

# ZIEMIENIE ATAKUJA!



LATA  
DWOZIESTE

KANTAR



Global Compact  
Network Poland



European  
Climate  
Foundation

## Ziemianie wracają po kolejnych falach pandemii i po wybuchu wojny w Ukrainie

Nielicha to satysfakcja oddać w Wasze ręce kolejnych „Ziemian”. Po dwóch latach, które minęły od ostatniego wydania, postanowiliśmy zmienić nieco podejście do konstrukcji raportu. Zapoznacie się oczywiście z najnowszymi danymi z badania społecznego, ale przeczytacie także kilkanaście artykułów, w których starannie dobrani eksperci zarówno pomagają zrozumieć pewne zjawiska, jak i dają wskazówki w jaki sposób poradzić sobie z wyzwaniami związanymi ze zmianą klimatu.

Projekt niezmiennie powstaje w wyniku współpracy Lat Dwudziestych i Kantar Polska. W tej edycji otrzymaliśmy solidną pomoc od European Climate Foundation oraz merytoryczne wsparcie od UN Global Compact Network Poland, za co pięknie dziękujemy. I jeszcze – skoro czytacie te słowa – gratulacje dla Was. To nie jest dobry kryminał (choć przy lekturze można odczuć dreszcze), to nie zabawna komedia (choć momentami może pojawić się pusty śmiech). Skoro zdecydowaliście

się sięgnąć po ten raport, prawdopodobnie nie do końca komfortowo Wam w strefie komfortu i chcecie zrozumieć, co dzieje się wokół nas i jak funkcjonować w rzeczywistości, którą sobie zafundowaliśmy. Po trzech latach wiemy, że „Ziemianom” udało się uruchomić wiele procesów zrównoważonych zmian w firmach i instytucjach. I niech tak będzie dalej, bo w kontekście katastrofy klimatycznej jest jeszcze sporo do zrobienia.

**Mateusz Galica,**  
Lider projektu  
„Ziemianie Atakują”

Lata Dwudzieste

### Metodologia

Projekt „Ziemianie Atakują 2022” został przygotowany w oparciu o następujące źródła:

1. Badanie na próbie Polek i Polaków w wieku 18-65 lat (panel internetowy Klub Kantar, N=1000, sierpień 2022).
2. SONAR™ – środowiskowy monitoring treści w internecie (Lata Dwudzieste).
3. Analiza ilościowa publikacji z prasy, portali internetowych i social mediów z okresu sierpień (Instytut Monitorowania Mediów).
4. Artykuły i komentarze grona ekspertów projektu.
5. Raport został zrecenzowany przez Radę Klimatyczną przy UN Global Compact Network Poland.

## Dla kogo jest ten raport?

### Samorządy

By tworzyć miejsca do życia i pracy przygotowane na wydarzenia będące skutkiem zmiany klimatu.

### Władze

Partie polityczne i władze centralne. By lepiej i mądrzej wprowadzać zmiany w prawie.

### Biznes

Firmy działające na polskim rynku. By w przemysłowy sposób wprowadzać strategię zrównoważonego rozwoju i nie stracić kontaktu ze swoimi klientami.

### Wspólnoty

Organizacje pozarządowe, kościoły, organizacje aktywistów, środowiska naukowe. By zyskać wspólny mianownik rozumienia katastrofy środowiskowej.

# Kilka słów o głupocie

**Kamil Wyszkowski**  
przedstawiciel krajowy i dyrektor wykonawczy,  
United Nations Global Compact Network Poland

Wiedza najczęściej przegrywa z głupotą. Jest prostsza, bardziej atrakcyjna i zwyczajnie łatwiej przyswajalna. Gdy decydujemy o kierunkach rozwoju cywilizacji człowieka i największym ryzyku dla jej przetrwania, to właśnie wiedza powinna mieć głos decydujący. Niestety wciąż wygrywa głupota.

Zmiana klimatu i jej negatywne konsekwencje zagrażają nie tyle planecie Ziemia – bo ona w swojej sięgającej 4,6 mld lat historii przeszła już wiele i cywilizacji inwazyjnego gatunku stałocięplnych ssaków, zwanych homo sapiens, raczej nie zauważy – co stabilnej temperaturze. Tymczasem od stabilnej temperatury bardzo wiele zależy.

W szczególności szanse na przetrwanie stałocięplnych ssaków i ptaków oraz lasów, które nie będą miały szans na liczony w tysiącach lat marsz entów. Jak wiadomo, lasy wędrują pod warunkiem, że damy im odpowiednio dużo czasu. Jeśli tego czasu nie mają, usychają i płoną. Podobnie wędrują pozostałe grupy gatunkowe pod warunkiem, że stabilna temperatura ma niewielkie odchylenia, co pozwala na spokojne

przemieszczanie się, rozbudowę habitatów i harmonijne współistnienie z innymi gatunkami.

Wraz z pojawieniem się człowieka doszło do spektakularnej zmiany. Pojawił się gatunek, który w swym geniuszu nauczył się wydobywać na skalę przemysłową paliwa kopalne, spalać je i opierać na nich wytwarzanie energii. W efekcie na przestrzeni ostatnich 170 lat homo sapiens destabilizował klimat planety. Nigdy wcześniej nie udało się to żadnemu z naszych poprzedników.

Epoka przemysłowa doprowadziła nas na skraj przepaści. Nasze pokolenie zdecyduje, czy w swej głupocie i krótkowzroczności do tej przepaści skoczymy czy zbudujemy bezpieczny most dla przyszłych pokoleń ziemian, w tym ludzi. Dziś, na skutek rozpoczętej w 1850 r. wielkiej rewolucji przemysłowej, uzależniliśmy się od paliw kopalnych. Według analiz Międzynarodowej Agencji Energii, energia w globalnym gniazdku energetycznym pochodzi dziś w 81% ze spalania ropy, węgla i gazu, w 7% z energii jądrowej i zaledwie 12% z odnawialnych źródeł. Proporcja powinna być dokładnie odwrotna. W 2030 r. ludzkość w 80% powinna opierać się na energii z odnawialnych źródeł, w 10% z energii jądrowej

i maksymalnie w 10% na energii z kopaln. Osiągnięcie tego wymaga globalnej klimatycznej rewolucji przemysłowej oraz mobilizacji całej ludzkości wokół realizacji tego celu. Jeśli tego nie zrobimy, odbierzemy szansę na przetrwanie pokoleniom, które nadejdą i udowodnimy, że solidarność klimatyczna jest pustym sloganem. Tymczasem prognoza Międzynarodowej Agencji Energii na 2030 r. wskazuje, że zamiast rewolucji, mamy bardzo powolną ewolucję. Ze spalania ropy, węgla i gazu będzie pochodzić 73% energii na świecie, 7% z energii jądrowej i 22% z odnawialnych źródeł energii. W 2040 r. będzie to wciąż 58% z paliw kopalnych, 9% z energii jądrowej i 33% z OZE. To zbyt mało, a cały proces ma zbyt wolne tempo, by uchronić przyszłe pokolenia przed negatywnymi konsekwencjami katastrofy klimatycznej.

Zdecydowane działania, ich kolejność i niezbędne nakłady mamy zdefiniowane, policzone i sparametryzowane. Mierzmy emisje gazów cieplarnianych, w szczególności dwutlenku węgla, od 1950 r. Co więcej, mamy od 1972 r. politykę klimatyczną, którą prowadzi ONZ i wokół której gromadzi naukowców i wiedzę.

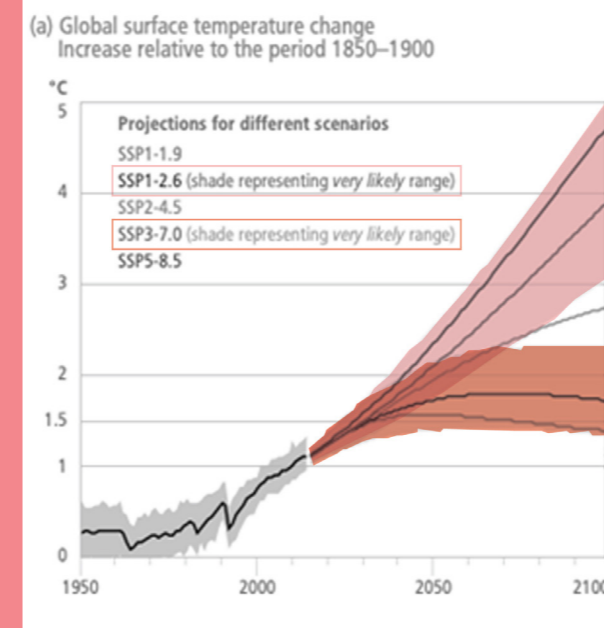
Od 28 lat, każdego roku ONZ organizuje szczyty klimatyczne, na których prezentujemy wyniki badań naukowych i scenariusze na przyszłość. Szukamy kompromisu i motywujemy polityków do ambitnych działań. Szukamy też sposobów na mobilizację społeczeństwa wokół najpiękniejszego celu, jakim jest nadzieja na lepsze jutro dla pokoleń, które nadejdą po nas. Nie ma bardziej empatycznego celu, jak solidarność klimatyczna z przyszłymi pokoleniami.

Aby zmotywować polityków do działania w 2014 r. podczas szczytu klimatycznego w Limie wszystkie państwa świata przyjęły przez akklamację potrzebę globalnej edukacji klimatycznej.

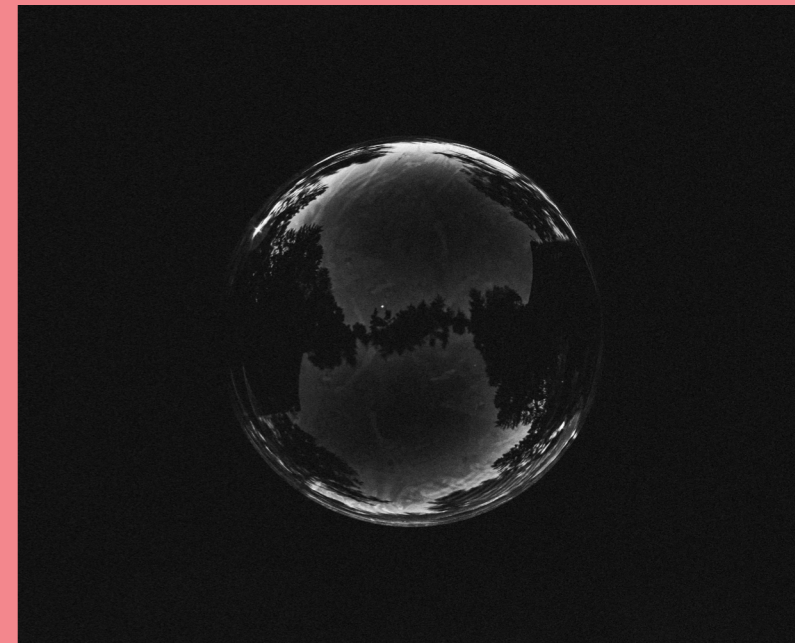
Raport „Ziemianie Atakują” wpisuje się w ten proces. Raport nie tyle pokazuje stan wiedzy polskiego społeczeństwa na temat zmiany klimatu, co przepastny dół niewiedzy, który jak najszybciej musimy zasypać. Żeby politycy mogli działać odważnie i ambitnie potrzebne jest wykształcone i mądre społeczeństwo, które ma wiedzę o największym i katastrofalnym w skutkach zagrożeniu, jakim jest zmiana klimatu. Wiedza o kryzysie klimatycznym powinna być tak powszechnym doświadczeniem edukacyjnym, jak świadomość istnienia pantofelka z grupy orzęsków czy dramatu II wojny światowej. To, że nie uczyliśmy naszych dzieci o największym kryzysie, który może unicestwić cywilizację człowieka, a wraz z nią wszystkie


nasza dokonania, jest absurdalnym przejawem krótkowzroczności.

Zmiana klimatu jest zabójcza dla bioróżnorodności i tych wszystkich gatunków, z człowiekiem włącznie, które swój rozwój zawdzięczają holocenowi. Epoce geologicznej charakteryzującej się stabilną temperaturą i szansą na stabilny rozwój. To, że człowiek (a przede wszystkim najzamożniejsze społeczeństwa) funduje sobie samemu i wszystkim innym gatunkom szóste wielkie wymieranie, opisywane w kluczowym dla nauki raporcie IPBES, jest przejawem głupoty, którą możemy pokonać jedynie mądrością. Raport „Ziemianie Atakują” jest elementem tej walki i stoi po jasnej stronie mocy.



Zmiany temperatury powierzchni ziemi w porównaniu z okresem 1850 r. – 1900 r.  
Prognozy dla różnych scenariuszy  
Źródło: IPCC Sixth Assessment Report, 2022



An aerial, black and white photograph of a city with a grid-like street pattern. A red flag is flying from a building in the upper left quadrant. The image is overlaid with a large, diagonal pink and red graphic element.

# TEN KLIMAT WCIAŻ SIĘ ZMIENIA!

Świadomość wyzwań  
środowiskowych  
w kontekście  
wojny i pandemii

# Zmiana klimatu odporna na wstrząsy

## Wojna i pandemia nie przystaniają problemu zmiany klimatu.

Gdy w 2019 r. powstawał kwestionariusz do badania ilościowego „Ziemianie Atakują”, nikt nie przewidywał, jak bardzo przydatna okaże się w przyszłości lista zagrożeń dla świata, która została przedstawiona do oceny Polkom i Polakom.

Wyniki pierwszej edycji badania napawały lekkim optymizmem. Oto trudne do zdefiniowania i odczucia „zmiany klimatyczne” okazały się być zdaniem respondentów i respondentek tak samo groźne dla świata, jak „wojny i konflikty zbrojne” oraz „terroryzm”, czyli zjawiska, które mieliśmy okazję albo odczuć na własnej skórze, albo zobaczyć na żywo w telewizji.

Druga edycja badania przypadła tuż po zakończeniu pierwszej fali pandemii COVID-19. Choć – w porównaniu

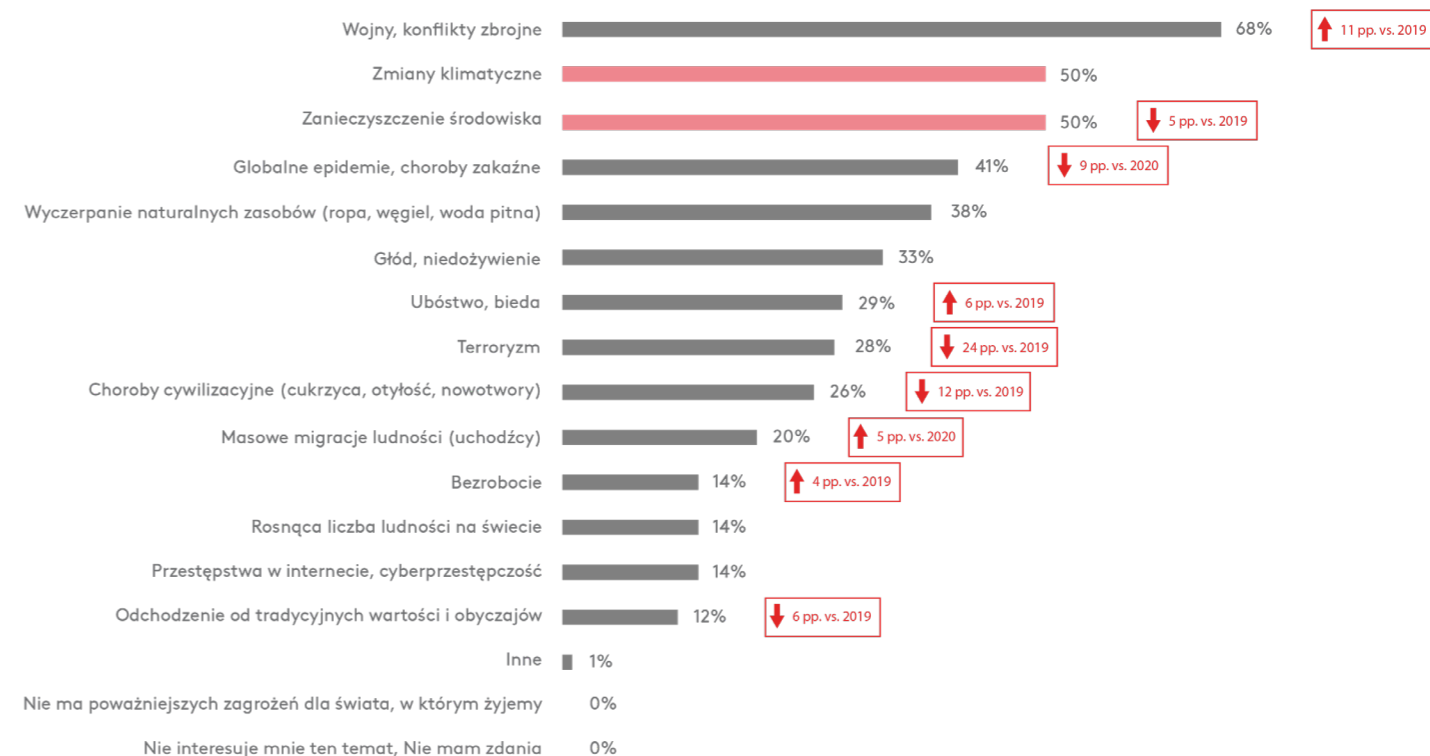
z kolejnymi falami pandemii – wirus nie pokazał jeszcze, jak poważne potrafi uczynić spustoszenia, w badaniu „globalne epidemie i choroby zakaźne” poszybowały do pierwszej czwórki wyzwań stojących przed światem i znalazły się tuż obok zagrożeń wojnami, zanieczyszczeń środowiska i zmiany klimatu.

W 2022 r., już po wybuchu wojny w Ukrainie, po raz kolejny zadawaliśmy sobie pytanie, czy wojna – problem tak poważny, tak bliski i tak wszechobecny w mediach – nie odsunie troski o środowisko i klimat do drugiej ligi problemów. Tak się jednak nie stało. Oczywiście, że groźba konfliktu zbrojnego wydaje się teraz największym zagrożeniem dla Polek i Polaków. Niezmiennie jednak od 2019 r. zanieczyszczenie środowiska

oraz zmiana klimatu wskazywane są jako wyzwania dla świata przez około połowę badanych.

Nauczyliśmy się żyć z pandemią (spadek wskazań z 50% do 41% od 2020 r.), zapomnieliśmy już o problemach takich jak terroryzm (spadek z 52% w 2019 r. do 28% w 2022 r.). Do krainy przeszłości odsunęły się także zagrożenia związane z cyberprzestępczością (21% w 2019 r. vs. 14% w 2022 r.) oraz odchodzenie od tradycyjnych wartości i obyczajów (18% w 2019 r. vs. 12% w 2022 r.). Widać wszak, że niestabilność ogarniętej wojną Europy budzi większe zagrożenie ubóstwem oraz bezrobociem (ten wskaźnik wzrósł już w 2020 r., po doświadczeniach z pierwszą falą pandemii).

Które z poniższych zjawisk, jeśli którekolwiek, uważasz za największe zagrożenia dla świata, w którym żyjemy?



Q2. Które z poniższych zjawisk, jeśli którekolwiek, uważasz za największe zagrożenia dla świata, w którym żyjemy? [max 5 zjawisk] Źródło: Ziemianie Atakują, Kantar 2019-2020, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

# Puchnące bańki opinii

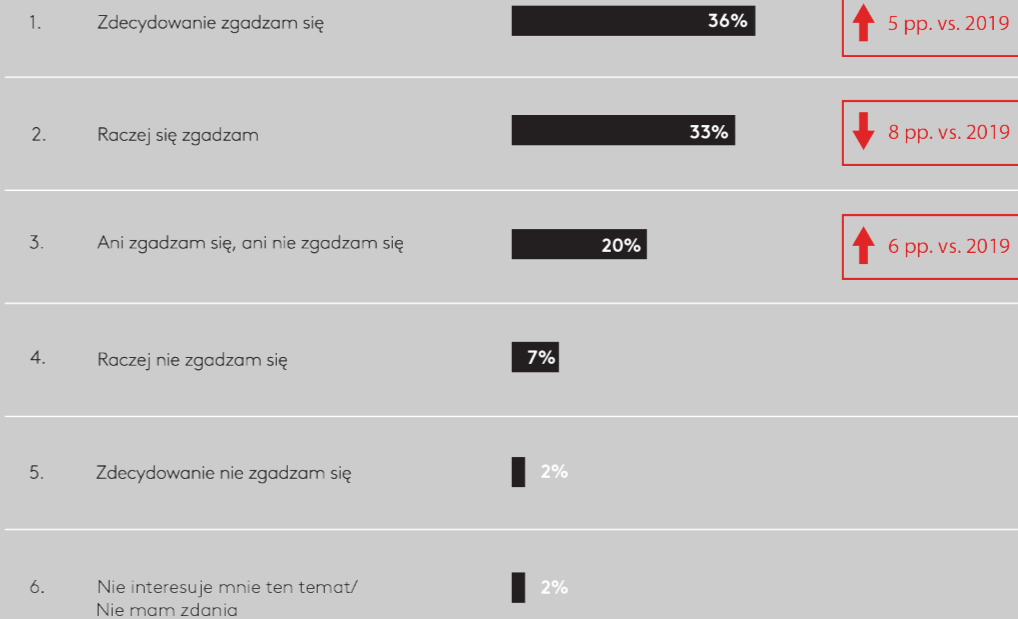
Mamy już konsensus, że problem istnieje, ale różnie patrzymy na jego powagę.

Fakt, że Ziemia znalazła się w poważnym stanie i potrzebne są natychmiastowe działania, jeszcze kilka lat temu potrafił być poddawany w wątpliwość przez wiele konserwatywnych mediów. Pisaliśmy o tym w pierwszym raporcie z 2019 r. Teraz wydaje się – przynajmniej w mainstreamowej narracji – że jesteśmy bliżsi konsensusu: przyszłość planety, a wraz z nią ludzkości, są poważnie zagrożone i potrzebne są szybkie działania zaradcze. Uważne przyjrzenie się rozkładowi

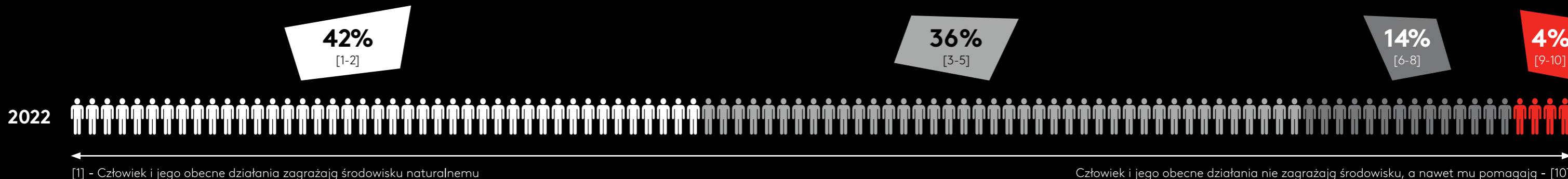
odpowiedzi na to pytanie przynosi dodatkowe, ciekawe wnioski. Po pierwsze, wyraźnie rośnie grupa osób, która zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem o stanie Ziemi i konieczności działań. Po drugie, powiększa się także grupa ludzi mających odczucia bardziej ambiwalentne (odpowiedź „raczej się zgadzam” oraz odpowiedź neutralna). Dość konsekwentna wydaje się jednak na przestrzeni lat społeczna opinia, że to człowiek i jego działania

szkodzą środowisku naturalnemu. W tym przypadku jednak zastanawiającą jest jedynie rosnąca liczba osób wskazujących na „nie interesuje mnie ten temat, nie mam zdania”. Czy jest to pierwsza jaskółka zmęczenia Polek i Polaków wszechogarniającą narracją o zmianach klimatu? A może wynika to z ogólnego stanu zmęczenia, będącego konsekwencją narastających kryzysów i „niepewności czasów”, w których żyjemy? Na tym etapie jeszcze tego nie wiemy.

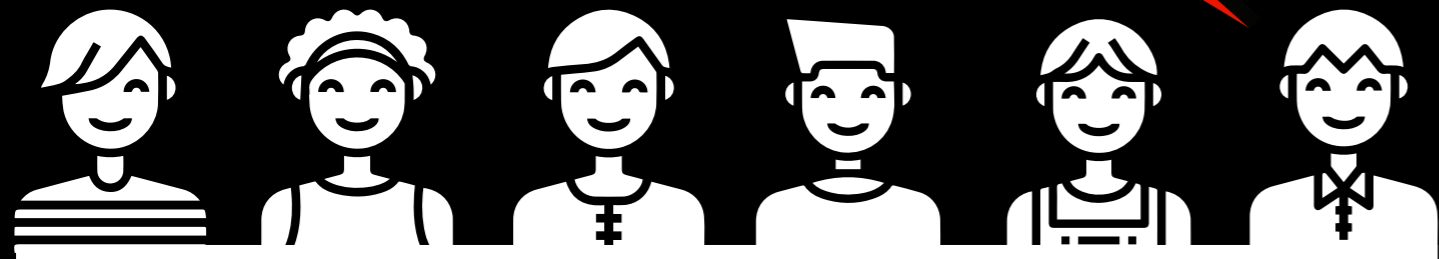
"Stan, w jakim znalazła się Ziemia jest poważny i wymaga natychmiastowych działań."



## Ocena wpływu człowieka na środowisko



# Nadzieja w młodych? Niekoniecznie.



Pomiar postaw wobec katastrofy środowiskowej pozwala zaobserwować cztery główne zjawiska:

1

#### Katastrofa środowiskowa to fakt.

Niemal trzy czwarte badanych zgadza się, że katastrofa to prawda i że czas już na działanie, a nie „gadanie”. Wyniki badania wskazują, że na przestrzeni ostatnich lat problem zmiany klimatu oraz katastrofy środowiskowej przebiły się do powszechnej świadomości, natomiast jako państwo i społeczeństwo nie przeszliśmy do przeciwdziałania czy adaptacji do tych zjawisk.

2

#### Brak sprawczości na poziomie jednostki.

Jako jednostki czujemy się bezbroni i pozbawieni narzędzi przeciwdziałania oraz adaptacji do efektów zmiany klimatu. 1 na 8 osób twierdzi twardo, że to inni są odpowiedzialni za obecny stan rzeczy, w związku z tym nie zamierza podejmować żadnych działań. 3 na 10 osób czuje, że za mało znaczą, by mieć jakikolwiek wpływ na przeciwdziałanie katastrofie środowiskowej. Nadzieją nie napawa fakt, że brak chęci działania znacznie częściej deklarują osoby młode (18-25 lat). Czy to właśnie młodzi nie są najbardziej przytłoczeni ostatnimi wydarzeniami, z którymi nie dają sobie rady? Może o tym świadczyć rosnąca liczba osób w tym wieku, która potrzebuje wsparcia psychicznego i u których zdiagnozowano depresję<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Depresja wśród dzieci i młodzieży w Polsce. Statystyki, najnowsze dane. Specjaliści alarmują, TVN24, dostęp 9.10.2022r., dane z sierpnia 2022r.

3

#### Spadek optymizmu.

Na przestrzeni trzech lat zauważalny jest wyraźny spadek optymizmu, w kontekście tego, czy jesteśmy w stanie uniknąć katastrofy środowiskowej. Zdecydowanie spadł odsetek osób twierdzących, że „wszystko da się naprawić”. Rośnie zaś udział odpowiedzi „jest już za późno, aby zapobiec katastrofie klimatycznej”.

4

#### Młodzi nie przyjdą na ratunek.

Analiza odpowiedzi osób młodszych przeczy częstej narracji medialnej, która zdaje się twierdzić, że te osoby są bardziej świadome, skore do zmian i reform. Zwłaszcza, że przecież walka z katastrofą klimatyczną to walka o ich przyszłość. Przy całym szacunku do działań młodych aktywistów klimatycznych (takich jak Greta Thunberg) czy medialnej obecności organizacji (takich jak Młodzieżowy Strajk Klimatyczny), wyniki badania wyraźnie wskazują, że tylko niewielki odsetek młodych osób ma ochotę przyłączyć się do walki o lepsze jutro. Osoby w wieku 18-24 lat aż dwukrotnie częściej niż Polacy ogółem twierdzą, że „jest już za późno, aby zapobiec katastrofie klimatycznej”. Wyniki zdają się mówić: „To Wy (starsze pokolenia) zepsuliście ten świat, więc wy zajmijcie się jego naprawianiem!”.

