

Bernd Schorb · Anja Hartung · Wolfgang Reißmann (Hrsg.)

Medien und höheres Lebensalter

Bernd Schorb
Anja Hartung
Wolfgang Reißmann (Hrsg.)

Medien und höheres Lebensalter

Theorie – Forschung – Praxis



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips bv, Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-16218-8

Inhalt

Vorwort	9
<i>Ursula Lehr</i>	

Idee und Anlage dieses Buches	11
<i>Bernd Schorb, Anja Hartung, Wolfgang Reißmann</i>	

1 Ansätze einer alter(n)sbezogenen Medienforschung

Der medienbiographische Ansatz in der Altersmedienforschung	21
<i>Ralf Vollbrecht</i>	

Mediengenerationen, Medienkohorten und generationsspezifische Medienpraxiskulturen. Zum Generationenansatz in der Medienforschung.....	31
<i>Burkhard Schäffer</i>	

Hysteresis und Habitus als Ansätze für die Alter(n)smedienforschung. Zur Genese generationsspezifischer habitueller Muster am Beispiel der Computerspielnutzung	51
<i>Ralf Biermann</i>	

Mediennutzung im Kontext multilokaler Mehrgenerationenfamilien	60
<i>Andreas Lange</i>	

Perspektiven zur Erforschung medialer Gratifikationen im höheren Lebensalter.....	73
<i>Nicole Gonser</i>	

Mediennutzung im Alter aus Perspektive der Bildungsforschung	81
<i>Manuela Pietraß</i>	

2 Ergebnisse und Perspektiven einer alter(n)sbezogenen Medienforschung

Medien und Alter als Gegenstand der Medienforschung in Deutschland	97
<i>Hans-Dieter Kübler</i>	

Altersbilder und die Darstellung älterer Menschen in den Medien

Vermittelte Altersbilder und individuelle Altersstereotype.....	114
<i>Anne-Kathrin Mayer</i>	

Ältere Menschen in der Werbung	130
<i>Michael Jäckel</i>	
Altersbilder in den Medien: Wirklichkeit oder Illusion?.....	146
<i>Eva-Marie Kessler</i>	
Medienhandeln im höheren Lebensalter	
Die Bedeutung der Massenmedien für ältere Menschen	157
<i>Sascha Blödorn</i>	
Internetnutzung im höheren Lebensalter – Lebensglück, Alterserleben und die unerkannte Problemgruppe ‚Männer‘	171
<i>Wolfgang Schweiger, Anna Katharina Ruppert</i>	
„Wenn das ‚eigentliche‘ Leben beginnt“ – Zur Entstehung von Medienbildungsräumen durch die Digitalisierung und Vernetzung von Lebensräumen älterer Menschen.....	187
<i>Daniela Küllertz, Anja Hartung</i>	
Lesen im höheren Lebensalter – auch ein geragogisches Handlungsfeld	211
<i>Walter Wittkämper</i>	
„Mit den eigenen Augen sehen“ – Zur selbst- und weltkonstitutiven Bedeutung des Fernsehens im höheren Alter. Forschungsstand und Perspektiven	224
<i>Anja Hartung</i>	
Musik und Hörmedien im höheren Lebensalter	243
<i>Wolfgang Reißmann</i>	
Mediengenerationen – Kinobesuch im Lebenslauf	259
<i>Elizabeth Prommer</i>	
Technische Dokumentation für Senioren	265
<i>Clemens Schwender</i>	
Einblicke in die internationale Forschung	
Media and old age – the agenda and research in the Czech Republic.....	275
<i>Lucie Vidovičová, Renáta Sedláková</i>	
Ältere Menschen und Medien in Spanien	290
<i>Francisco Pavón Rabasco, Juan Casanova Correa</i>	

Die Bühne der Kommunikation. Neue Partizipationsmöglichkeiten für alte Menschen	297
<i>Mario Morcellini</i>	
Television and the elderly in the United States	303
<i>William Douglas, Suzanne Buck</i>	
3 Medienkompetenz und höheres Lebensalter	
Erfahren und neugierig – Medienkompetenz und höheres Lebensalter	319
<i>Bernd Schorb</i>	
<i>Praxismodelle</i>	
Perspektiven und Möglichkeiten der Medienkompetenzförderung im höheren Lebensalter	338
<i>Barbara Gehrke</i>	
„Netzwerke“ – Neue Formen der Zusammenarbeit und der Vernetzung in der wissenschaftlichen Weiterbildung älterer Erwachsener mit Hilfe der neuen Medien	354
<i>Carmen Stadelhofer</i>	
Ältere Menschen im Blickfeld der universitären Ausbildung in Medienpädagogik und Medienbildung	370
<i>Janine Schulz, Stefanie Suhr, Martha Karoline Schröder</i>	
„storypodcasting.de“ – Geschichten für jüngere und ältere Menschen	378
<i>Sebastian Ring</i>	
Bundeswettbewerb „Video der Generationen“. Förderung des intergenerativen Dialogs durch Medienarbeit	386
<i>Jan Schmolling</i>	
Partizipation älterer Menschen an Bürgermedien	393
<i>Cornelia Bogen, Sabine Pabst, Reinhold Viehoff</i>	
Autor/innenverzeichnis	407

Vorwort

Ursula Lehr

Das Thema ‚Ältere Menschen und Medien‘ ist ein sowohl in der Gerontologie als auch in den Medienwissenschaften vernachlässigtes Gebiet. So ist es sehr zu begrüßen, dass hier ein Buch vorgelegt wird, das sich diesem aus verschiedenen Perspektiven nähert und Einblick in seine vielfältigen Facetten gewährt: Wie nutzen ältere Menschen Medien und wie reagieren sie auf die – insbesondere durch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien angestoßene – Mediatisierung, die auch ihren Alltag neu konturiert? Wie stellen Medien ältere Menschen dar und welche Altersbilder sind hier kurant?

Sowohl das Älterwerden als auch die Medienwelt sind heute in vielerlei Hinsicht gänzlich anders als zu Zeiten unserer Eltern und Großeltern. Eine immer größere Zahl älterer Menschen steht einer immer kleineren an Jungen gegenüber. Ein Viertel der Bevölkerung hat bereits das 60. Lebensjahr überschritten. Eine Bevölkerungsgruppe – die in der Regel noch ein Viertel, oft sogar noch ein Drittel ihres Lebens vor sich hat. Aber welche Rolle spielen die Medien in diesem Lebensabschnitt? Das 21. Jahrhundert ist nicht nur durch den demografischen Wandel gekennzeichnet, sondern durch eine Vielzahl struktureller und gesellschaftlicher Veränderungen, mit denen wir uns auseinander zu setzen haben. Das Leben in einer alternden Welt vollzieht sich gleichsam in einer Zeit des wirtschaftlichen und sozialen Wandels, in einer Zeit des rasanten technischen und medizinischen Fortschritts und eines völlig veränderten beruflichen und privaten Alltags. Die Medienwelt hat sich enorm entwickelt; Informations- und Kommunikationswege haben eine rapide Entwicklung, Beschleunigung und Ausweitung erfahren. E-Mailing, Tele-Banking und Tele-Shopping sind nicht mehr wegzudenken und ein Leben ohne Fernsehen, Video und Internet geradezu unvorstellbar. Hier haben es die heutigen Älteren schwerer; die Senior/innen von morgen wachsen selbstverständlich damit auf.

Der Umgang mit Medien, die sich selbst stetig weiterentwickeln, erfordert spezifische Kompetenzen. Hier tun sich manche Seniorinnen und Senioren schwer. Vielleicht aber sollte nicht nur die Frage gestellt werden, ob es Ältere schaffen, mit den neuen Medien umzugehen und diese ‚richtig‘ zu nutzen, sondern ebenso, ob die Medien und deren Bedienung tatsächlich senioren- und damit menschengerecht sind. Immerhin wird gerade das Internet als Medium der Partizipation, der Kommunikation und Kooperation auch für Ältere zunehmend relevant.

Die neue Welt der Informationstechnologie ist häufig verbunden mit einem Verlust an Achtung und Ansehen der Älteren; die besondere Hochschätzung ihrer Erfahrung hat eingebüßt. In einigen Ländern der dritten Welt, in denen noch heute gerade den Alten richterliche, beratende, heilende und lehrende Funktionen zugesprochen werden, genießen diese ein weit besseres Ansehen als in den Industriestaaten, wo diese heute schon oft mit 45 oder 50 Jahren als ‚nicht mehr vermittelbar‘ und damit ‚unbrauchbar‘ eingestuft werden. Viele Medien, vor allem das Fernsehen, haben die Über-50-Jährigen lange Zeit ignoriert.

Hohe Zuschauerquoten der ‚50plusser‘ führten zu einem Rückgang der Werbeaufträge und dann infolge dessen sogar zur Absetzung der von Senior/innen bevorzugten Programme. Von einem falschen Altersbild ausgehend glaubte die Werbung an deren Rigidität, an deren Angst vor Neuem, an deren Festhalten am Gewohnten. Allmählich erst wird die Bedeutung des ‚Silber Marktes‘ erkannt, werden auch die Angehörigen der Generation 50plus als zahlungskräftige, aufgeschlossene, interessierte aber auch kritische Konsument/innen entdeckt.

Vor 40, 50 Jahren schon gab es vereinzelt Studien über das Bild alter Menschen in den Medien. Es wurde festgestellt, dass diese in nahezu allen Programmen aller Sender deutlich unterrepräsentiert waren – von älteren Frauen ganz abgesehen. Traten ältere Menschen hier in Erscheinung, so entweder krank, hilflos oder gar in psychiatrischen Anstalten an das Bett gefesselt oder aber als super-vitale Besucher/innen der Fidschi-Inseln, so aktiv, dass mancher 25-Jähriger sie beneidet hätte. Die Darstellung älterer Menschen im Fernsehen hat sich heute gewiss etwas verändert; es wird sich zumindest gelegentlich um eine differenziertere Sicht bemüht.

Obwohl immer wieder mit Recht auf die interindividuellen Unterschiede Gleichaltriger im Altersprozess hingewiesen wird, obwohl häufig mit Recht die Anzahl der Jahre als Kriterium für das Verhalten gegenüber Medien in Frage gestellt wird, lassen Medien wie auch Forschung ältere Menschen noch all zu oft als homogene Gruppe erscheinen. Sicher sollte man alle Lebensalter im Blick haben und weder beispielsweise die Musikpräferenzen der Jüngeren noch die der Mittelalten und Älteren vernachlässigen. Aber vielleicht wäre es daneben sinnvoll, stärker als die Anzahl der Lebensjahre die persönlichkeitspezifischen, lebenslaufumspannenden Interessenrichtungen zu betonen, um so – wo es geht – ein durch gemeinsame Interessen begründetes Miteinander der Generationen zu fördern.

Das vorliegende Buch bietet hierfür vielfältige Anregungen. Es referiert Methoden, Ergebnisse und vielseitige, interessante Ansätze einer auch altersbezogenen Medienforschung. Es informiert über den Status quo, zeigt Entwicklungen auf und gibt nicht zuletzt Hinweise zur Förderung des Medienhandelns sowohl der älteren Nutzerinnen und Nutzer als auch der Medienschaffenden selbst. Damit spricht es gleichsam pädagogische, kreative, kunstschaftende und technische Professionen an, die sich stärker als bisher auf den demografischen Wandel einstellen müssen.

