



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Internetnutzung im Alter Eine rezipientenorientierte Untersuchung im Hinblick auf das Nutzungsverhalten von SeniorInnen

verfasst von

Sabine Primes, Bakk.phil

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:

A 066 841
Magisterstudium Publizistik und
Kommunikationswissenschaft
Assoc.-Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker

Betreut von:

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich eidesstattlich, die vorliegende Arbeit selbst verfasst zu haben und dass verwendete Quellen von mir gekennzeichnet und angegeben wurden. Diese Arbeit wurde bei keiner anderen Prüfungsbehörde eingereicht oder veröffentlicht.

Wien, Juni 2014

Unterschrift

DANK

Ich danke meiner Betreuerin, Assoc.-Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker, die mich während dem Verfassen dieser Arbeit kompetent und hilfsbereit begleitet hat. Besonderer Dank gilt meinen Eltern, die mir eine fundierte Ausbildung ermöglichten und mir in all den Jahren eine große Stütze in jeglicher Hinsicht waren und sind. Ich danke auch meinen Freunden, die mir in vielen Gesprächen Kraft und Zuversicht zugesprochen haben.

HINWEIS

Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wurde in der vorliegenden Arbeit auf Doppelbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form bezieht sich auf männliche und weibliche Personen gleichermaßen.

INHALTSVERZEICHNIS

<u>EINLEITUNG</u>	1
<u>ERKENNTNISINTERESSE</u>	3
<u>AUFBAU DER ARBEIT</u>	4
<u>1 ÜBERBLICK ZUM FORSCHUNGSSTAND</u>	6
<u>2 ÜBERBLICK ZUR DEMOGRAPHISCHEN BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH – ZAHLEN UND FAKTEN</u>	10
2.1 BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG	10
2.2 DURCHSCHNITTسالTER UND LEBENSERWARTUNG	12
2.3 HAUSHALTE	14
2.4 SOZIALE KONTAKTE	15
2.5 ERWERBSTÄTIGKEIT	17
<u>3 DAS ALTER</u>	20
3.1 BEGRIFFSKLÄRUNG	20
3.2 KONSTRUKTIONEN DES ALTERS	22
3.3 DIE ALTEN JUNGEN & DIE JUNGEN ALTEN	25
3.4 SENIORENTYPOLOGIEN	27
3.5 STRUKTURMERKMALE DER ÄLTER WERDENDEN GESELLSCHAFT	28
3.6 DIMENSIONEN DES ALTERNS	29
3.6.1 BIOLOGISCHES ALTER	30
3.6.2 SOZIALES ALTER	30
3.6.3 PSYCHOLOGISCHES ALTERN	33
3.7 THEORIEN DES ALTERNS	37
<u>4 MEDIENNUTZUNG DER SENIOR/INNEN</u>	46
4.1 DER MEDIENNUTZERTYP DER SENIORINNEN	46
4.2 ÄLTERE IM NEUEN MEDIUM	48
4.3 ONLINENUTZUNG UND GESCHLECHT	49
4.4 STRUKTUR DER INTERNET-USER NACH AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM)	52
<u>5 MEDIENKOMPETENZ</u>	53
5.1 DEFINITION	53
5.2 ENTSTEHUNG DER MEDIENKOMPETENZ	55
5.3 AUFGABENFELDER DER MEDIENKOMPETENZ	61
5.4 MEDIENPÄDAGOGISCHE ASPEKTE DES INTERNET	63
5.5 MEDIENKOMPETENZ IM ALTER	64
5.6 MEDIA LITERACY	66
5.7 DIGITAL LITERACY	67

6. SITUATION DES MEDIENWANDELS	71
6.1 DER WANDEL DER MEDIENGESELLSCHAFT: INFORMATIONSGESELLSCHAFT ODER WISSENSGESELLSCHAFT?	71
6.2 MEDIATISIERUNG DER GESELLSCHAFT	83
6.3 MEDIENDOMESTIZIERUNG	85
6.4 DIE ZUKUNFT DES INTERNET	87
7 EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	90
7.1 WAHL DES METHODENDESIGNS	90
7.2 DATENERHEBUNG & UNTERSUCHUNGSZEITRAUM	90
7.3 DIE METHODE	90
7.4 FORSCHUNGSFRAGEN & HYPOTHESEN	93
7.5 OPERATIONALISIERUNG DER HYPOTHESEN	95
8 DETAILERGEBNISSE DES FRAGEBOGENS	98
9 AUSWERTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN	110
10 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE	139
11 DISKUSSION DER ERGEBNISSE & AUSBLICK	143
QUELLENVERZEICHNIS	149
TABELLENVERZEICHNIS	162
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	163
ANHANG	164
CURRICULUM VITAE	207
ABSTRACT DEUTSCH	208
ABSTRACT ENGLISH	209

EINLEITUNG

Das Medium Internet ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Viele Funktionen hat es bereits übernommen und es ist noch lange kein Ende in Sicht. Während die Entwicklung dieses Mediums ein ununterbrochener Prozess ist, mit dem die junge Generation bereits aufwächst und diese Technologie einen fixen Bestandteil ihres täglichen Lebens darstellt, liegt es an der älteren Generation, sich die Fertigkeiten entweder in Eigenregie oder mittels meist kostenpflichtigen Kursen anzueignen. Aber nicht nur Kinder, Jugendliche oder Berufstätige setzen sich täglich mit Computer und Internet auseinander. Es zeigt sich eine zunehmende Tendenz, nach der auch die ältere Bevölkerung Gefallen am weltweiten Netz findet und Teil der virtuellen Community wird. SeniorInnen werden so zu einem der am schnellsten wachsenden UserInnen. Damit steigt der Anspruch nach zielgruppengerechten Inhalten und guter Benutzerfreundlichkeit des Internet, um eine vollständige Einbindung dieser Bevölkerungsgruppe in die Online Community zu erzielen. Zu diesem Zweck braucht es Information - sowohl für die Macher als auch für die User.

Die demographische Entwicklung zeigt, dass SeniorInnen zu einer neuen, interessanten Zielgruppe für die Wirtschaft avancieren. Eine größere Lebenserwartung, finanzielle Ressourcen und Zeit machen diese Bevölkerungsgruppe zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor. Die Gruppe der älteren Menschen stellt sich sehr heterogen dar, festgelegte Kategorien, um als „alt“ oder „älter“ erfasst zu werden, gelten in der Praxis der heutigen Gesellschaft nicht mehr. Das Alter hat einen Wandel vollzogen und ist keineswegs mehr das, wofür es früher gestanden hat. Die Generation 60+ hat sich den technologischen Anforderungen des 21. Jahrhunderts angepasst und lebt im Hier und Jetzt. Es gilt diesen Wandel auch in den Köpfen der Gesellschaft zu verankern, um diese Mitbürger nicht als gesellschaftliche Last zu betrachten, sondern als wertvolle Mitglieder dieser Gesellschaft zu sehen.

Faktoren wie Berufstätigkeit, Bildung, Familienstand, Einkommen nehmen einen wesentlichen Einfluss auf die Mediennutzung der Menschen. Sie entscheiden über Medienzugang und beeinflussen die Nutzung dieser erheblich.

Die Forschung hat auf diesen Trend bereits reagiert und diesen anhand vieler Studien belegt. Die vorliegende Arbeit soll einen Überblick über die Internet-Nutzungsgewohnheiten von SeniorInnen bieten. Es soll erhoben werden, wie sich SeniorInnen die erforderlichen Kompetenzen zur Internetnutzung aneignen und mit welchen Variablen sie im Verhältnis stehen.

ERKENNTNISINTERESSE

Im Zentrum der Arbeit steht die Frage nach den Internet-Nutzungsgewohnheiten der SeniorInnen. Dies meint Personen der Bevölkerungsgruppe zwischen 60 und 75 Jahren. Es gilt herauszufinden wie sich diese Generation mit dem Internet auseinandersetzt. Handelt es sich dabei mehrheitlich um noch Berufstätige oder um Personen im Ruhestand? Sind es mehrheitlich Männer oder Frauen, welche das Internet verwenden? Es werden die Motive der Internetnutzung ergründet - dient es rein als Informationsmedium oder wird es darüber hinaus auch zum Vergnügen und zur Alltagsbewältigung benutzt? WANN wird es verwendet - nur zu speziellen Fragestellungen oder hat es prinzipiell schon Eingang in den privaten Alltag gefunden? Auch die Frage nach der Quantität – WIELANGE pro Tag kommt das Internet in Verwendung? Darüber hinaus versuche ich festzustellen, ob und welche Unterschiede und Präferenzen in der Internetnutzung bei Männern und Frauen bestehen. Außerdem wird die Frage nach einer „Geschlechtlichkeit“ des Mediums Internet gefragt. Sind frühere Zuschreibungen noch gültig oder sind in der Zwischenzeit überholt? Das sind die Fragen der Untersuchung dieser Arbeit.

AUFBAU DER ARBEIT

Die nachfolgende Übersicht zeigt einen kurzen Überblick über die vorliegende Arbeit.

Im ersten Kapitel der Arbeit soll ein Überblick zum Forschungsstand der Medien- bzw. Internetnutzung von SeniorInnen gegeben werden. Ergebnisse von Untersuchungen werden präsentiert.

Das zweite Kapitel befasst sich mit der demographischen Entwicklung Österreichs mit Fokus auf verschiedene Lebensbereiche: Bevölkerungsentwicklung, Durchschnittsalter und Lebenserwartung, Haushalte, soziale Kontakte sowie Erwerbstätigkeit von SeniorInnen in Österreich und zeigt einen Vergleich von gestern und heute.

Das dritte Kapitel wird das Altern in seinen biologischen, psychologischen und sozialen Ausprägungen, Dimensionen und Definitionen erläutert. Dabei wird der Facettenreichtum dieses Begriffes definiert und anhand verschiedener Alterstheorien aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Es folgen Differenzierungen verschiedener Typen älterer Menschen sowie Seniorentypologien. Zudem wird auf die Merkmale der älteren Gesellschaft eingegangen und welchen Stellenwert ältere Menschen in der heutigen Gesellschaft einnehmen.

Das vierte Kapitel umfasst die Mediennutzung älterer Menschen. Es erklärt die unterschiedlichen Mediennutzertypen von SeniorInnen und zeigt auf, wie das neue Medium Internet von dieser Bevölkerungsgruppe genutzt wird. Zudem wird die Frage nach einem Zusammenhang zwischen Technik und Geschlecht gestellt.

Das fünfte Kapitel handelt vom Thema der Medienkompetenz in seiner Entstehung, in seiner Definition, Dimensionen und ihrer Aufgabenfelder. Die medienpädagogischen Aspekte des Internets werden ebenso behandelt wie Medienkompetenz im Alter und was es bedeutet, medienkompetent zu sein.

Abschließend widmet sich das sechste Kapitel der Lage des Medienwandels. Es diskutiert den Wandel der Mediengesellschaft von einer Informations- zu einer Wissensgesellschaft und seinen daraus resultierenden Auswirkungen sowie den

Begriff der Mediendomestizierung und der Mediatisierung der Gesellschaft. Zudem wird die Frage nach der Zukunft des Internets gestellt.

Danach folgt der empirische Teil der Arbeit, wo den relevanten Forschungsfragen und Hypothesen nachgegangen wird. Conclusio und Ausblick bilden den Schluss der Arbeit, wo eine Zusammenfassung sowie ein Blick in die Zukunft gegeben werden.

1 ÜBERBLICK ZUM FORSCHUNGSSTAND

1.1 Zum Stand von Untersuchungsergebnissen

Es gibt eine Reihe an Untersuchungen, die sich dem Thema der Internetnutzung von älteren Menschen widmen. Im Folgenden soll ein kurzer Überblick zu diesen gegeben werden.

Eine Untersuchung von Susan L. Gatto und Sunghee H. Tak aus dem Jahr 2008 fokussiert die Computer-, Internet- und E-Mail- Nutzung von älteren Menschen. Untersucht wurden 58 SeniorInnen im Alter zwischen 60 und 85 Jahren, bestehend aus 21 Männern und 37 Frauen. Voraussetzung für die Teilnahme an der Untersuchung war ein Mindestalter von 60 Jahren und eine schon bestehende Internetnutzung von mehr als einem Monat. Untersucht wurden Fragen zur Nutzungsfrequenz während der Woche, die Dauer pro Internetsitzung, Erfahrungswerte wie die Benutzung des Internet erlernt wurde, welche Aktivitäten mit dem Internet durchgeführt werden sowie die Internetnutzung zwecks Informationssuche und schließlich Hindernisse und Vorteile der Internetnutzung.

Die Untersuchungsergebnisse haben gezeigt, dass die Computer- und Internetnutzung im Leben der UntersuchungsteilnehmerInnen einen wichtigen Stellenwert einnehmen. Die TeilnehmerInnen sind wohlhabender und haben eine bessere Ausbildung als viele andere Ältere und sind meist verheiratet. Die Motivation, sich Computer- und Internetkenntnisse anzueignen, kommt von ihren erwachsenen Kindern, dem Ehepartner, Freunden, Enkelkindern und letztlich durch ihre eigene Neugier und Interesse. Da Computerkenntnisse für das Berufsleben erforderlich sind, bringen viele Ältere bereits mit der Computeranwendung geübt und nehmen diese in den Ruhestand mit und erweitern sie ihren Hobbies und Interessen entsprechend. Viele suchen auch den Kontakt zu Kursen, um den Umgang mit Computer und Internet zu erlernen. Viele TeilnehmerInnen der Untersuchung empfanden den Besuch dieser Kurse als sehr hilfreich und interessant. Das Lernen wurde auf eine spaßige Art und Weise vermittelt und führte zu einem Anstieg des Selbstvertrauens und Selbstwertes.

Das Versenden von E-Mails zu Freunden und Familie, Unterhaltung, die Suche nach Informationen, Bankdienstleistungen, Reisen, Gesundheit und Online Shopping zählten zu den bevorzugten Internetaktivitäten der SeniorInnen. Der Kontakt und die Kommunikation mit der Familie und Freunden führen die Liste der Vorteile der Internetnutzung an. Die Möglichkeiten, mit Familie und Freunden in Kontakt bleiben zu können, alte Freunde wiederzufinden oder neue Bekanntschaften zu machen, gaben den älteren Menschen ein Gefühl der Verbundenheit.

Die Nachteile des Internets sahen die TeilnehmerInnen in Spam, Pop-Ups, ungewollten E-Mails, Werbeanzeigen und pornographischem Material. Warnung vor der Veröffentlichung von persönlichen Informationen im Internet und dem Diebstahl von Identität hielten die TeilnehmerInnen von der Inanspruchnahme mancher Internetservices ab, beispielsweise Chatrooms. Irreführende oder falsche Information führten dazu, die Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit des Internets zu hinterfragen. Andere fürchteten, das Internet würde ihre Gewohnheiten verändern und wertvolle Zeit in Anspruch nehmen, die mit persönlicher Kommunikation besser verbracht werden könnte. Der Mangel an Zeit und Geduld sind Hindernis, das Internet zu verwenden.¹

Ein anderer Beitrag im Journal of Consumer Marketing befasst sich mit dem Gebrauch und Einstellung älterer Menschen zum Internet. Zu dieser Studie wurden 171 Fragebögen von älteren Personen zwischen 65 und 85 Jahren ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass die durchschnittliche Nutzungsdauer des Internet in etwa neun Stunden pro Woche beträgt. Ungefähr 46% der NutzerInnen verbringen mehr als zehn Stunden im Internet und schätzungsweise 67% der NutzerInnen verwenden das Internet, um mit Freunden und Verwandten in Verbindung zu bleiben. 37% informieren sich über Nachrichten und Veranstaltungen. Andere Gründe, wieso ältere Personen das Internet verwenden, sind Online Shopping mit 35%, Unterhaltung mit 22%, Gesundheits- und medizinische Information mit 31% und Recherche nach anderen Themen mit 38%. Etwa 50% der StudienteilnehmerInnen brachten sich die Internetnutzung selbst bei, der Rest holte sich Hilfe bei KollegInnen (22%), 34,5% baten Verwandte um Hilfe und 21,5% besuchten Kurse. Außerdem gab die Mehrheit

¹ Vgl. Gatto, Susan L./ Tak, Sunghee H.: Computer, Internet und E-Mail-Use Among Older Adults: Benefits and Barriers. In: Educational Gerontology. Volume 34, Issue 9. 2008. p. 803-809

der NutzerInnen an, mit ihren derzeitigen Internetnutzungsfertigkeiten unzufrieden zu sein.²

Natürlich differiert die Internetnutzung zwischen SeniorInnen und jungen Menschen entscheidend. Beiden ist jedoch gemein, dass das Internet ihr Leben einfacher macht, besonders um mit Menschen in Kontakt zu bleiben. Der Unterschied zeigt sich darin, welche Services und Angebote des Internet verwendet werden. Junge NutzerInnen verwenden das World Wide Web, um sich über Mode, Kleidung und Musik zu informieren, während ältere NutzerInnen gegenwärtig vorrangig über Gesundheitsthemen, Reisen und Finanzen einholen. Im Vergleich zu den Jungen verfügen Ältere Menschen über ein höheres und verfügbares Einkommen.

Ben Gervy und Judy Lin sehen die zukünftigen Nutzungstrends der Bevölkerungsgruppe 56+ in der Verwendung von Suchmaschinen, die Konsumation von Nachrichten, Informationen über Weiterbildung, reisebezogene Informationen und Finanzen. Auch in punkto E-Commerce, also dem elektronischen Geschäftsverkehr, werden NutzerInnen im Alter 56+ noch aktiver. An oberster Stelle steht das Lesen von Online-Büchern, Magazinen und Zeitungen, gefolgt vom Kauf reisebezogenen Artikeln und dem Kauf von Konzert-, Kino-, Theaterkarten und Büchern über das Internet sowie dem Konsum von Livestreams.³

Ein besonderer Punkt ist das Bewusstsein älterer UserInnen für die Gefahren des Internet. Galen Grimes, Michelle Hough, Elizabeth Mazur und Margret Signorella behandeln dies in ihrer Studie aus dem Jahr 2010. Es zeigt sich, dass ältere UserInnen im Allgemeinen ein geringeres Bewusstsein für Gefahren der Internetnutzung wie Privatsphäre, Passwörter, Viren und Spam haben. Dabei ist dieser Bereich beim Erlernen der Bedienung des Internet wichtig, da vor allem ältere BenutzerInnen Opfer von Internetkriminalität sind, obwohl sie ein ausgeprägteres Misstrauen bezüglich Computer- und Internetnutzung aufweisen. Gerade hier ist Aufklärung ein wichtiges Mittel, um dem entgegenzuwirken. Es ist notwendig, ältere UserInnen auf die Gefahren rund um die Internetnutzung aufmerksam zu machen und Gegenmaßnahmen zu vermitteln.⁴

² Vgl. Eastman, Jaqueline K./ Iyler, Rajesh: The elderly's uses and attitudes towards the Internet. In: Journal of Consumer Marketing, Volume 21, Number 3. 2004. p. 213f.

³ Vgl. Gervy, Ben/ Lin, Judy: The Age Factor: How Internet Use Varies From Teens To Seniors. In: Advertising Age, Volume 71, Special Issue. 2000. o.S.

⁴ Vgl. Grimes, Galen A./ Hough, Michelle G./ Mazur, Elizabeth/ Signorella, Margret: Older Adults' Knowledge of Internet Hazards. In: Educational Gerontology, Volume 36, Issue 36. 2010. p. 188

ICT, information and communication technologies, wurden vor allem in den letzten zehn Jahren, oft benutzte Werkzeuge im Alltag. Hernandez-Encuentra/ Pousada/ Gomez-Zuniga belegen dies in ihrer Studie aus dem Jahr 2009. Es bestätigte sich, dass die TeilnehmerInnen der Studie ICT als Teil der Gesellschaft von heute sehen und es gleichzeitig eine Herausforderung für die ältere Generation darstellt, mit der Welt von heute in Kontakt zu bleiben und die Technologie zu verwenden, die diese Welt hervorbringt. Die interviewten StudienteilnehmerInnen nutzen ICT in ihren Basic-Anwendungen. Das Internet wird zum großen Teil mittels Computer aufgerufen und nur in sehr seltenen Fällen mittels Smartphone oder Fernseher. ICT werden in der Freizeit verwendet, es besteht jedoch auch eine Bereitschaft, ihre Anwendung auf alltägliche Handlungen anzuwenden, um den Alltag zu erleichtern. Interessant ist, dass ICT nur dann Verwendung finden, wenn die Rezipienten einen unmittelbaren Nutzen aus ihrer Verwendung ziehen können. In Situationen, wo dies nicht der Fall ist, wird nicht auf das Internet zurückgegriffen. Nicht zuletzt besteht die Akzeptanz der Technologien aufgrund des Aufrechterhalten Wollens von Unabhängigkeit und Autonomie. Daher ist es ratsam, neue Technologien auf die Bedürfnisse der Menschen anzupassen.⁵

So haben eine Reihe an Wissenschaftler die Akzeptanz und Rezeption der neuen Medien, im Speziellen des Internets, bei älteren NutzerInnen und Nutzern untersucht. Weiterführend dazu seien die Studien von Maria Sourbati (2009), Warren-Peace/ Parrish/ Peace/ Xu (2008) angeführt.

Die vorliegenden Studien sind in ihrem Kontext nicht nach Geschlecht oder Alter ausdifferenziert. In Kapitel 4 wird auf die getrennt fokussierte Internetnutzung von Frauen und Männern näher eingegangen.

⁵ Vgl. Hernandez-Encuentra, Eulalia/ Pousada, Modesta/ Gomez-Zuniga, Beni: ICT and Older People: Beyond Usability. In: Educational Gerontology. Band 35, Heft 3. 2009. S. 238

2 ÜBERBLICK ZUR DEMOGRAPHISCHEN

BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH – ZAHLEN UND FAKTEN

Für das Verständnis der Internetnutzung älterer Personen ist es wichtig, einen Einblick in deren Lebensumstände zu bekommen. Dazu zählen Bevölkerungsentwicklung, Lebenserwartung, Erwerbstätigkeit und Bildung. Diese werden folgend anhand aktueller Zahlen der Statistik Austria erläutert.

2.1 Bevölkerungsentwicklung

Die letzte Registerzählung der STATISTIK AUSTRIA aus dem Jahr 2011 ergibt einen Bevölkerungsstand von 8.430.558 ÖsterreicherInnen. Verglichen mit dem Ergebnis der Volkszählung 2001 zeigt sich ein Plus von 397.701, was 5,0% entspricht. Wien ist als Bundeshauptstadt am dichtesten bevölkert. 2011 errechnete die STATISTIK AUSTRIA eine Bevölkerungszahl von 1.724.381, dies ergibt im Vergleich zu 2001, eine Zuwanderung von 11,2%.⁶

Tabelle 1: Jahresdurchschnittsbevölkerung seit 1981 nach Geschlecht bzw. breiten Altersgruppen (Prozentwerte)

Jahr	Insgesamt	Nach Geschlecht		Nach Altersgruppen			
		Männer	Frauen	0 bis 19 Jahre	20 bis 64 Jahre	65 Jahre und älter	dar.: 75 Jahre und älter
1990	7.677.850	47,9	52,1	24,2	60,8	14,9	6,9
1991	7.754.891	48,0	52,0	24,0	61,1	14,9	6,7
1992	7.840.709	48,1	51,9	23,9	61,2	14,9	6,4
1993	7.905.632	48,2	51,8	23,8	61,3	14,9	6,2
1994	7.936.118	48,2	51,8	23,7	61,3	15,0	6,1
1995	7.948.278	48,2	51,8	23,6	61,3	15,1	6,1
1996	7.959.016	48,3	51,7	23,5	61,3	15,2	6,3
1997	7.968.041	48,3	51,7	23,5	61,2	15,3	6,5
1998	7.976.789	48,3	51,7	23,4	61,2	15,4	6,7
1999	7.992.323	48,3	51,7	23,3	61,3	15,4	6,9
2000	8.011.566	48,4	51,6	23,1	61,5	15,4	7,1

⁶ Vgl. STATISTIK AUSTRIA (2012), URL: http://www.statistik.at/web_de/presse/059977 (08.11.2012)

Jahr	Insgesamt	Nach Geschlecht		Nach Altersgruppen			
		Männer	Frauen	0 bis 19 Jahre	20 bis 64 Jahre	65 Jahre und älter	dar.: 75 Jahre und älter
2001	8.042.293	48,4	51,6	22,8	61,7	15,5	7,3
2002	8.082.121	48,5	51,5	22,6	62,0	15,5	7,4
2003	8.118.245	48,5	51,5	22,4	62,2	15,4	7,5
2004	8.169.441	48,6	51,4	22,2	62,1	15,7	7,6
2005	8.225.278	48,6	51,4	22,0	61,8	16,2	7,7
2006	8.267.948	48,7	51,3	21,7	61,6	16,7	7,8
2007	8.300.954	48,7	51,3	21,5	61,5	17,0	7,9
2008	8.336.549	48,7	51,3	21,2	61,5	17,2	7,9
2009	8.363.040	48,7	51,3	21,0	61,5	17,5	8,0
2010	8.387.742	48,7	51,3	20,7	61,6	17,6	8,0
2011	8.420.900	48,8	51,2	20,4	61,9	17,7	8,0

Quelle: STATISTIK AUSTRIA online, 2012; URL:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstand_und_veraenderung/bevoelkerung_im_jahresdurchschnitt/023426.html (07.11.2012)

Die vorliegende Tabelle der STATISTIK AUSTRIA zeigt die Bevölkerungsentwicklung von 1990 bis zum Vorjahr 2011 nach Altersgruppen und Geschlecht sortiert. Es ist erkennbar, dass die Zahl der älteren Bevölkerungsgruppe stetig angewachsen ist. So hatte Österreich 1990 noch einen Bevölkerungsanteil von 14,9% 65-Jähriger und Älterer, 2011 wuchs dieser Wert auf 17,7% an. Bei den 75-Jährigen und älteren Personen konnten 1990 6,9% gemessen werden, während 2011 diese Altersgruppe bereits 8,0% der Gesamtbevölkerung Österreichs ausmachte.

Mit Stichtag 01.01.2012 erfasste die STATISTIK AUSTRIA 1,714 Millionen Kinder und Jugendliche unter 20 Jahren. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von 20,3% der Gesamtbevölkerung. Die Altersgruppe der erwerbstätigen ÖsterreicherInnen zwischen 20 und 64 Jahren machte mit 01.01.2012 61,9% der Gesamtbevölkerung aus, was 5,230 Millionen Personen entspricht. Mit diesem Stichtag vermerkt die STATISTIK AUSTRIA außerdem 1,499 Millionen, also 17,8% nicht-mehr-erwerbstätiger Menschen in der Republik.

