

**Съвременна образователна среда – портрет на поколенията:
конфликти**

Нешка Манчорова, Ангелина Киркова-Богданова, Николай Симеонов,
Елена Ставрева, Димитър Колев

**Modern educational environment – portrait of generations:
Conflicts**

Neshka Manchorova, Angelina Kirkova-Bogdanova, Nikolay Simeonov,
Elena Stavreva, Dimitar Kolev

Abstract:

Modern social psychology defines four groups of generations: The Silent Generation (Traditionalists, The Greatest, Generation GI), the Baby Boomer Generation (Baby Boomers, Boomers), Generation X and the Net Generation (Generation Y, Millennials). Generations are not strictly defined by dates. They are grouped according to certain historical, economic, social events and scientific discoveries. Conflicts between generations unfold in the spheres of work, career, family, education, money, communication. In the modern university educational environment, differences between generations are discussed in key social categories. Critical points in academic relationships are presented, as well as strategies for preventing or overcoming conflict.

Keywords: generations, educational environment, conflict

For contacts: Prof. Dr. Neshka Manchorova, MD, Medical University – Plovdiv,
Neshka.Manchorova@mu-plovdiv.bg

ВЪВЕДЕНИЕ

Съвременната образователна среда представлява сложна екосистема, в която взаимодействат представители на различни поколения – преподаватели, студенти, административен персонал и родители. Всяко поколение носи своите ценности, нагласи, комуникативни стилове и очаквания, формирани от специфичния социално-исторически контекст на неговото израстване. Тази многопоколенческа динамика създава както възможности за обогатяване на образователния процес, така и предпоставки за конфликти и недоразумения.

В доклада са представени портретите на четирите групи поколения, които днес съжителстват в образователната среда – Мълчаливото поколение, Бейби-бумърите, Поколение X и Net-поколението (Поколение Z), като акцентира върху техните характеристики, ценностни системи и начини на мислене. Особено внимание е отделено на конфликтите, които възникват в резултат на поколенческите различия, както и на предизвикателствата, пред които са изправени съвременните образователни институции в опитите си да интегрират технологичните иновации и да отговорят на нуждите на дигиталното поколение.

Анализът на поколенческите конфликти в образователната среда е от важно значение за разбирането на съвременните дидактически предизвикателства и за разработването на ефективни стратегии за междупоколенческа комуникация и сътрудничество.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Портрет на поколенията

1.1. Мълчаливото поколение (1925–1945)

Мълчаливото поколение е израснало в условията на Голямата депресия и Втората световна война. Представителите на това поколение са повлияни от преживяванията на икономическа несигурност, социални сътресения и необходимостта от оцеляване в трудни времена. Пренебрегват индивидуалните си нужди (1, 2). Повече от половината мъже от поколението са ветерани. Патриотизмът е основна характеристика на групата (3).

В образователната среда представителите на Мълчаливото поколение, които днес заемат предимно консултантски или почетни позиции, носят ценности като дисциплина, отговорност, лоялност и уважение към традициите.

1.2. Бейби-бумърите (1946–1964)

Бейби-бумърите са родени в периода след Втората световна война, време на икономически просперитет, социални промени и културна революция. Това поколение е свързано с движенията за граждански права, феминизма и протестите срещу войната във Виетнам. Бейби-бумърите пренебрегват индивидуалните си нужди, те са оптимисти, амбициозни и ориентирани към постиженията (1, 2).

Представяват многочислена група, която препълва училищата и инициира създаването на стоки за масово потребление. Ранните представители на поколението, които са били много по-фокусирани върху успеха, са известни като „юпита“ (млади градски професионалисти). Те са силно повлияни от внедряването на телевизията през 1950 г. Телевизията създава нови перспективи за това поколение. Поколението на бейби бума отиват в колеж по време на значителни граждански вълнения, между 1961 и 1978 г. (4).

