

DOI: 10.15584/kpe.2025.19

Artykuł oryginalny

Data nadesłania: 21.08.2025 r.

Zaakceptowano do druku: 16.10.2025 r.

Opublikowano: 31.12.2025 r.

Grzegorz Polański

Uniwersytet Rzeszowski

ORCID: 0000-0002-1072-6329

Współczesne pokolenia w kontekście stereotypów

Contemporary generations in the context of stereotypes

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie dyskusji, która odbywa się w świecie nauki, dotyczącej popularnej tematyki współczesnych pokoleń. Oprócz takich tożsamości, jak: rasa, płeć, narodowość, określenie przynależności do pokolenia może mieć znaczenie w procesie identyfikacji własnego obrazu psychologicznego jednostek. Artykuł ma charakter teoretyczny, ale zawiera wnioski z badań empirycznych. W pracach naukowych oraz w mediach prezentowane są opisy, charakterystyki, różnice pomiędzy współcześnie żyjącymi ludźmi, którzy są zakwalifikowani jako pokolenia: Baby Boomers, X, Y, Z. W tekście zawarte są poglądy zwolenników teorii pokoleń, jak i tych osób, które zgłaszają wątpliwości związane ze współczesną koncepcją pokoleń. Znajduje się w nim odniesienie do stereotypów, które mogą być aktywowane przez etykiety pokoleniowe.

Słowa kluczowe: pokolenia, stereotypy, stereotypy pokoleniowe

Abstract

The aim of this article is to present the ongoing academic discussion on the popular topic of contemporary generations. In addition to identities such as race, gender, and nationality, defining generational affiliation can be important in identifying individuals' psychological self-image. The article is theoretical in nature, but it includes conclusions from empirical research. Scientific papers and the media present descriptions, characteristics, and differences between contemporary people classified as generations: Baby Boomers, X, Y, and Z. The text includes the views of proponents of generational theory, as well as those who raise doubts about the contemporary concept of generations. It also addresses stereotypes that can be activated by generational labels.

Keywords: generations, stereotypes, generational stereotypes

Wprowadzenie

Termin „pokolenie” jest bardzo często stosowany w prasie, literaturze popularnej i naukowej. Jego znaczenie przesunęło się ze skojarzeń związanych

z pokrewieństwem na przynależność do grupy społecznej¹. Promowanie etykiet pokoleniowych jest obecne w życiu społecznym, zapewniając znaczące ramy do odróżniania poszczególnych grup pokoleniowych oraz przedstawiania ich cech². Różnice pokoleniowe to różnice między pokoleniami, które w specyficzny sposób zostały ukształtowane przez wydarzenia kulturowe przeżywane w okresie młodości określonych grupy ludzi³. Rozwój technologii jest przyczyną zmian kulturowych i zasadniczym czynnikiem różnic międzygeneracyjnych⁴.

Definiowanie pokoleń niesie ze sobą konsekwencje – osoby urodzone w kolejnych rocznikach i jednocześnie przyporządkowane do określonego pokolenia mogą tworzyć stereotypy swojego i innych pokoleń. Myślenie o pokoleniach może aktywować reakcje zgodne z tymi stereotypami⁵. Tematyka pokoleń oraz stereotypów związanych z grupami generacyjnymi implikuje potrzebę jej poznawania przez badania naukowe oraz edukowania przede wszystkim osób dorosłych podczas studiów, kształcenia podyplomowego, szkoleń.

Pokolenia

Pokolenia to określone grupy społeczne lub kategorie ludzi, które powstają w wyniku zewnętrznych zdarzeń jednoczących określoną grupę społeczną lub przez zbiorową świadomość uwarunkowaną zmianami społecznymi⁶. Teoria pokoleń zakłada, że wydarzenia historyczne, zmiany społeczne, ekonomiczne, technologiczne, które miały miejsce w okresie dorastania, wpływają na wartości, postawy, przekonania oraz potrzeby konsumenckie grupy ludzi urodzonych w podobnym czasie⁷. Pokolenie doświadcza podobnego kontekstu kulturowego i samo tworzy kulturę. Istnieje konstytutywna relacja pomiędzy pokoleniami a kulturą. Ten związek dotyczy kulturowych markerów w społeczeństwie i indywidualnych cech

¹ K. Pritchard, R. Whiting, *Baby Boomers and the lost Generation: On the discursive construction of generations at work*, „Organization Studies” 2014, no. 35(11), s. 6–7, DOI: 10.1177/0170840614550732.

² A.M. Lindner, S. Stelboun, A. Hakim, *Embracing generational labels: An analysis of self-identification and political partisanship*, „Socius” 2024, no. 10, s. 12, DOI: 10.1177/23780231241271709.