Ein Blick auf die zukünftige Bevölkerungsentwicklung lässt einen Trend in eine „alternde Gesellschaft“ erkennen. Die Zahl Kinder und Jugendlicher ist in den letzten Jahren gesunken, während die Zahl der nicht-mehr-erwerbstätigen Menschen in diesem Land gestiegen ist und weiter steigt. Die Personengruppe der Erwerbstätigen hat in den letzten Jahren einen Anstieg durch Zuwanderung erfahren, besonders in Stadtgebieten.⁷

Schuld an dem Altern der Gesellschaft sind die steigende Lebenserwartung und vor allem der Geburtenrückgang. Zuwanderung kann die Situation nur bedingt beeinflussen. Sollte die Zuwanderung nicht steigen, so wird Österreich ab dem Jahr 2030 stetig weniger Einwohner haben als heute.

2.2 Durchschnittsalter und Lebenserwartung

Die Registerzählung der STATISTIK AUSTRIA aus dem Jahr 2011 zeigt ein Durchschnittsalter von 41,9 Jahren. Vor allem bei der Bevölkerungsgruppe der 65-Jährigen und älteren Personen konnte ein Anstieg des Durchschnittsalters von 20,6% errechnet werden. Die Österreicherin ist im Durchschnitt um 2,2 Jahre älter als der Österreicher.⁸

Der Anstieg der Lebenserwartung war im 20. Jahrhundert vor allem dem Rückgang der Kinder- und Säuglingssterblichkeit zu verdanken. Die folgende Grafik zeigt die Sterberate sowie Lebenserwartung von Männern und Frauen, die von 1961 bis 2011 geboren wurden.

Tabelle 2: Sterblichkeit und Lebenserwartung 1961 bis 2011

Kalenderjahr	Sterbehäufigkeit		Lebenserwartung				Säuglingssterblichkeit	
	Sterbefälle absolut	Sterbefälle auf 1.000 der Bevölkerung	Männer		Frauen		Säuglingssterberate	Perinatalsterberate
			bei der Geburt	mit 60 Jahren	bei der Geburt	mit 60 Jahren		
1961	85.673	12,1	66,5	15,5	72,8	19,0	32,7	32,3
1971	97.334	13,0	66,6	15,2	73,7	19,0	26,1	26,2
1981	92.693	12,3	69,3	16,4	76,4	20,4	12,7	12,0

⁷ Vgl. STATISTIK AUSTRIA online (2012).

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html (08.11.2012)

⁸ Vgl. STATISTIK AUSTRIA (2012), URL: http://www.statistik.at/web_de/presse/059977 (08.11.2012)

Kalenderjahr	Sterbehäufigkeit		Lebenserwartung				Säuglingssterblichkeit	
	Sterbefälle absolut	Sterbefälle auf 1.000 Bevölkerung	Männer		Frauen		Säuglingssterberate	Perinatalsterberate
			bei der Geburt	mit 60 Jahren	bei der Geburt	mit 60 Jahren		
1991	83.428	10,8	72,3	17,9	79,0	22,2	7,5	6,5
2001	74.767	9,3	75,6	20,2	81,6	24,2	4,8	6,2
2011	76.479	9,1	78,1	21,7	83,4	25,6	3,6	5,7

Quelle: STATISTIK AUSTRIA online, 2012; URL:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/demographische_masszahlen/demographische_indikatoren/023576.html (08.11.2012)

Die vorliegende Tabelle zeigt, dass ein Mann, geboren 1961, eine Lebenserwartung von 66,5 Jahren hatte, Frauen, welche im gleichen Jahr geboren wurden, hatten jedoch eine längere Lebenserwartung von 72,8 Jahren. 30 Jahre später, also 1991, erreichte der Mann bereits eine Lebenserwartung von 72,3 Jahren, unterschritt die erwartete Lebenslänger der Frauen noch immer um 6,7 Jahre. Die aktuellen Zahlen aus dem Vorjahr zeigen bei einem Mann, der 2011 geboren wurde, bereits eine Lebenserwartung von 78,1 Jahren und Frauen können damit rechnen, ein geschätztes Lebensalter von 83,4 Jahren zu erreichen.⁹

Die folgende Tabelle gibt nun Aufschluss darüber, wie sich das Alter auf die österreichische Gesellschaft auswirken wird.

Tabelle 3: Lebenserwartung 2000 – 2040 (Angaben in Prozent)

Alter	Jahr				
	2000	2010	2020	2030	2040
bis 14 Jahre	17,044%	14,778%	14,058%	13,432%	12,251%
15 bis 29 Jahre	18,877%	18,801%	17,164%	15,672%	15,453%
30 bis 44 Jahre	24,843%	21,729%	19,489%	19,032%	17,605%
45 bis 59 Jahre	18,624%	21,544%	22,687%	19,384%	19,407%
60 bis 74 Jahre	13,527%	15,129%	16,589%	20,327%	18,930%
75 Jahre und älter	7,086%	8,020%	10,013%	12,153%	16,354%

Quelle: STATISTIK AUSTRIA online, 2012; URL:

<http://sdb.statistik.at/statistik.at/ext/superweb/loadDatabase.do?db=debevstprog> (07.11.2012)

⁹ Vgl. STATISTIK AUSTRIA (2012):

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/demographische_masszahlen/demographische_indikatoren/index.html# (08.11.2012)

2020 wird der Anteil der 75-Jährigen und Älteren auf 10,013% ansteigen. Verglichen mit 2010 ergibt dies ein Plus von 1,993%. 2040 steigt dieser Anteil weiter auf 16,354%. Dies bedeutet, dass innerhalb von 20 Jahren, nämlich 2020 bis 2040, der Anteil an 75-Jährigen und älteren Personen in Österreich um 6,341% weiter zunehmen wird.

2.3 Haushalte

Das Älterwerden bringt naturgemäß eine Veränderung des Lebensrhythmus und der Lebensgewohnheiten mit sich. Die Lebensgestaltung ist im Alter jedoch stärker eingeschränkt als in jungen Jahren. Wie sich das Leben im letzten Lebensabschnitt gestaltet, hängt von einer Reihe an Faktoren ab. Diese können beispielsweise die finanzielle Situation oder der Tod des Partners sein. Vom Tod des Partners sind, statistisch betrachtet, Frauen öfter betroffen als Männer, da Frauen im Schnitt fünf bis sechs Jahre länger leben als ihre Partner.¹⁰ Dies zeigt sich auch in der folgenden Tabelle.

Tabelle 4: Einpersonenhaushalte 2001 nach Geschlecht, Familienstand und Altersgruppen

Geschlecht Familienstand	Zusammen	Davon im Alter von ... Jahren						
		15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 u. älter
	2001							
Insgesamt	1.119.910	67.496	186.680	159.633	140.597	161.719	162.952	240.833
ledig	456.931	65.464	159.453	94.877	46.802	36.958	27.186	26.191
verheiratet	101.312	1.372	11.582	19.746	24.549	25.167	11.830	7.066
verwitwet	341.267	15	260	1.415	10.047	41.631	97.758	190.141
geschieden	220.400	645	15.385	43.595	59.199	57.963	26.178	17.435
Männer	455.837	33.513	109.654	102.146	72.628	62.981	39.238	35.677
ledig	242.836	32.704	93.139	59.256	26.615	18.384	9.098	3.640
verheiratet	58.803	550	7.007	13.237	14.427	13.645	6.479	3.458
verwitwet	49.288	7	66	342	1.660	6.684	14.962	25.567
geschieden	104.910	252	9.442	29.311	29.926	24.268	8.699	3.012
Frauen	664.073	33.983	77.026	57.487	67.969	98.738	123.714	205.156
ledig	214.095	32.760	66.314	35.621	20.187	18.574	18.088	22.551

¹⁰ Vgl. Hörl, Josef/ Kytr, Josef: Private Lebensformen und soziale Beziehungen älterer Menschen. In: „Ältere Menschen – Neue Perspektiven“. Seniorenbericht 2000: Zur Lebenssituation älterer Menschen in Österreich. Bundesministerium für soziale Sicherheit und Generationen. Wien. 2000. S. 53

Geschlecht Familienstand	Zusammen	Davon im Alter von ... Jahren						
		15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 u. älter
verheiratet	42.509	822	4.575	6.509	10.122	11.522	5.351	3.608
verwitwet	291.979	8	194	1.073	8.387	34.947	82.796	164.574
geschieden	115.490	393	5.943	14.284	29.273	33.695	17.479	14.423

Quelle: STATISTIK AUSTRIA online, 2012; URL:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/haushalte/023304.html (08.11.2012)

2001 lebten 164.574 Frauen verwitwet in einem Einpersonenhaushalt. Mögliche Ursache könnten die Auswirkungen des zweiten Weltkrieges sein. Dem entgegen lebten 25.567 Männer als Witwer im Haushalt.

2.4 Soziale Kontakte

Mit ansteigendem Lebensalter ist natürlich die Integration von SeniorInnen in kulturelles und soziales Geschehen von großer Bedeutung.

Die Statistik Österreich gab im Jahr 2000 einen Bericht zur Lebenssituation älterer Menschen heraus, welcher unter anderem diesen Aspekt näher beleuchtete und unter aktiver Besuchstätigkeit, passiver Besuchstätigkeit, telefonischer Kontakte und Lokal- und Veranstaltungsbesuche unterscheidet. Unter passiver Besuchstätigkeit wird das Besuche Empfangen durch Familie, Verwandte und Freunden verstanden. Die Untersuchung zeigt, dass die Frequenz der wöchentlichen Besuche in den vergangenen Jahren zugenommen hat und 37% der SeniorInnen täglich Besuch erhalten. 75% der SeniorInnen ab 60 Jahren machten die Angabe, regelmäßig, also täglich oder einmal bzw. mehrmals pro Woche, Besuch zu bekommen. Über ein Drittel gaben an, täglich besucht zu werden und ein Fünftel mindestens einmal in der Woche. Auffallend ist, dass mit steigendem Alter die Anzahl der regelmäßigen Besuche abnimmt und dass der Gesundheitszustand ein Faktor ist, der die Besuchsfrequenz beeinflusst. Personen mit gutem gesundheitlichem Zustand werden tendenziell öfter besucht als jene mit schlechter körperlicher Verfassung. In Drei- oder Mehrpersonen lebenden Personen empfangen mehr Besuche als Alleinlebende. Auch geschlechtsspezifische Unterschiede sind feststellbar. Der Anteil an

alleinlebenden Frauen ist höher als jener der alleinlebenden Männer, jedoch bekommen diese alleinlebenden Frauen um 14,3% öfter regelmäßig Besuch.¹¹

Ein markanter Unterschied lässt sich auch im Stadt-Land-Gefälle erkennen. Im regionalen Bereich empfangen 47,7% der älteren Landbevölkerung täglichen Besuch von Verwandten oder Bekannten, in Großstädten sind es 21,7%. Grund für die hohe Besuchsfrequenz in den regionalen Regionen ist, dass Personen im ländlichen Milieu öfter in Nähe der Angehörigen wohnen.¹²

Ein Blick auf die aktive Besuchstätigkeit der SeniorInnen zeigt jedoch ein anderes Bild. 60-Jährige und ältere Personen besuchen Angehörige oder Bekannte weitaus weniger öfter als umgekehrt. Nur ein Drittel besucht regelmäßig (einmal pro Woche). Mit ansteigendem Lebensalter nimmt die aktive regelmäßige Besuchstätigkeit ab. 21,6% der ab 75-Jährigen gaben an, fast nie Besuche zu machen. Erstaunlich ist, dass Personen mit schlechtem Gesundheitszustand den höchsten Anteil an mehrmals wöchentlicher aktiver Besuchstätigkeit aufweisen. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass hierbei Personen im selben Haus oder Wohnung wie ihre Angehörigen.¹³

Während die passive Besuchstätigkeit im Landbereich am häufigsten auftritt, ist die aktive Besuchstätigkeit im städtischen Bereich am häufigsten. Hier machen vier von zehn der über 60-Jährigen regelmäßig Besuche, im ländlichen Bereich hingegen ein Viertel dieser Altersgruppe. Frauen verzeichnen im städtischen Bereich ein Besuchsplus von 6,8% gegenüber den Männern.¹⁴

Gerade für Menschen, die in größerem Ausmaß an ihren Wohnbereich gebunden sind, ist das Telefon - gemeint sind auch Mobiltelefone - von großer Bedeutung und dabei helfen, den Anschluss an soziale Kontakte aufrechtzuerhalten. Umso erstaunlicher ist, dass 86% der ab 60-jährigen Menschen das Telefon nicht täglich für Privatgespräche verwenden, ein Drittel seltener als einmal pro Woche und 10% gar nicht. Grund dafür könnte daran liegen, dass nicht mehr so viele gleichaltrige

¹¹ Vgl. Statistik Österreich: Lebenssituation älterer Menschen. Ergebnisse des Mikrozensus Juni 1998. Heft 1.340. Wien. 2000. S. 34f.

¹² Vgl. ebd. S. 35

¹³ Vgl. ebd. S. 36f.

¹⁴ Vgl. ebd. S. S. 37

Gesprächspartner vorhanden sind. Daran lässt sich erkennen, dass ältere Menschen punkto moderner Technologien rückständig sind, auch, wenn es sich um ein einfach zu bedienendes Gerät handelt, das hilft, den Alltag zu erleichtern. Trotz der niedrigen Nutzungsfrequenz ergibt sich eine geschlechtsspezifische Differenz. Ältere Frauen telefonieren demnach wesentlich öfter als Männer. Ein markanter Abfall der Nutzungsfrequenz lässt sich jedoch erst bei ab 85-Jährigen feststellen. Je älter die Person, desto eher verzichtet sie auf diese Kommunikationsform. Auch der Familienstand beeinflusst den Griff zum Telefon. Es zeigt sich, dass geschiedene ältere Personen die aktivste und ledige ältere Personen die schwächste Gruppe beim Telefonieren sind.¹⁵

Nun beschränken sich die sozialen Kontakte von SenioInnen nicht bloß auf Besuche und Telefonate. Viele sind auch im Alter noch agil und unabhängig von Freunden und Familie in Lokalen und auf Veranstaltungen aktiv. Langfristig betrachtet, ist erkennbar, dass die Frequentierung von Lokalitäten in den letzten Jahren um ein Vielfaches angestiegen ist. Vor allem bei Frauen ist ein fast doppelter Anstieg zu verzeichnen. 18,7% der über 60-Jährigen gaben an, häufig Lokale zu besuchen, an Ausflügen, Bildungs-, Kultur- oder Seniorenveranstaltungen teilzunehmen. 48,2% tun dies gelegentlich. Ab einem Alter von 75 Jahren nimmt diese Aktivität ab, was einem gebrechlicherem Gesundheitszustand zuzuschreiben ist. Die meisten der Lokal- oder Veranstaltungsbesuche werden in Begleitung von Freunden und Bekannten unternommen, wobei Frauen Lokale und Veranstaltungen generell weniger frequentieren als Männer. Nur jede zwanzigste Frau gibt an, Lokale häufig zu besuchen, während jeder zehnte Mann dies tut.¹⁶

2.5 Erwerbstätigkeit

2001 wurde im Rahmen des Europäischen Rates von Lissabon ein Anstieg der Erwerbstätigen im Alter von 55 bis 64 Jahren auf 50% vereinbart. Leider ist Österreich von diesem Prozentsatz noch weit entfernt. Grund dafür ist unter anderem die Frühpensionierungspolitik der 1980er Jahre. Man wollte damit Umstrukturierungsprozesse der österreichischen Wirtschaft erleichtern und sozial

¹⁵ Vgl. Hörll/ Kytir, 2000. S. 91f.

¹⁶ Vgl. Statistik Österreich, 2000. S. 39f.

verträglich machen. Damit wurde jedoch der Auseinandersetzung mit der sich annähernden und verändernden Altersstruktur ausgewichen.¹⁷

Diese Pensionsreformen werden den sozial- und wirtschaftspolitischen Anforderungen von heute nicht mehr gerecht. Mit dem Anstieg des Pensionsalters wird sich auch die Altersstruktur des Personals auf dem Arbeitsmarkt verändern. Es werden weniger junge Menschen nachkommen, daher werden ältere Arbeitnehmer länger im Berufsleben bleiben. Dies birgt für den Arbeitgeber eine Reihe an Herausforderungen unternehmenspolitischer und personalpolitischer Natur. Gleichzeitig nehmen ältere Arbeitnehmer einen immer wichtigeren Stellenwert am Arbeitsmarkt ein. Sie verfügen über umfangreiche Erfahrung und Sozialkompetenz, die von jungen Arbeitskräften erst wieder erlernt werden muss, was dem Arbeitgeber Zeit und Geld kostet. Gleichzeitig werden die Rufe nach Fortbildung im Alter immer lauter¹⁸

Tabelle 5: Erwerbstätigenquote 2000 und 2011 (in Prozent)

Jahre	Ins- gesamt	15-24 Jahre			25-34 Jahre	35-44 Jahre	45-54 Jahre	55-64 Jahre			15-64 Jahre	65+ Jahre
		zu- sammen	15-19 Jahre	20-24 Jahre				zu- sammen	55-59 Jahre	60-64 Jahre		
	in %											
	Insgesamt											
2000	56,4	52,8	37,6	68,6	82,9	85,6	78,1	28,3	41,9	11,8	68,3	2,7
2011	58,7	54,9	38,8	70,0	83,0	87,4	84,2	41,5	60,9	20,9	72,1	5,2
	Männer											
2000	66,6	57,6	43,4	72,3	90,4	94,7	88,4	40,5	60,2	16,3	77,3	4,4
2011	65,3	59,8	45,0	73,6	88,2	92,0	88,6	50,6	72,4	27,1	77,8	7,5
	Frauen											
2000	47,1	48,1	31,7	64,9	75,4	76,3	67,8	16,8	24,5	7,7	59,4	1,7
2011	52,5	50,1	32,6	66,4	77,7	82,9	79,8	32,9	49,8	15,1	66,5	3,6

Quelle: Statistik Austria, online, 2012; URL:

www.statistik.at/web_de/static/erwerbstaetigenquoten_nach_alter_und_geschlecht_seit_1994_062876.xlsx (13.11.2012)

¹⁷ Vgl. Arbeit & Alter, online. URL: http://www.arbeitundalter.at/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=54 (20.11.2012)

¹⁸ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (2010), online. http://www.arbeitundalter.at/attachments/117_aeltere_das_herzstueck.pdf (20.11.2012)

Aus der vorliegenden Tabelle geht hervor, dass die Zahl der Beschäftigten der 65-Jährigen und Älteren seit dem Jahr 2000 signifikant gestiegen ist. Im Jahr 2000 waren 56,4% der Bevölkerung erwerbstätig. 2,7% davon waren 65 Jahre alt oder älter. Im Jahr 2011 lag die Gesamterwerbstätigkeit bei 58,7%. 5,2% der Erwerbstätigen waren 65 Jahre oder älter.

Betrachtet man die Erwerbstätigkeit der Männer und Frauen getrennt, so ist ersichtlich, dass die Erwerbstätigen-Quote bei Männern über 65 Jahre von 4,4% um 3,1% auf 7,5% angestiegen ist. Bei Frauen ist ein Anstieg von 1,9% zu verzeichnen, nämlich von 1,7% auf 3,6%.

3 DAS ALTER

3.1 Begriffsklärung

"Alter und Altern sind komplizierte Begriffe. Beide sind durch gesellschaftliche, theoretische und individuelle Zuschreibungen divergent auslegbar. Der wissenschaftliche Diskurs über das Altern und die Rede über das Altern in der Gesellschaft sind von sprachlichen Zuschreibungen und der historischen Entwicklung geprägt, entlang derer sie sich gegenseitig reproduzieren und verändern" (Haring 2007, S. 7).¹⁹

Dieses Zitat macht die Komplexität des Altersbegriffs deutlich. Er hat viele Dimensionen und kann in juristischer, biologischer, medizinischer, philosophischer, sozial-, kultur-, politik- sowie wirtschaftswissenschaftlicher Hinsicht definiert werden.

KÜBLER definiert den Vorgang des Alterns wie folgt:

„Alter – so heißt es immer wieder und kann auch hier unterstrichen werden – ist kein fixer sozialer Status, sondern ein vielschichtiger, mehrdimensionaler Prozeß, der biologische, soziale, psychische und andere Veränderungen umfasst, der aus chronologisch-physischen Komponenten, sozialen Attribuierungen und Konstruktionen sowie aus subjektiven Erfahrungen und Selbstwahrnehmungen besteht; dem entsprechend ist die Gruppe der Alten keineswegs homogen, sondern so vielfältig und unterschiedlich zusammengesetzt und strukturiert wie andere Bevölkerungspopulationen auch.“²⁰

Diese Komplexität des Alterungsprozesses ist Grund dafür, dass bis jetzt nur Teilerfolge zu einer allumfassenden Theorie erreicht werden konnten. Alle in der Literatur diskutierten Theorien beschäftigen sich lediglich mit Ausschnitten des menschlichen Alterns. Trotzdem tragen diese Theorien dazu bei, die Verhaltens- und Erlebniswelten alter Menschen zu verstehen. Daher sind sie keineswegs als sinnlos zu erachten.²¹

¹⁹ Vgl. Altern & Bildung in Graz, online. <http://alternbildung.wetpaint.com/page/Altern> (22.11.2012)

²⁰ KÜBLER (1991) zitiert nach Brünner, Björn: Die Zielgruppe Senioren. Eine interdisziplinäre Analyse der älteren Konsumenten. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt/Main. 1997. S. 23

²¹ Vgl. Brünner (1997). S. 23

Der Mensch ist dem Alter nicht hilflos ausgeliefert. Sofern er nicht von Krankheit, Armut oder seelischem Leid geplagt wird, bis ins hohe Alter leistungsfähig und glücklich. Altern ist eine Begegnung mit den Grenzen des Lebens. Es entwickelt sich zwar keine neue Persönlichkeit, aber hat man die Endlichkeit des Lebens wahrgenommen, entsteht eine neue, veränderte Lebensqualität. Die zweite Hälfte des Lebens ist länger und zudem ereignisreicher als es auf den ersten Blick erscheint. Neue Erfahrungen und Krisen, aber auch Chancen können diese Hälfte prägen, bringen aber auch eine bessere Vorschau auf die verbleibende Lebenszeit. Die Grenzen des Alters sind nicht klar zu ziehen. Manche Alterungsprozesse beginnen bereits bei der Geburt, andere setzen erst später ein. Alle Alterungsprozesse folgen zwar biologischen Regeln, sind aber niemals nur biologisch bedingt.²²

„Jahrelang haben sich nicht nur Gerontologen darum bemüht, den Begriff «alt» zu vermeiden. Stattdessen spricht und schreibt man oft von «älteren» Menschen. Sprachlogisch aber ist «älter» eine Steigerungsform von «alt». Man versucht also, die negative Besetzung eines Wortes zu vermeiden, indem man es steigert. Paradox. Oder ist «älter» nur in Relation zu den Jungen zu verstehen? (...) Damit ist nicht geklärt, wie alt oder eben jung die Jungen sind, von denen sich die Älteren unterscheiden. (...)“²³

Wo das Alter beginnt, ist also nicht ganz genau zu bestimmen. Muss er für Formalitäten aber doch bestimmt werden, hilft man sich mit Konventionen wie dem chronologischen bzw. kalendarischen Alter. So einfach dieser Altersindex auch ist, genauso irrelevant ist er auch. Das biologische, psychologische, soziale und funktionale Alter haben mehr Aussagekraft, einen Hinweis darauf zu geben, wann man alt ist.²⁴

„Alter ist ein universelles Unterscheidungsmerkmal, um eine Person zu klassifizieren. Während Geschlecht und Hautfarbe gewechselt oder manipuliert werden können, ist das Alter begrenzt, unumkehrbar und unhintergebar.“²⁵

²² Vgl. Rosenmayr, Leopold: Die Kräfte des Alters. Edition Atelier. Wien. 1990. S. 28f.

²³ Schelling, Hans Rudolf: Der Alltag alter Menschen. In: Boothe, Brigitte/ Ugolini, Bettina (Hrsg): Lebenshorizont Alter. Vdf Hochschulverlag. Zürich. 2005. S. 48

²⁴ Vgl. ebd. S. 48f.

²⁵ Kade, Sylvia: Altern und Bildung. Eine Einführung. Bertelsmann Verlag. Bielefeld. 2009. S. 14

3.2 Konstruktionen des Alters

Altersklassifizierung der WHO

Laut der Weltgesundheitsorganisation WHO wird zwischen verschiedenen Altersklassen unterschieden:

- Ältere Menschen (60 bis 75 Jährige)
- Alte Menschen (75 bis 90-Jährige)
- Sehr alte / Hochbetagte Menschen (über 100-Jährige)

An dieser Stelle ist wichtig anzumerken, dass diese Altersabgrenzungen lediglich Orientierungswert haben und ansonsten als keinerlei Maßstab Gültigkeit hat. Altern ist ein individueller Prozess und sozial und kulturell verschieden. Altern ist nicht nur biologisch, sondern auch biographisch geprägt, also von der Lebensgestaltung des Einzelnen bestimmt. Es ist sinnvoller von den Jung-Alten und den Alt-Alten in einem qualitativen Sinn zu sprechen, also von Gesundheit, Grad der Aktivität Ausgang zu nehmen. Es wäre demnach durchaus möglich, einen 90-jährigen Menschen zu den Jung-Alten zu zählen und einen 65-Jährigen zu den Alt-Alten. Schließlich ist Altern auch immer im Kontext der Zeit zu verstehen. Altersbilder und Altersrealität verändern sich dem Wertewandel und der gesellschaftlichen Einschätzung der Lebensalter. So sind alle Befunde und Testergebnisse immer im Zusammenhang mit dem Zeitalter zu deuten.²⁶

Das hohe Alter ist die abschließende Phase eines menschlichen Wesens und soll als Bestandteil eines ununterbrochenen Prozesses betrachtet werden. Es ist wichtig zwischen dem Altern, also dem biologischen Vorgang des Älterwerdens und dem Begriff des Alters zu differenzieren. Der Mediziner und Begründer der Gerontologie, Max Bürger, definiert Altern als „(...) *jede irreversible Veränderung der lebenden Substanz als Funktion der Zeit.*“²⁷ Dies meint den gesamten Lebenslauf des Menschen, von der Konzeption bis zum Tod. Viele führende Gerontologen schlossen sich dieser Meinung an, während andere diese ablehnen. Fritz Verzár vertrat den Standpunkt, dass Altern nur die zweite Lebenshälfte beschreibt. Dieser Definition

²⁶ Vgl. Brünner (1997). S. 26f.

²⁷ Vgl. Beier/ Laue/ Leutert/ Rotzsch/ Schmidt: Prozesse des Alterns (1989). S. 2

schlossen sich in weiterer Folge jedoch nicht alle Forscher an. Ein weiteres mögliches Problem bei der Begriffsklärung besteht durch die umgangssprachliche Verwendung des Begriffs, die im Allgemeinen unter Altern die höheren Lebensjahre versteht.

