

De Netgeneratie bestaat niet

Harry van Vliet (Hogeschool Utrecht)

Het propaganderen van een Netgeneratie voegt niets toe aan het begrijpen van digitaal gedrag van jongeren. Bovendien wordt steeds duidelijker dat het gebaseerd is op onjuiste aannamen. Niet alleen is het Netgeneratie denken irrelevant en onjuist, het is ook gevaarlijk. Gevaarlijk in die zin dat het wordt ingezet als beslissend argument om veranderingen tot stand te brengen, niet in de laatste plaats in het onderwijs. Pas als we het Netgeneratie denken achter ons laten, kunnen we een genuanceerder beeld krijgen over wanneer de inzet van digitale leermiddelen een meer realistische kans van slagen heeft.

De term 'Netgeneratie' is er één in een parade van termen die gebruikt worden om de jeugd van tegenwoordig te typeren: Nintendo-generatie, generation C (content), screenagers, Einstein generatie, internetgeneratie, digitale generatie, dotcom-generatie, joystick-generatie, de sms-generatie, homo zappiens, generatie M (media), enzovoort. Achter deze typeringen gaan aannamen schuil over het gedrag, de motivaties en het intellect van de betreffende generatie. Alhoewel 'schuil gaan' hier misschien niet de goede karakterisering is gegeven de vaak expliciete beweringen over het slimmer, sneller en socialer zijn van deze generatie, hun niet-lineaire denken, multitasking vaardigheden en hun volledige inzicht in mediamanipulaties (Boschma & Groen, 2007; Wijngaards, 2008; Tapscott, 2009). In deze generatie-literatuur is de nieuwe generatie jongeren zonder uitzondering: kritisch, actief, gedreven en bedreven, visueel ingesteld, en zijn ze onderzoekend, nieuwsgierig, intelligent, multitaskers, sociale netwerkers, gericht op samenwerking enzovoort. Deze Netgeneratie is zo anders dat we volgens Marc Prensky moeten spreken van een digitale oerknal die de nieuwe generatie compleet anders maakt dan de oudere *digital immigrants*, tot en met een andere hersenstructuur toe.

Het Netgeneratie denken is echter in hoge mate irrelevant en berust op onjuiste beweringen. Irrelevant in die zin dat het generatiedenken ons

niet verder helpt in het feitelijke inzicht verkrijgen in het gedrag van (schoolgaande) jongeren. Onjuist in die zin dat recent onderzoek op zijn zachts gezegd een genuanceerd beeld laat zien van het (digitale) gedrag van jongeren. Niet alleen is het Netgeneratie denken irrelevant en onjuist, het is ook gevaarlijk. Gevaarlijk in die zin dat het wordt ingezet als beslissend argument om veranderingen tot stand te brengen, niet in de laatste plaats in het onderwijs: er is een Netgeneratie dus we moeten het onderwijs aanpassen. Deze aanpassingen van het onderwijs zijn noodzakelijk om de van het onderwijs 'vervreemde' jongeren te redden. Misschien moet het onderwijs wel vernieuwd worden maar de argumenten die de generatiedenkers hiervoor aandragen kunnen daarvoor geen afdoende fundament bieden. Pas als we het Netgeneratie denken achter ons laten, kunnen we een genuanceerder beeld krijgen over wanneer de inzet van digitale leermiddelen een meer realistische kans van slagen heeft.

Er is ook alle reden om het Netgeneratie denken achter ons te laten. Publicaties zoals *Generatie Einstein* (Boschma & Groen, 2007) en recent *Grown up Digital* (Tapscott, 2009) die de Netgeneratie in alle toonaarden propageren onder slogans zoals 'slimmer, sneller en socialer', stellen in bewijsvoering en argumentatiekracht danig teleur. Voor beide boeken geldt dat de bewijsvoering exemplarische en anekdotische is, er weinig tot geen wetenschappelijke onderbouwing is, en vooraf alle kritiek al wordt geneutraliseerd ("gaat om de grote lijn") of zelfs gediskwalificeerd ("is angst voor de toekomst"). Het in twijfel trekken van zoiets als digital natives leidt tot kwalificaties van 'in ontkenning zijn' van de werkelijkheid. Docenten die hun methoden hierom niet aanpassen zijn lui volgens Prensky. Als er al empirische data wordt vergaard dan is er methodisch sprake van een zeer discutabele aanpak. Tijdens het lezen van Tapscott's boek leren we zijn kinderen Niki en Alex goed kennen omdat ze regelmatig de bewijslast moeten dragen van de Netgeneratie. Ook het uitzetten van vragenlijsten onder jongeren die zeer actief zijn op internet om vervolgens de resultaten te extrapoleren naar een hele generatie, is een aanpak waar geen eerstejaars student mee weg komt. Dat Tapscott zichzelf trots profileert als een 'student of research methodology' is een gotspe (zie Van Vliet et al., 2009). De argumentatie berust op herhaling en niet op onderbouwing en veel is dan ook terug te