Idee und Anlage dieses Buches

Bernd Schorb, Anja Hartung, Wolfgang Reißmann

Für die Philosophin Simon de Beauvoir war das Alter gleichsam eine biologische wie kulturelle Tatsache. Höheres Alter als Kultur und als „biologisches Schicksal“ (de Beauvoir 1987, S. 11) stehen dabei in einem sich wechselseitig bestimmenden Verhältnis. Wo Ausschluss und Misstrauen, Einsamkeit und Entzug von Selbstbestimmungsmöglichkeiten erfahren werden und die kulturelle Bedeutung einer Lebensphase einen zu erduldenen Mangel bezeichnet, wird das Leben wertlos. Damit das höhere Alter nicht zu einer „spöttischen Parodie unserer früheren Existenz“ werde (Simon de Beauvoir 1987, orig. 1970, S. 464), bedarf es Sinn verleihende Gründe, „zu sprechen und zu handeln“, so de Beauvoir in ihrer Abhandlung über „Das Alter“. Was aber hat das mit Medien zu tun? Knüpfen wir an diese Argumentation de Beauvoirs an, so spielen in Gesellschaften, in denen man von einer relativ großflächigen und viele Lebensbereiche umfassenden Digitalisierung und Vernetzung von Lebensräumen ausgehen muss, Medien für das höhere Alter als kulturelle und biologische Tatsache eine konstitutive Rolle. Einerseits konstituieren Medien mit der Darstellung von Seniorität den kulturellen Sinn höheren Alters entscheidend mit. Andererseits bieten insbesondere die ‚Neuen‘ Medien erweiterte Möglichkeiten kultureller und soziopolitischer Teilhabe.

Umso erstaunlicher ist es, dass das Thema ‚Höheres Alter und Medien‘ als Gegenstand medienorientierter Forschungsszenarien bisher kaum eine Rolle gespielt hat. Die Frage, wie ältere Menschen mit den Medien umgehen, welche Vorstellungen und Haltungen, Bedürfnisse und Erwartungen ihren Zugang zu und Umgang mit Medien moderieren, rückt zwar zunehmend auf die Agenden der Wissenschaft, doch ist der Kenntnisstand bislang noch *vage*. Außerhalb von modischen Sentenzen und Aphorismen zur ‚(medialen) Lage der Senior/innen‘ finden wir ein Forschungsfeld vor, das von einigen wenigen unter spezifischen Fragestellungen angerissen wurde, aber noch weit davon entfernt ist, angemessen kartografiert oder gar annähernd erschlossen zu sein. Wer etwas über den Stellenwert von Medien im höheren Lebensalter erfahren möchte, hat es entsprechend nicht leicht. Als gesellschaftliches Problem, politische Herausforderung und neue Chance der Wirtschaft omnipräsent, stößt die Alter(n)sthematik in medieninteressierten Wissenschaftsdisziplinen noch weitestgehend auf taube Ohren. Im Gegensatz zum Medienhandeln im Kindes- und Jugendalter finden sich nur wenige Forschungsprojekte und mit ihnen Ergebnisse zur Medienaneignung im Alter. Dass dies nicht haltbar ist, bedarf eigentlich keiner umfassenden Begründung. In den Sozialwissenschaften wurde weithin ein Konsens darüber erzielt, dass Persönlichkeitsentwicklung und Sozialisationsprozesse nicht mit Ende der Kindheit oder Jugend abgeschlossen, sondern im gesamten Lebensverlauf und in allen Altersabschnitten von Bedeutung sind. Wenn wir zudem davon ausgehen, dass die Optionen für Entscheidungen in dem Maße zugenommen haben, wie Biografien von den traditionellen Lebensverhältnissen freigesetzt worden sind, dann stellt sich nur folgerichtig die Frage, welche Bedeutung die Me-

dien als (eine) wichtige Sozialisations- und Bildungsinstanz moderner Gesellschaften für Prozesse von Wissenserwerb, Orientierung, Selbstreflexion und Handeln im höheren Lebensalter haben und auf welche Weise und in welchen Formen Medien und ihre Gehalte die biografische Selbsterfahrung von Menschen (mit-)bestimmen können. Der desolatte Forschungsstand spiegelt sich in der kaum fundierten Medienkompetenzförderung für das höhere Lebensalter. So beschränken sich nicht wenige Projekte und Initiativen mit dem Ziel, ältere Menschen an die Multimediawelt heranzuführen, darauf, Infrastrukturen anzubieten und grundlegende technische und instrumentelle Fähigkeiten zu vermitteln. Es entsteht der Eindruck, dass es lediglich darum gehe, ältere Menschen – im wahrsten Sinne des Wortes – ‚anschlussfähig‘ zu halten, sie also auf den Stand der technologischen Entwicklung zu bringen. Damit bleiben zentrale gesellschaftliche, kulturelle und emanzipatorische Potenziale, die im aktiven Medienumgang älterer Menschen entfaltet werden können, ungenutzt. Denn wenn die menschliche Welt aus den alten Fugen gerät, entweder weil sich die Medienlandschaft durch eine neue ‚Unübersichtlichkeit‘ (Habermas 1985) auszeichnet, oder weil für Senioren alte Erfahrungsräume verloren gehen, stellt dies nicht nur eine Problemkonstellation dar, sondern dann ist dies zugleich als Potenzial für neue Lebensformen, neue (medienvermittelte) Partizipationsformen als auch für Lern- und Bildungsprozesse zu denken (vgl. exemplarisch Nohl 2006, S. 219 – 260). Wir und sicherlich auch die vielen an diesem Sammelband beteiligten Autor/innen behaupten nun nicht, Antwort auf alle diesbezüglichen Problem- und Fragestellungen geben zu können. Das kann beim gegenwärtigen Stand der Forschung nicht der Anspruch sein. Vielmehr geht es darum, mit dem vorliegenden Band einen ersten, explorierenden Über- und Einblick zu geben, der sich in seiner bewusst breiten Ausrichtung nicht allein an Wissenschaftler/innen und Studierende, sondern ebenso an Pädagog/innen und Medienschaffende wendet. Er ist der erste, in dem sich Autor/innen aus verschiedenen – theoretischen, empirischen und praktisch-pädagogischen – Blickwinkeln zur Thematik äußern.

Im ersten Kapitel des Bandes ‚**Ansätze einer medienbezogenen Alter(n)sforschung**‘ sind Beiträge versammelt, die das Forschungsfeld ‚Höheres Alter und Medien‘ aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten, umgrenzen und Möglichkeiten aufzeigen, diesem in angemessener Weise zu begegnen. In ihrer Zusammenschau verdeutlichen die Ansätze, Reflexionen und Forschungssynopsen die Notwendigkeit eines interdisziplinären und multimethodischen Zugangs, um das Untersuchungsfeld in seiner Breite zu erschließen und in seiner Tiefe ausloten zu können. Sie zeigen ebenso, dass die Auseinandersetzung trotz einiger früher Arbeiten und vereinzelter Anstrengungen besonders in theoretischer Hinsicht noch am Anfang steht. Im Mittelpunkt steht der Versuch, Perspektiven aus Pädagogik, Psychologie, Gerontologie und Kommunikations- und Medienwissenschaft auf den Gegenstandsbereich zusammenzuführen, in der Hoffnung, dass diese eine Diskussion bereichern, an deren Ende konkrete Forschungsagenden stehen, die den Disziplinen und Wissenschaftler/innen – ohne die je spezifischen Schwerpunkte und Interessen zu nivellieren – als Orientierung für eine gemeinsame Erkundung dieser wichtigen Thematik dienen können. Eines der grundlegenden Desiderate bisheriger Forschungsarbeiten ist gewiss die fehlende Berücksichtigung (medien-)biografischer Zusammenhänge, die für ein Verstehen der Mediennutzung und Medienaneignung im höheren Lebensalter unhintergebar sind.

Ralf Vollbrecht (Technische Universität Dresden) betrachtet das Themenfeld in seinem Beitrag aus (medien-)biografischer Perspektive. Er zeichnet das Wechselspiel zwischen autonomer Biografiekonstitution und heteronomer Biografieproduktion nach und

skizziert Rahmenbedingungen und Grundlagen medienbiografischen Forschens, das Medienbezüge nicht nur „in der linearen temporalen Struktur der Biographie“, sondern ebenso „in der zyklischen Struktur der Alltagszeit“ in den Blick nimmt. Auf der Grundlage eigener Forschungsergebnisse zeigt er sodann Relevanz und Erkenntnispotenziale des (medien-)biografischen Ansatzes für die Alter(n)smedienforschung auf. Komplementär zur individuell-biografischen Sicht auf die Mediennutzung und die Medienaneignung älterer Menschen können die Ausführungen von **Burkhard Schäffer** (Universität der Bundeswehr München) zu generationenspezifischen Medienpraxiskulturen gelesen werden. In der Darstellung seiner Studie wirft er ein Licht auf generative Dynamiken von Medienaneignung, etwa im Hinblick auf die alters- als lebenslagenspezifische Ausbildung von Medieninteressen und relevanten Themen. Angesichts der sich gegenwärtig insbesondere am Umgang mit der neuen Informations- und Kommunikationstechnologie abzeichnenden Divergenzen in der Medienpraxis der Generationen ergründet Burkhard Schäffer Genese, Spezifika und Interdependenz generationenspezifischer Medienpraxiskulturen. Im Anschluss an das wissenssoziologische Generationenkonzept Mannheims (1928) entwickelt er ein Theoriemodell, das den analytischen Gehalt des Generationenkonzeptes dergestalt zu nutzen sucht, dass die unterschiedlichen generationenspezifischen Medienpraxisformen im Hinblick auf neue Medien untersucht werden. Auch **Ralf Biermann** (Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) beschäftigt sich mit generationenspezifischen Handlungs- und Bewertungsmustern und ergänzt diesen Themenkomplex um eine Auseinandersetzung mit Bourdieus Konzepten des Habitus und der Hysteresis. In seinem knappen Beitrag reflektiert er exemplarisch die noch kaum untersuchte Computerspielnutzung älterer Menschen und nimmt diese zum Anlass, die Voreingenommenheit und zumeist negative Bewertung dieser neuen Medien in ihrem Zusammenhang mit sozialisatorisch inkorporierten Wissens- und Erfahrungsmustern zu diskutieren. Aus der Blickwarte der Familienforschung nimmt sich **Andreas Lange** (Deutsches Jugendinstitut e.V.) dem Verhältnis *zwischen* den Generationen im Kontext multilokaler Mehrgenerationenfamilien an. In einem ersten Schritt sensibilisiert er für die öffentlich-mediale Inszenierung von Generationenkonflikten und die „undifferenzierte Gegenüberstellung von alt und jung als binäres Modell“, der er in einem zweiten Schritt empirisch gesicherte Kenntnisse gegenüberstellt. Diese verweisen nicht nur auf die wechselseitige Unterstützung der Generationen in Familienverbänden, sondern auch auf die Erweiterung der jeweiligen Wissens- und Erfahrungsräume von Jung und Alt. Vor diesem Hintergrund bestimmt er Medien als „Ressourcen für intergenerationale Kommunikation“, „Lern- und Entwicklungsimpulse“ sowie „Medienumgang als intergenerationales Tun und Ko-Konstruktion“. **Nicole Gonser** (Hochschule für Musik und Theater Hannover) reflektiert in einem kürzeren Beitrag die Grundlagen des in der Kommunikationswissenschaft und Kommunikationsforschung weiterhin zentralen ‚Uses and Gratifications-Approachs‘ und fragt nach Erweiterungen und Modifikationen für eine altersbezogene Medienforschung. Sie plädiert für den Einbezug beispielsweise gesundheitsbezogener Kontexte, aber auch individueller Bewältigungs- und Umgangsweisen mit dem Alter(n). Vor allem für die Praxis der quantitativen Reichweiten- und Akzeptanzforschung, die auf der Analyse von Nutzungsdaten, Nutzungsmotiven und Medienimages basiert, sind solche Erweiterungen wichtig, möchte sie die Gruppen der älteren Menschen und ihre Bedürfnisse und Erwartungen an Medien differenzierter betrachten. Aus einer bildungswissenschaftlichen Perspektive nähert sich **Manuela Pietraß** (Pädagogische Hochschule Freiburg) dem Thema und konturiert damit Handlungsfelder für Medienpädagogik und -bildung. Pietraß fokussiert eine

„rezeptionsorientierte Deutung“ von Medienbildung. Ausgehend vom didaktischen Dreieck von Lernenden (hier: Rezipient/innen) – Lehrenden (Medien) – Gegenstand (Medienangebot/-inhalt) beschreibt sie Potenziale der Medien für Bildungsprozesse in den Relationen Medium/Gegenstand sowie Rezipient/Medium. Hieraus leitet sie eine ästhetische, kognitive und moralische Dimension der Medienbildung ab, die sie exemplarisch auf Bildungsprozesse im höheren Lebensalter bezieht.