Auch der Begriff des Alters lässt mehrdeutige Interpretationen zu. Einerseits kann darunter die letzten Lebensjahre eines Menschen verstanden werden, andererseits steht der Begriff des Alters als Synonym für das Leben an sich und umfasst alle Altersstufen.²⁸

Wenn vom Alter oder Altern die Rede ist, dann sind damit unterschiedliche Phänomene angesprochen:

- **„Alter“** meint das kalendarische Lebensalter, das mit Zugehörigen einer „Kohorte“ geteilt wird, welche aus demselben Jahrgang stammen.²⁹
- **„Altern“** ist ein lebenslanger Prozess, der sich als dynamischer Prozess der unumkehrbaren biologischen Alterung vollzieht und mit dem Tod endet. Der biologische Alterungsprozess kann variieren. Er kann sich als natürlicher Abbauprozess bis zum 110. Lebensjahr ausdehnen oder sich als krankhaft beschleunigter Verfall bereits in jungen Jahren vollziehen und dabei plötzlich oder als Folge eines traumatischen Ereignisses oder eines Unfalls auftreten. Da jede/r anders altert, ist der Alterungsprozess durch große intraindividuelle Variabilität und eine noch größere interindividuelle Varianz gekennzeichnet.³⁰
- Lebensphase **„Alter“** meint das Alter als Lebensphase, welche die zweite Lebenshälfte umfasst, die sich vom 50. bis zum 110. Lebensjahr erstrecken kann. Kaum eine Klassifikation ist so unbestimmt wie die des Alters als Lebensphase.³¹
- **„Phasierung des Alters“:** Diese meint die nochmalige Ausdifferenzierung der Lebensphase Alter in das „autonome“ und das „abhängige“ Lebensalter und es dabei in drei Phasen des älteren, alternden und alten Menschen unterteilt. Dieses „Dreiphasenmodell“ unterscheidet die Phasen der Vergesellschaftung: Eine

²⁸ Vgl. ebd. S. 2

²⁹ WAHL/WAHL/TESCH-RÖMER (2000), WAHL/HEYL (2004) zitiert nach Kade (2009). S. 14

³⁰ KRUSE u.a. (1997) zitiert nach Kade (2009). S. 14f.

³¹ BACKES/CLEMENS (2003) zitiert nach Kade (2009). S. 15

ausgedehnten Kindheits- und Jugendphase bereitet auf eine verkürzte Familien- und Berufsphase im Erwachsenenalter vor, der die Ruhestandsphase im Alter folgt.³²

- Die „verlängerte Lebenserwartung“ ist sowohl Errungenschaft als auch Problem. Das Höchst- und auch das Durchschnittsalter haben sich im letzten Jahrhundert aufgrund besserer hygienischer und gesundheitlicher Bedingungen, der sozialen Absicherung und des vorverlegten Ruhestands erheblich erhöht. Allerdings geht diese Erhöhung mit der Häufung von Krankheiten und erhöhtem Pflegebedarf einher.³³

In der Literatur werden weitere Differenzierungen vorgenommen:

- **„Chronical Age“:** Alter wird durch das Geburtsdatum bestimmt
- **„Cognitive Age“:** Wird durch die individuelle Selbstwahrnehmung bestimmt
- **„Ideal Age“:** Alter in Jahren, das niemand für das ideale Alter hält
- **„Youth Age“:** Die Anzahl an Jahren, die sich jemand für jünger hält. Dieses Alter entspricht nicht dem chronologischen Alter
- **„Discrepancy Age“:** Entspricht der Differenz an Jahren zwischen dem der individuellen Selbstwahrnehmung und dem idealen Alter
- **„Disparity Age“:** Beschreibt die Differenz zwischen chronologischem Alter und idealem Alter³⁴

Es ist also eine klare Unterscheidung zwischen „Altern“, also dem biologischen Älterwerden und „Alter“ zu treffen. Den Begriff des Alters zu definieren gestaltet sich aufgrund seiner Vielfältigkeit und seiner vielen Facetten schwierig. Schließlich und endlich kommt es auch immer auf den Blickwinkel an, da das dieser Begriff in vielerlei Hinsicht definiert werden kann. Es konnten bislang zwar Teilaspekte des Alters in Theorien erfasst werden oder es werden semantische Feinheiten hervorgehoben. Jedoch mangelt es an einer allumfassenden Theorie, welche alle relevanten Aspekte mit einschließt. Wichtig ist auch eine neue Betrachtungsweise zu diesem Thema zu entwickeln, da sich das Alter vor allem in seiner gesellschaftlichen Bedeutung enorm verändert hat und daher nicht an einer Zahl festzumachen ist, sondern von einer Reihe an Faktoren beeinflusst wird.

³² BÖHME/DABO-CRUZ u.a. (1992). zitiert nach Kade (2009). S. 15

³³ KRUSE (1992) in KONDRATOWITZ (2000) zitiert nach Kade (2009). S. 15

³⁴ SEMMLER zitiert nach Meyer-Hentschel, Hanne/ Meyer-Hentschel, Gundolf: Das goldene Marktsegment. Produkt- und Ladengestaltung für den Seniorenmarkt. Dt. Fachverlag. Frankfurt am Main. 1991. S. 79

3.3 Die alten Jungen & die jungen Alten

Das Alter von 65 Jahren, welches formal den Zeitpunkt der Pensionierung kennzeichnet hat in heutigen Tagen an Bedeutung verloren. Die Kennzeichnung des Alters, sofern es überhaupt zu kennzeichnen möglich ist, beginnt früh, wenn es sich um inoffizielle Altersgrenzen im Arbeitsleben handelt, jedoch spät, wenn es nach der Selbsteinschätzung der Bevölkerung geht. Man begann eine Unterscheidung zwischen „jungen Alten“ und „alten Alten“, da von Personen über 60 Jahre nicht pauschal nicht als „die Alten“ sprechen gesprochen werden kann. So differenziert sich das junge Alter, auch 3. Alter genannt, heraus, welches die Lebensspanne von 60 bis 75 Jahre bezeichnet und das alte Alter, das 4. Alter, heraus. Dieses meint die Lebensjahre jenseits der 75 Jahre. Man kann davon ausgehen, dass mit dem jüngeren Alter positive und mit dem älteren Alter negative Vorstellungen verbunden sind.³⁵

Der Begriff der „neuen Alten“ wurde zu einem Leitbild für ein erfolgreiches Leben im Alter. Trotz aller Bemühungen, einen positiven Altersstereotyp zu propagieren, konnte eine einseitige Darstellung des kompetenten und aktiven Alters nur teilweise zu einer differenzierten Sichtweise beitragen. Grund dafür mag die konzeptuelle Ungenauigkeit sein. Daher werden nicht einzelne Verhaltens- und Einstellungsmuster zur Erklärung von Veränderungen herangezogen, sondern Strukturvariablen. Gemeint sind damit die Verjüngung des Alters, die Entberuflichung, Singularisierung und Hochaltrigkeit. Die „neuen Alten“ werden zwei Gruppen unterschieden:

- **„Zielgerichtete Aktive“:** Diese Gruppe bevorzugt beanspruchende Aktivitäten wie Sport, Weiterbildung und kulturelle Aktivitäten.
- **„Interessierte Agile“:** Vertreter dieser Gruppe sind mehrheitlich Frauen in Berufsgruppen wie leitende Beamte, Angestellte und Selbstständige mit höherer Schulbildung und einem Einkommen über 1453 Euro. Selbstverwirklichung, Spontaneität stehen bei ihnen im Vordergrund.

³⁵ Vgl. Amann, Anton: Die vielen Gesichter des Alters. Tatsachen – Fragen – Kritiken. Edition S. Wien. 1989. S. 101f.

Die „neuen Alten“ sind damit nur ein Teilphänomen, welches sich durch den Strukturwandel der Gesellschaft ergibt.³⁶

Je nach Lebensstilen und Wertvorstellungen kann nach den Markt- und Meinungsforschungsinstituten Sinus und Infratest und Horst Becker 1989 zwischen vier Arten von Älteren unterschieden werden:

Typ I: Die pflichtbewusst-häuslichen Älteren

Sie können als selbstzufrieden und stark auf Sicherheit fokussiert beschrieben werden. Die Personen können sich an Gegebenes anpassen und verhalten sich Neuem gegenüber skeptisch.

Typ II: Die aktiven „neuen Alten“

Diese Personengruppe verfügt über ein völlig neues Selbstbewusstsein, das mit den traditionellen Rollen der Alten nichts zu tun hat. Sie können ihr Leben selbst organisieren und verfügen über eine gute Ausbildung, ein aktives Freizeitleben, pflegen den Kontakt mit anderen, haben kulturelle Interessen, wirtschaftliche Unabhängigkeit und überdurchschnittliche Einkünfte. Die „neuen Alten“ sind vor allem für die Werbewirtschaft und Dienstleistungsbranche von besonderem Interesse.

Typ III: Die sicherheits- und gemeinschaftsorientierten Älteren

Charakteristisch für diese Personen sind kritische Einstellungsmuster, große Ernsthaftigkeit und Disziplin und Defizite an spontaner Lust. Vor allem das Bedürfnis nach Sicherheit ist bei ihnen besonders stark ausgeprägt.

Typ IV: Die resignierten Älteren

Sie gelten als Pessimisten und blicken eher negativ auf ihr bisheriges Leben. Diese Negativität wird durch materielle Benachteiligung, Einsamkeit, und einem Gefühl der Ohnmacht gefördert. Sie haben nur wenige gesellschaftliche und kulturelle

³⁶ Vgl. Ältere Menschen – Neue Perspektiven“ (2000). S. 553f.

Interessen und leben zurückgezogen. Auch ihnen wird ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis zugesprochen.³⁷

3.4 Seniorentypologien

Mittlerweile gibt es eine unüberschaubare Anzahl an Typologien älterer Menschen. An dieser Stelle sollen zwei zu dem vorliegenden Thema passenden Typologien erwähnt werden:

Der Seniorenbericht des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales differenziert Senioren nach bestimmten Merkmalen:

- **„aktive 'neue' Senioren“:** Sie machen 25% der Seniorenschaft aus. Sie kennzeichnet eine aktive Lebenseinstellung und soziale Teilnahme, bei gleichzeitigem Ausstieg aus bisherigen Verpflichtungen. Das Genießen der Pension, Selbstverwirklichung, Aufgeschlossenheit und Kreativität haben hohe Priorität. Vor allem Personen mit hohem Bildungsstand und überdurchschnittlichem Einkommen gehören dieser Kategorie an.
- **„sicherheits- und gemeinschaftsorientierte Senioren“:** Sie machen 29% der SeniorInnen aus. Ruhe, Zurückgezogenheit, Hobby, Fernsehen und Kontakte mit Nachbarn sind ihnen am wichtigsten. Sie führen einen bescheidenen, jedoch nicht ärmlichen Lebensstil.
- **„pflichtbewusst-häusliche Senioren“:** Sie gehören zu 31% den SeniorInnen an. Emotionale Sicherheit und die Furcht vor der Abhängigkeit von anderen und dem Altersheim nehmen viel Platz in ihrem Leben ein. Bescheidenheit, Sparsamkeit, die häuslichen Umgebung und Pflichten, Gartenarbeit, Kaffeekränzchen und der Kontakt zu Kindern und Enkelkindern haben hohen Stellenwert.
- **„resignierte Senioren“:** Dieser 15-prozentige Anteil der SeniorInnen ist von Einsamkeit und gesundheitlichen Problemen geprägt. Sie sind von diesen vier Kategorisierungen die wirtschaftlich ärmste Gruppe, bei der die Angst vor dem Abgeschobenwerden in ein Heim und das Gefühl von Ohnmacht und Resignation am

³⁷ Vgl. Kuratorium Deutsche Altershilfe: Rund ums Alter. Alles Wissenswerte von A bis Z. Verlag C.H. Beck. München. 1996. S. 93

meisten ausgeprägt. Vor allem sehr betagte Personen mit hohem Frauenanteil gehören dieser Gruppe an.³⁸

Die Düsseldorfer Werbeagentur Grey formuliert 1999 auf Basis des psychologischen Selbstbildes der älteren Menschen drei Gruppen der älteren Generation:

- **„Master Consumer“:** Sie sind zwischen 50 und 59 Jahre alt, zum Großteil auf dem Höhepunkt ihres Berufslebens, wirtschaftlich gut gestellt und mit einem aktiven Lebensstil Neuem gegenüber aufgeschlossen sind.
- **„Maintainers“:** Sie sind zwischen 60 und 69 Jahre alt, überwiegend im Ruhestand und in einer Phase der Neuorientierung. Finanziell abgesichert, genießen sie die gewonnene Freiheit.
- **„Simplifiers“:** Sie charakterisieren sich durch ein Mindestalter von 70 Jahren, identifizieren sich mit ihrem Alter und leben die traditionelle Rollenverteilung. Sie haben keine hohen Erwartungen mehr an das Leben und orientieren sich mehr an der Vergangenheit als an der Zukunft. Neben gesundheitlichen Problemen sind auch eingeschränkte Finanzen vorhanden.³⁹

3.5 Strukturmerkmale der älter werdenden Gesellschaft

Im Zuge der Ausdifferenzierung des Alters geht auch ein Strukturwandel der Gesellschaft einher. Reinold Popp definiert dazu fünf Merkmale:

- Verjüngung

Ältere Menschen kommen immer früher mit „Altersproblemen“ in Berührung (beispielsweise durch die frühe Aufgabe des Berufs). Heute werden bereits Arbeitnehmer ab 45 Jahren als ältere Arbeitnehmer bezeichnet. Ihre Beschäftigungschancen werden immer schlechter. Einen Beitrag dazu leistet auch die Werbung, indem sie das neue Bild vom Alter aufnimmt und ältere Menschen möglichst jung darstellt.

³⁸ Vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales: Seniorenbericht. Wien. 1994. S. 38f.

³⁹ Vgl. Gleich, Uli: Über 50jährige als Zielgruppe für Marketing und Werbung. In: Media Perspektiven 6/99. S. 303

- Entberuflichung

Die Erwerbsbeteiligung der älteren Arbeitnehmer nimmt zunehmend ab. Die Möglichkeit, dass jüngere Arbeitnehmer Erfahrungen mit älteren Arbeitnehmern machen, sinkt stetig. Eine Entberuflichung des Alters meint eine Alterszeit ohne Berufstätigkeit, von der ein zunehmend größerer Teil der Bevölkerung betroffen ist.

- Singularisierung

Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Alleinstehenden. Diese Singularisierung ist ein Trend bei heutigen Älteren und wird sich auch in der Zukunft fortsetzen. Im Zuge des Alleinlebens wird auch der Bedarf an Hilfe immer wahrscheinlicher.

- Feminisierung

Die Altersgesellschaft besteht zu zwei Drittel aus Frauen. Infolge der höheren Lebenserwartung der Frauen wird das Geschlechterverhältnis auch in Zukunft unausgeglichen ausfallen. Als Folge ist das Alter weiblich.

- Hochaltrigkeit

Während früher 60 und 70-Jährige als wirklich Alte bezeichnet wurden, werden heute Personen über 80 Jahre als Hochaltrige bezeichnet. Diese Hochaltrigkeit wird auch in Zukunft zunehmen.⁴⁰

3.6 Dimensionen des Alterns

Der Alterungsprozess besteht aus drei Dimensionen, welche sich gegenseitig beeinflussen und miteinander verbunden sind:

- Biologisches Altern
- Psychologisches Altern
- Soziales Altern

⁴⁰ Vgl. Popp, Reinhold: Freizeitbildung als mentale Altersvorsorge, online. URL: <http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2000/News04-00.pdf> (18.12.2012)

3.6.1 Biologisches Alter

„Mit der Erfassung des biologischen Alters wird angestrebt, das Ausmaß der biologischen Veränderungen, als den Zustand eines Individuums, zu einem bestimmten Zeitpunkt des Lebens zu präzisieren.“⁴¹

Dies bedeutet, sowohl die physischen als auch psychischen Veränderungen des Individuums zu erfassen. Eine Trennung dieser beiden Komponenten widerspricht der Gesamtheit des Organismus. Der Mensch ist den Gesetzen der Natur unterworfen. Er lebt in Wechselwirkung von Organismus einerseits und Seele und Geist andererseits. Altern muss als multidimensionaler und dynamischer Prozess betrachtet werden, der aus vielen verschiedenen Prozessen besteht, welche parallel ablaufen oder auch ineinander eingreifen können. Altern bedeutet biologische Abbauprozesse in Form von eingeschränkten Zellfunktionen, die sich in verschiedener Form bemerkbar machen. Vor allem bei den Sinnen der Wahrnehmung werden die Alterserscheinungen deutlich. Dadurch wird eine umfassende Wahrnehmung der Umwelt beeinträchtigt.⁴²

3.6.2 Soziales Alter

Aus soziologischer Sicht, beschreibt das Alter *„(...) einen Status, der sich aus Zeitspannen im individuellen und sozialen Leben ergibt, die durch Handlungen, Positionen und spezifische Entscheidungen charakterisiert werden.“⁴³* Dieser Zugang kann eine einseitige Betrachtung des Begriffs vermeiden.

„Der soziale Altersstatus resultiert aus zielgerichteten Handlungen von Einzelpersonen, aber auch von Gruppen, ihren Partnern und aus einer teils anonym und abstrakt erlebten Umwelt.“⁴⁴

⁴¹ Beier/ Laue/ Leutert/ Rotzsch/ Schmidt: Prozesse des Alterns (1989). S. 3

⁴² Vgl. Rosenmayr, Leopold: Die Kräfte des Alters. Edition Atelier. Wien. 1990. S. 29

⁴³ Rosenmayr, Leopold und Hilde: Der alte Mensch in der Gesellschaft. Rowohlt Taschenbuch Verlag. Reinbek bei Hamburg. 1978. S. 34

⁴⁴ Vgl. ebd. S. 36

*„Alter ist – neben Geschlecht, Verwandtschaft, Ethnizität, Religion, Bildung, und Beruf, um nur die wichtigsten zu nennen – eine der Formen gesellschaftlicher Differenzierung.“*⁴⁵

Diese Differenzierung kann sich zur Grundlage gesellschaftlicher Hierarchie entwickeln. Soziale Ungleichheit drückt sich zweierlei Hinsicht aus. Erstens in der Verortung von Gruppen oder Individuen innerhalb der sozialen Hierarchie und damit ihr Zugang zu ökonomischen Ressourcen wie Besitz oder Einkommen, symbolischen Ressourcen wie Status und Prestige oder politischen Ressourcen wie Macht und Herrschaft. Weiters drückt sich diese soziale Ungleichheit in den aus der Verortung hervorgehenden sozialen Beziehungen aus.⁴⁶

Das soziologische Alter muss nicht zwangsläufig immer im Kontext sozialer Probleme betrachtet werden, sondern kann auch als Dimension der Gesellschaftsstruktur diskutiert werden. KOHLI ist der Ansicht, menschliche Lebensalter seien sozial konstruiert. Diese soziale Konstruktion bezieht sich auf zwei Dimensionen, nämlich dass Lebensalter sich dabei nicht vorgegeben, sondern das Ergebnis eines Konstruktionsprozesses sind und es sich um einen sozialen Prozess handelt.⁴⁷

An das Alter werden in jeder Gesellschaft unterschiedliche Erwartungen, Behandlungen, Rechte und Pflichten verbunden. So kommt es, dass ältere Menschen noch immer als krank, gebrechlich oder wenig flexibel und damit als Belastung für die Allgemeinheit angesehen werden.⁴⁸ Dies kann das Selbstbild und das Fremdbild beeinflussen. Dabei handelt es sich um Begriffe der Sozialpsychologie, welche sich in Wechselwirkung befinden.

Das Fremdbild

Der Begriff des Fremdbildes kann mit jenem des Stereotyps gleichgesetzt werden. Eines der Hauptmerkmale des Fremdbildes oder Stereotyps ist die Vereinfachung der Realität. Interindividuelle Unterschiede werden verwischt um Unsicherheiten zu

⁴⁵ Kohli, Martin: Altern in soziologischer Perspektive. In: Baltes, Paul/ Mittelstraß, Jürgen/ Staudinger, Ursula: Alter und Altern: Ein interdisziplinärer Studententext zur Gerontologie. De Gruyter. Berlin. 1994. S.245

⁴⁶ Vgl. ebd. S. 245f.

⁴⁷ Vgl. Kohli, Martin: Altern in soziologischer Perspektive. In: Baltes, Paul/ Mittelstraß, Jürgen/ Staudinger, Ursula: Alter und Altern: Ein interdisziplinärer Studententext zur Gerontologie. De Gruyter. Berlin. 1994. S.234

⁴⁸ Vgl. Brünner (1997). S. 120

beseitigen und einen geringeren Denkaufwand zu schaffen. Dieses Verhalten birgt jedoch die Gefahr, dass eine den Tatsachen entsprechende Beurteilung der Stereotypisierten nicht mehr möglich ist. Neben Urteilen über bestimmte Personen beinhalten Fremdbilder oder Stereotype auch Erwartungen an diese Personen. Diese Erwartungen können durch Zuweisung sozialer Rollen, von denen jede Rolle ein Bündel an Erwartungen repräsentiert, zum Ausdruck gebracht werden. Werden die Erwartungen von dem betreffenden Individuum nicht erfüllt, ist mit gesellschaftlichen Sanktionen zu rechnen. In diesem Sinne bestimmen Stereotype, Fremdbilder und die damit verbundenen Rollen das Handeln des Individuums sowie das Verhalten der Gesellschaft dem Individuum gegenüber.⁴⁹

Als Überbegriff solcher Herabwürdigungen prägt BUTLER den Begriff des „**ageism**“. Darunter werden Vorurteile und Diskriminierungen Älterer zusammengefasst.⁵⁰

Neben diesen negativen Beurteilungen älterer Menschen finden sich auch sehr positive Stimmen. Nach TEWS führt eine zunehmende Differenzierung des Alters zu einer abnehmenden Verbreitung des negativen Stereotyps. Dadurch wird es positiver, neutraler, situativer und differenzierter.⁵¹ LUTSKY stützt sein Urteil auf umfangreiche Untersuchungen und kommt ebenfalls zu dem Schluss, dass das Alter insgesamt nicht mehr so negativ bewertet wird und eine eher neutrale Sichtweise besteht.⁵²

Das Selbstbild

Die Konstruktion eines Selbstbildes wird in Auseinandersetzung mit der Umwelt erbracht. Das Individuum lernt im Laufe des Lebens Meinungen, Werthaltungen und Überzeugungen der sozialen Umwelt aus dem Verhalten anderer Menschen zu erschließen und für die Erstellung eines Selbstbildes zu verwenden. Zwischen dem Selbstbild und Fremdbild herrscht ein ständiges Geben und Nehmen.⁵³

Wie schon erwähnt, ist das Selbstbild eines Menschen sehr wohl auch vom Fremdbild dieser Person oder Personengruppe beeinflusst. Mit zunehmendem Alter wird die Person mit veränderten Rollenerwartungen konfrontiert, die die Person auch registriert, denen sie jedoch nicht von Anfang an nachkommen möchte.⁵⁴ Vielmehr

⁴⁹ Vgl. Brünner (1997), S. 117f.

⁵⁰ BUTLER zitiert nach Brünner (1997), S. 120

⁵¹ TEWS zitiert nach Brünner (1997), S. 120f.

⁵² LUTSKY zitiert nach Brünner (1997), S. 121

⁵³ Vgl. Brünner (1997), S. 119

⁵⁴ Vgl. Brünner (1997), S. 122

kommt es zu einer Trotz- bzw. Abwehrreaktion, welche SCHNEIDER als vollkommen natürlich erscheint.⁵⁵ Trotz dieses Abwehrmechanismus kommt es nach und nach zu einer Akzeptanz dieser veränderten Erwartungen. Es erfolgt eine sukzessive Anpassung an die Wünsche und Vorstellungen der Gesellschaft, sowohl im Denken als auch im Handeln. LEHR folgert daraus die Abänderung des bekannten Satzes „man ist so alt wie man sich fühlt“ in *„Man ist so alt, wie man sich auf Grund der Haltung der Gesellschaft oder der mitmenschlichen Umwelt einem selbst gegenüber fühlt.“*⁵⁶

Die Reaktion der Person auf ihr Alter wird von einer Reihe von Faktoren bestimmt: Lebensalter, Bildung, Gesundheit, biologisches Alter und die psychologische Sicht auf das Leben. Eine realistische Einschätzung des eigenen Alters deutet auf ein funktionierendes Realitätsbewusstsein hin. Neurotischen Personen bereitet eine realistische Selbsteinschätzung häufig Schwierigkeiten.⁵⁷

3.6.3 Psychologisches Altern

Bei der Frage nach einer Definition von psychologischem Altern besteht keine Einigkeit, zumal für verschiedene altersbezogene Veränderungen unterschiedliche Begriffe Verwendung finden. Aus psychologischer Sicht ist das normale Altern, also jenes Altern ohne Krankheiten, durch folgende Merkmale definierbar:

- Altern ist als Prozess der Veränderung beschreibbar, dem alle Menschen unterliegen und der sich in der Reduzierung körperlicher und psychischer Leistungsmöglichkeiten oder Leistungsgrenzen bemerkbar macht.
- Diese universellen Veränderungen sind nicht mit alterstypischen Phänomenen zu verwechseln, die durch kulturelle, historische und sozial-strukturelle Lebensbedingungen zwischen Individuen entstehen.
- Diese universellen Veränderungen äußern sich beispielsweise in einer verlangsamten Informationsverarbeitungsgeschwindigkeit und weisen in ihrem

⁵⁵ SCHNEIDER zitiert nach Brünner (1997). S. 122

⁵⁶ LEHR zitiert nach Brünner (1997). S. 123

⁵⁷ Vgl. Bühler, Charlotte: Klinische Untersuchung über die Reaktionen des Individuums auf sein eigenes Alter. In: Lehr, Ursula/ Thomae, Hans: Alter. Probleme und Tatsachen. Akademische Verlagsgesellschaft. Wiesbaden. 1977. S.37

Beginn, ihrem Verlauf und Intensität auf große Unterschiede zwischen den Menschen hin.

