐ powiat	☒ cały kraj
	☐ kilka powiatów	☐ poza granicami kraju

2. Informacja dotycząca liczby odbiorców działań organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

2.1. Liczba odbiorców działań organizacji *(Należy oszacować liczbę odbiorców działań organizacji w okresie sprawozdawczym, w podziale na osoby fizyczne i osoby prawne)*	Osoby fizyczne	15055	
	Osoby prawne	900	

2.2. Informacje na temat odbiorców innych, niż wymienieni w pkt 2.1, na rzecz których działała organizacja *(Np. zwierzęta, zabytki)*	nie dotyczy

3. Informacja dotycząca działalności nieodpłatnej pożytku publicznego organizacji w okresie sprawozdawczym

3.1. Organizacja prowadziła działalność nieodpłatną pożytku publicznego	◉ Tak ○ Nie

3.2. *Należy podać informację na temat przedmiotu działalności nieodpłatnej organizacji w okresie sprawozdawczym, wraz ze wskazaniem sfer(-y) działalności pożytku publicznego, o których mowa w art. 4 ust.1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności nieodpłatnej, należy podać informację na temat 3 głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów),* ***zaczynając od głównego przedmiotu działalności***

Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
1	udzielanie nieodpłatnej pomocy prawnej oraz zwiększanie świadomości prawnej społeczeństwa	INFORMOWANIE ODBIORCÓW KULTURY O WŁAŚCIWYM STANIE PRAWNYM W CELU BUDOWANIA ŚWIADOMOŚCI DOTYCZĄCEJ OCHRONY WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ – w publikacjach ukazujących się na łamach „Pisma" i na naszej stronie internetowej oraz w trakcie organizowanych przez nas spotkań i innych form kontaktu z czytelniczkami i czytelnikami budujemy u odbiorców świadomość praw autorskich, często poruszamy temat ochrony własności intelektualnej oraz przyglądamy się wyzwaniom, jakie stają przed twórcami na gruncie prawnym, takim jak stosowanie sztucznej inteligencji czy wpływ algorytmów platform społecznościowych.	85,69.Z	0,00 zł

4. Informacja dotycząca działalności odpłatnej pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

4.1. Organizacja prowadziła działalność odpłatną pożytku publicznego	(•) Tak ( ) Nie

4.2. *Należy podać informację na temat przedmiotu działalności odpłatnej organizacji w okresie sprawozdawczym, wraz ze wskazaniem sfer(-y) działalności pożytku publicznego, o których mowa w art. 4 ust.1 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności odpłatnej, należy podać informację na temat trzech głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów),* ***zaczynając od głównego przedmiotu działalności***

Lp.	Sfera działalności pożytku publicznego	Przedmiot działalności	Numer Kodu (PKD)	Szacunkowe koszty poniesione w ramach sfery z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
1	kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i dziedzictwa narodowego	DZIAŁALNOŚĆ W ZAKRESIE NAGRAŃ DŹWIĘKOWYCH I MUZYCZNYCH– Fundacja realizuje cele statutowe również poprzez produkcję podcastów i audioseriali, dzięki czemu poszerza dostęp do wysokiej jakości treści dziennikarskich, literackich i edukacyjnych. Działania te służą upowszechnianiu wiedzy, wspieraniu debaty publicznej oraz rozwijaniu kompetencji kulturowych i obywatelskich odbiorców. W 2025 roku Fundacja „Pismo" wyprodukowała trzy reporterskie audioseriale, tworzyła także podcast poetycki „Wiersz na poniedziałek".	59.20.Z	0,00 zł
2	kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i dziedzictwa narodowego	Wydawanie czasopism – Fundacja realizuje swoje cele statutowe przede wszystkim poprzez działalność wydawniczą, polegającą na tworzeniu i wydawaniu „Pisma. Magazynu Opinii" – miesięcznika ukazującego się w wersji drukowanej, cyfrowej i audio. Publikowane reportaże, eseje, wywiady, felietony, opowiadania, poezja i komiksy popularyzują wiedzę, kulturę oraz literaturę, wspierają rozwój czytelnictwa i zachęcają do pogłębionej refleksji nad współczesnymi zjawiskami społecznymi, kulturalnymi i obywatelskimi.	58.13.Z	0,00 zł