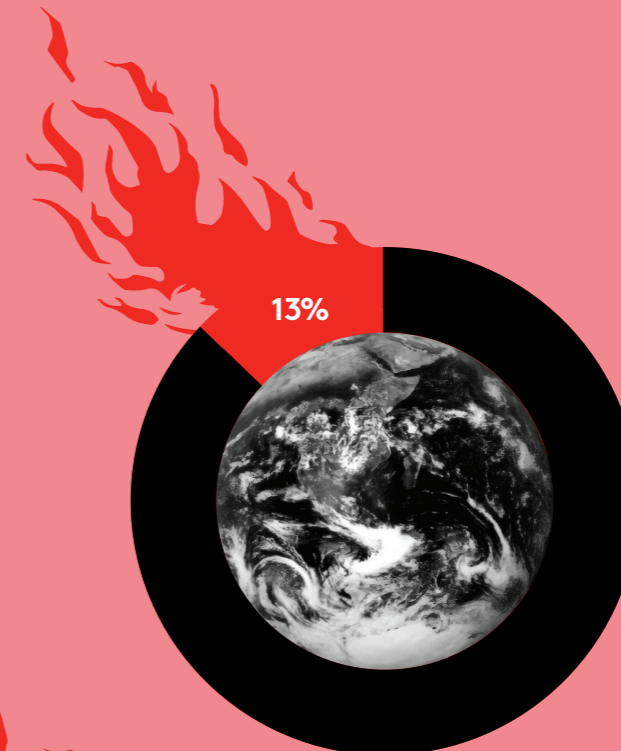


Postawy wobec katastrofy klimatycznej

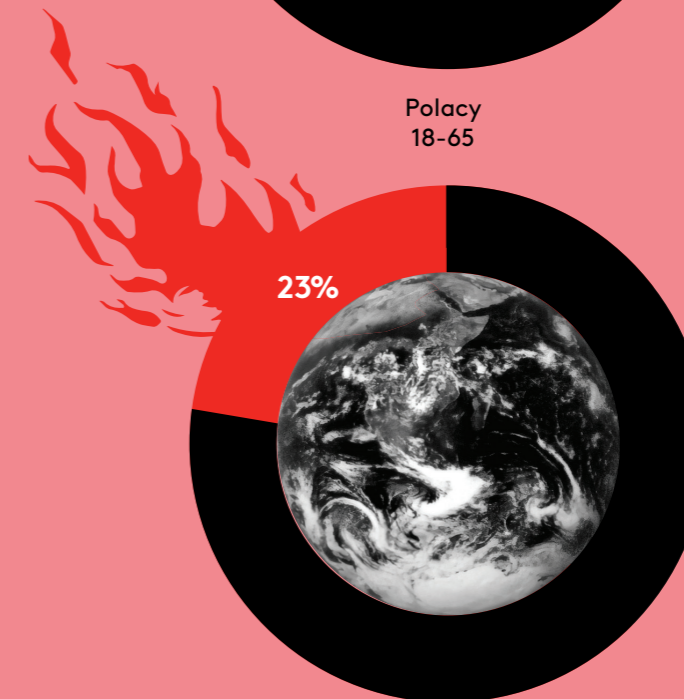
Nie wierzę, to wymyślony problem, który nas nie dotknie	16%	
To inni są za to odpowiedzialni, nie zamierzam nic z tym zrobić	13%	
Wszystko da się naprawić	44%	↓ 8 pp. vs. 2019
To prawda i nie ma już czasu na dyskusje, zaczniemy wreszcie działać	70%	
Niewiele mogę zrobić wobec takiej perspektywy, za mało znaczą, żeby mieć na to jakikolwiek wpływ	30%	
Jest już za późno, żeby zapobiec katastrofie klimatycznej	18%	↑ 5 pp. vs. 2019

Q15. Obecnie coraz częściej można usłyszeć, że stajemy na krawędzi katastrofy ekologicznej. Ludzie wyrażają wobec niej różne postawy, które przedstawiamy poniżej. Spójrz na nie i zaznacz, na ile sam(a) zgadzasz się z każdą z nich, [pytanie na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie zgadzam się”, a 5 „zdecydowanie zgadzam się”].  
 Odsetek odpowiedzi „zdecydowanie zgadzam się” i „raczej zgadzam się”.  
 Źródło: Ziemiańskie Atakują, Kantar 2019-2020, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65, 2019/2022

„To inni są odpowiedzialni za katastrofę ekologiczną, nie zamierzam nic z tym robić.”



Polacy  
18-65

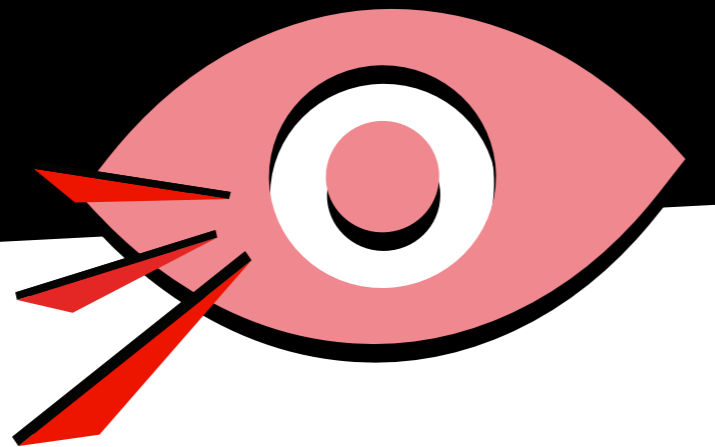


Młodzi  
18-24



# OKIEM EKSPERTA:

## Nie tacy Z-ieloni



**Katarzyna Zalewska**  
Account Manager, Sustainability Research Lead  
Kantar Polska

### Mówimy: młodzi, pokolenie „Z”. Myślimy: wrażliwi ekologicznie, skorzy do zmian świata... Ale czy na pewno?

Wyniki tegorocznej edycji projektu „Ziemianie Atakują”, a także inne badania oraz obserwacje socjologiczne, jednoznacznie skłaniają do konstatacji, że aktualnie „efekt Greta” (od nazwiska aktywistki klimatycznej Greta Thunberg) wśród młodych Polek i Polaków nie ma takiej skali ani siły, jakiej można by się spodziewać, mając w pamięci wydarzenia choćby sprzed dwóch lat. Obrazy i hasła przebijające się do głównego nurtu, np. z Młodzieżowego Strajku Klimatycznego czy innych wydarzeń będących echem głośnego wystąpienia Greta Thunberg, napawały oczekiwaniami, że to właśnie przedstawiciele pokolenia „Z” będą silnym katalizatorem pozytywnej zmiany. Zmiany w kierunku bardziej zrównoważonego społeczeństwa.

Sytuacja w drugiej połowie 2022 r. jest zgoła inna. To wśród młodych Polek i Polaków dostrzec można najwyższy poziom marazmu i negatywnej percepcji rzeczywistości, relatywnie niskie zaangażowanie w kwestie środowiskowe. Jak pokazuje

badanie, to w tym pokoleniu panuje silne przekonanie, że obecnie polska gospodarka znajduje się w stanie głębokiego kryzysu. Tego zdania jest co trzeci Polak w wieku 18-24 i jest to wynik ponad trzykrotnie wyższy niż przed dwoma latami (9% w badaniu „Ziemianie Atakują 2019”). Ponadto, ta grupa najbardziej krytycznie ocenia aktualny stan rzeczy w naszym kraju. 74% z nich deklaruje, że, ogólnie rzecz biorąc, sprawy w Polsce idą w złym kierunku. Ponownie jest to znacznie wyższy wynik niż przed dwoma laty (55%).

Także inne analizy i źródła danych w tym obszarze wskazują na co najmniej powściągliwy – o ile nie sceptyczny – stosunek przedstawicieli pokolenia „Z” do aktualnych zjawisk społecznych, w tym także kwestii ekologii. Jak podkreślają autorzy raportu „Generacje 2022 – marketing pokoleń”, podejście i rozumienie tematów środowiskowych znacząco różni się w generacjach Polek i Polaków. Młodzi dorośli widzą w nich przede wszystkim modę lub rodzaj ideologii,

która w obliczu bieżących potrzeb czy zwyczajów schodzi na dalszy plan w hierarchii potrzeb i pragnień. Jednocześnie, w pokoleniu najstarszym („Boomersów”) stanowi ona silniej zakorzeniony element świadomości. Ma głębsze, bardziej globalne znaczenie, prawdopodobnie dlatego, że przedstawiciele tej generacji w przeszłości osobiście doświadczyli życia w bardziej czystym środowisku.

Przyczyn tak negatywnego zabarwienia postaw wśród „Zetek” należałoby upatrywać w niezwykle szybko ewoluującej rzeczywistości. Rzeczywistości, która w bezprecedensowy w historii dziejów sposób została ukształtowana w ostatnich dwóch latach przez kolejne kryzysy: zaczynając od pandemii COVID-19, poprzez narastające napięcia ekonomiczne i inflację, aż po wojnę w Ukrainie.

Jest to rzeczywistość społeczna i gospodarcza, z którą przedstawiciele pokolenia „Z” muszą mierzyć się jako pierwsi w historii. To oni stawiają pierwsze kroki na rynku pracy czy też są u progu innych krytycznych decyzji

życiowych, takich jak np. wybór ścieżki edukacji, miejsca zamieszkania itd.

Moment „wchodzenia w dorosłość” w pokoleniu ich rodziców i dziadków odbywał się w relatywnie podobnych warunkach. Dziś jednak młodzi nie mają już tak łatwo.

Niewątpliwie ta nowa rzeczywistość – doba nawracających kryzysów – ma wpływ na ocenę szans i perspektyw młodych dorosłych. Analizując wyniki ostatniego projektu Kantar dotyczącego zrównoważonego rozwoju (Sustainability Sector Index), można zaobserwować, że o ile to kwestie środowiskowe – dotyczące przede wszystkim zasobów wody czy zanieczyszczenia powietrza – są wysoko w rankingu wyzwań do zaadresowania, to tuż obok nich znajdują się wyzwania społeczne. W szczególności są to problemy związane ze złymi warunkami pracy (czy wręcz wyzyskiem),

dostępnością opieki zdrowotnej czy miejsc pracy zapewniających godziwe wynagrodzenie. Co ciekawe, jednocześnie widoczna jest zależność, że im młodsze pokolenie, tym wyżej w rankingu wyzwań zrównoważonego rozwoju pojawiają się kwestie społeczne (znacząco częściej wśród przedstawicieli pokolenia „Z” niż np. osób z generacji „X” czy „Boomersów”). Ten fakt nie dziwi w kontekście także innych wyników tego raportu.

Młodzi Polacy czują się najsilniej wycofani, ograniczani na co dzień ze względu na problemy społeczne, które ich dotyczą. Taką deklarację składa 44% przedstawicieli pokolenia „Z”, podczas gdy np. wśród najstarszych Polek i Polaków („Boomersów”) odsetek ten wyniósł 31%.

To wszystko sprawia, że ogólny obraz współczesnych „Zetek” jawi się dość pesymistycznie. Jednocześnie

skłania także do nieco głębszej, bardzo operacyjnej, refleksji nad tym, czy w Polsce firmy i producenci – u których klienci silnie upatrują inicjowania dobrych, zrównoważonych zmian – powinni adresować wyłącznie wyzwania środowiskowe, z pominięciem tych o charakterze społecznym, szczególnie jeśli mają być kierowane do młodszych klientów<sup>3</sup>.

Projektując działania i komunikację należy pamiętać, że ESG (kwestie środowiskowe, społeczne i te dotyczące ładu korporacyjnego) to nie tylko „E” jak „environment”, czyli środowisko, o którym w dyskursie medialnym jest relatywnie więcej, ale również bardzo ważne obszary społeczne („S”).

<sup>3</sup> M. Kukowska, „Polskie drogi do zrównoważonego rozwoju. Czy będziemy drugą Skandynawią? Czy chcemy nią być?”, Marketing przy kawie 2022 dostęp online: <https://bit.ly/3MjUwNh>

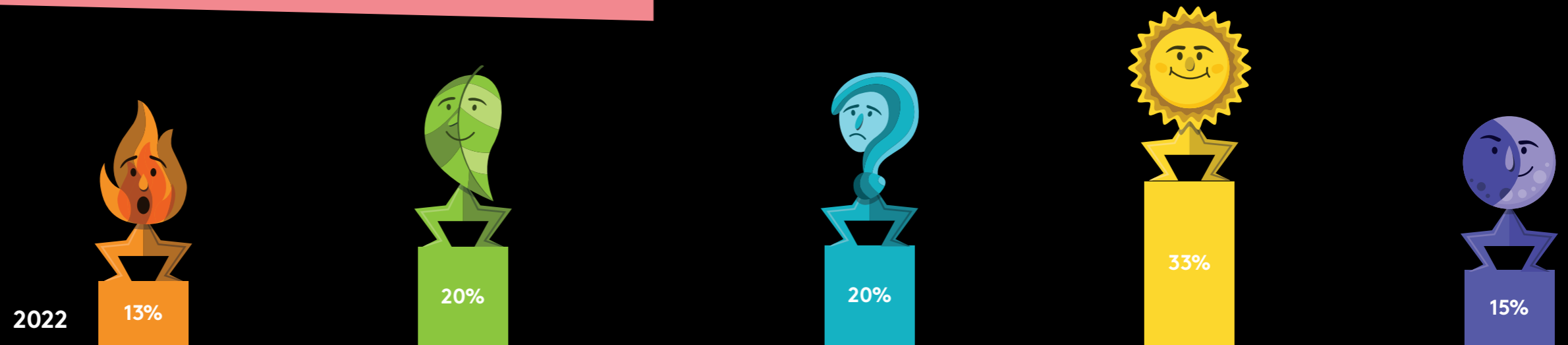


# SEGMENTACJA ZIEMIAN

Sama świadomość i lęk o przyszłość nie motywują do działania.

Badanie społeczne nie dostarcza klarownej odpowiedzi, które grupy społeczne są bardziej świadome i bardziej skore do ewentualnych wyrzeczeń w imię planety i środowiska naturalnego. Otwartość na zmiany, skłonność do działania czy zmiany stylu życia to zjawiska, których nie da się jednoznacznie przyporządkować np. osobom o takim a nie innym wykształceniu, płci czy miejscu zamieszkania.

Warto więc przyjrzeć się, na jakie grupy dzieli się polskie społeczeństwo. Stworzona w 2019 r., a powtórzona w tej edycji, segmentacja Polek i Polaków wskazuje zarówno na wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa, jak i na wzrost grupy, która nie zamierza przejmować się problemami środowiskowymi i chce po prostu dobrze spędzić życie. Wydaje się więc, że w największym w poprzednich edycjach badania segmencie Niepokojonów udało się podnieść poziom świadomości problemów środowiskowych. Jednak reakcją na ową świadomość nie zawsze stała się chęć do przeciwdziałania katastrofie. Jak widać, bywa że sposobem na poradzenie sobie z napięciem i lękiem o Ziemię, może być próba wyparcia problemu i skupienie się na tym, co dzieje się dzisiaj. Dopiero wiedza o środowisku popycha ludzi do zmiany postaw i aktywności. Sama świadomość nie wystarczy.



2022

13%

20%

20%

33%

15%

↑ 5 pp. vs. 2019

↓ 6 pp. vs. 2019

↑ 10 pp. vs. 2019

## Nieczekajowie

Prawdziwi ekolodzy - świadomi, aktywni, dla planety wszystko!

Mają świadomość, że stan środowiska jest fatalny, globalne ocieplenie jest faktem i doskonale zdają sobie sprawę, że za obie te kwestie odpowiedzialny jest człowiek. Wiedzą, że trzeba działać i działają. Robią zdecydowanie najwięcej, aby nie szkodzić planecie, choć wiedzą, że to niewystarczające, dlatego chcą robić jeszcze więcej. Wysoko oceniają swoją wiedzę, ale jednocześnie mają świadomość komplikacji i zawłości problemu - nie wiedzą wszystkiego. Są gotowi do poważnych poświęceń, akceptują dotkliwie zmiany - wzrost podatków i cen.

## Świadomici

Ekolodzy fasadowi, martwią się, ale nie są gotowi na rzeczywiste zmiany.

Są świadomi poważnego stanu, w jakim jest środowisko i widzą w tym bardzo duży udział działalności człowieka. Uważają, że robią wystarczająco dużo na rzecz ochrony środowiska naturalnego, że mają czyste sumienie. W rzeczywistości ich aktywność ogranicza się do segregacji śmieci i ograniczenia zużycia wody. Ich zdaniem działać teraz powinni ci, którzy naprawdę mają na to wpływ - rządy i korporacje. Deklarują chęć zmian, jednak nie są gotowi na poważne poświęcenia (jak podwyżki cen czy podatków).

## Niepokojonie

Zagubieni, zaniepokojeni, ale otwarci. Chcieliby robić więcej, ale nie wiedzą, co.

Mają świadomość problemu, ale na bardzo ogólnym poziomie. Uważają, że jest jeszcze czas, ale już dziś coś trzeba zrobić dla przyszłych pokoleń. Sami robią niewiele, by ratować planetę i źle się z tym czują, bo uważają, że powinni. Chcieliby robić więcej, ale brakuje im wiedzy i są nieco przytłoczeni. Czują, że powinni działać wszyscy, zarówno rządy, korporacje, jak i ludzie, jak oni. Są otwarci na ograniczenia systemowe w imię ochrony środowiska, nawet jeżeli będą dla nich niewygodne.

## Dobrzeżyje

Ziemianie suwerenni. Nie są przekonani, że stan Ziemi jest bardzo poważny, a już na pewno nie winią za to człowieka.

Nie uważają, że sytuacja jest na tyle zła, żeby trzeba było podejmować jakieś radykalne działania. Dostrzegają negatywne zjawiska, ale uważają, że to raczej część naturalnego cyklu i wierzą, że natura sobie poradzi. Sądzą, że robią wystarczająco dużo, aby chronić środowisko - w istocie to co muszą, bo wymaga tego prawo lub to, na czym oszczędzają. Mają wątpliwości, czy potrzebne są ograniczenia systemowe w tej dziedzinie (choć mało uciążliwe mogłyby zaakceptować). Wierzą w gospodarkę opartą o węgiel.

## Bezściemianie

Nie wierzą w tę całą ekologię - nie znają się, to nie ich sprawa, to jakieś wymysły i wielki biznes.

Nie interesują się szczególnie tematem. Środowisko jest być może w nienajlepszym stanie, ale nie uważają tego za swój osobisty problem. Cały temat jest ich zdaniem nad wyrost rozdmuchany - podejrzewają, że dużo w tym mitów i interesów wielkiego biznesu. Sami w zasadzie nie robią nic w tym temacie, a nawet unikają tego, co powinni robić (segregacja). Nie zgadzają się na wprowadzanie w sferze publicznej ograniczeń, które mogłyby ich dotknąć. Za nic nie wysiądą z samochodu.

Źródło: Ziemianie Atakują, Kantar 2019-2020, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65, 2019/2022

# OKIEM EKSPERTA: Jak zdobyć szczepionkę na lęk?

dr Magdalena Budziszewska  
psycholożka  
pracowniczka Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego



Rozumienie zmiany klimatu  
to warunek rozumienia  
przyszłości

W grupie głębokiego rozumienia problemu pytanie, czy wojna albo pandemia sprawiły, że ludzie zapomnieli o klimacie nie ma sensu. Są to sprawy powiązane. Bez zatroszczenia się o sprawy klimatu, w przyszłości nie będzie pokoju, a także stabilnej gospodarki czy zdrowia. Być może nie będzie także demokracji.

Wiedza o zmianie klimatu dzieli się na głęboką i płytką. Tej płytkiej obywatele i obywatelki Polski już trochę nabyli, przynajmniej na tyle, żeby deklarować powszechne zaniepokojenie problemami klimatu, czasami lęk, często **bezradność**. Pokazują to badania prezentowane m.in. w kolejnych częściach raportu „Ziemianie Atakują”. Niewiele wiedzy wystarczy, żeby skądinąd słusznie się bać. Lęk wobec zmiany klimatu często jest lękiem praktycznym i realistycznym. Mamy bowiem do czynienia z prawdziwym i trudnym do rozwiązania problemem. Jednocześnie oceny z „klasówki klimatycznej” w tych samych

raportach pokazują, że duża część Polek i Polaków nadal nie odrobiła lekcji.

Grupa ludzi o dużej wiedzy albo grupa głębokiego rozumienia problemu jest mniej liczna. Jest jednak ważna, bo często to dobrze poinformowane mniejszości decydują o kierunkach zmiany. **Rozumieć kryzys klimatyczny to przede wszystkim rozumieć wzajemne powiązania między różnymi obszarami**, nie tylko procesami fizycznymi, ale także gospodarką i społeczeństwem. Rozumienie zmiany klimatu jest ważną częścią rozumienia współczesnego

świata w ogóle i podstawą do rozumienia przyszłości.

**W grupie głębokiego rozumienia** pytanie, czy wojna albo pandemia sprawiły, że ludzie zapomnieli o klimacie nie ma sensu. Są to sprawy powiązane. Bez zatroszczenia się o sprawy klimatu, w przyszłości nie będzie pokoju, a także stabilnej gospodarki czy zdrowia. Być może nie będzie także demokracji. W mojej osobistej grupie odniesienia, reprezentującej świadome osoby, często naukowców, ale także studentów, nawet w pierwszych dniach wojny dużo rozmawialiśmy właśnie o klimacie.

Psychologiczną szczepionką na lęk jest **poczucie sprawczości**. Do projektowania dobrych rozwiązań potrzebna jest rzeczywista wiedza. Idealne **rozwiązania powinny być oparte na nauce**. Być może warto przypomnieć, że od strony merytorycznej kluczowe jest praktycznie całkowite odejście od spalania paliw kopalnych, transformacja światowego rolnictwa i sposobów gospodarowania ziemią, oraz odtwarzanie na dużą skalę naturalnych ekosystemów, lasów, bagien i dzikiej przestrzeni.

Ostatnia uwaga dotyczy zmiany ludzkich zachowań. Jeśli traktujemy zmianę klimatu poważnie i zdajemy sobie sprawę ze **skali zagrożenia**, rozumiemy, że w tym przypadku potrzeba raczej czegoś w rodzaju szybkiej, systemowej, prawie wojennej mobilizacji. Sprawa dotyczy odpowiednich polityk, zarządzania zmianą, celowej

transformacji sektorów gospodarki, umiejętnego wykorzystania istniejących technologii i rozwijania nowych, międzynarodowej koordynacji.

Jeśli rozpoczynamy rozmowę o przeciwdziałaniu zmianie klimatu od namawiania ludzi do rozwiązań w rażąco nieprzystającej skali, oraz takich, które oni i tak robią raczej z czystej oszczędności – mam na myśli komunikaty typu „gaś światło, zakręcaj kran” – ma to w sobie coś niewiarogodnego, a także infantylizującego odbiorców. **Treść komunikatów na temat zagrożeń środowiskowych często brzmi tak, jakbyśmy nie zdołali ukończyć przedszkola**. Wiele zła dla klimatu zrobił fałszywy marketing, który zdaje się sprowadzać najważniejsze aktualne wyzwania ludzkości do kwestii robienia zakupów, w dodatku sformatowanych pod raczej zasobniejsze portfele. Jest to

źródłem ludowego resentymentu wobec tak pojmowanej ekologii.

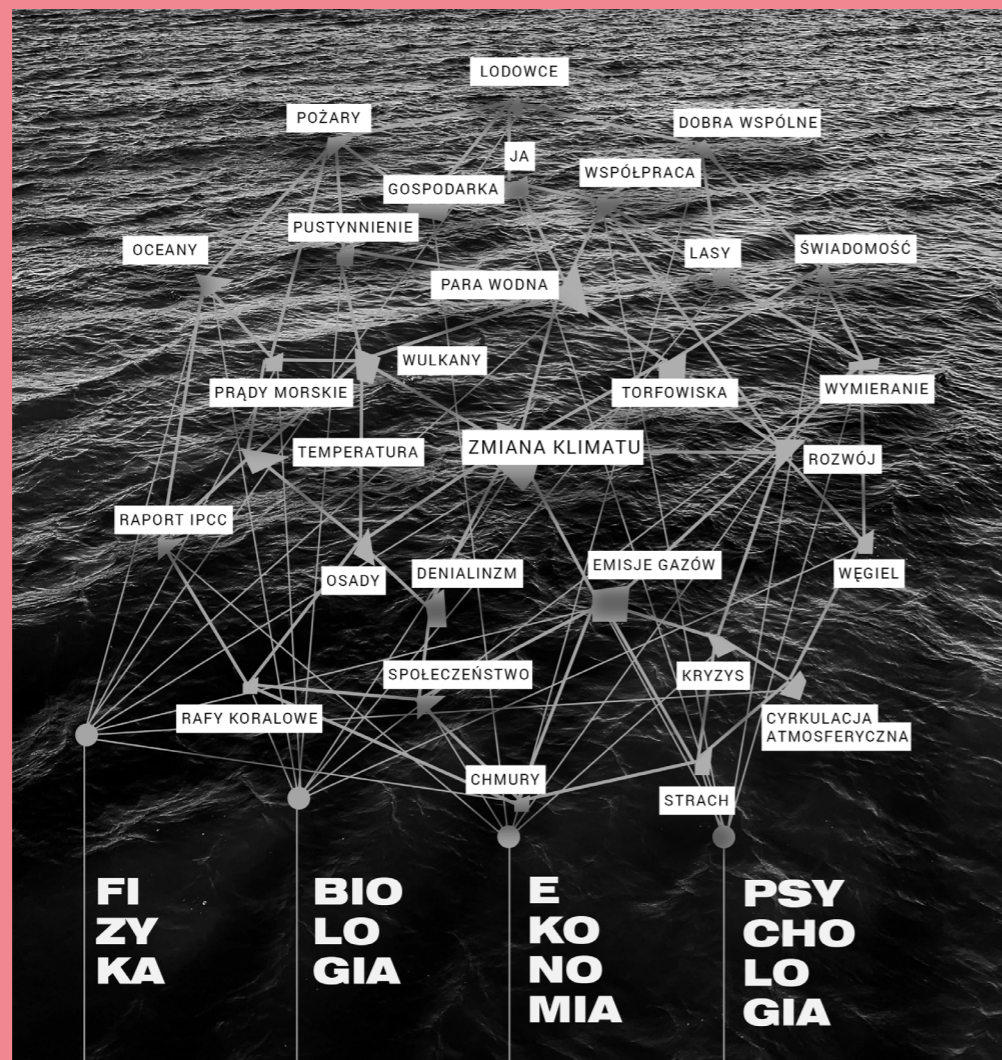
Jeśli w dyskursie społecznym pojawia się namawianie ludzi do indywidualnych wyrzeczeń, ale **nie towarzyszą temu zaplanowane systemowe polityki, czy realny plan podziału kosztów takiej transformacji między różne grupy**, a także działania osłonowe wobec najuboższych, łatwo jest czuć raczej opór niż solidarność. To powód, dla którego indywidualne działania są ważne, lecz tylko jako element szerszej transformacji. Pytanie do większości obywateli nie powinno brzmieć, czy będą oszczędzać i robić bardziej zielone zakupy. Należy ich zapytać, czy poprzę odpowiednie polityki klimatyczne, w tym szybką transformację energetyczną i masową ochronę przyrody i będą się tego właśnie domagać.

Dodatkowa warstwa ironii polega na tym, że sensowne polityki klimatyczne, paradoksalnie zapewniałyby ludziom większe bezpieczeństwo. O ile ono współcześnie jest w ogóle jeszcze możliwe. Nie nowy wspański świat. Na to kryzys klimatyczny jest już zbyt poważny i nie sądzę, żeby nadmierne optymistyczna komunikacja mogła być wiarygodna. Jednak mówimy np. o względnie większym bezpieczeństwie energetycznym, środowiskowym (pomyślmy o Odrze) i żywnościowym.

Obywatelom polityki klimatyczne zapewniałyby lepsze zdrowie, lepszą jakość powietrza, czy dostęp do wypoczynku w niezdewastowanej przyrodzie. Tak zatem powinniśmy o nich rozmawiać. Nie w poetyce wyłącznie dobrowolnych indywidualnych wyrzeczeń, lecz w poetyce sensownej wspólnej polityki.

Osoby, które chcą „działać dla klimatu” zachęcam do dwóch rzeczy. Po pierwsze, żeby zaczęły od zdobycia pogłębionej wiedzy o charakterze

naukowym. W tym celu napisaliśmy zresztą podręcznik. Po drugie, aby w gronie swoich bliskich ludzi i w obszarze własnego wpływu zaczęły rozmawiać o tym problemie. Rozmawiać jednak nie w formie agitacji za jakąś gotową formułą, a poszukiwania pogłębionej i uwspólnionej refleksji. Powinniśmy także zastanowić się, jakie wspólne polityki klimatyczne (na różnych poziomach) byłyby zarazem skuteczne, jak i, o ile to możliwe, sprawiedliwe.