- In den mittleren und späten Lebensabschnitten gibt es psychische Merkmale, welche unabhängig, aber möglicherweise nicht unbeeinflusst von den genannten Altersphänomenen sind und in Abhängigkeit von persönlichen Daseinsbedingungen, individuellen Voraussetzungen, sozialen Einflüssen und kritischen Ereignissen unverändert bleiben, sich verschlechtern oder verbessern können.
- Laut neueren Befunden sind die Fähigkeiten älterer Personen, neue Kompetenzen zu erwerben, aus speziellen Erfahrungen Nutzen zu ziehen oder für universelle Abbauphänomene individuelle Möglichkeiten der Kompensation zu entwickeln, größer als es für den allgemein verbreiteten Altersstereotyp erwartet wird.
- Für die Entwicklung des Verhaltens und Erlebens spielen nicht nur objektive Faktoren eine Rolle, sondern außerdem gesellschaftlich vermittelte Überzeugungen und die subjektive Deutung der eigenen Situation und sowie Zukunftserwartungen haben Gewicht.⁵⁸

Die psychologische Altersforschung bietet ein breites Spektrum an Definitionen, Erklärungen und Aufgabenbereichen. Aus diesem Spektrum lassen sich jedoch vier grundlegende Fragestellungen herausgreifen. Erstens behandelt die psychologische Altersforschung die Beschreibung und Analyse der Altersveränderungen psychischer Merkmale und Mechanismen. Dies meint Fragen zu Gedächtnis und Intelligenz im höheren Lebensalter. Als Zweites bietet die psychologische Altersforschung eine Analyse der psychischen oder sich psychologisch manifestierenden Bedingungen des menschlichen Alterns. Gemeint sind hierbei biologische Abbauprozesse, die jedoch bei jeder Person in individuellem Ausmaß und zu einem unterschiedlichen Zeitpunkt einsetzen. Als Drittes widmet sich die psychologische Altersforschung der Frage nach der psychischen Verarbeitung und Bewältigung des Alters beziehungsweise der mit dem Älterwerden verbundenen Defizite, Einschränkungen und Verluste. Es behandelt Fragen, ob subjektive Erfahrungen des Älterwerdens zu Formen von Resignation oder Depression führen oder ob das Erleben des eigenen Alterns bewältigt werden kann. Als Viertes geht es um die psychosoziale Beeinflussung unerwünschter Erscheinungen und Begleiterscheinungen des Altwerdens. Es deutet darauf hin, ob alterstypische

⁵⁸ Weinert, Franz E.: Altern in psychologischer Perspektive. In: Baltes, Paul/ Mittelstraß, Jürgen/ Staudinger, Ursula: Alter und Altern: Ein interdisziplinärer Studientext zur Gerontologie. De Gruyter. Berlin. 1994. S.182f.

Beeinträchtigungen der Lebensqualität vorsorglich zu vermeiden bzw. frühzeitig zu kompensieren sind oder bereits manifestierte Altersprobleme therapeutisch behandelbar sind.⁵⁹

Nach SCHLÖSSER ist die psychische Dimension des Alterns sehr viel weniger von typischen Alterungsprozessen geprägt als die biologische Dimension.⁶⁰ Alterungsprozesse haben immer auch eine psychologische Komponente, allerdings hat das Fachgebiet der Psychologie mit denselben Problemen zu kämpfen wie die biologische Altersforschung. Es wurden bisher kaum Verfahren entwickelt, die den Fähigkeiten älterer Menschen gerecht werden. Dennoch zeichnet sich das psychologische Altern dadurch aus, dass sich manche Fähigkeiten zwar verschlechtern, andere jedoch bis ins hohe Alter gleich bleiben oder sich sogar verbessern.⁶¹

Im Folgenden wird auf mehrere Komponenten des psychologischen Alterns näher eingegangen.

Verhaltensgeschwindigkeit

Dass sich die Verhaltensgeschwindigkeit mit zunehmendem Alter verlangsamt ist unbestritten. Nicht unbestritten hingegen sind die Ursachen dieser Verlangsamung. Feststeht, dass das Alter nur einer von vielen Faktoren zur Bestimmung der Verhaltensgeschwindigkeit ist.⁶²

BIRREN führt zur Frage der Ursachen einige Faktoren an:

- Komplexität und Stärke des Reizes
- Vertrautheit mit dem Reiz
- Erwartung bzw. Einstellung auf den Reiz
- Komplexität der Reaktion
- Alter und Kondition des Organismus⁶³

⁵⁹ Vgl. Weinert, Franz E.: Altern in psychologischer Perspektive. In: Baltes, Paul/ Mittelstraß, Jürgen/ Staudinger, Ursula: Alter und Altern: Ein interdisziplinärer Studientext zur Gerontologie. De Gruyter. Berlin. 1994. S. 189f.

⁶⁰ SCHLÖSSER zitiert nach Brünner (1997). S. 71

⁶¹ Vgl. Tews, Hans Peter: Soziologie des Alterns. Quelle & Meyer. Heidelberg. 1971. S. 63

⁶² Brünner (1997). S. 73

⁶³ BIRREN zitiert nach Brünner (1997). S. 73

Verhalten setzt sich aus verschiedenen Bausteinen zusammen, die miteinander verbunden sind. Es wird angenommen, dass die Verlangsamung an mehreren Stellen der Kette passiert, die sich in Folge in Form eines Gesamteffekts der beobachtbaren Verlangsamung zeigen. Dies konnte bis heute jedoch nicht eindeutig geklärt werden. Wie groß dieser Effekt ist, hängt von der Komplexität der Situation ab. Naturgemäß sind komplexe Situationen schwieriger zu verarbeiten als einfache. Hinzu kommt eine Überempfindlichkeit der Älteren gegenüber irrelevanten Störreizen. Sie bewirken, dass die Person von der eigentlichen Situation abgelenkt wird und sich die Verhaltensgeschwindigkeit dadurch verzögert. Ältere Personen meiden ebenfalls Situationen, in den sie unter Zeitdruck geraten könnten.⁶⁴ Als Konsequenz der Probleme, die eine Verlangsamung der Verhaltensgeschwindigkeit mit sich bringt, fordert SCHNEIDER eine Anpassung an die Bedürfnisse der betagten Personen.⁶⁵

Aufmerksamkeit

Auf den menschlichen Organismus prasseln unaufhörlich riesige Mengen an Information ein. Um die interessanten Bestandteile dieser Informationsflut von den irrelevanten zu trennen, verlaufen aufwändige Selektionsprozesse im Nervensystem ab. Es wurde festgestellt, dass ältere Menschen größere Probleme haben, aufmerksam zu sein als jüngere Menschen, weil sie leichter abgelenkt werden können. Es reduziert sich ebenfalls die Menge an Informationen, die verarbeitet werden können. Dies ist insofern wichtig als dass Aufmerksamkeit eine Voraussetzung für Lernen und Gedächtnis darstellt.⁶⁶

Lernen und Gedächtnis

Diese beiden psychologischen Felder sind gerade für das Senioren-Marketing von Bedeutung, da Lernprozesse das Kaufverhalten erheblich beeinflussen.

RAHMANN/RAHMANN definieren Lernen als einen „(...) *Sammelbegriff für durch individuelle Erfahrungen entstandene, mehr oder weniger langfristig anhaltende Verhaltensänderungen bzw. –möglichkeiten. (...)*“.⁶⁷

„Unter Gedächtnis wird ein Speichersystem verstanden, in dem Informationen über eine bestimmte Zeit hinweg aufbewahrt und ggf. abgerufen werden können.“⁶⁸

⁶⁴ Vgl. Brünner (1997). S. 74ff.

⁶⁵ SCHNEIDER zitiert nach Brünner (1997). S. 76

⁶⁶ Vgl. Brünner (1997). S. 76ff.

⁶⁷ RAHMANN/RAHMANN zitiert nach Brünner (1997). S. 80f.

Das am häufigsten genutzte Modell zur Erforschung des menschlichen Gedächtnisses ist der Informationsverarbeitungsansatz. Er sieht den Menschen als informationsverarbeitendes System. Die Verarbeitung von Informationen gliedert sich dabei in drei Schritte: Kodierung, Speicherung, Informationsabruf.⁶⁹ Senioren können, wenn sie dabei unterstützt werden, bereits gelernte Information leichter abrufen als jüngere Personen. Bei der freien Reproduktion hingegen weisen Junge weitaus weniger Schwierigkeiten auf als Ältere.⁷⁰

3.7 Theorien des Alterns

3.7.1 Theorien des erfolgreichen Alterns

HAVIGHURST prägte den Begriff des „successful aging“, als einen „*inneren Zustand der Zufriedenheit und des Glücks*“.⁷¹ Diese Konzeption des Alterns geht davon aus, dass der Übergang in ein höheres Alter mit einer Instabilität des Inneren oder Äußeren einhergeht. Der Übergang in ein neues Lebensalter in Verbindung mit der Veränderung der Lebenssituation, bringt oft eine psychische oder körperliche Dysbalance mit sich. Hierbei wird die Lebenszufriedenheit als Indikator für eine gelungene Anpassung an den Alterungsprozess und seinen einhergehenden Veränderungen herangezogen. Diese Grundposition liegt den folgenden beiden Theorien des Alterns, der Disengagement-Theorie und der Aktivitätstheorie, zugrunde. Sie beschäftigen sich mit der Frage, welche Form des Alterns für den Menschen die Beste sei.⁷²

Bei den wissenschaftlich relevanten Theorien wie der Aktivitätstheorie, der Disengagement-Theorie oder der Kontinuitätstheorie vorrangig um soziologische Konzepte. Es geht dabei um das Wechselspiel des Individuums, also dem älteren Menschen, und der Gesellschaft. Die Frage, welche Form des Alterns für den Menschen die Beste sei begründet auf Ausgliederung des älteren Menschen aus dem Erwerbsleben und dem damit einhergehenden Verlust einer Rolle. Auf diese

⁶⁸ FLEISCHMANN zitiert nach Brünner (1997). S. 81

⁶⁹ Vgl. Brünner (1997). S. 82

⁷⁰ Vgl. Brünner (1997). S. 116

⁷¹ Vgl. HAVIGHURST (1963) zitiert nach LEHR, Ursula: Psychologie des Alterns. Quelle und Meyer Verlag. Wiebelsheim. 2000. S. 55

⁷² Vgl. ebd. S. 55f.

Tatsache kann der Mensch auf verschiedene Weise reagieren, wie die folgenden theoretischen Ansätze erläutern:⁷³

3.7.1.1 *Aktivitätstheorie*

Die Aktivitätstheorie geht davon aus, dass nur jene Menschen glücklich und zufrieden sind, wenn sie aktiv sind und sich nützlich machen. Umgekehrt sind jene Menschen, welche inaktiv sind und für die Gesellschaft nichts leisten, unglücklich.⁷⁴ HAVIGHURST macht „optimales Altern“ von der Aktivität und dem Engagement abhängig, dem Rückgang sozialer Aktivitäten entgegenzuwirken. Der optimale alternde Mensch behält sich seinen Aktivitätslevel mittleren Alters bei und ersetzt aufgegebenen Aktivitäten durch neue.⁷⁵

Abgesehen von biologischen und gesundheitlichen Veränderungen haben ältere Menschen dieselben sozialen und psychischen Bedürfnisse wie Menschen mittleren Alters. Dass Menschen im Alter weniger soziale Kontakte haben und sich prinzipiell weniger engagieren als in jüngeren Jahren, liegt im Rückzug der Gesellschaft von älteren Menschen - gegen den Willen dieser Menschen - begründet. Hauptfaktor des sozialen Rückzugs stellt das Ausscheiden aus dem Arbeitsleben dar. TARTLER begründet dies so, dass ältere Arbeitnehmer durch Zuschreibung scheinbarer minderer Leistungsfähigkeit ihrer Aufgaben entledigt werden und so eine Unzufriedenheit beim Arbeitnehmer hervorrufen. Durch den hinzukommenden sozialen Druck entledigt sich das Unternehmen dieser älteren MitarbeiterInnen. Durch dieses Ereignis werden eine Reihe psychischer und physischer Abbauprozesse eingeleitet.⁷⁶

Nach Rosenmayr verändern sich ältere Menschen, vergleichen mit ihren mittleren Jahren, nicht oder nur wenig verändert hätten und auch ihre Wünsche gleichgeblieben wären. Daraus resultiert eine optimale Alterssituation. Die

⁷³ Vgl. Backes, Gertrud/ Clemens, Wolfgang [Hrsg.]: Altern und Gesellschaft. Gesellschaftliche Modernisierung durch Altersstrukturwandel. Leske + Budrich, Opladen. 1998. S. 114

⁷⁴ TARTLER (1961) zitiert nach LEHR (2000). S. 56

⁷⁵ HAVIGHURST (1964) zitiert nach LEHR (2000). S. 56

⁷⁶ Vgl. Backes/Clemens (1998). S. 116

Aktivitätstheorie lieferte jedoch nichts Haltbares an Erklärungswert und geriet daher rasch wieder in Vergessenheit.⁷⁷

Man kritisierte an dieser Theorie, dass sie sich nur am mittleren Lebensalter orientiere, in der ein aktiver Lebensstil geradezu den Lebenssinn dieser Lebensphase ausmache. Man lehnte ein Aktivbleiben im Alter jedoch tendenziell ab, da es schwer mit dem nahenden Lebensende vereinbar sei und eine Miteinbeziehung des Todes als etwas Natürliches in das Zukunftsdenken verhindert würde. Vielmehr würde der ältere Mensch in einen inneren Konflikt geraten, da eine ausladende Lebenseinstellung mit dem Lebensende im Widerspruch stehe.⁷⁸

3.7.1.2 Disengagement-Theorie

Die Disengagement-Theorie, auch „Theorie des sozialen Rückzugs“ genannt, bildet den Gegenpol zur Aktivitätstheorie. Sie sieht das Altsein als neue Entwicklungsstufe des menschlichen Lebens, in der neue gesellschaftliche Ziele und neue persönliche Ziele bestehen. Im Gegensatz zur Aktivitätstheorie wird das Alter nicht gemieden, sondern dient der Auseinandersetzung und damit der Vorbereitung mit dem Tod. Das Prinzip der Disengagement-Theorie beruht auf der Annahme, dass ältere Menschen sich aus jenen Rollen und Funktionen zurückziehen, welche ihr mittleres Lebensalter prägten.⁷⁹

„'Disengagement' stellt sich als ein unvermeidbarer Prozeß dar, in dem viele Beziehungen zwischen Person und Gesellschaft gelöst werden und bleibende Beziehungen eine Änderung erfahren.“⁸⁰

Dieser Prozess wird sowohl von der Gesellschaft als auch vom Individuum ausgelöst, da zurückgezogen lebende ältere Menschen glücklicher und zufriedener sind als Aktive und so können ältere Menschen rechtzeitig durch leistungsfähigere Individuen ersetzt werden. Die Theorie sieht den sozialen Rückzug der alten Menschen als natürlich an, weil er den veränderten Bedürfnissen im Alter entspreche und durch das

⁷⁷ Vgl. Rosenmayr (1978). S. 47f.

⁷⁸ Vgl. Lehr (2000). S. 58

⁷⁹ Vgl. Backes/Clemens (1998). S. 118f.

⁸⁰ KROHN zitiert nach Backes/Clemens (1998). S. 119

Empfinden nachlassender Fähigkeiten entstehe. Die Verringerung beruflicher Aktivitäten ist sogar Voraussetzung erfolgreichen Alterns.

Nach Rosenmayr beruht die Disengagement-Theorie, auch Rückzugstheorie genannt, auf der Annahme, dass der Rückgang dieser Aktivitäten durch das soziale Umfeld erzwungen wird. Aufgrund des hohen Werts von Jugendlichkeit und Modernismus in der gegenwärtigen Gesellschaft, wird der alte Mensch minder gewertet und so gegen seinen Willen aus dem Produktionsprozess und Machtpositionen gedrängt. CUMMING und HENRY verschärften die Hypothese der Disengagement-Theorie, indem sie behaupteten, dass der Rückgang der Aktivitäten im Alter nicht primär durch die soziale Umwelt bedingt sei, sondern seinen Ursprung im Menschen selbst habe. Grund dafür sei die Tatsache, dass neben den biologischen auch psychische Veränderungen stattfänden, die sich im Disengagement von der Umwelt zeigen. Somit sei der Rückzug von der Umwelt nicht erzwungen, sondern im Einklang mit der inneren Entwicklung, dem psychischen Alter. Diese Haltung konnte in Folge zum Ziel der Arbeit mit älteren Menschen gesetzt werden.⁸¹

Der große Erfolg der Disengagement-Theorie entbehrt trotz allem nicht einiger Kritikpunkte. Der bedeutendste Kritikpunkt an der Disengagement-Theorie ist das Betrachten des Altseins als etwas „Natürliches“. Dies steht der Forderung nach gesellschaftlicher Akzeptanz des Alters entgegen. Die These, wonach die Verringerung beruflicher Aktivitäten und sozialer Rückzug im Alter freiwillig und Voraussetzung für erfolgreiches Altern ist, steht im Widerspruch mit der gesellschaftlichen Bewertung von Arbeit und Aktivität. Gleichzeitig stellt das zunehmende Alter mit seinen Rückzugsmöglichkeiten auch eine Art Befreiung dar und ist in diesem Sinne wieder positiv zu werten. Empirisch lässt sich das Disengagement-Konzept nicht aufrechterhalten. Unterschiedliche Arbeitsmarkt- und Betriebsbedingungen werden in diesem Ansatz nicht berücksichtigt. Auch wird von einer Interessensgleichheit des Individuums und des Betriebs ausgegangen, welche zu hinterfragen ist. Zudem bleibt an den gesellschaftlichen Grundbedingungen dieses Ansatzes zu zweifeln, da der fortschreitende demographische Wandel auch eine Verlängerung des Ruhestands bedeutet und er demnach nicht mehr bloß als „Restzeit“ des Lebens angesehen werden kann. Weiters bestehen Ungleichheiten

⁸¹ Vgl. Rosenmayr (1978). S. 47

bezüglich der Veränderungen im Alter. Diese sind nicht nur biologischer Natur, sondern variieren darüber hinaus auch nach sozialem Status, Geschlecht und vielem mehr.⁸²

Disengagement ist nicht mit einer passiven oder abhängigen Lebensart gleichgesetzt werden. Der Begriff skizziert lediglich die Abschwächung des Bandes, das das Individuum an seine Umgebung bindet. Disengagement kann sich sowohl in der Inaktivität als auch in einer sorglosen Einstellung zeigen.⁸³

3.7.2 Kontinuitätstheorie

Diese Theorie befindet, dass erfolgreiches Altern nur durch eine Kontinuität der Lebenssituation erreicht werden kann. Grundlegende Änderungen der Lebensweise sind demnach zu vermeiden. Diskontinuitäten sind per se negativ zu bewerten, Ausnahmen bilden hier belastende Lebens- oder Arbeitsbedingungen. Das Grundprinzip des Kontinuitätsansatzes besagt, dass die Lebenszufriedenheit älterer Menschen umso höher ist, je mehr die Alterssituation der Lebenssituation im mittleren Alter entspricht. Dies meint die Beibehaltung sozialer Rollen und Aufgaben im höheren Alter. Der Soziologe ATCHLEY unterscheidet dabei zwischen interner und externer Kontinuität. Unter interner Kontinuität versteht man die Beibehaltung kognitiver Strukturen, externe Kontinuität meint die Beibehaltung der Umweltstruktur. ATCHLEY formulierte, dass bei alternden Menschen ein interner Druck zur Kontinuität besteht, welcher in einem Bedürfnis nach Stabilität wurzelt. Der externe Druck entsteht durch Umwelteinflüssen und Rollenerwartungen, die andere an das Individuum stellen.

Der Kontinuitätsansatz kann als Synthese der Aktivitäts- und Disengagement-Theorie verstanden werden. Er geht davon aus, dass weder Aktivität noch Disengagement dem Menschen zu einem besseren Altern verhelfen, sondern sieht eine kontinuierliche Lebensweise als besten Weg. Eine geschlechtsspezifische Betrachtung dieses Ansatzes zeigt, dass der Übergang in den Ruhestand bei Männern aufgrund ihrer Berufsrolle mit mehr Schwierigkeiten verbunden ist, als bei

⁸² Vgl. Backes/Clemens (1998). 119ff.

⁸³ Vgl. Havighurst, Robert J.: Ansichten über ein erfolgreiches Altern. In: Lehr, Ursula/ Thomae, Hans: Altern. Probleme und Tatsachen. Akademische Verlagsgesellschaft. Wiesbaden. 1977. S: 570

Frauen. Dies liegt daran, dass Frauen weder durch die Berufs- noch Hausfrauenrolle größere Diskontinuität erleben und sich leichter an neue Lebensbedingungen anpassen können. Probleme zeigen sich bei Frauen erst in späterer Folge, beispielsweise wenn eine angegriffene Gesundheit besteht oder eine Übersiedlung in ein Heim notwendig wird. ATCHLEY ist der Meinung, dass der Verlust der Berufsrolle nur für wenige Menschen ein Identitätsproblem darstelle, da dieser Verlust durch andere Rollen kompensierbar sei.

Als Kritikpunkt gilt, dass die Kontinuitätstheorie zwar individuelle Differenzen berücksichtigt, sozial ungleiche lebenslange und das Alter prägende Bedingungen nicht behandelt werden.⁸⁴

3.7.3 Defizit-Modell

Eine Veröffentlichung von YERKES aus dem Jahr 1921 war Stein des Anstoßes für die Entwicklung des Defizit-Modells. Aus dieser Veröffentlichung ging hervor, dass die Intelligenzleistung von Männern bereits ab dem 30. Lebensjahr einem Altersabbau unterworfen ist und ältere Männer damit einen niedrigeren Intelligenzquotienten aufwiesen als jüngere Männer. Auch spätere Untersuchungen belegten diesen Befund. Letztlich sprach man von einem generellen Leistungsabfall im Alter. In Folge war die Grundannahme dieses Modells, dass mit der Abnahme der intellektuellen Leistungsfähigkeit auch ein Verfall der sozialen, emotionalen und affektiven Fähigkeiten dazukäme.

Diese Annahme wurde in den 60er Jahren kritisiert, indem Pauschalurteile abgelehnt und das Modell in Frage gestellt wurde. Besonders Ursula LEHR übte heftige Kritik und zeigte Fehler und Schwächen des Modells auf. Als einen Kritikpunkt des Modells definiert LEHR das Konzept der allgemeinen Intelligenz. Nach LEHR können sich diese Faktoren im Laufe des Lebens in ganz unterschiedliche Richtungen entwickeln und somit vorschnelle Urteile in keiner Weise den Fakten gerecht werden.

Diesem Kritikpunkt folgen noch eine Reihe anderer, die in Summe zur vollständigen Ablehnung und Verwerfung des Defizit-Modells führen. Von einem generellen altersbedingten Abbau der Fertigkeiten und Fähigkeiten wird in der heutigen

⁸⁴ Vgl. ebd. S. 123f.

Literatur nicht mehr gesprochen. Dennoch bestehen in unserer Gesellschaft nach wie vor gewisse Vorurteile über Altersstereotypen, welche ihren Ursprung in diesem Modell haben.⁸⁵

Nach ROSENMAYR haben sich in der Intelligenzforschung drei Einsichten als allgemeingültig durchgesetzt:

1. Intelligenz ist ein Bündel von Leistungs- und Dispositionskomponenten zu betrachten, welches sich aus heterogenen Elementen zusammensetzt.
2. Die einzelnen Elemente dieses Bündels erfahren im Laufe der Zeit Veränderung verschiedenster Art und Weise und altern unterschiedlich
3. Das Kompensationsrepertoire ist individuell sehr verschieden

Es wird zwischen der kristallisierten oder pragmatischen Intelligenz oder der flüssigen oder mechanischen Intelligenz unterschieden. Die kristallisierte oder pragmatische Intelligenz beschreibt Fähigkeiten des Wortschatzes, der Ausdrucksfähigkeit und Gesamtbeurteilung. Die flüssige oder mechanische Intelligenz zeigt sich in der Erfassung von formalisierten Lösungsmöglichkeiten bei hohen Reaktionsgeschwindigkeiten. Diese Form der Intelligenz wird mit zunehmendem Alter schwächer, die kristallisierte oder pragmatische Intelligenz bleibt stärker erhalten.⁸⁶

3.7.4 Kognitive Alternstheorie

„Die kognitive Theorie der Anpassung an das Alter nach THOMAE (1970) sieht die kognitive Repräsentationen von Situationen (BALDWIN 1969) als die entscheidenden vermittelnden Prozesse zwischen der äußeren Situation und dem darauf bezogenen Verhalten an. Sie ist eine Anwendung einer allgemeinen Theorie des Verhaltens und der Persönlichkeit (THOMAE 1996).“⁸⁷

⁸⁵ Vgl. Brünner (1997). S. 24f.

⁸⁶ Vgl. Rosenmayr, Leopold : Berufliche Arbeit in einer neuen Charta des Lebenslaufs. In: Rosenmayr, Leopold/ Böhmer, Franz [Hrsg.]: Hoffnung Alter. Forschung, Theorie, Praxis. WUV Universitätsverlag. Wien. 2003. S. 154

⁸⁷ Lehr (2000). S. 69

Die kognitive Alternstheorie beschreibt, wieso es nicht *das* Altern gibt, sondern jeder Mensch seinen eigenen, individuellen Verlauf des Alterns hat.

THOMAE hält die Theorie in drei Postulaten fest:

1. Eine Verhaltensänderung des Individuums durch eine objektiv vorhandene Veränderung der Umwelt kann nur dann herbeigeführt werden, wenn das Individuum diese Veränderung auch wahrnimmt.
2. Die Wahrnehmung dieser Veränderung wird vom Individuum durch die Bedürfnisse und Erwartungen der betreffenden Person beeinflusst. Individuen möchten zumeist den gesellschaftlichen Normen entsprechen, daher übernehmen sie oftmals die vorherrschenden Stereotypen zum Thema Alter und binden diese in die Wahrnehmung des eigenen Alternsprozesses. Als Folge kann eine negative Einstellung zum eigenen Altern entstehen.
3. Eine Anpassung ans Altern ist nur möglich, wenn ein Gleichgewicht zwischen der kognitiven Struktur des Alternden und seinen Bedürfnissen besteht. Personen, die dieses Gleichgewicht verlassen oder gar nie erreichen, können niemals glücklich altern.

In Folge kann es kein ideales oder normales Altern geben, sondern es existieren viele individuelle Wege, die zum erfolgreichen Altern führen.⁸⁸

Die Theorie von THOMAE befasst sich mit alltäglichen Erfahrungen, denen zufolge Auswahl und die Formung von Anpassungsprozessen auf unterschiedlichen Bewusstseinssebenen ablaufen können.⁸⁹

3.7.5 Thesen des erfolgreichen Alterns

Baltes/Baltes gehen bei der Definition des erfolgreichen Alterns von folgenden sechs Thesen aus:

⁸⁸ Vgl. Brünner (1997), S. 31

⁸⁹ Vgl. Lehr (2000), S. 69

1. *Es ist nützlich, zwischen normalem, optimalem und krankem Alter zu unterscheiden.* Dies meint, dass normales Altern ohne biologische und mentale Krankheiten abläuft, optimales Altern unter entwicklungs- und altersfreundlichen Bedingungen passiert und damit eine Art Utopie darstellt und krankes Altern durch Krankheitsprozesse geprägt wird, wobei sich die Formen des Alterns nicht eindeutig voneinander unterscheiden lassen.

2. *Es gilt eine große Variabilität, eine beträchtliche Verschiedenartigkeit des Alterns zu berücksichtigen.* Für die sozialen, körperlichen, behavioralen und mentalen Alternsprozesse werden drei Quellen vermutet: Erstens Unterschiede in kumulativ ablaufenden Anlage- und Umweltbedingungen, zweitens die individuelle Gestaltung des Lebensverlaufs und drittens eine vergrößerte Variabilität, da das normale Altern durch viele Krankheitsbilder überlagert werden kann.

