ZIEMIANIE ATAKUJĄ!

ptbrio



Open Space

podsumowanie dyskusji

20 października 2026

warsztat założycielski
„Tarczy informacyjnej”

współpraca:

LATA DWUDZIESTE

Global Compact Network Poland

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Uniwersytet SWPS

WARSZTAT ZAŁOŻYCIELSKI „TARCZY INFORMACYJNEJ” + GRUPA EKSPERCKA NATURA-KULTURA PRZY PTBRIO

W skrócie

Około dwudziestu ekspertów od dezinformacji, badaczy rynku i badaczy społecznych szukało odpowiedzi na pytanie: jakimi działaniami i narzędziami uodpornić polskie firmy, samorządy i społeczeństwo na dezinformację klimatyczną?

12

stolików i kierunków działań

57

głosów ekspertów na najlepsze pomysły

12

głosów na zwycięski pomysł: klimat w popkulturze

Wspólna diagnoza: budować, a nie tylko prostować. Eksperci postawili na opowieść i kulturę, na rozmowę na żywo w lokalnych miejscach oraz na twardą warstwę: definicję, prawo i sojusz biznesu z państwem.

Spotkanie zostało zorganizowane wspólnie przez PTBRiO (w ramach prac grupy eksperckiej Natura-Kultura) oraz twórców projektu “Ziemianie Atakują!” 20 listopada 2026 r.

LATA DWUDZIESTE ZIEMIANIE ATAKUJĄ! ptbrio

Jak pracowaliśmy

1. **10:00–10:40 | Powitanie i rozgrzewka**

„Taka sprawa” i „żywa skala”: czy AI pomoże wyjść z kryzysu klimatycznego, czy go pogłębi?

2. **10:40 | Zasady gry**

Uczestnicy sami zgłaszali tematy i zakładali stoliki; obowiązywało „prawo dwóch stóp” – możliwość zmiany stolika w każdej chwili.

3. **11:10 i 12:00 | Dwie sesje stolikowe**

Podczas dyskusji każdy “stolik” wypełniał kartę: do kogo, jaki skutek, mapa drogowa, kto mógłby się tym zająć.

4. **13:00 | Co nam wyszło?**

Prezentacje stolików i głosowanie: 3 głosy na osobę, łącznie 57 głosów (właściciel trzech głosów musiał nas opuścić pare minut wcześniej☺).







Pytanie przewodnie: jak ochronić i uodpornić firmy, samorządy i społeczeństwo na dezinformację klimatyczną?

Warsztaty założycielskie „Tarczy informacyjnej” w ramach grupy eksperckiej Natura-Kultura przy PTBRiO oraz twórców “Ziemian”, 20 października 2026 r.

Rozgrzewka: AI a klimat

Stanowiska rozłożyły się na całej skali. Pytanie służyło rozgrzewce, ale pomysł wykorzystania AI wrócił w jednym ze stolików i zdobył 6 głosów.



Pogłębi

AI wzmocni inne kryzysy i zepchnie klimat na margines. Odpowiedź czatu zaczyna ważyć więcej niż głos naukowca, a modele uczą się także na celowo fałszywych treściach. Narzędzie jest w rękach osób o ogromnej władzy.



Pomoże

To narzędzie, które można użyć dobrze lub źle: do optymalizacji energii w miastach albo odblokowania kolejek wniosków w „Czystym Powietrzu". Lokalne modele działają bez wielkich centrów danych.