Das zweite Kapitel des Bandes führt in einer Synopse **„Ergebnisse und Perspektiven einer alter(n)sbezogenen Medienforschung“** zusammen. **Hans-Dieter Kübler** (Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg) gibt zunächst eine Einführung und skizziert die Forschungsschwerpunkte der letzten 30 Jahre. Besonderes Augenmerk wurde auf die Fernsehforschung gelegt, zudem sind Printmedien, inzwischen auch das Internet im analytischen Blickfeld. Nutzungsdaten interessieren die Medien- und Werbetreibenden: Sie sind in den letzten Jahren meist im Kontext umfassender Studien zur Massenkommunikation erhoben wurden. Darüber hinaus stellt Kübler inhaltsanalytische Zugangsweisen und Qualifizierungsangebote für Ältere vor. Abschließend zeigt er auf, wo bei den vorliegenden, zumeist deskriptiven Untersuchungen Vertiefungen und Differenzierungen fehlen, wo mithin große Forschungslücken zu füllen sind. **Anne-Kathrin Mayer** (Universität Trier) führt mit ihrem Beitrag in einen ersten Schwerpunkt der Forschung ein: **„Altersbilder und die Darstellung älterer Menschen in den Medien“**. Dabei tritt sie in ihrer Analyse zunächst einen Schritt ‚hinter die Medien‘ zurück. Den Konnex zwischen individuellen und vermittelten Altersbildern nachzeichnend, erarbeitet sie einen Ansatz, der es ermöglicht, die mediale Präsentation in Zusammenhang mit sozialen Konstruktionen von Altersvorstellungen zu sehen. Mayer skizziert hierzu die Genese und die Inhalte individueller Altersbilder und -vorstellungen. Darauf aufbauend stellt sie zentrale Ergebnisse der empirischen Forschung zur Darstellung älterer Menschen in den Medien vor und weist in einem dritten Schritt auf mögliche Zusammenhänge hin, die hinsichtlich der Produktion, Rezeption und auch Wirkung zwischen medialen und individuellen Altersbildern bestehen können. **Michael Jäckel** (Universität Trier) referiert in seinem Beitrag Ergebnisse der empirischen Forschung zur Darstellung älterer Menschen in der Werbung und gibt einen Überblick über die amerikanischen und deutschen Entwicklungen auf dem Werbemarkt. Berücksichtigung finden Inhaltsanalysen, die sich auf die Darstellung älterer Menschen in Printmedien sowie im Fernsehen beziehen. Er vergleicht hier jeweils die Erkenntnisse älterer und neuerer Untersuchungen, so dass auch historische Veränderungen der werbemedialen Darstellung älterer Menschen erkennbar werden. Seine Ausführungen zeigen, wie schwer sich die Werbe- und Marketingbranche in der Vergangenheit tat, ältere Menschen als Zielgruppe anzuerkennen. **Eva-Marie Kessler** (Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg) hinterfragt schließlich die zugrunde liegenden Vorstellungen und Perspektiven der empirischen Forschung selbst, die mediale Altersdarstellungen analytisch zu erkunden suchen. Diese unterscheiden sich nach Kessler vor allem darin, ob und inwiefern sie (medialen) Altersbildern einen „Wirklichkeitsgehalt“ zusprechen. Die Autorin diskutiert drei prototypische Konstellationen: In einer ersten Perspektive spiegeln Altersbilder gesellschaftliche Realität wider; in einer zweiten werden sie als „illusionäres Produkt der Medien“ bestimmt und in einer dritten Perspektive ihre Wirklichkeitskonstruierende Bedeutung hervorgehoben.

Die Beiträge des folgenden Teils **„Medienhandeln im höheren Lebensalter“** nehmen mit den Spezifika und Rahmenbedingungen des Medienhandelns im höheren Lebensalter den zweiten zentralen Forschungsschwerpunkt in den Blick. Die hierbei vorgenommene

Konzentration auf eine Darstellung des Bedeutungsspektrums spezifischer Einzelmedien ist darauf zurückzuführen, dass – von dem Vergleich quantitativer Nutzungsdaten und Medienimages einmal abgesehen – medienübergreifende und holistisch konzipierte Untersuchungen zur Medienaneignung älterer Menschen bislang (noch) fehlen. Eine umfassende Erkundung der Integration des gesamten Medienensembles in den Lebensalltag älterer Frauen und Männer mitsamt der zu vermutenden Überschneidungen und Divergenzen ist in diesem Zusammenhang als eine der dringendsten Aufgaben einer Alter(n)smedienforschung zu bewerten.

Sascha Blödorn (Südwestrundfunk Stuttgart) eröffnet die Auseinandersetzung und gibt einen Überblick, der insbesondere auf die Massenmedien Fernsehen und Radio fokussiert. Seine Ausführungen fußen weitestgehend auf den Ergebnissen der quantitativen Medienforschung und verdeutlichen Reichweiten, Nutzungsdauer, -zeiten sowie Medienbewertungen und -images. Wesentliche Einflussfaktoren auf die Mediennutzung im höheren Lebensalter sieht Blödorn in der Verfügbarkeit von Zeit, in der Mobilität und Gesundheit sowie in altersspezifischen Lebensstilen. Letztere sucht die Reichweiten- und Akzeptanzforschung seit 1998 im Rahmen der so genannten MedienNutzerTypologie abzubilden. **Wolfgang Schweiger** (Technische Universität Dresden) und **Anna Katharina Ruppert** (Berlin) richten ihr Augenmerk sodann auf die Internetnutzung älterer Menschen, die nicht selten als ein Schlüssel für die gesellschaftliche Integration Älterer propagiert wird. In ihrem Beitrag diskutieren sie nicht nur Kosten, Nutzen und Hürden der Internetnutzung und die Frage, worin sich ältere On- und Offliner unterscheiden; sondern sie fragen in einer eigenen Untersuchung zu Recht auch danach, inwiefern die Nutzung des Mediums tatsächlich Einfluss auf die Wahrnehmung des „gefühlten“ Alters, der Lebenszufriedenheit, des Alterserlebens sowie der gesellschaftlichen Teilhabe nimmt. Sie stoßen hierbei auf geschlechtsspezifische Unterschiede und geben der Debatte eine Wende: Nicht für alle sind die Segnungen der neuen Technik gleichermaßen ein Segen. **Daniela Küllertz** (Halle) und **Anja Hartung** (Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) knüpfen an das Erkenntnisinteresse dieser Studie insofern an, als sie Möglichkeiten der Entstehung von Medienbildungsräumen durch die Digitalisierung und Vernetzung von Lebensräumen älterer Menschen diskutieren. Sie plädieren für einen mehrperspektivischen Ansatz der Medienbildungsforschung im Hinblick auf höheres Alter, der eine Analyse von Artikulationsfreiräumen auf medientechnischer und medienstruktureller Ebene auf die Analyse von medienspezifischen Sprach- und Partizipationshandlungen bezieht. Am Beispiel einer Online-Community für Menschen im höheren Alter wird auf den Stellenwert von Werterfahrungen der Teilhabe und Verantwortlichkeit reflektiert, die zu einer Revitalisierung sinnerfüllten Alter(n)s beitragen können. **Walter Wittkämper** (Arbeitskreis Geragogik) ist einer der wenigen Forschenden, die sich hierzulande intensiv mit der Lesepraxis älterer Menschen und ihrem Umgang mit gedruckten Medien widmen. Wittkämper fasst zunächst die Befunde der zumeist quantitativen Untersuchungen zusammen und präsentiert im Anschluss die Ergebnisse einer eigenen qualitativen Studie, die u.a. auch zwischen ‚jüngeren Alten‘ und ‚Hochaltrigen‘ differenziert. Insgesamt kann er sechs zentrale Funktionen des Lesens und ebenso viele Lesetypen ausmachen. Ausgehend von der viel beschworenen Bindung älterer Menschen an das Fernsehen, geht **Anja Hartung** (Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) den Spezifika und Rahmenbedingungen fernsehbezogenen Handelns im höheren Alter nach. In einer kritischen Diskussion des bisherigen Erkenntnisstandes und der sich mithin selbst zu Klischees verdichtenden Ergebnisse vorwiegend deskriptiver Forschungsszena-

rien, werden Perspektiven und Handlungsfelder für eine künftige fernsehbezogene Altern(s)medienforschung benannt, die insbesondere der unhintergehbaren Bedeutung von Biografien für Medienaneignung und Mediensozialisation Rechnung tragen und den Stellenwert des Fernsehens im Kontext (neuer) konvergenter Medienwelten konturieren. **Wolfgang Reißmann** (Universität Erfurt) zeigt aus den wenigen Forschungen zu Alter und Musik ein erstes zusammenhängendes Bild. Die referierten Daten zur Nutzung von Musik, insbesondere des Hörfunks, zeigen, dass die Altersgrenzen in der Genrenutzung sich in manchen Bereichen verschoben haben. Weiterhin arbeitet er in seinen Ausführungen die Genese und Bedeutung musikalischer Präferenzen bei älteren Menschen heraus. Dabei zeigt er, dass Musik im höheren Lebensalter vor allem in ihrer Bedeutung für Erinnerung und Reflexion, Lebensorientierung sowie die Bewältigung von Einsamkeit zu denken ist. Ein ebenfalls kaum beachtetes Medium ist das Kino. **Elizabeth Prommer** (Hochschule für Film und Fernsehen Potsdam-Babelsberg) stellt in knappen Zügen die Ergebnisse einer Befragung vor, die Antwort geben soll auf die Frage, aus welchen Gründen der Kinobesuch mit fortschreitendem Lebensalter abnimmt. Die Familiengründung, der Berufsbeginn und persönliche Lebensabschnitte sind zentrale Erklärungskontexte. Sie belegen einmal mehr die im ersten Teil des Bandes konstatierte Notwendigkeit, bei der Erschließung der Medienaneignung älterer Menschen biografische Entwicklungen zu berücksichtigen. Eine gänzlich andere Perspektive, mindestens in Bezug auf die kommunikations- und medienwissenschaftliche Diskussion, entfaltet **Clemens Schwender** (University of Management and Communication Potsdam) mit seinem Beitrag zu technischen Dokumentationen für Senior/innen. Er stellt dar, wie ältere Frauen und Männer mit Gebrauchsanweisungen umgehen, wie diese mithin die Einstellung und emotionale Haltung gegenüber der Medientechnik beeinflussen, welche Kompetenzen und möglichen Defizite zu vergegenwärtigen und wie solche Materialien oder auch elektronische Assistenten an die Bedürfnisse der älteren Zielgruppen anzupassen sind. Das zweite Kapitel des Bandes schließt mit einem ‚**Einblick in die internationale Forschung**‘. **Lucie Vidovičová** (Masaryk University Brno) und **Renáta Sedláková** (Palacky University Olomouc) stellen die Ergebnisse empirischer Forschungsarbeiten in Tschechien vor. Auch sie müssen konstatieren, dass die Beschäftigung mit diesem Themenkomplex bislang rudimentär und a-theoretisch blieb: „All of them involve empirical studies without wider generalizations and theoretical contexts.“ In ihren Ausführungen berichten Vidovičová und Sedláková von der sozialen Wahrnehmung älterer Menschen, ihrer Darstellung in tschechischen Medien und der Nutzung unterschiedlicher Medien durch Ältere selbst. **Francisco Pavón Rabasco** und **Juan Casanova Correa** (beide Universität Cadix) weisen in ihrer Darstellung darauf hin, dass ältere Menschen in Spanien in besonderem Maße von Armut betroffen sind und das Bildungsniveau vieler Älterer im Vergleich zu jüngeren Generationen niedrig ist. Dies hat nicht zuletzt Konsequenzen für die Mediennutzung, denen sich die an Neuerungen und Fortschritt orientierte Forschung bisher kaum angenommen hat. Pavón Rabasco und Casanova Correa betonen die Interaktionspotenziale und die Möglichkeiten des Internets, zeigen indes, dass dieses in der Medienagenda von Älteren in Spanien noch keine zentrale Rolle spielt. **Mario Morcellini** (Università degli Studi di Roma „la Sapienza“) berichtet von der Mediennutzung älterer Menschen in Italien. Der Beitrag verdeutlicht, dass sich die Gruppe der älteren Menschen auch in Italien nicht unter einem gemeinsamen Begriff fassen lässt, zu unterschiedlich sind ihre Herangehensweisen und Umgangsweisen, vor allem im Hinblick auf die Offerten des Internets. Zwar sind ältere Menschen stärker an die traditionellen Medien gebunden, sie stehen dem Inter-