³ K. Eschleman, M. King, D. Mast, R. Ornellas, D. Hunter, *The effects of stereotype activation on generational differences*, „Work, Aging and Retirement” 2016, no. 3(2), s. 200, DOI: 10.1093/workar/waw032.

⁴ J.M. Twenge, *Pokolenia. Prawdziwe różnice między pokoleniami X, Y, Z, baby boomersami i cichym pokoleniem oraz co one oznaczają dla przyszłości zachodniego świata*, Sopot 2024, s. 14.

⁵ K. Eschleman, M. King, D. Mast, R. Ornellas, D. Hunter, *The effects of stereotype...*, s. 200.

⁶ K. Foster, *Generation and discourse in working life stories*, „British Journal of Sociology” 2013, no. 64(2), s. 195–196, DOI: 10.1111/1468-4446.12014.

⁷ L. Xing, *Brand Marketing Strategies for Chinese Generation Z in the Digital Age*, 5th International conference on Research in Humanities & Social Science, Berlin 2021, s. 362.

i postaw jednostek⁸. Na podstawie okoliczności kontekstowych, prowadzących do różnic generacyjnych, można wnioskować, że generacje są zarówno koncepcjami socjologicznymi, jak i psychologicznymi⁹.

Kolejne pokolenia przenikają się w upływającym czasie. Czas w różnych przejawach zdaje się nabierać coraz większego znaczenia w kształtowaniu doświadczeń życiowych reprezentantów kolejnych generacji¹⁰. Każde pokolenie przejawia problemy, regularnie przeżywane sytuacje, związane z określoną kulturą, które różnią się od tych, z którymi konfrontowało się pokolenie rodziców¹¹. Tempo zmian kulturowych w świecie warunkuje inne doświadczenia osób urodzonych w kolejnych latach. Czas, w którym osoby przychodzą na świat, ma związek z zachowaniami, wartościami i cechami osobowości. Data urodzenia, decydująca o przynależności pokoleniowej, wpływa na osobowość jednostek i ich postawy w ciągu życia¹².

Teoria pokoleń zakłada, że zmiany między pokoleniami są zależne przede wszystkim od zmian społecznych, kulturowych, a nie procesów biologicznych. Natomiast główną alternatywą dla teorii kohort pokoleniowych jest założenie, że wartości, postawy i przekonania jednostek wynikają z ich wieku i dojrzałości, a nie z przynależności do generacji¹³. Dlatego koncepcja rozróżniania i charakterystyk pokoleń spotyka się z krytyką. Wyrażane są przekonania o tym, że nie ma przekonujących dowodów świadczących o odrębnych pokoleniach reprezentowanych przez grupy kohort ludzi urodzonych w określonych rocznikach. Dlatego definiowanie pokoleń, teorii i dowodów empirycznych, które mają wspierać istnienie pokoleń i różnic pomiędzy nimi, jest poważnie ograniczone¹⁴. Krytyka teorii pokoleń polega przede wszystkim na przeciwstawianiu reprezentatywnym różnicom pokoleniowym różnic wynikających z wieku oraz upływającego czasu. Krytycy teorii pokoleń zwracają uwagę przede wszystkim na brak spójności w cechach przypisywanych kategoriom pokoleniowym oraz niespójności w rocznikach określających przynależność do konkretnych pokoleń¹⁵. Głównym wyzwaniem związanym z określeniem

⁸ W.K. Campbell, S. Campbell, L. Siedor, J.M. Twenge, *Generational differences are real and useful*, „Industrial and Organizational Psychology” 2015, no. 8, s. 1–2, DOI: 10.1017/iop.2015.43.

⁹ K. Pritchard, R. Whiting, *Baby Boomers...*, s. 7.

¹⁰ C. Gilleard, *Cohorts and generations in the study of social change*, „Social Theory Health” 2004, no. 2, s. 109, DOI: 10.1057/palgrave.sth.8700023.

¹¹ D.F. Alwin, R.J. McCammon, *Generations, cohorts, and social change* [w:] *Handbook of the Life Course. Handbooks of Sociology and Social Research*, red. J.T. Mortimer, M.J. Shanahan, Boston 2003, s. 24, DOI: 10.1007/978-0-306-48247-2_2.

¹² J.M. Twenge, *Pokolenia. Prawdziwe różnice...*, s. 10.

¹³ J.S. Jones, S.R. Murray, S.R. Tapp, *Generational differences in the workplace*, „The Journal of Business Diversity” 2018, no. 18(2), s. 88, DOI: 10.33423/jbd.v18i2.528.

¹⁴ D.P. Costanza, C.W. Rudolph, H. Zacher, *Are generations a useful concept*, „Acta Psychologica” 2023, no. 241, s. 1, DOI: 10.1016/j.actpsy.2023.104059.