5. Informacja dotycząca działalności gospodarczej organizacji w okresie sprawozdawczym

5.1. Organizacja prowadziła działalność gospodarczą	(•) Tak ( ) Nie

5.2. *Należy podać informację na temat przedmiotu działalności gospodarczej organizacji wraz z opisem tej działalności w okresie sprawozdawczym, a także kodu(-ów) PKD 2007 odpowiadającego(-ych) tej działalności. Jeżeli organizacja prowadzi więcej niż 3 rodzaje działalności gospodarczej, należy podać informację na temat 3 głównych rodzajów działalności (podanie maksymalnie 3 kodów),* ***zaczynając od głównego przedmiotu działalności***

Lp.	Numer Kodu (PKD)	Przedmiot i opis działalności
1	73.12.B	POŚREDNICTWO W SPRZEDAŻY MIEJSCA NA CELE REKLAMOWE W MEDIACH DRUKOWANYCH – w ramach działalności gospodarczej sprzedajemy powierzchnię reklamową w magazynie drukowanym, jest to jednak oparte na przemyślanej strategii spójnej z misją magazynu: na powierzchnię reklamową poświęcamy ściśle limitowaną liczbę stron, najczęściej współpracujemy na tym polu z instytucjami kultury, fundacjami i projektami kulturalnymi, dzięki czemu zachowujemy spójność z treściami publikowanymi na łamach czasopisma i oferujemy wartościowe materiały dla naszych odbiorców.

III. Przychody i koszty organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Informacja o przychodach organizacji

1. Łączna kwota przychodów organizacji ogółem (zgodnie z rachunkiem zysków i strat)	4 219 445,21 zł

a) przychody z działalności nieodpłatnej pożytku publicznego		1 568 658,11 zł
b) przychody z działalności odpłatnej pożytku publicznego		2 154 371,12 zł
c) przychody z działalności gospodarczej		473 934,77 zł
d) przychody finansowe		2 045,19 zł
e) pozostałe przychody		20 436,02 zł
2. Informacja o źródłach przychodów organizacji		
2.1. Przychody z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych		0,00 zł
2.2. Ze źródeł publicznych ogółem:		185 326,37 zł
w tym:	a) ze środków europejskich w rozumieniu przepisów o finansach publicznych	0,00 zł
	b) ze środków budżetu państwa	0,00 zł
	c) ze środków budżetu jednostek samorządu terytorialnego	0,00 zł
	d) ze środków państwowych funduszy celowych	185 326,37 zł
2.3. Ze źródeł prywatnych ogółem:		1 066 698,43 zł
w tym:	a) ze składek członkowskich	0,00 zł
	b) z darowizn od osób fizycznych	392 388,33 zł
	c) z darowizn od osób prawnych	200 375,33 zł
	d) z ofiarności publicznej (zbiórek publicznych, kwest)	0,00 zł
	e) ze spadków, zapisów	0,00 zł
	f) z wpływów z majątku (w szczególności sprzedaży lub wynajmu składników majątkowych)	0,00 zł
	g) z działalności gospodarczej	473 934,77 zł
2.4. Z innych źródeł		2 967 420,41 zł
3. Informacje o kosztach poniesionych z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym		
3.1. Stan środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych na pierwszy dzień roku sprawozdawczego		0,00 zł
3.2. Wysokość kwoty poniesionych kosztów z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym ogółem		0,00 zł
3.3. Działania, w ramach których poniesiono koszty ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych w okresie sprawozdawczym (w szczególności określone w pkt II.1.1), oraz szacunkowe kwoty przeznaczone na te działania		

3.4. Cele szczegółowe, w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym od osób fizycznych, wskazane przez podatników podatku dochodowego od osób fizycznych, na które organizacja pożytku publicznego poniosła najwyższe koszty ze środków pochodzących z 1,5% podatku dochodowego w okresie sprawozdawczym wraz z kwotą kosztów