1.3. Поколение X (1965–1980)

Поколението X (родени от 1961 до 1981 г.) се считат за скептични и независими, поставящи под съмнение всяка институция – армия, президентство, организирана религия, корпоративната държава и брака. Хората от това поколение обикновено предпочитат да имат вяра в себе си, като индивиди, и да използват собствените си ресурси, вместо да разчитат на институциите. Споменът от детството им е като комплекс. Новините в медиите са изпълнени с истории за насилие, СПИН, крек, пияни шофьори, блудство и изчезнали деца. Поколението X са израснали с мултимедийни възможности извън телевизията – видеоигри, видеорекордери, кабелна телевизия, факс-машини и персонални компютри (1). Повечето представители на поколението учат в университет между 1979 и 1999 г. В някои страни е възможно хора от тази генерация да са все още студенти във висши училища (4).

1.4. Net-поколението (Поколение Z, 1981–2000)

Net-поколението са родени през и след 1982 г. То е най-голямото в историята, надминавайки 80 милиона. Това поколение има няколко имена: Милениум, Поколението Y и Echo-бумари (1, 4). Наричаме ги Net-поколението като отражение на огромното влияние на интернет и технологиите върху тяхното развитие. От детството те използват клетъчни телефони и компютри, чрез които са в постоянен контакт с хората и света (5). Родителите на Net-поколението акцентират при възпитанието на личната безопасност и се опитват да предпазят децата си от

насилието в медиите. Net-поколението следва правилата, което е довело до значително намаляване на насилието в училище (1, 6).

Седемте ключови личностни черти на Net-поколението, които оформят техния профил в образователната среда, са:

Уникалност: Представителите на това поколение са убедени, че са специални и различни. Те са израснали в среда, където са получавали постоянно внимание, похвали и награди за всяко постижение. Те вярват, че са поколението, което ще помогне на нацията да реализира по-добро бъдеще – чрез гражданското си съзнание и лидерство. Тези качества отсъстват в Поколение X, които са недоверчиви и апатични към граждански и политически проекти (123). Многочислеността на Net-поколението ги прави важен обект на внимание. Те са във фокуса на маркетинговите политики на компаниите, фаворизирани (стратифицирани) като идеалната пазарна ниша (7, 8).

Защитеност: Net-поколението е най-защитаваното и надзиравано поколение в историята. Родителите им, предимно Бейби-бумъри, са били изключително загрижени за тяхната безопасност – физическа, емоционална и психологическа. Това е довело до развитието на силна зависимост от родителския авторитет и трудности при вземането на самостоятелни решения. Според тях (наложено от родителите им) успехът идва само при точно планиране и влагане на усилия (7).

Увереност: Това поколение показва оптимизъм и очаква да чуе „добрата новина“ (6, 7). Те вярват, че е по-лесно да си дете днес, отколкото във времето на родителите им. Те са оптимисти за шансовете си да получат по-добра работа. Вярват, че ще бъдат финансово по-успешни от своите родители (6). Net-поколението студенти са мотивирани да положат усилия, за да отговорят на очакванията на другите, но имат нагласата за преки ползи от това (7, 9). Net-поколението вярват на фигурите на властта, които са им давали награди за участие в дейности от детството им. Особено оценяват стипендиите за постижения в гимназията и университета (7, 8).

Конвенционалност: Членовете на това поколение имат силна връзка с родителите си и се връщат към конвенционалните черти, характерни за Мълчаливото поколение. Strauss и Howe (6) коментират, че подрастващите и младите хора от Net-поколението са по-склонни от всички други поколения в историята да споделят ценностите на родителите си. Точно те са определили социални правила за Net-поколението и са имали силата и ресурсите да подкрепят само тези, които следват тези правила. Типични преживявания на Net-поколението са вменените от родителите им кодекси за поведение, избор на облекло, изпити за експертност с вложени прекомерни и неоправдани инвестиции (7).

