

Science Brunch 17 Handy und Internet – Mediennutzung durch Senioren

Freitag, 16.11.2012, 09.15-12.15 Uhr, Restaurant Belvoirpark Zürich

Einführung von Gregor Dürrenberger

Der heutige Anlass dreht sich um Mediennutzung und Medienkompetenz, aber nicht, wie das meist der Fall ist, im Zusammenhang mit Jugendlichen, sondern im Zusammenhang mit der älteren Generation. Über die Jugendmediennutzung haben wir am 10. Anlass diskutiert.

Ich habe vor der heutigen Veranstaltung im Wictionary nachgeschaut wie der Begriff Senior definiert wird und dabei folgende Synonyme und Beschreibungen gefunden: Rentner/Rentnerin, Ruheständler, Greis, 50plus; sodann bedeutet Senior auch: der Älteste einer Gruppe, ein Sportler über 30, der ältere Teilhaber einer Firma.

Auf Englisch ist der Begriff Senior fast durchwegs positiv besetzt, zum einen im beruflichen Zusammenhang – senior scientist, senior consultant – zum anderen im Generationenkontext: da spricht man von elderly person, senior citizen, older adult, over 50's. Eher marketinggetrieben sind: best ager, silver ager (im Zusammenhang mit den neuen Medien auch: silver surfer), golden ager, master consumer.

Verglichen mit dem angelsächsischen Raum ist im deutschen Sprachraum die ältere Generation häufiger mit negativen Klischees belegt. Etwa das Klischee, dass Senioren neuen Technologien gegenüber skeptisch oder gar ablehnend gesinnt seien. Oder dass sie wenig lernfähig wären. So allgemein gesagt sind diese Qualifikationen blanker Unsinn und vermutlich geprägt vom Bild hochbetagter Menschen.

Die Selbstbilder von Senioren sind denn auch ganz anders als derartige Fremdzuschreibungen. Das Gefühl, ein Senior zu sein, ist unter den Senioren wenig verbreitet. Zweidrittel der über 65 Jährigen fühlen sich nicht als Senioren sondern als irgendwo zwischen Jung und Alt stehend. Über solche und weitere Facetten der Generationen-Realität werden wir heute einiges von François Höpflinger – aus einer empirisch sozialwissenschaftlichen Perspektive – und von Klara Obermüller – aus einer lebensweltlich reflektierenden Perspektive – erfahren.

Diese zwei Referate werden den Kontext darstellen, in dem die technologieorientierten Beiträge von Urs Dahinden und Michael In Albon zu sehen sind.

Urs Dahinden wird das wissenschaftliche Hauptreferat halten und die wichtigsten Resultate seiner Studie zur Mediennutzung durch Senioren präsentieren. In dieser Studie ging es wesentlich um die Frage, ob das Alter die entscheidende Determinante in der Nutzung der neuen Medien – Internet und Mobilkommunikation – durch Senioren ist und wenn ja, ob durch nicht-Nutzung Chancen verpasst und Nachteile in Kauf genommen werden müssen – mit anderen Worten: ob es einen digitalen Graben zwischen den Generationen gibt. Ein solcher Graben würde einen zumindest partiellen Ausschluss älterer Menschen von auch für sie hilfreichen Diensten der Informationsgesellschaft bedeuten, Dienste wie etwa einkaufen oder buchen im Internet, das Pflegen von sozialen Kontakten über die Distanz, oder Angebote der Telemedizin.

Im Referat von Michael In Albon werden solche Angebote ganz konkret aus dem Blickwinkel der Medienbildung, Mediennutzung und Medienkompetenz thematisiert.

Fazit

Wie üblich möchte ich Ihnen am Schluss noch einige take-home Botschaften aus dem wissenschaftlichen Hauptreferat mit auf den Weg geben. Ich habe mir 4 Punkte notiert:

- Das Alter ist der wichtigste Einzelfaktor, der heute die unterschiedliche Nutzung der neuen Medien erklärt. Und die Differenzen zeigen einen digitalen Graben, im Zugang, in der Nutzung, in der Kompetenz.
- Allerdings sind die Differenzen nicht pauschal als Alterseffekt zu verstehen, sondern als Kohorteneffekt und damit als Übergangsphänomen. Mit dem Älterwerden der „Digital Natives“ dürften die Nutzungsdifferenzen zwischen den Generationen kleiner werden.
- Trotzdem gibt es mit dem Alter einhergehende Nutzungshemmnisse, die einen Handlungsbedarf nahelegen, etwa:
 - Ein einfacher Zugang zu den digitalen Medien. Stichwort: barrierefreies Internet
 - Altersgerechte Geräte und Dienste
 - Schulungsmöglichkeiten und Ausbildungsmassnahmen
- Um solche und weitere Massnahmen umzusetzen, steht nicht eine spezifische Gruppe in der Verantwortung. Gefordert sind hier – neben den Senioren selber – das familiäre und soziale Umfeld, Vereine und Organisationen, Kursanbieter, die Telcos.

Ganz persönlich habe ich den Eindruck, dass Engagements in diese Richtung im Eigeninteresse aller angesprochenen Akteure liegen: Familiäre und soziale Banden können über die neuen Medien gestärkt werden, und der Markt für Kommunikationsdienste ist längst nicht mehr und primär ein Jugendmarkt, obwohl die Retail-Werbung noch stark auf dieses Segment zugeschnitten ist.