4. Informacje o poniesionych kosztach w okresie sprawozdawczym	Koszty ogółem:	W tym: wysokość kosztów finansowana z 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych
4.1. Koszty organizacji w okresie sprawozdawczym ogółem:	4 703 072,39 zł	0,00 zł
a) koszty z tytułu prowadzenia nieodpłatnej działalności pożytku publicznego	440 642,42 zł	0,00 zł
b) koszty z tytułu prowadzenia odpłatnej działalności pożytku publicznego	3 756 935,71 zł	0,00 zł
c) koszty z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej	184 791,29 zł	
d) koszty finansowe	6 258,62 zł	
e) koszty administracyjne	308 702,28 zł	0,00 zł
f) pozostałe koszty ogółem	5 742,07 zł	0,00 zł
4.2. Koszty kampanii informacyjnej lub reklamowej związanej z pozyskiwaniem 1,5% podatku dochodowego od osób fizycznych	0,00 zł	0,00 zł

5. Wynik działalności odpłatnej i nieodpłatnej pożytku publicznego lub działalności gospodarczej organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym	
5.1. Wynik działalności nieodpłatnej pożytku publicznego	1 128 015,69 zł
5.2. Wynik działalności odpłatnej pożytku publicznego	-1 602 564,59 zł
5.3. Wynik działalności gospodarczej	289 143,48 zł
w tym: wysokość środków przeznaczona na działalność pożytku publicznego	289 143,48 zł

IV. Korzystanie z uprawnień w okresie sprawozdawczym		
1. Organizacja korzystała z następujących zwolnień *(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji. W przypadku zwolnienia z podatku dochodowego od osób prawnych - podać dodatkowo kwotę)*	☐ z podatku dochodowego od osób prawnych	0,00 zł
	☐ z podatku od nieruchomości	
	☐ z podatku od czynności cywilnoprawnych	
	☐ z podatku od towarów i usług	
	☐ z opłaty skarbowej	
	☐ z opłat sądowych	
	☐ z innych zwolnień, jakich:	
	☑ nie korzystała	

2. Organizacja korzystała z prawa do nieodpłatnego informowania przez jednostki publicznej radiofonii i telewizji o prowadzonej działalności nieodpłatnej pożytku publicznego, zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.	○ Tak ◉ Nie

3. Organizacja korzystała z uprawnienia do nabycia na szczególnych zasadach prawa własności lub prawa użytkowania wieczystego nieruchomości z zasobu Skarbu Państwa lub jednostek samorządu terytorialnego, lub zawarła na preferencyjnych warunkach z podmiotami publicznymi umowy użytkowania, najmu, dzierżawy lub użyczenia i przysługuje jej w odniesieniu do tych nieruchomości następujące prawo: *(Należy wskazać jedną lub więcej pozycji)*	☐ własność ☐ użytkowanie wieczyste ☐ najem ☐ użytkowanie ☐ użyczenie ☐ dzierżawa ☑ nie korzystała

V. Personel organizacji pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym

1. Pracownicy oraz osoby zatrudnione na podstawie umowy cywilnoprawnej

1.1. Liczba osób zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy *(Należy uwzględnić wszystkie osoby zatrudnione w organizacji na podstawie stosunku pracy (etat lub część etatu) w okresie sprawozdawczym, nawet jeżeli obecnie nie są już zatrudnione w organizacji)*	16 osób
1.2. Przeciętna liczba zatrudnionych w organizacji na podstawie stosunku pracy w przeliczeniu na pełne etaty *(Aby określić przeciętne zatrudnienie należy zsumować wszystkie osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy w poszczególnych miesiącach w okresie sprawozdawczym (wraz z ułamkami odpowiadającymi części etatu, np. 0,50 w przypadku osoby zatrudnionej na pół etatu), dodać do siebie sumy zatrudnionych z 12 miesięcy i podzielić przez 12. Wynik wpisać z dokładnością do 2 miejsca po przecinku)*	15,91 etatów
1.3. Liczba osób w organizacji świadczących usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej *(Jeżeli kilka umów cywilnoprawnych było wykonywanych przez jedną osobę, to dana osoba powinna być policzona tylko raz)*	32 osób

2. Członkowie

2.1. Organizacja posiada członków	○ Tak ◉ Nie
2.2. Liczba członków organizacji wg stanu na ostatni dzień roku sprawozdawczego	0 osób fizycznych 0 osób prawnych