brenge tot retoriek zoals ook Bennet, Maton & Kervin (2008) concluderen: "much of the current debate about digital natives represents an academic form of moral panic. Arguments are often couched in dramatic language, proclaim a profound change in the world, and pronounce stark generational differences. Such claims coupled with appeals to common sense and recognisable anecdotes are used to declare an emergency situation, and call for urgent and fundamental change" (p. 8).

Desalniettemin zou je dit allemaal als 'ongelukkig' kunnen typeren, en stellen dat de auteurs wel een punt hebben. Niet echt. Dat blijkt bijvoorbeeld uit 'ongelukkige' manieren in het gebruik van het generatiebegrip. Ten eerste moet een onderscheid worden gemaakt tussen de aanwezigheid van een gedeeld referentiekader aangaande sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen en de doorwerking daarvan in individuele meningen, gedragingen, waarden en normen. De Koude Oorlog kon doorwerken in een politieke radicalisering naar links of naar rechts, een jongerencultuur kan in hetzelfde tijdsgewricht onder dezelfde economische depressie uiteenvallen in punks, mods, hippies en wat al niet meer zij. Het is meer dan voorstelbaar dat de Tweede Wereldoorlog een andere impact heeft gehad voor mensen in de stad dan voor mensen op het platteland, voor Joden en niet-Joden, enzovoort. Hoewel je dus van een oorlogsgeneratie kan spreken is de impact van de oorlog op de mensen in die generatie verschillend. Eenzelfde argumentatie kan ook gevolgd worden voor de doorwerking van de informatiemaatschappij: het opgroeien in een informatiemaatschappij betekent niet per definitie dat alle jongeren mediawijs zijn. Er zijn grote verschillen onder jongeren hoe ze gebruik (kunnen) maken van instrumenten van de informatiemaatschappij (Van Dijk, 2003).

Ten tweede is er het gevaar van tunnelvisie. Er zit een bepaalde paradox in het gelijktijdig beweren dat generaties getypeerd kunnen worden door een gebeurtenis die heel groot en belangrijk is én beweren dat de grootste impact daarvan het exclusieve domein van de jeugd is. Neem belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen die zich structureel nestelen in de sociaal-maatschappelijke omgeving, zoals de industriële revolutie, de seksuele revolutie of de huidige digitale 'revolutie'. Deze sprongen van vooruitgang hebben, juist omdat ze zo ingrijpend en

alomvattend zijn, een dwingend karakter voor *iedereen* in de samenleving om zich er naar te voegen of zich er tegen af te zetten: het belastingformulier moet digitaal worden ingeleverd, de televisie kan alleen nog maar digitaal worden ontvangen, we moeten aan de OV-kaart en in het patiëntendossier enzovoort. De valkuil is nu te doen alsof deze veranderingen alleen voor jongeren toegankelijk zijn en alleen door hen worden opgepikt. Oftewel, de *digital immigrants* leven ook in een digitale wereld net als de *digital natives*, en het is een kwestie van tijd totdat hun gedrag zich gaat vormen naar de nieuwe omgeving (zie verder).

Hiermee is in feite gezegd dat generatiegenoten onderling net zo kunnen verschillen als generaties onderling. Een werkelijke interesse in de Netgeneratie zou zich uiten in een gedreven zoektocht naar de overeenkomsten en verschillen die er zijn in die generatie en met vorige generaties. Als je in de hoofden van de Netgeneratie wilt kijken dan zouden juist de verschillen de interesse moeten wekken, en niet het waterhoofd van *de* generatie.

