



YOUTHWASHING

o performatywnym wykorzystywaniu wizerunku
młodego pokolenia



Aleksandra Szczygieł
Fundacja Impuls

SO YOU CAN'T LEAD, BABY, I KNOW, THAT THAT'S ME PAPROTKA



MŁODZI PRACOWNICY NASZE KOCHANE MŁODE TALENTY
ZNAJĄ SIĘ NA TYCH #YOUTHPOWER MŁODZI Z
MŁODYCH AMBASADORÓW INKUBATOR MŁODYCH DREAMERÓW
CYFROWE WYZWANIE CZY SZANSA NIE PRZESADZIŁAM Z TĄ SABRINĄ?
URODZENI ZE SMARTFONEM W RĘKU ENERGIA MŁOD
OCZEKUJE GENERACJA Z JAK NIE BAĆ SIĘ MŁODEGO POKOLENIA
ERACJA ZMIANY JAK PRZYGOTOWAĆ FIRMĘ NA NOWE POKOLENIE
CH BUNT POKOLENIA GEN Z TO POKOLENIE ROZRZUTNIKÓW? SP
RZYCHODZI ZETKA DO... DR TADEUSZ BATYR O POKOLENIU Z: NIE W
EPOKOJĄCY RAPORT O GENERACJI Z MŁODA, ZDOLNA I Z ENERGIA
MŁODZI ZMIENIAJĄ ŚWIAT – I TO TERAZ! ZETKI POWINNY Z WIĘKSZY
NERACJA AI MŁODZI LIDERZY POKOLENIE Z: OBYWATELE W TRYBIE
MŁODZI, ZDOLNI, ZAANGAŻOWANI ODKRYWAMY MŁODE
ODDOŚCI SIŁA! ZATĘSKNIMY ZA ZETKAMI? NADCHODZI! POKOLENIE



MŁODZI PRACOWNICY

NASTĘPKOCHANE

MŁODE TALENTY

ZNAJĄ SIĘ NA TY

#YOUTHPOWER

MŁODZIE

MŁODYCH TAMBAS

PR MŁODYCH TALENT

ACY- WYZWAN

WŁAM Z T. SABRINĄ?

CYFROWE

U

PEKU ENERGIA MŁOD

O ZETKUJE GEN

MŁODEGO POKOLENIA

ERACJA ZMIAN

IS IT THAT

NA NOWE POKOLENIE

CH BUNT POKOLE

SWEETESS SO...

ROZRZUTNIKÓW? SP

RZYCHODZIŁE TKA

O POKOLENIU Z: NIE W

EPOK IĄCY RAPORT

A, ZDOLNA I Z ENERGIA

MŁODZI ZMIENIAJĄ ŚWIA

LETI POWINNY Z WIĘKSZY

NERACJA MŁODZI LIDER

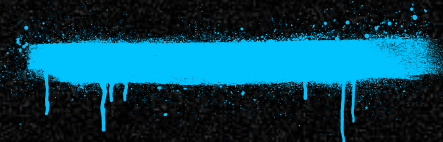
E Z: BYWATELE W TRYBIE

ODZI, ZDOLNI, ZAANGAŻOW

ODKI WAMY MŁODE

ODOŚCI SIŁA! ZATĘSKNIMY ZA ZETKAMI? NA DALENTY! POKOLENIE

**BARDZO
DUŻO
OPINII**



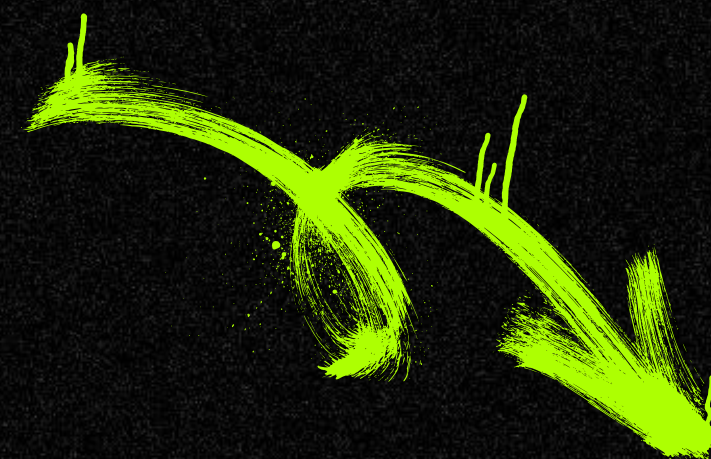
**CORAZ
WIĘCEJ
DZIAŁAŃ**

**ALE
CZY NA
SERIO?**





MY **PAPROTKI** TO



SPRAWDZIŁYŚMY

JAKO PIERWSZE W POLSCE TWORZĄC
RAPORT Z BADANIEM NA TEMAT
YOUTHWASHINGU

YOUTH WASHING

TO ZJAWISKO POLEGAJĄCE NA WYKORZYSTYWANIU
NIEŚWIADOMYCH MŁODYCH OSÓB PRZEZ OSOBY PUBLICZNE
LUB ORGANIZACJE CELEM OCIEPLENIA WŁASNEGO WIZERUNKU
(ORAZ UMACNIANIA HIERARCHICZNYCH STRUKTUR)