3. Wolontariat w okresie sprawozdawczym

3.1. Organizacja korzystała ze świadczeń wykonywanych przez wolontariuszy *(Zgodnie z ustawą z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, wolontariuszami są osoby fizyczne, które ochotniczo i bez wynagrodzenia wykonują świadczenia na rzecz organizacji, niezależnie od tego, czy są to osoby niezwiązane z organizacją, członkowie, pracownicy, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej czy przedstawiciele władz organizacji)*		○ Tak ◉ Nie
3.2. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji <u>przez okres krótszy niż 30 dni</u> *(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym i czasu pracy)*		0 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	0 osób

3.3. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres od 30 dni do 6 miesięcy *(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)*		0 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	0 osób
3.4. Liczba wolontariuszy wykonujących świadczenie na rzecz organizacji przez okres dłuższy niż 6 miesięcy *(Każdy wolontariusz powinien być liczony tylko raz, niezależnie od liczby świadczeń wykonanych na rzecz organizacji w okresie sprawozdawczym)*		0 osób
w tym:	a) członkowie organizacji, pracownicy organizacji, osoby świadczące usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, członkowie organu zarządzającego	0 osób
	b) inne osoby	0 osób
VI. Wynagrodzenia w okresie sprawozdawczym		
1.Łączna kwota wynagrodzeń (brutto) wypłaconych przez organizację w okresie sprawozdawczym		2 503 747,55 zł
w tym:	a) z tytułu umów o pracę	1 739 838,10 zł
	- wynagrodzenie zasadnicze	1 739 838,10 zł
	- nagrody	0,00 zł
	- premie	0,00 zł
	- inne świadczenia	0,00 zł
	b) z tytułu umów cywilnoprawnych	763 909,45 zł
2. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej, w związku z prowadzoną działalnością pożytku publicznego		2 377 911,33 zł
w tym:	a) w związku z prowadzoną działalnością odpłatną pożytku publicznego	1 966 972,22 zł
	b) w związku z prowadzoną działalnością nieodpłatną pożytku publicznego	410 939,11 zł
3. Łączna kwota wynagrodzeń wypłaconych przez organizację pracownikom oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej w związku z prowadzoną przez organizację działalnością gospodarczą		125 836,22 zł
4. Wysokość **przeciętnego** miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu zarządzającego organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne *(Aby określić przeciętne miesięczne wynagrodzenie należy: 1. zsumować wszystkie kwoty wynagrodzeń wypłacone w ciągu roku sprawozdawczego (wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne); 2. podzielić zsumowaną kwotę przez 12 (miesięcy) 3. podzielić przez liczbę członków zarządu)*		8 394,45 zł
5. Wysokość **przeciętnego** miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne *(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)*		0,00 zł
6. Wysokość **przeciętnego** miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkom innych, niż organu zarządzającego, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne *(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)*		0,00 zł
7. Wysokość **przeciętnego** miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikom organizacji, z pominięciem wynagrodzeń osób, o których mowa w pkt 4-6, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz osobom świadczącym usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej *(zgodnie z objaśnieniem z punktu 4)*		8 445,36 zł

8. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu zarządzającego, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	24 542,49 zł
9. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi organu kontroli lub nadzoru, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0,00 zł
10. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego członkowi innych niż organ zarządzający, kontroli lub nadzoru, organów organizacji, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia oraz umowy cywilnoprawne	0,00 zł
11. Wysokość **najwyższego** (jednostkowego) miesięcznego wynagrodzenia (brutto) wypłaconego pracownikowi organizacji, z pominięciem wynagrodzeń osób, o których mowa w pkt 8-10, wliczając wynagrodzenie zasadnicze, nagrody, premie i inne świadczenia, oraz wynagrodzenia wypłaconego osobie świadczącej usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej	15 609,03 zł
12. Dodatkowe uwagi dotyczące wynagrodzeń *(Można wpisać informacje dotyczące wynagrodzeń, o których mowa w pkt 1-11, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)*	

VII. Informacja o udzielonych przez organizację pożytku publicznego pożyczkach pieniężnych w okresie sprawozdawczym

1. Organizacja udzielała pożyczek pieniężnych	○ Tak ◉ Nie
2. Wysokość udzielonych pożyczek pieniężnych	0,00 zł
3. Statutowa podstawa przyznania pożyczek pieniężnych	