Fałszywe pytanie

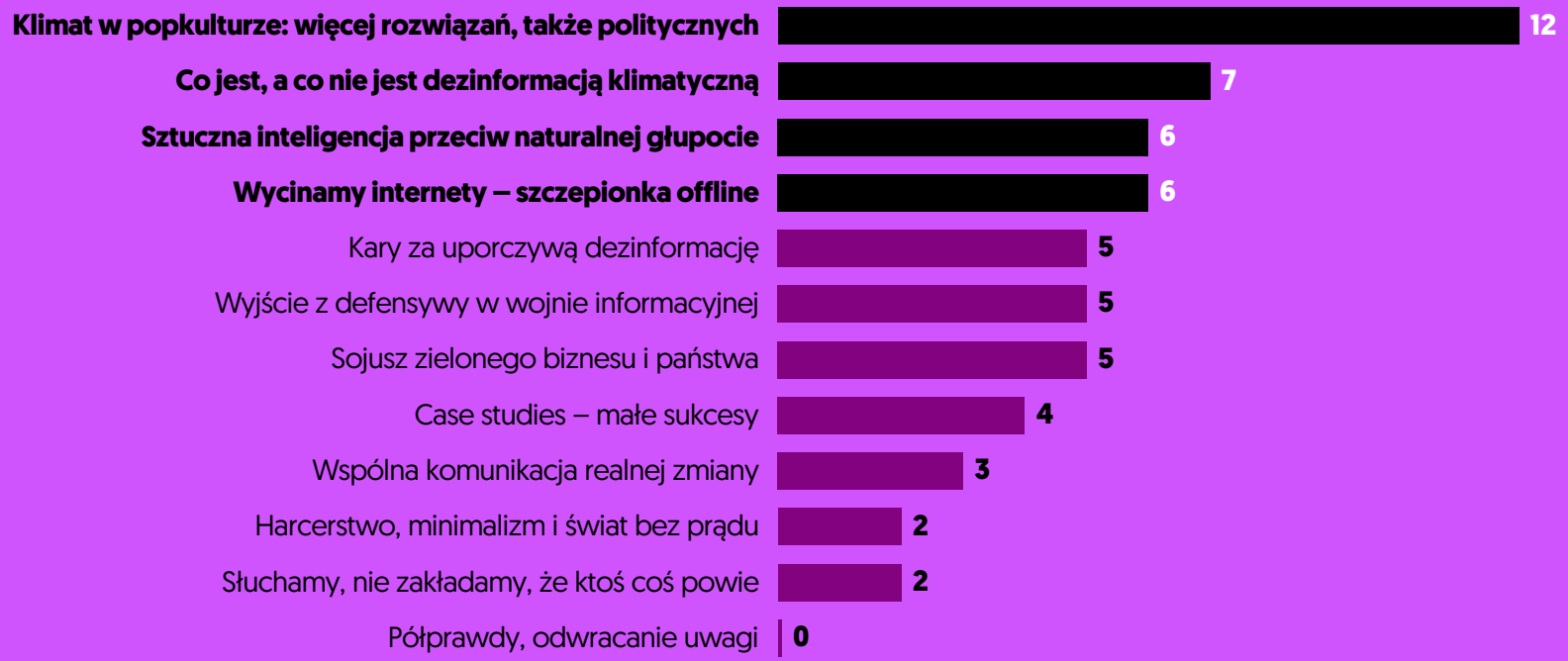
AI to megatrend, na który nie mamy wpływu. Kluczowe jest, kto będzie właścicielem tych środków produkcji. W Polsce pojawiają się oddolne ruchy przeciw budowie centrów danych.

LATA DWUDZIESTE ZIEMIANIE ATAKUJĄ! ptbrio

Wyniki

GŁOSOWANIA

12 stolików, 57 głosów



Liczba głosów (każdy uczestnik miał 3 głosy). Czarne słupki: cztery najwyżej ocenione pomysły.

Cztery kierunki działań

Stoliki pogrupowaliśmy w cztery kierunki. Tak dla uporządkowania...

21

głosów

Opowieść i kultura

popkultura, małe sukcesy, wspólna komunikacja realnej zmiany, harcerstwo

15

głosów

Instrumenty systemowe

kary za uporczywą dezinformację, wyjście z defensywy, sojusz biznesu i państwa

13

głosów

Wiedza i narzędzia

definicja dezinformacji klimatycznej, asystent AI, półprawdy

8

głosów

Wspólnota offline

szczepionka offline, słuchanie zamiast zakładania

LATA DWUDZIESTE ZIEMIANIE ATAKUJĄ! ptbrio

Co wypracowały

STOLIKI

Klimat w popkulturze

12 głosów z 57

Normalizacja działań na rzecz klimatu i wzory działania systemowego – w serialach i telenowelach.