net jedoch grundsätzlich offen gegenüber. Es sind hier insbesondere soziale Kontexte, welche den Zugang zum ‚Neuen‘ eher stärken oder behindern. **William Douglas** und **Suzanne Buck** (beide University of Houston) skizzieren zentrale Forschungsrichtungen in den Vereinigten Staaten, richten ihren Blick dann aber gezielt auf Untersuchungen, die sich der Präsentation älterer Menschen im amerikanischen Fernsehen widmen. In ihre Darstellung fließen überdies Ergebnisse einer eigenen aktuellen Studie ein, die die Autor/innen zur Frage der (Re-)Präsentation älterer Frauen und Männer in „network prime-time content“ realisierten.

Im dritten Kapitel des Bandes ‚**Medienkompetenz und höheres Lebensalter**‘ wird die Brücke zur (medien-)pädagogischen Praxis geschlagen. Häufig genug ist zu beobachten, dass Medienforschung im sprichwörtlichen Elfenbeinturm entsteht, aber auch, dass sich Medienpraxis fernab theoretischer Reflexion vollzieht. Vor diesem Hintergrund haben wir uns entschieden, beiden Perspektiven in einem gemeinsamen Band Raum zur Präsentation ihrer Ideen und Ansätze zu geben – zur all- und gegenseitigen Bereicherung. **Bernd Schorb** (Universität Leipzig) führt in diesen Themenkomplex ein. In der Auseinandersetzung mit den Implikaten der gängigen Modelle zur Kompetenzvermittlung stellt er heraus, dass diese vor allem an politische Interessen gebunden sind mit dem Ziel ältere Menschen einzupassen. Er stellt ein theoretisches Modell der Medienkompetenz vor, das medienpraktischen und -pädagogischen Vorhaben, die sich an den Interessen der älteren Menschen orientieren, zugrunde liegen kann. Die nachfolgenden Beiträge geben Einblick in unterschiedliche ‚**Praxismodelle**‘ zur Medienkompetenzförderung im höheren Alter. Ausgehend von einer Reflexion des Zusammenhangs von Weiterbildung und neuen Medien nimmt **Barbara Gehrke** (Europäisches Zentrum für Medienkompetenz) in ihrem anschaulichen Beitrag konkrete Projekte zur Vermittlung von Medienkompetenz im Umgang mit dem Computer unter dem Aspekt pädagogischer Zielsetzung und der Zielgruppenorientierung in den Blick. Hieran anschließend präsentiert sie personale Typologien der Weiterbildung zur möglichen Anwendung auf Modelle der Medienkompetenzvermittlung. **Carmen Stadelhofer** (Universität Ulm) vertieft die Potenziale des Internets und neuer Medien für die Kommunikation, Kooperation und die Netzworkebildung in der wissenschaftlichen Weiterbildung von Senior/innen. Sie skizziert den Wandel des Lernens ebenso wie Veränderungen im weiterbildenden Studium älterer Erwachsener. Am Beispiel der Aktivitäten des Zentrums für Allgemeine Wissenschaftliche Weiterbildung der Universität Ulm (ZAWiW) vermittelt sie einen Einblick, wie medial gestützte Kooperationen und Netzworkebildungen auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene gestaltet sein können. Eine zielgruppengerechte medienpädagogische Praxis bedarf Stadelhofer zufolge nicht allein einer qualifizierten Anleitung der Projektteilnehmer/innen, sondern auch eine profunde Qualifizierung derjenigen, die als Medienpädagog/innen und Medienbildner/innen später einmal in diesem Handlungsfeld arbeiten werden. **Janine Schulz**, **Stefanie Suhr** und **Martha Karoline Schröder** (Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) berichten von einem Kooperationsseminar der Universitäten Magdeburg (Medienbildung) und Leipzig (Medienpädagogik), welches mit der Idee entstand, das Thema Medien im höheren Lebensalter stärker in die Curricula der Hochschulen zu verankern. In einem Zeitraum von zwei Semestern entwickelten die Studierenden in einem Blended-Learning-Arrangement ein empirisches Forschungsprojekt und fünf Modellprojekte, die sie eigenständig konzipierten und mit älteren Menschen realisierten. Das Seminar kann Vorbild einer zielgruppennahen Lehre sein, die nicht zuletzt von der Begegnung der Generationen lebt. Eine generationsübergreifende Perspektive steht auch in

den Arbeiten von **Sebastian Ring** (JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München) und **Jan Schmolling** (KJF – Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland) im Mittelpunkt. Ring stellt das Projekt ‚storypodcasting‘ vor, bei dem Jugendliche und ältere Menschen an einem Projekt reflexiv-praktischer Medienarbeit teilnahmen. Gemeinsam erarbeiteten und produzierten sie Hörbeiträge über die jeweils andere Gruppe und stellten diese als Podcasts ins Netz. Ring stellt die Konzeption des Projekts vor und diskutiert die Erfahrungen aus dieser generationsübergreifenden Arbeit. Schmolling präsentiert den Bundeswettbewerb Video der Generationen, der ebenfalls den intergenerativen Dialog anregen soll. Er benennt Chancen und Probleme der intergenerativen Medienarbeit und geht auch auf inhaltliche und ästhetische Trends der Produktionen ein. Im Mittelpunkt des Artikels von **Cornelia Bogen**, **Sabine Pabst** und **Reinhold Viehoff** (Martin-Luther-Universität Halle) steht die Beteiligung älterer Frauen und Männer an Bürgermedien. Auf der Grundlage einer Befragung von älteren Teilnehmer/innen an medienpädagogischen Projekten der Bürgermedien in Sachsen-Anhalt werden Prinzipien einer Arbeit mit älteren Menschen herausgestellt, durch die deren Medienkompetenz gefördert wird. Vorschläge für die Umsetzung von Projekten mit älteren Menschen beziehen sich vor allem auf diese Zielgruppe und auf die durch sie gesetzten Bedingungen und Differenzierungen. Es werden vor allem aufsuchende, integrierende und transformierende Maßnahmen vorgeschlagen.

Literatur

- De Beauvoir, Simon (1987): Das Alter. Hamburg: Rowohlt.
- Habermas, Jürgen (1985): Die neue Unübersichtlichkeit. Kleine Politische Schriften V, Frankfurt a.M.
- Nohl, Arnd-Michael (2006): Lern- und Bildungsprozesse älterer Menschen im Internet: eine qualitativ-empirische Analyse (in der Projektgruppe Bildung im Internet). In: Bildungsforschung, Jahrgang 3, Ausgabe 2 [url: <http://www.bildungsforschung.org/Archiv/2006-02/internet/>]

1 Ansätze einer alter(n)sbezogenen Medienforschung

Der medienbiographische Ansatz in der Altersmedienforschung

Ralf Vollbrecht

Eine Biographie oder Autobiographie – jedenfalls eine Lebensgeschichte – zu schreiben, setzt nach landläufiger Meinung voraus, dass das Subjekt dieser Biographie ein Leben gelebt hat – nicht notwendig vollendet –, aber doch zurückblicken kann auf viele Jahre, die angefüllt sind mit Erfahrungen und Erlebnissen, die es wert sind, einem Lesepublikum dargeboten zu werden. Denn anders als das private Tagebuch, das vor allem der Selbstvergewisserung dient, richten sich Biographien an Leser. Wenn heute auch 20- oder 30-Jährige ihre Lebensgeschichte schreiben (oder geschrieben bekommen), dürfte das vor allem den kurzfristigen Vermarktungsinteressen der Medien geschuldet sein, die den Bekanntheitsgrad von Stars und Sternchen ökonomisch optimal verwerten möchten. Denn im Zentrum von Biographien steht ja eher das Leben von bekannten oder „wichtigen“ Menschen, von Politikern und Künstlern, erfolgreichen Unternehmern oder anderen Personen des öffentlichen Lebens, eben von Prominenten oder auch – als mediale Verfallsform – den so genannten „Promis“. Über die „einfachen Leute“, über „Menschen wie du und ich“ wird selten eine Biographie geschrieben, weil sie vermeintlich nichts Wichtiges zu erzählen haben (und davon meist auch selbst überzeugt sind). Allenfalls treten sie als Zeitzeugen eines bedeutenden historischen Ereignisses auf.

Die wissenschaftliche Biographieforschung bewertet den Stellenwert der Alltagserfahrung anders. Was wüssten wir beispielsweise nicht alles über frühere Epochen, wenn das Alltagsleben der Menschen auch biographisch überliefert wäre. Dasselbe gilt auch für die Gegenwart. Die soziale Wirklichkeit auf Items und Faktoren herunterbrechende Quer- und Längsschnittstudien liefern uns zweifellos wichtige Daten, bleiben jedoch abstrakt und sagen nichts darüber aus, wie sich ihre Befunde im Alltag der Menschen darstellen. Wir wissen dann etwa aus der quantitativ ausgerichteten Medienforschung, wie viel Zeit Kinder oder Alte durchschnittlich pro Tag mit Fernsehen oder am Computer verbringen und können das auch noch schicht- oder geschlechtsspezifisch etwas aufschlüsseln, dringen jedoch in der Regel nicht vor bis zu einer Ebene der subjektiven Bedeutungen, etwa der Frage, welchen Stellenwert das Fernsehen für einen alten Menschen in einer ganz konkreten sozialen und lebensgeschichtlichen Situation hat oder welche alternativen Handlungsmöglichkeiten es für ihn gäbe. Baacke/Schulze (1979) verweisen deshalb auf das Interesse von Pädagogen „aus Geschichten [zu, R.V.] lernen“ – so der programmatische Titel ihres Buches. Eine Lebensgeschichte ist gar nicht denkbar ohne Sinnkonstruktion bzw. Sinn-Rekonstruktion. Und: Wie wir unsere Lebensgeschichte erzählen (deuten), ist abhängig von der jeweiligen Lebenssituation als Deutungshintergrund und dem rahmenden Kontext der Erzählsituation. „Erzähler sind eben keine Chronisten“ (Alheit 1990: 26) ihres Lebens, sondern erzählen Lebensgeschichten, die sie erlebt und erlitten und sich perspektivisch ange-

eignet haben. Nicht nur das Leben, auch die Biographie ist ständig im Fluss und gerinnt zu einer festen Form immer nur auf der Gegenwartsschwelle.