¹⁵ E. Parry, P. Urwin, *Generational categories: A broken basis for human resource management research and practice*, „Human Resource Management Journal” 2021, no. 31(4), s. 858, DOI: 10.1111/1748-8583.12353.

różnic między pokoleniami są trudności w zdefiniowaniu trzech powiązanych ze sobą czynników: 1) wieku – zmiennej wynikającej z etapu życia i dojrzałości; 2) okresu – zmiennej związanej z okresem historycznym; 3) kohorty – zmiennej związanej ze wspólnymi doświadczeniami grupy ludzi¹⁶.

W przeciwieństwie do perspektywy pokoleń, dla opisu grup osób urodzonych w podobnym wieku proponowane są modele konstruktywizmu społecznego i perspektywy cyklu życia. Model konstruktywizmu społecznego prowadzi do zmiany myślenia o pokoleniach z jako pewnych i wyraźnie zdefiniowanych grup ludzi na społecznie skonstruowaną grupę określoną przez kulturę i doświadczenie. Uzupełnieniem idei konstruktywizmu społecznego jest koncepcja cyklu życia, która nie koncentruje się, według jej zwolenników, na uproszczonym, raczej deterministycznym przyporządkowaniu ludzi do określonych pokoleń, lecz odnosi się do rozwoju człowieka zachodzącego w ciągłym, wielokierunkowym i wielowymiarowym procesie¹⁷. Osoby prezentują różne tożsamości społeczne i role życiowe, dlatego badacze przeciwni etykietom pokoleniowym przekonują, aby odnosić do jednostek i ich możliwości zmiany siebie i swojego otoczenia¹⁸. Ludzie w tym samym wieku mogą wykazywać podobne zachowania, niezależnie od pokolenia, a zachowania mogą zmieniać się w zależności od okresu życia osoby. Zmiany w czasie życia wynikają z trzech procesów: zmian związanych z wiekiem, zmian uzależnionych od wydarzeń w określonych latach oraz zmian pokoleniowych uwarunkowanych następowaniem po sobie kolejnych pokoleń¹⁹.

Zwolennicy teorii pokoleń w odpowiedzi na przedstawioną krytykę przyznają, że pokolenia to niejasne konstrukty społeczne. Ich granice są przedmiotem debat, a ich wyznaczanie zmienia się w zależności od czasu i okoliczności. Dane z wielu źródeł, obejmujące indywidualne cechy i postawy, produkty i praktyki kulturowe oraz dane ekonomiczne i socjologiczne, stanowią podstawą teorii pokoleń. Nie wszystkie osoby przynależące do określonego pokolenia są takie same, lecz nie można ignorować rzeczywistych różnic pomiędzy grupami. Badanie pokoleń nie wyjaśnia każdego przypadku w pokoleniu, istnieją jednak średnie różnice pomiędzy identyfikatorami pokoleniowymi²⁰. Każdy należy do określonego pokolenia, czy tego chce, czy nie, czy jest tego świadom, czy też nie. Decyduje o tym wpływ kultury i techniki, które są obecne i dominujące w okresie adolescencji i wczesnej

¹⁶ D.P. Costanza, L.M. Finkelstein, *Generationally based differences in the workplace: Is there a there there*, „Industrial and Organizational Psychology” 2015, no. 8(3), s. 309, DOI: 10.1017/iop.2015.15.

¹⁷ C.W. Rudolph, R.S. Rauvola, D.P. Costanza, H. Zacher, *Generations and generational differences: debunking myths in organizational science and practice and paving new paths forward*, „Journal and Business Psychology” 2021 no. 36, s. 961–962, DOI: 10.1007/s10869-020-09715-2.

¹⁸ R.S. Rauvola, C.W. Rudolph, H. Zacher, *Generationalism: Problems and implications*, „Organizational Dynamics” 2019, no. 48(4), s. 15–16, DOI: 10.1016/j.orgdyn.2018.05.006.

¹⁹ B. McKercher, *Age or generation? Understanding behaviour differences*, „Annals of Tourism Research” 2023, no. 103, s. 1–2, DOI: 10.1016/j.annals.2023.103656.

²⁰ W.K. Campbell, S. Campbell, L. Siedor, J.M. Twenge, *Generational differences...*, s. 1–2.

dorosłości²¹. Wszyscy ludzie są jedyni w swoim rodzaju, m.in. w związku z wydarzeniami ze swojego życia, swoimi doświadczeniami, oraz niewątpliwie wyjątkowi. Jednak kiedy spoglądamy na jednostki z perspektywy sposobów adaptacji, żadna osoba nie jest tak różna, aby nie mogła podlegać kategoryzacji²².