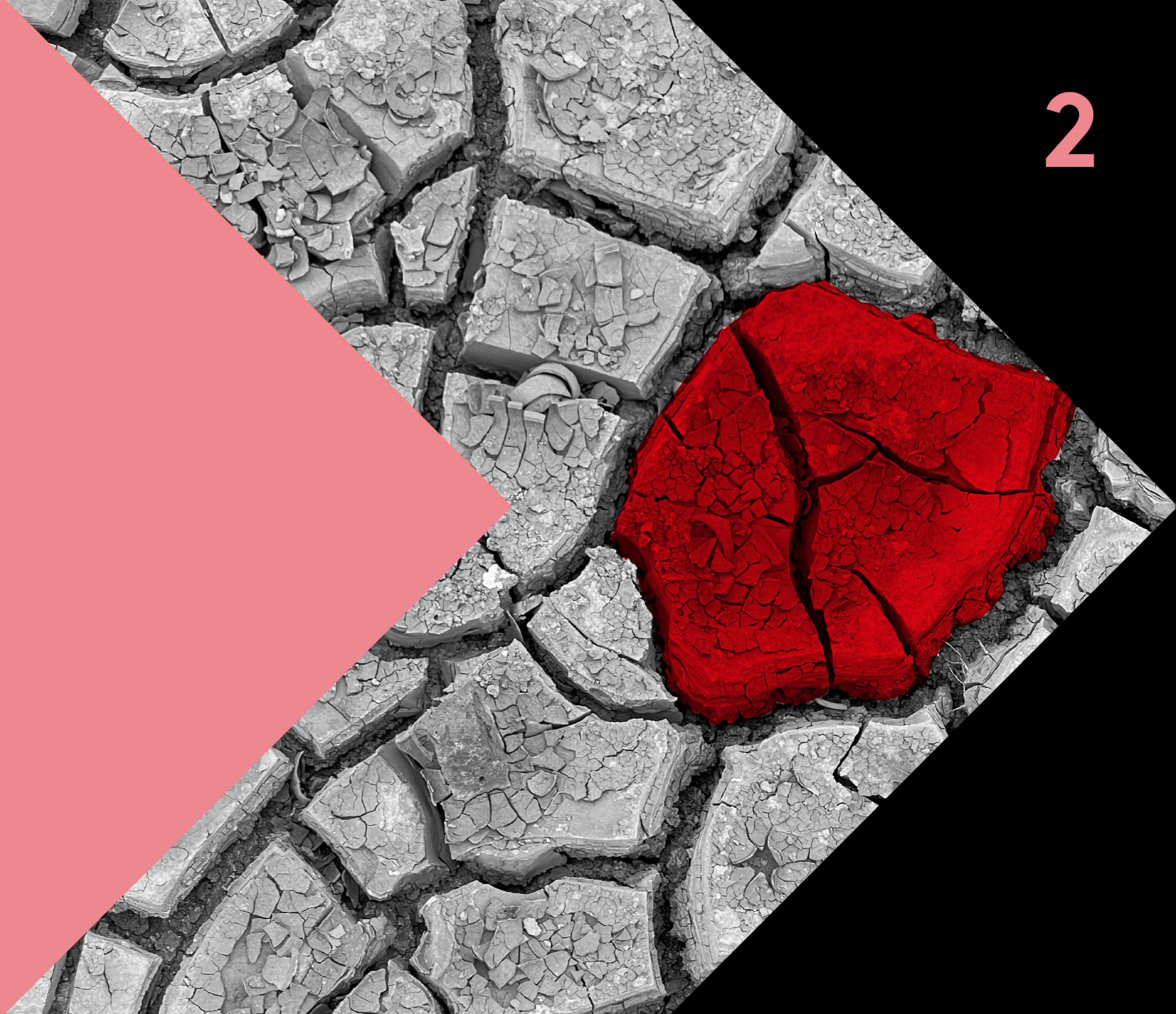
Grafika pochodzi z podręcznika „Klimatyczne ABC” przygotowanego na Uniwersytecie Warszawskim. Podręcznik można pobrać tutaj: <https://klimatyczneabc.uw.edu.pl/>



# NA CZYM STOIMY?

Polek i Polaków  
wiedza o klimacie  
i środowisku

2



# EFEKT DOMINA

## Jak przeciwdziałać następstwom katastrofy środowiskowej?

Przedstawiciele świata nauki badający prawdopodobieństwa i możliwe skutki zmiany klimatu, operując pojęciem „tipping points”, czyli „punktów zwrotnych”. Punkt zwrotny to moment, w którym efekt powolnych, niedostrzegalnych zmian lub wypadków, przynosi dużą, zauważalną i nieodwracalną zmianę. W języku tego

opracowania punkt zwrotny oznacza katastrofę klimatyczną, która wynika z synergii oraz współistnienia wielu procesów i działań wobec środowiska naturalnego, spowodowanych przez człowieka i jego działalność. Operując językiem potocznym, różnego rodzaju działania (lub zaniedbania) cywilizacji ludzkiej są jak domino, a punkt

zwrotny to kostka, która zostanie uderzona jako pierwsza.

Już w pierwszej edycji projektu „Ziemianie Atakują” udało się zdefiniować pięć obszarów, w których można znaleźć ową pierwszą kostkę domina. Najważniejszymi z nich są katastrofa klimatyczna i katastrofa środowiskowa.

## Najważniejsze wyzwania środowiskowe:

- 1**  **Katastrofa klimatyczna**  
wykładniczy wzrost temperatury atmosfery od czasu rewolucji przemysłowej, wynikający z emisji gazów cieplarnianych
- 2**  **Katastrofa środowiskowa**  
degradacja środowiska poprzez dramatyczne zubożenie bioróżnorodności i zniszczenie ekosystemów
- 3**  **Produkcja odpadów**  
w tym problem odpadów z plastiku, których rozkład trwa wiele pokoleń
- 4**  **Jakość powietrza**  
rosnące zanieczyszczenie powietrza substancjami szkodliwymi dla zdrowia
- 5**  **Kryzys wodny**  
kurczące się zasoby słodkiej wody

Grono ekspertów „Ziemian” wyłoniło także trzy kluczowe obszary, na których – jako cywilizacja i społeczeństwa – powinniśmy skoncentrować wysiłki, aby zminimalizować rozmiar

katastrofy klimatycznej i mądrze adaptować się do efektów zmian klimatu. Pierwsze globalne i regionalne skutki wojny w Ukrainie (przede wszystkim kryzys energetyczny oraz zagrożenie

niedoborem żywności) sprawiają, że te trzy obszary stają się jeszcze bardziej priorytetowe.

## Trzy obszary działań w celu uniknięcia katastrofy klimatycznej:

1

### ENERGETYKA

Odejść od paliw kopalnych, inwestować w rozwój alternatywnych źródeł energii, zmniejszyć energochłonność. Poprawa efektywności energetycznej.

2

### TRANSPORT

Wprowadzić opodatkowanie emisyjnych (głównie CO<sub>2</sub>) środków transportu przy jednoczesnym rozwoju taniego i przystępnego transportu publicznego.

3

### ROLNICTWO

Zminimalizować efekty produkcji szkodliwej dla klimatu (w tym produkcji mięsa). Rozwijać rolnictwo w oparciu o produkty przyjazne dla planety: łatwo dostępne i lokalne.

# ZDETRONIZOWANE ŚMIECI

## Nasza wiedza zależy od tego, co napiszą media i... od pogody.

Uważny czytelnik raportów „Ziemianie Atakują” mógłby nam wytknąć, że to zdanie wprowadzające zostało już użyte w raporcie z 2020 r. Nie o kreatywność tu jednak chodzi, lecz o oddanie mechanizmu sterującego wiedzą Polek i Polaków o środowisku naturalnym.

Od dwóch lat nie zmienił się fakt, że wiedza badanych jest wyłącznie odbiciem tego, co aktualnie publikowane jest w mediach. Nie zmienił się mechanizm, zdecydowanie jednak zmieniła się kolejność zjawisk, które niepokoją Polki i Polaków w kontekście środowiska naturalnego.

Na pierwsze miejsce wysunęły się niedobory wody i susze. Dlaczego? Odsyłamy na następną stronę raportu, na której zobaczysz, jak duże

są wzrosty liczby artykułów na ten temat od wiosny 2022 r. Na drugim miejscu widzimy zmiany klimatu i globalne ocieplenie (z bardzo dużym wzrostem od 2019 r.) Skąd ten wzrost? Odsyłamy na następną stronę raportu. Równie mocno jak zmiana klimatu, niepokoi Polki i Polaków zanieczyszczenie odpadami, w tym plastikiem. Tu jednak notujemy bardzo wyraźny spadek zaniepokojenia tym zjawiskiem. Spadło także przejęcie się zanieczyszczeniem powietrza i smogiem (być może ten problem powróci w kontekście kryzysu paliwowego w 2022 r.) Dlaczego? Odsyłamy na następną stronę raportu...

Nie niepokoją nas aż tak bardzo gwałtowne zjawiska pogodowe oraz zanik tradycyjnych pór roku, które

– zdaniem ekspertów klimatycznych – są czerwoną lampką ostrzegawczą, zapaloną nam przez środowisko naturalne. O gorących latach i ciepłych zimach przeczytasz dalej w tej sekcji raportu.

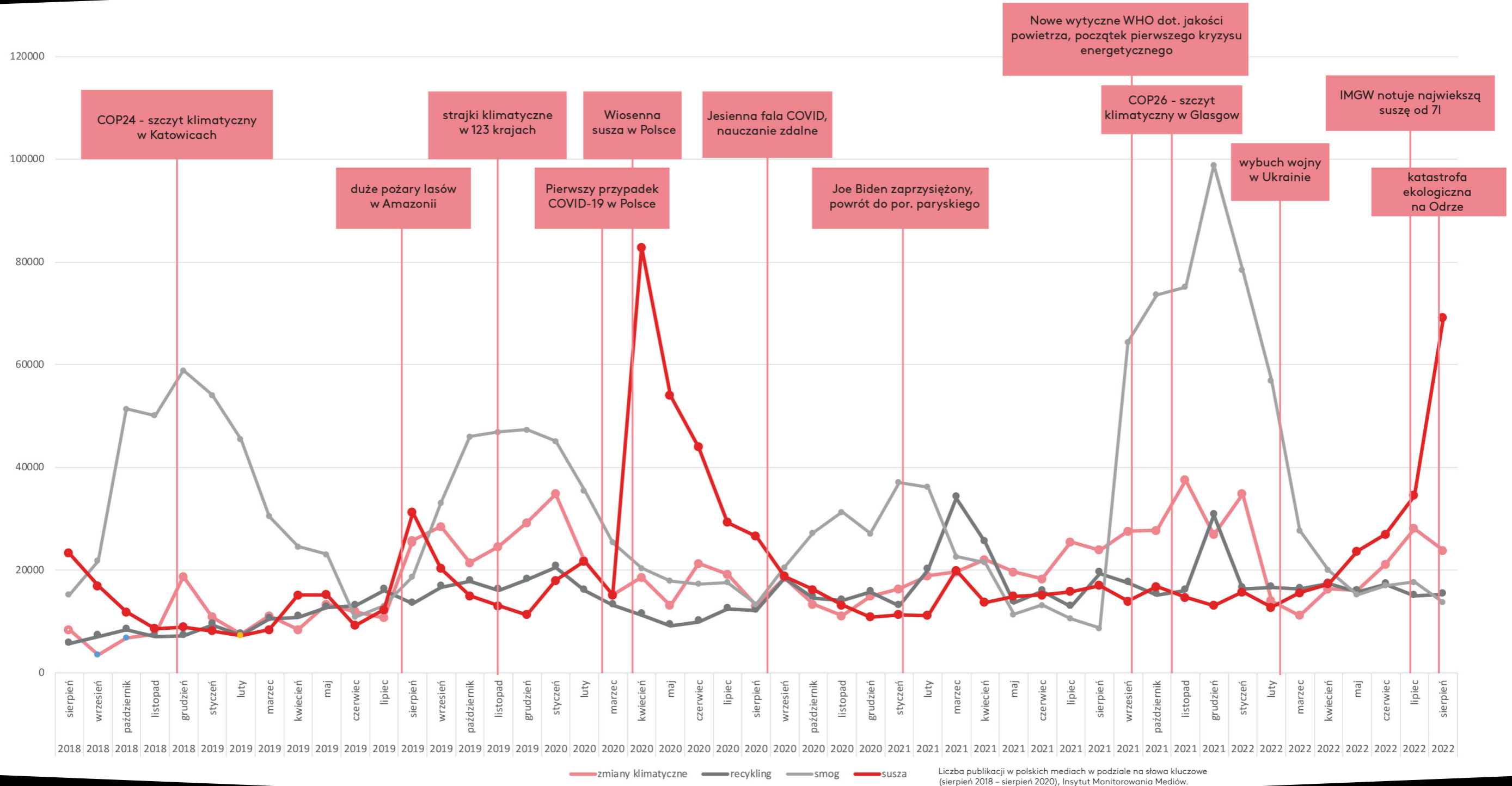
Analiza wyzwań środowiskowych z perspektywy Polek i Polaków przynosi dwa bardzo ważne wnioski. Po pierwsze, przeświadczenie Polek i Polaków o wadze wyzwań środowiskowych nie pokrywa się wciąż z rankingiem problemów wskazanym przez ekspertów klimatycznych. Po drugie, przy braku edukacji klimatycznej, to media ponoszą zasadniczą odpowiedzialność, jeśli idzie o przygotowanie społeczeństwa do wyzwań związanych z katastrofą środowiskową.

### Największe wyzwania środowiskowe oczami Polaków



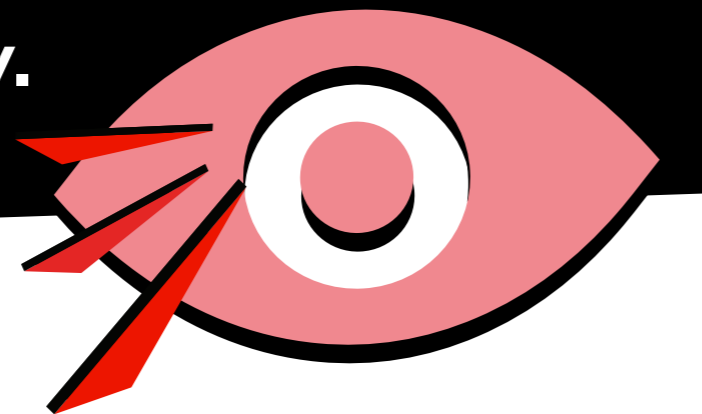
Q9. Które z poniższych zjawisk, jeśli którekolwiek, niepokoją Cię, kiedy myślisz o środowisku naturalnym na świecie? [max. 3 zjawiska] Źródło: Ziemianie Atakują, Kantar Polska 2019-2022, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

# Narracja w polskich mediach





# OKIEM EKSPERTA: Upały zawsze bywały. Ale nie zawsze takie.



dr Aleksandra Kardaś  
Nauka o klimacie

Zmiana klimatu rzadko przynosi nowe, nieznane wcześniej zjawiska. Powoduje jednak, że niektóre z tych znanych – często nieprzyjemne – zdarzają się częściej, trwają dłużej i są bardziej uciążliwe.

Globalne ocieplenie to proces, który bardzo trudno dojrzeć za własnym oknem. Jego skala jest... globalna, ponieważ dotyczy wzrostu średniej temperatury policzonej dla całego świata, a nie miejscowości, kraju czy nawet kontynentu. W dodatku na razie ten wzrost wyniósł „dopiero” 1,09°C. O tyle – według najnowszego raportu IPCC 2021<sup>4</sup> – dekada 2011-2020 była cieplejsza niż druga połowa XIX wieku. Podczas gdy „temperatura za oknem” potrafi zmienić się o kilka lub kilkanaście stopni nawet w ciągu jednej doby. Co prawda w Polsce średnia temperatura wzrosła od lat 50. XX wieku już o ponad 2°C (MGW, 2022), ale to niewiele zmienia sytuację.

Trzeba jednak pamiętać, że zmiana średniej temperatury planety to coś innego niż jej wahnięcie z dnia na dzień. Można porównać ją do wzrostu temperatury naszego ciała. Nawet jeden stopień w górę powoduje, że wiele procesów w naszym organizmie podlega zaburzeniu – czujemy np. gorąco, chłód lub suchość w oczach. Globalne ocieplenie zaburza m.in. przepływy powietrza w atmosferze i wody w oceanie, procesy parowania, powstawania chmur i opadów. Przekłada się to na częstsze występowanie upałów, susz, ulew, wysokich stanów morza czy też większe ryzyko wystąpienia pożarów.

Wszystkie te zjawiska występowały oczywiście w przeszłości, czasami nawet

osiągając spektakularne rozmiary. Wielu z nas dobrze pamięta historyczne powodzie lub upały, zwłaszcza te rekordowe. Inni z kolei urodzili się na tyle niedawno (lub mają na tyle krótką pamięć), że swoją opinię na temat typowych pór roku w Polsce opierają na doświadczeniach z ostatnich 5-10 lat, w ciągu których warunki znacząco odbiegały już od tych znanych z XX wieku. Dlatego też często można spotkać się ze stwierdzeniami, że klimat wcale się nie zmienia, lub że jego zmiany nie powodują istotnych skutków. „Bo upały zawsze były”, „jest lato to są upały”, „kiedyś to się nazywało lato, a teraz krzyczą, że globalne ocieplenie”.

Żeby sprawdzić, jak mylnie są takie

przekonania, najlepiej spojrzeć na wyniki pomiarów udostępnianych przez służby meteorologiczne. W przeciwieństwie do naszych pobieżnych obserwacji, są one prowadzone regularnie, od wielu dekad, tymi samymi (lub porównywalnymi) metodami i niezależnie od tego, czy akurat dzieje się coś ciekawego czy jest zwykły „dzień jak co dzień”.

Dane IMGW<sup>5</sup> wskazują, że w Polsce średnia liczba dni, w ciągu których temperatura przekroczyła 30°C, jeszcze w okresie 1961-1990 wynosiła ok. 3,5. Tymczasem w ostatniej „okrągłej” dekadzie (2011-2020) wskaźnik ten osiągnął wartość 10,4<sup>6</sup>. Oznacza to, że w ciągu roku mamy około trzy razy więcej upalnych dni niż dawniej. Coś, co kiedyś było wyjątkowym wydarzeniem, dziś traktujemy jako normę i wręcz tego oczekujemy. W naszych szafach wiszą lniane koszule i sukienki, przeznaczone do noszenia właśnie podczas takiej pogody i z ich zakładaniem nie musimy czekać na urlop w tropikach.

Dzięki rozwojowi komputerów, metod statystycznych i modelowania numerycznego, umiemy dziś coraz lepiej określać, na ile spowodowana przez człowieka zmiana klimatu przyczyniła się do powstania konkretnej fali upałów czy innego ekstremalnego zjawiska pogodowego. Możemy powiedzieć, o ile wzrosło jego prawdopodobieństwo (czy inaczej – jak zmieniła się częstość występowania takich zjawisk) albo o ile byłoby

ślabsze, gdyby nie globalne ocieplenie.

Zagadnieniami takimi zajmuje się m.in. międzynarodowy zespół naukowców pod szyldem World Weather Attribution (WWA). Jak pokazała ich analiza<sup>7</sup>, rekordowa fala upałów, jaka wystąpiła w lipcu 2022 r. w Wielkiej Brytanii, byłaby przy braku globalnego ocieplenia chłodniejsza o 2-4°C. Prawdopodobieństwo wystąpienia tak wysokich temperatur (w najgorętszych momentach dochodzących do 40°C) wzrosło tu przynajmniej dziesięciokrotnie. Z kolei upały, jakie miały miejsce rok wcześniej w Kanadzie i USA (tu temperatury grubo przekraczały 40°C) byłyby praktycznie niemożliwe w chłodniejszym świecie – zmiana klimatu zwiększyła ich prawdopodobieństwo 150-krotnie<sup>8</sup>.

Jak napisano w najnowszym, Szóstym Raporcie Podsumującym IPCC, „Jest praktycznie pewne [prawdopodobieństwo powyżej 99%], że ekstrema ciepła (w tym fale upałów) stały się od lat 50. XX wieku częstsze i bardziej intensywne w większości regionów lądowych”. Z kolei „Wystąpienie niektórych ekstremalnych upałów, zaobserwowanych w ostatniej dekadzie, bez wpływu człowieka na system klimatyczny byłoby skrajnie nieprawdopodobne [prawdopodobieństwo poniżej 5%].”

Zanim więc zaczniesz twierdzić, że pogoda w XXI wieku nie odbiega od tej z XX, sprawdź, czy na pewno dobrze ją pamiętasz :)

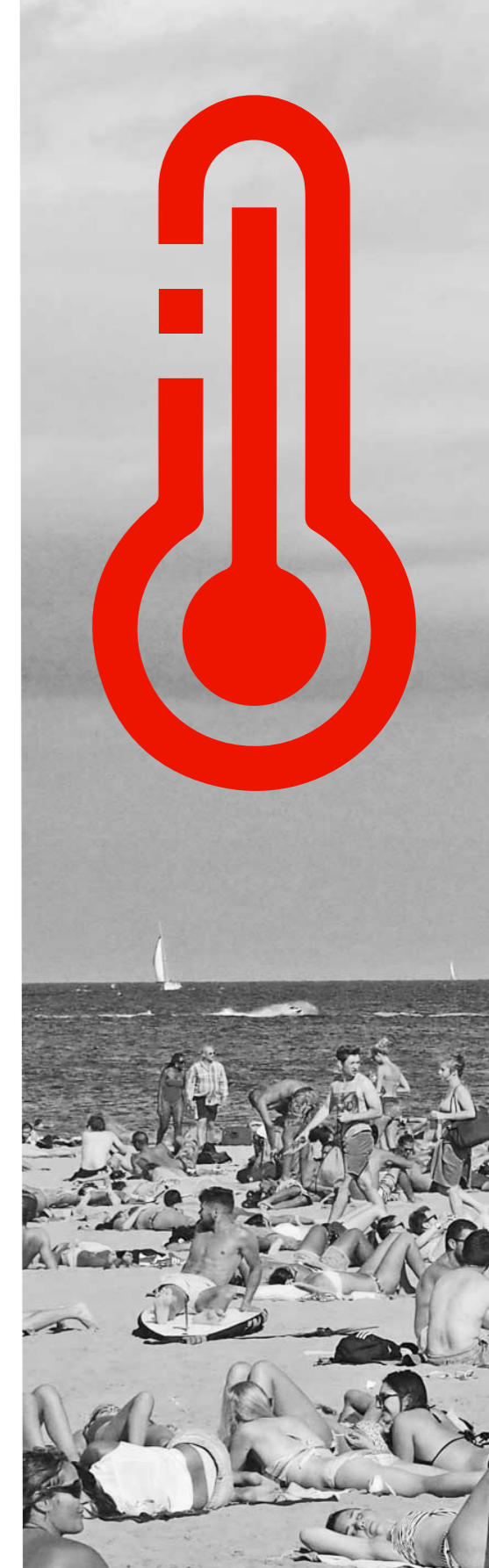
<sup>5</sup> „Klimat Polski 2021”, IMGW 2022, dostęp online: <https://bit.ly/3rFvlpA>

<sup>6</sup> P. Djałow, „Zmiana klimatu w Polsce na mapkach, 2021” dostęp online: <https://bit.ly/3Vd5vMq>

<sup>7</sup> M. Zachariah, R. Vautard, D.L. Schumacher, M. Vahlberg, D. Heinrich, E. Raju, L. Thalheimer, J. Arrighi, R. Singh, S. Li, J. Sun, G. Vecchi, W. Yang, S. I. Seneviratne, S. F. B. Tett, L.J. Harrington, P. Wolski, F. C. Lott, M. McCarthy, J. S. Tradosky, F. E. L. Otto, „Without human-caused climate change temperatures of 40oC in the UK would have been extremely unlikely”, WWA 2022; dostęp online: <https://bit.ly/3CFGYsg>

<sup>8</sup> S. Y. Philip, S. F. Kew, G. J. van Oldenborgh, F. S. Anslow, S. I. Seneviratne, R. Vautard, D. Coumou, K. L. Ebi, J. Arrighi, R. Singh, M. van Aalst, C. Pereira Marghidan, M. Wehner, W. Yang, S. Li, D. L. Schumacher, M. Hauser, R. Bonnet, L. N. Luu, F. Lehner, N. Gillett, J. Tradosky, G. A. Vecchi, C. Rodell, R. B. Stull, R. Howard, F. E. L. Otto, „Rapid attribution analysis of the extraordinary heatwave on the Pacific Coast of the US and Canada, Earth Syst. Dynam. Discuss. [preprint], WWA 2021, dostęp online: <https://bit.ly/3CftWAw>

<sup>4</sup> V. Masson-Delmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S.L. Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M.I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J.B.R. Matthews, T.K. Maycock, T. Waterfield, O. Yelekci, R. Yu, and B. Zhou, „IPCC 2021: Summary for Policymakers. In: Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Cambridge University Press”, Cambridge, United Kingdom and New York 2021; dostęp online do polskiej wersji: <https://bit.ly/3V8HUwD>



# JAK GROCHEM O ŚCIANĘ

## Narodowy test wiedzy o środowisku znów zdajemy na 2+.

Poprzednie edycje raportu „Ziemianie Atakują” udowodniły, że to wiedza o środowisku jest kluczem do mądrych działań zmniejszających skalę katastrofy klimatycznej oraz adaptacji do efektów zmiany klimatu. Osoby o wyższym poziomie wiedzy są bardziej skłonne do zmiany codziennych zachowań oraz łatwiej zaakceptują również zmiany systemowe. Są też gotowe więcej wydać, mając na względzie oddziaływanie na środowisko firm i marek.

W tym kontekście tegoroczne badanie przynosi nam dość przygnębiający wniosek: tkwimy w miejscu. W deklaracyjnym określeniu stanu wiedzy na temat środowiska naturalnego wciąż tkwimy w samozadowoleniu, twierdząc najczęściej, że nasza wiedza jest przeciętna lub dość duża. Faktycznie jednak (po weryfikacji za pomocą przygotowanego

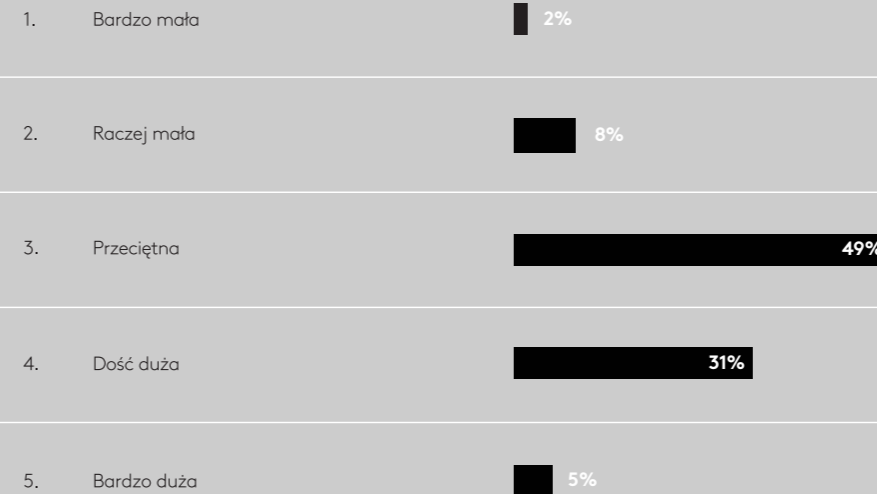
z ekspertami klimatycznymi testu dziesięciu pytań) jako społeczeństwo otrzymujemy średnio dwójkę z plusem z wiedzy o środowisku. Nadal duża część Polek i Polaków nie odróżnia ocieplenia klimatu od smogu. Nie uważa również ocieplenia klimatu o 2-3°C za specjalny problem i nie dostrzega, że „mamy obecnie do czynienia z największym wymieraniem gatunków roślin i zwierząt od czasu wyginięcia dinozaurów”. To tylko niektóre z 10 elementów testu wiedzy, zastosowanego w badaniu. Delikatnie wynik testu podniósł m.in. odpowiedź na pytanie o koszty odnawialnych źródeł energii – zapewne dzięki programowi „Czyste powietrze” i rozwojowi prywatnej fotowoltaiki. Nie na tyle jednak, by przekroczyć w teście barierę dwójki z plusem.

W raporcie z 2020 r. tę sekcję zakończyliśmy dość pesymistyczną

konkluzją. Sprowadzała się ona do stwierdzenia, że niestety brakuje przesłanek, by w obszarze wiedzy o środowisku i zmianie klimatu coś w najbliższym czasie miało się zmienić. Dziś widać światło w tunelu.

Pod auspicjami UN Global Compact Network Poland powstał wielki projekt na temat edukacji klimatycznej, w którym świat nauki spotkał się z odpowiedzialnymi za program nauczania politykami. Pewną rolę w zrozumieniu mechanizmów wykorzystywania paliw kopalnych, oszczędności energii oraz możliwości zastosowania alternatywnych źródeł energii odgrywają też wydarzenia związane z kryzysem energetycznym wywołanym wojną w Ukrainie. Czy to jednak wystarczy, by wyraźnie podnieść poziom wiedzy i mądrze ruszyć do przodu? Zobaczmy w następnym odcinku...

### Samooceń stan wiedzy na temat środowiska

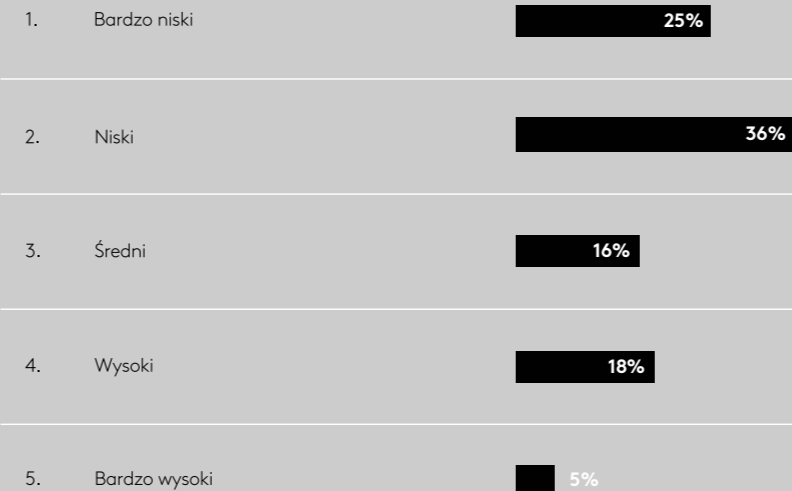


średnia ocena:

3+

Q7. Jak ogólnie oceniasz swoją wiedzę na temat obecnego stanu środowiska naturalnego? Moja wiedza jest... Źródło: Ziemianie atakują, Kantar Polska 2019-2022, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

### Faktyczny stan wiedzy na temat środowiska - wyniki testu



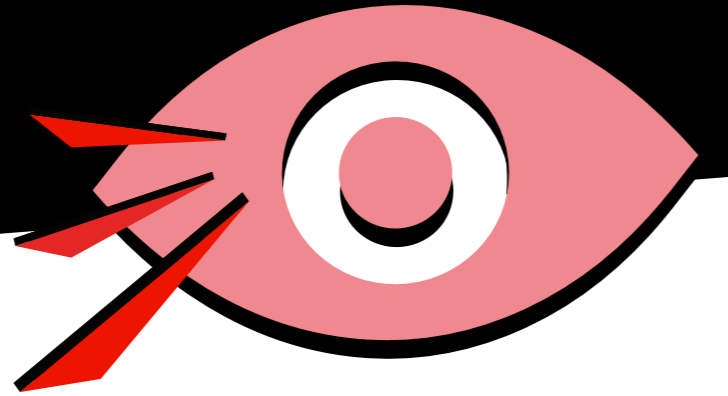
średnia ocena:

2+

Q11. Na ile zgadzasz się z każdym z nich? Zgoda/niezgoda z 10 stwierdzeniami, np. „Globalne ocieplenie jest faktem.” Wyniki zostały przeliczone na poziomy wiedzy. Źródło: Ziemianie atakują, Kantar Polska 2019-2022, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

# OKIEM EKSPERTA: Edukacja w służbie klimatu<sup>9</sup>

dr Andrzej Kassenberg  
Instytut na rzecz Ekorozwoju



Aby decyzje dotyczące zmian klimatycznych mogły być podejmowane racjonalnie, w interesie obecnego pokolenia i pokoleń przyszłych jest szerzenie wiedzy i uczenie wrażliwości na zagrożenia, płynące ze zmiany klimatu. Temu właśnie ma służyć edukacja, prowadzona przede wszystkim w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych.