Gerade in der Mediennutzungsforschung werden in vielen Untersuchungen ältere Menschen, oft alle über 55- oder 60-Jährigen, zur Restkategorie der Alten zusammengefasst, die sich dann statistisch auch kaum weiter differenzieren lässt, obwohl doch die Lebenswelten dieser Menschen aus drei Jahrzehnten unterschiedlicher kaum sein könnten und die Heterogenität der Mediennutzung im Alter grundsätzlich ebenso bekannt ist wie die nur sehr begrenzte Aussagekraft des kalendarischen Alters.

Der biographische Ansatz versucht dagegen, sich stärker den Lebenswelten zu nähern und die Subjekte „besser“ zu verstehen. Je nachdem, wie die biographische Methode eingesetzt wird, erfahren wir jedoch nicht nur etwas über einzelne Subjekte, sondern auch etwas über kollektive Medienbiographien unterschiedlicher Generationen in ihrer jeweiligen historischen Lagerung (siehe Schäffer in diesem Band). Solche Kohorteneffekte beispielsweise im Hinblick auf „generationenspezifische Medienpraxiskulturen“ (Schäffer 2003) werden in der *Lebenslaufforschung* untersucht, die mit der Biographieforschung eng verwandt ist. Ihr Erkenntnisinteresse richtet sich jedoch nicht auf subjektive Sinnkonstruktionen, sondern auf institutionelle Rahmungen. Was das meint, verdeutlicht das Beispiel eines Lebenslaufs, den wir für eine Bewerbung schreiben, und der unser Leben ganz anders darstellt als die Lebensgeschichte in einer biographischen Erzählung, beispielsweise der Großmutter an ihre Enkelin.

Biographieforschung und Lebenslaufforschung beziehen sich seit den 1980er Jahren beide auf Thesen der gesellschaftlichen Individualisierung (Mooser 1983; Beck 1984), die zu tief greifenden Veränderungen im Normalentwurf von Lebensläufen hinsichtlich Destandardisierungen und Dechronologisierungen führen, was sich beispielsweise an Veränderungen familialen Verhaltens ebenso ablesen lässt wie an der Aufweichung strikter Altersnormen (Kohli 1985: 22ff.; 2003). Die Individuen werden stärker auf sich zurückgeworfen, wenn klassen- oder milieuspezifisch tradierte Deutungsschemata ihre Orientierungskraft verlieren, mit deren Hilfe früher identitätssichernde biographische Entscheidungen in relativem Einklang mit kollektiv geteilten Vorstellungen getroffen werden konnten. Konventionelle Rollenidentitäten werden prekärer, da Rollen austauschbarer und beliebiger erscheinen, und dem nun stärker ichzentrierten Weltbild korrespondiert eine biographische Selbst-Reflexion, bei der der Suche nach Selbstvergewisserung ein hoher Stellenwert zukommt.

Man könnte das auch so formulieren, dass Ich-Findungsprozesse unter den Bedingungen von Individualisierung erschwert sind. Die Medien tragen offensichtlich zur Individualisierung bei, indem sie bis in die letzten Nischen der Gesellschaft ihre sich gegenseitig nivellierenden Botschaften verbreiten und die unterschiedlichsten Orientierungsmuster anbieten und damit die Leerräume, die der Funktions- und Deutungsverlust ehemals kulturelle Lebensbereiche übergreifender und identitätsstiftender Weltbilder hinterlassen, mit (nicht unbedingt neuen) Sinnangeboten füllen. Andererseits stützen sie – ebenso wie mit der Konstituierung sozialer virtueller Welten – damit auch die Ich-Konstruktionen, indem sie dem bedrohten Ich vielfältige Materialien für eine eigene Weltkonstruktion anbieten und ihm so helfen, „sich zu behaupten: Indem es vorhandene Weltbestände und eigene Vorstellungen und Entwürfe sich aneinander reiben lässt“ (Baacke 1983: 469). Das setzt allerdings aktive und gelingende Aneignungsprozesse voraus.

Im Unterschied zu einer literarischen Biographie, die freilich auch Schwerpunkte setzt, zielt ein biographischer Forschungsansatz nicht unbedingt auf das gesamte Leben, sondern kann begrenzt sein sowohl in der zeitlichen Ausdehnung als auch thematisch. Schon der Begriff medienbiographischer Ansatz impliziert ja eine solche thematische Begrenzung (auf mediale Aspekte) und der „medienbiografische Ansatz in der Altersmedienforschung“ ist offensichtlich noch enger fokussiert, da hier eine Einschränkung auf ein Lebensalter hinzukommt. Während es in der Jugendmedienforschung einige medienbiographische Studien gibt (etwa Baacke/Sander/Vollbrecht 1990; Barthelmes/Sander 2001), sind es für andere Lebensalter, insbesondere das Alter, bislang nur wenige Ausnahmen, beispielsweise die Untersuchung von Schäffer, der Medienpraxiskulturen im Generationenvergleich analysiert und dabei unterschiedliche Habitualisierungsmodi herausarbeitet (Schäffer 2003, 2007) oder die explorative Studie von Hartung (2007) zum Fernsehen in der Lebenswelt der über 60-Jährigen. Dem Fazit von Doh und Gonser über die unzureichende Forschungssituation in der Altersmedienforschung kann man daher nur zustimmen. Es fehlen nicht nur „Daten aus Längsschnitt- und Paneluntersuchungen, die intraindividuelle Veränderungen im Mediennutzungsverhalten im Zeitverlauf sowie Kohortenspezifika abbilden helfen“ (Doh/Gonser 2007: 40), sondern speziell auch medienbiographische Untersuchungen. So konstatieren auch Beck/Rosenstock/Schubert (2007) „derzeit vor allem Forschungsdefizite“ (10), was schon deshalb bedauerlich ist, weil Mediennutzungen immer auch biographisch imprägniert sind.

Der biographische Ansatz

Der biographische Ansatz erhebt den Anspruch, einen methodischen Zugang zum sozialen Leben zu ermöglichen, der nicht reduktionistisch ist, die Eigenperspektive der handelnden Subjekte thematisiert und die historische Dimension berücksichtigt. Der Begriff *Biographie* bezieht sich auf das „gegenwarts-perspektivische Ordnen von eigenen Lebenserfahrungen in vorwiegend narrativer Form durch Gesellschaftsmitglieder (autonome Konstitution) zur Erhaltung und Herstellung konsistenter Eigen- und Fremderwartungen angesichts kontingenter Ereignisse oder heteronom gegebener Abläufe aus Anlaß spezifischer Infragestellungen des sozialen oder personalen Selbst; Zuordnung von institutionellen Ablaufmustern (careers) zu Individuen oder Gruppen (heteronome biographische Produktion) zur Sicherstellung institutioneller Ziele; Verknüpfung dieser autonomen und heteronomen Konstrukte zu Verlaufskurven (trajectories), Lebensläufen und Lebensgeschichten (biographische Gesamtkonstruktion) als interaktive Leistung in pragmatisch variierenden Kommunikationskontexten.“ (Fischer 1984: 478). In dieser komplexen Definition spricht Fischer vier zentrale Aspekte an: Gegenwartsschwelle, autonome Konstitution, heteronome biographische Produktion sowie die biographische Gesamtkonstruktion. Die drei letztgenannten lassen sich nur analytisch unterscheiden, verschmelzen jedoch in der sozialen Wirklichkeit.

Die Verwendung biographischer Schemata im Alltag stellt ein sozial konstituiertes Mittel neben anderen dar, um den temporalen Aspekt von Leben zu bewältigen und in eine Sinnstruktur einzubetten, d.h. kontingente Ereignisse, also solche, die sich auch anders hätten ereignen können, konsistent zu verknüpfen. Die Sinnzuschreibung geschieht – anders ist das gar nicht möglich – stets auf der *Gegenwartsschwelle*. Für die Zukunft, die im Sinne biographischer Erwartungen ja Teil einer Biographie ist, ist dies unmittelbar ein-

leuchtend. Für die Vergangenheit gilt das jedoch auch, da in biographischer Perspektive darunter mehr und anderes verstanden wird als die bloße Abfolge von Ereignissen. Wesentlich ist vielmehr der Begriff der *Erfahrung*, welcher selektive Wahrnehmung, Erinnerung und bewertende Einschätzung umfasst. Neue Erfahrungen und Einschätzungen führen zu einer ständigen Neu- und Uminterpretation einzelner Aspekte der Lebensgeschichte. Das heißt aber nicht, dass Biographien völlig beliebig wären und damit wohl kaum Ausgangspunkt wissenschaftlicher Arbeit sein könnten. Denn Biographien sichern lebensgeschichtliche Kontinuität, in ihnen drückt sich Identität aus, und es steht nicht in unserem Belieben, umstandslos von einer Haut in die andere zu schlüpfen. Biographische Entscheidungen und Festlegungen sind im Übrigen nicht notwendig bewusste, individuelle Akte, sondern können auch auf einer bloßen Übernahme biographiebedeutsamen Wissens beruhen.

Die Grundsituation *autonomer Biographiekonstitution* ist die Erzählung in einem face-to-face-Kontext. In der Erzählsituation wird aufgrund einer Frage an den Erzähler oder einer Infragestellung von Aspekten seiner Identität ein deutungsbedürftiges Ereignis als Element der Lebensgeschichte des Erzählers konstituiert. Zeitlogische und sozialökologische Kontexte der Geschichte vergegenwärtigen die abgelaufene Ereignisfolge als Teil sozialer Wirklichkeit, evaluative Äußerungen repräsentieren und konstituieren die Gegenwartsperspektive und somit die sinnhafte Deutung der immer auch anders (kontingent) interpretierbaren Erfahrungen des Erzählenden. Diese Grundsituation wird in der pädagogischen Biographieforschung methodisch genutzt, indem versucht wird, alltagsähnliche, vom Forscher nicht einseitig bestimmte, Erzählsituationen herzustellen und Erzählungen zu generieren, die den Anknüpfungspunkt für biographische Rekonstruktionsversuche bilden.

Nun ist der Einzelne in seinen Lebensvollzügen nicht so frei, wie der Begriff autonome Konstitution nahe legen mag. Die zeitliche Organisation von Karrieren – seien es berufliche, künstlerische, familiäre oder auch deviante, kriminelle oder krankheitsbedingte – durch soziale Agenturen erscheinen dem Individuum als vorgegebene Verlaufsschemata. Ein Lebenslauf in einem Bewerbungsschreiben ist eine typische Manifestation eines in *heteronomer biographischer Produktion* gebildeten Verlaufsschemas. Andere Beispiele solcher Manifestationen sind etwa eine Stellenausschreibung, Patientenkarteen, Volljährigkeitsgesetze, ein Aufnahmegespräch beim Arzt. Für die biographische Forschung ist wesentlich, nicht bei der Analyse institutioneller Schemata stehenzubleiben, sondern die Frage zu stellen, wie die Gesellschaftsmitglieder diese Schemata erfahren, wie sie sie übernehmen, modifizieren und mit weiteren Ereignissen koordinieren; also etwa im Kontext von Berufsverläufen die Fragen zu stellen, wie der Eintritt ins Rentnerdasein erlebt wird, welche Auswirkungen das auf die sozialen Beziehungen in Familie und Freundeskreis hat, wie der Gewinn an freier Zeit verarbeitet wird und wie sich das Mediennutzungsverhalten ändert.

