

Generatie Einstein: slim, sterk, sociaal

'Deze jongeren beseffen dat we het met elkaar moeten doen'

Van onze verslaggever
SCHIEDAM

'Move over babyboomers en generatie X'ers. Maak plaats voor Generatie Einstein.' Met deze provocatieve aansporing openen Inez Groen en Jeroen Boschma hun pleidooi voor 'de eerste positieve generatie die deze wereld ziet'.

Ze doen dat in het boek *'Generatie Einstein'* en uit de gedecideerde toon valt op te maken dat dit duo uit de reclamewereld komt. Boschma en Groen zijn verbonden aan Keesie, een bureau dat zich specifiek richt op jongeren.

Hun te boek gestelde ervaringen zijn bedoeld voor iedereen die met de jeugd van tegenwoordig te maken heeft: bedrijfsleven, leraren, beleidsmakers. Keesie-directeur Boschma vertelt met smaak over politica Femke Halsema die de jongeren dacht te verleiden met een deejay naast zich op het podium. 'Daar kijken ze dus dwars doorheen. Weet je wie hun held is? Lubbers. Die is tenminste gewoon zichzelf. Authenticiteit, daar gaat het om.'

De generatie die Groen en Boschma op het oog hebben, is van schoolgaande leeftijd en het verschil met twintigers is al levens-

groot. Groen: 'Studenten van Hogeschool Inholland hebben eens onderzoek gedaan onder scholieren en het wederzijdse onbegrip was enorm. Studenten e-mailen nog. Dat vinden scholieren belachelijk. Jewachtgewoont iemand online is, dan heb je echt contact.'

Is de computer voor ouderen in de eerste plaats een bron van informatie, voor tieners is het een sociaal apparaat met al zijn tentakels in het wereldwijde web. Boschma: 'Deze generatie is de eerste voor

'Lubbers is hun held. Waarom? Die is tenminste zichzelf'

wie de computer echt helemaal vanzelf spreekt en de gevolgen zijn revolutionair. Ze zijn compleet anders dan wij.'

De schrijvers zijn optimistisch. 'Wij zijn gewend lineair te werken. Zij plukken overal wat vandaan.' De jongste generatie is daarom ook wel de knip- en plakgeneratie genoemd, achterbankgeneratie ook en Fox Kids. Boschma: 'Allemaal negatieve etiketten, samengevat onder de drie G's: genot, ge-

mak en gewin.' In dit boek wordt de Generatie Einstein juist grote kwaliteiten toegedicht: ze laat zich geen knollen voor citroenen verkopen.

Boschma: 'We hebben wel eens het zappedrag vergeleken. Ouderen zijn gewend lineair te zappen, gewoon alle kanalen op volgorde langs. Dus bij een film als Bruce Willis beland je als hij net ligt uit te hijgen na een spannende actie. Jongeren weten feilloos hoe zo'n film in elkaar steekt. Ze zappen op precies het juiste moment en weten dat ze daarna vijf minuten naar iets anders kunnen kijken.'

Tegenover de drie G's stellen de schrijvers daarom de drie S-en: slimmer, sterker en sociaal. Die positieve opvatting ontleent ze vooral aan een lage eigendunk als vertegenwoordigers van Generatie X. Deze door de Amerikaanse schrijver Douglas Coupland gekarakteriseerde generatie is wars van idealen en vervuld van eigenbelang.

Boschma: 'Dat is totaal omgeslagen. We hebben gemerkt dat jongeren zich juist heel verantwoordelijk voor elkaar voelen. Over die cartoonrel in Denemarken is gigantisch gediscussieerd op het net, maar met groot respect voor elkaar. Deze generatie beseft dat we het met elkaar moeten doen.'

Drie generaties, hun sociale achtergronden en hun computergebruik

