

Generation Y: pragmatisch revolutionair

Annet Daems & Vicky Franssen

De media en de marketeers, maar ook onderwijsmensen zijn voortdurend op zoek naar een eigentijdse manier om een generatie mediaslimme jongeren te bereiken. Sinds het internet bij het grote publiek is geïntroduceerd, ontstaan er steeds meer en sneller nieuwe toepassingen (en applicaties) die jongeren massaal gebruiken of waarmee ze experimenteren. De onderwijswereld worstelt met de vraag of toepassingen van Web 2.0 en 3.0 ook naar een onderwijsomgeving geëxtrapoleerd moeten worden. Kan het onderwijs tegemoetkomen aan de generatie studenten met mogelijk erg hoge verwachtingen over de elektronische ondersteuning van hun leer- en werkproces? Hoe groot mag het bigbrothergehalte van het onderwijs zijn?

Is het nu generatie X, Y of Einstein? is de titel van een recent boek van De Bruyckere en Smits (2009). Die titel wijst erop dat de huidige jongeren allerlei namen krijgen toebedeeld die moeten aangeven waarin ze precies verschillen met de vorige generatie(s). Hadden de babyboomers nog echte generatieconflicten met hun ouders, dan verschilt de huidige generatie Y (na 1985 geboren en volgend op X) van de vorige generatie(s) omdat ze met een exponentieel groeiende verscheidenheid aan media en informatie opgegroeid zijn. Om dat belangrijke verschil duidelijk te maken, krijgt de jongerengeneratie allerlei labels toebedeeld als *millennials*, *netgeneration*, *instant generation*, *generation Y* of de *digital natives*. Die jongeren zijn vanaf de geboorte in aanraking gekomen met nieuwe technologieën zoals computerspelletjes, mail en het internet, in tegenstelling tot de *digital immigrants*, die niet met ICT zijn opgegroeid en het zich op latere leeftijd eigen hebben gemaakt (Prensky, 2001 in Prozee, 2006). Zo melden Boschma en Groen

(2006) dat 'de huidige generatie jongeren nieuwe vaardigheden heeft ontwikkeld. Deze generation Y is gewend aan lezen en direct reageren en ze verwacht tweerichtingscommunicatie.'

MEDIAGEBRUIK EN JONGEREN

We hebben meer dan 200 scholieren en hogeschoolstudenten over hun onlinemediagedrag ondervraagd. Vlaamse jongeren zitten vandaag gemiddeld meer dan twee uur per dag op het net (zie tabel 1). Tv (gemiddeld 1 tot 2 uur) en gsm (gemiddeld een half uur tot een uur) komen vrij dicht in de buurt van het internet qua tijdsgebruik. De printmedia scoren bij de Vlaamse jongeren lager dan internet, tv en radio. Tabel 1 illustreert dat zowel magazines als de te betalen en de gratis kranten maar enkele keren per maand door de *millennials* gelezen worden.

Een peiling naar de specifieke internettoepassingen die jongeren gebruiken, toont aan dat MSN/Skype het best scoort (30 tot 60 minuten per dag), gevolgd door mail, Google en websites (tot 30 minuten per dag elk). De sociale media YouTube en Facebook worden door de ondervraagde jongeren in verhouding minder geconsulteerd (enkele keren per week). In dezelfde categorie vallen spelletjes en onderwijsgerelateerde elektronische leeromgevingen zoals Toledo en Blackboard (enkele keren per week). Blogs en Wikipedia worden door de ondervraagde jongeren

“Vlaamse jongeren zitten vandaag gemiddeld meer dan twee uur per dag op het net.”