W porównaniu z innymi tożsamościami (rasa, płeć, narodowość) przynależność pokoleniowa może wydawać się mniej ważna. Jednostki mogą nie posiadać wystarczającej wiedzy o swoim pokoleniu. Może nie dochodzić do subiektywnej, pokoleniowej samoidentyfikacji osób, która miałaby wynikać z roku ich urodzenia²³. Jednak definiowanie ludzi według przedziałów wiekowych jest popularne. Wynika z potrzeby zrozumienia ludzi, których osobowość i styl życia są kształtowane w różnych okolicznościach środowiskowych. Kategoryzacja może dotyczyć lat urodzenia, a tym samym przynależności pokoleniowej²⁴.

Kategoryzacja jest integralnie związana z interakcjami społecznymi. Zwykle kategoryzujemy oraz klasyfikujemy siebie i innych, nie zastanawiając się nad tym. Klasyfikacje społeczne mają istotne implikacje dla tego, jak myślimy o sobie i jak kształtujemy wrażenia na temat innych²⁵.

Ludzie kreują swoją tożsamość przez przynależność do grup, kategoryzując siebie i innych na podstawie podobieństw i różnic. Osoby mogą kojarzyć się z etykietami tożsamości pokoleniowej, np. Baby Boomers, Pokolenie X, Pokolenie Y, Pokolenie Z. Tożsamość pokoleniowa odpowiada za konceptualizację siebie, która wynika z wartości, oczekiwań, zachowań, przekonań i doświadczeń osób w podobnym wieku. Jednocześnie kategoryzacja może się przyczyniać do tworzenia stereotypów – struktur poznawczych, które łączą cechy osobowości i cechy fizyczne z kategoriami społecznymi²⁶.

Stereotypy

Stereotypy to nadmiernie uproszczone reprezentacje poznawcze osób z określonej grupy. Upředzenia to emocjonalne lub oceniające reakcje wobec członków grupy. Dyskryminacja to zachowania – traktowanie mniej przychylne innych²⁷.

²¹ J.M. Twenge, *Pokolenia. Prawdziwe różnice...*, s. 38–39.

²² J. Block, *Lives through time*, Berkeley 1971, s. 110.

²³ A.M. Lindner, S. Stelboun, A. Hakim, *Embracing generational...*, s. 3.

²⁴ A. Dolot, *The Characteristics of Generation Z*, „e-mentor” 2018, no. 2(74), s. 49, DOI: 10.15219/EM74.1351.

²⁵ R.J. Crisp, M. Hewstone, *Multiple social categorization: Context, process, and social consequence* [w:] *Multiple social categorization: Processes, models and applications*, red. R.J. Crisp, M. Hewstone, Hove 2006, s. 3.

²⁶ D. Sipocz, J.D. Freeman, J. Elton (2021), „A toxic trend?": *Generational conflict and connectivity in Twitter discourse under the #BoomerRemover hashtag*, „The Gerontologist” 2021, no. 61(2), s. 167, DOI: 10.1093/geront/gnaa177.

²⁷ S. Cacioppo, J.T. Cacioppo, *Neuronauka społeczna. Wprowadzenie*, Warszawa 2023, s. 174.

Stereotypy reprezentują wspólne przekonania istniejące w określonej kulturze i dotyczą cech oraz zachowań osób przynależących do określonej społeczności. Stanowią uśrednione reprezentacje grup społecznych²⁸. Pełnią funkcje indywidualne oraz społeczne. Funkcje indywidualne prowadzą do poznawczej prostoty, spójności oraz utrzymania systemów wartości. Funkcje społeczne wynikają z potrzeby zrozumienia, wyjaśnienia i uzasadnienia relacji między grupami²⁹. Stereotypy istnieją, ponieważ zmniejszają złożoność świata społecznego i prowadzą do przewidywalności oraz łatwiejszej interpretacji rzeczywistości społecznej³⁰. Dlatego też mówią one więcej o tych, którzy stereotypizują, niż o tych, którzy są przedmiotem ich przekonań³¹. W znacznym stopniu wpływają one na interakcje społeczne. Formują oczekiwania wobec osób na podstawie ich przynależności do określonych grup³². Stereotypy ograniczają subiektywność osób stereotypizowanych oraz ich zdolność do samookreślenia³³. Są one poznawczymi skrótami (podobnie jak heurystyki, które nie wymagają wysiłku umysłowego w rozpoznawaniu indywidualnych cech ludzi) oszczędzającymi czas, aby klasyfikować rzeczywistość w coraz szybszym świecie³⁴.