**„Nie takie ważne, żeby człowiek dużo wiedział, ale żeby dobrze wiedział, nie żeby umiał na pamięć, a żeby rozumiał, nie żeby go wszystko troszkę obchodziło, a żeby coś naprawdę zajmowało.”**

Janusz Korczak

<sup>9</sup> W oparciu o wyniki prac Okrągłego Stołu ds. Edukacji Klimatycznej, który obradował w okresie lipiec 2021 – czerwiec 2022 pod auspicjami UN Global Compact Network Poland.

Dzisiaj kluczowym dla stabilizacji klimatu w wymiarze 1,50-2,0°C wzrostu temperatury w stosunku do okresu przedprzemysłowego są pełna dekarbonizacja gospodarki i zmiany zachowań społecznych. Dodatkowo, całkowite odejście od paliw kopalnych to zaprzestanie finansowania reżimu Putina. Oznacza to konieczność zmiany widzenia świata przez polityków, przedsiębiorców, samorządowców i zwykłych ludzi. Od ich poziomu świadomości zagrożeń i rozwiązań, dotyczących kwestii klimatycznych, zależy, jak ten świat będzie wyglądał dzisiaj, jutro, pojutrze, a nawet pod koniec XXI wieku. Aby te decyzje mogły być podejmowane racjonalnie, w interesie obecnego pokolenia i pokoleń przyszłych jest szerzenie wiedzy i uczenie wrażliwości na zagrożenia, płynące ze zmiany klimatu. Temu ma służyć edukacja, prowadzona przede wszystkim w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych.

W związku z powyższym edukacja klimatyczna stanowi część szeroko rozumianej kompetencji społecznej. W tym sensie jest kompetencją kluczową, która powinna być realizowana na każdym przedmiocie, w ramach godzin wychowawczych i w obszarze innych działań podejmowanych w szkole. Jeśli wczytamy się w to, co rozumiane jest pod pojęciem kompetencji klimatycznej (wiedza, umiejętności i postawa), to wówczas osobę kończącą formalną edukację można określić jako „znającą się na klimacie” ponieważ:

- potrafi ocenić naukową wiarygodność danej informacji o klimacie,
- komunikuje się, mówiąc lub pisząc o klimacie i jego zmianie, w sposób zrozumiały,
- jest w stanie podejmować świadome i odpowiedzialne decyzje w odniesieniu do działań, które mogą mieć wpływ na klimat.



Pierwszym krokiem jest włączenie edukacji klimatycznej do podstawy programowej za pomocą rozszerzenia zakresu istniejących ścieżek przedmiotowych, wykazania jej interdyscyplinarności i łączenie z innymi zagadnieniami oraz przygotowania scenariuszy dodatkowych (stałych i okolicznościowych).

Edukację klimatyczną i pojęcia dotyczące zmiany klimatu powinno traktować się holistycznie – praktycznie w każdym z dostępnych przedmiotów

i obszarów nauczania jest przestrzeń na włączenie w treści nauczania tematów związanych z wpływem działalności człowieka na środowisko naturalne, ocenę jego konsekwencji na otoczenie i zmieniającą się rzeczywistość czy poddanie analizie procesów zachodzących w naszym życiu oraz naturze.

Tym samym w ramach podstawy programowej edukacja klimatyczna powinna przekazywać podstawowe, rzetelne wiadomości dotyczące:

- funkcjonowania ekosystemów, klimatu, np. objaśniające, czym jest klimat,
- wpływu człowieka na przyrodę, w tym na klimat, oraz wpływu przyrody i klimatu na człowieka oraz jego przyszłość (społeczności na całym świecie), wpływu jednostek i wpływu systemowego (zależności w przyrodzie, łącznie z uwzględnieniem gatunku ludzkiego, ekosystemów),
- złożoności przyczyn i skutków zmiany klimatu (brak prostych odpowiedzi),
- człowieka jako elementu ekosystemu (część większej całości),
- wyjaśnienia, czym jest wspólna, ale zróżnicowana odpowiedzialność za ochronę klimatu,
- wpływu nieprzemysłowego wykorzystania surowców i energii w najmniej rozwiniętych państwach oraz społeczeństwach na klimat.

Właściwie i szeroko rozumiana edukacja klimatyczna wychodzi znacznie poza treści zawarte w podstawie programowej. Dotyczy przestrzeni szkolnych i pozaszkolnych, transportu uczniów oraz uczennice do szkoły i ze szkoły, posiłków w szkołach, energetyki odnawialnej, wizerunku placówki oświatowej oraz finansowania aktywności na tym polu. Przykładowo edukacja dzieci i młodzieży nie kończy się w klasie. Przestrzeń korytarzy szkolnych, terenów wokół szkoły, przyszkolnych terenów rekreacyjnych i innych, którymi dana placówka dysponuje, powinna być przestrzenią zieloną, bioróżnorodną, dającą możliwość kontaktu z naturą w czasie przebywania w szkole. Budynek szkolny poza zasilaniem energią odnawialną powinien reprezentować wysoki poziom efektywności energetycznej.

Szkoła jako placówka oświatowa to instytucja otwarta, włączająca nie tylko rodziców, uczniów i uczennice, ale także społeczność lokalną do wspólnego działania na rzecz ochrony klimatu oraz przeciwdziałania skutkom jego niekorzystnych zmian. Uczestniczy w debatach dotyczących kwestii klimatycznych, które organizuje przy współpracy z lokalnymi instytucjami, organizacjami i przedsiębiorstwami, stanowiąc istotny podmiot lokalnego

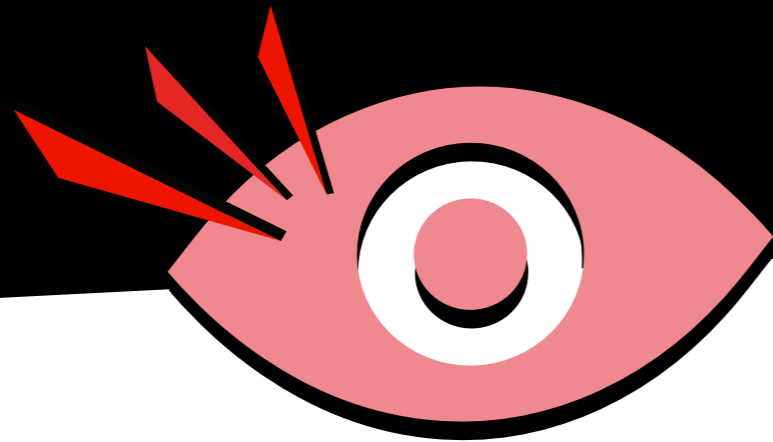
społeczeństwa obywatelskiego, czującego się współodpowiedzialnym za przyszłość kolejnych pokoleń.

Każda z tych grup musi być świadoma zmian, jakie przechodzi szkoła w zakresie wprowadzania i realizacji podstawowych celów edukacji klimatycznej, ale też może, a nawet powinna, niektóre z działań podejmować we własnym zakresie.

Proces wprowadzania zmian do podstawy programowej jest długi, natomiast znaczącą część z zaproponowanych w ramach Okrągłego Stołu ds. Edukacji Klimatycznej rekomendacji w części czy w całości można wdrażać już od zaraz.



# OKIEM EKSPERTA: Moja ściągawka klimatyczna



**Marta Marczuk**  
**Mag Zielonych Zmian**  
**Lata Dwudzieste**

**P**odobno koń, jaki jest, każdy widzi. A jednak społeczeństwo wciąż nie do końca rozumie, co to jest ta zmiana klimatu, a już na pewno nie wie, skąd się wzięła. (Coś tam, że spaliny i rosnąca temperatura Ziemi. No i te śmieci!). Już podczas opracowywania pierwszej edycji raportu „Ziemianie Atakują” doszliśmy do wniosku, że ci, którzy są najbardziej proaktywni w działaniach na rzecz klimatu oraz gotowi na zmiany stylu życia to osoby o dużej wiedzy o środowisku. Zatem wniosek nasuwa się sam: edukujmy!

No tak, tylko kto? I jak? Skąd czerpać rzetelną wiedzę, na której można opierać swoje działania? Zapraszam do przeglądu mądrych i bezpiecznych źródeł informacji.

## Ziemianie Atakują!

Oczywiście. Pierwsze takie badanie w Polsce, które sprawdza wiedzę, nastawienie czy gotowość Polek i Polaków do wyrzeczeń w kontekście katastrofy klimatycznej. Dzięki względnie wczesnemu startowi (2019r.) i kolejnym edycjom możemy też zobaczyć zmiany w czasie na kluczowych wskaźnikach, a w tym roku również zdobyć dużo wiedzy merytorycznej dzięki artykułom eksperckim. Wszystko pod czujnym okiem Rady Klimatycznej UNGC Network Poland.

## www.climate.nasa.gov

Piękna, multimedialna strona. Można obejrzeć Ziemię w 3D na modelach pokazujących temperaturę, emisje czy poziomy wód z zaznaczonymi stanami krytycznymi albo poczytać o poszczególnych satelitach, które ten stan monitorują. Do tego masa fascynujących zdjęć, filmów i artykułów.

## Raporty IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change)

Chciałoby się rzec, że lektura obowiązkowa, choć niełatwa. 270 ekspertów z 67 krajów całego świata, dzięki współpracy WMO i UNEP, wydaje co kilka lat raport-biblię o stanie środowiska, w którym podawane są nie tylko informacje na temat stanu planety, ale również dzięki skomplikowanym wyliczeniom prognozowana jest przyszłość. Czego możemy się więc dowiedzieć? Na przykład tego, że przy globalnych emisjach na obecnym poziomie – przy założeniu, że się one nie zmienią – poziom ogrzania planety o 1,5°C osiągniemy już w 2030 r. Jeśli nie chcecie przedzierać się przez całą tę biblię, dostępna jest też synteza raportu<sup>11</sup>.

<sup>11</sup><https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>

## Sir David Attenborough i jego film „Life on Our Planet”

Historia samego narratora przeplata się z historią życia na naszej planecie. Powrót do obrazów, których już nie ma i tych, które znikają na naszych oczach. Zjawiskowe zdjęcia, poruszająca narracja. Warto odnotowania jest, że Sir Attenborough nie tylko porusza serca, ale daje praktyczne wskazówki, w jaki sposób można jeszcze, przynajmniej częściowo przywrócić różnorodność biologiczną. Uwaga: wyciskacz łez. Dostępny na Netflixie.

## UNEP

Czyli United Nations Environment Program – agenda ONZ skupiona na problemach związanych ze zmianą klimatu i jej konsekwencjami. Na stronie [www.unep.org](http://www.unep.org) w zakładce „publications&data” znaleźć można całą masę raportów i publikacji. Trudno mi polecić jeden – szukajcie tego, co Was najbardziej interesuje.

No dobrze, praca domowa odrobiona? Pewnie nasuwa się Wam pytanie, jak tę wiedzę wykorzystać w organizacji? Obawiam się, że sposobów jest wiele. Z pewnością jednak tym, którzy reprezentują sektor biznesowy, wcale niekoniecznie ten największy, polecam wziąć pod lupę raportowanie niefinansowe, czyli ESG (environmental, social, governance). Dla niektórych już obowiązkowy, wart jest jednak uwagi wszystkich organizacji. Wymogi, które stawia to jednocześnie praktyczne wskazówki, jakie działania można i należy podjąć, by zmierzać w kierunku zrównoważonym, a najlepiej zeroemisyjnym. W zaznajomieniu się z tematem pomoże Wam darmowy kurs internetowy PFR. PROTIP:

Ułatwicie sobie robotę i sprawicie, że będzie bardziej czytelna i ciekawa dla Waszych interesariuszy, opierając się na 17 celach zrównoważonego rozwoju (SDG’s). Więcej: [www.sgds.un.org/goals](http://www.sgds.un.org/goals).

Co dla samorządowców? Oprócz wspomnianych wyżej SDG’s (rewelacyjne narzędzie, na tyle elastyczne, że naprawdę KAŻDA organizacja może na nim oprzeć swoją strategię) polecam po prostu dogłębny research. Ja już jestem po i mogę podpowiedzieć, że moje ulubione źródła inspiracji w kategorii zielonych miast to [whitemad.pl](http://whitemad.pl), [green-news.pl](http://green-news.pl) czy [smoglab.pl](http://smoglab.pl). Natomiast to, czego tam nie znajdziecie to pozornie prosty fakt,

## Influencerzy...?

Czemu nie, byle z głową. Dwójka moich ulubieńców to słynna Paulina Górka (IG: [eko.paulinagorska](https://www.instagram.com/eko.paulinagorska)) oraz Dziennikarz Dla Klimatu, czyli Szymon Bujalski. Czerpią wiedzę tylko z najlepszych możliwych źródeł i przedstawiają ją w prosty, instagramowy sposób. Uwaga: są bezlitośni dla greenwashingu. Warto to odnotować i zestawić z liczbą followersów ;)

## Nauka o Klimacie

Marcin Popkiewicz, redaktor naczelny portalu [naukaoklimacie.pl](http://naukaoklimacie.pl), autor bestsellerowej książki o tym samym tytule (oraz wielu innych, równie niesamowitych) to fizyk z misją przybliżania faktów naukowych (tych związanych z klimatem) tzw. przeciętnemu zjadaczowi chleba w taki sposób, żeby to, co słyszymy jako bełkot było zrozumiałe i obrazowe. By uzyskać ten efekt używa na przykład fikcyjnej waluty „sasiny” i „putiny”, albo zestawia baryłkę ropy z wieżą Eiffle’a. Da się. W 2022 r. Marcin Popkiewicz otrzymał tytuł „Lidera edukacji o zrównoważonym rozwoju” magazynu Forbes.

że może być ciężko wdrażać zrównoważone rozwiązania bez utworzenia w strukturach odpowiedniej komórki odpowiedzialnej za takie działania. Na szczęście coraz więcej polskich miast decyduje się na taki krok, o czym można posłuchać na wszelakich forach miejskich.

Powyższe źródła wiedzy to dobry początek drogi. Kiedy je poznacie, sami będziecie w źródłach i linkach znajdować coraz to kolejne adresy do czerpania wiedzy. Pamiętajcie jednak, by zawsze wybierać te, które opierają się na rzetelnych, naukowych opracowaniach, by samemu jako organizacja w przyszłości odpowiedzialnie komunikować.

# JAK MÓWIĆ O KLIMACIE?

Garść wskazówek  
do komunikacji  
ze społeczeństwem



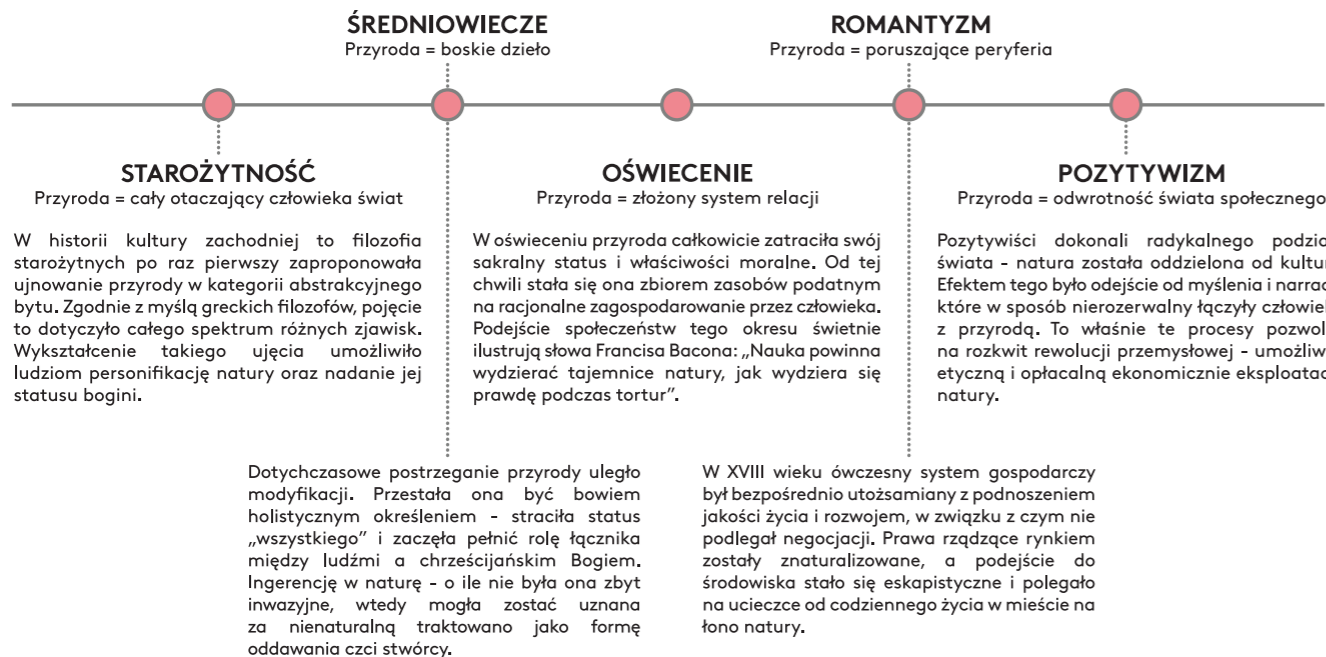
# Iluzja odrębności

Aby rozpocząć jakiegokolwiek próby Azbudowania przekonującej i skutecznej narracji wokół zmiany klimatu i katastrofy klimatycznej, trzeba dobrze zrozumieć, w jaki sposób w „kulturze zachodu” wyobrażaliśmy sobie relacje między człowiekiem a przyrodą przez ostatnie stulecia, a nawet tysiąclecia. Okazuje się, że rewolucja przemysłowa stała się możliwa m.in. dzięki radykalnemu rozdzieleniu pojęć natura i kultura. Od tej pory traktujemy przyrodę jako coś zewnętrznego, nie uwzględniającego istnienia, działalności i wpływu człowieka. Tak utrzymywana przez stulecia narracja skutecznie rozdzieliła działalność człowieka (rozwój przemysłowy, technologiczny, cyfrowy) od natury. Przyzwyczajone do funkcjonowania

w tej iluzji odrębności zostały w XXI wieku zaskoczone nową definicją antropocenu – epoki, w której działalność człowieka tak bardzo wpłynęła na pozostałe elementy ekosystemu, że poważnie zagrożona okazała się stałość i przewidywalność świata, w którym żyjemy i w którym zbudowaliśmy swoją potęgę. Pierwszy raz od wielu tysięcy lat grożą nam zawirowania, jakich nie doświadczył jeszcze gatunek ludzki. Dużą w tym rolę odegrała dająca poczucie bezpieczeństwa narracja, którą teraz gwałtownie należy odwrócić.

Mateusz Galica, Lata Dwudzieste  
Kamil Puchała, Lata Dwudzieste / newonce

Źródła: P. Macnaghten, J. Urry, „Alternatywne przyrody. Nowe myślenie o przyrodzie i społeczeństwie”, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2005; J. Moore, R. Patel, „Tania Natura”, tłumaczenie A. W. Nowak, P. Czaplinski [w:] „O jeden las za daleko: Demokracja, kapitalizm i nieposłuszeństwo ekologiczne w Polsce”, red. P. Czaplinski, D. Gostyrski, J. B. Bednarek, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, 2019.



# Którędy droga?

## Nie ma jednego, uniwersalnego kanału dotarcia z wieściami o zmianie klimatu.

Zanim dobierzemy odpowiedni język i postaramy się stworzyć przekaz mający na celu czy to edukację klimatyczną czy też zmianę postaw wyborców, konsumentów i ogólnie ludzi wobec katastrofy klimatycznej, warto rozważyć, jakie kanały dotarcia można wykorzystać w komunikacji.

Oczywiste jest, że największymi zasięgami w Polsce cieszy się telewizja i internet. Ale diabeł tkwi w szczegółach. Innego typu kanały działają w gronie ludzi młodszych, a innego wśród starszych. Z innych źródeł wiedzę czerpią osoby względnie świadome i aktywne, a z innych ci, którzy

kwestionują lub lekceważą zagrożenia związane z katastrofą klimatyczną.

Segment Nieczekajów najłatwiej „znaleźć” w telewizji za pomocą programów naukowych i filmów dokumentalnych. Znacznie częściej szukają oni wiedzy w internecie, częściej niż przedstawiciele innych segmentów rozmawiają na te tematy z rodziną i znajomymi.

Najbardziej oporny i nie chcący się angażować w walkę z katastrofą klimatyczną segment Bezściemian swą wiedzę buduje bardziej w oparciu o serwisy informacyjne i programy śniadaniowe. Najbardziej „odporny”

jest na tekst pisany (zarówno drukowany, jak i ten publikowany w internecie). Bezściemianie (podobnie jak Dobrzeżyje) częściej budują swoje przekonania w oparciu o wypowiedzi polityków. Kanały są również zróżnicowane w zależności od wieku odbiorców i innych cech demograficznych.

Jak widać, nie ma jednego uniwersalnego źródła wiedzy o stanie środowiska naturalnego. Każdorazowo należy więc mądrze zdefiniować grupy docelowe komunikacji i precyzyjnie dobrać kanały dotarcia.

- RADIO, TELEWIZJA, OUTDOOR
- Telewizyjnych serwisów informacyjnych
- Programów naukowych w telewizji
- Audycji w radio
- Podcastów/filmów naukowych w internecie
- Postów influencerów w social mediach (mediach społecznościowych)
- Profilu naukowych w social mediach
- Portali informacyjnych w internecie
- Blogów/forów w internecie
- Videoblogów/filmów na YouTube
- Informacji w internecie znalezionych w wynikach wyszukiwania
- WORD-OF-MOUTH
- Od rodziny/znajomych (z rozmów)
- Wystąpiień/wypowiedzi polityków
- NIE WIEM/ŻADNE
- Nie wiem, trudno powiedzieć
- Z żadnego miejsca, nie interesuję się tą tematyką

Nieczekaje	Świadomoci	Niepokojonie	Dobrzeżyje	Bezściemianie
25%	29%	26%	19%	30%
36%	42%	31%	21%	17%
6%	8%	11%	12%	13%
7%	12%	11%	13%	13%
0%	1%	3%	5%	3%
37%	35%	36%	28%	27%
14%	6%	11%	14%	10%
11%	12%	14%	13%	4%
13%	15%	12%	10%	6%
17%	11%	10%	10%	7%
8%	6%	6%	8%	4%
22%	17%	14%	11%	8%
30%	28%	30%	18%	21%
17%	8%	12%	11%	5%
8%	8%	11%	13%	8%
32%	29%	23%	17%	19%
13%	13%	12%	11%	11%
5%	4%	7%	10%	10%
1%	9%	10%	8%	25%
0%	1%	0%	14%	11%



QD1. Skąd czerpiesz swoją wiedzę na temat obecnego stanu środowiska naturalnego? Informacje o środowisku czerpię z... (top 3 wskazania). Źródło: Ziemia Atakująca, Kantar Polska 2019-2022, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), polacy 18-65.

# Jak to powiedzieć?

## Argumentacja może być zarówno racjonalna, jak i emocjonalna.

Z analizy skłonności do działań na rzecz środowiska naturalnego wiemy, że tylko jedna osoba na sześć „będzie przekonywać innych do zachowań ekologicznych”. To niewiele. Tym ważniejsza wydaje się więc odpowiedź na pytanie, jakich argumentów użyliby Polacy, starając się przekonać znajomych i bliskich do zmian zachowań.

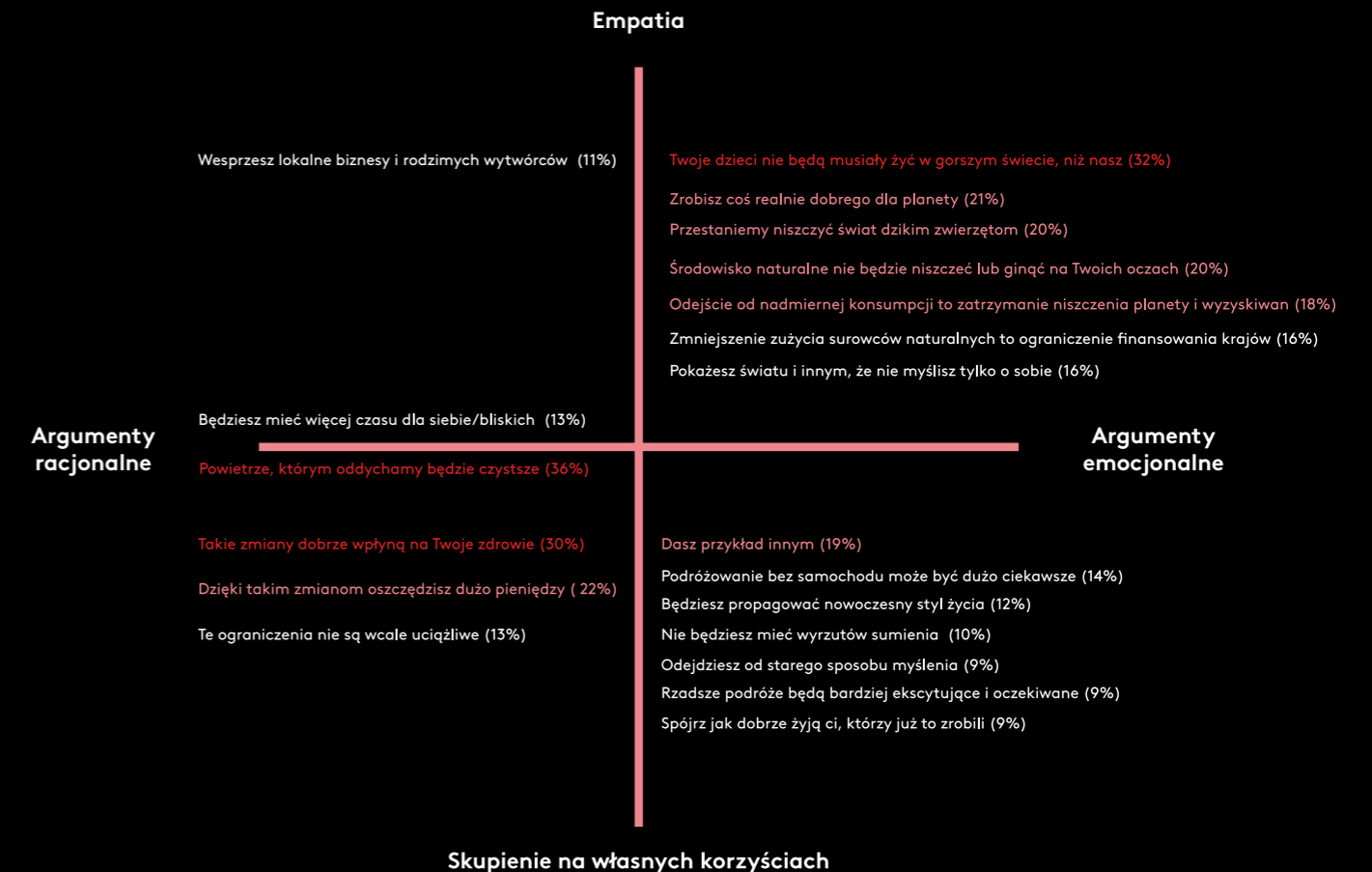
Wiemy już z poprzednich dwóch edycji „Ziemian”, że poziom edukacji środowiskowej Polek i Polaków pozostawia wiele do życzenia (średnia ocena z testu wiedzy o środowisku to dwójka z plusem). W tym miejscu badania pokazałyśmy więc respondentom i respondentkom gotową baterię

argumentów, których mogliby użyć w rozmowie z bliskimi czy znajomymi.

Okazuje się, że najlepiej zadziałają argumenty emocjonalne, o zabarwieniu empatycznym, przy czym empatia najlepiej działa w odniesieniu do innych ludzi (np. „Twoje dzieci nie będą musiały żyć w świecie gorszym niż nasz”) niż w odniesieniu do innych „graczy” w ekosystemie (np. „Przestaniemy niszczyć świat dzikim zwierzętom”).