Екипност: Net-поколението са по-свързани помежду си от всяко предишно поколение. Net-студентите харесват да се събират и общуват, независимо дали физически, по телефона или в интернет (7). Те търсят технология, която им помага да останат свързани като незабавните съобщения и социалните мрежи (като Facebook). Преподавателят може да се възползва от това, като поощрява своите студенти да работят в групи или формира академични екипи. От една страна, академичният екип осигурява нуждата от свързаност на Net-поколението студенти да работят заедно по университетски проекти. От друга страна, така те чувстват

по-малък индивидуален стрес и лична отговорност. Те не умеят да отстояват сами възгледите си в ситуация на конфронтация, не желаят да поемат задълженията, които се изискват от тях. Затова търсят авторитетни фигури, които да ги защитят (1, 7).

Постижимост: Представителите на това поколение са силно мотивирани да постигат резултати и да получават признание за тях. Net-поколението е най-постигащото поколение в историята (7). Те са израснали в култура на постоянно оценяване, тестване и сравняване на постиженията. Net-поколението студенти се справят много по-добре по математика и в сферата на науката и предпочитат кариера в тези направления (6).

Напрегнатост: Net-поколението изпитва високи нива на стрес и тревожност (10). Натискът да постигнат високи резултати, да влязат в престижни университети и да изградят успешна кариера, комбиниран с постоянната свързаност и информационното претоварване, създава значително психологическо напрежение.

2. Конфликти между поколенията – работа, трудов пазар, образование

Разгледаните четири поколения имат уникални подходи към работата. Мълчаливото поколение са дисциплинирани, ценят добре свършената работа. Представителите на поколението на бейби бума са амбициозни, мотивирани, фокусирани и отдадени на работата. Те са ориентирани към сферата на услугите, като предпочитат работа в екип. В същото време не искат да бъдат управлявани (мениджирани). Тяхната максима е: „Живея, за да работя.“ Работниците от Поколение X са независими, самоуверени, безразлични към авторитета. Насочени са към самоусъвършенстване. Те изповядват: „Работя, за да живея.“ Net-поколението са самоуверени, оптимисти, компетентни и прями. Те умеят да работят в съвместни работни проекти. Реагират добре на външни авторитети (11). Howe и Strauss (8) описват Net-поколението като екипноориентирани. Работодателите, които насърчават работата в екип и сътрудничество, биха ги привлекли в работния процес (12).

Членовете на всяко поколение имат мнение за това как другите поколения функционират на работното място (в частност университетската среда). Бейби-бумарите ги обвиняват мълчаливото поколение, че са непреклонни и прекалено предпазливи, поколението X са разочаровани от технологичната им неграмотност. Net-поколението смята, че са много бавни. Мълчаливото поколение определя поколението на бейби бума като егоцентрични, мислещи само и единствено за собствените си изгоди и интереси, поколението X ги възприема като тези, които искат да ги управляват, а Net-поколението ги смята за напрегнати. Мълчаливото поколение смята поколението X за груби, бейби-бумарите ги възприемат като мързеливи, а Net-поколението ги смята за цинични, самотници и песимисти. Мълчаливото поколение е склонно да подкрепя Net-поколението, защото те често са на възрастта на внуците им, докато бейби-бумарите смятат, че изискват твърде голямо внимание. Поколението X критикува Net-поколението заради прекалената им задоволеност, егоцентризъм (до нарцисизъм), безпричинен и нелогичен оптимизъм.

