**Warszawa, 2 czerwca 2023**

**Jak angażować pokolenie silver w działania dla klimatu?**

**Wbrew obiegowym opiniom, osoby w wieku 50+ są grupą świadomą ekologicznie. O ich prośrodowiskowych postawach, potrzebach edukacji i potencjale międzypokoleniowego dialogu w kolejnym odcinku podcastu E.ON Talks. Rozmawia Joanna Waszak, prowadząca cykl „Klimat na zmiany”, i Marzena Rudnicka, prezeska Fundacji Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej.**

Zgodnie z prognozami Głównego Urzędu Statystycznego, w 2030 roku w Polsce grupa osób w wieku 60+ będzie liczyła blisko 11 milionów. Czyli tyle, ile obecna populacja Czech. W 2050 będzie to już 40 proc. naszego społeczeństwa. Inaczej mówiąc - każde dwie na pięć osób, które mijamy codziennie na ulicy. Czy jest to grupa świadoma ekologicznie? Jak mówić do niej o działaniach prośrodowiskowych? Czego starsi i młodsi mogą się od siebie wzajemnie nauczyć? Na te pytania w odcinku „Jak angażować pokolenie silver w działania dla klimatu?” odpowiadają Joanna Waszak, kierowniczka komunikacji marketingowej w E.ON Polska oraz jej gościni - Marzena Rudnicka, prezeska Fundacji Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej.

**Nieświadome nawyki a postawy proekologiczne**

Pokolenie „silver”, czyli osoby po 50 roku życia, to jedna z grup najczęściej wskazywanych jako te, które najbardziej będą odczuwały skutki zmian klimatycznych. Jednocześnie to populacja, która wychowywała się w czasach, gdy o tej problematyce nie mówiło się zbyt wiele.

*- Pewne postawy seniorów są absolutnie proekologiczne. Jednak oni sami tego w ten sposób nie nazywają. Podam dla przykładu podejście „naprawiam - nie wyrzucam”, czyli zużycie wielorazówek. Kiedyś głównie osoby starsze kupowały w second handach, a teraz stało się to modne np. wśród młodego pokolenia tzw. Zetek. Zatem można powiedzieć, że tutaj starsi byli prekursorami tego ekologicznego trendu. Warto również wspomnieć o przerabianiu rzeczy, czyli uszyciu torby z nienoszonej sukienki czy nauczeniu wnuczki szydełkowania. Natomiast stereotypy mówią, że osoby starsze w ogóle nie są proekologiczne –* tłumaczy Marzena Rudnicka.

Takie podejście może być bardzo krzywdzące, ponieważ nie tylko zamyka możliwość nawiązania porozumienia, ale przede wszystkim nie pozwala zauważyć roli, jaką dojrzałe osoby mogą pełnić w społeczeństwie.

- *Tymczasem okazuje się, że mogą być wręcz inspiratorami zmian wśród młodszych pokoleń. Osoby starsze nie tylko segregują śmieci, ale przywiązują do tego dużą wagę. Nie trzeba ich tego uczyć i myślę, że w dużej mierze te osoby mogą też takiej uważności co do poszanowania środowiska nauczyć młodszych –* wskazuje ekspertka.

W toku rozważań, rozmówczynie zwracają również uwagę na potrzebę nawiązania współpracy międzypokoleniowej oraz edukacji.

**Proekologiczny język porozumienia**

*- Jeżeli myślimy o edukacji, to oczywiście w pewnych obszarach jest ona potrzebna. Mówimy tutaj między innymi o starych piecach, o śladzie węglowym czy starych samochodach. Są to obszary, w których wymagana jest edukacja. Ważne natomiast, aby była ona prowadzona językiem zrozumiałym dla starszego pokolenia –* podkreśla Marzena Rudnicka.

Dla zobrazowania problemu można posłużyć się na przykład słowem „aplikacja”, które dla dwóch pokoleń ma skrajnie odmienne znaczenie. Dla osób młodszych jest aplikacją w telefonie, a dla starszych jest naszywką na bluzkę. Co istotne, z określonymi słowami wiążą się również konkretne skojarzenia.

*- Stereotypowy senior to osoba 75+, o lasce, w berecie z antenką, która idzie do kościoła i wisi przewieszona na parapecie przez okno. Dlatego lubię określenie „dojrzałe osoby", bo wtedy niekoniecznie widzimy osobę starszą, ale patrzmy z perspektywy stylu życia i możliwości, jakie ona ma –* mówi Marzena Rudnicka.

W kontekście prowadzenia owocnego dialogu między przedstawicielami różnych grup wiekowych, istnieje kilka ważnych zasad. Starsi powinni m.in. wysłuchiwać potrzeb i obaw młodszych. Z kolei młodzież powinna wyjść poza wspominane wcześniej stereotypy, docenić i czerpać z pozytywnych nawyków starszych.

[Wszystkie odcinki E.ON Talks są dostępne na Spreaker, Spotify, iTunes i Podcasty Google. Materiał można też odsłuchać i zobaczyć na stronie E.ON.](https://eon.pl/dla-biznesu/firmy-i-instytucje/eon-talks/odcinek-22?utm_source=media&utm_medium=press-info&utm_campaign=eon_talks_ep-22_062023_oth)

\*\*\*

**Dodatkowe informacje dla mediów:**

Biuro prasowe E.ON: **+48 (22) 821 41 51**

Email:**biuro.prasowe@eon.pl**