Druga grupa skutecznych argumentów to te racjonalne, o zabarwieniu bardziej egoistycznym. Mogą one dotyczyć realnych oszczędności („Dzięki takim zmianom oszczędzisz

dużo pieniędzy”) albo zdrowia („Takie zmiany dobrze wpłyną na twoje zdrowie”). Obserwując sukcesy argumentacji racjonalnej (jak np. społeczna dyskusja i konkretne działania w obszarze ustaw antysmogowych po działaniach Krakowskiego Alarmu Smogowego) oraz biorąc pod uwagę finansowy aspekt rozpoczynającego się w związku z wojną w Ukrainie kryzysu energetycznego, należy zadać sobie pytanie, czy waga argumentacji racjonalnej i nastawionej na osobiste korzyści, może w najbliższych miesiącach rosnąć?



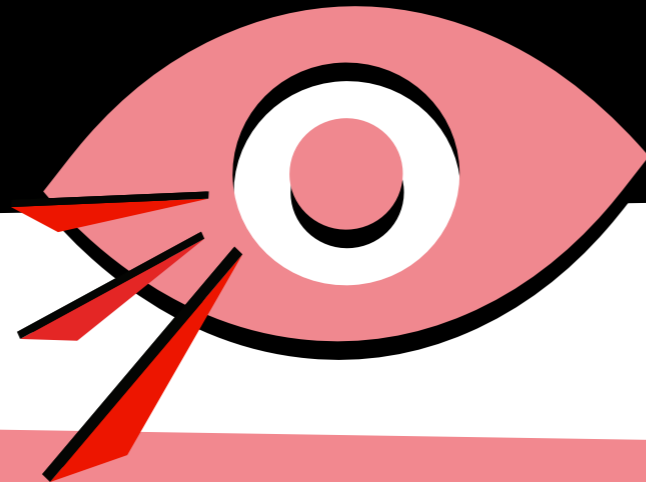
Q02. Wiele osób uważa, że wprowadzenie zmian w stylu życia na rzecz środowiska naturalnego może oznaczać więcej wyrzeczeń i mniej wigor. Jak myślisz, które z tych argumentów mogłyby przekonać Twoich bliskich/znajomych do takiej zmiany?  
 Źródło: Ziemianie Atakują, Kantar Polska 2019-2022, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

najmniej skuteczne  
 średnio skuteczne  
 najskuteczniejsze



# OKIEM EKSPERTA: W poszukiwaniu opowieści o klimacie

dr Jacek Wasilewski  
Medioznawca  
członek Komisji Żywego Słowa Rady Języka Polskiego,



W przypadku naszych działań nie umiemy jeszcze grać w grę pt. „połącz kropki”. Owszem, przyznajemy w ogólnej atmosferze kinowych dystopii, że nasze dzieci będą żyły w gorszym świecie. Ale tak naprawdę wypieramy informacje o tym, jaki to może być świat na tym naszym skrawku planety. Albo nie mamy o tym pojęcia.

W polskich narracjach dotyczących podcinania gałęzi, na której siedzi człowiek, widzimy kontaminację opowieści o czystości Ziemi, czyli odpadach, oraz problemach z klimatem, czyli paliwach kopalnych.

Czego możemy się wyrzec w imię „środowiska”? Używania jednorazowych przedmiotów. A więc to opowieść o śmieciach oraz wyspach plastiku na oceanach dotarła do powszechnej świadomości, również dlatego, że dzieci sprzątające Ziemię stały się już dorosłymi.

Czasem kwestia śmieci, a zwłaszcza

plastiku oraz smogu łączy się nam z opowieścią o emisjach dwutlenku węgla w jedną opowieść o klimacie, co powoduje, że bardziej jesteśmy gotowi na wyrzeczenie w postaci rezygnacji z plastikowych naczyń niż na próby ograniczenia śladu węglowego, bo w naszych głowach ograniczenie plastiku to już „odhaczenie” z listy wyrzutów sumienia rzeczzonego klimatu. Śmieci widać i są na wyciągnięcie ręki, natomiast CO<sub>2</sub> nie. Kotły gazowe są dobre, bo nie powodują smogu, ale są złe, bo zwiększają ślad węglowy. To pomieszanie próśrodo-wiskowych narracji. Druga

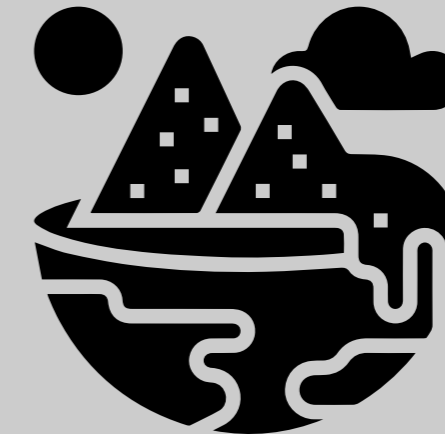
sprawa – nasza gotowość do rezygnacji z jednorazowych słomek pokazuje, że ciągle jest to opowieść o odpowiedzialności konsumentów, a nie obywateli. W raporcie widzimy, jak daleko na liście działań do podjęcia jest nacisk na wybór polityków, którzy nadają wysoki priorytet walce z ocieplaniem klimatu i odejściem od polityki węglowej. A przecież problemy z transformacją w Polsce wynikają właśnie przez zaniedbania w decyzjach politycznych. Te rządowe opowieści o węglu na 200 lat zrobiły skutecznie wiele niedobrego – bo trudno się z tego teraz z twarzą wycofać.

I jak widać, w porównaniu z rokiem przed pandemią, teraz mniej osób uważa, że to rząd powinien coś zrobić. Polityka celów zrównoważonego rozwoju, podjęta przez koncerny i będąca reakcją na trendy społeczne na zachodzie, jest przez wiele osób postrzegana jako właściwa droga. Uważają oni, że koncerny same powinny się ograniczać, a nie, że to rząd ma czynić do tego odpowiednie prawne zachęty.

Z kwestiami klimatu przeplatają się narracje o smogu. Wysłunięcie go na pierwsze miejsce jako przekonującego argumentu o czystym powietrzu to znowu kwestia pomylenia smogu – który widać – z dwutlenkiem węgla, którego nie widać.

W informacjach o zbliżającym się przegrzaniu atmosfery operuje się średnimi temperaturami – plus 1,5 stopnia, plus 2. To powoduje, że problem braku wiedzy o konsekwencjach ocieplenia jest bagatelizowany. Jeśli osiągnęliśmy zrozumienie w kwestii czystości powietrza, być może zasadne jest potraktowanie CO<sub>2</sub> czy metanu jako odpadu czy śmieci – wtedy sprawiedliwe będzie, że za ich wyrzucanie do atmosfery powinno się płać. Do tej pory w Polsce powszechnie się mówiło o smogu – dlatego w argumentach, które mają przekonywać do próśrodo-wiskowych zachowań to

zdrowie podawane jest jako kluczowy argument. Tymczasem główne zagrożenia będą dotyczyć cen, bezpieczeństwa przemysłu, rolnictwa i możliwości życia na niektórych terenach. Nasze środowisko będzie bowiem po prostu zmienione: domy zalane, tra-



decyjne rośliny niezdolne do dalszego wzrostu itd. To dowód na to, że w dotychczasowych opowieściach o tym, co robimy ze środowiskiem, nie przekładamy zjawisk fizycznych na konkretne elementy naszego życia społecznego i życia naszych dzieci. Może zmieniłoby to wówczas rodzaj zajęć dodatkowych, na które je w naiwnym optymizmie zapisujemy?

Argumenty o ratowaniu planety czy dzikich zwierząt są bardzo ważne.

Przekonują jednak tylko najwrażliwszych, którzy mają większą empatię. Tymczasem przy obecnych postawach powinniśmy się skupić na polskim środowisku naturalnym – na naszej granicy morskiej czy fragmencie planety, jakim są np. działki na Żuławach albo bieg rzeki Odry.

Obecne narracje nie są więc ani humanistyczne ani społeczne. Są fizykalne, jak w filmie dokumentalnym. Gotowość do wyrzeczeń ciągle wiąże się ze stylem życia, a nie przeżycia – a właśnie problem z ewentualnym przeżyciem był tym, co zadziało przy wprowadzaniu radykalnych środków na świecie w obliczu pandemii.

W przypadku naszych działań nie umiemy jeszcze grać w grę pt. „połącz kropki”. Owszem, przyznajemy w ogólnej atmosferze kinowych dystopii, że nasze dzieci będą żyły w gorszym świecie. Ale tak naprawdę wypieramy informacje o tym, jaki to może być świat na tym naszym skrawku planety. W narracjach nie pojawiają się jeszcze koszty, np. tego, jak podwojenie liczby upalnych dni powyżej 30°C przełoży się na wydatki związane z klimatyzacją i ogólną uciążliwością

przebywania na dworze. W wynikach badania w zestawie argumentów, jakie wydają się przekonujące dla badanych pojawia się na 3 miejscu argument o tym, że „dzięki takim zmianom oszczędzę dużo pieniędzy”. Wygląda jednak na to, że dotyczy to obniżenia rachunków związanych np. z produkcją prądu przez OZE, a z prawdziwych kosztów nie zdajemy sobie jeszcze sprawy.

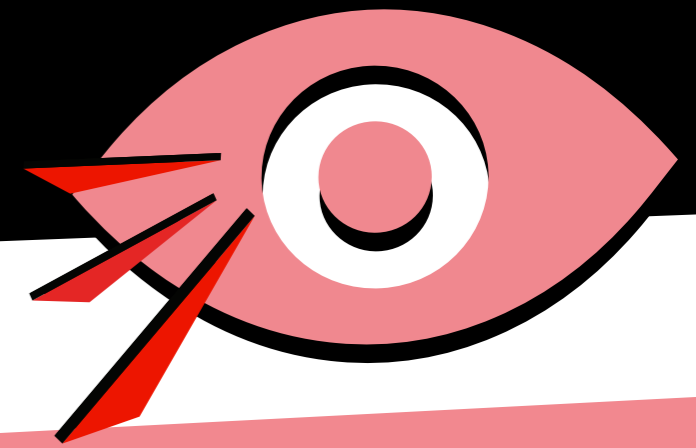
Wszystko to sytuuje nas w miejscu przysłowiowej żaby w kociołku<sup>12</sup>.

Powolne zmiany nie wydają się ani pilne ani łatwe do wyobrażenia, tak jak wtedy, gdy myślimy o wojnie czy śmierci w chorobie. Dlatego niektóre narracje opierają się na zachowaniach autoprezentacyjnych, np. „pokaż światu, że nie zależy Ci tylko na sobie”. Tymczasem w tym przypadku chodzi właśnie o nasze egoistyczne działanie. Każdemu powinno zależeć na nim samym i rodzinie. To we wspólnym działaniu ma widzieć ratunek. Działaniu racjonalnym. Opowieść o tym, że robimy to dla siebie, dla cen

żywności, dla spokojnych granic, dla utrzymania przynajmniej części tego, co mamy, jest jeszcze wciąż mało dostrzegalna. Niebawem rośliny na polach będą musiały być inne. Ale rolnicy nie mają tej opowieści. Ani nasz patriotyzm jej nie zawiera, bo jest skierowany w przeszłość. Nasze narracje przypominają narracje lemingów, które lecąc ze skały, powtarzają, że przynajmniej się przewietrzą.

<sup>12</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Boiling\\_frog](https://en.wikipedia.org/wiki/Boiling_frog)

# OKIEM EKSPERTÓW: A może zmieni argumentację?



Mateusz Galica, Lata Dwudzieste  
Bartek Klimaszewski, BBDO  
Jan Wykrytowicz, TV3 Group

Trzeba wstrząsu, by zmienić naszą optykę na sposób konsumpcji paliw.

## Postawy względem troski o środowisko

Ograniczenie się  
na rzecz zmian na  
lepszé

**Każdy powinien się indywidualnie ograniczać**

Problem indywidualizacji działań  
propagowanie konsumenckiej zmiany produktów na przyjazne środowisku



**Co ja mogę? Zresztą kto wie, dlaczego zmienia się klimat.**

Problem negowania własnej sprawczości, denializm, bezradność

**Trzeba zmienić politykę energetyczną państwa**

Problem ram prawnych działań  
Propagowanie instytucjonalnej zmiany systemowej produkcji na przyjazną środowisku



**To inni są odpowiedzialni**

Problem zrzucania kosztów na inne kraje, bogatsze i zasłaniania się kosztami transformacji, niewidzenie transformacji jako inwestycji społecznej

Regulacje władz muszą pomóc zmienić warunki, w których działają ludzie

Mamy prawo do rozwoju, żeby żyć godnie

Każdy ma obowiązek

24 lutego 2022 r. wszyscy z niedowierzaniem czytaliśmy nagłówki w portalach: Rosja zaatakowała zbrojnie Ukrainę. Po chwili oszołomienia bardzo szybko przyszły działania. Polacy na niespotykaną skalę zaczęli pomagać Ukraińcom: wpłacali pieniądze na organizacje pomocowe, udostępniali swoje mieszkania, pracowali jako wolontariusze na dworcach.

Wtedy właśnie – wraz z garścią praktyków z obszarów mediów, komunikacji, strategii i energetyki – postanowiliśmy dołożyć swoją cegiełkę i uruchomiliśmy kampanię #mysanctions. Po latach rozczarowań, że Europejczycy nie rozumieją skomplikowanej materii emisji gazów

cieplarnianych, zużycia energii i jego wpływu na środowisko naturalne, nagle temat spalania węgla, ropy naftowej i gazu pojawił się niemal w każdym europejskim domu. Wtedy postanowiliśmy odwrócić retorykę i zaproponować Europejczykom, by nałożyli swoje własne sankcje na machinę wojenną Putina.

W rekordowym tempie kilku tygodni powstała strategia kampanii, nakręcono trzy spoty reklamowe (dostępne do emisji w wielu językach w różnych krajach Europy), powstała strona internetowa, za pomocą której można było zadeklarować, jakie sankcje jesteśmy w stanie nałożyć. Wykorzystanie technologii

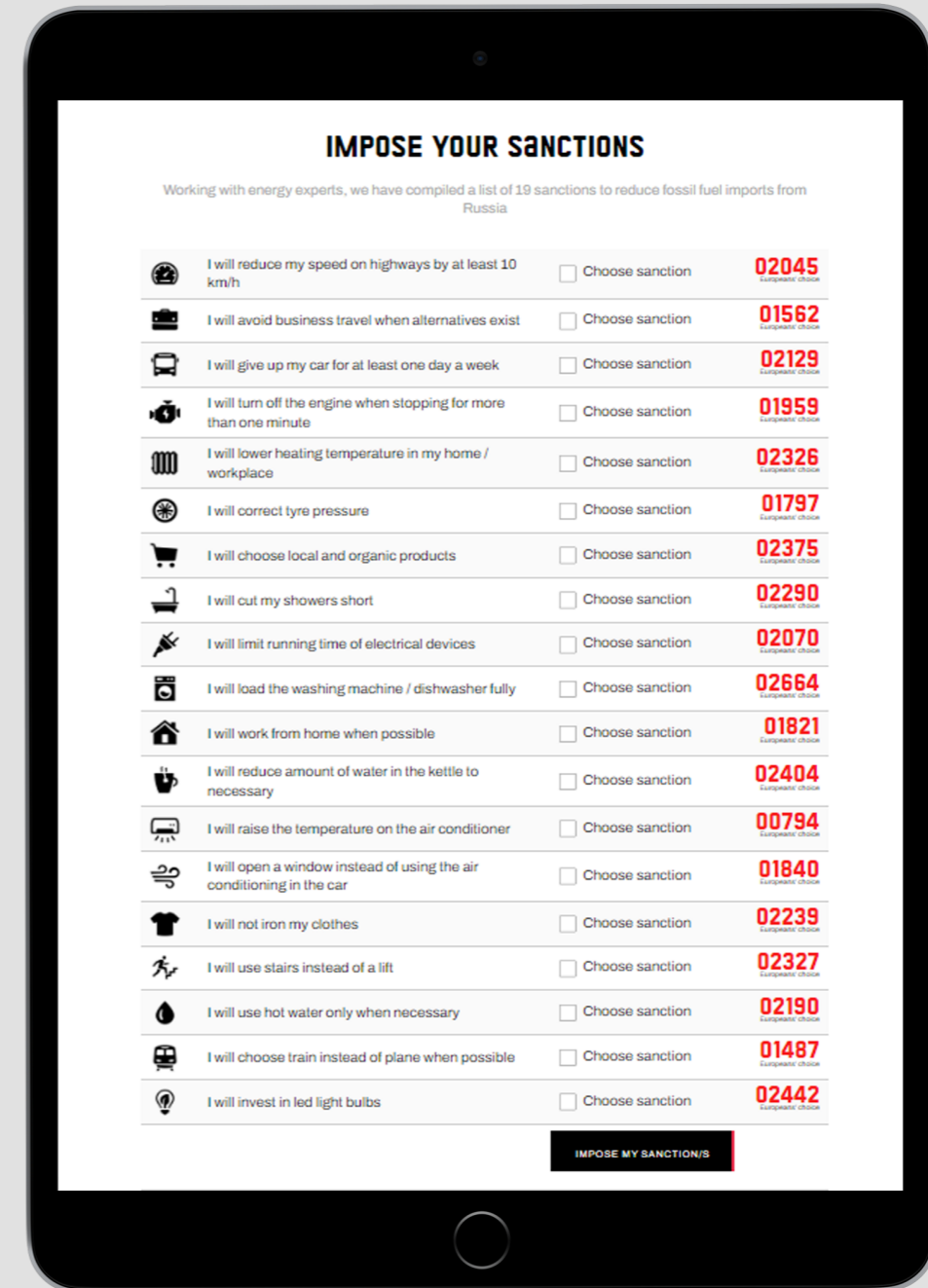
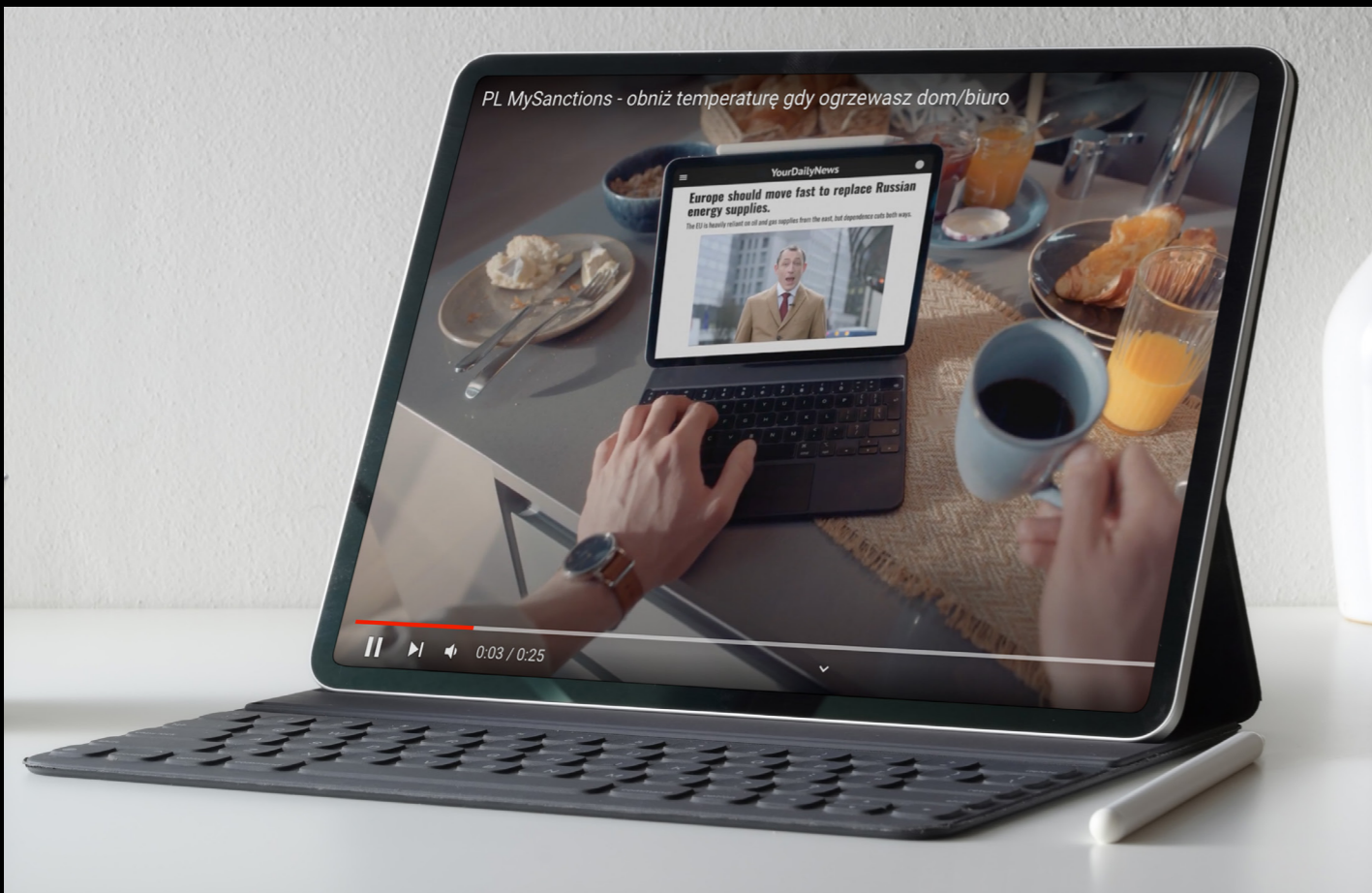
rozszerzonej rzeczywistości (AR) pozwoliło Europejczykom skierować smartfon na niebo nad swoim miastem i wyobrazić sobie, jak wyglądałoby ono, gdyby zostało zaatakowane przez rosyjskie siły zbrojne. Sama lista sankcji, czyli możliwych zmian zachowań, powstała przy współpracy z czołowymi polskimi ekspertami z dziedziny energetyki i zmian klimatu. Dzięki temu, społeczeństwa dowiedziały się, że mogą utrudnić reżimowi prowadzenie wojny np. zmniejszając temperaturę ogrzewania o 1°C Celsjusza lub dbając o prawidłowe ciśnienie w oponach w swoim samochodzie.

W ciągu pierwszych trzech miesięcy w samej Polsce przekaz dotarł (według analiz Instytutu Monitorowania Mediów) do ok. 1,7 mln osób. Kampania odbyła się także w innych krajach, takich jak Litwa, Łotwa, Estonia, Ukraina, Gruzja czy Mołdawia. Eksperci od komunikacji twierdzą, że akcja przyczyniła się do spopularyzowania dyskusji o konieczności odejścia od zużycia paliw kopalnych.

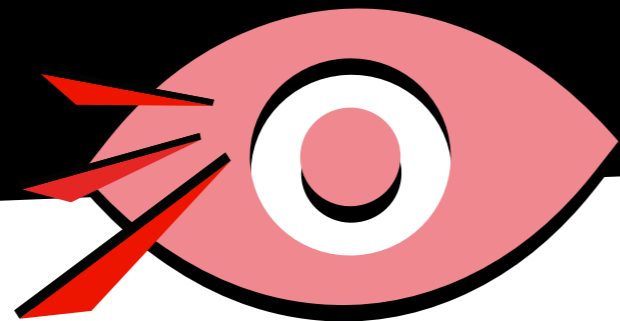
Pracując przy #mysanctions mieliśmy od początku mieszane uczucia. Z jednej strony w zachwyt i podziw wprawiło tempo prac i sam fakt, że wszyscy zaangażowani (stratedzy, duża agencja reklamowa, znane studio filmowe, agencja projektująca stronę WWW, eksperci energetyczni, stacje telewizyjne) postanowili zrobić to dla sprawy, pro bono. Z drugiej

jednak strony cały czas tliła się smutna myśl, że dopiero drastyczne wydarzenia i zagrożenie życia sprawiają, że na szerszą skalę pojawia się jakaś refleksja na temat naszego niefrasobliwego stylu życia i konsumpcji.

[www.mysanctions.pl](http://www.mysanctions.pl)



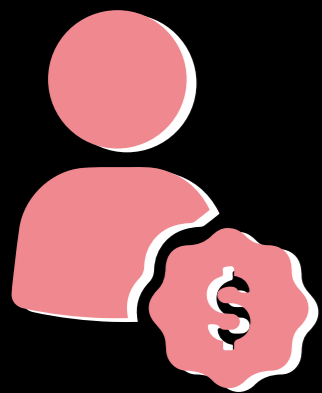
# OKIEM EKSPERTA: Jak robić skuteczny greenwashing: tych 7 porad pozwoli Ci to osiągnąć



Barbara Rogala  
Maryjka Szurowska  
Daniel Rząsa  
300klimat

Chcesz, żeby Twoja firma był bardziej „eko”, nie robiąc przy tym absolutnie nic? Specjalnie dla Ciebie przygotowaliśmy siedem porad na skuteczny greenwashing.

Uwaga: tekst ma charakter satyryczny.



## 1. Klient – nasz pan

Przy każdej okazji głoś publicznie, że Twoja korporacja, firma czy też ogólnie biznes dla środowiska zrobiłyby wszystko. Nawet zrezygnowały ze swojej głównej działalności i zastąpiły ją inną.

Jedyny problem to klient, bo – wbrew licznym badaniom, które sugerują inaczej – on tak naprawdę nie chce tych proekologicznych zmian. Nie jest na nie gotowy.

Klient (zawsze wbrew regule języka pisz to słowo wielką literą, aby było wiadomo, że jest dla Twojej firmy najważniejszy na świecie) marzy o tym, żebyś dalej emitował te gazy cieplarniane.

Klient przecież uwielbia jeść z jednorazowych plastikowych talerzyków. Ach, nie ma nic wspanialszego niż pokrojenie krwistego burgera (także w wersji wegańskiej) plastikowym nożem, prawda? Cieszy się też, że zjadane przez niego słodczyce przyczyniają się do zagłady lasów tropikalnych i orangutanów.

Dlatego każdy zielony gest Twojego biznesu to batalia z niechętnym Klientem.

Last but not least – pamiętaj, że Klientowi bardzo zależy, aby każdy element kupowanego produktu był wytwarzany przez niechodzące do szkoły dzieci w najdalszych zakątkach Ziemi. T-shirt za 20 zł z fabryki w Bangladeszu zlokalizowanej w budynku, z którego w razie pożaru nie da się uciec? Czytasz w naszych myślach.

Bo klient, pardon, Klient – nasz Pan!

## 2. Mydlenie oczu opakowaniem

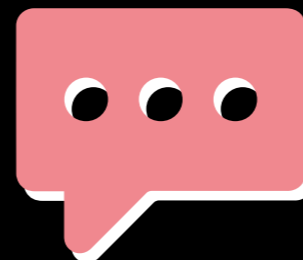
Zmień opakowania swojego nieekologicznego produktu i dodaj mu w nazwie przedrostek „eko”. Albo „bio”. Albo „green”. Lub też – jeśli nie możesz dodać przedrostków, bo jednak musiałbyś w tym celu rzeczywiście coś zrobić – chociaż narysuj pandę na opakowaniu, bo to przecież neutralny symbol.

No bo jak wrzuci się węgiel albo szkodliwe środki chemiczne do tekturowego pudełka z zielonym listkiem, to od razu jakoś tak „ekologiczniej” się emituje te zanieczyszczenia, prawda?

I co najważniejsze: to działa! Ucz się od najlepszych: np. tych, którzy ochrzcili dawno temu czarny, brudny węgiel lekką i zieloną nazwą „ekogroszek” i voilà! Dziś prawie połowa (43%) jego użytkowników w Polsce uważa go za produkt ekologiczny.

A jak jeszcze dorzucisz papierową słomkę do tego całego zestawu, to klękać narody! Zreformowany przez biznes na zielono Klient (patrz punkt pierwszy) na pewno chętnie dopłaci za przywilej korzystania z takiego dobra.

Co z tego, że ta papierowa słomka to zaledwie jeden z piętnastu sztuk odpadów, które powstały podczas sprzedaży Twojego posiłku i większość jest – jakby to ująć – raczej mało zielona? Liczą się chęci, c’nie?



## 3. Mętnie, ale chyba zielono

Opisuj swoją działalność i wpływ na środowisko w sposób tak mętny, jak to tylko możliwe. Bądź niezrozumiały nie tylko dla ekspertów z dziedziny, ale i dla samego siebie.

Anglicyzmy, profesjolekty i mówienie ogólnikami pozwalają stworzyć wrażenie, że robisz coś poważnego i znaczącego. Jeśli w swoim odczuciu brzmisz jak misja humanitarna i ekspert od energetyki w jednym, to na pewno tak rzeczywiście jest.

## 4. Pytajcie, a skomplikujecie

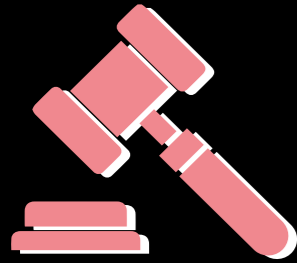
Zatrudnij też eksperta od CSR, zrównoważonego rozwoju i klimatu. Jest Ci potrzebny nie po to, żeby rzeczywiście wnieść wiedzę na te tematy do firmy. Chodzi o to, żeby ciągle publicznie pytał, co właściwie znaczą te słowa „eko”, „green”, „bio”, „greenwashing”, „zmiana klimatu”. No, co one znaczą???

No bo może akurat w przypadku naszej firmy przedrostek „eko” oznaczał ekonomiczny? Pomyśleliście o tym, Wy, ekolodzy, kiedy zarzuciliście, że nasz produkt nie jest „eko”? A poza tym nasza firma uważa, że „ekologiczny” to po prostu mniej zanieczyszczający środowisko niż XIX-wieczne fabryki. Dajmy spokój z tym ekoterrorem.

Co to znaczy, że ktoś inwestuje w węgiel? Chyba nie to, że ma akcje kopalni? Nie, bo przecież posiadanie czyichś akcji to wcale nie inwestowanie, a już na pewno nie jesteśmy wtedy czyimś współwłaścicielem. A zresztą my tylko „zarządzamy” czyimiś pieniędzmi, to ICH wina, że kupiliśmy spółki węglowe, nie nasza.