Klimat jako tło świata przedstawionego: ludzie się przeprowadzają, jezioro wygląda inaczej, za oknem stoją zwyczajne wiatraki.

Badanie	Niewykorzystane wątki i dobre praktyki. Nieoczywiste przykłady, dialogi zamiast publicystyki.
Transfer wartości	Inspirowanie przez twórców i producentów: networking, „miks środowisk", ambasadorzy z wewnątrz branży, wydarzenia i gale.
Szkolenia i nagrody	Szkolenia dla scenarzystów i szkół filmowych, konsultacje z ekspertami. Nagrody za poszerzanie świadomości, jak dziś dla dokumentów.
Kto	Telewizja publiczna jako gospodarz.

Źródło: karty „Raport z pracy grupy" wypełnione przy stolikach, 20 października 2026 r.

Szczepionki na głupotę

6 głosów

Jak AI może pomóc zwalczać naturalną głupotę

- **Do kogo:** młodzież i świadomi dorośli.
- **Skutek:** umiejętność dyskusji, rozumienie schematów manipulacji i błędów logicznych, dostęp do sprawdzonej naukowo wiedzy – choć to jeszcze nie zmiana postaw.
- **Plan:** warsztat sensemakingowy, potem plan i zakres: czas, tematy, poziom trudności, kanały dystrybucji, finansowanie.
- **Ryzyka:** wiarygodność danych i atrakcyjność dla odbiorców.
- **Kto:** Ziemianie Atakują! i Swarmcheck; w koalicji ElevenLabs, i innymi sprawdzonymi partnerami, fact-checkerzy (np. Demagog), organizacje młodzieżowe, biznes.

6 głosów

Wycinamy internety – szczepionka offline

- **Do kogo:** osoby starsze i w średnim wieku, bardziej konserwatywne, aktywne lokalnie: społecznicy, lokalni patrioci.
- **Skutek:** inna perspektywa, konfrontacja informacji w przyjaznym środowisku, siła lokalnego autorytetu, klimat w konkretnych sprawach, mniej samotności.
- **Plan:** zmapować lokalnych liderów i „bąbelki”, zbudować sieć lokalnych edukatorów, platforma pomocy NGO i infolinia, mikrogranty i inkubacja, więcej małych lokalnych wydarzeń.
- **Gdzie:** OSP, parafie, domy kultury, biblioteki, UTW, KGW, działkowcy, kluby sportowe.

Źródło: karty „Raport z pracy grupy” wypełnione przy stolikach, 20 października 2026 r.

Lokalnie i konkretnie

4 głosy

Case studies – małe sukcesy

- **Do kogo:** społeczeństwo i lokalne społeczności.
- **Skutek:** przeciwwaga dla dezinformacji, bo pokazuje korzyści i uświadamia, że zmiana dotyczy nas bezpośrednio.
- **Plan:** case studies – „ocieplili dom, nic nie płacą", marketing szeptany, roadshow po Polsce, influencerzy lokalni (fryzjer, proboszcz), budżet na kampanię, finansowanie rzetelnego, niezależnego dziennikarstwa.
- **Koalicje:** KIG, Lewiatan, FOB, Fundacja Orlen, KGW, ECF, UNEP/GRID, Stowarzyszenie Gazet Lokalnych.

3 głosy

Wspólna komunikacja realnych zmian

- **Do kogo:** lokalna wspólnota.
- **Skutek:** wspólne działanie przełożyć na wspólne postrzeganie.
- **Plan:** moment zmiany w przestrzeni (np. ulica po rewitalizacji z budżetu obywatelskiego, nowy skwer) wykorzystać do budowania wspólnoty. Samorząd komunikuje zmianę razem z lokalnymi liderami, pokazuje ludzi, którzy za nią stoją.
- **Dalej:** skalowanie przez przykład, dom kultury i biblioteka podtrzymują rozmowę, lokalny bazarek jako miejsce rozmów o adaptacji.
- **Kto:** samorząd i lokalne NGO jako lider.