3. *Es gibt die Tatsache einer beträchtlichen individuellen Plastizität und Kapazitätsreserve.* Die Intelligenz und Gedächtnisleistungen älterer Menschen sind noch deutlich steigerbar, da sie über eine beträchtliche mentale Kapazitätsreserve verfügen.

4. *Trotz einer beträchtlichen Plastizität oder Kapazitätsreserve gibt es altersbedingte Grenzen der Reserve.* Dies meint, dass selbst bei intensivem Training deutliche Unterschiede zwischen jungen und alten Menschen bestehen bleiben.

5. *Die zentrale Lebensproblematik des Alterns besteht in der Bewältigung der zunehmend negativen Bilanzierung des Verhältnisses zwischen Entwicklungsgewinnen und –verlusten.*

6. *Das Selbstbild bleibt auch im Alter stabil.* Der Mensch passt sein Selbst an die Umweltgegebenheiten an. Da Menschen über ein multiples Selbstbild verfügen, ändert sich das durchschnittliche Selbstbild und Lebensgefühl im Alter verglichen mit früheren Lebensphasen nicht.⁹⁰

⁹⁰ BALTES/BALTES (1989) zitiert nach Backes/ Clemens (1998). S. 169

4 MEDIENNUTZUNG DER SENIOR/INNEN

4.1 Der Mediennutzertyp der SeniorInnen

Sylvia Feuerstein charakterisiert in ihrem Aufsatz verschiedene Mediennutzertypen: Junge Wilde, Zielstrebige Trendsetter, Unauffällige, Berufsorientierte, Aktiv Familienorientierte, Moderne Kulturorientierte, Häusliche, Vielseitig Interessierte, Kulturorientierte Traditionelle und Zurückgezogene.

Dem Thema dieser Arbeit entsprechend, wird an dieser Stelle auf jene Mediennutzertypen eingegangen, deren Altersgruppe die SeniorInnen angehören.

Häusliche

Das zentrale Lebensziel dieser Gruppe sind harmonische und gesicherte Verhältnisse. Sie leben nach wertkonservativen Vorstellungen wie ein klares Rollen- und Geschlechterbild, Sparsamkeit, Pflichterfüllung und Heimatverbundenheit. Sie wissen ihre vertrauten Lebensumstände zu schätzen und sehen keinen Bedarf diese zu ändern. Sie lieben es, ihr Heim zu pflegen und zu erhalten. Die Häuslichen pflegen einen engen und überschaubaren Freundes- und Bekanntenkreis. Ausflüge und Unternehmungen werden bevorzugt in näherer Umgebung gemacht, da exotische Reiseziele diese Personengruppe überfordern würden und zu kostspielig wären. Radio und Fernsehen werden von den Häuslichen überdurchschnittlich lang genutzt. Die Medien sind fixer Begleiter und das Fenster zur Welt. Interesse besteht für Themen, die das eigene Leben betreffen. Zweckmäßigkeit und der Preis sind wichtige Faktoren für den Konsum dieser Mediennutzertypen. Der Altersschwerpunkt dieser Gruppe liegt zwischen 50 und 70 Plus Jahren, bei einem etwas höheren Frauenanteil. Das Bildungsniveau liegt hauptsächlich beim Hauptschulabschluss mit abgeschlossener Lehre und weiterführender Schule. Diese Personengruppe verfügt über ein mittleres Einkommensniveau und ist zur Hälfte noch erwerbstätig.

Vielseitig Interessierte

Die vielseitig Interessierten sind aktive und erlebnishungrige Ältere. Eine agile, vitale Konstitution und gesicherte ökonomische Verhältnisse ermöglichen diesem Mediennutzertyp eine aktive Teilnahme am gesellschaftlichen und kulturellen Leben. Konzerte, Ausstellungen, Städte- und Bildungsreisen und Wanderurlaube sind besonders beliebt. Vielseitig Interessierte betreiben Sport, um sich fit zu halten und haben ein breites Interessenspektrum und nutzen neben Radio und Fernsehen auch das Internet. Der Altersschwerpunkt dieser Nutzergruppe liegt ab 60 Jahren, bei einem deutlich erhöhten Frauenanteil. Die Bildung liegt bei eher unterem und mittlerem Niveau, häufig Hauptschule mit abgeschlossener Lehre. Diese Personengruppe verfügt über ein mittleres Einkommensniveau und besteht zu zwei Drittel aus Rentnern.

Kulturorientierte Traditionelle

Die Gruppe der Kulturorientierten Traditionellen repräsentieren teilweise das Bildungsbürgertum. Nach einem erfolgreichen Berufsleben geht diese Gruppe im Ruhestand meist noch einem gemeinnützigen Engagement nach. Kulturorientierte Traditionelle vertreten konservative Werte und bevorzugen die Gesellschaft in ihren Kreisen. Sie sind Anhänger der Hochkultur und sind regelmäßige Besucher von Opern-, Ballettaufführungen und unternehmen gerne Reisen in Kulturstädte. Sie nutzen Medien bewusst und selektiv, wobei ihre Wahl oft auf öffentlich-rechtliche Medienangebote fällt. Der Altersschwerpunkt der Kulturorientierte Traditionellen liegt zwischen 60 Jahren und 70 Jahren plus, wobei dieser Personengruppe mehr Frauen als Männer angehören und einen hohen Akademiker-Anteil aufweist. Finanziell liegen Angehörige dieser Gruppe auf einem mittleren bis hohen Einkommensniveau. Mitglieder der Kulturorientierte Traditionellen leben hauptsächlich zu zweit und befinden sich überwiegend im Ruhestand.

Zurückgezogene

Zurückgezogene repräsentieren den ältesten Mediennutzertyp. Sie stehen für die Kriegs- und Nachkriegsgeneration unserer Gesellschaft, deren Vergangenheit durch viele Entbehrungen und einem arbeitsamen Leben geprägt ist. Zurückgezogene schätzen traditionelle Werte wie Bescheidenheit, Ehrlichkeit, Moral und Pflichterfüllung. Sie sind in ihren finanziellen Möglichkeiten sehr eingeschränkt,

weshalb ihre Aktivitäten auf das vertraute nähere Umfeld beschränkt. Medien, vor allem Radio und Fernsehen, sind für diese Gruppe sehr wichtig, da diese Personen darin Trost und Geborgenheit finden und ihnen bei der Kompensation des Alleinseins hilft. Entsprechend ihrer reduzierten Lebensweise, halten sich auch die Interessen in Grenzen, die sich auf ihren unmittelbaren Alltag beschränken. Der Altersschwerpunkt der Zurückgezogenen liegt bei 60 Jahren und älter, wobei auch hier mehr Frauen als Männer vertreten sind. Zurückgezogene haben einen eher niedrigen Bildungsabschluss, häufig Hauptschulabschluss mit nicht abgeschlossener Lehre, und verfügt daher über kleine bis mittlere Einkommen. Unter den Zurückgezogenen befindet sich ein relativ hoher Anteil an Alleinlebenden, vorwiegend Rentner.⁹¹

4.2 Ältere im neuen Medium

Das neue Medium Internet bietet Älteren vollkommen neue Anschlussgelegenheiten. Die Möglichkeit der virtuellen Vernetzung eröffnet den von Vereinsamung bedrohten älteren Menschen neue Kontakt- und Kommunikationsmöglichkeiten. Im Jahr 2000 waren bereits 25 Mio. User in Deutschland an das Netz angeschlossen, wobei Ältere dabei deutlich unterrepräsentiert waren. Von den 28% aller Deutschen, die online waren, waren aber nur 7% Ältere ab 60 Jahren, welche über einen Internetzugang verfügten. Erst die Kombination von Engagement, Bildung und Vernetzung im Internet schafft die Grundlage für den Aufbau einer modernen Alteninfrastruktur. Vielen älteren Menschen fehlen zur richtigen Nutzung jedoch die nötigen System- und Netzwerkkompetenzen. In den nächsten Jahren wird sich der Anteil der älteren Internetnutzer jedoch merkbar vergrößern, denn die Jungen Alten werden bereits im Beruf mit dem Computer in Kontakt kommen und auch im Ruhestand das Internet weiter verwenden. Momentan verfügt nur jeder fünfte 65- bis 70-Jährige und jeder Zehnte der über 70-Jährigen über einen Computerzugang. Der Erwerb von Medienkompetenzen, die über die einfache Nutzung der Mailfunktion hinaus gehen, ist generations- und altersabhängig.⁹²

Das Internet dient älteren Frauen als Möglichkeit, an gesellschaftlichen Entwicklungen – unabhängig von Zeit und Raum – teilzunehmen. Dazu ist nicht

⁹¹ Vgl. Feuerstein, Sylvia: Zur Grundcharakteristik der einzelnen MedienNutzerTypen. In: Oehmichen, Ekkehardt/ Ridder, Christa-Maria (Hrsg): Die MedienNutzerTypologie 2.0. Aktualisierung und Weiterentwicklung des Analyseinstruments. Nomos Verlagsgesellschaft. Baden-Baden. 2010. S. 40-45

⁹² Vgl. Kade (2009). S. 148f.

einmal eine reale Anwesenheit vonnöten, lässt sie an neuen Informationszugängen und Bildungsmöglichkeiten partizipieren. Sie nutzen diese Quelle, um sich Gesundheitstipps aus dem Internet zu holen, Zeitungen online zu lesen, sich Veranstaltungstipps zu holen.⁹³ *„Der Internetzugang wird im Wesentlichen mit der Frage des Selbstbewusstseins 'nicht von gestern zu sein' und 'über diese neuen technischen Entwicklungen mitreden zu können' in Verbindung gebracht.“*⁹⁴

4.3 Onlinenutzung und Geschlecht

4.3.1 Technik und Geschlecht

Der Zugang zum Internet unterliegt einem Gender-gap, wobei der Frauenanteil im Netz verschiedenen Studien zufolge zwischen 10 und 20 Prozent beträgt.⁹⁵

Dieser geringe Frauenanteil wird von wissenschaftlicher Seite mit einem technologischen Gender-gap erklärt. Die Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit passiert durch Technik selbst, und zwar schon bei der Konstruktion von Hard- und Software. Während Frauen eine Technologie-Feindlichkeit zugeschrieben wird, gelten Computer und die Programmierung derer als Männersache.⁹⁶ Hinzu kommt, dass die Sozialisation im Umgang mit neuen Technologien keineswegs geschlechtsneutral erfolgt. Frauen und Mädchen finden bei der Aneignung neuer Technologien weniger Unterstützung und weniger weibliche Vorbilder vor.⁹⁷ Auch ökonomische und temporäre Gründe liegen dem erschwerten Zugang zu Netzkommunikation zugrunde. Die Anschaffungs- und Betriebskosten von Geräten stellen für Frauen aufgrund ihres geringeren Einkommens eine größere finanzielle Belastung dar als für Männer. In der Mehrheit der Fälle ist der Zugang zu Netzwerkkommunikation beruflich bedingt und geht mit einer höheren beruflichen Position einher, in denen Frauen noch immer unterrepräsentiert sind. Außerdem erlaubt die Mehrfachbelastung von Frauen keine spielerische Aneignung von Netzkommunikation.⁹⁸

⁹³ Vgl. Voglmayr, Irmtraud: Das Internet als Fenster zur Welt. Ältere Frauen in der neuen Technokultur. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2002. S. 367

⁹⁴ VOGLMAYR 2000 zitiert nach Dorer/Geiger (2002). S. 367

⁹⁵ SHADE 1993, TROUNG 1993, SPENNEMANN 1995 zitiert nach Dorer (1997). S. 20

⁹⁶ FRISSEN 1994, TROUNG, 1993, KRAMARAE, 1995 zitiert nach Dorer (1997). S. 20

⁹⁷ SPERTUS 1991, TROUNG, 1993, SPENDER 1995 zitiert nach Dorer (1997). S. 20

⁹⁸ TROUNG 1993 zitiert nach Dorer (1997). S. 20f.

Häufig nutzen SeniorInnen die Unterhaltungs- und Informationsmedien. Personen, welche ein Mindestalter von 50 Jahren aufweisen, verbringen etwa die Hälfte ihrer durchschnittlichen Wachzeit von 15 Stunden mit der Nutzung von elektronischen Medien und Printmedien.⁹⁹

4.3.2 Internet und Geschlecht

Einen differenzierteren Einblick in die Internetnutzungsgewohnheiten von Frauen und Männern geben Gaspar/Birner (2013). Trotz zahlreicher Stereotypen sind Rollenverteilungen von Männern und Frauen im Wandel begriffen. Dieser Wandel zeigt sich unter anderem auch in der Mediennutzung. Ein Unterschied lässt sich bei der jungen Generation gar nicht mehr feststellen und auch in der älteren Generation werden die Unterschiede zunehmend weniger. Während das Internet in den 90er Jahren noch ein männlich konnotiertes Medium war, stellt sich zunehmen die Frage, ob das Internet zu einem androgynen Medium wird, indem die Etikettierungen „männlich“ und „weiblich“ verschmelzen. Das Internet hat sich über alle Geschlechter,- Bildung,- Altersbarrieren durchgesetzt und konnte in den letzten Jahren einen Zuwachs im älteren Bevölkerungssegment verzeichnen. Trotzdem sind bei ab 60-jährigen Männern mit 56% die aktiveren Nutzer. Frauen sind nur zu 38% online. 70-Jährige und Ältere verfügen selten über einen Zugang zum Internet. Davon verwenden Männer zu 20% und Frauen nur zu 8% das Internet. In punkto Nutzungsdauer zeigt sich ein anderes Bild. Frauen zwischen 50 und 64 Jahren erreichen eine monatliche Nutzungsdauer von 11,5 Stunden, Männer 10,25 Stunden. Frauen surfen länger und öfter im Internet. Erst Männer über 65 Jahre liegen mit einer monatlichen Nutzungsdauer von 7,25 Stunden vor den Frauen mit 5,75 Stunden. Ein Blick auf die präferierten Inhalte zeigt, dass Frauen und Männer unterschiedlichen Interessen nachgehen. Frauen rufen öfter Online-Shops von Modehäusern auf, Männer sich auf technische Webseiten konzentrieren. Weiters nutzen Frauen Communities, soziale Netzwerke und betreiben ausführlicheren Austausch mit anderen als Männer dies tun. Sie verwenden das Internet für Karrierezwecke zum Netzwerken.¹⁰⁰

⁹⁹ Vgl. Gleich, Uli: Über 50jährige als Zielgruppe für Marketing und Werbung. In: Media Perspektiven 6/99. S. 304.

¹⁰⁰ Vgl. Gaspar, Claudia/Birner, Katrin: Das androgyne Internet? Die Onlinenutzung von Frauen (und Männern). In: Kampmann, Birgit/ Keller, Bernhard/ Knippelmeyer, Michael/ Wagner, Frank (Hrsg.): Die Frauen und das Netz. Angebote und Nutzung aus Genderperspektive. Springer Fachmedien. Wiesbaden. 2013. S. 19ff.

Kramarae (1995), Kramarae/Taylor (1993), Turkle (1995), Frissen (1994) zitiert nach Dorer (1997) zeigen, dass Männer einen intensiveren und spielerischeren Umgang mit neuen Technologien pflegen als Frauen. Frauen nutzen vor allem den E-Mail-Dienst sowie Informationsangebote und verwenden weniger Zeit für zielloses Surfen. Begründet wurde diese geschlechtsspezifische Nutzung bislang mit Zeitknappheit und Effizienz, wobei diese Argumentation dahingehend untersucht werden müsste, ob eine objektive Zeitknappheit vorliegt oder diese subjektiv empfunden wird und ob Zeitknappheit das geschlechtsspezifische Netzverhalten steuert.

Es ist festzustellen, dass Jungen und Männer sich ihre Computerkenntnisse eher autodidaktisch aneignen, als Mädchen und Frauen dies tun.¹⁰¹ Andere Studien zeigen eine pragmatischere, mehr aufgabenorientierte, mehr funktionsorientierte und mehr zweckbezogene Computernutzung der Frauen und Mädchen. Dies meint eine begründete Nutzung des Computers. Die KIM-Studie aus dem Jahr 2005 belegt, dass Buben mehr Zeit am Computer verbringen als ihre Kolleginnen.¹⁰²

Wenn es um Technik- bzw. Internetkompetenz geht, zeigen Studien ein geringer ausgeprägtes Selbstbewusstsein bei Frauen. Sie trauen sich oft nicht, Technologien zu benutzen, aus Angst, diese nicht beherrschen zu können. Im Gegensatz dazu trauen sich Männer in diesen Belangen mehr zu. Es macht sich bei den Frauen eine ambivalente, oftmals sogar kritische und distanzierte Haltung bemerkbar. Frauen neigen dazu, Technologien als männlich zu konnotieren. Technologien, die jedoch in Verbindung mit Hausarbeit stehen, sind ausgenommen. Tatsächlich beweisen beide Geschlechter gleiche technische Kompetenz und sind beide gleichermaßen überfordert, wenn es um die Behebung von Problemen im technischen Sektor geht. Frauen begeben sich in eine passive Rolle. Dies steht im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Konstruktion der Geschlechterrollen. Technik steht im Gegensatz zum traditionellen Verständnis von Weiblichkeit. Obwohl die Frau über die gleichen Fähigkeiten verfügt, wird der Mann zurate gezogen. Diese können dadurch ihre Männlichkeit demonstrieren.¹⁰³

¹⁰¹ FEIERABEND/KLINGLER (2000) zitiert nach Tigges (2008). S. 73

¹⁰² Mpfs (2006) zitiert nach Tigges (2008). S. 74

¹⁰³ Vgl. Ahrens, Julia: Going Online, Going Gender. Alltagspraktiken rund um das Internet in Deutschland und Australien. Transcript Verlag. Bielefeld. 2009. S. 67ff.

4.4 Struktur der Internet-User nach Austrian Internet Monitor (AIM)

Die Medienforschung des ORF erstellt regelmäßige Studien zur Mediennutzung in Österreich. Die folgende Grafik zeigt die Struktur der Internet-User aus dem 2.Quartal 2012.

Strukturvergleich - 2. Quartal 2012			
Austrian Internet Monitor Angaben in %	Österr. Bevölkerung ab 14 Jahren	Internet- NutzerInnen gesamt	regelmäßige NutzerInnen ¹
BASIS in Tsd.	7.150	5.710	5.190
Geschlecht:			
Männer	49	53	54
Frauen	51	47	46
Alter:			
14-19 Jahre	9	10	11
20-29 Jahre	16	19	20
30-39 Jahre	17	20	20
40-49 Jahre	20	22	22
50-59 Jahre	15	15	14
60-69 Jahre	12	10	9
70 Jahre und älter	11	4	3
Schulbildung:			
ohne Matura	74	70	68
mit Matura	26	30	32
Berufliche Stellung:			
Leitend	8	10	10
Nicht leitend	26	31	31
Selbständig	7	8	9
(Fach-)Arbeiter	13	13	13
Hausfrau/-mann	3	3	3
Pensionist	26	16	14
Schüler/Student	10	12	13
Sonstiges ²	5	5	6
Quelle: AIM, Integral, 2. Quartal 2012; n = 2.500 Grundgesamtheit: ÖsterreicherInnen ab 14 Jahren ¹ nutzen Internet zumindest mehrmals pro Woche, ² Karenz, arbeitssuchend			
MEDIENFORSCHUNG ORF			

Abb.1 Struktur Internet-User 2012;

Quelle: ORF Mediaresearch; online

URL: http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/console.htm?y=5&z=1 (18.12.2012)

Aus der Abbildung ist abzulesen, dass 10% der 60-69-Jährigen das Internet nutzen, wovon 9% das Internet regelmäßig nutzen. Bei ab 70-Jährigen verwenden es von insgesamt 4% immerhin 3% regelmäßig.

5 MEDIENKOMPETENZ

5.1 Definition

Der Begriff der Medienkompetenz ist heute sehr geläufig und umfasst eine Reihe von Fähigkeiten im reflektierenden Umgang mit Medien. Leider ist der Begriff zu einem Modewort geworden, dessen Bedeutung oft nicht richtig erfasst wird. Ursprünglich stammt der Begriff aus der Linguistik und wurde in den siebziger Jahren von Dieter Baacke in die Pädagogik übernommen. Wichtig ist es hierbei festzuhalten, Medienkompetenz und Medienbildung differenziert zu betrachten. Medienbildung beschreibt den pädagogischen Akt, mit welchem der richtige Umgang mit einem Medium vermittelt werden soll. Medienkompetenz dagegen meint Bildung. Dies setzt jedoch voraus, dass jeder Mensch über Sprachkompetenz, Ausdruckskompetenz sowie Kommunikationskompetenz verfügt. Kompetenz ist angeboren, muss jedoch entwickelt werden. Wer diese Fähigkeiten nicht mitbringt, wird sich im Umgang mit Medien, speziell den neuen Medien, nicht zurechtfinden.¹⁰⁴

*Medienkompetenz (...) soll die Fähigkeiten begrifflich bündeln, die das Individuum innerhalb einer Medien- oder Informationsgesellschaft benötigt.*¹⁰⁵

Betrachtet man Medienkompetenz von einem pädagogischen Standpunkt, so ist Medienkompetenz eine Aktualisierung und Reduktion des Begriffs der kommunikativen Kompetenz. Medienkompetenz beschreibt die Verbindung des Subjekts zur medialen Kommunikation.

„Unter kommunikativer Kompetenz (...) ist die umfassende Fähigkeit der personalen Kommunikation zu verstehen, unabhängig von und in ihrer Vermittlung durch Medien. Darüber hinaus impliziert der Begriff der kommunikativen Kompetenz nicht allein die Fähigkeit, Kommunikate zu übertragen, sondern weitergehend die Kompetenz, an

¹⁰⁴ Vgl. Tangens, Rena und padeluun: Auf dem Weg zu einer Kommunikationsgesellschaft. In: Deutscher Bundestag (Hrsg): Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. ZV, Zeitungs-Verlag. Bonn. 1997. S. 154

¹⁰⁵ Schorb, Bernd: Vermittlung von Medienkompetenz als Aufgabe der Medienpädagogik. In: Deutscher Bundestag (Hrsg): Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. ZV, Zeitungs-Verlag. Bonn. 1997. S. 63

*gesellschaftlicher Kommunikation als politisch konstitutivem Element aktiv teilzuhaben.*¹⁰⁶

*„Ziel der Medienkompetenzvermittlung ist es, die Mediennutzer zu befähigen, sich im immer weiter wachsenden medialen Überangebot zurechtzufinden sowie die technischen Geräte bedienen zu können. Des Weiteren sollen die Mediennutzer in die Lage versetzt werden, mediale Inhalte zu bewerten und sich bewusst für oder gegen den Konsum bestimmter Medien oder medialer Inhalte entscheiden zu können. Das Medium wird aus medienpraktischer Perspektive als Werkzeug betrachtet, welches dazu dient, das alltägliche Handeln zu vereinfachen und Kommunikation in den technisch-medialen Bereich auszuweiten.“*¹⁰⁷

Medienkompetenz beschreibt kognitive Fähigkeiten, mithilfe derer die vermittelten Inhalte richtig verstanden und interpretiert werden. Speziell in der Handhabung der neuen Medien ist dies von wichtiger Bedeutung. Zeichnen sich diese Medien durch einen großen Anteil an Symbolen und Bildern aus. Vor allem das Internet stellt hier die Hauptquelle an fragwürdigen Offerten dar, welche besonders Heranwachsende beeinflussen können. Auch für die Kommunikation mit oder durch Medien müssen Kompetenzen erworben werden. Ist dies nicht der Fall, drohen diese Medien zwischenmenschliche Beziehungen zu verändern. Zuletzt beschäftigen wir uns auch emotional mit Medien. Grund dafür ist der Erlebnischarakter der Medien. Hier ist es relevant, einen gewissen Abstand zu den Medien zu wahren, um sie auch kreativ nutzen zu können. Es sind keineswegs ausschließlich Kinder, die den korrekten Umgang mit Medien erlernen sollten. Auch Erwachsene sind davon nicht ausgenommen. Demnach sollte jeder Medienkonsument Medien richtig bedienen können und auch die Funktionsweise dieser kennen.¹⁰⁸

Die Ausprägung der Medienkompetenz ist mit der kognitiven und sozialmoralischen Entwicklung, der Weltaneignung im Generellen und den alterstypischen Formen der Medienaneignung verknüpft. Jedes Alter hat seine zentralen Medien, Zugänge und

¹⁰⁶ Ebd. S. 63

¹⁰⁷ Kretschmer-Elser, Melanie: Kritische Reflexionen zur Medienkompetenz. Internationaler Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main. 2011. S. 9

¹⁰⁸ Vgl. Aufenanger, Stefan: Quo vadis Medienpädagogik? – Zum Verhältnis von Medienkompetenz und Jugendmedienschutz. In: Dörken-Kucharz, Thomas (Hrsg.): Medienkompetenz. Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes? Schriftenreihe „Jugendmedienschutz und Medienbildung“. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2008. S. 61ff.

Präferenzen sowie seine spezifischen Möglichkeiten, die Medien eigenständig zu gebrauchen und mit ihnen umzugehen und damit die Möglichkeit, Bestandteile von Medienkompetenz auszuprägen und weiter zu entwickeln. Medienkompetenz ist keine statische Fähigkeit, sondern wird fortlaufend im Sozialisations- und Entwicklungsprozess ausgeformt und durch den Medienumgang zusätzlich variiert. Medienkompetenz ist damit ein altersabhängiger und lebenslanger Prozess.¹⁰⁹

Bauer (1979) definiert Medienpädagogik im engeren und weiteren Sinn.

„Medienpädagogik ist in einem ENGEREN SINN die Hinführung zu Einsichten in die Strukturen und Funktionen der Massenmedien mit dem Ziel, die medialen Informations- und Kommunikationsleistungen an den subjektiven Kommunikationsbedürfnissen kritisch messen zu lernen und Sensibilität dafür zu entwickeln, in welchem Maße diese subjektiven Kommunikationsbedürfnisse selbst wieder Ableitungen aus medialen Kommunikationsangeboten darstellen. Diese Sensibilität soll dazu führen, die Informations- und Kommunikationsangebote ziel- und sinnkritisch und im Wissen der vorgeleisteten Selektionen wahrzunehmen und zu nutzen.“¹¹⁰

„Sie ist in einem WEITEREN SINN die Einübung in den kommunikatorischen Gebrauch der Individual- und Massen-Medien in den Rollen des Aussagerezipienten und des Aussageproduzenten auf interpersonaler und medialer Ebene mit dem Ziel, Einsichten und Verhaltensmuster zu erarbeiten, die als Grundlage kreativen, selbstverantworteten, verantwortungsbewußten und sinn-engagierten Verhaltens gewertet werden.“¹¹¹

5.2 Entstehung der Medienkompetenz

Der Begriff der Medienkompetenz entstand Ende der 1960er Jahre und hat seither einen Bedeutungswandel erfahren. Ursprünglich stand man Medien kritisch gegenüber. Mit der Entwicklung des Fernsehens entstanden medienkritische

¹⁰⁹ Vgl. Theunert, Helga: Jugendmedienschutz und Medienkompetenz: Kongruenz, Koexistenz, Konkurrenz In: Dörken-Kucharz (2008). S. 41f.

