

## Nieuwste generatie Alpha denkt fundamenteel anders dankzij technologie



**Generatie X? Generatie Y? We zijn inmiddels alweer toe aan Generatie Alpha. Deze nieuwste generatie denkt en leeft op een fundamentele andere manier dan alle eerdere generaties. Dankzij de invloed van technologie. De kloof tussen de generaties wordt steeds groter.**

Wetenschapper Mark McCrindle introduceerde de term Generatie Alpha om mensen die vanaf 2010 geboren te zijn te omschrijven. Voor deze generatie is technologie zo verweven met ieder onderdeel van het leven, dat ze op een fundamenteel andere manier nadenken, leven en spelen dan iedere generatie voor hen. Deze generatie is dus voorlopig nog niet te vinden op de werkvloer.

### Kloof tussen generaties

Toch geeft [het rapport 'Inzicht in Generatie Alpha'](#) dat Hotwire en [Wired Consulting](#) vandaag publiceren, een voorzichtig kijkje op de toekomst en hoe de kloof tussen de generaties groeit. Generatie Alpha blijkt makkelijker met technologie om te gaan dan iedere andere generatie. Deze omgang met technologie heeft echter mogelijk grote gevolgen voor de manier waarop hun hersens werken en hoe ze de wereld beleven.

### Technologie beïnvloedt ons leven

Het rapport geeft verder een beeld van de invloed van technologie op toekomstige generaties en welke verwachtingen Generatie Alpha op hun beurt weer heeft van deze technologie. "We naderen een tijdperk waarin het verschil tussen oudere en jongere generaties op het gebied van hun ervaring met technologie steeds zichtbaarder wordt", waarschuwt Tom Upchurch, directeur bij Wired Consulting. "Technologie beïnvloedt onze gewoontes, onze houding en zelfs fundamentele cognitieve vaardigheden. Deze nieuwe digitale omgeving moet ontworpen worden door ouders, opleidingsinstellingen, digital designers en de jongste leden van onze samenleving. Zo zorgen we ervoor dat de digitale toekomst hen verrijkt in plaats van verarmt."

## Communicatie

Bedrijven moeten met Generatie Alpha communiceren op de manier waarop Generatie Alpha dat wil en zich daarbij vooral richten op wat ze nodig hebben, door bijvoorbeeld een probleem voor ze op te lossen. Dit is geen publiek dat kijkt naar een advertentie of review en het product dan later aanschaft: Generatie Alpha oriënteert zich pas wanneer dat nodig is. Zo worden merken gedwongen te kiezen voor reactieve aanpak, in plaats van proactief te adverteren.

Uit het rapport komen diverse belangrijke punten naar voren:

- **Het belang van spraakbesturing:** voor Generatie Alpha is spraakgestuurde bediening van een apparaat even natuurlijk als via een touchscreen. Ze verwachten dan ook dat apparaten reageren op spraakcommando's.
- **Het debat over 'schermtijd' wordt alleen maar heviger:** voor een generatie die zo vervlochten is met technologie, lijkt te veel schermtijd niet te bestaan. Experts worden het nog niet eens over de invloed die dit heeft op de mentale gezondheid en het welzijn van Generatie Alpha. Wel geven ze aan dat het debat niet over de technologie zelf gaat, maar over de manier waarop deze wordt toegepast.
- **Het Internet of Toys komt eraan:** connected speelgoed wordt de standaard. Dat betekent dat kinderen niet alleen verwachten dat hun speelgoed op hun spraakcommando's reageert, maar er ook van uitgaan dat speelgoed een eigen emotionele intelligentie laat zien.