MŁODZI NA YOUTHWASHINGU POZORNIE ZYSKUJĄ

WIDOCZNOŚĆ

BĘDĄ NP. MODERATOREM
NA PANELU ALBO
POPROWADZĄ TIKTOKA

DOCENIENIE

MOŻNA POCZUĆ SIĘ
W ŚWIATEŁKU UWAGI
I DOSTAĆ PODZIĘKOWANIA

WPIS DO CV

ROŚNIE DOŚWIADCZENIE
(CHOĆ CZĘSTO BEZ
WYNAGRODZENIA CZY UMOWY)

MŁODZI NA YOUTHWASHINGU ALE TYLKO TRACĄ

MARGINALIZACJA



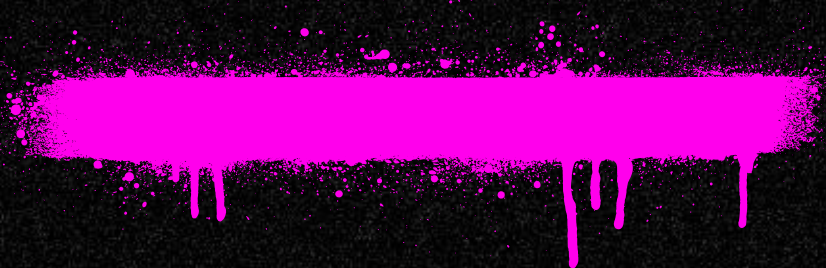
ICH WPŁYW JEST
GŁÓWNIIE RETORYCZNY,
NIE PRAWDZIWIY

OGRANICZENIE



DAJE POCZUCIE
SUKCESU, USYPIA
AMBICJE I NIEZALEŻNOŚĆ

STATUS QUO

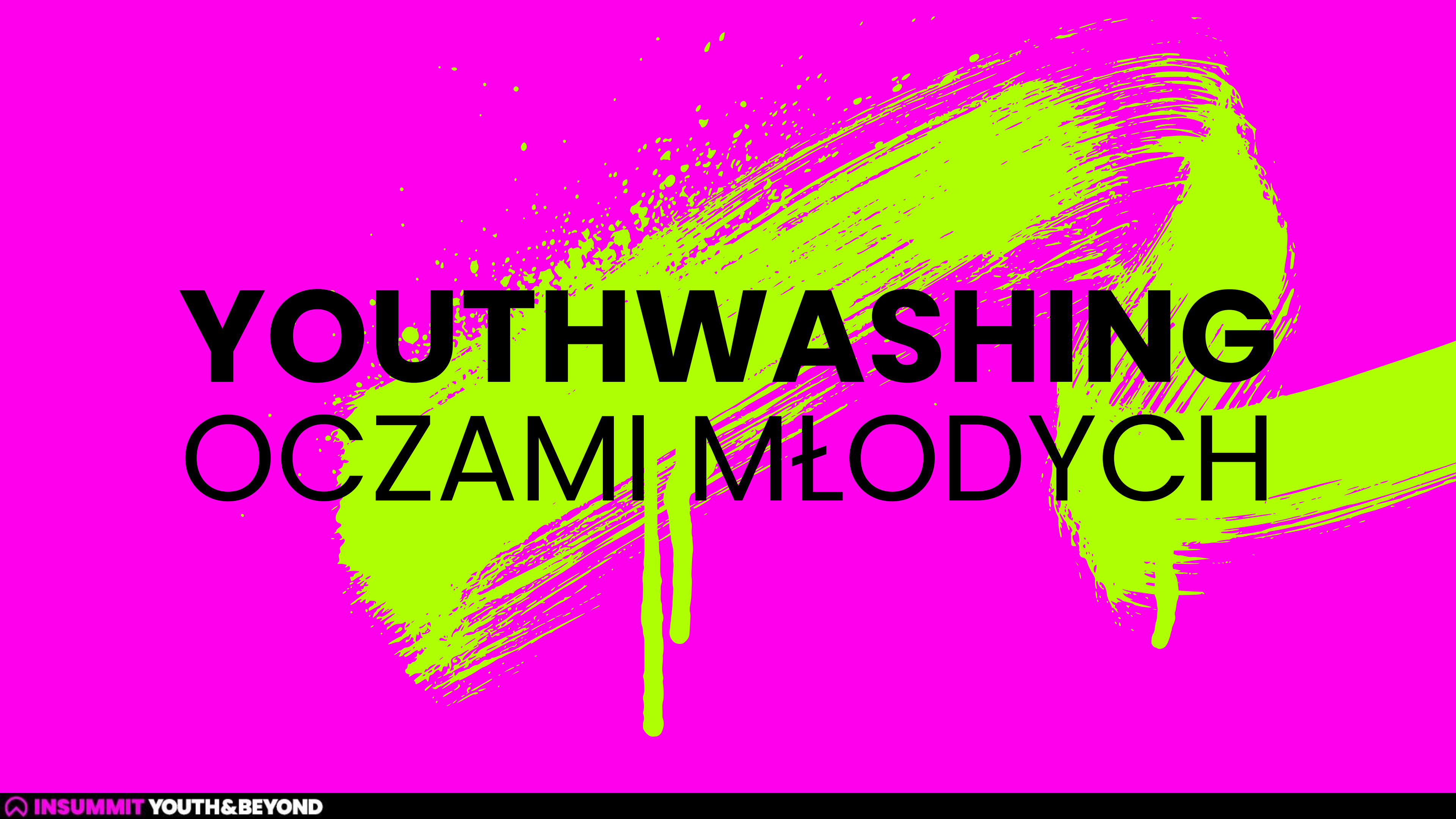


USTAWIA MŁODYCH
W ROLI WIECZNYCH
PETENTÓW

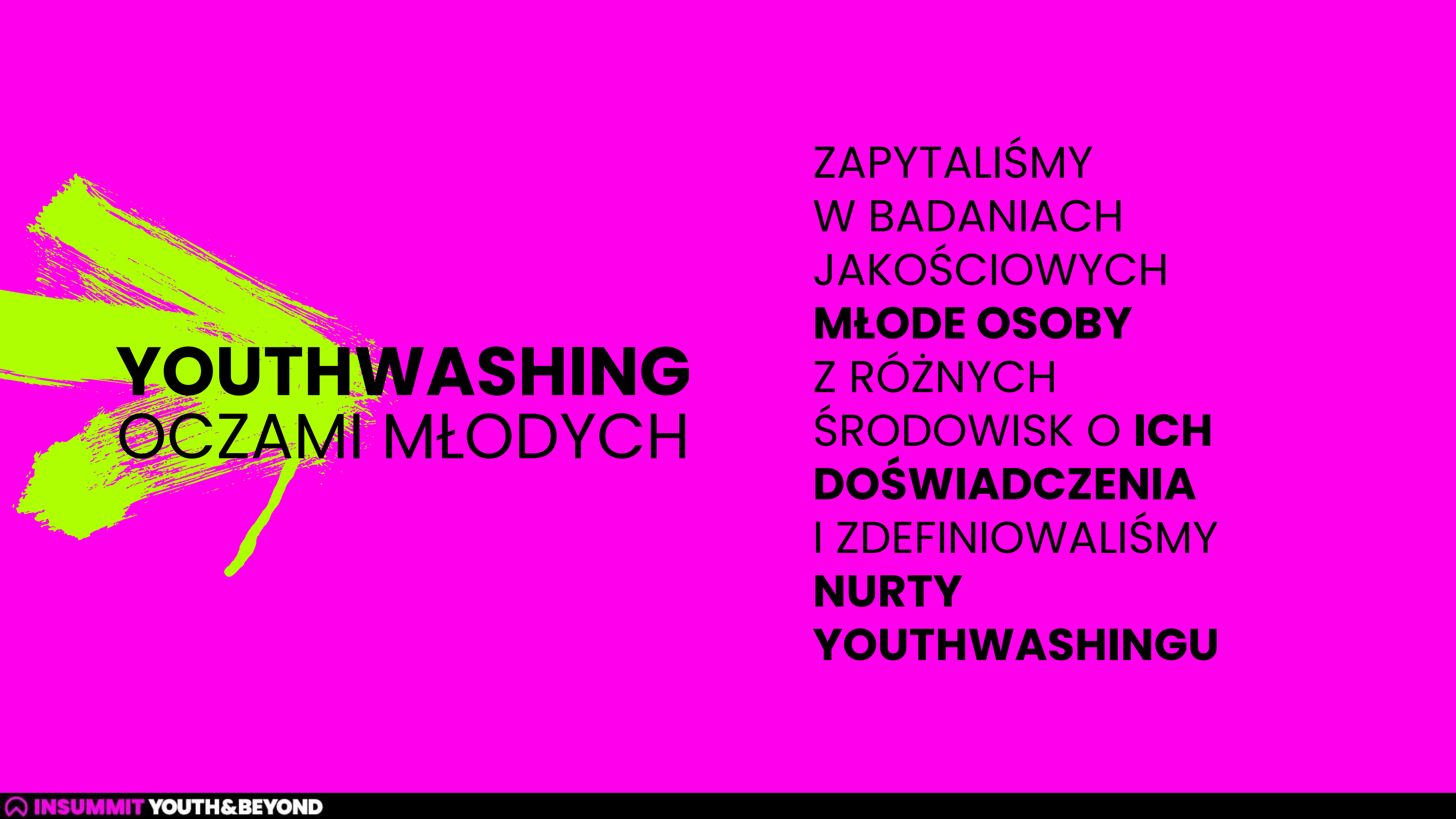
MŁODOŚĆ

JEST WTEDY, KIEDY CHCEMY CZUĆ SIĘ MŁODO

ALE ZNIKA, GDY MŁODZI CHCĄ MIEĆ WPŁYW



YOUTHWASHING OCZAMI MŁODYCH



YOUTHWASHING OCZAMI MŁODYCH

ZAPYTALIŚMY
W BADANIACH
JAKOŚCIOWYCH
MŁODE OSOBY
Z RÓŻNYCH
ŚRODOWISK O **ICH**
DOŚWIADCZENIA
I ZDEFINIOWALIŚMY
NURTY
YOUTHWASHINGU

SELFIE Z MŁODYMI I DO DOMU

Teraz pokazywanie się z młodymi osobami pod hashtagami takimi jak #wspieramy ich czy #pomagamy im się rozwijać jest skuteczną strategią marketingową