Źródło: karty „Raport z pracy grupy" wypełnione przy stolikach, 20 października 2026 r.

Wartości i wiarygodność

2 głosy

Harcerstwo, minimalizm i świat bez prądu

- **Do kogo:** prawica, konserwatyści, emeryci, część młodzieży.
- **Skutek:** uwrażliwienie na naturę i zachwyt nią, mniejszy wpływ na przyrodę, zmiana stylu życia.
- **Plan:** materiały na zbiórki, edukacja o funkcjonowaniu natury, czas poza zasięgiem internetu, służba jako idea, akcje proprzyrodnicze, „od pola do stołu", mniej śmieci.
- **Kto:** ZHP, ZHR, Lasy Państwowe, Ministerstwo Edukacji.

0 głosów

Półprawdy, odwracanie uwagi, dyskredytacja źródeł

- **Do kogo:** osoby walczące o klimat, aktywiści – wszyscy.
- **Skutek:** szacunek dla wiarygodnych źródeł także wtedy, gdy przeczą naszym przekonaniom; obnażanie hipokryzji działań.
- **Plan:** pokazywać złożoność problemu i wątpliwości nauki, unikać działań pozorowanych nastawionych na PR (nakrętki), odbudowywać autorytet nauki (spory o mięso czy margarynę), legislacja wsparta debatą publiczną.

Źródło: karty „Raport z pracy grupy" wypełnione przy stolikach, 20 października 2026 r.

Twarda warstwa

5 głosów

Kary za uporczywą dezinformację

- **Do kogo:** użytkownicy mediów społecznościowych.
- **Skutek:** mniej dezinformacji i chaosu informacyjnego w internecie.
- **Plan:** wspólne zasady i egzekwowanie regulaminów, badania działań systemowych, ustalenie konsekwencji, te same standardy online i offline, prawo prasowe obejmujące internet, nieuchronność kary.
- **Kto:** UOKiK, RPO, policja; „coś w stylu NIL, tylko dla internetu".

5 głosów

Wyjście z defensywy w wojnie informacyjnej

- **Do kogo:** media i influencerzy, a przez nich zwykli odbiorcy.
- **Skutek:** klimat poza polityczną „nawalanką", konstruktywne narracje w debacie przed dezinformacją.
- **Plan:** dofinansowanie mediów lokalnych, koniec gazetek samorządowych, granty na dziennikarstwo o klimacie, nowe sieci (harcerstwo, kultura), więcej ekspertów w mediach, odpowiedzialność za dezinformację.
- **Kto:** Bruksela, rząd, MSWiA, duże NGO, media.

5 głosów

Sojusz zielonego biznesu i państwa

- **Kto przy stole:** zielony biznes, np. fotowoltaika, Polskie Stowarzyszenie Energetyki Wiatrowej.
- **Do kogo:** samorządy i mieszkańcy.
- **Skutek:** transformacja jako interes polskiej gospodarki i patriotyzm gospodarczy; biznes wspiera walkę z dezinformacją finansowo i naciskiem na państwo i UE.
- **Plan:** konferencja z przykładami skutecznych działań, sieć zielonego biznesu, działania medialne, wsparcie lokalnych organizacji, przykłady szkód dla biznesu, lobbing w kraju i UE.

Źródło: karty „Raport z pracy grupy" wypełnione przy stolikach, 20 października 2026 r.

Definicja i słuchanie

7 głosów

Co jest, a co nie jest dezinformacją klimatyczną

- **Teza:** to, czy coś jest dezinformacją klimatyczną, zależy od kontekstu – stąd potrzeba wspólnej definicji.
- **Skutek:** spadek emisji.
- **Pomysł:** billboardy przeliczające konkret na CO_2: ile emituje 1 kg węgla, 1 litr paliwa, 1 m³ gazu.
- **Przekaz:** uproszczenie komunikatu: klimat to system podtrzymywania życia.
- **Kto:** Ministerstwo Klimatu i Środowiska, Ministerstwo Edukacji.

