

Panel 18: Altern mit Medien in Deutschland – Medienbildung und Medienkompetenz mit und für Senioren/-innen

Impulsvortrag: Dr. habil. Anja Hartung (Universität Wien)

Diskutierende: Dr. Gisela Heinzemann (Seniorenkolleg Universität Halle-Wittenberg),

Ruth Ermentraut (Seniorenredaktion Corax e. V. – Initiative für Freies Radio),

Uwe Jahns (Landesverband der Volkshochschulen Sachsen-Anhalt e. V.)

Moderation: Dr. Thomas Wilke (Universität Halle-Wittenberg)

Das Alter ist eine biologische sowie kulturelle Tatsache. Mit dieser These eröffnete Dr. habil. Hartung ihren Eingangsvortrag und führte fort, dass sich das Alter neben chronologischen auch durch soziale und gesellschaftliche Aspekte definiert. Dadurch entstünden Altersstereotype, geprägt von stetigen kulturellen Wandlungsprozessen. Im Zuge des demografischen Wandels sei zum einen von einer selbst bestimmten Lebensphase die Rede, mit positiven Auswirkungen auf das Identitätsbild. Zum anderen würden aber Erwartungen an ältere Menschen gestellt, der Gesellschaft noch wirtschaftlichen Nutzen zu bringen. Laut Hartung haben die Medien in dem daraus entstandenen Konzept des lebenslangen Lernens einen wichtigen Stellenwert eingenommen, dessen Potenzial bislang aber nicht ausgereizt wurde. Älteren Menschen würde häufig die Fähigkeit abgesprochen, mit Medien kompetent umgehen zu können, ihre Bedürfnisse und Interessen würden nur selten angesprochen. Hartung nannte folgende Faktoren, um erfolgreiche Medienbildungsprojekte für diese Zielgruppe anbieten zu können: (1) Individuelle Bedürfnisse sind an biographische Erfahrungen geknüpft, weshalb bei der Ansprache der „digital Immigrants“ neben den beruflichen und sozialen auch bereits vorhandene mediale Erfahrungen und Vorlieben berücksichtigt werden sollten. (2) Ältere müssten als erfahrene und kritische Mediennutzer/-innen ernst genommen werden, Projekte demnach nicht nur für diese Zielgruppe, sondern vor allem mit ihnen gestaltet werden. (3) Für die Medienbildung im Alter müssten gesellschaftliche, finanzielle und soziale Rahmenbedingungen geschaffen und klare Ziele definiert werden.

Die sich anschließende Diskussion brachte weitere Anregungen für Medienbildungsprojekte mit und für Senioren/-innen:

1. Medienbildungsangebote für Ältere entstehen teils aus bereits etablierten Medienprojekten bzw. orientieren sich am bereits Gelernten. Eine aktive Beteiligung empfinden viele als bereichernd. Bedürfnissen und Ängsten vor neuen Erlebnissen muss jedoch offen begegnet werden. Nachhaltig wirkende Angebote sind gewünscht und Akzeptanz für jene, die keine Weiterbildung in Anspruch nehmen wollen.
2. Eigenengagement ist wünschenswert, differenzierte Lebenswelten müssen aber berücksichtigt werden. Zu klären ist, welche Motivationen bei Älteren für eine Medienorientierung bestehen und gefördert werden können.
3. Medien sind Quelle neuer gemeinsamer Erfahrungsräume. Mit diesem Ziel im Blick wird sozialer Anerkennung, neuen Sichtweisen und letztlich neuen Bildungsprozessen ein Raum gegeben.
4. Generationsübergreifende Konzepte sind nötig, um altersübergreifend kommunizieren zu können und „das Alter“ nicht zu pauschalisieren. Es muss mehr Integration der Älteren stattfinden, um einen Austausch und eine gegenseitige Perspektivenerweiterung zu festigen.
5. Hinsichtlich der Mediennutzung wären Angebote hilfreich, welche Filterkompetenzen fördern, um sich den Medien nicht aufgezwungen zu fühlen, sondern Inhalte bewusst auszuwählen.