Stereotypy są często błędne lub niedokładne, przypisując reprezentantom danej kategorii społecznej jednakową charakterystykę. Problematiczne są nadmierne uogólnienia związane z negatywnymi cechami³⁵. Stereotypy dotyczące członków grup obcych częściej są negatywne niż te dotyczące członków grup, z którymi jednostka w jakiś sposób się utożsamia. Dzieje się tak nawet wtedy, gdy reprezentowane cechy mogą się wydawać obiektywnie pozytywne³⁶, ponieważ to jednostki, które stereotypizują, są zwykle w jakiś sposób lepsze od obiektów stereotypu³⁷. Istnieje rozróżnienie pomiędzy znajomością stereotypu a akceptacją lub poparciem dla tego stereotypu. Ktoś może znać stereotyp, ale jego przekonania mogą być inne niż poznany stereotyp³⁸.

²⁸ J.L. Hilton, W. von Hippel, *Stereotypes*, „Annual Review of Psychology” 1996, no. 47, s. 241, DOI: 10.1146/annurev.psych.47.1.237.

²⁹ Y.R. Bourhis, J.C. Turner, A. Gagnon, *Interdependence, social identity and discrimination* [w:] *The social psychology of stereotyping and group life*, red. R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers, S.A. Haslam, Oxford 1997, s. 294.

³⁰ F. Arendt, *Media stereotypes, prejudice, and preference-based reinforcement: toward the dynamic of self-reinforcing effects by integrating audience selectivity*, „Journal of Communication” 2023, no. 73(5), s. 464, DOI: 10.1093/joc/jqad019.

³¹ M. Pickering, *Stereotyping and stereotypes*, https://www.researchgate.net/publication/316367765_Stereotyping_and_Stereotyp, s. 2.

³² T.D. Mize, *Divergence and convergence across presumed and actual stereotypes*, „Socius” 2024, no. 10, s. 1, DOI: 10.1177/23780231241286873.

³³ M. Pickering, *Stereotyping and stereotypes*, s. 3.

³⁴ D.P. Costanza, L.M. Finkelstein, *Generationally based...*, s. 312.

³⁵ F. Arendt, *Media stereotypes...*, s. 464.

³⁶ J.L. Hilton, W. von Hippel, *Stereotypes*, s. 240.

³⁷ M. Pickering, *Stereotyping and stereotypes*, s. 2.

³⁸ P.G. Devine, *Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1989, no. 56(1), s. 5, DOI: 10.1037/0022-3514.56.1.5.

W przeciwieństwie do takich kategorii, jak płeć czy rasa, wiek zmienia się i obejmuje kolejne etapy życia, przez które przechodzi dostatecznie długo żyjąca osoba. Wiek obejmuje również jedyne w swoim rodzaju grupy pokoleniowe³⁹. Dlatego też ludzie kategoryzują siebie i innych ze względu na wiek, ale również ze względu na przynależność pokoleniową⁴⁰. Stereotypy wiekowe pełnią funkcję kontroli społecznej – odzwierciedlają przekonania i oczekiwania, które odnoszą się do tego, „jak ludzie powinni zachowywać się, będąc w określonym wieku”⁴¹.

Jednostki mogą klasyfikować siebie jako przynależące do określonego pokolenia, ponieważ uznają za swoje cechy, które są charakterystyczne dla innych członków tej samej grupy. Pokolenie jako podstawa kategoryzacji spełnia dwie role: włączenie i różnicowanie – jednostki dążą do poczucia przynależności do jednej grupy i jednocześnie odrębności wobec innej przez porównywanie się z innymi⁴². Tożsamości pokoleniowe mogą wzmacniać pozytywne uczucia wobec swojej grupy. Poczucie przynależności do pokolenia może być motywem do nawiązywania kontaktów z innymi ludźmi, którzy mają związek z podobnymi doświadczeniami kulturowymi i historycznymi⁴³.

Stereotypy przyczyniają się do określania oczekiwań wobec osoby na podstawie jej przynależności do grupy⁴⁴. Dlatego ludzie mogą bardziej reagować na stereotypy dotyczące różnic pokoleniowych niż na doświadczenia życiowe istniejące przed aktywizacją stereotypu⁴⁵. Aktywizacja stereotypów zachodzi, gdy prezentowany jest stereotyp. Prezentacja stereotypu może mieć charakter jawny (poprzez bezpośrednie odniesienie do stereotypu) lub ukryty (poprzez subtelną prezentację słowa lub obrazu, które uruchamiają stereotyp)⁴⁶.

W procesie socjalizacji media odgrywają ważną rolę w konstruowaniu tożsamości pokoleniowych⁴⁷. Prezentowanie cech pokoleniowych może prowadzić do generacjonizmu – przekonania, że wszyscy przedstawiciele mają jedyne w swoim

³⁹ S.P. Francioli, M.S. North, *Youngism: The content, causes, and consequences of prejudices toward younger adults*, „Journal of Experimental Psychology: General” 2021, no. 150(12), s. 2593, DOI: 10.1037/xge0001064.