2 głosy

Słuchamy, nie zakładamy, że ktoś coś powie

- **Do kogo:** do wszystkich.
- **Skutek:** budowanie mostów, dialog, umiejętność odpowiadania na potrzeby ludzi.
- **Plan:** spotkania i mediacje, odpowiedni język, zaangażowanie autorytetów, przywrócenie naukowcom autorytetu w przestrzeni publicznej, działania długofalowe i konsekwentne.
- **Kto:** uniwersytety; w koalicji osoby o wysokim zaufaniu społecznym i mediatorzy.

Źródło: karty „Raport z pracy grupy" wypełnione przy stolikach, 20 października 2026 r.

Wnioski

I KOLEJNE KROKI

Pięć wniosków przekrojowych

1. **Budować, a nie się bronić.** Opowieść i kultura dostały 21 głosów. Z dezinformacją wygrywa się lepszą historią.

2. **Blisko i na żywo.** Skwer, bazarek, OSP, KGW, biblioteka. Tylko 7% badanych uważa, że media dobrze wywiązują się ze swojej roli wobec przyrody.

3. **Korzyść zamiast abstrakcji.** „Nasze pieniądze, nasze zdrowie" trafia do Dobrzeżyjów (39%) i Bezściemian (23%), czyli do 62% społeczeństwa.

4. **Twarda warstwa jest potrzebna.** Kary, wyjście z defensywy i sojusz biznesu z państwem zebrały 15 głosów. Trzy stoliki osobno wskazały finansowanie mediów lokalnych i niezależnego dziennikarstwa.

5. **Najpierw definicja.** Stolik o definicji uznał, że ocena zależy od kontekstu. Bez jasnej granicy każde narzędzie można oskarżyć o cenzurę.

Źródła: karty stolików i głosowanie 20.10.2026; badanie „Ziemianie Atakują!" 2026 (N=1000).

Co z tego wynika dla Tarczy

Bierzemy się do roboty! Już w 2027 roku pod flagą “Ziemian” opublikujemy “Tarczę informacyjną” – raport oraz zestaw praktycznych narzędzi dla firm, samorządów, NGO’sów i ludzi.

Raport „Śledztwo”

- Otwiera go definicja i typologia dezinformacji (stolik Szymona Malinowskiego).
- Badanie podatności i grupy fokusowe w małych miastach (stolik „Słuchamy”).
- Rekomendacje prawne: sankcje i DSA.

Zestaw narzędzi

- Scenariusz „szczepionki offline” dla OSP, KGW, UTW, bibliotek.
- Baza małych sukcesów i materiały dla harcerstwa.
- Karta „Zanim podasz dalej” i pilotaż asystenta AI.
- Program dla twórców z telewizją publiczną.

Program „Odporna organizacja”

- Komunikacja ofensywna i prebunking w toolkicie.
- Uczciwa komunikacja bez działań pozorowanych.
- Sojusz biznesu i państwa jako przestrzeń dla Patronów.

LATA DWUDZIESTE ZIEMIANIE ATAKUJĄ! ptbrio

Kolejne kroki

1. **Tworzymy ramy ”Tarczy Informacyjnej”** - raportu o dezinformacji i zestawu narzędzi budowania odporności

2. **Zbieramy patronów** – firmy i instytucje gotowe wesprzeć projekt, ale też zainteresowane pakietami odporności dla siebie.

3. **Do roboty** – mapujemy dostępną wiedzę i rozwiązania i uzupełniamy je w badaniach społecznych.

4. **Jesteśmy w kontakcie z Wami** – planując warsztaty lub też recenzując poszczególne elementy projektu.



Dziękujemy wszystkim uczestnikom warsztatów.

5. **Gotowa “Tarcza Informacyjna”** – świadomi ryzyk dezinformacji w 2027 r. planujemy zdążyć z bezpłatnym raportem do końca czerwca, od wiosny pracujemy z poszczególnymi firmami i samorządami, które zgłoszą się do programu.

LATA DWUDZIESTE ZIEMIANIE ATAKUJĄ! ptbrio

→ Mateusz.Galica@lata-dwudzieste.pl