Daarnaast moeten we ook de vraag stellen of er wetenschappelijk bewijs is voor de kwalificaties die toegekend worden aan de Netgeneratie. Onstenk (2007) geeft al aan dat de empirie een genuanceerder beeld opdringt: "Duidelijk is overigens wel dat niet alle studenten dezelfde digitale ervaring hebben. Niet alle jongeren in het beroepsonderwijs zijn op dezelfde wijze lid van de 'internetgeneratie' (p. 14). Een beeld dat in de studie van Kanters & van Vliet (2009) wordt bevestigd. De laatste jaren zijn er dan ook twijfels geuit over de gedane beweringen over de Netgeneratie. Bennet, Maton & Kervin (2008) beargumenteren dat een uitspraak dat een gehele generatie uitvoerige kennis en vaardigheden bezitten ten aanzien van nieuwe technologie niet houdbaar is op basis van empirisch onderzoek. Evenmin is houdbaar dat ze er een eigen leerstijl op na houden. Recent zijn er drie studies verschenen die een verder licht werpen op de wetenschappelijke houdbaarheid van een aantal aannamen rond de Netgeneratie.

In de studie van de British Library (Ciber, 2008) is bij de Google-generatie, jongeren geboren na 1993, gekeken naar de wijze waarop deze jongeren digitale bronnen gebruiken, en of dit erg afwijkt van hoe volwassenen ze gebruiken. Uit het onderzoek komt naar voren dat

jongeren weinig begrip hebben van hun eigen informatiebehoefte en daardoor moeilijk effectieve zoekstrategieën ontwikkelen, weinig tijd besteden aan het evalueren van informatie op basis van relevantie, juistheid en autoriteit, online informatie zeer vluchtig bekijken en zeer fanatiek op hyperlinks klikken. Dit allemaal in tegenstelling tot wat Tapscott (2009) bijvoorbeeld beweert over de netgeneratie als 'superior scanners', 'sophisticated readers', en zijn uitroep 'After all, they're not just clicking' (p. 113). Ciber stelt dat de zogenaamde informatie geletterdheid niet verbeterd is in relatie tot de bredere beschikbaarheid van en toegang tot technologie. Specifieke mythes die de studie doorpikt zijn die ten aanzien van: multitasking, "There is no hard evidence" (p. 18), en dat jongeren experts zijn in informatie zoeken "there is no evidence in the serious literature" (p. 22). Wel bevestigt de studie dat jongeren meer operationeel vaardig zijn met technologie, en dat digitale bronnen veel hergebruikt worden ('cut-and-paste'). De conclusie van de studie is dat we niets opschieten met een typering zoals de Google-generatie: slechts 27% van de jongeren kan als zodanig worden getypeerd, terwijl de meerderheid (57%) slechts eenvoudige technologie inzet voor simpele communicatiebehoeften en voor vermaak. De rest probeert technologie zelfs te ontlopen daar waar het kan, de zogenaamde *digital dissidents*. Bovendien maken oudere gebruikers een inhaalslag waarmee ook het vermeende gat tussen jongeren en ouderen snel kleiner wordt: "much writing on the topic of this report overestimates the impact of ICTs on the young and underestimates its effects on older generations. A much greater sense of balance is needed." (p. 21).

Schulmeister (2008) onderzocht de wetenschappelijk basis voor aannamen die in de vele boeken en artikelen over de Netgeneratie worden gedaan. Schulmeister ontleedt de beweringen over de Netgeneratie in twee toetsbare beweringen: 1) het bestaan van een Netgeneratie zou betekenen dat computer en internetgebruik domineren in deze groep, en 2) het zou betekenen dat deze groep onderscheidende kenmerken heeft van de voorafgaande generatie. Het eerste aspect wordt door Schulmeister in een uitgebreide analyse van internationaal onderzoek niet aangetroffen. Wereldwijd is bijvoorbeeld televisie nog steeds het medium voor jongeren. Voor het tweede aspect concludeert Schulmeister dat "sich die heutige Generation nicht wesentlich in ihren

Einstellungen und Präferenzen von früheren Generationen unterscheidet.” (p. 28).

Ito et al. (2009) doen verslag van een etnografische studie naar het gebruik van nieuwe media in de Amerikaanse jeugdcultuur. Dit is een welkome aanvulling op het vaak sterk kwantitatieve materiaal (OfCom, 2008; Van Vliet et al., 2009). De onderzoekers plaatsen het gebruik van nieuwe media in een bredere sociale en culturele setting, wat nogal eens nagelaten wordt terwijl het zo voor de hand ligt gegeven het feit dat het gebruik van nieuwe media in het verlengde ligt van activiteiten die jongeren in hun sociale leven doen (Van Vliet et al., 2009). Op basis van het onderzoek zetten de onderzoekers zich af tegen het beeld van een digitale generatie die radicaal anders is dan andere generaties in het gebruik van nieuwe media. Ze onderscheiden patronen in het gebruik van media waarin jongeren om verschillende redenen, in verschillende mate en afhankelijk van de situatie in participeren. Ze onderscheiden twee belangrijke motivaties ('friendship-driven' en 'interest-driven') en drie niveaus van intensiteit en complexiteit ('hanging out', 'messaging around' en 'geeking out') waarin jongeren zich vrijelijk in begeven: "we find that youth will often engage in multiple genres of participation in ways that are situationally specific." (Ito et al, 2009, p. 20).