Przynajmniej dziś tak uważamy. Bo jak kupimy akcje farm OZE, to nazwiemy się inwestorami, reformatorami, wizjonerami!





### 5. Wyprzedzaj prawo

Jeśli Twój kraj wprowadza przepisy, które wymuszają bardziej ekologiczne działanie, możesz się na tym wylansować. Wprowadź wymagane zmiany, żeby uniknąć kar. Nie zapomnij jednak podkreślać, że robisz to tylko z troski o naturę, a prawo nie ma z tym nic wspólnego. Twoja korporacja wyznacza trendy, które prawo dopiero naśladowuje. Szykuje się wyższa opłata za nieoczyszczone ścieki? Szybko, szybko – zbudujmy oczyszczalnię i opowiedzmy o tym, jak dbamy o każdą kroplę wody. Co z tego, że dopiero od wczoraj, za to z całego serca. W kraju, w którym działa Twoja korporacja szykuje się transformacja energetyczna? To świetny moment, żeby ogłosić, że do 2035 r. prąd w biurach będziecie czerpać z energii odnawialnej. Tylko nie przestrzelcie... będzie jej 15% więcej niż dziś? Ok, jakoś damy radę. Takie poświęcenia tylko dla Natury (oczywiście wielką literą, bo dbamy o nią tak samo jak o Klienta).

### 6. Działaj, ale oszczędnie

Zrób dla natury coś naprawdę, zainwestuj w jej ochronę. Koniecznie jednak zaplanuj to tak, żeby koszt tej inwestycji przerzucić w całości na klienta.

Proponujemy hasło reklamowe: „Masz nieczyste zielone sumienie? Zapłać naszej firmie 20% więcej za naszą opartą na paliwach kopalnych usługę, a my w zamian zaadoptujemy za Ciebie jakieś drzewo tlenowe na kole podbiegunowym”.

Jednocześnie zadbaj, żeby nadal przelewać firmowe miliony na wydobycie kopalni albo chociaż wycinkę Amazonii.

Więc jeśli np. jesteś dużą linią lotniczą, zrób tak. Zamiast pomagać klientom optymalnie planować podróże, po prostu podczas zakupu biletu oferuj im, żeby dopłacili dobrowolnie „na zrównoważenie swoich emisji”.

Bo to przecież ON lata, nie TY, prawda? I to on, Klient, CHCE lecieć z Warszawy do Londynu przez Ateny, a fakt, że taryfy są tak pomyślane, że lot z przesiadką jest 50% tańszy od tego bezpośredniego – no cóż, przecież to tylko biznes.



### 7. Jak to robią celebryci

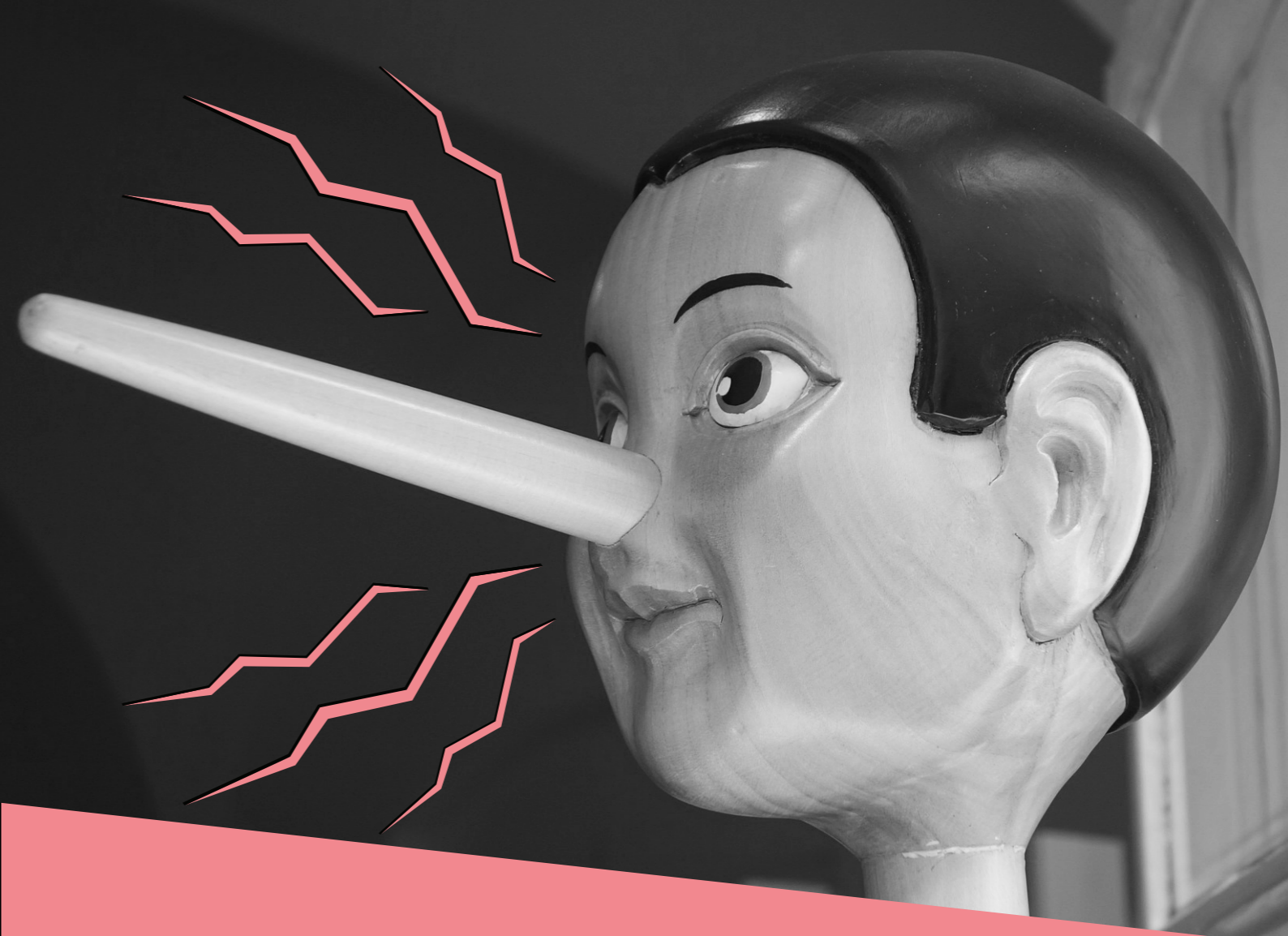
Teraz mamy gratkę dla prawdziwych wizjonerów i mistrzów marketingu. Zaczynaj zmieniać ludzkość za pomocą wysokoenergetycznej technologii, przy której trzeba dużo produkować i zużywać dużo paliwa.

Aby rozkręcić ten biznes kup sobie prywatny odrzutowiec, którym będziesz latać po globie na spotkania – dla promocji osobistej warto, aby ktoś prowadził konto w mediach społecznościowych, które informuje, gdzie twój prywatny Jet aktualnie się znajduje.

W pewnym momencie ogłoś, że oddasz 0,00005% swojego majątku komuś, kto wymyśli technologię, która pochłonie cały ten dwutlenek węgla, który wyprodukowałeś, żeby zarobić swoje miliardy.

Wszyscy będą pod wrażeniem tego, jak dbasz o planetę. Dostaniesz więc jeszcze więcej zaproszeń na rozmowy na drugim końcu świata, na które będziesz mógł polecieć tym swoim słynnym Jetem.

W końcu nie bez kozery mówią na ciebie Elon Mózg.



Tekst został opublikowany na portalu [300gospodarka.pl/300klimat](https://300gospodarka.pl/300klimat)

# OD SŁÓW DO CZYNÓW

Jak przeciwdziałać  
katastrofie  
klimatycznej?

# Nie wszyscy chcą się zmieniać

## Bodziec do zmiany zachowań płynie od pokolenia X.

Zarówno wyniki raportu „Ziemia atakuje”, jak i innych badań społecznych, z którymi się stykamy w kontekście katastrofy klimatycznej, wskazują że wprawdzie Polacy są mocno zaniepokojeni stanem środowiska naturalnego, przeszkadza im zanieczyszczenie powietrza, nadmierna konsumpcja i naruszanie równowagi w przyrodzie, ale zapytani o konkretne działania, które wdrażają na co dzień, niestety rozkładają ręce. Jako usprawiedliwienie podają (szczególnie w tym roku) kiepskie warunki finansowe, brak czasu, brak wiedzy o tym, co właściwie należy zrobić. A w ogóle to najlepiej niech zajmą się tym inni – władze i korporacje.

W tegorocznym rankingu gotowości do wyrzeczeń na uwagę zasługują trzy zjawiska:

1

Wydaje się, że erę mody na papierowe słomki, talerzyki i opakowania mamy już za sobą. Być może dlatego, że sporo działań (wymuszonych przez ustawodawcę) zostało już wdrożonych, a być może Polacy dostrzegli wreszcie fasadowość tych zachowań. Zamiast tego na czele rankingu mamy w tym roku „będę mniej kupować i wyrzucać”. Jest to dobrą wiadomością o tyle, że stanowi zapowiedź tego, że konsumenci produktów i usług zaczynają dostrzegać związek przyczynowo-skutkowy pomiędzy nadmierną konsumpcją a dewastacją środowiska naturalnego. W takim nastawieniu „pomaga” także inflacja oraz obniżenie komfortu finansowego społeczeństwa.

2

Na uwagę zasługuje istotny wzrost deklaracji „znaczco ograniczę jedzenie mięsa”. Wprawdzie od lat obserwujemy modę na wegetarianizm i weganizm, a Warszawę już jakiś czas temu obwołano europejską liderką w dziedzinie liczby wegetariańskich restauracji, jednak trend ten dotyczył tylko marginesu społeczeństwa, a dane o wielkości sprzedaży mięsa wskazywały od lat, że jest to rynek rosnący. Być może ten wynik badania jest pierwszą jaskółką pewnej zmiany w kulinarnych wyborach Polek i Polaków.

3

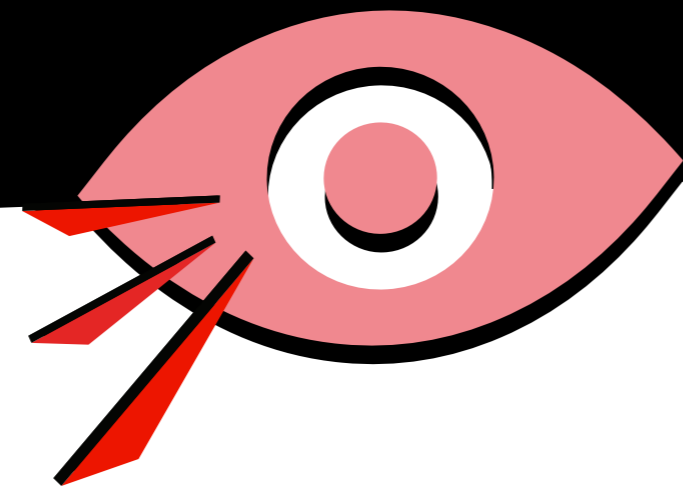
Trzecia obserwacja dotyczy demografii. Okazuje się, że większą gotowość do wyrzeczeń (ograniczenie konsumpcji, zmiana sposobu przemieszczania się, ograniczenie konsumpcji mięsa) deklarują osoby starsze, z grupy wiekowej 46-65. To od pokolenia X wychodzi bodziec do zmiany zachowań w kontekście katastrofy klimatycznej. Młodsze osoby są mniej chętne do wyrzeczeń i częściej wręcz deklarują, że nie zamierzają zmieniać swoich zwyczajów.

### Gotowość do wyrzeczeń

Będę mniej kupować i wyrzucać	48%	
Znaczco ograniczę zużycie wody w gospodarstwie domowym	40%	
Całkowicie zrezygnuję z jednorazowych przedmiotów (słomek, torebek, talerzyków itp.)	39%	↓ 15 pp. vs. 2019
Będę wymieniał(a) sprzęt elektroniczny tylko, jeśli będzie to naprawdę potrzebne	37%	
Zapłacę za poprawę energooszczędności mojego domu	22%	↓ 5 pp. vs. 2020
Będę wybierał(a) bardziej ekologiczne środki transportu, nawet kosztem wygody	21%	
Znaczco ograniczę jedzenie mięsa	21%	↑ 6 pp. vs. 2020
Zagłosuję tylko na polityków, którzy zadeklarują wprowadzenie regulacji korzystnych dla środowiska	17%	↓ 5 pp. vs. 2019
Zrezygnuję z produktów i usług firm, które szkodzą środowisku, nawet kosztem wyższych cen	18%	
Będę przekonywał(a) innych do zachowań ekologicznych, nawet kosztem różnicy zdań	17%	
Poprę porzucenie przez Polskę energetyki węglowej, nawet kosztem kryzysu ekonomicznego	17%	↓ 4 pp. vs. 2019
Poważnie ograniczę korzystanie z własnego samochodu	16%	
Zaangażuję się w działalność na rzecz ochrony środowiska	10%	
Nic, sytuacja nie wymaga robienia czegokolwiek	8%	↑ 5 pp. vs. 2019

G17. Przyjmijmy, że każde z poniższych działań może pomóc środowisku naturalnemu. Co Ty osobicie jesteś gotowy(a) zrobić w ciągu najbliższych 2-3 lat? [pytanie wielokrotnego wyboru]  
Źródło: Ziemia atakuje, Kantar Polska 2019-2022.  
N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

# OKIEM EKSPERTA: Mięso i co dalej?



dr Maciej Konopka  
Wydział Wzornictwa  
na Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie  
fundacja Brandy LAB  
Marcin Pawilno-Pacewicz  
Kantar Polska

Według badania „Ziemia atakuje” z 2022 r., aż o 6% więcej Polek i Polaków zadeklarowało chęć ograniczenia spożycia mięsa. Czy to sygnał nadchodzącej zmiany? Aby to sprawdzić, wspólnie z zespołem studentów Wydziału Wzornictwa ASP w Warszawie, postanowiliśmy zbadać, jakie szanse rynkowe ma produkt „mięso syntetyczne”.

Zarówno badania, jak i publikacje naukowe podkreślają znaczący, negatywny wpływ przemysłowej hodowli bydła na środowisko. Wynika on z relatywnie niskiej efektywności przetwarzania przez zwierzęta pasz i wody na mięso<sup>13</sup>. Według analiz firmy konsultingowej Kearney, 1,3 kg roślin uprawnych wystarczy, by wytworzyć kilogram roślinnego odpowiednika mięsa. Natomiast 7 kg roślin uprawnych jest niezbędne, by wytworzyć 1 kg wagi krowy, z której zaledwie 40% będzie stanowiło mięso<sup>14</sup>.

Czy te dane docierają do Polek i Polaków? Wydaje się, że polscy konsumenci są mocno przywiązani do

produktów mięsnych. Czy ich postawa zaczyna ulegać zmianie?

Patrząc tylko na deklaracje, 68% Polek i Polaków czuje, że dzięki dokonywanym wyborom oraz podejmowanym działaniom może coś zmienić w otaczającym ich świecie. 56% jest przekonanych, że kupowanie produktów wytwarzanych w sposób zrównoważony lub wybieranie usług świadczonych z myślą o środowisku pokazuje innym, kim są i w co wierzą. Kiedy jednak przyjrzymy się opiniom pochodzącym z **Kantar Sustainability Index** okazuje się, że:

- Okrucieństwo wobec zwierząt znajduje się na szarym końcu w rankingach problemów zrównoważonego rozwoju. Jako ważniejsze postrzegane są tak istotne problemy jak np. zanieczyszczenie wody czy wszechobecność mikroplastiku.
- Ograniczenie ilości spożywanego mięsa czy przejście na weganizm znajdują się wśród najmniej chętnie podejmowanych na rzecz zrównoważonego rozwoju zachowań<sup>15</sup>.

<sup>13</sup> I. Djekica, „Environmental impact of meat industry – current status and future perspectives”, 2015

<sup>14</sup> C. Gerhardt, M. Warschun, D. Donnan, F. ZiemBen, „When consumers go vegan, how much meat will be left on the table for agribusiness?”, Kearney 2022; dostęp online: <https://bit.ly/3M3Ta9k>

<sup>15</sup> Kantar Sustainability Foundational Study 2021, N=1010

Jak wskazało badanie „Ziemia atakuje” z 2022 r., aż o 6% więcej Polek i Polaków zadeklarowało chęć ograniczenia spożycia mięsa. Czy to sygnał nadchodzącej zmiany?

Aby to sprawdzić, wspólnie z zespołem studentów Wydziału Wzornictwa ASP w Warszawie, pracujących pod kierunkiem prof. Macieja Konopki, postanowiliśmy zbadać, jakie szanse rynkowe ma produkt „mięso syntetyczne”.

Zmiany to również szok, niepewność i wiele mitów. Niektóre z tych mitów próbowaliśmy rozwiązać. Pokazując pomysły, jak przystało na projektantów i przygotowując podstawy, zgodnie z rolą strategów i badaczy. Przy takim temacie otwierają się przeróżne pola do dyskusji etycznej oraz zupełnie nowe wątki komunikacyjne, ale nadal pozostaje ważny aspekt sprzedaży i reakcji konsumenta. A zatem gdzie i w jakiej formie pakować? Czy pokazywać „zadowoloną świnkę” czy wręcz przeciwnie? Czy ukrywać jakiegokolwiek związek z laboratorium i udawać, że to mięso jak każde inne czy nie? Jak przełamać tabu? Czy w ogóle jest jakieś tabu? Jak nazwać i na jakie

benefity odbiorcy postawić w komunikacji – etyczne czy organoleptyczne? A także, jakby mimochodem, jak wielkie znaczenie ma dla Polek i Polaków kwestia cierpienia zwierząt lub brak tego cierpienia, zakomunikowany na opakowaniu.

Aby uzyskać choć zarys odpowiedzi przeprowadzono najpierw badania jakościowe.

W badaniu jakościowym w 2020 r. wzięło udział 12 projektów w dwóch grupach, po sześć projektów dla dwóch różnych grup odbiorców: tradycyjnej, konserwatywnej oraz nowoczesnej, poszukującej. Studenci przygotowali bardzo wiarygodne i przekonujące mockupy, a więc badani mieli możliwość wziąć do ręki imitację gotowego opakowania.

Kwestia konsekwencji dla środowiska naturalnego wyrażała się nie tylko w istocie samego tematu mięsa laboratoryjnego, ale i w poszukiwaniach materiałów opakowaniowych, które miały być tak dobrane, by te produkty przyszłości były w całości ekologiczne i w jak największej mierze biodegradowalne. Zaproponowano nowe rozwiązania, które można byłoby

zastosować do tego typu produktu, począwszy od certyfikowanego papieru ze źródeł odnawialnych po pojemniki z biopolimerów z przetworzonej trzciny cukrowej bądź konopi.

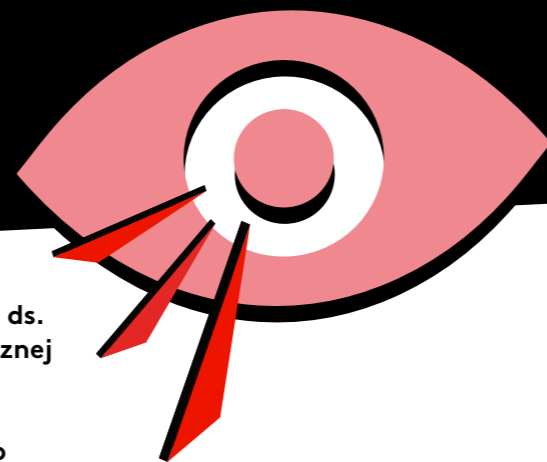
Kolejnym etapem był wybór projektów autorstwa ówczesnych studentów, a dziś już absolwentów Wydziału Wzornictwa, Agaty Droszcz, Małgorzaty Bartosiewicz i Konrada Dobrzyńskiego do drugiego badania w 2022 r. Opisaliliśmy je za pomocą tzw. konceptu marketingowego podkreślającego m.in. brak cierpienia zwierząt oraz pozytywne cechy mięsa komórkowego, np. brak konieczności stosowania antybiotyków w procesie produkcji. Dla porównania, w analogiczny sposób zbadaliśmy reakcje na jogurt z dodatkiem białka z dżdżownic oraz produkty zawierające białko z owadów.

W badaniu wykorzystaliśmy renomowaną metodę badawczą firmy Kantar Concept eValuate oraz możliwość ekspresowej realizacji badań na Kantar Marketplace. I tak, po 72 godzinach, wiedzieliśmy, jakie są szanse na sukces rynkowy testowanych produktów.





# OKIEM EKSPERTA: Opakowanie w sam raz



**Halina Brdulak, dr hab. prof. SGH, przewodnicząca Komisji Rektorskiej ds. Społecznej Odpowiedzialności Uczelni, przewodnicząca Rady Klimatycznej przy UNGC, honorowa prezeska Międzynarodowego Forum Kobiet**

**Ewa Lisowska, dr hab. prof. SGH, członkini zarządu Międzynarodowego Forum Kobiet i honorowa prezeska**

Alternatywnym podejściem do gospodarki linearnej, opartej na hasłach „weź-wyprodukuj-wyrzuć” jest gospodarka obiegu zamkniętego (GOZ), która ściśle wpisuje się w cele zrównoważonego rozwoju. Idea gospodarki obiegu zamkniętego polega na minimalizowaniu zużycia surowców przy równoczesnej minimalizacji odpadów. Jednocześnie zakłada się, że wytworzony produkt lub elementy w nim zawarte mogą być powtórnie użyte. Dodatkowo, istnieje wysoka podatność produktu na recykling.

Istota GOZ zawiera się w stwierdzeniu: „redukuj, użyj po raz kolejny, poddaj recyklingowi”. W tym modelu biznesu kluczowe są:

- długie użycie produktu,
- ekonomia współdzielenia (współużytkowanie, leasing),
- zastępowanie surowców naturalnych innymi produktami, które nadają się do recyklingu,
- zadbanie o minimalizację odpadów, a jeśli już powstają, to ich wykorzystanie.

W GOZ konieczne jest stworzenie systemu łączącego kwestie ekonomiczne z ekologicznymi i społecznymi. Sprzyjają temu zrównoważone łańcuchy dostaw, w których kwestie rentowności i zmniejszania negatywnego wpływu na środowisko stają się podstawą podejmowanych decyzji.

Ostatnie dwa lata – pandemia i wojna w Ukrainie – odcisnęły się na postawach i zachowaniach konsumentów w kontekście zachodzących zmian klimatycznych. Z tego właśnie powodu Międzynarodowe Forum Kobiet – stowarzyszenie kobiet biznesu i nauki, motywowane chęcią włączenia się w działania na rzecz ochrony środowiska i zainspirowane przez Rekopol – Organizację Odzysku Opakowań jako sponsora – podjęło się przeprowadzenia ogólnopolskiej kampanii informacyjno-edukacyjnej dotyczącej opakowań.

W ramach kampanii skupiono się na kosmetykach, których opakowania zewnętrzne są często zbyt duże w stosunku do zawartości, ale także

niepodatne na recykling i/lub powtórne użycie. Z kolei opakowania wewnętrzne (słoiczki, tubki itp.) nie są wykonane z materiałów ekologicznych.

Kampania, która jest w trakcie realizacji, wykazała, że jedna trzecia społeczeństwa jest zorientowana proekologicznie. Większość w tej grupie stanowią kobiety. Wskazywały one, że czynnikami hamującymi postawy proekologiczne są wysokie ceny produktów, w tym również produktów określanymi jako ekologiczne, niewielka oferta rynkowa w tym zakresie, ale także brak zaufania do firm, które określają swoje produkty jako ekologiczne. Wrażenie braku autentyczności i wybiórczości działań przedsiębiorstw w tym zakresie w dużej mierze pokrywało się z diagnozą o wykorzystywaniu „ekologii” jako zabiegu marketingowego. Rozproszona odpowiedzialność (inni tego nie robią) oraz zmęczenie sytuacją zewnętrzną (pandemia, wojna, kryzys energetyczny) również miały wpływ na prezentowane zachowania i postawy.

W kampanii ujawnił się brak wiedzy o tym, jak definiować opakowanie ekologiczne i co oznaczają symbole, które są umieszczone na opakowaniu. Chaos, jaki panuje w tej kwestii na rynku, również medialnym, nie pozwala jednoznacznie określić, jak powinno wyglądać i z jakich surowców może być zrobione opakowanie, aby zostało uznane za ekologiczne.

Brakuje również standardów w zakresie obrazkowego określania rodzaju opakowania.

Na koniec warto dodać, że sytuacje kryzysowe nie sprzyjają kreowaniu postaw proekologicznych. W takich czasach utrzymuje się lub nawet wzrasta (w gronie osób, które na nie stać) popyt na dobra luksusowe, zwłaszcza kosmetyki, które najczęściej

nie są opakowane ekologicznie. Jest to efekt rekompensaty niedoboru w innych obszarach. Zmiana mogłaby nastąpić w wyniku wprowadzenia przez uznane i lubiane marki kosmetyczne „opakowania w sam raz”, adekwatnego do rozmiaru produktu oraz ekologicznego.



# Nie wiem, nie interesuję się, nie mam pieniędzy

Potrzeby środowiska traktujemy jak nagabywanie żebraka.

Po tym, jak – jako cywilizacja – doprowadziliśmy do katastrofy klimatycznej, obecnie wobec potrzeb Ziemi mamy stosunek jak do napożkanego na ulicy żebraka. „Chciałbym pomóc, ale nie wiem, jak”, „Nie mam pieniędzy”, „Moja pomoc i tak niewiele zmieni”.

Optymizmem wprawdzie może napawać fakt, że niemal 1/3 badanych deklaruje, że robi coraz więcej, aby chronić środowisko, a podobna część osób chciałaby robić jeszcze więcej, jednak bliższe przyjrzenie się wynikom badania nie daje wielu powodów do satysfakcji.

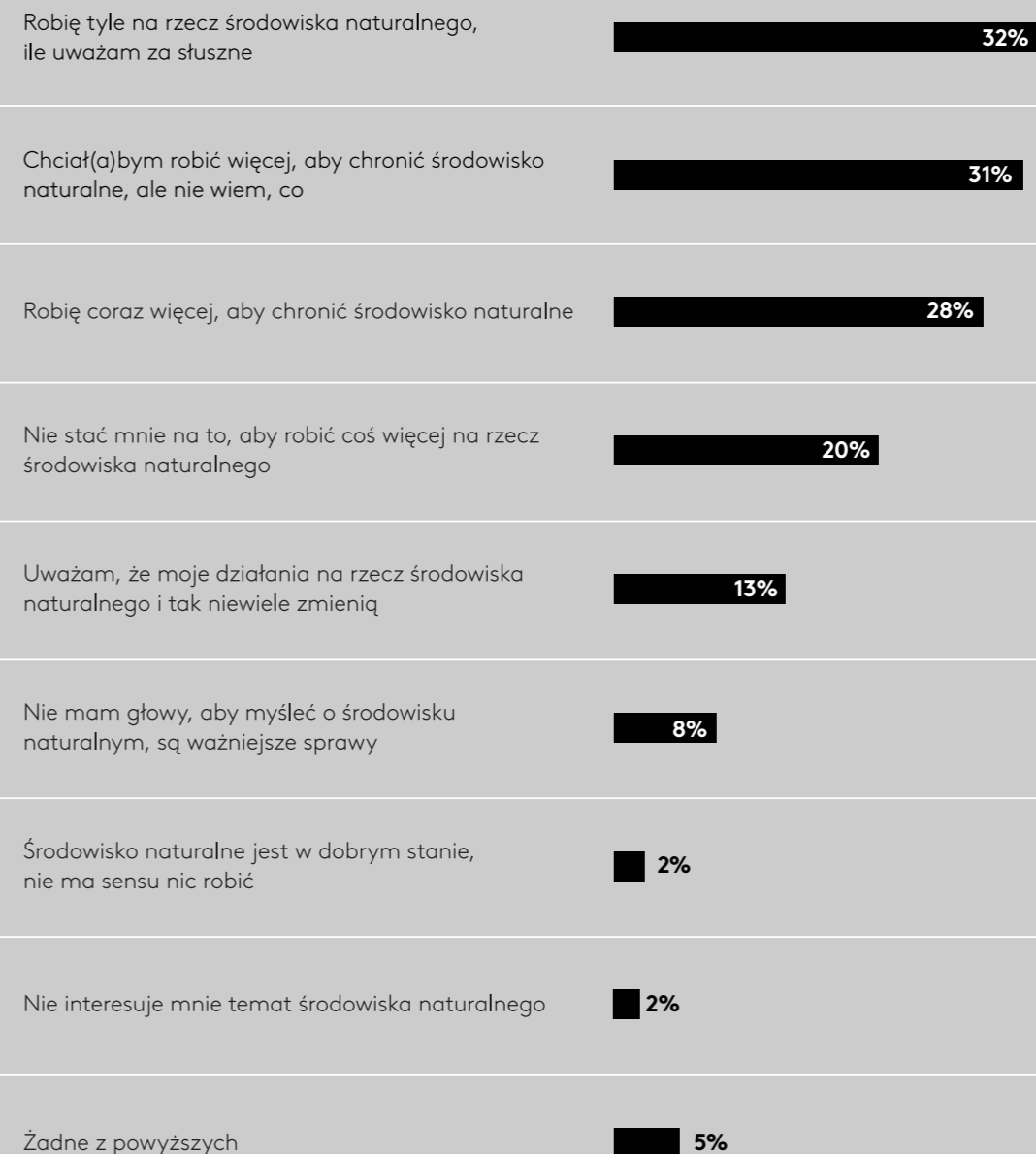
Rośnie jednocześnie odsetek osób, które wyraźnie deklarują, że nie stać

ich na „zabawę” w ratowanie natury (trzeba pamiętać, że badanie zostało zrealizowane w chwili, gdy po raz kolejny NBP podniósł stopy procentowe, wskaźnik inflacji przekroczył 16%, w przestrzeni medialnej nasilała się panika przed zimowym kryzysem energetycznym, a szef partii rządzącej oświadczył „Trzeba w tej chwili palić wszystkim, no poza oczywiście opo-nami i tym podobnymi rzeczami”).