Die *biographische Gesamtkonstruktion* stellt die Synthese von autonomer Konstitution (Ich-Perspektive) und heteronomer Produktion dar, die sich in Interaktionen im Laufe des Lebens ausbildet. Wenn wir von Biographien sprechen, meinen wir in der Regel diese biographische Gesamtkonstruktion. Biographien lassen sich sowohl fallbezogen deuten (Fallverstehen, komparative Kasuistik) als auch in einer soziologischen oder historischen Perspektive, die unterstellt, dass sich in Biographien auch gelebte Gesellschaftsgeschichte manifestiert. Die Bedeutung des autobiographischen Gedächtnisses für die Ausbildung von Identität ist offensichtlich (Eysenck/Keane 2005).

Der medienbiographische Ansatz

Die überwiegend in der Soziologie, aber auch der Pädagogik, Geschichtswissenschaft und Psychologie geführten Diskussionen innerhalb der Biographieforschung sind in der Medienpädagogik zwar aufgenommen worden (Kübler 1982; Hickethier 1982; Rust 1984; Sander/Vollbrecht 1989; Hirzinger 1991; Schneider 1993; Vollbrecht 1993), ohne dass sich jedoch eine eigenständige medienbiographische Forschungstradition hätte herausbilden können. Unterstellt werden kann, dass die einzelnen Medien eine sehr unterschiedliche biographische Relevanz besitzen. Daher lassen sich Medienbiographien wohl auch nicht als Gesamtbioographien rekonstruieren (Sander/Vollbrecht 1994: 377f.). Diese Aussage spricht gegen eine eigenständige, von der allgemeinen Biographieforschung abgetrennte Medienbiographieforschung und für die Konzentration auf einzelne Medienbiographiestränge (Sander/Vollbrecht 1989) und -muster. Denn die Akzeptanz und Nutzung der Medien ebenso wie die biographische Selbstreflexion unterliegen kulturell eingeschliffenen Mustern, die vorgeben, was biographierelevant ist. Kulturelle Instanzen liefern also Selektionskriterien für die Ausformung von Biographien und stellen in diesem Sinne „Biographiegeneratoren“ (Hahn 1988) dar. Insbesondere spielen „Massenmedien als Biographiegeneratoren“ (Reinhardt 2005: 42) eine wichtige Rolle.

Der medienbiographische Ansatz stellt sich die Frage, welchen Anteil und welche Relevanz Medien an der individuellen Konstruktion und Rekonstruktion einer Biographie haben und wie sich Muster der Mediennutzung und Medienaneignung biografisch ausbilden und verändern. In einem weiteren Sinne, nämlich lebensweltlich-biographisch, untersucht er auch die Auswirkungen von Medien auf die Gestalt des Alltags und des Tagesablaufs. Rhythmen und Strukturen des Lebenslaufs werden nicht so stark durch Medien (mit)bestimmt wie z.B. durch strukturelle und normative Vorgaben verschiedener Altersphasen (wie Schuleintritt, Aufnahme von Erwerbsarbeit, Beginn des Ruhestands) oder durch persönliche Ereignisse wie Heirat, schwere Krankheit oder durch überindividuelle Ereignisse wie Kriege und Wirtschaftskrisen. Medien haben jedoch einen bedeutsamen Anteil an der Strukturierung mikrobiographischer Abläufe, also am Verlauf des Alltags. Neben Medienbezügen in der *linearen* temporalen Struktur der Biographie geht es also auch um die Rolle der Medien in der *zyklischen* Struktur der Alltagszeit. So wird beispielsweise das Fernsehen stark habitualisiert genutzt und die „Tagesschau“ markierte früher für viele Menschen den Übergang zum Feierabend. Auch zur Füllung der freien Zeit im Alltag sind medienbezogene Beschäftigungen bedeutsam. In welchem Umfang und in welcher Art die einzelnen Medien dazu genutzt werden, kann bislang nur bruchstückhaft aus den vorliegenden Daten der Mediennutzung unterschiedlicher Altersgruppen abgelesen werden. Diese Zahlen sagen jedoch wenig aus über die Strukturierung von Lebensabläufen durch Medien. Eine biographisch orientierte Medienforschung kann durch die Rekonstruktion von medienbiographischen Phasen der Biographie zu mehr Erkenntnissen führen und zeigen, in welchem Zusammenhang Medien mit dem Alltag und dem Lebensablauf stehen und wie dieser Zusammenhang von den Individuen subjektiv gesehen und bewertet wird.

Was damit gemeint sein kann, lässt sich am Beispiel des Projekts „Medienkompetenz im digitalen Zeitalter“ (Baacke (†)/Haacke/Hugger/Treumann/Vollbrecht 2002) verdeutlichen, das aufzuzeigen versuchte, wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändert haben. Eine zentrale Fragestellung war, ob und wie ältere Menschen sich den Computer (und andere neue Medien) aneigneten – und zwar Mitte der 1990er Jahre, also

einer Zeit, in der er noch längst nicht so verbreitet und selbstverständlich war und zudem noch deutlich als Zumutung an Weiterbildung erlebt wurde, verbunden mit Gefühlen der Entwertung der eigenen beruflichen Qualifikation. Untersucht wurden Menschen ab 35 Jahren, da diese in ihrer Jugend noch nicht oder nicht in nennenswertem Umfang mit Computern konfrontiert waren. Aus biographischer Perspektive interessant sind nun die unterschiedlichen Motivlagen, sich auf Computer einzulassen (ich vereinfache die folgende Darstellung auf das in diesem Kontext Wesentliche). Zum einen gab es diejenigen, die beruflich gezwungen waren, Computer zu nutzen. Ihre Motivation war extrinsisch – kaum jemand aus dieser Gruppe war von sich aus computerinteressiert –, führte jedoch über Schulungen und Übung zu im Beruf hinlänglichen Computerkenntnissen, die dann auch eine private Nutzung begünstigten. Andere zeigten sich zum Teil abwehrend oder – vielleicht treffender – abwartend. Damit ist gemeint, dass sie den Computer zwar als gesellschaftlich zunehmend wichtiges Medium einschätzten, aber keinen Bezug zu sich herstellten im Sinne einer gefühlten Notwendigkeit, sich *gegenwärtig* damit auseinanderzusetzen. Die Frage, ob überhaupt und wie der Computer in ihrem Alltag sinnvoll sein könnte, konnte von ihnen – möglicherweise auch mangels genauerer Kenntnisse – (noch) nicht positiv beantwortet werden und wurde in eine ungewisse Zukunft verschoben („später vielleicht“ oder „wenn ich es beruflich benötigen sollte“). Während die einen also eine Qualifikationskrise gegenwärtig meistern mussten und im Grunde keine Wahl hatten, machten die anderen eine Nützlichkeitsabwägung (oft verbunden mit der Kostenfrage), deren Ergebnis offenbar dafür sprach, die Entscheidung offen zu halten und in die biographische Zukunft zu verschieben.

Einer dritten Gruppe ging es dagegen eher darum, auf der kommunikativen, medialen oder kulturellen Höhe der Zeit zu bleiben. Wenn Computer tatsächlich so wichtig sind oder werden, muss man sich folgerichtig jetzt damit auseinandersetzen, auch wenn man noch gar nicht abschätzen kann, was man konkret mit ihnen anfangen kann und ob sie für einen selbst tatsächlich „notwendig“ sind. Diese Notwendigkeit wird vielmehr sozial konstruiert. Sie entspringt dem Mithalten-Wollen, das auch durch ein Mithalten-Müssen affiziert sein kann. Ein weiteres Motiv kommt hinzu, bei dem überhaupt nicht mehr die Fertigkeiten im Umgang mit dem Computer im Vordergrund stehen – dies war ja Kern der Computerdebatte der 1990er Jahre, verbunden mit der Befürchtung, dass die Alten bei neuen Medien nicht mithalten können. Diesen Befragten ging es um den Computer als alltagskulturelles Thema, also um das Mitreden-Können, wenn „Eingeweihte“ sich unterhalten, um die Beteiligung am Diskurs über ein wichtiges neues Alltags-Medium (nicht so sehr um die gesellschaftliche Dimension) – gerade auch zwischen den Generationen. Anders gesagt: Die Großeltern-Generation eignet sich Computerwissen und -praxis an, um mit der Enkelgeneration thematisch verbunden zu bleiben. Dieser Gruppe geht es also darum, biographische Zukunft zu gestalten, indem zukunftsrelevantes Wissen erworben wird, das jedoch neben einem mitgedachten instrumentellen Einsatz (es wird ja konkret etwas am Computer gemacht) insbesondere auf soziale Effekte abzielt, auf Gemeinschaft mit anderen (oft konkret benannten Personen) durch Aneignung gemeinsamer Themen. Dass dies tatsächlich funktioniert zeigen beispielsweise Alltagserfahrungen geselliger Kommunikation mit Gruppen von Älteren, bei denen es beim Thema neue Medien bei stark unterschiedlichem Wissensstand zu Inklusionen und Exklusionen kommt, die die Geselligkeit schnell sprengen können. Das ist z.B. beim Fußball zwar auch der Fall, aber ein Weiteres kommt hinzu: Social Support. Es gibt kaum einen gesellschaftlichen Bereich, in dem Alte von Jungen so viel lernen wie bei

neuen Medien. Das ist in dieser Allgemeinheit formuliert offensichtlich, wäre jedoch eine genauere medienbiographische Untersuchung wert.

Der medienbiographische Ansatz steht grundsätzlich vor dem Problem, „dass Medien, die im realen Lebensvollzug allgegenwärtig sind, in biographischer Rekonstruktion nur eine marginale, wenig bewusste und wenig erinnerliche Rolle spielen. In medienbiographischen Interviews werden zudem häufig lediglich Medienrituale, Genrevorlieben und Medienpräferenzen wiedergegeben. Noch schwieriger dürfte es sein, das ja häufig nur kurzfristige Interesse an bestimmten Medien lebensgeschichtlich rückzubeziehen. Zwar existiert ein implizites Wissen über bestimmte Medien und Programme sowie Genres, das im allgemeinen jedoch ebensowenig wie medienbedingte Veränderungen der Freizeitgewohnheiten und der Zeitstrukturen wahrgenommen wird“ (Sander/Vollbrecht 1989: 21f.). Zwar gibt es auch herausgehobene Medienereignisse, die gut erinnert werden, aber typisch für die Mediennutzung ist ihre Einbindung in die zyklische Zeitstruktur des Alltags mit ihren wiederkehrenden Routinen, deren lebenspraktische Relevanz eher in ihrer Existenz als in ihrer zeitlichen Verortbarkeit liegt.

Der medienbiographische Ansatz in der Altersmedienforschung

Werner Fuchs hat einmal zusammengestellt, wie vielfältig das Interesse an der Verwendung biographischer Materialien für Sozialwissenschaftler sein kann (Fuchs 1984: 135ff.). Diese allgemeineren Überlegungen möchte ich auf den medienbiographischen Ansatz in der Altersmedienforschung fokussieren und ergänzen.