⁴⁰ D. Weiss, X. Zhang, *Multiple sources of aging attitudes: Perceptions of age groups and generations from adolescence to old age across China, Germany, and the United States*, „Journal of Cross-Cultural Psychology” 2020, no. 51(6), s. 407, DOI: 10.1177/0022 022120925904.

⁴¹ M.C. De Paula Couto, T. Huang, K. Rothermund, *Age Specificity in explicit and implicit endorsement of prescriptive age stereotypes*, „Frontiers in Psychology” 2022, no. 13, s. 1–2, DOI: 10.3389/fpsyg.2022.820739.

⁴² M.J. Urick, E.C. Hollensbe, S.S. Masterson, S.T. Lyons, *Understanding and managing inter-generational conflict: An examination of influences and strategies*, „Work, Aging and Retirement” 2017, no. 3(2), s. 167, DOI: 10.1093/workar/waw009.

⁴³ A.M. Lindner, S. Stelboum, A. Hakim, *Embracing generational labels...*, s. 3.

⁴⁴ T.D. Mize, *Divergence and convergence...*, s. 1.

⁴⁵ J. Eschleman, M. King, D. Mast, R. Ornellas, D. Hunter, *The effects of stereotype...*, s. 207.

⁴⁶ *Ibidem*, s. 202.

⁴⁷ C. Gilleard, *Cohorts and generations...*, s.115.

rodzaju, stereotypowe cechy charakterystyczne dla danego pokolenia. Treści i obrazy medialne, instytucje oraz publikacje naukowe prowadzą do społecznej akceptacji i utrwalania stereotypów pokoleniowych⁴⁸. Dzieje się tak, ponieważ przekazy medialne często stanowią główne, jeśli nie jedyne, źródło informacji. Ekspozycja na zawartość mediów może wywoływać kumulatywne efekty, prowadzące do zniekształcenia postrzeganej rzeczywistości społecznej i zwiększające stereotypowe przekonania⁴⁹.

Inaczej do kwestii stereotypów pokoleniowych odnosi się Jean Twenge: „Niektórzy twierdzą, że różnice pokoleniowe to tylko stereotypy. Jeśli ktoś snuje domysły na temat tego, w jaki sposób jedno pokolenie różni się od innego, to rzeczywiście jest to stereotyp. Jeżeli jednak pokolenia naprawdę się od siebie różnią (...) to nie można uznać za stereotyp wniosku, że istnieją różnice międzypokoleniowe (...). To nie jest stereotypizacja, ale porównanie grup przy użyciu metody naukowej”⁵⁰. Teoria pokoleń próbuje określić, w jaki sposób zmiany społeczne mogą kształtować potrzeby, wartości i zachowania ludzi, a także dystansuje się wobec nadmiernie uogólnionych stereotypów, które stygmatyzują osoby urodzone w określonych rocznikach.

Podsumowanie

Czy pokolenia różnią się tym, jak się zachowują, czują i myślą, oraz czy rozwijają się odmiennie w ciągu życia? Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta. Pokolenia są określane przez praktykę społeczną, ale również przez refleksje nad nią – refleksję naukową oraz refleksję w ramach dyskursu publicznego. Szereg książek popularyzuje wiedzę o pokoleniach. Jeszcze większy zasięg mają produkty kultury popularnej⁵¹.

Stereotypy przyczyniają się do określania oczekiwań wobec osoby na podstawie jej przynależności do grupy. Zagadnienie stereotypów pokoleniowych inspirowane potrzebą badań i edukacji. Badania w tym zakresie mogą być ukierunkowane na poznawanie autostereotypów generacyjnych, czyli na porównywaniu cech osób badanych z cechami własnej grupy pokoleniowej, oraz heterostereotypów, które związane są z opisem określonego pokolenia przez osoby do niego nienależące.

⁴⁸ D.P. Costanza, C.W. Rudolph, H. Zacher, *Are generations...*, s. 1–2.

⁴⁹ S. Ramasubramanian, C.J. Murphy, *Experimental studies of media stereotyping effects* [w:] *Laboratory experiments in the social sciences*, red. M. Webster Jr., J. Sell, Cambridge 2014, s. 387–388, DOI: 10.1016/B978-0-12-404681-8.00017-0.

⁵⁰ J.M. Twenge, *Pokolenia. Prawdziwe różnice...*, s. 30.