Конфликтите в ценностната система се появяват, когато в работната среда са ангажирани хора от различни поколения. Ценностите на Мълчаливото поколение са уважение, лоялност и опит. Поколение X ценят признанието. За Поколение X важни са гъвкавостта, коректността, обратната връзка и балансът между работа и личен живот. За Net-поколение са важни лидерството, общността, структурата, честната игра и разнообразието (11, 61, 83). Тези възгледи често предизвикват напрежение и конфликт между поколенията при взаимодействия (2, 15, 16, 17, 18, 19). Според Бейби-бумарите лоялността към работодателя е висша ценност. При работни отношения с Net-поколение X трябва да уважават различията им, да избягват клишетата, да залагат на директния разговор с тях. Net-поколение изискват пространство, признание и незабавно възнаграждение. Те настояват за разбиране на личните им проблеми, мразят близкия контрол. При работни отношения с Поколение X Net-поколение трябва да осигурят личен контакт, да не правят друго, докато общуват (чатят, гледат в телефона, разглеждат таблета).

Поколение X не разбират многофункционалността им и дори я приемат за обидна. То не допуска, че е възможно едновременно разделяне на вниманието между различни дейности и ефективното им извършване. Предизвикателството за Net-поколение, за да разгърнат целия си потенциал, е създаването на условия, в които те не просто вършат нещо – те създават смисъл.

Net-поколение очакват да бъдат наети на много работни места от различни работодатели. Поради това те често не са фокусирани върху намирането на първата си работа в желаната кариера (15, 20, 21). Те избират работни места, които са значими, влиятелни и предлагат разнообразие от възможности (12). Net-поколение ценят социалната отговорност и търсят работодатели с такава политика (7, 12, 18).

Кандидатите за работа от Net-поколение приемат позиции на пазара на труда, а след това без значение на тези ангажименти избират по-добра оферта от друг работодател. Случва се дори седмица след започване на работа. Това поведение предизвиква недоволство сред работодателите и се квалифицира като егоизъм, необвързаност, липса на лоялност и чувството, че те винаги имат право (1, 15, 16, 21, 22). Основните кариерни цели на Net-поколение са: баланс между личния и професионалния живот (59%), преследване на допълнителна квалификация и образование (46%), изграждане на значими финансови капитали (32%) и служба на обществото (2%) (23).

Докато поколение X считат, че финансите (заплатата) са най-важният критерий при избора на работодател, Net-поколение оценяват високо етичните стандарти в избраната от тях работа. Въпреки че заплатата не е маловажна за Net-поколение служители, основен приоритет при избора на работодател се определя повече от фактор като здравната политика към служителите (23). Способността да балансират личния и професионалния живот е ключов компонент за набиране и задържане на служителите от Net-поколение (21, 23). Колегите им от другите поколения обаче често негодуват срещу социалните привилегии, предлагани от работодателите (жилище, служебна кола и телефон, карта за фитнес, здравни прегледи, почивка на преференциални цени), като основно средство за мотивация на Net-поколение служители.

Събитията от 11 септември 2001 г. имат огромно влияние върху чувството за граждански ред и патриотизъм на Net-поколението. Положителният медиен портрет на държавните служби съвпада с повишеното участие на Net-поколението в общността и обществените учреждения и постове (23, 24).

Друг важен критерий за избор на работа от Net-поколението е възможността за забавления и стимулиране на работното място (2, 23). Първите две места в класация за идеалния работодател, според Net-поколението, са компаниите „Уолт Дисни“ и „Google“. Популярността им се базира на усещането, че те осигуряват забавна работна атмосфера и насърчават развитието на кадрите си (23, 24). Малък, но важен аспект в привличането на Net-поколението служители е възможността за неофициално облекло на работното място (25).

Marc Prensky (95–102) синтезира силните им страни: предпочитание за споделяне, свързаност, непосредственост, мултифункционалност (многозадачност, многоканалност), умение за свързване на разбъркана, непоследователна информация в цялостна картина, както и използването на технологиите по нови начини. Тяхното предизвикателство към бизнеса и околния свят е насочено към промяна на „установения“, „обичайния“, „клиширания“, „общоприетия“ ред (26). Те казват: „Защо по този начин?“, „Може и така!“.