Analiza aktywności środowiskowej to kolejny obszar, gdzie widać spadek zaangażowania młodych ludzi, którzy coraz rzadziej deklarują, że chcieliby robić więcej, aby chronić środowisko. Częściej wskazują na odpowiedź „Nie mam głowy, aby myśleć o środowisku

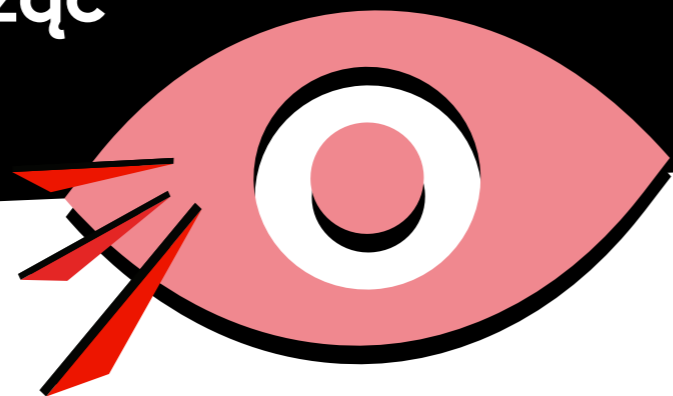
naturalnym, są ważniejsze sprawy”. Za pomocą wyników badań społecznych, młodzi ludzie zdają się krzywić: „Obiecycywalicie nam lepszy świat, tymczasem oferujecie nam śmieciowe umowy, przez co nie jesteśmy w stanie zaplanować sobie przyszłości. Zresztą i tak zepsuliście nam tę przyszłość, doprowadzając do katastrofy klimatycznej, a teraz jeszcze mówicie, że to nasza sprawa”. Zobaczmy, jak potoczą się losy społecznego potencjału do walki ze zmianą klimatu w kolejnych, przyszłych falach „Ziemiań”. Na razie jednak analiza demograficzna nie daje powodów do optymizmu.

## Motywacja do działania



Q6. A które z poniższych stwierdzeń są Ci najbliższe? Źródło: Ziemiańskie Atakują, Kantar Polska 2019-2020, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65. Źródło: Ziemiańskie Atakują.

# OKIEM EKSPERTA: Krótki poradnik o tym, jak zostać transportową rewolucjonistką/ rewolucjonistą i zacząć ratować świat.



Hubert Różyk  
Fundacja Promocji Pojazdów Elektrycznych

To tekst dla jednej trzeciej z nas – tych, którzy chcą zrobić coś dla środowiska, ale nie wiedzą, jak. Może też dla tych 13% tych, którzy uważają, że ich działania nie mają znaczenia. To będzie tekst o rewolucji, która zaczyna się od drobnej zmiany w Twojej głowie, a potem życiu. Transport to sfera, w której najszybciej zobaczymy i odczujemy efekty zmian.

Nic się nie zmienia. Pewnego dnia jednak drobna zmiana uruchamia lawinę nieoczywistych zdarzeń w życiu bohatera. Znamy zapewne te filmowe sekwencje. Z naszym podejściem do transportu powinno być właśnie tak jak w takich filmach. Niepozorna zmiana powinna uruchomić w życiu każdej i każdego z nas serię przemian, które będą miały znaczenie dla klimatu i zdrowia.

## Procenty i napełnianie tankowców

Transport odpowiada za 20% całej emisji gazów cieplarnianych w Unii Europejskiej. Emisje z rur wydechowych samochodów rosną nieprzerwanie od ponad 30 lat<sup>16</sup><sup>17</sup>. Samochody generują 71,7% emisji dwutlenku węgla<sup>18</sup>. Za tymi liczbami kryje się historia naszej codzienności. Co rano miliony osób siadają za kierownicą. A gdybyśmy sprawili, że ludzie w większych miastach Europy raz w tygodniu rezygnowaliby z samochodu? Efekty byłyby spektakularne. Zaoszczędzilibyśmy nawet do 72 tankowców – gdyby je ustawić w linii, to zajęłyby ponad 17,5 km. Każdy z nich przewoziłby ok. 657 tys. baryłek ropy<sup>19</sup>. Jeśli nie wiesz, gdzie zacząć dbać o klimat, to spójrz na swój samochód świeżym okiem. To najlepszy początek.

<sup>16</sup> „Decarbonising road transport – the role of vehicles, fuels and transport demand”, EEA Report 2/2022; dostęp online: <https://bit.ly/3T3DHIQ>

<sup>17</sup> Dostęp online: <https://bit.ly/3CEf5B2>

<sup>18</sup> „Emisje CO2 z samochodów: fakty i liczby infografiki”; dostęp online: <https://bit.ly/3ynP0n0>

<sup>19</sup> Na podstawie obliczeń w ramach Clean Cities Campaign.

## Jak TO zrobić i co wynika z małych zmian

Statystyki i liczby dobrze czyta się w raportach. Potem jednak następuje zderzenie z rzeczywistością, w której trzeba zabrać się za działanie. Rewolucję można w tym przypadku robić bez krwi, potu i łez. Pomyśl o tym, które z Twoich podróży nie są tak naprawdę konieczne lub można je odbyć rowerem, komunikacją miejską czy też pieszo. Zaczniij od małych rzeczy. Trzy razy w miesiącu wybierz się na spacer do lokalnej kawiarni zamiast pakować się do samochodu i jechać na drugi koniec miasta. Trzy razy w miesiącu możesz również pojechać do pracy komunikacją miejską zamiast autem. Zadbaj o swój samochód – nawet tak prozaiczna rzecz jak dobre ciśnienie w oponach sprawia, że zmniejsza się spalanie. Przy kolejnej wymianie samochodu wybierz mniej emisyjny – ten parametr jest równie ważny, co moc silnika. Będzie bardziej pomógł planecie.

## Zmiany – widoczne i niewidoczne

W skali Polski każdy mały wysiłek sumuje się w dużą zmianę dobrą dla klimatu. Oznacza bowiem mniejsze zapotrzebowanie na ropę, którą trzeba wydobyć, przewieźć, przetworzyć, ponownie przewieźć i na koniec spalić. Ta zmiana będzie też dobra dla naszego zdrowia – poprawi jakość powietrza. Transport jest głównym źródłem zanieczyszczeń tlenkami azotu. W dużych miastach to pojazdy generują najwięcej zanieczyszczeń powietrza.

Każda podróż bez samochodu to wygrana dla klimatu i często dla Twojego zdrowia, jeśli wybierzesz rower lub spacer. Nie musisz zaoszczędzić Europie tankowca, na początek wystarczy pół baryłki. Od takich małych zmian zaczynają się rewolucje. Zróbmy taką w transporcie.



## Dlaczego? 3 fakty z Twojej codzienności

**1.**

5,9 kg zanieczyszczeń na każdą osobę w Polsce rocznie. Tyle „funduje” nam transport<sup>20</sup>.

**2.**

Zrezygnowanie z samochodu jeden dzień w tygodniu w większych miastach Europy pozwoliłoby zaoszczędzić do 72 tankowców rocznie.

**3.**

Za 71,1% emisji CO<sub>2</sub> z transportu drogowego w całej Unii odpowiadają samochody.

## Krótką listą rewolucjonistki/rewolucjonisty

### Unikaj

Podróży samochodem, które nie są niezbędne.

### Zastąp

Zadbaj o zdrowie, kondycję i planetę dzięki częstszym spacerom lub wybieraniu roweru. Codzienne zakupy samochodem zamień na jeden, dwa konkretne dni w tygodniu.

### Ulepsz

Zmieniając samochód wybierz ten z mniejszymi emisjami. Zamień jednorazowe bilety na miesięczny bilet na komunikację miejską i korzystaj z niej regularnie. Twój portfel również polubi tę zmianę.

<sup>20</sup> Wyliczenia na podstawie danych GIOŚ dla emisji NO<sub>x</sub>, PM<sub>2,5</sub>, PM<sub>10</sub> za 2021 r. oraz danych GUS dotyczących liczby ludności z 2020 r.; Źródło: „Roczna ocena jakości powietrza w województwie mazowieckim. Raport wojewódzki za rok 2021”, dostęp online: <https://bit.ly/3MeXgve>; „Struktura ludności według wieku w latach 1970 – 2050”, dostęp online: <https://bit.ly/3fHNU3L>



# Zróbcie coś!

## Władze i biznes wezwane do działania.

Czy rząd, zdaniem badanych, tak źle radzi sobie z wyzwaniami klimatycznymi, że postanowili oni zwrócić oczy gdzie indziej? Trudno odpowiedzieć na to pytanie. Być może poprzedzająca realizację badania katastrofa ekologiczna na Odrze i sposób reakcji władz wpłynęły na spadek autorytetu władz centralnych w obszarze możliwości poradzenia sobie z katastrofą klimatyczną.

Z pewnością większy ciężar odpowiedzialności został przeniesiony na biznes. Duże korporacje już od jakiegoś czasu nasiliły działania komunikacyjne mówiące o ochronie środowiska. Niebawem możemy spodziewać się podobnych inicjatyw,

także wśród średnich firm. Parlament Europejski i Rada zawarły porozumienie w sprawie ostatecznej treści dyrektywy CSRD. Wprowadzi ona obowiązki raportowania zrównoważonego rozwoju dla dużego grona spółek. Nowe zasady raportowania będą dotyczyły od 2024 r. tych spółek, które dziś sporządzają raporty niefinansowe, a od 2025 r. wszystkich dużych przedsiębiorstw, zarówno publicznych, jak i prywatnych (w Polsce będzie to dotyczyć ponad 3 tys. firm). Trudno sobie wyobrazić, by biznes nie zakomunikował swoich zrównoważonych strategii swoim klientom, próbując w ten sposób wytłumaczyć

ewentualne zmiany w nawykach konsumpcyjnych, a jednocześnie zbudować przewagę konkurencyjną.

Wbrew staraniom części polityków oraz części firm, które staraty się w ostatnich latach zrzucić odpowiedzialność na wyborców/konsumentów – zachęcając ich do bardziej zrównoważonego stylu życia – spada wskaźnik mówiący, że to osoby prywatne powinny w pierwszej kolejności podjąć działania w celu uniknięcia możliwej katastrofy klimatycznej.

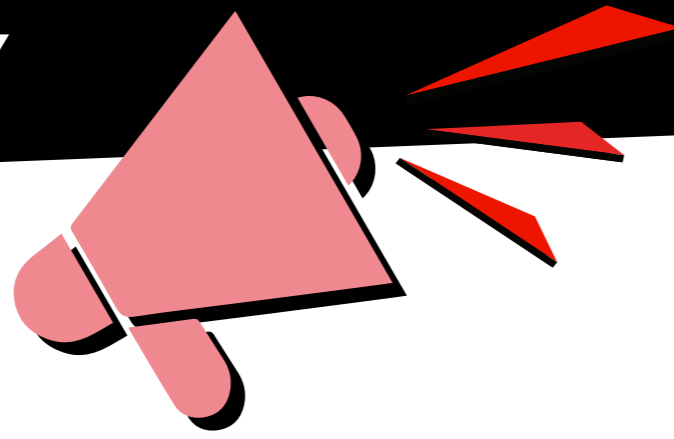
Słowem: cała nadzieja we władzach (centralnych i samorządowych) oraz w biznesie. Komentarze ekspertów na kolejnych stronach pozwalają przyjrzeć się bliżej optyce tych graczy.

### Kto powinien działać, by uniknąć katastrofy ekologicznej?

WŁADZE	Rząd, parlament, partie polityczne	53%	↓ 8 pp. vs. 2019
	Samorządy, władze lokalne	25%	
FIRMY	Koncerny energetyczne, elektrownie, elektrociepłownie	46%	
	Korporacje, biznes	36%	↑ 7 pp. vs. 2020
	Lokalne firmy, lokalni producenci	14%	
MY	Osoby prywatne takie jak Ty (my, społeczeństwo)	33%	↓ 7 pp. vs. 2019
	Środowiska naukowe, uniwersytety, politechniki	16%	
INNI	Organizacje proekologiczne (np. Greenpeace, WWF)	14%	
	Organizacje pozarządowe, tzw. NGO's	8%	↑ 3 pp. vs. 2019
	Kościoty (np. Kościół Katolicki), związki wyznaniowe, instytucje religijne	6%	
	Ktoś inny	1%	
	Nie interesuje mnie ten temat / Nie mam zdania	5%	↑ 4 pp. vs. 2020
	Nie nastąpi żaden kryzys, więc nie należy się tym zajmować	2%	

Q16. Jak sądzisz, kto powinien w pierwszej kolejności podjąć działania w celu uniknięcia możliwej katastrofy ekologicznej? [max 3 wskazania], Źródło: Ziemiańskie Atakują, Kantar Polska 2019-2020, N=4004 (2019), N=1000 (2020), N=1000 (2022), Polacy 18-65.

**Daniel Petryczkiewicz, fotograf natury,  
aktywista klimatyczny, ambasador rzeki Małej**



29.08.2022

## OŚWIADCZENIE MINISTRY KLIMATU I ŚRODOWISKA WS. ODRY

//Katastrofa na Odrze była wydarzeniem tragicznym dla całego ekosystemu rzeczno-ego - choć najbardziej widocznym tego znakiem były miliony martwych ryb, dotyczyła ona także innych rzecznych stworzeń. Administracja państwowa odpowiedzialna za reagowanie okazała się wolna i niewydolna. Przepraszamy za to! Prostujemy także manipulacyjne stwierdzenie, że była to katastrofa naturalna. Za katastrofę w Odrze pełną odpowiedzialność ponoszą ludzie i ich działalność. Katastrofa w Odrze to konsekwencja: przekształcenia rzeki (co upośledza jej zdolność do samooczyszczania), długotrwałej suszy wywołanej przez antropogeniczne zmiany klimatu, która z kolei doprowadziła do rekordowo niskich stanów wody. Na to wszystko nałożyły się zrzuty zasolonej wody z kopalń w górnym biegu Odry. Czynniki te, wpływając na siebie nawzajem zsynergizowały się doprowadzając do zakwitów glonów prymnesium parvum (tzw. złote

algi), które wytwarzają silnie trującą toksynę (prymnezynę), która zabijała przez ponad dwa tygodnie życie w rzece. (...)

Wiemy, że nie możemy przywrócić życia istotom, które zabił w Odrze. Możemy jednak zrobić wszystko, aby taka katastrofa się nie powtórzyła. W związku z tym, przy Premierze RP powstał Sztab Kryzysowy ds Klimatu, który przekształcił się w czasie późniejszym w pełnoprawne Ministerstwo ds Klimatu. Pełny zakres jego działań oraz skład będzie przedmiotem osobnego oświadczenia. Poniżej przedstawiamy kluczowe, z punktu widzenia Odry i innych polskich rzek kwestie, którymi zajęto się w pierwszej kolejności.

(...)

Ze skutkiem natychmiastowym powracamy do stanu prawnego, w którym za gospodarkę wodną odpowiada minister właściwy ds. środowiska jako dobra wspólnego.

Jako rząd Polski odступujemy ze skutkiem natychmiastowym od planów związanych z budową dróg wodnych. Nie możemy, w dobie kryzysu klimatycznego dalej niszczyć naszych, wciąż przecież częściowo naturalnych i dzikich rzek!

Powołujemy z dniem 1.1.2023 Park Narodowy Doliny Dolnej Odry. Zobowiązujemy się także, do połowy roku 2023 powołać co najmniej trzy kolejne Parki, w tym Turnicki Park Narodowy.

Deklarujemy, do roku 2025 przywrócenie ciągłości ekologicznej na największych polskich rzekach (...) -rozebrana zostanie tama we Włocławku a prace nad zaporą w Siarzewie zostaną wstrzymane.

Rozpoczniemy rzeczywistą renaturyzację Odry. Zmienimy m.in. układ obwałowań przeciwpowodziowych tak, aby dokonać rozszerzenia strefy zalewowej na wypadek wystąpienia wysokiej wody. (...)

Odblokowujemy możliwości rozbudowy w Polsce systemu energetycznego opartego o OZE. W związku z tym, rozpocznie się realna i sprawiedliwa transformacja energetyczna naszego kraju. (...) Konsekwencją natychmiastową będzie obniżenie wydobycia węgla, co dla rzek oznacza zmniejszające się zrzuty zasolonej wody prowadzące do takich katastrof jak niedawna w Odrze. (...) Jednym ze źródeł finansowania programu będą fundusze z zaniechanej budowy Centralnego Portu Komunikacyjnego.

Wprowadzamy program Czyste Wody. Oznacza to monitoring online rzek w Polsce. Finansowanie tego projektu będzie pochodzić z budżetu przeznaczanego na odbudowę Pałacu Saskiego, która zostanie usunięta z listy inwestycji.

(...)

Rozpoczynamy prace prawne i ustawodawcze prowadzące do przyznania rzekom oraz starym lasom osobowości prawnej. (...)

Wierzę, że ten kierunek zmian odpowiada w jakimś stopniu na wyzwania przed którymi stajemy nie tylko jako Polska ale jako cała Planeta. Wiem, że nie wyczerpują one tematu ale chciałam się nimi z Państwem podzielić natychmiastowo, ponieważ temat Odry i rzek polskich zaczął być zbyt szybko spychany na margines codzienności.

Dziękuję za uwagę."

Nazywam się Daniel Petryczkiewicz. To w pełni moja fantazja, choć tak właśnie powinna wyglądać rzeczywistość.

Oryginalny post został skrócony w związku z wymogami tego raportu. Dostęp do oryginału pod linkiem: <https://bit.ly/3RMdFco>

### Komentarz Autora

W social mediach pojawiły się trzy rodzaje reakcji po publikacji powyższego fejkowego oświadczenia.

Część komentujących (ok. 10%) dostrzegło aspekt poszerzenia wyobraźni i tego, że aby zmienić rzeczywistość trzeba tę zmianę najpierw sobie wyobrazić.

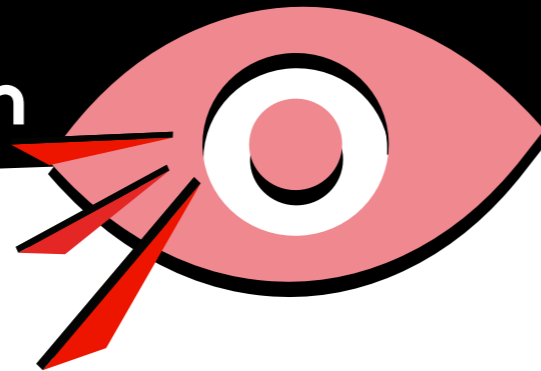
Drugi rodzaj (ok. 40%) reakcji to wyśmiewanie. Zarzucono mi, że to strata czasu, a fantazjami nikt jeszcze świata nie zmienił.

Trzecia reakcja to rozczarowanie (ok. 50%). Przebiła z tych głosów ból z uświadomienia sobie, w jakiej fatalnej rzeczywistości żyjemy oraz bezradność. Ktoś napisał: „Okrutny żart. Tak bardzo chciałbym, żeby to była prawda. Czy coś mogę zrobić, żeby tak wyglądała rzeczywistość?”. Inny: „Jak to czytałam, to wiedziałam, że to się nie mogło wydarzyć w Polsce (...)” albo „Zabolało... Bo wiem, że to nierealne... nie wierzę, że mogłoby to kiedykolwiek nastąpić.” Takich komentarzy było bardzo dużo.

Uświadomiło mi to potrzebę regularnej pobudki do rzeczywistości. Tę rolę spełnimy jako aktywiści. Nasze działania są niewygodne i bolą, ale nie pozwalają zasnąć bezpowrotnie. Komentarze pod moimi postami odczytałem także jako desperacką potrzebę nadziei. Słowa, czasem utopijne, taką nadzieję w moim przekonaniu niosą. Są jak zaczyn do tego, żeby wyobrażenie stało się rzeczywistością.

# OKIEM EKSPERTA: Nadzieja w samorządach

Aleksandra Gołdys  
EIT Climate-KIC



Historycy wiedzą, że twórczy opór i przestrzeń rewolucyjnej innowacyjności – w znaczeniu możliwości tworzenia nowych porządków ekonomicznych, społecznych i kulturowych, oraz również dosłownego oporu wobec wszechwładzy np. autokratycznych monarchii – to domena miast. I dlatego za zdolność miast do stawiania oporu powolnym, nieefektywnym i zachowawczym politykom państw powinniśmy trzymać kciuki, angażując się jednocześnie w zmianę na poziomie tworzących samorzady sąsiedztw, kwartałów ulic czy dzielnic.

## Samorzady mogą się zbuntować

Konformizm, stosowanie rozwiązań „jak zwykle, po staremu”, propaganda i odwracanie uwagi od przyszłości, populizm, osłabianie edukacji (na wielu wymiarach) to często domena polityki na poziomie krajowym. Wielkie polityki państw to często duże kwantyfikatory, ogromne skale, i pojęcia. W konsekwencji prowadzi to do ociężałości i nastawienia struktur instytucjonalnych na podtrzymanie „status quo”. Popatrzmy na kryzys klimatyczny jak na niespotykane dotąd wyzwanie dla polityczności rozumianej jako sprawczość i możliwość zmieniania naszej rzeczywistości. Obserwujemy od lat, że najciekawsze i najbardziej progresywne działania zaczynają się z poziomu miast lub regionów (warto przyrzeć się na przykład fascynującej historii kraju Basków<sup>21</sup>). Historycy wiedzą, że twórczy opór i przestrzeń rewolucyjnej innowacyjności – w znaczeniu możliwości tworzenia nowych porządków ekonomicznych, społecznych i kulturowych, oraz również dosłownego oporu wobec wszechwładzy np. autokratycznych monarchii – to domena miast. Świetnym przykładem jest wspaniale działająca unia miast Hanzy, rewolucja robotników w 1905 r.<sup>22</sup> czy niezwykle skuteczne rewolucje w Ameryce Łacińskiej<sup>23</sup>. To na miejskich ulicach strajkujący obywatele wykrzykiwali postulaty zmian, których dziś jesteśmy beneficjentami. I dlatego za zdolność miast do stawiania oporu powolnym, nieefektywnym i zachowawczym politykom państw powinniśmy trzymać kciuki, angażując się jednocześnie w zmianę na poziomie tworzących samorzady sąsiedztw, kwartałów ulic czy dzielnic. Bo ten opór rozumiemy jako coś jak najbardziej twórczego i kreatywnego. To znajdowanie rozwiązań, testowanie ich, a przede wszystkim ambicje i brak lęku.

## Samorzady mogą się sprzymierzyć

Polityka Unii Europejskiej od lat nastawiona jest na współpracę między miastami i regionami. Czasem te partnerstwa były czysto nominalne, ale wymiany perspektyw, przepływu pomysłów, uczenia się od siebie nie da się zatrzymać. W obliczu pilności kwestii związanych ze zmianami klimatu trzeba uczynić je bardziej efektywnymi. W ramach programu Horyzont stworzono misję „100 neutralnych i bystrych miast do 2030 roku”<sup>24</sup>. To pomysł na gigantyczne, sieciowe eksperymentowanie – czyli zaczerpnięty z nauki proces intensywnego uczenia się, stawiania hipotez, testowania ich, sprawdzania efektów i wdrażania zmian. Sprzymierzone miasta mogą myśleć swoimi wieloma „mózgami” nad kwestiami, które często są podobne. Mogą również – co niezwykle istotne – współpracować w ramach specyficznych podgrup (np. miasta portowe, średnie miasta po-górniczne, miasta turystyczne) i mieć pewność, że nie narzuci się im wystandardyzowanych działań dla każdego, czyli dla nikogo. Dzięki szerokim partnerstwom wielu różnych miast-aktorów (czyli sieciowemu układowi) można osiągnąć dużą rozpiętość rozpatrywanych kwestii, a jednocześnie precyzję podejmowanych problemów i dużo szybsze potencjalnie rozszerzanie efektów czy wdrażanie sprawdzonych rozwiązań.

<sup>21</sup> Raport „OECD Reviews of Regional Innovation: Basque Country”, Hiszpania 2011, dostęp online: <https://bit.ly/3T3o5EX>

<sup>22</sup> W. Marzec, „Rebelia i reakcja. Rewolucja 1905 i plebejskie doświadczenie polityczne”, Łódź-Kraków 2016, Universitas

<sup>23</sup> J. McGuirk, „Radykalne miasta. Przez Amerykę Łacińską w poszukiwaniu nowej architektury”, Warszawa 2015, Res Publica, Bęc Zmiana.

<sup>24</sup> Portal programu: The NZC project - NetZeroCities

### Samorządy mogą budować doświadczenie i odpowiedzialność

Wyniki tegorocznych badań „Ziemianie Atakują” potwierdzają, że również badani liczą mniej na skuteczne działania państw, a lokują więcej odpowiedzialności po stronie dużych firm i korporacji oraz samorządów. Bo samorządy i to, czym zarządzają (tak samo jak produkty i usługi korporacji) są namacalne i konkretne. Mam ścieżkę rowerową czy park – mogą rozważyć rower jako środek transportu, albo spacer jako pomysł na spędzenie wolnego czasu. Mam do wyboru wygodne opakowanie wielokrotnego użytku czy firmę reperującą lodówki – może nie kupię nowego sprzętu czy kolejnego kilograma plastiku.

Miejskość czy lokalność to również bardzo ważna przestrzeń do kooperacji między mieszkańcami, organizowania się, tworzenia np. grup samopomocowych czy spółdzielni. W tych obszarach w Polsce mamy ważne tradycje przynajmniej od początku XIX wieku<sup>25</sup>. Warto zauważyć, że ekspertki postulują wykorzystanie modelu spółdzielczego do rozwiązywania najbardziej palących problemów związanych ze zmianą klimatu np. zdecentralizowanych modeli energetyki<sup>26</sup>.

To na terenie samorządów ludzie mogą bezpośrednio doświadczać efektów zmian na „własnej skórze”. Zwraca to poczucie sensu, sprawczości (np. jeśli napiszemy petycję, to otworzą przedszkole wcześniej, przeniosą przystanek, zasadzą drzewo itp.) czy jakości życia. Miasta też mogą być fantastycznym poligonem budowania społecznej równości przy poszanowaniu i akceptacji różnic. W sąsiedztwie – jeśli jest ono świadomie rozwijane jako miejsce, gdzie różni ludzie muszą się spotkać, porozmawiać, coś razem załatwić – można zwalczać klasowe uprzedzenia. Ale – co jeszcze ważniejsze – można również dawać szansę na zmianę swojej społecznej kondycji. Warto tego wątku nie lekceważyć, ponieważ z badań wynika, że podziały klasowe czy generacyjne bardzo mocno wpływają na naszą gotowość włączenia się do działań na rzecz klimatu i skłaniają do spychania odpowiedzialności na innych<sup>27</sup>. Dobra, inkluzywna, praktycznie działająca wspólnota jest potencjalnie bardziej zaangażowana na rzecz kwestii środowiskowych, bo zmieści w sobie nie tylko różnych innych ludzi, ale też inne gatunki!

„Wyniki badania »Ziemianie Atakują,« wskazują na ciekawy – choć niepokojący – aspekt dotyczący mieszkańców średnich miast”. „W przeciwieństwie do tych z wielkich lokalizacji, którzy często mają wyższe wykształcenie (również w kwestiach klimatycznych), czy tych z małych miasteczek i wsi (którzy ze względu na bliskość przyrody doświadczają dobitniej jej degradacji i bardziej bezpośrednio ich ona dotyczy), ich klimatyczna wiedza, a w konsekwencji gotowość do działań jest wyraźnie mniejsza. Warto potraktować to jako wyzwanie i wykorzystać dobrze opisany potencjał mniejszych czy średnich miast, które mogą być swoistym game changerem na mapie samorządowej skuteczności”<sup>28</sup>.

### Samorządy muszą działać inaczej

Gdyby opisać działanie polityczne na dwóch podstawowych wymiarach czasu oraz przestrzeni, to dotychczasowy model polegałby w dużym uproszczeniu na działaniach jednocześnie wolnych (biurokracja ma swoje prawa Drogie Panie!) i biorących pod uwagę jedynie krótki horyzont czasowy (wiadomo... do wyborów, rok budżetowy). Kryzys środowiskowy i zmiana klimatu odwraca to podejście. Teraz powinniśmy planując działania myśleć i wyobrażać sobie ich konsekwencje w dłuższym horyzoncie (jakie warunki życia będą miały moje wnuki, jeśli ja i moje pokolenie będziemy nadal emitowali tyle CO<sub>2</sub>?) oraz paradoksalnie robiąc wszystko, by ich efekty były możliwie szybkie (nie mamy czasu, by wzrost temperatury następował w obecnym tempie). To zupełnie inny paradygmat – i nowa filozofia, na której wcielenie gotowe są zdeterminowane, różnorodne, skupione na mieszkańcach, środowisku i dobru wspólnym miasta, miasteczka i wsie.