⁵¹ N. Vittadini, A. Siibak, I. Reifová, H. Bilandzic, *Generations and media: The social construction of generational identity and differences* [w:] *Audience transformations. Shifting audience positions in late modernity*, red. N. Carpentier, K.C. Schröder, L. Hallett, Boca Raton 2013, s. 12.

W procesie edukacji w różnych instytucjach, jak również za pomocą mediów warto zwracać uwagę na wykorzystanie przez człowieka dwóch systemów przetwarzania informacji: System 1 – oznacza myślenie szybkie, a System 2 – obsługuje myślenie wolne. System 1 działa w sposób automatyczny, bez lub z niewielkim wysiłkiem. Jednostka nie ma przy nim poczucia świadomej kontroli. System 2 rozdziela uwagę pomiędzy działania wymagające umysłowego wysiłku. Działanie Systemu 2 wiąże się z subiektywnym poczuciem skupienia, swobodnego wyboru i świadomego działania. Wymaga koncentracji i uwagi – zaangażowania poznawczego⁵². W kontekście poznawania tematyki pokoleń System 1 odnosi się do stereotypów, które aktywizują się automatycznie. System 2 wpisuje się w zadania związane z edukacją. Jest on istotny ze względu na ciągle aktywny w kulturze „natychmiastowości”, kulturze „krótkich form” System 1. Ocena docierających informacji wymaga wysiłku: uzupełniania wiedzy, analizy danych i rozwiązywania problemów związanych z życiem społecznym.

Celem edukacji w zakresie stereotypów jest zdobycie umiejętności rozróżniania pomiędzy stereotypizacją – sztywną formą utrudniającą poznanie i wykorzystanie wiedzy oraz tworzącą bariery między ludźmi – a posługiwaniem się schematami poznawczymi – elastycznymi i umożliwiającymi orientację w świecie procesami, które nadają znaczenie codziennym spotkaniom i interakcjom. Przez uczenie się i doświadczenie możemy modyfikować schematy, tak aby bardziej racjonalnie i krytycznie adaptować się do świata społecznego⁵³.

Bibliografia

- Alwin D.F., McCammon R.J., *Generations, cohorts, and social change* [w:] *Handbook of the life course. Handbooks of sociology and social research*, red. J.T. Mortimer, M.J. Shanahan, Boston 2003, DOI: 10.1007/978-0-306-48247-2_2.
- Arendt F., *Media stereotypes, prejudice, and preference-based reinforcement: toward the dynamic of self-reinforcing effects by integrating audience selectivity*, „Journal of Communication” 2023, no. 73(5), DOI: 10.1093/joc/jqad019.
- Block J., *Lives through time*, Berkeley 1971.
- Bourhis R.Y., Turner J.C., Gagnon A., *Interdependence, social identity and discrimination* [w:] *The social psychology of stereotyping and group life*, red. R. Spears, P.J. Oakes, N. Ellemers, S.A. Haslam, Oxford 1997.
- Cacioppo S., Cacioppo J.T., *Neuronauka społeczna. Wprowadzenie*, Warszawa 2023.
- Campbell W.K., Campbell S., Siedor L., Twenge J.M., *Generational differences are real and useful*, „Industrial and Organizational Psychology” 2015, no. 8, DOI: 10.1017/iop.2015.43.
- Costanza D.P., Finkelstein L.M., *Generationally based differences in the workplace: Is there a there there*, „Industrial and Organizational Psychology” 2015, no. 8(3), DOI: 10.1017/iop.2015.15.

⁵² D. Kahneman, *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, Poznań 2012, s. 31.

⁵³ M. Pickering, *Stereotyping and stereotypes*, s. 1.