3. Влияние на технологиите върху развитието на студентите и комуникацията им в академична среда

Net-поколението не познава времената без World Wide Web (www) или по-важното за тях, мигновените съобщения и мобилните телефони. Последствията от израстването им в свързан, дигитален свят включва изграждането на невронни пътища, които са различни от тези на предходните поколения (27, 28).

Технологии и поведение на Net-поколението:

1. Многоканалност, многозадачност, многофункционалност

Студентите от Net-поколението са запалени по многофункционалността – те изпълняват редица задачи едновременно, което изисква когнитивни ресурси и внимание. Голяма част (91,9%) съобщават, че правят нещо друго на компютъра в същото време, в което изпращат незабавни съобщения – домашната за училище, видеоигри, сърфират в мрежата, гледат телевизия, говорят по телефона. Тази практика обаче води до дефицит на внимание, по-кратки периоди на задържане на интерес в срвнение с представителите от другите поколения.

2. Участие в информационния поток, създаване на информационен поток

Блоговете бързо добиват голяма популярност през последните няколко години и Net-поколението студенти ги приветстват: 27,9% от Net-поколението съобщават, че имат блогове. Това налага популяризирането на нова категория Net-потребители – блогъри. Противоположно на това, само 7% от всички възрастни имат блог (29, 30). При 44,4% от Net-поколението ученици четат блогове средно по час на седмица.

3. Споделяне на файлове

Net-поколението студенти са запалени потребители на електронна информация. Споделянето тип „партньор към партньор“ (peer-to-peer) им позволява да изтеглят музика, филми, софтуер, игри и документи. Най-често

споделят музика, причинило спад в продажбата на компактдискове и албуми онлайн.

4. Facebook последователи

Net-поколението студенти са привърженици на феномена Facebook, който поддържа многобройни профил-страници и позволява изграждането на мрежи (вкл. и с ограничен достъп). 88,5% от Net-поколението ученици имат Facebook регистрация, която активно използват средно два пъти на ден.

Важно е да отбележим, че Net-поколението студенти не могат да бъдат разглеждани като еднородна група хора с абсолютно еднаква технологична осведоменост и начин на използване на технологиите.

Kennedy и кол. (31, 32, 33) идентифицират четири различни типа студенти според технологичната им компетентност: високоерудирани студенти, използващи сложни и иновативни технологии за напреднали (14%); студенти, които боравят с всекидневни и обичайни технологии (27%); студенти, които рядко взаимодействат с технологични инструменти (14%); базови потребители на стандартни, уеббазирани приложения (27%).

Във Великобритания Jones и Hosein (34) групират студентите в клъстери според използването на: web 2.0 инструменти (web-интерактивни); инструменти за аудио- и видеоредакция (технически ориентирани); инструменти за свързване в социални мрежи (социално интерактивни); геймъри (игрово ориентирани); онлайн ресурси или софтуер за текстообработка/презентиране (работно ориентирани). Тази стратификация на Net-поколението студенти зависи от възрастта, пола, системата на обучение (традиционно или дистанционно) и произхода им (35).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Съвременната образователна среда е арена на взаимодействие между различни поколения, всяко от които носи своите уникални характеристики, ценности и очаквания. Мълчаливото поколение, Бейби-бумърите, Поколение X и Net-поколението имат различни нагласи към образованието, работата, технологиите и междуличностните отношения, което неизбежно води до конфликти и напрежения.

Конфликтите между поколенията в образователната среда се проявяват на множество нива – ценностно, комуникативно, технологично, йерархично и в областта на оценяването. Тези конфликти не са просто междуличностни недоразумения, а отразяват по-дълбоки социокултурни трансформации и промени в начина, по който различните поколения възприемат света, обработват информация и изграждат идентичност.

Ерата на виртуалното преживяване и паралелната когнитивност поставя допълнителни предизвикателства пред образователните институции. Интеграцията на технологиите за виртуална, допълнена и смесена реалност в образователния процес не е просто въпрос на техническо оборудване, а изисква фундаментално преосмисляне на педагогическите методи, ролята на преподавателя и самата природа на учебния процес.