VIII. Informacja o działalności zleconej organizacji pożytku publicznego przez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym

1. Organizacja realizowała zadania zlecone przez organy jednostek samorządu terytorialnego	○ Tak ◉ Nie

2. Informacja na temat głównych realizowanych zadań i kwot dotacji otrzymanych na ich realizację
(Należy podać nazwę zadania, jego główny(-e) cel(-e), nazwę organu udzielającego dotacji oraz kwotę przyznanej dotacji)

Lp	Nazwa zadania	Cel(-e) zadania	Nazwa organu udzielającego dotacji	Kwota

3. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zadania zlecone przez organy administracji rządowej lub państwowe fundusze celowe	◉ Tak ○ Nie

4. Informacja na temat realizowanych zadań i kwot dotacji otrzymanych na ich realizację
(Należy podać nazwę zadania, jego główny(-e) cel(-e), nazwę organu udzielającego dotacji oraz kwotę przyznanej dotacji)

Lp	Nazwa zadania	Cel(-e) zadania	Nazwa organu udzielającego dotacji	Kwota
1	Publikacja papierowego i cyfrowego wydania miesięcznika „Pismo. Magazyn Opinii”	Udostępnienie czytelnikom wartościowych publikacji autorskich, profesjonalnie opracowanych edytorsko, wpisanych w unikalny, cyklicznie i konsekwentnie realizowany profil programowy.	Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego	75 000,00 zł
2	Podcast Wiersz na Poniedziałek - wsparcie projektu	Projekt inspirujący odbiorców do czytania poezji, wspierający współczesnych twórców i zachęcający nowych odbiorców do kontaktu z tą formą twórczości.	Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego	26 954,37 zł

3	Przeciwdziałanie dezinformacji w grupie osób unikających mediów przez seriale podcastowe (PROO Priorytet 3)	Realizacji działań statutowych przez media obywatelskie, działające na rzecz tworzenia przestrzeni dla pluralistycznej debaty wokół istotnych spraw publicznych, monitorowania działań instytucji publicznych i prywatnych w duchu troski o dobro wspólne	Narodowy Instytut Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego	83 372,00 zł

IX. Informacja dotycząca realizowanych przez organizację pożytku publicznego w okresie sprawozdawczym zamówień publicznych

(Należy wpisać realizowane zamówienia publiczne w rozumieniu ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych oraz te, do których nie stosuje się przepisów ww. ustawy, np. zamówienia, których wartość nie przekroczyła wyrażonej w złotych równowartości kwoty 14 000 euro)

1. W okresie sprawozdawczym organizacja realizowała zamówienia publiczne	○ Tak ◉ Nie

2. Informacja na temat realizowanych zamówień i kwot otrzymanych na ich realizację

Lp	Przedmiot zamówienia	Nazwa organu	Kwota

X. Informacje uzupełniające

1. Wykaz spółek, w których organizacja posiada co najmniej 20% udziałów lub akcji w kapitale zakładowym lub co najmniej 20% ogólnej liczby głosów w organie stanowiącym spółki

Lp.	Nazwa spółki	REGON	Siedziba spółki	% udziałów lub akcji w kapitale	% udziału w ogólnej liczbie głosów

2. Wykaz fundacji, których organizacja jest fundatorem

3. Informacje o kontrolach przeprowadzonych w organizacjiprzez organy administracji publicznej w okresie sprawozdawczym

Lp	Organ kontrolujący	Liczba kontroli

4. Organizacja przeprowadziła badanie sprawozdania finansowego na podstawie ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości lub rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 23 grudnia 2004 r. w sprawie obowiązku badania sprawozdań finansowych organizacji pożytku publicznego	○ Tak ◉ Nie

5. Dodatkowe informacje

(Można wpisać w poniższe pole inne informacje, którymi organizacja chciałaby podzielić się z opinią publiczną)

Imię i nazwisko osoby upoważnionej lub imiona i nazwiska osób upoważnionych do składania oświadczeń woli w imieniu organizacji	Urszula Kifer, Inez Jaworska-Iwaniec	Data wypełnienia sprawozdania	2026-07-13