- Costanza D.P., Rudolph C.W., Zacher H., *Are generations a useful concept?*, „Acta Psychologica” 2023, no. 241, DOI: 10.1016/j.actpsy.2023.104059.
- Crisp R.J., Hewstone M., *Multiple social categorization: Context, process, and social consequences* [w:] *Multiple social categorization: Processes, models and applications*, red. R.J. Crisp, M. Hewstone, Hove 2006.
- Devine P.G., *Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1989, no. 56(1), DOI: 10.1037/0022-3514.56.1.5.
- Dolot A., *The Characteristics of Generation Z*, „e-mentor” 2018, no. 2(74), DOI: 10.15219/EM74.1351.
- Eschleman K., King M., Mast D., Ornellas R., Hunter D., *The effects of stereotype activation on generational differences*, „Work, Aging and Retirement” 2016, no. 3(2), DOI: 10.1093/workar/waw032.
- Foster K., *Generation and discourse in working life stories*, „British Journal of Sociology” 2013, no. 64(2), DOI: 10.1111/1468-4446.12014.
- Francioli S.P., North M.S., *Youngism: The content, causes, and consequences of prejudices toward younger adults*, „Journal of Experimental Psychology: General” 2021, no. 150(12), DOI: 10.1037/xge0001064.
- Gilleard C., *Cohorts and generations in the study of social change*, „Social Theory Health” 2004, no. 2, DOI: 10.1057/palgrave.sth.8700023.
- Hilton J.L., Hippel von W., *Stereotypes*, „Annual Review of Psychology” 1996, no. 4, DOI: 10.1146/annurev.psych.47.1.237.
- Jones J.S., Murray S.R., Tapp, S.R., *Generational differences in the workplace*, „The Journal of Business Diversity” 2018, no. 18(2), DOI: 10.33423/jbd.v18i2.528.
- Kahneman D., *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, Poznań 2012.
- Lindner A.M., Stelboum S., Hakim A., *Embracing generational labels: An analysis of self-identification and political partisanship*, „Socius” 2024, no. 10, DOI: 10.1177/23780231241271709.
- McKercher B., *Age or generation? Understanding behaviour differences*, „Annals of Tourism Research” 2023, no. 103, DOI: 10.1016/j.annals.2023.103656.
- Mize T.D., *Divergence and convergence across presumed and actual stereotypes*, „Socius” 2024, no. 10, DOI: 10.1177/23780231241286873.
- Parry E., Urwin P., *Generational categories: A broken basis for human resource management research and practice*, „Human Resource Management Journal” 2021, no. 31(4), DOI: 10.1111/1748-8583.12353.
- De Paula Couto M.C., Huang T., Rothermund K., *Age Specificity in explicit and implicit endorsement of prescriptive age stereotypes*, „Frontiers in Psychology” 2022, no. 13, DOI: 10.3389/fpsyg.2022.820739.
- De Paula Couto C., Ostermeier R., Rothermund, K., *Age differences in age stereotypes: The role of life domain and cultural context*, „GeroPsych: The Journal of Gerontopsychology and Geriatric Psychiatry” 2022, no. 35(4), DOI: 10.1024/1662-9647/a000272.
- Pickering M., *Stereotyping and Stereotypes* [w:] *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Nationalism*, https://www.researchgate.net/publication/316367765_Stereotyping_and_Stereotyp (20.07.2025).
- Pritchard K., Whiting R., *Baby Boomers and the lost generation: On the discursive construction of generations at work*, „Organization Studies” 2014, no. 35(11), DOI: 10.1177/0170840614550732.
- Ramasubramanian S., Murphy C.J., *Experimental studies of media stereotyping effects* [w:] *Laboratory experiments in the social sciences*, red. M. Webster Jr., J. Sell, Cambridge 2014, DOI: 10.1016/B978-0-12-404681-8.00017-0.
- Rauvola R.S., Rudolph C.W., Zacher H., *Generationalism: Problems and implications*, „Organizational Dynamics” 2019, no. 48(4), DOI: 10.1016/j.orgdyn.2018.05.006.

- Rudolph C.W., Rauvola R.S., Costanza D.P., Zacher H., *Generations and generational differences: debunking myths in organizational science and practice and paving new paths forward*, „Journal of Business and Psychology” 2021, no. 36, DOI: 10.1007/s10869-020-09715-2.
- Sipocz D., Freeman J.D., Elton J., “*A toxic trend?* ”: *Generational conflict and connectivity in Twitter discourse under the #BoomerRemover hashtag*, „The Gerontologist” 2021, no. 61(2), DOI: 10.1093/geront/gnaa177.
- Twenge J.M., *Pokolenia. Prawdziwe różnice między pokoleniami X, Y, Z, baby boomersami i cichym pokoleniem oraz co one oznaczają dla przyszłości zachodniego świata*, Sopot 2024.
- Urick M.J., Hollensbe E.C., Masterson S.S., Lyons S.T., *Understanding and Managing Intergenerational Conflict: An Examination of Influences and Strategies*, „Work, Aging and Retirement” 2017, no. 3(2), DOI: 10.1093/workar/waw009.
- Weiss D., Zhang X., *Multiple sources of aging attitudes: Perceptions of age groups and generations from adolescence to old age across China, Germany, and the United States*, „Journal of Cross-Cultural Psychology” 2020, no. 51(6), DOI: 10.1177/0022022120925904.
- Vittadini N., Siibak A., Reifová I., Bilandzic H., *Generations and media: The social construction of generational identity and differences [w:] Audience transformations. Shifting audience positions in late modernity*, red. N. Carpentier, K.C. Schröder, L. Hallett, Boca Raton 2013.
- Xing L., *Brand Marketing Strategies for Chinese Generation Z in the Digital Age*, 5th International conference on Research in Humanities & Social Science, Berlin 2021, <https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2021/12/69-1129.pdf3> (30.06.2025).