Der medienbiographische Ansatz in der Altersmedienforschung

- ermöglicht uns als Forschern mit zumeist mittelschichtspezifischem sozialen Hintergrund und einer jüngeren Generationenlagerung Einblicke in fremde Lebensmilieus, die unseren eigenen Verstehenshorizont erweitern und uns sensibilisieren für fremde und alterstypische Lebensstile.
- kann im Sinne einer parteilichen Forschung durch Erhebung und Veröffentlichung von medienbiographischem Material in den sozialen und kulturellen Diskurs über das Alter(n) eingreifen, indem er beispielsweise populäre Fehleinschätzungen gerade rückt oder auf spezifische Medienbedürfnisse von Alten hinweist.
- kann eine Deskription von Medienwelten oder von Medienaneignung leisten, die direkter Beobachtung und quantifizierenden Messungen so nicht zugänglich ist.
- kann die Habitualisierung der Mediennutzung im Kontext anderer Freizeitaktivitäten und der Lebensgestaltung im Alter aufzeigen.
- kann sich mit der Frage der persönlichen Rekonstruktion von Medienereignissen, Medienkonventionen oder medialen Alltagsmythen befassen, um z.B. spezifische Deutungsmuster oder mythische Denkweisen zu entschlüsseln.
- kann die Prozesshaftigkeit der Mediennutzung im Lebensverlauf zugänglich und analysierbar machen. Solche Verläufe lassen sich in Geschichten besser abbilden als in punktuellen Befragungen. Zudem werden auch Ambiguitäten und Nichtlinearität deutlich.
- kann dazu dienen, persönliche Themen von Alten zu analysieren und bewusst (und damit bearbeitbar) zu machen.

- kann die symbolische Bedeutung medialer Inhalte und Figurationen erschließen und damit auch zum Verständnis zwischen den Generationen beitragen.
- ermöglicht es, auf basale Medien-Deutungsmuster in der Lebenswelt zu schließen. Ziel ist hier die Herausarbeitung der Spezifität des Einzelfalls (auch im Vergleich mit anderen Fällen).
- kann durch die Befragung von Zeitzeugen Material zur Mediengeschichte anliefern. Während mediale Produkte – soweit sie für die Öffentlichkeit bestimmt waren – zu einem erheblichen Teil in Archiven zugänglich oder zumindest vorhanden sind, ist die Medienrezeption früherer Zeiten anders als medienbiographisch kaum zugänglich.
- kann auch die privaten Medienproduktionen analytisch erschließen. In Fotoalben, auf Videokassetten, Tonträgern oder digitalen Speichern entstehen im Laufe des Lebens Privatarchive der eigenen Mediennutzung. Zum Verständnis dieses Materials bedarf es einer begleitenden medienbiographischen Einordnung und Kommentierung.
- kann die Bedeutung bestimmter Medienangebote und -produkte historisch und lebensgeschichtlich einordnen. Das meiste, was wir in Medien hören und sehen, vergessen wir sehr schnell. Was bleibt, ist entweder von großer persönlicher Relevanz („unser Lied“ oder überhaupt Musik, die mit bestimmten Personen oder Ereignissen verknüpft wird, Lieblingsfilme oder etwa ein Bild, das aufgrund eines persönlichen Themas stark beeindruckt hat) oder von so großer allgemeiner Bedeutung, dass es ins kollektive Gedächtnis übernommen und noch nach Jahrzehnten erinnert wird.
- kann Erinnerungsarbeit leisten und zur Wiederentdeckung verschütteter Erfahrungen und Erlebnisse führen.

Auch die Massenmedien selbst machen ständig Erinnerungsangebote, nicht nur durch das Aufgreifen historischer Themen, sondern auch schlicht durch das Prinzip der Wiederholung, die uns in frühere (Rezeptions-)Zeiten zurückversetzt. Daraus entsteht auch ein methodisches Problem: Worauf bezieht sich eine medienbiographische Erinnerung? Ursprüngliche und spätere Rezeptionen lassen sich im Rückblick nur schwer (wenn überhaupt) auseinander dividieren. Gerade bei lange zurückliegenden Ereignissen ist wohl generell davon auszugehen, dass Erinnerungen unbewusst geglättet oder kontextuell angepasst werden. In der biographischen Altersmedienforschung ist dies zu bedenken. Erzählt wird nicht das Ereignis, wie es war, sondern wie es heute (auf der Gegenwartsschwelle) erinnert wird. Dabei kommt es auch zu medientypischen Fehlurteilen. So sollen beispielsweise viele US-Amerikaner davon überzeugt sein, den Mord an J.F. Kennedy im Fernsehen live gesehen zu haben. Die bekannten Fernsehbilder des Mordes sind jedoch nie live gesendet worden.

Soweit Altersmedienforschung auf biographische Interviews mit Zeitzeugen setzt, ist also auch Vorsicht geboten – vor allem jedoch ein gutes Wissen und Kontextwissen der Forscher. Wer sich etwa für ältere Medienformate und ihre Rezeption interessiert, sollte den „Goldenen Schuß“ nicht nur als Bezeichnung für die finale bzw. letale intravenöse Injektion von Opioiden kennen, sondern auch als eine sehr populäre interaktive Spielshow des ZDF der 1960er Jahre, bei der per Telefon zugeschaltete Fernsehzuschauer mit einer Tele-Armbrust, die an einer Fernsehkamera befestigt war, auf eine Zielscheibe (anfänglich einen Apfel) schießen mussten, um als Gewinner den Titel „Tele-Tell“ (und etwas Geld) zu bekommen. Wer das weiß, kann vielleicht auch mit Floskeln wie „Bitte, Peter, den Bolzen“ etwas anfangen, und mit dem stärker in den Alltag eingesickerten „Der Kandidat hat 100 Punkte“ sowieso. Anders gesagt: Wer sich auf biographische Altersmedienforschung ein-

lässt, sollte sich auch ein wenig mit populären Medienprodukten vergangener Zeiten auskennen.

Solche medienbezogenen Ablagerungen und Aufschichtungen im kollektiven Gedächtnis sind bislang kaum untersucht. Aber auch die eigene Vergangenheit wird mit Medien neu konturiert. Bei jedem Technologiewechsel stellt sich die gleiche Frage wie bei einem Umzug: Was nehme ich mit, weil es mir noch etwas bedeutet? Und manches wird in solchen Entscheidungssituationen auch wieder neu entdeckt und als biographisch wertvoll erkannt. Deshalb wird die Lieblingsmusik auf Schallplatte noch einmal auf CD gekauft und später möglicherweise noch einmal auf mp3 formatiert und digital archiviert, oder bislang nicht auf CD erhältliche Musik als mp3-Datei aus dem Internet beschafft. Die biographische Alltagsrelevanz von Medien wird hier sehr deutlich.

In der Altersmedienforschung stellt sich dem medienbiographischen Ansatz in besonderer Weise die Frage nach Gedächtnisleistung und Vergessen im Alter. Die bis Ende der 1970er Jahre vertretene These eines unabänderlichen und unwiderruflichen Abbaus der Gedächtnisleistung im Alter spräche gegen diesen methodischen Ansatz – gilt in der Alltagsgedächtnisforschung heute jedoch als überholt. Fehlleistungen des Gedächtnisses sind jedoch ein grundsätzliches Problem biographischer Forschung.

Literatur

- Alheit, P. (1990): Alltag und Biographie. Studien zur gesellschaftlichen Konstitution biographischer Perspektiven. Universität Bremen, Forschungsschwerpunkt Arbeit und Bildung. Bd. 4. Bremen
- Allmendinger, J. (Hrsg.) (2003): Entstaatlichung und soziale Sicherheit. Verhandlungen des 31. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Leipzig. Opladen
- Baacke, D. (1983): Ich-Neugier und Weltkonstruktion. In: Merkur. 4. 468-473
- Baacke, D. (†)/Haacke, K./Hugger, K.-U./Treumann, K. P./Vollbrecht, R. (2002): Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern. Opladen
- Baacke, D./Sander, U./Vollbrecht, R. (1990): Medienwelten Jugendlicher. Bd. 2: Lebensgeschichten sind Mediengeschichten. Opladen
- Baacke, D./Schulze, Th. (Hrsg.) (1979): Aus Geschichten lernen. Zur Einübung pädagogischen Verstehens. München
- Barthelmes, J./Sander, E. (2001): Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in der Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen. Bd. 2. München
- Beck, K./Rosenstock, R./Schubert, C. (2007): Medien im Lebenslauf. In: Rosenstock/Schubert/Beck (2007): 7-16
- Beck, U. (1984): Jenseits von Stand und Klasse. Auf dem Weg in die individualisierte Arbeitnehmerschaft. In: Merkur. 5. 485-497
- Brose, H.-G./Hildenbrandt, B. (Hrsg.) (1988): Vom Ende des Individuums zur Individualität ohne Ende. Opladen
- Doh, M./Gonser, N. (2007): Das Medienverhalten älterer Menschen. Eine Sekundäranalyse anhand der Studie „Massenkommunikation 2000“. In: Rosenstock/Schubert/Beck (2007): 39-64
- Eysenck, M. W./Keane, M. T. (2005): Cognitive Psychology: A Student's Handbook. Hove, UK
- Fischer, W. (1984): Methode, biographische. In: Haft/Kordes (1984): 478-482
- Fromme, J./Schäffer, B. (Hrsg.) (2007): Medien – Macht – Gesellschaft. Wiesbaden
- Fuchs, W. (1984): Biographische Forschung. Eine Einführung in Praxis und Methoden. Opladen
- Haft, H./Kordes, H. (Hrsg.) (1984): Methoden der Erziehungsforschung. Enzyklopädie Erziehungswissenschaft. Bd. 2. Stuttgart

- Hahn, A. (1988): Biographie und Lebenslauf. In: Brose/Hildenbrandt (1988): 91-105
- Hartung, A. (2007): Das Fernsehen in der Lebenswelt älterer Menschen. Ergebnisse einer explorativen, qualitativen Befragung. In: Rosenstock/Schubert/Beck (2007): 65-82
- Hickethier, K. (1982): Medienbiographien – Bausteine für eine Rezeptionsgeschichte. In: medien + erziehung 26. 4. 206-215
- Hiegemann, S./Swoboda, W. H. (Hrsg.) (1994): Handbuch Medienpädagogik. Opladen
- Hirzinger, M. (1991): Biographische Medienforschung. Wien
- Jäckel, M. (Hrsg.) (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Opladen
- Kohli, M. (2003): Der institutionalisierte Lebenslauf: ein Blick zurück und nach vorn. In: Allmendinger (2003): 525-545
- Kohli, M. (1985): Die Institutionalisierung des Lebenslaufs. Historische Befunde und theoretische Argumente. In: KZfSS 37. 1-29
- Kübler, H.-D. (1982): Medienbiographien – ein neuer Ansatz der Rezeptionsgeschichte. In: medien + erziehung 26. 4. 194-205
- Mooser, J. (1983): Auflösung der proletarischen Milieus. Klassenbindung und Individualisierung in der Arbeiterschaft vom Kaiserreich bis in die Bundesrepublik Deutschland. In: Soziale Welt. 3. 270-306
- Reinhardt, J. D. (2005): Medien und Identität. In: Jäckel (2005): 33-45
- Rosenstock, R./Schubert, C./Beck, K. (Hrsg.) (2007): Medien im Lebenslauf. Demographischer Wandel und Mediennutzung. München
- Rust, H. (1984): Biographische Medienforschung: Ein Schritt auf dem Weg zur ‚kontextuellen‘ Medienwissenschaft. In: Medien-Journal. 3. 80-86
- Sander, U./Vollbrecht, R. (1989): Biographische Medienforschung. In: BIOS. 1. 15-30
- Sander, U./Vollbrecht, R. (1994): Wirkungen der Medien im Spiegel der Forschung. Ein Überblick über Theorien, Konzepte und Entwicklungen der Medienforschung. In: Hiegemann/Swoboda (1994): 361-385
- Schäffer, B. (2003): Generationen – Medien – Bildung. Medienpraxiskulturen im Generationenvergleich. Opladen
- Schäffer, B. (2007): Generationsspezifische Medienpraxiskulturen und Macht. In: Fromme/Schäffer (2007): 155-167
- Schneider, S. (1993): Medienerfahrung in der Lebensgeschichte. Methodische Wege der Erinnerungsaktivierung in biographischen Interviews. In: Rundfunk und Fernsehen. 3. 378-392
- Thier, M./Lauffer, J. (Hrsg.) (1993): Medienbiographien im vereinten Deutschland. Schriftenreihe zur Medienpädagogik. Bd. 12. Opladen
- Vollbrecht, R. (1993): Lebensverläufe und sozialer Wandel. Das Krisenkonzept der Erfahrung als Grundlage medienbiographischer Reflexion. In: Thier/Lauffer (1993): 10-27