MĘŻCZYZNA, 20 LAT

Spotkanie miało trwać tak mniej niż godzinę, dajmy z pięćdziesiąt minut, no to ona wyszła po trzydziestu minutach. Powiedziała, żebyśmy sobie szybko zdjęcie zrobili i ona idzie na spotkanie.

MĘŻCZYZNA, 18 LAT

MAM POMYSŁY ALE ZABRANE...

*Wymyśliłam projekt dla kobiet.
Poprosiłam o pomoc starszą koleżankę,
która ma doświadczenie w mentoringu.
Pomogła – połączyła z osobami
i na samym evencie w przemowie
podziękowała mi za wsparcie
w organizacji.*

KOBIETA, 22 LAT

*Miałam pomysł na dużą zmianę w firmie
powstały po retrospektywie. I faktycznie
doszło do reorganizacji. Jednak dla
akcjonariuszy prezentował to Prezes “bo
na spotkaniu będą ważni ludzie”*

KOBIETA, 28 LAT

AMBASADOR DARMOWY INFLUENCER

Starsze osoby widzą w tym możliwość stworzenia atrakcyjnej wizytówki z udziałem młodych osób To właściwie taka żywa wizytówka. To już lepiej, jakby sobie wygenerowali w AI influencera..

MĘŻCZYZNA, 21 LAT

Mimo bycia studentką prawa, zamiast wykazać moje kompetencje, moim zdaniem było wrzucać zdjęcia na sociale, aby mieć większe szanse na zatrudnienie