¹¹⁰ Bauer, Thomas A.: Medienpädagogik. Einführung und Grundlagen. Theorie – Diskussion: Der Kommunikationssinn. Verlag Hermann Böhlau. Graz. 1979. S. 38

¹¹¹ Ebd. S. 38

Theorien, welche die Rezipienten zu mitdenkenden Individuen erzogen werden, die in der Lage sind, eigenständig und emanzipiert von vorgegaukelten Wirklichkeiten zu handeln. Kinder und Jugendliche sollten nicht mehr nur passive Empfänger der Medieninhalte sein, sondern in aktiver Form am Mediengeschehen teilnehmen und sie für eigene Zwecke produktiv zu nutzen. Damit wurden Medien nicht mehr nur als Gefahr wahrgenommen, sondern es wurde auch erkannt, welches gestalterische und partizipative Potential in ihnen steckt, um aktiv am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben.¹¹²

Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht unterschiedlicher Definitionen von Medienkompetenz von verschiedenen Autoren:

Tabelle 6: Definitionsübersicht von Medienkompetenz

Aufenanger (1997)	Baacke (1998)	Groebe (2002)	Kübler (1999)	Tulodziecki (1998)
Kognitive Dimensionen	Medien-Kunde	Medienwissen/ Medialitätsbewusstsein	kognitive Fähigkeiten	Medienangebote sinnvoll auszuwählen und zu nutzen
Moralische Dimensionen	Medien-Kritik	Medienspezifische Rezeptionsmuster	analytische und evaluative Fähigkeiten	eigene Medienbeiträge zu gestalten und zu verbreiten
Soziale Dimensionen	Medien-Nutzung	Medienbezogene Genussfähigkeit	sozial reflexive Fähigkeiten	Mediengestaltungen zu verstehen und zu bewerten
Affektive Dimensionen	Medien-Gestaltung	Medienbezogene Kritikfähigkeit	Handlungsorientierte Fähigkeiten	Medieneinflüsse zu erkennen und aufzuarbeiten
Ästhetische Dimensionen		Selektion/ Kombination von Mediennutzung		Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung analysierend zu erfassen ...
Handlungs-Dimension		Partizipationsmuster		
		Anschluss-kommunikationen		

Quelle: Bauer (1979) S. 17

Die Tabelle zeigt, dass Baacke (1998) den komplexen Begriff der Medienkompetenz in vier Hauptfelder definiert, Aufenanger (1997) legt sechs Dimensionen fest, während Groebe (2002) sogar sieben Dimensionen dazu festsetzt. Es folgt Kübler (1999) mit vier definierten Fähigkeiten und Tulodziecki (1998) legt dazu fünf Aufgaben fest.

Im Folgenden soll die am meist verbreitete Definition nach Baacke näher erläutert werden.

¹¹² Vgl. Kretschmer-Elser (2011). S. 22

5.2.1 Definition der Medienkompetenz nach Baacke

Der deutsche Medienpädagoge Dieter Baacke übernimmt mit seiner Habilitationsschrift aus dem Jahr 1973 den Begriff der Medienkompetenz in die Pädagogik und beschreibt damit erstmals ein Konzept der Medienpädagogik.

Zunächst nennt Baacke die kommunikative Kompetenz als Voraussetzung für Medienkompetenz. Kommunikative Kompetenz stammt aus der Linguistik und wurde von Chomsky verwendet.

Nach Baacke meint Kompetenz mehr als nur die Fähigkeit, eine neue Technik handhaben zu können. Diese technisch-praktische Fähigkeit ist mit dem Vermögen der Menschen, sich über etwas Gedanken zu machen, zu kritisieren, verbunden.

Kompetenz ist beim Begriff der Medienkompetenz demnach in dreifacher Hinsicht von Bedeutung:

1. „Kommunikative Kompetenz“ ist die allgemeine Form, in welcher Menschen das soziale und gesellschaftliche Zusammenleben lernen und agieren. Diese Kompetenz beginnt mit dem Erlernen der Muttersprache, endet jedoch nicht beim Programmieren einer Software.
2. Diese „kommunikative Kompetenz“ ist allen von Geburt an gegeben. Sie muss dennoch gelernt, geübt und weiterentwickelt werden. Heute wird kommunikative Kompetenz neben der Grundsozialisation in der Familie, durch vielfältige Bildungseinrichtungen, durch Alltagserfahrungen und selbstsozialisatorische Prozesse gefördert.
3. Medienkompetenz ist Teil der kommunikativen Kompetenz und wendet sich dem elektronisch-technischen Umgang mit Medien aller Art im Besonderen zu, deren Nutzung ebenfalls gelernt, geübt und gefördert werden muss.¹¹³

¹¹³ Vgl. Baacke, Dieter: Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz (1998), online. URL: <http://www.bpbm.bund.de/bpbm/redaktion/PDF-Anlagen/baacke-medienkompetenz.property=pdf,bereich=bpbm,sprache=de.rwb=true.pdf> (05.01.2013)

5.2.2 Operationalisierung nach Baacke

Dieter Baacke unterteilt den Begriff der Medienkompetenz in vier Dimensionen:

1. Dimension: Medienkritik

Medienkritik zielt darauf ab, vorhandenes Wissen und Erfahrungen immer wieder reflektierend in dreifacher Weise einzuholen:

- a) Analytisch sollen problematische gesellschaftliche Prozesse in angemessener Weise erfasst werden. Es soll ein Hintergrundwissen vorhanden sein, das *„(...) Medienentwicklungen nicht kritiklos hinnimmt, sondern unterscheidend anwendet, um die eigene Medienkompetenz angemessen einsetzen zu können.“*¹¹⁴
- b) Reflexiv soll das analytische und sonstige Wissen auf sich selbst und auf sein Handeln vom Menschen bezogen und angewendet werden können.

Analytische und reflexive Fähigkeit umfassen als dritte Dimension

- c) Ethisches Betroffensein. Dies meint analytisches Denken und reflexiven Rückbezug als sozialverantwortet abzustimmen und zu definieren.

2. Dimension: Medienkunde

Diese Dimension meint ausschließlich das Wissen über heutige Medien und Mediensysteme. Dabei kann in zwei Unterdimensionen differenziert werden:

- a) Informative Unterdimension meint klassische Wissensbestände.
- b) Instrumentell-qualifikatorische Unterdimension meint dazu ergänzend die Fähigkeit, die neuen Geräte bedienen zu können.¹¹⁵

¹¹⁴ Ebd. S. 2

¹¹⁵ Vgl. ebd. S. 3

3. Dimension: Mediennutzung

Auch hier wird wieder in doppelter Weise unterschieden:

- a) Rezeptiv-anwendende Unterdimension: Damit ist eine Programm-Nutzungskompetenz gemeint. *„Auch Fernsehen ist eine Tätigkeit, weil das Gesehene verarbeitet werden muss (...)“*.¹¹⁶
- b) Aufforderndes Anbieten, interaktives Handeln: Hier steht das Handeln des Rezipienten im Fokus, interaktiv tätig zu sein.

4. Dimension: Mediengestaltung

Medien sind ständig in Veränderung. Sowohl in technischer als auch in inhaltlicher Hinsicht. Auch hierbei kann in zwei Unterdimensionen unterschieden werden:

- a) Die innovative Unterdimension meint *„Veränderungen, Weiterentwicklung des Mediensystems innerhalb der angelegten Logik“*.¹¹⁷
- b) Die kreative Unterdimension betont *„ästhetische Varianten, das Über-die-Grenzen-der-Kommunikationsroutine-Gehen, neue Gestaltungs- und Thematisierungsdimensionen“*.¹¹⁸

Zu dieser Dimension fügt Baacke außerdem die Partizipationskompetenz hinzu. Damit Medienkompetenz nicht subjektiv-individualistisch verkürzt wird, muss der Diskurs der Informationsgesellschaft fokussiert werden. *„Ein solcher Diskurs würde alle wirtschaftlichen, technischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ästhetischen Probleme umfassen, um so die Medienkompetenz weiter zu entwickeln und integrativ auf das gesellschaftliche Leben zu beziehen.“*¹¹⁹

Es ist wünschenswert, dass der Begriff der Medienkompetenz soweit entwickelt wird, dass „das Individuum bereits und in der Lage ist, in Medienzusammenhängen sachgerecht, selbstbestimmt, kreativ und sozial verantwortlich zu handeln (...)“¹²⁰

¹¹⁶ Ebd. S. 3

¹¹⁷ Ebd. S. 3

¹¹⁸ Ebd. S. 3

¹¹⁹ Ebd. S. 3

¹²⁰ Vgl. Tulodziecki, Gerhard: Zur Entstehung und Entwicklung zentraler Begriffe bei der pädagogischen Auseinandersetzung mit Medien. In: Moser, Heinz/ Grell, Petra/ Niesyto, Horst (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik. Kopaed. München. 2011. S. 23

Medienkompetenz beschäftigt seit einigen Jahren die medienpädagogische Diskussion. Er beinhaltet vor allem beim Thema Computer die Bereiche Medienkritik, was eine kritische Aufklärung über Medien und deren Wirkung meint und die informationstechnische Grundbildung. Dies meint die Einführung in Nutzung der Computertechnik. Bei „Kompetenz“ handelt es sich also um mehr als die bloße Handhabung der Technik. Es lassen sich folgende Kompetenzen unterscheiden:

- die tägliche Medienkompetenz der Nutzer, also eine technische und inhaltliche Kompetenz
- die Kompetenz der Medienmacher
- die Kompetenz der Medienpädagogen

Wenn Baacke Medienkompetenz als die Fähigkeit beschreibt, alle Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire des Menschen einzusetzen, dann klingt das sehr medienorientiert. Hoffmann hält hier lieber am Begriff der „kommunikativen Kompetenz“ fest. Er beschreibt das Ziel von Medienkompetenz als kommunikative Kompetenz als Analyse und Befähigung zu sozialer Kommunikation unter anderem mit Medien.¹²¹

„Medienkompetenz setzt kommunikative Kompetenz voraus: Kompetent ist, wer gesprächs- und handlungsfähig ist und beides reflexiv aufeinander beziehen kann. Medienkompetenz ist kommunikative Kompetenz auch mit und gegenüber Medien, Selbstbestimmung und soziale Verantwortung im Umgang mit Medien.“¹²²

Je nach Ansatz wird Medienkompetenz in verschiedene Teilaspekte zerlegt. Folgende Teilaspekte sind von Relevanz:

- **Personaler Bezug:** Mündigkeit gegenüber Medien bedeutet, Medienprodukte und ihre Funktion in gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen zu durchschauen. Diese Kompetenz sollte das Individuum auch auf sein eigenes Handeln und auf soziale Normen beziehen können. Zudem bedeutet es, Medientechniken und –entwicklungen und –systeme verstehen lernen. Nur auf dieser Basis sind fundierte und differenzierte Urteile und aktive Teilnahme möglich.

¹²¹ Vgl. Hoffmann, Bernward: Medienpädagogik. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Verlag Ferdinand Schöningh. Paderborn. 2003. S. 31

¹²² Ebd. S. 34

- **Sozialer Bezug:** Im personalen Bezug und im gesellschaftlichen Rahmen darf Medienkompetenz nicht subjektiv-individualistisch verkürzt werden. Auch der Diskurs über wirtschaftliche, technische, soziale, kulturelle und ästhetische Aspekte gehört zu dieser wichtigen Kompetenz.

- **Nutzungsaspekt – rezeptiv:** Gemeint ist hier eine angemessene und kritische Rezeptionsfähigkeit und interaktive Kompetenz. Medien sind für Menschen ein wichtiges soziales Referenzsystem dar. Sie erfassen und verstehen damit die Welt. Um sich in der Vielfalt der Angebote zurechtzufinden, ist ein selbstständiges Zugehen auf die Medienangebote nötig. Dazu zählt weiters, mit den Angeboten emotional und sozial verantwortlich umgehen zu können.

- **Handlungsaspekt – gestalterisch aktiv:** Gemeint ist damit das Hinausgehen über die passive Rolle des Konsumenten. Der Konsument soll handelnd eingreifen und Medien als Werkzeuge für eigene und soziale Interessen nutzen können. Kompetenz schließt hier das Begreifen durch eigenes Tun, Kreativität zu ästhetischer Gestaltung und zur Herstellung von „Gegen“-Öffentlichkeit mit ein.¹²³

5.3 Aufgabenfelder der Medienkompetenz

Aufenanger definiert in seinem Aufsatz verschiedene Aufgabenbereiche der Medienkompetenz:

Medienkompetenz als Bildungsaufgabe

Als wesentlichste Bedingung für die konstruktive Auseinandersetzung mit medientechnologischen Herausforderungen führt Aufenanger selbstbestimmtes und kompetentes Handeln an. Um sich jedoch auch kritisch damit auseinandersetzen zu können, ist die reflexive Stellungnahme zu gesellschaftlichen Entwicklungen und zu sich selbst von Bedeutung. Der Autor vertritt die Ansicht, dass der Begriff der Medienkompetenz durch den Begriff der Medienbildung ersetzt werden sollte. Medienbildung umfasst auch die Medienkompetenz, erweitert diese aber um die Möglichkeit, sich reflexiv zu den Medien zu verhalten. Eine gelungene Medienbildung

¹²³ Vgl. Hoffmann (2003). S. 33

beinhaltet somit den kompetenten Umgang mit den Medien, die Reflexion über diese und die Fähigkeit, sich auf unbekannte Mediensituationen angemessen einstellen zu können. Eine wichtige Aufgabe des Bildungssystems ist es demnach, zu ermöglichen, dass alle die Möglichkeit bekommen, Zugang zu den neuen Medien zu haben und an den vielfältigen Möglichkeiten der Medienkompetenz teilzuhaben.¹²⁴

Medienkompetenz als intergenerationelle Aufgabe

Medienkompetenz als intergenerationelle Aufgabe bedeutet, die Medienkompetenz der Kinder und Erwachsenen zu verbinden. Durch die Tatsache, dass Kinder heute in einer Mediengesellschaft aufwachsen, sind Kinder in bestimmten Bereichen kompetenter als Erwachsene. Hauptsächlich geht es darum, zu erkennen, dass jede Generation ihre Stärken und Schwächen im Umgang mit Medien hat und sie gegenseitig zu ergänzen. Das bedeutet, dass Erwachsene sich von Kindern und Jugendlichen im Umgang mit Medien leiten lassen sollten, ohne davor zurückzuschrecken, diese Schwächen auch zuzugeben. So gesehen soll Medienkompetenz als eine intergenerationelle Aufgabe, also eine Aufgabe über Generationen hinweg, betrachtet werden, welche sich am gemeinsamen Lernen orientiert.¹²⁵

Medienkompetenz als gesellschaftliche Aufgabe

Wie schon erwähnt, soll allen Menschen einer Gesellschaft die Möglichkeit geboten werden, Zugang zu den neuen Medien zu haben. Statistiken zeigen jedoch die Gefahr einer gesellschaftlichen Kluft in jene, die es verstehen, mit den neuen Medien umzugehen und jene, denen das Probleme bereitet. Es zeigt sich, dass Kinder und Jugendliche aus niederen sozialen Schichten kaum über die nötige Medienausstattung und Kompetenzen des Medienumgangs verfügen. Daher ist es die Aufgabe der Gesellschaft, in allen Bildungs- und öffentlichen Einrichtungen eine entsprechende mediale Infrastruktur bereitzustellen, um auch dieser gesellschaftlichen Schicht den Zugang möglich zu machen. Neben Kindergärten und Schulen sollten auch Bibliotheken und Altenheime ausgestattet werden.¹²⁶

¹²⁴ Vgl. Aufenanger in Dörken-Kucharz (2008). S. 63f.

¹²⁵ Vgl. ebd. S. 64f.

¹²⁶ Vgl. ebd. S. 65

Medienkompetenz als interkulturelle Aufgabe

Die oben erklärte gesellschaftliche Aufgabe der Medienkompetenz darf jedoch keinesfalls auf eine Kultur beschränkt sein, sondern muss alle Kulturen und Gesellschaften der Welt mit einbeziehen.

5.4 Medienpädagogische Aspekte des Internet

Die Informationsgesellschaft produziert und speichert eine unglaubliche Menge an Informationen. Gespeichert werden sie in einem globalen Gedächtnis und macht sie damit auf vielfältige Weise nutzbar: durch elektronische Datenverarbeitung und die weltweite Vernetzung der Computer. Diese Informationen sind den Nutzern rund um den Globus verfügbar, die geteilt und ausgetauscht werden können. Über die Jahrzehnte seit der Entwicklung hat sich im Internet eine Tradition des freien Austauschs von Informationen und geistigen Erzeugnissen etabliert, die in einem Prozess gegenseitigen Gebens und Nehmens die freie Nutzung von Programmen, Datenbanken, Diskussionsforen ermöglicht.

Das World Wide Web (WWW) ermöglicht nun auch dem Laien einen Zugang zum Internet. Es können jetzt Informationen nicht nur abgerufen, sondern auch angeboten werden. Diese große Freizügigkeit des Internet wird natürlich auch missbraucht. Sei es von extremen Gruppen, von Anbietern von Pornographie, von Kriminellen. Dies darf jedoch nicht dem Medium Internet angelastet werden. Junge Menschen müssen zu einer verantwortungsvollen und kritischen Mediennutzung erzogen werden, eine Aufgabe, die sowohl Eltern als auch Lehrer mit einbezieht.

Wir sind heute noch weit davon entfernt, das Internet und seine Möglichkeiten sinnvoll zu nutzen und müssen lernen, uns in verwirrenden Fällen zurechtzufinden. Dazu gehört, die Fülle von Informationen durchschaubar zu machen. Dies kann auf zweierlei Weg erreicht werden:

1) Strukturierung des Informationsangebots

Wie auch bei gedruckten Mehrwertdiensten müssen für das Internet strukturelle Hilfen erarbeitet und angeboten werden. Sie sollen dem Nutzer ermöglichen, die gewünschte Information gezielt zu finden. Dazu ist ein klares, überschaubares

Layout der WWW-Seiten, Navigationshilfen, Strukturierung, Bündelung, Explikation und Konkretion vonnöten. Noch wichtiger erscheinen „Meta-Informationen“, die in strukturierter Weise Informationen über Autor, Titel, Untertitel, Bezugsquellen, Schlagworte, Kurzfassungen, Bearbeitungs- und Verfallsdatum und vieles anderes bereitstellen.

2) Mediendidaktische Konsequenzen

Dazu zählt, junge Menschen für das Leben im Informationszeitalter dahingehend zu qualifizieren, dass sie kompetent und kritisch mit Informationen umgehen lernen und diese Kompetenz in ihrer Rolle als mündiger Bürger einbringen können. Informationen heute über den Bildschirm abzurufen, muss gelernt werden, ebenso die dazu nötigen sozialen Umgangsformen, die sogenannte „Netiquette“ und natürlich ist die Weltsprache Englisch ein unverzichtbarer Bestandteil, um weltweit mit anderen Menschen zu kommunizieren.¹²⁷

5.5 Medienkompetenz im Alter

Die Kompetenz älterer Menschen im Umgang mit den alteingesessenen analogen Medien wird keineswegs angezweifelt. Sie zählen vielmehr zu den verlässlichen Stützen der Massenmedien. Und auch Wirtschaft, Werbung und Medien sind bereits auf diese aufstrebende Zielgruppe aufmerksam geworden und stellen sich allmählich auf den wachsenden „silver market“ ein, da dieser eine höhere Kaufkraft verspricht. Dieser bedeutenden wirtschaftlichen Bedeutung steht die mangelnde Performanz im Umgang mit digitalen Medien und Akzeptanz der neuen Medien entgegen.¹²⁸

„Medienkompetenzvermittlung an Ältere wird verlangt, damit diese chancengleich werden mit der Gesamtbevölkerung, die in weniger als zehn Jahren das Internet nicht nur akzeptiert, sondern als Handlungsmedium in Arbeit und Freizeit adaptiert hat.“¹²⁹

¹²⁷ Vgl. Diepold, Peter: Medienpädagogische Aspekte des Internet. In: Deutscher Bundestag (Hrsg.): Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. ZV, Zeitungs-Verlag, Bonn. 1997. S. 92ff.

¹²⁸ Vgl. Schorb, Bernd: Erfahren und neugierig – Medienkompetenz und höheres Lebensalter. In: Schorb, Bernd/ Hartung, Anja/Reißmann, Wolfgang (Hrsg.): Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2009. S. 319f.

¹²⁹ Ebd. S. 320

Mit der Nutzung der analogen und gedruckten Medien etablierte sich eine Routine in der Nutzung, die bei neuen Medien fehlt, da der Großteil der älteren Menschen erst dann mit elektronischen Medien in Berührung kamen, als diese sich im Alltag durchzusetzen begannen. Eine kleine Gruppe der Älteren machte schon vorher Erfahrungen damit, da sie sich beispielsweise aus beruflichen Gründen Computerkenntnisse aneigneten. Mit der Durchsetzung der elektronischen Medien im Alltag werden ältere Personen nun vor die Notwendigkeit gestellt, sich das dafür notwendige Handlungswissen anzueignen. Nun ist es so, dass Medienaneignung im Alter keineswegs eine freiwillige Handlung zur Wissenserweiterung ist, sondern vielmehr ein von fremden Interessen aufgezwungenes und mühsames Lernen. Dennoch muss die augenscheinliche mangelnde Medienkompetenz der älteren Menschen auch dahingehend betrachtet werden, als dass ältere Menschen ihren Alltag früher ebenso mithilfe von Medien bewältigten wie junge Menschen dies heute tun. Allerdings waren ältere Menschen gezwungen, sich den „neuen“ Medien anzupassen, als diese begannen, die „alten“ Medien abzulösen. Die Zurückhaltung der älteren Menschen neuen Medien gegenüber lässt sich unterschiedlich erklären. Ältere Menschen lehnen „neue Techniken“ per se nicht ab, sondern haben, je nach Lebensgeschichte und aktueller Lebenslage, unterschiedliche Auffassungen dazu. Aus ökonomischer Sicht wird diese Zurückhaltung defizitär bewertet.

Angesichts der steigenden Lebenserwartung wird eine Überalterung befürchtet. Diese Furcht ist Anstoß nach einer gesellschaftspolitischen Forderung nach kompetenten und tätigen älteren Menschen. Zugleich wird auch die Forderung erhoben, die Menschen mit den nötigen Mitteln auszustatten, um an der gesellschaftlichen Weiterentwicklung teilzuhaben. Weiters darf nicht außer Acht gelassen werden, dass eine zunehmende Überalterung der Gesellschaft mit einer Altersarmut einher geht. Daher sind die Überlegungen, vor allem ältere Menschen dementsprechend auszustatten, um ihnen Partizipation ermöglichen zu können, auch materieller Natur.¹³⁰

Der Fokus im medienpädagogischen Umgang mit Älteren richtet sich darauf, jene Lücken zu füllen, die durch die beschleunigte Medienentwicklung und das mentale und praktische Hinterherhinken der älteren Menschen entstanden ist.¹³¹ *„Unter Medienkompetenzentwicklung für ältere Menschen werden in erster Linie Kurse*

¹³⁰ Vgl. ebd. S. 321f.

¹³¹ Vgl. ebd. S. 328

*verstanden, die Wissen und Praxis lehren, die für die technische Beherrschung des Computers und seines Hauptanwendungsbereiches der Netzaktivitäten wichtig sind.*¹³²

5.6 Media Literacy

Medienpädagogische Arbeit wird im angloamerikanischen Raum auf Basis der „Media Literacy“ geführt. Das Konzept von Media Literacy ist breit gefasst, dementsprechend gibt es zu diesem Thema eine Fülle an Definitionen. Die Definition stammt aus dem „Aspen Institute Leadership Forum on Media Literacy“ und der „Canadian Association for Media Literacy“ aus dem Jahr 1992 und wird im angloamerikanischen Raum mehrheitlich verwendet.¹³³

*„Media literacy is the ability to access, analyze, evaluate and produce communication in a variety of forms.*¹³⁴

Unter „access“ versteht Hobbs einerseits jene Fähigkeiten, die den Zugang zu Medienbotschaften ermöglichen, wie die Kenntnis von Regeln und Vokabular, welche für das Verständnis von Symbolen von Bedeutung sind. Andererseits werden darunter Fähigkeiten verstanden, die sich auf die Organisation und Identifizierung von Informationen beziehen. Dies meint beispielsweise die adäquate Nutzung von Quellen und Hinweisen. Die zweite Komponente „analyze“ handelt von interpretativem Verstehen und der Einordnung in den richtigen Kontext und Auseinandersetzung mit dem Standpunkt des Autors. Evaluative Fähigkeiten beschreiben die dritte Komponente der Definition. Sie beziehen sich auf die individuelle Identifizierung der Relevanz und des qualitativen Wertes einer Botschaft. Diese Fähigkeiten machen verstärkt von bereits erworbenem Wissen, den Werten und Einstellungen der Rezipienten Gebrauch. „Produce“ als vierte Komponente der Definition ist das Herzstück der traditionellen Bedeutung von Media Literacy. Botschaften zu kommunizieren meint neben der Lese- und Schreibfähigkeit im

¹³² Ebd. S. 328

¹³³ Vgl. Luca, Renate/ Aufenanger, Stefan: Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung. Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. Schriftenreihe Medienforschung der LfM Band 58. Vistas. Berlin. 2007. S. 30

¹³⁴ Ebd. S. 30

herkömmlichen Sinn auch medienspezifische Aspekte wie Text-, Video-, Audioproduktion. Im Gegensatz zu den inhaltlichen Bestimmungen im deutschsprachigen Raum, werden im angloamerikanischen Raum keine konkreten Fähigkeiten angegeben, die mit Media Literacy in Verbindung stehen.¹³⁵

Medien sind eine starke Kraft im Leben der Menschen. Sie beeinflussen wie wir die Welt wahrnehmen. Um kritische Medienkonsumenten werden zu können, bedarf es an Fertigkeiten, der Media Literacy. Das Center for Media Literacy sieht Media Literacy als *„(...) A framework for accessing, analyzing, evaluating, creating and participating with media content (...) The development of critical thinking and media production skills needed to live fully in the 21st century media culture.“*¹³⁶

Media Literacy bildet also die Grundstruktur, um mit Medieninhalten umgehen zu können. Um Zugang zu Inhalten zu haben, um Inhalte zu analysieren, evaluieren und um letztlich daran zu partizipieren. Die Entwicklung des kritischen Denkens und der Medienproduktion sind notwendige Fertigkeiten, um in der Medienkultur des 21. Jahrhunderts leben zu können.

Ähnlich sieht es auch Media Literacy Fundamentals: *„(...) being able to access media on a basic level, to analyze it in a critical way based on certain key concepts, to evaluate it based on that analysis and, finally, to produce media oneself. (...)“*¹³⁷

Mit Blick auf die Bedeutung von digitalen Medien kann auch von Digital Literacy gesprochen werden.