Mediengenerationen, Medienkohorten und generationsspezifische Medienpraxiskulturen. Zum Generationenansatz in der Medienforschung

Burkhard Schäffer

Aus der Mediennutzungsforschung wissen wir, dass ältere Menschen Medien anders nutzen, als jüngere. Ganz pauschal gesprochen kann man sagen, dass sie tendenziell mehr fernsehen (Gleich 2008) als jüngere, aber dafür, obwohl sie aufholen, bei den so genannten neuen Medien immer noch ‚hinterher hinken‘ (van Eimeren/Frees 2007). In der öffentlichen Wahrnehmung werden diese Unterschiede oft auf Generationenunterschiede zurückgeführt. Dies soll Anlass sein, sich mit dem Generationenansatz in der Medienforschung etwas näher zu beschäftigen und einschlägige Befunde aus der Mediengenerationen- und Medienkohortenforschung zu diskutieren.

In dem Beitrag werden, nach einer Kritik essayistischer Generationenkonzepte (1), einige zentrale Grundbegrifflichkeiten geklärt und die Generationen-debatte in den Erziehungs- und Sozialwissenschaften rudimentär skizziert (2). Im Anschluss werden ausgewählte Aspekte des Medienkohortenansatzes vorgestellt sowie einschlägige Medienkohortenstudien diskutiert (3). Darauf folgend wird ein Konzept generationsspezifischer Medienpraxiskulturen vorgestellt, das einen Vorschlag zur Fortführung des Mannheimschen Generationenkonzepts beinhaltet (4). Abschließend werden die Potenziale der dargestellten Ansätze und Verfahrensweisen für die Untersuchung des Medienhandelns älterer Menschen („Senioren“) benannt (5).

1 Zur Dominanz essayistischer Generationenkonzepte in der Debatte über neue Medien und Angehörige älterer Generationen

Üblicherweise wird davon ausgegangen, dass jüngere Menschen besser mit den jeweiligen neuen Medientechnologien zurechtkommen als ältere. In der öffentlichen Kommunikation wird dabei häufig auf den Generationenbegriff Bezug genommen: Die Wahrnehmung der Generationenthematik wird dabei ganz wesentlich von einer *essayistischen* Form der Thematisierung geprägt. Autoren und Autorinnen *essayistischer Generationenkonzepte* (Schäffer 2003a: 43f.) versuchen in zumeist intuitiver, oft introspektiv getönter Art und Weise gesellschaftliche Stimmungen einzufangen und auf den (Generationen-) Begriff zu bringen (bspw. die „Generation Golf“ von Florian Illies 2000). Wir haben es hier mit einer *Melange von Zeitdiagnose und Suche nach Selbsterkenntnis* zu tun, die bei der Generationenthematisierung in ihrer essayistischen Variante mal mehr, mal weniger explizit mitschwingt. Eine für diese Form von Literatur entscheidende Voraussetzung scheint zu

sein, dass die Autoren zum Zeitpunkt des Werkes so alt sind, wie die „Generation“ über die sie schreiben, oder ihr gerade entwachsen sind (Coupland 1995). Damit entgehen die Autoren natürlich dem Vorwurf, sich über eine Zeit zu äußern, die sie nicht als Jugendliche erlebt haben und deshalb auch nicht verstehen können. Sie sind quasi von Geburt sowohl prädestiniert als auch legitimiert über ihre Altersgruppe zu schreiben.

Beim Schreiben über „Mediengenerationen“ trifft diese Alterskoinzidenz zwar nicht immer zu, aber der zeitdiagnostische Gestus ist gleichwohl ein Charakteristikum derartiger Literatur (etwa Hörisch 1997; Steinle/Wippermann 2003). Vielleicht liegt ein Grund für deren Erfolg darin, dass sich gesellschaftliche Wandlungsprozesse mittels der sich ständig beschleunigenden medientechnischen Innovationszyklen begrifflich besser fassen lassen, als bspw. in den abstrakten Kategorien der (Sozio)demographie oder in Arbeitsmarktstatistiken u.ä. (hierzu Sackmann/Weymann 1994).

In der essayistischen *Mediengenerationenliteratur* wird suggeriert, dass neue Generationen von Medientechnologien auch neue Praxen in Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft entstehen lassen und damit einhergehend neue Generationsgestalten hervorbringen (exemplarisch: Tapscott 1998; Tapscott/Williams 2007). Ob allerdings einige nebeneinander liegende Geburtsjahrgänge (Kohorten) gemeinsame handlungsleitende kollektive Orientierungen hinsichtlich neuer Medientechnologien entwickeln – und erst damit eine Generationengestalt ausbilden – ist eine nur empirisch und nicht ex ante entscheidbare Frage. Ganz zu schweigen davon, ob die Verbreitung einer oder mehrerer neuer Medientechnologien einen – im Verhältnis zu anderen Indikatoren sozialen Wandels – derartig großen ‚Impact‘ auf gesellschaftliche, wirtschaftliche oder kulturelle Systeme hat, wie oft suggeriert wird. Zudem geht der pauschale Bezug auf *eine* Generation (Generation @, Windows Generation, Generation SMS, Generation WEB 2.0 etc.) an der Mannigfaltigkeit empirischer Wirklichkeit vorbei. Zu guter Letzt dokumentiert sich auch ein gewisser alters- und bildungsbezogener Ethnozentrismus bei den meisten essayistischen Autoren, die nur die medienbezogenen Orientierungen der sich gerade im Jugend- bzw. frühen Erwachsenenalter befindlichen ‚Bessergebildeten‘ als relevant für die Analyse erachten. Fazit: Essayistische Generationenkonzepte bestimmen zwar die öffentliche Wahrnehmung der semantischen Koppelung von Medien und Generation, für eine seriöse Generationenforschung sind jedoch essayistische Generationenkonzepte allenfalls als ‚Generationensymptome‘ interessant, gewissermaßen als ein Epiphänomen generationeller Tiefenströmungen.

2 Sozialwissenschaftliche Generationenkonzepte und neue Medientechnologien oder: Medienkohorten und Mediengenerationen

2.1 Erster definitiver Zugriff: „Alter“, „Altersgruppe“, „Generation“ oder „Kohorte“?

Bei essayistischen Generationenkonzepten wird keine Mühe auf begriffliche Genauigkeit gelegt. So wird selten zwischen „Alter“, „Altersgruppe“, „Generation“ oder „Kohorte“ differenziert. Beispielsweise handelt es sich bei den ermittelten Orientierungs- und Einstellungssyndromen von Tapscott (1998) nicht um generationsspezifische Orientierungen, sondern um (mehr oder weniger gehaltvolle) empirische Beschreibungen der Einstellungen

bzw. Orientierungen einer *Kohorte*, deren Mitglieder sich zum Zeitpunkt des Erscheinens des Buches gerade in der *Altersgruppe* der Jugendlichen befinden. Deren *Generationszugehörigkeit* kann man jedoch erst in zehn, zwanzig oder dreißig Jahren untersuchen und in diesem Zusammenhang beurteilen, ob – neben vielen anderen Aspekten – auch ihr Medienhandeln generationsspezifische Züge trägt. Streng genommen zeigt es sich erst dann, ob wir es mit einer *Generation* zu tun haben, wenn die Jugendlichen von heute sich in der Altersgruppe der ‚mittelalten‘ Erwachsenen befinden und sich mit den *dann* neuen Medien auseinandersetzen haben. Der Begriff der Generation steht insofern für mehr als nur für die Tatsache, innerhalb eines bestimmten Zeitraumes (d.h. innerhalb einer Kohorte) geboren worden zu sein. Wie Karl Mannheim (1964a) gezeigt hat, bildet sich ein „Generationszusammenhang“ mit aufeinander bezogenen „Generationseinheiten“ aufgrund ähnlicher Erfahrungen von Angehörigen nebeneinander liegender Geburtsjahrgänge (in Mannheimscher Diktion: „Generationslagerungen“) und daraus resultierenden gemeinsamen Orientierungen.

Eine forschungsleitende Fragestellung für eine seriöse Mediengenerationenforschung muss also lauten: Schlagen sich ähnliche *strukturidentische Erfahrungen mit neuen Medien*, die Angehörige nebeneinander liegender Geburtsjahrgänge („Generationenlagerung“) machen, in gemeinsamen kollektiven Orientierungen nieder, die zudem die Tendenz haben, die Jahre zu überdauern und zu generationsspezifischen Orientierungen zu gerinnen, die dann in der Zukunft handlungsleitend für das Handeln mit den dann neuen Technologien sind?

2.2 Zur Generationendebatte in den Sozial- und Erziehungswissenschaften

Bei der Generationendebatte in den Sozial- und Erziehungswissenschaften wird häufig zwischen „Generationenbeziehungen“ auf der „Mikroebene“ (bspw. in der Familie, vgl. Schäffer 2007a) und „Generationenverhältnissen“, die als makrosoziologische Phänomene behandelt werden, unterschieden.¹ Ähnliches findet man bei Kohli und Szydlik (2000), die „familiale“ von „gesellschaftlichen Generationen“ abgrenzen, wobei letztere sich in „politische“, „ökonomische“ und „kulturelle“ Generationen differenzieren. Erziehungswissenschaftliche Perspektiven greifen z.T. auf die von soziologischer Seite angebotenen Kategorien zurück, versuchen jedoch auch durch Rückbesinnung auf pädagogische Klassiker eine eigenständige Diskursposition zu etablieren. So grenzt aus einer Perspektive der Anthropologie der Erziehung Liebau ein „historisch-soziologisches“ Konzept von Generationen, welches auf Dilthey (1957a) und Mannheim (1964a) zurückgehe, von einem „genealogisch-familiensoziologischen“ und einen „genuin pädagogischen“ Generationenbegriff ab (Liebau 1997: 19f.). Müller (1999) unterscheidet unter Bezug auf Matthes (1985) „personale“ von „überpersonalen“ Generationsverhältnissen und Zinnecker (1997) differenziert „primäre“ von „abgeleiteten“ Generationsverhältnissen. Was an den dargelegten Konzepten auffällt, ist deren *dichotome Grundanlage*. Der Generationenbegriff wird hierdurch in die herkömmliche Mikro-Makro-Architektur einbettet: „Generationsbeziehungen“ versus „-verhältnisse“, „personale“ versus „überpersonale“ sowie „primäre“ versus „abgeleitete“ Generationsverhältnisse und eben „familiale“ versus „gesellschaftliche Generationen“. Diese Dicho-

¹ Vgl. zu dieser Unterscheidung exemplarisch Lüscher 1993; Kaufmann 1997; Ecarius 1998.