KOBIETA, 23 LATA

YOUTH ADVISORY BOARD

JAK MOŻEMY NA WAS ZAROBIĆ?

Wzięłam udział w spotkaniach rady firmy [XYZ]. Celem było opracowanie produktu – ciastek dla młodych, które mają zostać wprowadzone do sprzedaży. Otrzymałam certyfikat i po programie kontakt się urwał. Widziałam tylko posty na LinkedIn jak bardzo firma wspiera młodych.

KOBIETA, 25 LAT

Ich priorytety wydają się być bardziej związane z zyskami niż z prawdziwą pomocą. To sprawia, że ich podejście do pracy wydaje się powierzchowne.

KOBIETA, 19 LAT

BIZNES NA YOUTHWASHINGU POZORNIE ZYSKUJE

WIZERUNEK

POZYCJONUJE SIĘ
JAKO PRZYJACIEL
MŁODYCH

SPRZEDAŻ

EKSPONUJĄC MŁODE
TWARZE, ZYSKUJE
MŁODYCH KLIENTÓW

REKRUTACJE

POPRZEZ PROGRAMY
REKRUTUJE ZDOLNYCH
PRACOWNIKÓW

BIZNES NA YOUTHWASHINGU ALE TYLKO TRACI

WIZERUNEK

BO ŁATWO O KRYZYS
WIZERUNKOWY "MÓWI
JEDNO, ROBI DRUGIE"

SPRZEDAŻ

BO NIE WŁĄCZAJĄC
MŁODYCH REALNIE, TRACI
AUTENTYCZNOŚĆ
I ZAUFANIE

REKRUTACJE

BO WZMACNIA
POSŁUSZEŃSTWO
ZAMIAST CIEKAWOŚCI

DLATEGO
PLEASE
PLEASE
PLEASE



DZIĘKUJĘ

impuls