Преодоляването на поколенческите конфликти изисква съзнателни усилия от всички страни – образователни институции, преподаватели, студенти и родители. Необходимо е развитие на междупоколенческа емпатия, гъвкавост в подходите и

готовност за взаимно учене. Само чрез диалог, взаимно уважение и адаптивност съвременната образователна среда може да се превърне в пространство, което използва силните страни на всички поколения и създава условия за ефективно обучение и личностно развитие.

В крайна сметка, поколенческото разнообразие в образователната среда не трябва да се възприема само като проблем, но и като ресурс за обогатяване на образователния опит. Взаимодействието между различните поколения може да доведе до иновативни решения, по-дълбоко разбиране на социалните процеси и развитие на умения за работа в мултигенерационна среда – компетенции, които са от ключово значение в съвременния глобализиран свят.

ЛИТЕРАТУРА

1. Lancaster, L.C. & D. Stillman (2002). *When generations collide*. New York: Harper Collins.
2. Reesor, L. & K. Schlabach (2006). *Managing multi-generations: Strategies for crossing the generational divide in the workplace*. *Leadership Exchange*, 4(3), 16-19.
3. Li, Y. & M. Ranieri (2010). *Are digital natives' really digitally competent? A study on Chinese teenagers*. *British Journal of Educational Technology*, 41(6), 1029-1042.
4. Coomes, M.D. & R. DeBard (2004). *A generational approach to understanding students*. In M. D. Coomes & R. DeBard (Eds.), *Serving the millennial generation: New directions for student services*, no. 106 (pp. 5-16). San Francisco: Jossey-Bass.
5. Junco, R. (2005). *Technology and today's first-year students*. In M. L. Upcraft, J. N. Gardner, B. O. Barefoot & associates (Eds.), *Meeting challenges and building support: Creating a climate for first-year student success* (pp. 221–238). San Francisco: Jossey-Bass.
6. Strauss, W. & N. Howe (2006). *Millennials and the pop culture: Strategies for a new generation of consumers in music, movies, television, the Internet, and video games*. Great Falls, VA: LifeCourse Associates.
7. DeBard, R. (2004). *Millennials coming to college*. In M. D. Coomes & R. DeBard (Eds.), *Serving the millennial generation: New directions for student services*, no. 106 (pp. 33-45). San Francisco: Jossey-Bass.
8. Howe, N. & W. Strauss (2003). *Millennials go to college*. Great Falls, VA: American Association of Registrars and Admissions Officers and Life-Course Associates.
9. Zemke, R., C. Raines & B. Filipczak (2000). *Generations at work: Managing the clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in your workplace*. New York: American Management Association.
10. Terry, R.B., C.M. Dukes, L.E. Valdez & A. Wilson (2005). *Changing demographics and diversity in higher education*. In K. Keppler, R.H. Mullendore & A. Carey (Eds.), *Partnering with the parents of today's college students*. Washington, DC: National Association of Student Personnel Administrators.
11. Alberta Learning Information Service Web site (2005). *Bridging the generation gap at work*. Retrieved September 29, 2006, from <http://www.alis.gov.ab.ca/tips/archive.asp?EK=7380>

12. Alsop, R. (2006, February 14). Millennial M.B.A.s prompt a shift in approach, services at schools. Retrieved January 25, 2007, from <http://www.careerjournal.com/columnists/mbatrack/20060214-alsop.html>

13. Junco, R. (2005). Technology and today's first-year students. In M. L. Upcraft, J. N. Gardner, B. O. Barefoot & associates (Eds.), Meeting challenges and building support: Creating a climate for first-year student success (pp. 221–238). San Francisco: Jossey-Bass.

