

## Panel 1: Neue Medien für „Alte Hasen“ – Apathie oder Euphorie?

---

*Impulsvortrag: Prof. Dr. em. Bernd Schorb (Universität Leipzig)*

*Diskutierende: Annette Kümmel (ProSiebenSAT.1 Media AG), Georg Maas (MDR, Hauptabteilung Telemedien), Oliver Zweinig (kultur & medien 21), Dr. Gisela Heinzelmann (Seniorenkolleg Universität Halle-Wittenberg), Dr. Wolfgang Dietzsch (Seniorenredaktion Offener Kanal Merseburg-Querfurt e.V.)*

*Moderation: Oliver Stanislawski (Offener Kanal Merseburg-Querfurt e.V.)*

Im **Eingangsvortrag** „Alter(n) in mediatisierten Lebenswelten“ ging Prof. Dr. Bernd Schorb sowohl auf die in der Gesellschaft vorhandenen Altersbilder ein als auch auf die Mediennutzung von Senioren/-innen. Ältere Menschen werden ambivalent betrachtet: Einerseits sind sie verlässliche Mediennutzer/-innen (v.a. der Massenmedien), andererseits wird ihnen eine Skepsis gegenüber neuen Medien attestiert. Das Fernsehen ist für ältere Menschen nach wie vor das Leitmedium; das Radio ein wichtiger morgendlicher Begleiter und die Tageszeitung ein regionaler Bewegungsmelder. Der Stellenwert von Computern und Internet nimmt bei Älteren allmählich zu. Allgemein betrachtet korrespondiert die Mediennutzung eng mit der eigenen Biografie und den daraus entwickelten Gewohnheiten. Ausschlaggebend für die Nutzung neuer Medien durch Ältere sind der praktische Nutzen und der subjektive Mehrwert (bspw. Erinnerungsarbeit durch elektronische Archivierung von Fotos). Die Nutzung von Computer und Internet setzt laut Schorb aber auch ein hohes Maß an Interesse voraus. Die Aufgaben, die Medien für Ältere heute haben, sind vielfältig: Strukturierung und Teilhabe am Alltag, Unterhaltung, Entspannung, Kompensation und Erinnerungsarbeit. Skepsis und Ängste (z.B. vor kommunikativer Verarmung) führen laut Schorb zur Nichtnutzung neuer Medien. Des Weiteren nennt er gesundheitliche Einschränkungen oder mangelnde Fertigkeiten im Umgang mit technischen Geräten. Schorb fordert, Älteren als erfahrenen und kritischen Subjekten zu begegnen, ihnen einen aktiven Part in medienpädagogischen Projekten zu geben, so dass sie neue, eigene Formen des Medienhandels entwickeln können, um ihren Weg zu mehr Medienkompetenz zu finden.

Die sich anschließende **Diskussion** brachte folgende Anregungen für die Medienpädagogik:

1. Die Nachfrage nach Medienkursen für Ältere ist hoch. Ältere sind interessiert, bildungswillig, aber sie brauchen – v.a. am Anfang – Hilfe im Umgang mit neuen Medien. Hier sind entsprechende Konzepte gefragt (s.o.).
2. Generationsübergreifende Projekte machen nur Sinn, wenn beide Generationen eine aktive Rolle haben und sich aktiv einbringen können.
3. Die Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten, die Computer & Internet bieten, hängt vom persönlichen Eigennutz ab. Während Kommunikationen via Mail im Alltag von Senioren/-innen angekommen sind, werden andere Formen, wie bspw. Videotelefonie, nur dann genutzt, wenn sie unbedingt notwendig und/oder ihre Vorteile erkennbar sind.
4. Ältere brauchen Orientierungswissen, um sich in der modernen Medienwelt zurecht zu finden und Berührungängste abbauen zu können: Was heißt „bei facebook sein“ oder „twittern“, „was ist der Unterschied zwischen E-Book und Tablett“?
5. Der (Medien-)Markt hat die „Best Ager“ als (kaufstarke) Zielgruppe erkannt und entwickelt ausgehend von ihren Interessen entsprechende Angebote. Sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Sendergruppen versuchen Ältere durch begleitende – auch interaktive – Online-Veröffentlichungen einzubinden und an sich zu binden. Senioren/-innen werden hier als aktive Internetnutzer/-innen wahrgenommen.