5.7 Digital Literacy

Der Begriff der „Digital Literacy“ wurde von Paul Gilster in seinem Buch „Digital Literacy“ geprägt, wo er Digital Literacy so definiert:

¹³⁵ Vgl. ebd. S. 30

¹³⁶ Center For Media Literacy, online. URL: <http://www.medialit.org/> (29.03.2013)

¹³⁷ Media Literacy Fundamentals, online. URL: <http://mediasmarts.ca/digital-media-literacy-fundamentals/media-literacy-fundamentals> (29.03.2013)

„Digital Literacy ist the ability to understand and use information in multiple formats from a wide range of sources when it is presented via computers. The concept of literacy goes beyond simply being able to read; it has always meant the ability to read with meaning, and to understand.“¹³⁸

Paul Gilster definiert Digital Literacy, zu Deutsch Digitalkompetenz, demnach als Fähigkeit computervermittelte Information zu verstehen und auf vielfache Weise verwenden zu können. Das Konzept von Digital Literacy geht jedoch über das Lesen von Information hinaus. Es handelt vielmehr davon, das Gelesene auch zu verstehen.

Bawden (2008) definiert vier Kernkompetenzen für Digital Literacy, welche oft im Zusammenhang mit ICT, Information and Communications Technology, genannt wird:

- internet searching
- hypertext navigation
- knowledge assembly
- content evaluation

Diese vier Kompetenzen können nach Bawden zu folgenden Qualitäten zusammengefasst werden:

- Die Fähigkeit zur Suche nach Informationen, gekoppelt mit kritischem Denken
- Neben dem Zugang zu Information ist auch die Veröffentlichung und Verbreitung derselben wichtig.
- Es gibt ein Bewusstsein für den Wert der traditionellen Medien in Verbindung mit auf dem Internet basierenden Medien und sozialen Netzwerken.
- Knowledge Assembly meint die Fähigkeit, seriöse Information aus verschiedenen Quellen zusammenzutragen¹³⁹

¹³⁸ Gilster, Paul: Digital Literacy. John Wiley & Sons Inc., New York [u.a.]. 1997. S. 1f.

¹³⁹ Bawden (2008) zitiert nach Koltay, Tibor: The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. In: Media Culture and Society. Band 33, Heft 2. 2011. S. 216. URL: <http://mcs.sagepub.com/content/33/2/211.full.pdf> (29.03.2013)

Martin (2006) erweitert Gilster's Definition:

„Digital Literacy ist the awareness, attitude and ability of individuals to appropriately use digital tools and facilities to identify, access, manage, integrate, evaluate, analyse and synthesize digital resources, construct new knowledge, create media expressions, and communicate with others, in the context of specific life situations, in order to enable constructive social action; and reflect upon this process.“¹⁴⁰

Digital Literacy bietet für jedes Individuum die Möglichkeit, digitale Geräte in angemessener Form zu verwenden und dabei digitale Quellen zu identifizieren, darauf zuzugreifen, zu handhaben, zu integrieren, zu evaluieren, analysieren und neue Quellen herzustellen. Gleichzeitig kann jedes Individuum damit neues Wissen schaffen, neue Medienausdrücke kreieren und mit anderen kommunizieren – all das im Kontext der Lebensumstände, um konstruktive soziale Interaction zu ermöglichen und um darüber zu reflektieren.

Nach Lankshear und Knobel kann Digital Literacy auf drei Ebenen verstanden werden. Erstens, die Ebene der Digital Competence, also der digitalen Kompetenz und den dazugehörigen Fähigkeiten, Fertigkeiten, Kenntnissen der technischen Grundlagen sowie dem Zugang und der Einstellung digitalen Medien gegenüber. Digital Competence ist ein unterstützendes Element von Digital Literacy. Zweitens die Ebene der aufmerksamen und bedachten Verwendung (Digital Usage) und drittens, die Ebene der kritischen Reflexion (Digital Transformation). Von Digital Literacy kann jedoch nur auf der zweiten oder dritten Ebene gesprochen werden, da Digital Competence eine Grundanforderung für und Vorreiter von Digital Literacy ist.¹⁴¹

Im Zeitalter der Technologien neuer Medien ist Digital Literacy von großer Bedeutung. Digital Literacy geht von digitalen Grundkenntnissen und –fertigkeiten aus, deren Beherrschung Voraussetzung für die Verwendung der neuen Medien ist. Der Fokus liegt auf dem Verständnis computervermittelter Information und der vielfältigen Verwendung von Information sowie der überlegten Verwendung dieser Medien und

¹⁴⁰ Ebd. S. 216

¹⁴¹ Vgl. Lankshear, Colin/ Knobel, Michele: Digital Literacies. Concepts, Policies and Practices. Peter Lang Publishing. New York. 2008. S. 167ff.

der kritischen Reflexion der Informationen. Digital Literacy kann zur sozialen Interaktion beitragen, indem Information geteilt und verbreitet werden kann.

6. SITUATION DES MEDIENWANDELS

6.1 Der Wandel der Mediengesellschaft: Informationsgesellschaft oder Wissensgesellschaft?

6.1.1 Informationsgesellschaft

„Informationsgesellschaft ist die Gesellschaft, auf die wir uns zubewegen müssen, in der die existierende Komplexität, die an vielen Stellen überfordert, durch geeignete, d.h. die Errungenschaften der Moderne nicht zurückführende Hilfsmittel reduziert wird.“¹⁴²

Die Welt ist reichhaltiger geworden und bietet jedem eine Fülle an frei wählbaren und flexiblen Handlungsmöglichkeiten. Diese Freiheit wird jedoch nicht als solche wahrgenommen, sondern erscheinen für das Individuum komplex. Komplexität ist ein wesentliches Merkmal der heutigen Zeit und mit Ungewissheit verbunden. Diese Ungewissheit führt wiederum zur Überforderung. In Folge besteht Unsicherheit, wie dieser Komplexität gegenüberzutreten ist und mündet schließlich in Überforderung.¹⁴³

Ursprünglich stammt der Begriff der „Informationsgesellschaft“ in einem ökonomischen Kontext. Davon ausgehend wurde die Informationsgesellschaft zu einem Begriff der Tatsache, dass die wirtschaftliche Entwicklung in Zukunft wesentlich von Informations- und Kommunikationstechnologien beeinflusst werden wird. In diesem Sinne beschreibt die Informationsgesellschaft eine Gesellschaft, welche auf Informations- und Kommunikationstechnologien basiert.

Auf Basis dieser Annahme entstand die Interpretation, dass wenn die Zukunft der Gesellschaft auf Informations- und Kommunikationstechnologien aufbaut, dadurch auch mehr Information für die Menschen zugänglich wird und damit Information eine zentrale Rolle in der Gesellschaft einnehmen wird. Damit wird die Informationstechnologiegesellschaft zu einer Informationsbenutzungsgesellschaft.

¹⁴² Wersig, Gernot: Die Komplexität der Informationsgesellschaft. Universitätsverlag. Konstanz. 1996. S. 14

¹⁴³ Vgl. ebd. S. 11ff.

Seit der Entstehung von Informations- und Kommunikationstechnologien beschäftigen sich Informationswissenschaftler mit der Frage wie man mit ihnen umgeht, wie man mit ihnen in Zukunft umgehen wird und wie man mit ihnen umgehen sollte, um bestimmte gesellschaftliche Ziele zu erreichen.¹⁴⁴

Das Relevante der Informationsgesellschaft ist die wachsende Verfügbarkeit und die Notwendigkeit von Informationen. In der Literatur von Stockinger/ Stifter findet sich zu Information folgende Definition:

*„Neuigkeit. Eine Mitteilung, die einen Unterschied ausmacht, differenzierte Bedeutungen zuweist. Kybernetisch wird die Informationsmenge in Bits und Bytes gemessen. Gesellschaftlich ist sie als Energie zu sehen, die – als Wissen, Bildung, Bewusstsein – Strukturen aufbaut und Veränderungen bewirkt.“*¹⁴⁵

Joseph Weizenbaum entgegnet dieser Entwicklung folgende Argumente:

1. Als Folge der Computerisierung des Alltags wird sich die Kluft zwischen Wissenden und Unwissenden vergrößern, wobei die Unwissenden sozial isoliert werden und in Armut fallen. Auch Computerkenntnisse sind keine Garantie für einen Arbeitsplatz.
2. Er bewerte die Informationsgesellschaft als Unsinn, da die Mehrheit der Menschen nicht weiß, welche Fragen sie an die Computer, die Milliarden an Daten speichern, stellen sollen. Weizenbaum stellt fest, dass wir nicht vor einer „Informations-Explosion“ stehen, sondern vor einer Explosion großer Speicher mit sinnlosen Daten und sinnloser Literatur.

Diese Überlegungen führen in Folge zur Wissensklufthypothese.

¹⁴⁴ Vgl. ebd. S. 139f.

¹⁴⁵ Stockinger, Gottfried/ Stifter, Martin: Wege in die Informationsgesellschaft. Eine soziologische Vision. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main. 1999. S. 170

6.1.1.1 Wissensklufthypothese

1970 stellte die Forschungsgruppe bestehend aus Phillip J. Tichenor, George A. Donohue und Calarice N. Olien von der University of Minnesota ihre These zur wachsenden Wissenskluft vor.¹⁴⁶

Das formale Bildungsniveau der RezipientInnen fungiert in dieser Hypothese als erklärende Variable. Sie begründen ihre Hypothese anhand von fünf Faktoren:

1) „*Communication skills*“ (Kommunikationsfertigkeiten)

Personen mit höherem Bildungsniveau verfügen über bessere Lese- und Verstehenskompetenzen sowie über ein größeres Fassungsvermögen. Dies wirkt sich positiv auf die Erschließung von Information und Wissen aus.

2) „*Amount of stored information*“ (vorhandenes Wissensniveau)

Bereits erworbenes Vorwissen durch vorherige Mediennutzung oder Schule erleichtert den Zugang und die Nutzung von Information und Themen.

3) „*Relevant social contact*“ (relevante soziale Beziehungen)

Die differenzierte Lebenswelt höher gebildeter Personen beinhaltet mehr interpersonale Beziehungen. Daraus entsteht die Möglichkeit, sich mit anderen über diese Themen auszutauschen.

4) „*Selective exposure, acceptance and retention of information*“ (selektive Mediennutzung und Erschließung von Informationen)

Der Faktor Bildung ist bei der Auseinandersetzung mit Informationen sowie bei der Suche nach Informationen von großer Bedeutung.

5) „*Nature of the mass media system*“ (Trägermedium der Information)

Printmedien nehmen in diesem Zusammenhang einen wichtigen Stellenwert ein, da hier zumeist relevante Themen veröffentlicht werden. Zudem stellen status- und bildungshöheren Bevölkerungssegmente die primäre Klientel dieses Mediums dar.

¹⁴⁶ Zwiefka, Natalie: Digitale Bildungscluft. Informelle Bildung und soziale Ungleichheit im Internet. Verlag Reinhard Fischer. München. 2007. S. 57

Diese fünf Faktoren teilen die Gemeinsamkeit, dass sie mit dem Grad der formalen Bildung zusammenhängen. Die gefundenen Begründungen für eine medial verursachte Wissenskluft lassen sich auf bildungsbedingte Unterschiede im Wissenserwerb zurückführen. *„Höhere Medienkompetenz, höheres Wissensniveau, „relevante“ Sozialbeziehungen und eine selektive Mediennutzung führen – was die Ausschöpfung der medial bereitgestellten Informationen angeht – zu einer vorteilhaften Startposition für Höhergebildete.“*¹⁴⁷

In Summe werden Personen mit höherem Bildungsstand eine höhere Kommunikationskompetenz, ein höheres Wissensniveau, mehr soziale Beziehungen, eine ausgeprägte Informationsorientierung und eine höhere Mediennutzung zugesprochen.

Da Tichenor et al. in ihrer Hypothese nicht näher auf die Begriffe Information und Wissen eingehen, lassen sich keine klaren Aussagen über eine wachsende Wissenskluft treffen, weil Information keineswegs Wissen entspricht. In diesem Zusammenhang müssen neue Medien – allen voran das Internet – differenziert betrachtet werden.¹⁴⁸

*„Die Wissenskluft-Hypothese (Increasing-knowledge-gap-Hypothese) beschreibt nicht-intendierte Folgen medialer Informationsvermittlung, die im Wesentlichen darin zu sehen sind, dass die besser informierten Bevölkerungsschichten von zusätzlichen Informationen mehr profitieren als andere, wodurch sich die bestehenden Informationsunterschiede in der Bevölkerung weiter vergrößern.“*¹⁴⁹

In diesem Zusammenhang gestaltet sich die Nachweisbarkeit der Annahme über die Vergrößerung dieser Unterschiede schwierig. Es wird davon ausgegangen, dass schlechter gebildete Personen eher dazu neigen, sich durch den Medienkonsum bloß unterhalten und berieseln zu lassen ohne sonstige Potentiale der Medien zu

¹⁴⁷ . Zillien, Nicole: Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. VS Verlag. Wiesbaden. 2006. S. 73

¹⁴⁸ Vgl. Zwiefka (2007). S. 60

¹⁴⁹ Treumann, Klaus Peter/ Baacke, Dieter/ Haacke, Kirsten/ Hugger, Kai Uwe/ Vollbrecht, Ralf: Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern. Leske + Budrich. Opladen. 2002. S. 31

nutzen, während Personen mit besserem Bildungshintergrund eine selektivere Medienwahl an den Tag legen.¹⁵⁰

Dieser Ansatz wird nach SAXER heute als „(...) präzisierungs-, differenzierungs-, aber auch erweiterungsbedürftig angesehen.“¹⁵¹

Neben dem Bildungsstand sind auch andere Faktoren für die Entstehung von Wissensklüften verantwortlich. Bonfadelli unterscheidet drei Ebenen von Faktoren und hier wirkenden Prozessen. Auf der Ebene des Entstehens von Wissensklüften sind soziale Kommunikationsbarrieren von Bedeutung, welche den Zugang zu medienvermittelten Informationen erschweren. In punkto Verlauf von Wissensklüften kommt hinzu, dass ohnehin „Informationsreiche“, wie beispielsweise die Mittelschicht, Medien informationsorientiert und weniger unterhaltungsorientiert nutzen, die es Personen der Unterschicht tun. Schließlich sind auf der Ebene des Rezeptionsprozesses die unterschiedlichen Motivationen und kognitiven Faktoren, wie Vorwissen und Erwartungshaltungen, sowie kognitive Kompetenzen wichtig.¹⁵²

Vor allem in Bezug auf die Nutzung der neuen Medien und dem Kenntnisstand über sie sind heute große Unterschiede zu beobachten. Diese zeigen sich nicht nur entlang der Schichtgrenzen anhand von ökonomischem, kulturellem oder sozialem Kapital, sondern sind auch durch Geschlecht („gender gap“) und Alter („generation gap“) bestimmt. Gleichzeitig sind auch Prozesse zu beobachten, welche der Einebnung von Wissensunterschieden dienen. Durch persönliche Gespräche, persönliche Betroffenheit oder intensive und lang anhaltende Berichterstattung zu einem Thema wird durch eine Anhebung im unteren Segment versucht, den Informationsstand anzugleichen.¹⁵³

Die Wissensklufthypothese und der Digital Divide sind besondere Effekte der allgemeinen Rezipienteneigenschaft „Bildung“ der Mediennutzung.¹⁵⁴

¹⁵⁰ Vgl. VOLLBRECHT (2001) zitiert nach Treumann/ Baacke/ Hugger/ Vollbrecht (2002). S. 32

¹⁵¹ SAXER (1988) zitiert nach Treumann/ Baacke/ Hugger/ Vollbrecht (2002). S. 32

¹⁵² BONFADELLI (1994) zitiert nach Treumann/ Baacke/ Hugger/ Vollbrecht (2002). S. 32

¹⁵³ Vgl. Treumann/ Baacke/ Hugger/ Vollbrecht (2002). S. 32

¹⁵⁴ Vgl. Schweiger, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2007. S. 275f.

6.1.2 Digitale Spaltung – „Digital Divide“

„Die Kombinationen der beiden englischen Begriffe „Digital“ und „Divide“ führen zu dem Terminus „Digital Divide“. Dieser drückt allgemein gesprochen, die Befürchtung aus, dass sich neue gesellschaftliche Segmentierungen in Form von Alters-, Geschlechter-, Einkommens- und Bildungsklüften sowie soziodemographische, ethnische, kulturelle und sprachliche Klüfte entlang der Komponenten „Zugang“ zu den modernen Informations- und Kommunikationstechnologien, vor allem dem „Internet“, und deren „Nutzung“ abzeichnen werden.“¹⁵⁵

Hinsichtlich der Verwendung des Begriffs „Digital Divide“ existieren verschiedene Begriffsverwendungen. Grundsätzlich handelt es sich beim „Digital Divide“ um eine Unterscheidung jener Personen, die online sind, von der Struktur der Gesamtbevölkerung. Dabei gibt es Definitionen, welche nur den Nutzungsaspekt behandeln und jene Definitionen, welche Zugangsaspekt betonen. Es haben sich Begriffsklärungen etabliert, die beide Aspekte beinhalten, da eine einseitige Sichtweise kritisch zu betrachten ist.¹⁵⁶

Ab Ende der 1980er Jahre etablierte sich das Thema der „digitalen Spaltung“ auch als wissenschaftlicher Forschungsbereich. Mit Beginn der 1990er Jahre wurden in den USA zahlreiche Fördermaßnahmen zur Verbreitung neuer Technologien ergriffen, denen auch die Europäische Union nach kurzer Zeit folgte.

Das Internet hat einer ungewöhnlich schnellen Diffusion unterlegen und tut dies bis heute. Es ist fraglich, ob diese ungleiche Verbreitung des Internet soziale Ungleichheiten verstärkt, indem privilegierten Gesellschaftsschichten vom Internet profitieren während anderen sozialen Schichten der Zugang zu neuen Technologien verwehrt bleibt. Staatliche Maßnahmen zur Überwindung des Digital Divide waren und sind nicht unumstritten, da sich zu diesem Thema sowohl Befürworter als auch Gegner finden. Befürworter der staatlichen Förderung sehen in der allgemeinen Internetverbreitung den Ausgangspunkt zur Schaffung einer chancengleichen Informations- und Wissensgesellschaft. Entscheidend hierbei ist, ob das Internet als privilegierende Ressource genutzt wird oder nicht.¹⁵⁷

¹⁵⁵ Arnhold, Katja: Digital Divide. Zugangs- oder Wissenskluft? Verlag Reinhard Fischer. München. 2003. S. 15

¹⁵⁶ Vgl. Zwiefka (2007). S. 68

¹⁵⁷ Vgl. Zillien, Nicole: Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. VS Verlag. Wiesbaden. 2006. S. 82ff.

Gegner der Maßnahmen zur Verbreitung des Internetzugangs und der Internetnutzung gehen davon aus, dass die bestehende Zugangskluft nur ein vorübergehendes Problem ist und der Markt in der Lage ist, dieses Problem selbst zu lösen. Adam T. Thierer untermauert diese These mit dem Argument, dass es jeder Person möglich ist, einen Computer mit Internetzugang zu sehr niedrigen Kosten zu bekommen. Daher seien finanzielle Aufwendungen als Zugangsbarriere kein schlagkräftiges Argument für staatliche Maßnahmen. Auf andere Faktoren wie Medien- und Internetkompetenz geht Thierer nicht ein. Auch Benjamin M. Copaine sieht keine Notwendigkeit, den Zugang zu neuen Medien zu fördern. Er vertritt die Ansicht, dass sich neue Technologien aus diffusionstheoretischen Gründen zeitverzögert in der Gesellschaft etablieren. Die Verbreitung beginnt mit einer „Vorreitergruppe“, wobei es sich meist um einen finanziell besser gestellten Teil der Gesellschaft handelt. Dies bewirkt eine Bewegung, die zu einer Verbreitung der Innovation in der Gesellschaft führt.¹⁵⁸

Hat nun der Zugang zu neuen Technologien wie dem Internet relevanten Einfluss auf soziale Ungleichheit? Dieser Frage ging Marr (2005) in seiner Untersuchung mit der Fragestellung „Welchen Einfluss hat der effektive Internetzugang auf die Differenzen in der politischen Informiertheit zwischen Offlinern und Onlinern?“ nach. Es stellte sich heraus, dass der effektive Internetzugang keinen eigenständigen Einfluss auf die unterschiedlichen politischen Informationsstände von schweizerischen Internetnutzern und Nichtnutzern hat.¹⁵⁹

Arnhold definiert den Digital Divide in drei Kategorien. Sie unterscheidet zwischen Definitionen, die den Zugangsaspekt betreffen, Definitionen, die den Nutzungsaspekt betonen und zwischen Definitionen, die sowohl den Zugangs- als auch den Nutzungsaspekt beachten. Diese Systematisierung soll helfen, das Phänomen des Digital Divide besser erfassen zu können.

Pippa Norris und Mark Warschauer liefern eine Definition, welche die sowohl den Zugangs- als auch den Nutzungsaspekt mit einbezieht.

¹⁵⁸ Vgl. Langer, Christian: Digitale Spaltung. Eine kritische Analyse. VDM Verlag Dr. Müller. Saarbrücken. 2007. S. 25f.

¹⁵⁹ Vgl. Zillien, Nicole: Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. VS Verlag. Wiesbaden. 2006. S. 82ff.

„(...) the digital divide refers to social stratification due to unequal ability access, adapt, and create knowledge via use of information and communication technologies.“¹⁶⁰

Warschauer führt den Begriff der sozialen Schichtung („social stratification“) ein. Er geht davon aus, dass aufgrund der ungleichen Verteilung und differenzierten Nutzung von Kommunikationstechnologien zu einer Umstrukturierung innerhalb der Gesellschaft kommt.

Auch Pippa Norris zählt zu den VertreterInnen, welche beide Aspekte berücksichtigt. Sie hat zu Digital Divide eine Definition ausgearbeitet, die sowohl die nationale und globale Ebene mit einbezieht als auch Machtverhältnisse und individuelle Aspekte innerhalb der Internet-NutzerInnen. Sie beschreibt den „Digital Divide“ als einen mehrdimensionalen Prozess und sieht den „Digital Divide“ aus einer sozialen, globalen und subjektiven Perspektive.

„Global Divide“: Norris weist damit auf ungleiche ökonomische Möglichkeiten hin, welche sich durch eine differente Internet-Diffusion ergeben. Der so genannte „Global Divide“ existiert auf internationaler Ebene, da das Internet hauptsächlich in Industrieländern verbreitet ist. Er bezeichnet die Kluft zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern. Industrieländer nehmen von vornherein eine gute Position in der Internet-Diffusion ein und können diesen Status auch beibehalten. Weniger entwickelte Gesellschaften dagegen stehen in einer schlechteren Position und haben Mühe mit den Industrieländern gleichzuziehen.

„Social Divide“: Der „Social Divide“ bezeichnet das Phänomen der digitalen Spaltung auf nationaler Ebene. Innerhalb bestimmter Gesellschaften in manchen Ländern bestehen gesellschaftliche Stratifizierungen hinsichtlich soziodemographischer Faktoren wie Herkunft, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Ethnie, Kultur und Behinderungen. Norris räumt hier ein, dass soziale Ungleichheiten immer vorhanden sein werden.

¹⁶⁰ Warschauer (2001) zitiert nach ARNHOLD (2003). S. 17

„Democratic Divide“: Der „Democratic Divide“ stellt das hartnäckigste Problem dar. Denn selbst wenn sich die Internet-Diffusion ausweiten sollte, werden nicht alle von den Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung Gebrauch machen. Optimisten sehen ein großes demokratisches Potential des Internet, wie sie beispielsweise die Möglichkeit der elektronischen Abstimmung bei Wahlen darstellt. Pessimisten auf der anderen Seite befürchten eine unverhältnismäßige Begünstigung von gesellschaftlichen Eliten. Etablierte Autoritäten haben damit die Möglichkeit aus der realen Politik in die virtuelle Politik überzugehen.¹⁶¹

Digital Divide, verstanden als Digitale Spaltung“, geht davon aus, dass der Zugang zu neuen Kommunikationstechnologien von sozialen Faktoren abhängt und dass neue Kommunikationstechnologien Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung nehmen. Während privilegierte Industriestaaten problemlosen Zugang zu neuen Technologien gewähren können, ist die Bevölkerung von Entwicklungsländern in höchstem Maße benachteiligt und von der Partizipation dieser Medien ausgeschlossen. Staatliche Maßnahmen, welche ein ausgewogenes Verhältnis zu neuen Technologien herzustellen versprechen, sind umstritten. Digital Divide ist ein vielschichtiges Phänomen, das von verschiedenen Seiten betrachtet werden muss und das Miteinbeziehen mehrerer Aspekte verlangt.

In welcher Hinsicht sind nun ältere Menschen unserer Gesellschaft von diesem Digital Divide betroffen? Diese Frage lässt sich nicht so einfach beantworten. Existieren zu diesem Begriff doch viele verschiedene Ansätze, die sich ihm mannigfaltig nähern. Was mittlerweile jedoch nicht mehr abgestritten werden kann, ist die Tatsache, dass SeniorInnen heute eine unverzichtbare Zielgruppe für die Wirtschaft darstellen. Sie verfügen, wie kaum eine andere Gesellschaftsgruppe, die nötigen Ressourcen, um in ihre Zeit zu investieren. Ganze Geschäftszweige widmen sich der Gestaltung dieses Lebensabschnitts. Leider ist Geld nach wie vor die Voraussetzung, um Zugang zu bestimmten Mitteln zu bekommen. Und natürlich ist es auch in dieser Gesellschaftsgruppe so, dass jene, welche über die nötigen finanziellen Ressourcen verfügen, Möglichkeiten haben, die anderen mit weniger Geld nicht offen stehen. Ein Ansatz des Digital Divide diskutiert die Möglichkeit der

¹⁶¹ Vgl. Arnhold (2007). S. 72 ff.

staatlichen Maßnahmen, um diesem Effekt vorzugreifen. Und tatsächlich ist zu beobachten, dass vor allem öffentliche Institutionen Computer mit Internetzugang für den allgemeinen Gebrauch zur Verfügung stellen, um auch jenen aus bescheidenen Verhältnissen Zugang zu dieser Technologie zu ermöglichen. Einer Ausgrenzung dieser sozialen Schicht soll damit entgegengewirkt werden.