14. Mastrodicasa, J. & R. Junco (2006). How to meet millennials' expectations (part 1). NetResults. Retrieved September 29, 2006, from <http://www.naspa.org/membership/mem/nr/article.cfm?id=1533>

15. Bullen, M., T. Morgan & A. Qayyum (2011). Digital Learners in Higher Education: Generation is Not the Issue. Canadian Journal of Learning Technology, 37(1). [Online]. Retrieved from: <http://www.cjlt.ca/index.php/cjlt>

16. Gerdes, L. (2006). The best places to launch a career. Business Week Online. Retrieved November 7, 2006, from <http://www.businessweek.com>

17. Lowery, J.W. (2004). Student affairs for a new generation. In M. D. Coomes & R. DeBard (Eds.), Serving the millennial generation: New directions for student services, no. 106 (pp. 87-99). San Francisco: Jossey-Bass.

18. NAS Recruitment Communications (2006). Generation Y: The millennials – ready or not, here they come, from <http://www.nasrecruitment.com/TalentTips/NASinsights/GenerationY.pdf>

19. Raines, C. (2002). Managing millennials. Retrieved November 8, 2006, from <http://www.generationsatwork.com/articles/millennials.htm>

20. Jayson, S. (2006). The 'millennials' come of age. USA Today, p. D1.

21. Sacks, D. (2006). Scenes from the culture clash. Fast Company, 102, 72.

22. Eubanks, M.R. (2006). Millennial generation has fresh ideas, expects more from job. Times Daily. Retrieved October 29, 2006, from <http://www.ledger-enquirer.com/mld/ledgerenquirer/news/local/15677178.htm>

23. Green, E. (2006). Work zone: New grads seek jobs focusing on fun, ethics, and social worth. Pittsburgh Post-Gazette. Retrieved July 25, 2006, from <http://www.post-gazette.com/pg/pp/060163/697149.stm>

24. Universum Communications. (2006). The American undergraduate edition. Retrieved July 29, 2006, from <http://www.universumusa.com/undergraduate.html>

25. Armour, S. (2005, November 7). Generation Y: They've arrived at work with a new attitude. USA Today, p. C1.

26. Rainie, L. (2006). Digital 'natives' invade the workplace. Pew Internet and American Life Project. Retrieved January 28, 2007, from <http://pewresearch.org/pubs/70/digital-natives-invade-the-workplace>

27. Prensky, M. (2001). Digital game-based learning. McGraw-Hill.

28. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5), 1-6. MCB UP Ltd.

29. Lenhart, A. & M. Madden (2005). Teen content creators and consumers. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project.

30. Lenhart, A., L. Rainie & O. Lewis (2001). Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project.

31. Kennedy, G., B. Dalgarno, S. Bennett, K. Gray, J. Waycott, T. Judd, A. Bishop, K. Maton, K.L. Krause, R. Chang. (2009). Educating the Net Generation: A handbook of findings for practice and policy. Melbourne: Melbourne University and Australian Learning and Teaching Council Ltd. Retrieved from: www.netgen.unimelb.edu.au

32. Kennedy, G., B. Dalgarno, S. Bennett, T. Judd, K. Gray and R. Chang (2008). Immigrants and natives: Investigating differences between staff and students' use of technology. In Hello! Where are you in the landscape of educational technology? Proceedings ascilite Melbourne. Retrieved from: <http://www.ascilite.org.au/conferences/melbourne08/procs/kennedy.pdf>

33. Kennedy, G., T. Judd, B. Dalgarno & J. Waycott (2010). Beyond natives and immigrants: exploring types of net generation students. Journal of Computer Assisted Learning, 26(5), 332-343.

34. Jones, C. and A. Hosein (2010). Profiling University Students' Use of Technology: Where Is the Net Generation Divide? The International Journal of Technology Knowledge and Society, 6 (3), pp. 43-58.

35. Jones, C., B. Shao (2011). The Net generations and digital natives. Implications for Higher Education. A literature review commissioned by the Higher Education Academy. Institute of Educational Technology, The Open University, Walton Hall, Milton Keynes, MK7 6AA.