[https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/GPW\\_Innovation\\_DAY\\_ESG.pdf](https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/GPW_Innovation_DAY_ESG.pdf) [dostęp online 12.11.2022]

<sup>25</sup> B. Błesznowski, „Utopia w służbie demokracji”; w: B. Błesznowski „Kooperatyzm, spółdzielczość, demokracja. Wybór pism”, Warszawa 2014, WUW  
<sup>26</sup> Warto zapoznać się z materiałami, szczególnie z „Manuałem Społeczności Energetycznych”, CoopTech Hubu; dostęp online: <https://www.hub.coop/publikacje/>

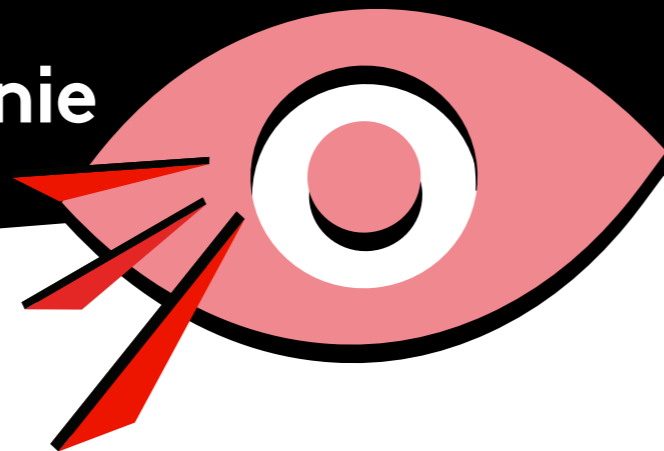
<sup>27</sup> Z. Bieńkowska., P. Drygas, P. Sadura, „Nie nasza wina, nie nasz problem. Katastrofa klimatyczna w oczach Polek i Polaków”, Fundacja im. Heinricha Bölla, Warszawa 2021; dostęp online: <https://bit.ly/3fGd5Pu>  
<sup>28</sup> J. Erbel, „Wychylone w przyszłość”, Wysoki Zamek 2002

### Propozycja zmiany podejścia do czasu i przestrzeni w adaptacji do efektów zmiany klimatu





# OKIEM EKSPERTÓW: Co zmieni raportowanie ESG?



Mateusz Galica,  
Marta Marczuk,  
Lata Dwudzieste

Od kilku dobrych dekad podręczniki zarządzania i marketingu oparte są na paradygmacie, że rozwój firm, pozycjonowanie marek, kierunki innowacji czy strategie komunikacji powinny wynikać z dobrego rozpoznania i zaspokojenia potrzeb klientów. Agencje badawcze, firmy technologiczne i doradcze, używając coraz bardziej wyrafinowanych technik badawczych prześcigały się zatem w odkodowywaniu coraz to bardziej ukrytych potrzeb konsumentów tak, żeby i inwestor był syty, i klient cały. Przez dwa stulecia rozwoju przemysłu i marketingu skupiano się głównie na tych dwóch interesariuszach: Klient i Inwestor. Interesariusz Ziemia nie był brany pod uwagę.

Być może nadal ten stan trwałby w najlepsze, gdyby nie pojawili się adwokaci interesariusza Ziemia: najpierw świat nauki (przez kilkadziesiąt lat nieskuteczny i mało słyszalny), a potem ONZ i – skoro mówimy o sytuacji w Polsce – urzędnicy Komisji Europejskiej. W 2014 r. uchwalona została dyrektywa CSRD, obligująca firmy do raportowania niefinansowego, czyli tworzenia rocznych raportów o zrównoważonym rozwoju. Początkowo dotyczyło to największych firm, jednak od 2024 r. wszystkie duże i średnie spółki będą zobligowane do stworzenia strategii zrównoważonego rozwoju i rocznego raportowania postępów w tej dziedzinie. Raporty (zwane raportami ESG) będą podlegały ocenie bieglego

rewidenta, tak samo jak dotychczas raporty finansowe. Już niebawem wymóg ten będzie dotyczył co najmniej 3 tys. największych firm, prowadzących działalność gospodarczą w Polsce.

W zestawieniu z historycznymi procesami ewolucji metod zarządzania i marketingu, zmiana reguł gry jest dość gwałtowna, więc organizacje oraz ich pracownicy (w tym decydenci) często nie są przygotowani do przeskoczenia na tory zrównoważonego rozwoju. Przedstawiamy zatem siedem powodów, dla których warto jak najszybciej podjąć taką decyzję, a ściślej: siedem grup interesariuszy, przez wzgląd na których warto stworzyć mądrą i przemyślaną, długoterminową strategię zrównoważonego rozwoju.

## 1. Prawo

Od 2024 r., zgodnie z prawem UE, wszystkie firmy zatrudniające ponad 250 pracowników i przynoszące przychód netto powyżej 170 mln zł lub sumę bilansową powyżej 85 mln zł, będą zobowiązane do prowadzenia raportowania ESG. W kolejnych latach obowiązek ten będzie dotyczył wszystkich, nawet małych firm. Jeśli firma nie przygotuje takich raportów lub zrobi to źle, będzie działać poza prawem.

## 2. Inwestorzy i banki

Pod koniec 2021 r. bank UBS zapytał inwestorów na całym świecie, czy tzw. Sustainable Investment (zrównoważone inwestycje) to temat, który zaprzęta im głowę i jak wysoko jest w inwestycyjnej agendzie. Odpowiedź była jednoznaczna.

Aż 66% z nich uznało, że to bardzo ważny kierunek, a tylko 16% go zlekceważyło (w badaniu brało udział 3 tys. profesjonalnych inwestorów i 1,2 tys. właścicieli firm). Wskutek działań Komisji Europejskiej operujące w Polsce banki zaczynają postępować podobnie jak inwestorzy. Przyznając finansowanie większym czy mniejszym firmom, coraz częściej stosują zasady taksonomii oraz proszą o wgląd w raporty ESG, wiedząc, że brak strategii ESG oznacza po prostu większe ryzyko inwestycyjne i droższe ubezpieczenia.

Źródło: [https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/GPW\\_Innovation\\_DAY\\_ESG.pdf](https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/GPW_Innovation_DAY_ESG.pdf) [dostęp online 12.11.2022]

## 3. Klienci

Według badania „Ziemia Atakuje”, 69% Polek i Polaków uważa, że stan, w którym znalazła się Ziemia jest poważny i trzeba działać natychmiast. Z tego i innych badań wynika także, że oczy społeczeństwa zwracają się w stronę silnych przywódców, którzy znajdują pomysły na to, jak zbudować nowy, zrównoważony ład. Pytanie, czy przywódcy polityczni stają na wysokości zadania zostawmy na boku jako retoryczne. Konsumenci, zaraz po władzach politycznych, na liderów zmiany wskazują firmy, szczególnie te duże, z istotnym wpływem na ład społeczny. Konsumenci wzywają firmy do pomocy w zmianie świata.

#### 4. Pracownicy

Według IBM Institute for Business Value<sup>29</sup>, 71% osób poszukujących pracy chce pracować w firmie, która posiada strategię zrównoważenia wobec środowiska. Zrównoważona strategia poparta czytelnymi raportami ESG, które pokazują, na jakiej trajektorii jest firma, daje pracownikom poczucie bezpieczeństwa i sensu pracy oraz pozytywnego wpływu na rzeczywistość. Zapewnia ona lojalność pracowników i chęć pozostania w firmie, łatwiejszą rekrutację oraz wprowadzenie istotnych elementów motywacji pozafinansowej.

#### 5. Konkurenci

Dzięki zobligowaniu firm do raportowania ESG (niektórzy mówią na to eko-trend) zmieni się otoczenie konkurencyjne i narracja towarzysząca pozycjonowaniu marek. Zasady rynku się nie zmieniają: kto pierwszy, ten lepszy.

#### 6. Nowi gracze

Przyszłość czasu, kiedy firmy z tak różnych światów jak banki, media, producenci technologii czy usług profesjonalnych zaczęły reagować na tę samą potrzebę konsumentów: potrzebę relacji z marką, która w sposób odpowiedzialny i zrównowagony patrzy w przyszłość. Budowa strategii ESG to doskonała szansa na zawarcie partnerstw – czy to na poziomie centralnym czy też lokalnych społeczności – w celu realizacji zrównowagowanych celów. Synergia działań i kampanii komunikacyjnych obniży koszty, a zwiększy zauważalność podejmowanych działań.

#### 7. Ziemia

Czytacie ten raport, więc bez komentarza.



**Enviromental**

**Social Responsibility**

**Corporate Governance**

**ESG** – skrót oznaczający czynniki, w oparciu o które tworzone są ratingi i oceny pozafinansowe przedsiębiorstw, państw i innych organizacji. Składają się one z trzech elementów:

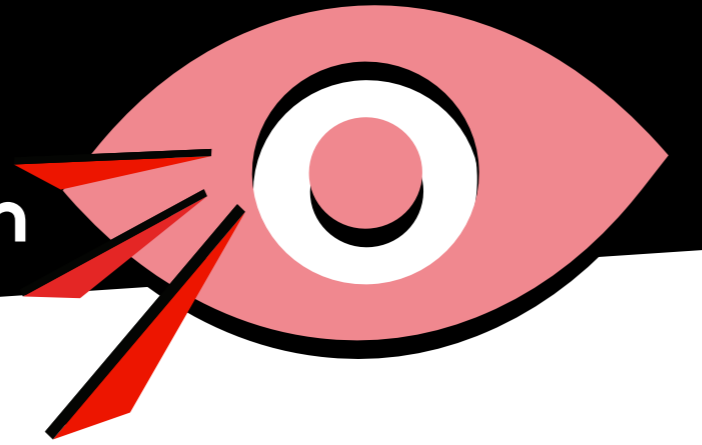
**E** – Środowisko: ocena kryteriów dotyczących realizacji strategii i polityki środowiskowej, zarządzania środowiskiem, wywiązywania się z zasad odpowiedzialności i troski o środowisko.

**S** – Społeczna odpowiedzialność: pod uwagę brane są tutaj czynniki takie jak relacje z udziałowcami na rynku – dostawcami, klientami, partnerami. Istotnym czynnikiem są warunki pracy oraz przestrzeganie praw pracowniczych i zasad BHP, prowadzona polityka jakości zarówno w stosunku do procedur zarządzania, jak i jakości produktu. Oceniana jest również polityka informacyjna przedsiębiorstwa i jego transparentność.

**G** – Ład korporacyjny: ocena kryteriów zarządczych i ładu korporacyjnego. W zakresie analizy pozostają tu takie czynniki jak: struktura zarządu przedsiębiorstwa, respektowanie praw udziałowców, respektowanie obowiązków informacyjnych względem wszystkich udziałowców, niezależność decyzyjna oraz umiejętności zarządcze.

<sup>29</sup> Badanie IBM Institute for Business Value, 14000 osób dorosłych z 9 krajów (USA, Indie, Wielka Brytania, Kanada, Niemcy, Meksyk, Hiszpania, Brazylia i Chiny), marzec 2021

# OKIEM EKSPERTA: Zielone innowacje w polskich startupach



Oliwia Grochowska, Lata Dwudzieste

Tworzenie innowacji polega na ciągłym eksperymentowaniu oraz na popełnianiu błędów i ich naprawianiu. W dużej firmie działania takie mogłyby się wiązać zarówno ze stratą ogromnych pieniędzy, jak i z koniecznością zaangażowania wielu pracowników. Nic więc dziwnego, że nie wszyscy mogą sobie na taki proces badawczy pozwolić. Z uwagi jednak na fakt, że innowacyjność jest w dzisiejszych czasach warunkiem osiągnięcia sukcesu na rynku, firmy coraz częściej szukają innych sposobów rozwoju. Jednym z nich jest współpraca ze startupami.

Dawniej wszystkie start-upy nazywane były „jednorożcami”. Ich zadaniem było dostarczenie inwestorom maksymalnych zysków w jak najkrótszym okresie. Obecnie

jednak coraz częściej słyszy się o modelu „zebry”, który skupia się nie tylko na celach zarobkowych, ale także na aspektach zrównoważonego rozwoju. Założycielom „zebr” nie

chodzi o to, by za wszelką cenę pchać w górę wskaźniki zarobków, ale raczej o zwiększanie sprzedaży i dbanie o ochronę środowiska poprzez zrównoważone zarządzanie<sup>30</sup>.

## Jednorożec



- Innowacja w zakresie produktu, technologii, modelu biznesowego - potrzeby klientów
- Maksymalizacja korzyści, zwrot z inwestycji
- Udziałowiec jako beneficjent
- Rywalizacja
- Efektywność dzięki hierarchii
- Przegrani i wygrani - dążenie do monopolu
- Gwałtowny wzrost
- Liczy się ilość
- Pozyskiwanie użytkowników

## Zebra



- Zmiana systemowa i innowacje społeczne - potrzeby społeczne i dotyczące planety
- Maksymalizacja oddziaływania, zwrot z oddziaływania
- Społeczeństwo i planeta jako beneficjent
- Współpraca i kooperacja
- Partycypacyjna struktura organizacji, w której liczy się głos każdego
- Wspólnota i brak rywalizacji
- Wzrost związany z odbudową
- Liczy się jakość
- Sukces użytkownika

Polskie start-upy doskonale rozumiały ekonomiczny i cywilizacyjny sens zielonych transformacji. Prawdopodobnie to właśnie one w głównej mierze będą odpowiedzialne za zieloną rewolucję.

Z analizy raportu „Start-upy i ekologia. Jakie zielone rozwiązania tworzą polskie firmy technologiczne?”<sup>31</sup> – opracowanego przez Polski

Fundusz Rozwoju – wynika, że aż 43 proc. młodych firm wdrażających rozwiązania związane z ograniczaniem zmian klimatycznych ma swoje siedziby w naszym kraju. Spośród 94 zarejestrowanych polskich start-upów pozytywnego wpływu, 67 prowadzi prace nad rozwiązaniami ograniczającymi skutki zmian klimatu. Co więcej, w całej Europie – w okresie od stycznia

do czerwca 2021 r. – globalne inwestycje w start-upy pracujące na rzecz poprawy klimatu wyniosły tyle samo, ile łącznie w ciągu ostatnich pięciu lat. Obszarami ich działań są m.in. zielona transformacja energetyczna, zrównoważona środowiskowo moda i uroda, ochrona wody i powietrza, transport, produkcja żywności i gastronomia<sup>33</sup>.

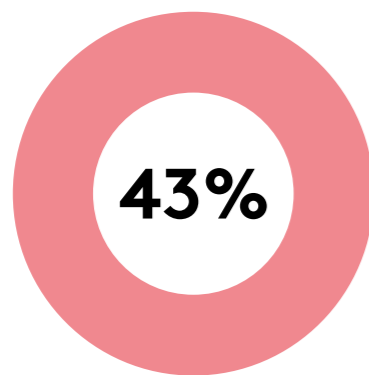
<sup>30</sup> P. Dominik, „Przeznacz gonić jednorożce! Rozmowa z Johannesem Lenhardem”, HomoDigital 2021; dostęp online: <https://bit.ly/3SCPtKn>

<sup>31</sup> „Start-upy i ekologia. Jakie zielone rozwiązania tworzą polskie firmy technologiczne?”, Polski Fundusz Rozwoju 2021; dostęp online: <https://bit.ly/3SQPeek>

<sup>33</sup> B. Majewski, „Nad ekologicznymi innowacjami pracuje coraz więcej firm. Takie technologie nie rozwiążą jednak problemu zmian klimatu”, Newseria 2022, dostęp online: <https://bit.ly/3fJHdd3>

Startupy, które dostarczają proekologiczne rozwiązania można podzielić na dwie grupy:

1. startupy monitorujące dany problem i dostarczające na jego temat precyzyjnych informacji, np. Airly, które sprawdza jakość powietrza w miastach,
2. startupy przyczyniające się bezpośrednio do rozwiązania danego problemu, np. Saule Technologies i SunRoof, realizujące projekty energetyczne<sup>34</sup>.  
pozafinansowej.



start-upów pozytywnego  
wpływu w CEE ma  
siedzibę w Polsce

Start-upy i ekologia. Jakie zielone rozwiązania tworzą polskie firmy technologiczne?, Polski Fundusz Rozwoju 2021; dostęp online: <https://bit.ly/3SQPeek>

Dzięki zmianie podejścia do innowacji, przedsiębiorstwa, które potrafią spojrzeć perspektywnie na rynek – tzn. nie zamykają się wyłącznie na źródła wewnętrzne – mają największe szanse odnieść sukces.

Zielony, zrównoważony sektor stał się nieodłącznym elementem funkcjonowania każdej firmy, a tym samym warunkiem każdej inwestycji venture capital.

Współpraca ze startupami może nie tylko pomóc w budowaniu innowacyjnego wizerunku czy poszukiwaniu nowych technologii oraz zwiększaniu konkurencyjności. Jak informuje PwC, taka kooperacja to również niższe koszty wejścia na nowy rynek, bogatsza oferta, przejęcie kompetencji i zysk z inwestycji<sup>35</sup>.

Wbrew pozorom największym wyzwaniem, jakie może powstać w relacji startup-przedsiębiorstwo, jest niepewność tego pierwszego odnosząca się do współpracy z – jak się wydaje z jego perspektyw – biznesowym gigantem. Z tego powodu korporacja powinna dbać o to, by stworzyć relację opartą na zaufaniu i transparentności planów, jakie wiąże z przyszłą współpracą<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> „Start-upy i ekologia. Jakie zielone rozwiązania tworzą polskie firmy technologiczne?”, Polski Fundusz Rozwoju 2021; dostęp online: <https://bit.ly/3SQPeek>

<sup>35</sup> „Jednym ze sposobów rozwoju innowacyjności w firmach jest współpraca ze startupami”, PwC; dostęp online: <https://pwc.to/3RumLT>

<sup>36</sup> P. Zajac, „Korporacje i start-upy – przelotny mezalians czy strategiczna współpraca w dobie digitalizacji?. Korzyści i ryzyka współpracy w ramach koncepcji otwartych innowacji”, Deloitte, dostęp online: <https://bit.ly/3rrWlhB>

Zielone startupy wspomaga uruchomiony w 2019 r. program PFR Green Hub. Inwestuje on w spółki wdrażające technologie proklimatyczne poprzez zastrzyki kapitału oraz dzielenie się wiedzą biznesową. W jego ramach został uruchomiony również Fundusz Funduszy PFR Ventures, którego zadaniem jest pomoc podmiotom kreującym rozwiązania z zakresu zielonej transformacji poprzez inwestycje pośrednie.

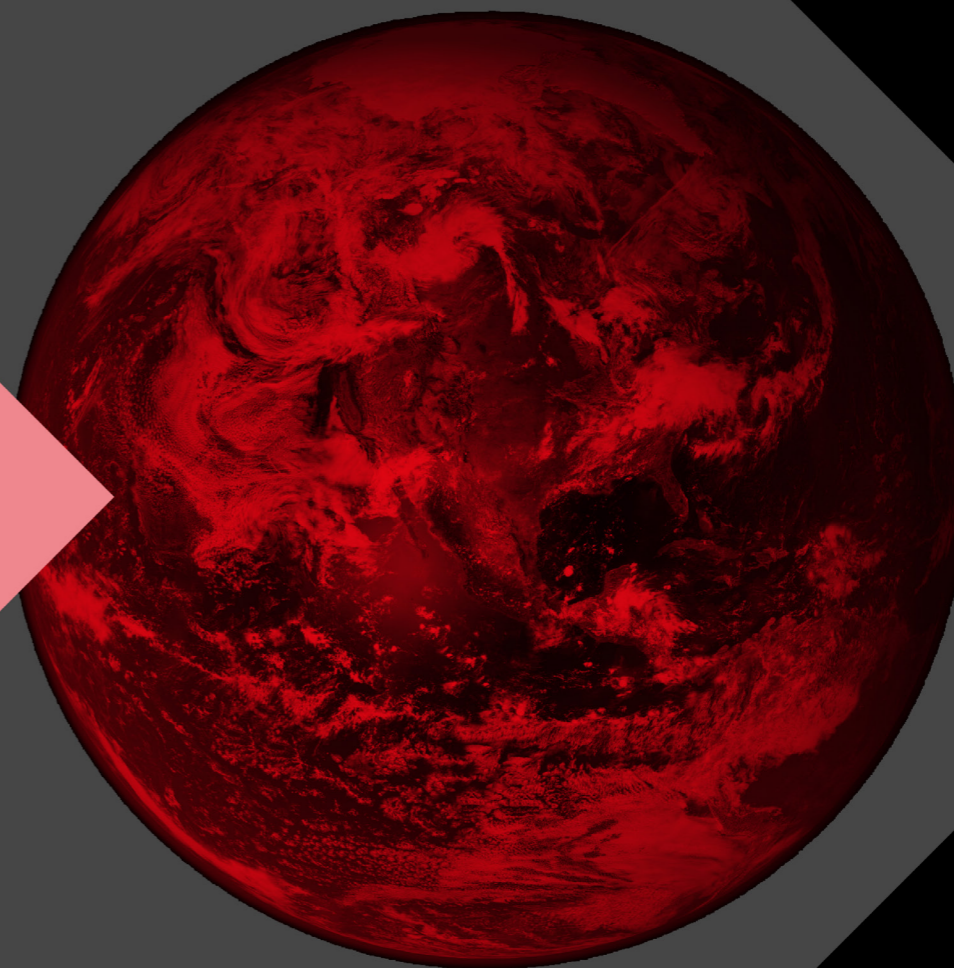
W świecie dynamicznie rozwijających się technologii, warto pamiętać o tym, że żadna branża nie jest wolna od zmian. Dla startupów Polska jest dobrym miejscem. Mogą się tutaj rozwijać i tworzyć różnego rodzaju innowacje ze świadomością, że jest organizacja, która nad nimi czuwa i zawsze pomoże. W gorszej sytuacji są natomiast przedsiębiorstwa. Zmuszone do stałego dbania o swoją pozycję, nie zawsze zdają sobie sprawę, że to

właśnie od podejścia do innowacji może zależeć ich przyszłość. Jeżeli dobrze zainwestują i wybiorą przyszłościowy sektor, mogą być spokojne. W przeciwnym razie czekać je będzie ponowne przejście drogi rozwoju. A co na niej spotkają? Oczywiście nic innego, jak ponowny wybór innowacji oferowanej przez jeden z wielu startupów.



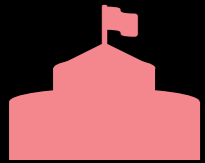
# REKOMENDACJE

Wskazówki  
dla kluczowych  
interesariuszy



# Rekomendacje

## Wskazówki dla kluczowych interesariuszy



### Dla władz centralnych

Wasi wyborcy są bardzo zaniepokojeni stanem, w jakim znalazła się Ziemia i oczekują natychmiastowych działań. Macie wciąż największy społeczny mandat do wprowadzania rozwiązań, które mogą przeciwdziałać katastrofie klimatycznej lub adaptować się do skutków zmiany klimatu.

Ludzie w Polsce są zaniepokojeni, ale bezradni, nie są wszak wyposażeni w podstawową wiedzę o klimacie. Wasz wpływ na szkolnictwo, ale też codzienna komunikacja i decyzje mogą przygotować obecne i przyszłe pokolenia Polek i Polaków do poradzenia sobie z efektami zmiany klimatu.



### Dla samorządów

To Wy musicie na co dzień reagować na większość skutków katastrofy klimatycznej. Gdy pojawiają się zalania, braki prądu, braki wody czy napływy uchodźców, mieszkańcy spoglądają w Waszą stronę.

Wyedukujcie swoich urzędników i opracujcie odpowiedzialne, zrównoważone strategie rozwoju miast i regionów. Skoordinujcie działania różnych wydziałów i służb, by mieszkańcy poczuli, że macie mądry pomysł na niespokojną przyszłość i by czuli się bezpiecznie w miejscu, którym gospodarujecie. Nie bójcie się eksperymentować – stary sposób myślenia doprowadził nas do punktu, w którym potrzebne są innowacyjne i odważne decyzje. Chwalcie się osiągnięciami, w ten sposób mieszkańcy zrozumieją zasadność podejmowanych przez Was działań.



### Dla biznesu

Wy już nawiązaliście dialog ze swoimi klientami. Coraz szersza komunikacja wartości zrównoważonego rozwoju sprawia, że polskie społeczeństwo daje Wam większy mandat do działania niż jeszcze kilka lat temu.

Uważajcie jednak, już teraz 2/3 Polek i Polaków obawia się, że marki angażują się w działania społeczne tylko z pobudek komercyjnych. Zapewnijcie swoim pracownikom podstawową edukację środowiskową i stwórzcie zrównoważone, długoterminowe strategie odporne na fluktuacje i kryzysy. Uważajcie na greenwashing – społeczna świadomość wyzwań środowiskowych będzie szybciej lub wolniej rosta i konsumenci mogą nie wybaczyć fasadowych działań.



### Dla Polek i Polaków

Pamiętajmy, że narodowy test wiedzy o środowisku zdaliśmy na dwójkę z plusem. Mieście otwarte oczy, czytajcie, uzupełniajcie braki w wiedzy, której nie dostaliście w szkołach i w domach (obecny system edukacji wciąż oparty jest na podstawach wypracowanych w czasach, gdy mało kto słyszał o katastrofie klimatycznej). Zwracajcie uwagę na źródła wiedzy, sprawdzajcie, czy ma podglebie naukowe, czy też jest pozbawionym podstaw populizmem lub greenwashingiem.

Wyposażeni w wiedzę, oczekujcie odpowiedzialnych działań jako wyborcy i jako konsumenci – wybierajcie i kupujcie odpowiedzialnie. Bądźcie otwarci na zmianę stylu życia i przejście od podejścia „mieć” (czyli konsumować) do podejścia „być”, bo niustanny wzrost na skończonej planecie okazuje się niemożliwy.

# Podziękowania

Dziękujemy bardzo wszystkim, którzy wsparli kolejną edycję projektu „Ziemianie Atakują”.

## W szczególności dziękujemy:

- European Climate Foundation za wsparcie merytoryczne i finansowe, dzięki któremu projekt mógł się wydarzyć
- UN Global Compact Network Poland za nieustanną współpracę merytoryczną i możliwość współpracy z Radą Klimatyczną przy UNGC Network Poland
- wszystkim autorom artykułów i komentarzy, które wzbogaciły wiedzę płynącą z badań społecznych o punkt widzenia i dorobek ekspertów
- Instytutowi Monitorowania Mediów za dane, które uzupełniły nasz obraz o narracji środowiskowej w Polsce
- Brandy LAB za projekt graficzny, który sprawia, że czytanie tego raportu to przyjemność
- Agencji Mobe Dick za stworzenie strony, z której można pobrać raport „Ziemianie Atakują”

## Raport recenzowali przedstawiciele Rady Klimatycznej przy UN Global Compact Network Poland:

- dr hab. Katarzyna Jasikowska, prof. Uniwersytetu Jagiellońskiego, koordynatorka Rady Klimatycznej UJ, członkini Prezydium Rady Klimatycznej przy UN GC Network Polska, współredaktorka za512.uj.edu.pl
- dr inż. Piotr Bartkiewicz, prof. Politechniki Warszawskiej, Wydział Instalacji Budowlanych, Hydrotechniki i Inżynierii Środowiska, członek Prezydium Rady Klimatycznej przy UNGC Network Poland
- dr Sebastian Szklarek, adiunkt w Europejskim Regionalnym Centrum Ekohydrologii Polskiej Akademii Nauk, członek Rady Klimatycznej przy UNGC Network Poland
- dr hab. Halina Brdulak, prof. Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, przewodnicząca komisji rektorskiej ds. Społecznej Odpowiedzialności Uczelni, przewodnicząca Rady Klimatycznej przy UNGC Network Poland

## Autorzy artykułów i komentarzy eksperckich:

- dr Magdalena Budziszewska, Uniwersytet Warszawski
- dr hab. prof. SGH Halina Brdulak, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
- Mateusz Galica, Lata Dwudzieste
- dr Aleksandra Gołdys, EIT Climate-KIC
- Oliwia Grochowska, Lata Dwudzieste
- dr Aleksandra Kardaś, Nauka o klimacie
- dr Andrzej Kassenberg, Instytut na rzecz Ekorozwoju
- dr Maciej Konopka, Akademia Sztuk Pięknych
- dr hab. prof. SGH Ewa Lisowska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
- Marta Marczuk, Lata Dwudzieste
- Marcin Pawilno-Pacewicz, Kantar Polska
- Daniel Petryczkiewicz, aktywista klimatyczny
- Kamil Puchała, Lata Dwudzieste/newonce
- Barbara Rogala, Maryjka Szurowska, Daniel Rząsa, 300klimat
- dr Jacek Wasilewski, Narrative Impact
- Kamil Wyszowski, UN Global Compact Network Poland
- Katarzyna Zalewska, Kantar Polska

Projekt grafiki na okładce („Ziemianin”): Kamil Targosz

Skład graficzny: Brandy LAB

Korekta: Monika Bartnik

Niniejszy raport był wspierany przez European Climate Foundation. Odpowiedzialność za informacje i poglądy w nim przedstawione spoczywa na autorach. European Climate Foundation nie ponosi odpowiedzialności za wykorzystanie jakichkolwiek zawartych lub wyrażonych w nim treści.

LATA  
DWUDZIESTE

KANTAR

Partnerzy merytoryczni:



Global Compact  
Network Poland



European  
Climate  
Foundation

Wsparcie przy tworzeniu raportu  
i komunikacji:



Mobe Dick

Projekt powstał przy wsparciu  
graficznym:



# ZIEMIENIE ATAKUJA!



LATA  
DZIEDZIESTE



Global Compact  
Network Poland

KANTAR



European  
Climate  
Foundation