Het generatiedenken legt de verkoop van boeken geen windeieren, maar de werkelijkheid is genuanceerder. Die nuance zit in ieder geval in het feit dat generaties geen homogene groepen zijn. Er zijn groepen jongeren die niets hebben met technologie of alleen operationele vaardigheden bezitten die ze in staat stellen hun dagelijkse behoeften aan communicatie en contact te ondersteunen. Zogenaamde informatievaardigheden (zoeken, selecteren, beoordelen) of strategische vaardigheden (informatie gebruiken om een doel te bereiken) zijn zeker niet aan alle jongeren gegeven. Verder zit de nuance in het feit dat de digitale leefwereld niet het exclusieve speelveld is van een generatie die ermee is opgegroeid, hoe 'natuurlijk' zij zich er ook in begeven. Dit kan snel tot de vooringenomenheid leiden dat zij die ermee opgegroeid zijn er ook volledig vaardig in zijn en anderen een achterstand hebben.

Er is ook geen bewijs dat we met een radicale breuk van doen hebben. Natuurlijk is er voor jongeren onmiskenbaar een nieuwe

omgeving van sociale netwerksites, online games, video-sharing sites and gadgets zoals mobiele telefoons en iPods, maar onderliggend zijn jongeren nog wel steeds met dezelfde dingen bezig als eerdere generaties: identiteitsontwikkeling, opgroeien en zelfstandig worden. Er is dan ook een bepaalde nuchterheid in alle gegevens te ontdekken, namelijk dat voor jongeren het contact met vrienden het belangrijkste is en dat (nieuwe) media worden gebruikt om dit doel te bereiken. Vandaar de terugkerende hoge scores in het gebruik van IM, chatten, en sociale netwerken. In die bredere context van sociaal-culturele tradities en patronen waarin nieuwe media opereren is het ook evident dat technologie niet alleen het tempo bepaald van veranderingen: “While the pace of technological change may seem dizzying, the underlying practices of sociability, learning, play, and self-expression are undergoing a slower evolution, growing out of resilient social structural conditions and cultural categories that youth inhabit in divers ways in their everyday lives. (Ito et al., 2009, p. 2; ook Van Vliet, 2008). De inzet van digitale leermiddelen moet in deze (meta) context worden bekeken en beoordeeld om tot een realistische inschatting te kunnen komen van wat de meerwaarde ervan is.

Referenties

Bennet, Sue, Karl Maton & Lisa Kervin. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39 (5) 775-786.

Boschma, Jeroen & Inez Groen. (2007). *Generatie Einstein*. Amsterdam: Pearson Education.

Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research. (2008). *Information behaviour of the researcher of the future*. London: UCL.

Ito, Mizuko, Heather Horst, Matteo Bittanti, Danah Boyd. (2009). *Living and Learning with New Media*. Cambridge: MIT Press.

Kanters, Emiel & Harry van Vliet. (2009). *Web 2.0 als leermiddel*.

Zoetermeer: Kennisnet ICT op School.

OfCom (Office of Communications). (2008). *Communications Market Report*. United Kingdom.

Onstenk, Jeroen. (2007). *Web 2 in de BVE*. Zoetermeer: Kennisnet ICT op school.

Schulmeister, Rolf. (2008). *Gibt es eine >>Net Generation<<?* Version 2. Hamburg: Universitat Hamburg.

Tapscott, Don. (2009). *Grown up digital*. New York: McGraw-Hill.

Van Dijk, Jan. (2003). *De digitale kloof wordt dieper*. Den Haag: SQM en Infodrome@united knowledge.

Van Vliet, Harry. (2008). *Bright Lights, Blind Spots*. Deventer: Plan B Publishers.

Van Vliet, Harry, Wendy van der Steen, Hans Fröling & Emiel Kanters. (2009). *Wijs met Media*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.

Wijngaards, Guus. (2008). *Het Sociale Web en het leren*. Hogeschool InHolland.