6.1.3 Wissensgesellschaft

Die rasante Entwicklung auf dem Sektor der Kommunikationstechnologien haben vor allem im Bereich der Industrie, Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung Veränderungen bewirkt. In Menge, Geschwindigkeit und Effizienz in der Informationsbeschaffung und –verarbeitung liegen die Chancen und Vorteile der neuen Technologien. Dies ermöglicht raschen und leichten Zugang zu Informationen, Unabhängigkeit von Ort und Zeit beim Umgang mit Informationen, vielfältige Möglichkeiten bei der Bearbeitung und Darstellung von Informationen. Gleichzeitig werden auch die Gefahren dieser Technologien diskutiert. Es handelt sich vorrangig um Probleme, die über den technischen Aspekt hinausgehen und vor allem den Inhalt betreffen, denn erst die Verarbeitung der Inhalte machen Informationen zu Wissen und machen so die Konstruktion zusammenhängender und bedeutungsvoller Wissensnetze möglich. Nur Wissen kann zur Weiterentwicklung unserer Gesellschaft beitragen, daher sollte die Wissensgesellschaft das Ziel der gesellschaftlichen Entwicklung sein.¹⁶²

Der Wandel einer Gesellschaft vollzieht sich natürlicherweise nicht von heute auf morgen, sondern muss als Prozess verstanden werden. So bildete sich die auch Wissensgesellschaft nicht plötzlich und unerwartet, andererseits gestaltet es sich so auch schwierig, den Beginn der Gesellschaft als Typus Wissensgesellschaft genau zu bestimmen. Die Entstehung einer neuen Gesellschaftsform ist zudem keineswegs das Ergebnis einfacher kausaler Wandlungsprozesse und verläuft nicht nach eindeutigen Entwicklungsmustern. Es sind vielmehr verschiedene Faktoren, die einen solchen Wandel beeinflussen können. Trotzdem stellt die Veränderung der ökonomischen Struktur der industriellen Gesellschaft ein zentrales Merkmal für die Herausbildung der Wissensgesellschaft dar. Zwar war Wissen schon in der

¹⁶² Mandl, Heinz/ Reinmann-Rothmeier, Gabi: Medienpädagogik und –kompetenz: Was bedeutet das in einer Wissensgesellschaft und welche Lernkultur brauchen wir dafür? In: Deutscher Bundestag (1997). S. 78

Industriegesellschaft ein Faktor wirtschaftlicher Entwicklung, dennoch verlieren verschiedene Determinanten, welche die ökonomische Entwicklung bestimmten, zunehmend an Bedeutung.¹⁶³

Bechmann und Stehr fokussieren drei Entwicklungen, die besonders zur Bildung der Wissensgesellschaft beitragen. Erstens wird durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien immer mehr Wissen verfügbar, wodurch neue Formen der Wissensproduktion entstehen, die sich nicht mehr auf den Hochschulbereich und Forschungsbereich erstrecken. Zweitens gibt es eine zunehmende Funktionalisierung des Wissens nach Nützlichkeitskriterien und Entscheidungsbedarf. Die dritte Entwicklung macht deutlich, dass Wissenschaft und Forschung moralisch und ethisch unmittelbar relevant werden.¹⁶⁴

Auf die Frage, was die Wissensgesellschaft von anderen Gesellschaftsformen unterscheidet, so sind das zwei wesentliche Merkmale:

1. Wissen und Wissensarbeit erlangt eine immer höhere Bedeutung. Dies führt zu einer **Ökonomisierung des Wissens**.
2. Der **Anstieg der gesellschaftlichen Komplexität** durch eine Zunahme und Dynamisierung der Wissensbestände.¹⁶⁵

Wissen ist zugleich gesellschaftliches Gut. Nach Nico Stehr muss, um Wissen als gesellschaftliches Gut soziologisch definieren zu können, zunächst unterschieden werden zwischen dem, was man weiß (Wissensinhalt) und dem, wie man weiß (Wissensprozess). Ein Wissensprozess stellt eine Verbindung zu Dingen, Fakten und Regeln her, erfordern somit eine Form des Partizipierens, des Sich Aneignens. Der Wissensinhalt lässt sich durch Bücher, Sprache, Datenspeicherung vermitteln und ermöglichen dadurch so genanntes objektiviertes Wissen. Demnach ist ein großer Teil dessen, was heute als Wissen bezeichnet wird, objektiviertes Wissen. Dieses objektivierte Wissen wurde im Laufe der Zeit eine kulturelle Ressource der

¹⁶³ Vgl. Hebestreit, Ray: Partizipation in der Wissensgesellschaft. Funktion und Bedeutung diskursiver Beteiligungsverfahren. Springer Fachmedien. Wiesbaden. 2013. S. 36f.

¹⁶⁴ Vgl. Bechmann und Stehr (2004) zitiert nach Hebestreit (2013). S. 37

¹⁶⁵ HAAN/POLTERMANN (2002), HUBIG (1998) zitiert nach Pscheida, Daniela: Internetkompetenz von Erwachsenen. Medienpraxis der Generationen. Reinhold Krämer Verlag. Hamburg. 2007. S. 23

Gesellschaft. Daraus ergibt sich die Annahme, dass der Wissensprozess eine Teilnahme an den kulturellen Ressourcen der Gesellschaft darstellt. Diese Teilnahme ist jedoch von verschiedenen Faktoren wie Lebenschancen, Lebensstil und soziales Einflussvermögen abhängig.¹⁶⁶

Das Konzept der Wissensgesellschaft sieht die menschlichen Fähigkeiten des Wissenserwerbs, -vermittlung und –produktion im Mittelpunkt und geht über jenes der Informationsgesellschaft hinaus. Der Begriff der Wissensgesellschaft etabliert sich Ende der 1990er- Jahre und baut auf dem Begriff der Informationsgesellschaft auf. Er beschäftigt sich mit der wachsenden Produktion von Information, die in weiterer Folge zu Wissen werden kann.¹⁶⁷

Grundlage der Wissensgesellschaft ist der „gut informierte Bürger“ nach Alfred Schütz, der die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen sowie eine verantwortungsbewusste Umsetzung von Wissen in Handeln mitbringt. Denn neue technologische Entwicklung erfordern ein stetiges Umlernen, Weiterlernen und Erlernen von verschiedenen Kompetenzen. Demnach werden folgende Kompetenzen für die Zukunft der Gesellschaft relevant:¹⁶⁸

- **Technische Kompetenz** als Grundqualifikation im Sinne von technischen Routinefertigkeiten und Basiswissen
- **Kompetenz zum Wissensmanagement** zur Selektierung von Information nach Inhalt, Bedeutung und Nutzen sowie Bewertung von Information
- **Soziale Kompetenz** im Sinne von Kooperation und Zusammenarbeit mit anderen
- **Kompetenz zur persönlichen Entscheidungsfindung** zur Integration von technologiebedingten Veränderungen in das persönliche Leben
- **Demokratische Kompetenz** zur Anerkennung des Konsens ethischer Wertvorstellungen, Verantwortungsbewusstsein, Solidarität und Toleranz

¹⁶⁶ Vgl. Stehr, Nico: Arbeit, Eigentum und Wissen. Zur Theorie von Wissensgesellschaften. Suhrkamp. Frankfurt/ Main. 1994. S. 204f.

¹⁶⁷ Vgl. Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG. o. O., 2004. URL: <http://philo.at/wiki/images/tmp/f1315299571-137898728.html> (21.03.2013)

¹⁶⁸ Vgl. Mandl/ Reinmann-Rothmeier (1997). S. 81

6.2 Mediatisierung der Gesellschaft

„Mediatization“ points to societal changes in contemporary high modern societies and the role of media and mediated communication in these transformations. Processes of mediatization affect almost all areas of social and cultural life in late modernity.“¹⁶⁹

Das Konzept der Mediatisierung wurde in der internationalen und medienwissenschaftlichen Diskussion zu einem wesentlichen wissenschaftlichen Ansatz. Mit seiner Theorie der Mediatisierung als einem Metaprozess hat Friedrich Krotz einen einflussreichen Beitrag zur Diskussion geleistet. Nach dem Verständnis von Friedrich Krotz fließen in der Mediatisierung drei Theoriediskurse mit ein. Erstens ein Verständnis von (Medien-) Kommunikation als symbolischem Handeln, zweitens den Ansatz der Mediumstheorie als eine Langzeitperspektive der Betrachtung von Medien- und Gesellschaftswandel sowie drittens den Ansatz der Cultural Studies, welche einen kritischen Zugang der Beschreibung der Wechselbeziehungen von Kultur, Medien und Macht darstellen. Den Schwerpunkt seines Ansatzes legt Friedrich Krotz auf die Ausdifferenzierung von Kommunikation im Rahmen der gesellschaftlichen Entwicklung, da Medien sich nicht substituieren, sondern es zu einer Ausdifferenzierung kommt, wobei die Menschen und ihr Umgang mit den Medien den aktiven Teil darstellen, indem sie diese Veränderungen konstituieren. Dies tun sie, indem immer mehr Medien für immer neue Aktionen und Prozesse in den Alltag miteinbezogen werden. Krotz stellt auch die Frage nach dem, was mediatisiert werden soll, also Kommunikation. Krotz geht es um das Wechselverhältnis von Medien- bzw. Kommunikationswandel sowie Gesellschafts- bzw. Kulturwandel. Er fasst unter dem Begriff „Medien“ ausschließlich technische Institutionen zusammen, über die bzw. mit denen Menschen kommunizieren. Krotz führt in Folge den Begriff des „Metaprozesses“ ein. Unter „Prozess“ versteht Krotz jedoch keinen Vorgang, mit Anfangs- und Endpunkt, sondern Konstrukte, die beobachtbare, spezifische Phänomene über eine Zeit hinweg beschreiben und

¹⁶⁹ Lundby, Knut: mediatization. concept, changes, consequences. Peter Lang Publishing. New York. 2009. S. 1

theoretisch erfassen. Dieser Metaprozess entsteht, wenn die Menschen Kommunikation tun, also praktizieren.¹⁷⁰

„Mediatisierung meint ganz allgemein in Anlehnung an Krotz den Wandel gesamtgesellschaftlicher wie individueller medialer Potenziale und darauf bezogener Kommunikationspraktiken auf unterschiedlichen Ebenen und die damit zusammenhängenden Folgen für Alltag und Lebensbereiche, Wissensbestände, Identitäten und Beziehungen der Menschen sowie für Kultur und Gesellschaft.“¹⁷¹

Der Mediatisierungsansatz von Krotz besagt, dass Kommunikationsmedien entsprechende Kommunikationspotentiale bereitstellen, die die menschliche Kommunikation strukturell prägen. Ausgehend von der Annahme, dass direkte interpersonale Kommunikation die Grundlage aller Kommunikation darstellt und alle anderen Kommunikationsformen Modifikationen dieser sind, vollzieht Krotz eine Differenzierung zwischen drei Arten der medienbezogenen Kommunikation.¹⁷²

1. Kommunikation mit Medien
2. Kommunikation mit anderen Menschen via Medien
3. interaktive Kommunikation

Es macht Sinn, den grundlegenden und rapiden Wandel von Medien und Kommunikation, den wir erleben und der uns als Menschen, Zivilbürger und als WissenschaftlerInnen herausfordert, mit dem Konzept der Mediatisierung zu fassen, um von daher einen ausbaufähigen Bezugspunkt für eine breit angelegte Kommunikationswissenschaft zu haben, die den Medien- und Kommunikationswandel und seine Konsequenzen mit dem Ziel wissenschaftlicher Erkenntnis, aber auch der Kritik und einer erweiterten Handlungsfähigkeit der Zivilgesellschaft untersucht.¹⁷³

¹⁷⁰ Vgl. Hepp, Andreas/ Hartmann, Maren: Mediatisierung als Metaprozess: Der analytische Zugang von Friedrich Krotz zur Mediatisierung der Alltagswelt. In: Hepp, Andreas/ Hartmann, Maren: Die Mediatisierung der Alltagswelt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010. S. 9ff.

¹⁷¹ Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja: Domestizierung, Alltag, Mediatisierung: Ein Ansatz zu einer theoriegerichteten Verständigung. In: MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. VS Verlag. Wiesbaden. 2007. S. 39

¹⁷² Hartmann, Maren: Mediatisierung als Mediation: Vom Normativen und Diskursiven. In: Hartmann, Maren/ Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010. S. 36

¹⁷³ Hagenah, Jörg/ Meulemann, Heiner (Hg.): Mediatisierung der Gesellschaft? LIT Verlag Dr. W. Hopf. Berlin. 2012. S. 24

Krotz' Theorie der Mediatisierung beschäftigt sich mit der Entwicklung von Medien. Sein Ausgangspunkt sind die Menschen, welche durch ihre aktive Mediennutzung eine Ausdifferenzierung bewirken und sie aktiv mit gestalten. Die Einbindung von Medien in den Alltag ist dafür Voraussetzung, wobei nach Krotz Medien rein der Kommunikation dienen und damit als Mittel zum Zweck Verwendung finden. Weiters thematisiert Krotz die Frage, wie Medien und Kultur einander bedingen und beeinflussen, wie Menschen Medien nutzen und sie in ihren Alltag einbinden. Medien wirken durch die Verwendung der Menschen. Mediatisierung ist eine Art Konstrukt, in dem bestimmte Phänomene sozialen und kulturellen Wandels strukturiert zusammengefasst werden.

6.3 Mediendomestizierung

Der Ansatz der Mediendomestizierung stammt ursprünglich aus Großbritannien, findet aber auch vermehrt im deutschsprachigen Raum Verbreitung. Entstanden ist der Ansatz Ende der 1980er Jahre und zu Beginn der 1990er Jahre in Großbritannien. Zu seinen bedeutendsten Autoren zählen Roger Silverstone, David Morley und Eric Hirsch, welche gleichzeitig Vertreter der Cultural Studies sind, die die Interpretation der Medien-Texte in den Vordergrund stellen. Auch spielt der Kontext der Mediennutzung eine Rolle.

„Der Domestizierungsansatz bietet einen Versuch des Verstehens von Mediennutzung in ihrer Einbettung in den Alltag der Nutzer. Hervorgehoben wird der prozessuale Charakter von Medienaneignung.“¹⁷⁴

Im deutschsprachigen Kontext kann der Domestizierungsansatz am ehesten in die Medienaneignungsforschung eingeordnet werden. Dies meint die Integration von Medien in den häuslichen Kontext der Menschen. Die Medienaneignungsforschung wird wiederum in zwei Felder unterschieden. Das erste Feld handelt von der Rekonstruktion innerer Prozesse der Medienaneignung. Gemeint sind damit die Deutungen der Medientexte durch die Rezipienten. Im zweiten Feld geht es um

¹⁷⁴ Vgl. Hartmann, Maren: Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines Medienaneignungskonzeptes. In: Winter, Carsten/ Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich (Hrsg.): Theorien der Kommunikationswissenschaft: grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. 1. Aufl., VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2008. S. 404

Medienaneignung als situatives Medienhandeln, also um die Rekonstruktion von Situationen des Medienhandelns und um die raum-zeitlichen und sozialen Konstellationen als Kontext der Mediennutzung. Denn Medienhandeln ist in gewisse alltägliche Routinen und Zeitstrukturen eingegliedert und zum großen Teil ein sozialer und kollektiver Prozess.¹⁷⁵

Das Konzept der Domestizierung nach Silverstone basiert auf dem Prozess des „Dinge-nach-Hause-Bringens“, wobei mit „Dinge“ in diesem Kontext die Medientechnologien und die damit verbundenen Informationen, Ideen, Werte gemeint sind. Der Domestizierungsansatz verfolgt demnach die Analyse der Mediennutzung im häuslichen Kontext, insbesondere der situativen Mediennutzung. Der Domestizierungsansatz bezieht seine Inspiration von soziologischen Theorien, feministische Ansätze und von Cultural Studies inspirierten Strömungen.¹⁷⁶

Der Domestizierungsansatz eröffnet zwei Analyseperspektiven. Erstens richtet er die Analyse auf die häusliche Umgebung der Medienaneignung und zweitens ist dies ein Ansatz zur Beschreibung und Theoretisierung von Diffusionsprozessen neuer Medien und neuer Kommunikationstechnologien.¹⁷⁷

Der Domestizierungsansatz widmet sich der Analyse von Medienaneignungsprozessen auf unterschiedlichen Ebenen, also der Aneignung der Medien per se als auch der Medien als Objekte. Die Form der Aneignung beginnt bereits bei der Entwicklung der Medienprodukte und reicht vom Erwerb der Produkte über die Nutzung und individuelle Interpretation dieser bis zur Nicht-Nutzung.¹⁷⁸

Diese Schritte werden in folgenden Dimensionen kategorisiert.¹⁷⁹

¹⁷⁵ Vgl. Röser, Jutta/Peil, Corinna: Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag. In: Röser, Jutta/Peil, Corinna: Alltag in den Medien – Medien im Alltag. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010. S. 221f.

¹⁷⁶ Hartmann, Maren: Silverstone, Roger: Medienobjekte und Domestizierung. In: Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich/ Thomas, Tanja: Schlüsselwerke der Cultural Studies. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2009. S. 305ff.

¹⁷⁷ Vgl. Röser, Jutta: Der Domestizierungsansatz und seine Potenziale zur Analyse alltäglichen Medienhandelns. In: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2007. S. 15

¹⁷⁸ Vgl. Hartmann, Maren in Hepp/ Krotz/Thomas (2009). S. 305ff.

¹⁷⁹ Vgl. Hartmann, Maren in Winter/Hepp/Krotz (2008). S. 405

1. Kommodifizierung

Zur Kommodifizierung zählen das Design, die Herstellung und Vermarktung der Medientechnologie. Die Vermarktung der Medientechnologie zielt auf die Imagination ab, welche der Kommodifizierung als Dimension untergeordnet wird. Ohne Imagination, also ohne Vorstellung von einem Konsumbedürfnis in der neuen Medientechnologie käme es nicht zur Objektifizierung, welche der Dimension Aneignung untergeordnet ist.

2. Aneignung

Für die Objektifizierung muss das Medium in Besitz gebracht und in den Haushalt integriert werden. Ist dies geschehen, erfolgt die nächste Dimension, die der Eingliederung. Damit wird das Medium in die alltägliche Routine eingebunden.

3. Umsetzung

Die Dimension der Umsetzung meint das Exponieren des Prozesses. Es wird öffentlich gemacht, welches Medium wann und wie genutzt wird.

Das Konzept der Domestizierung zielt demnach darauf ab, auf empirischer und theoretischer Ebene zu erfassen, wie Medien individuell, sozial und kulturell in den häuslichen Kontext eingebunden werden. Die vorhergehende Kategorisierung macht den Prozess der Domestizierung deutlich. Zunächst wird das Medienangebot designed, hergestellt und vermarktet. Dies wird unter dem ersten Schritt der Kommodifizierung zusammengefasst. Auf der zweiten Ebene der Aneignung wird das Medium in den Besitz der Rezipienten gebracht und in den räumlich-zeitlichen und sozialen Kontext integriert um schließlich im dritten Schritt der Umsetzung wird durch Gespräche und soziale Kontakte öffentlich gemacht, wie die Verwendung des Mediums erfolgt.

6.4 Die Zukunft des Internet

Angesichts der zahlreichen Möglichkeiten, die das Internet eröffnet und auch der Missbrauch der damit betrieben werden kann, stellt sich naturgemäß die Frage, wie

das Internet die Gesellschaft im Allgemeinen und jeden Einzelnen im Besonderen beeinflussen wird. Dass sich das Internet weiterentwickeln wird ist eine unbestrittene Tatsache. Zwar vielleicht nicht so schnell wie in der Vergangenheit, jedoch werden Schritt für Schritt Anwendungen hinzukommen, die NutzerInnen für sich entdecken werden. Gleichzeitig werden die Konsumenten kritischer und hinterfragen diese Technologie mehr als bisher.

Melanie Huber fasst die Tendenz der Zukunft in folgenden Punkten zusammen:

- Der Umgang mit den persönlichen Daten wird wählerischer. Das Risiko einer virtuellen Blamage soll minimiert werden.
- Die UserInnen sind auf das Thema Datenschutz sensibilisiert – dies führt zu einer bewussteren Preisgabe von Informationen.
- Die Angst vor dem gläsernen Menschen bewegt den Konsumenten zu einer kritischen Auseinandersetzung mit Chips und Kundenkarten.
- Daten werden zunehmend verschlüsselt mittels SSL übermittelt
- Es wird wieder mehr Wert auf qualitative Inhalte gelegt. Die Größe der Nutzerschaft wird hier zugunsten der Qualität eingesetzt. Je größer die Gemeinschaft, desto größer ist auch die Chance, Betrüger zu entlarven und Fehlinformationen zu entdecken.
- Neue Anwendungen werden nicht gleich in vollem Umfang genutzt, sondern zuerst beobachtet und kritisch hinterfragt.¹⁸⁰

Beck et. al. (2000) nennt hier Treiber und Hemmer der Online-Nutzung:

Die verbesserte Anwenderfreundlichkeit der Hardware und der inhaltlichen Angebote wird an oberster Stelle genannt. Faktoren der sog. „Usability“ werden zunehmend verbessert werden. Dies meint beispielsweise Navigationshilfen oder

¹⁸⁰ Vgl. Huber, Melanie: Kommunikation im Web 2.0 . UVK Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz. 2010. S. 221f.

Übersichtlichkeit der Websites. Als Hemmer dieser Technologie ist die Kostenentwicklung für Hardware und Internetzugänge für die User.¹⁸¹

¹⁸¹ Vgl. Beck, Klaus/ Glotz, Peter, Vogelsang, Gregor: Die Zukunft des Internets. UVK Medien. Konstanz. 2000. S. 89

7 EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG

7.1 Wahl des Methodendesigns

Die Arbeit soll in einem quantitativen Untersuchungsrahmen stehen. Für die Untersuchung der Fragestellung und Hypothesen bietet sich das quantitative Forschungsinstrument des standardisierten Fragebogens als sinnvollstes Forschungsinstrument an. Zielgruppe der Befragung sind SeniorInnen zwischen 60 und 75 Jahren. Weiters wird auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis geachtet. Der Fragebogen soll der Erhebung der für die Beantwortung der Forschungsfragen relevanten Daten dienen. Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgt anschließend mit der dafür geeigneten Software SPSS.

7.2 Datenerhebung & Untersuchungszeitraum

Die Erhebung der relevanten Daten erfolgte mittels geschlossenem Fragebogen von Dezember 2012 bis Februar 2013, sowohl in Wien als auch in Teilen der Bundesländer. Befragt wurden Frauen und Männer im Alter zwischen 60 und 75 Jahren, welche das Internet aktiv im Alltag verwenden. Insgesamt wurden 93 Fragebögen ausgewertet.

7.3 Die Methode

Die Vorteile dieser Methode liegen in der Messbarkeit innerer Zustände von Menschen, die beispielsweise der Beobachtung entgehen. Hierzu zählen Einstellungen, Meinungen, Gründe, Wünsche und Gefühle.

Zur Erhebung der relevanten Daten finden im Fragenbogen hauptsächlich geschlossene Fragen Verwendung. Je nach Anspruch der Daten können vereinzelt auch offene Fragen zur Verwendung kommen. *„Bei der geschlossenen Frage werden dem Befragten zugleich auch alle möglichen oder zumindest alle relevanten*

Antworten – nach Kategorien geordnet – vorgelegt. Die Aufgabe besteht lediglich darin, dass er aus diesen Antwortmöglichkeiten „seine“ Antwort auswählt.“¹⁸²

Geschlossene Fragen können in drei Formen kategorisiert werden.¹⁸³

1. Alternativfrage

Bei dieser Frageform muss sich der/ die Befragte zwischen zwei Antwortmöglichkeiten entscheiden. (Ja/ Nein – Fragen)

2. Skalenfrage

Eine Skalenfrage bietet mehr als zwei Möglichkeiten, welche sich in Form einer Ratingskala anordnen lassen. Auch hier muss sich für eine Stufe der Skala entschieden werden.

3. Katalogfrage

Diese Fragevariante bietet eine Reihe an Antwortmöglichkeiten zur Auswahl. Dabei kann entweder für eine oder mehrere Antworten entschieden werden.

Die Frageform der geschlossenen Frage hat vor allem den Vorteil der guten formalen Vergleichbarkeit der Ergebnisse. Dies ermöglicht eine statistische Ausarbeitung und Generalisierung, was wiederum zu einer besseren Repräsentativität führt.¹⁸⁴

Es gilt, den Fragebogen möglichst kurz, in einfacher sowie eindeutiger Formulierung zu gestalten, um eine Überforderung der Befragten und damit ein wahlloses Ankreuzen der Antworten zu vermeiden. Dies meint einfache anstelle von grammatikalisch schwierigen Formulierungen zu verwenden und Fachausdrücke, Slangbegriffe, Fremdwörter zu vermeiden. Dennoch sollte eine Nähe zur Alltagssprache bestehen bleiben. Zudem sollten Suggestivfragen vermieden werden und eine neutrale Fragestellung bestehen. Vor dem Einsatz des erstellten Fragebogens in der Hauptuntersuchung wird ein Pretest durchgeführt werden. Er dient dazu, das Instrument auf seine Verwendbarkeit hin zu überprüfen.¹⁸⁵

¹⁸² Vgl. Atteslander (2008). S. 136

¹⁸³ Micheel (2010). S. 79-82

¹⁸⁴ Möhring/ Schlütz (2003). S. 78f.

¹⁸⁵ Micheel (2010). S. 89f.

- Ausreichende Variation der Antworten
- Verständnis und Schwierigkeit der Fragen und Antworten
- Interesse und Aufmerksamkeit des Befragten gegenüber den Fragen
- Kontinuität des Interviewablaufs
- Effekte der Anordnung der Fragen
- Dauer der Befragung

Die Zahl der Untersuchungsobjekte wird jedoch wesentlich kleiner als in der Hauptuntersuchung sein. Das Hauptaugenmerk liegt beim Pretest auf vier Punkten: Zuverlässigkeit (Reliabilität), Gültigkeit (Validität), Verständlichkeit, Eindeutigkeit.

Zuverlässigkeit (Reliabilität) & Gültigkeit (Validität)

Das Erhebungsinstrument daraufhin zu überprüfen, inwieweit zuverlässige und gültige Ergebnisse erhoben werden können.

Verständlichkeit & Eindeutigkeit

Bei der Formulierung des Fragebogens ist auf leichte Verständlichkeit zu achten. Dies deutet einerseits die Wahl eines Sprachniveaus welches jenem der Befragten entspricht. Besonders zur Überprüfung der Verständlichkeit ist der Pretest unerlässlich. Sollten sich in der Pretestphase Verständnisprobleme zeigen, ist dies durch eine Umformulierung zu korrigieren. Andererseits ist auch auf inhaltliche Verständlichkeit der Fragen zu achten. Ziel ist, möglichst eindeutige Formulierungen der Fragen zu finden. Die Überprüfung des inhaltlichen Verständnisses ist durch Kontrollfragen während des Pretest möglich, indem derselbe Aspekt mittels einer anderen Fragestellung nochmals abgefragt wird. Dabei sollten beide Antworten dasselbe ergeben.

Zudem ist der dramaturgische Aufbau des Fragebogens für das Ergebnis entscheidend. Ziel ist es, die Aufmerksamkeit des/ der Befragten bis zum Ende des Fragebogens nicht zu verlieren. Noch vor der Bitte den Fragebogen auszufüllen müssen die Befragten über die Rahmenbedingungen der Befragung informiert werden. Im Zuge dessen ist es wichtig, den TeilnehmerInnen die Anonymität ihrer Daten zu versichern. Zu Beginn des Fragebogens soll man das Vertrauen der

befragten Person gewonnen werden. Dazu dienen einfache Fragen, die mit „ja“ beantwortet werden können sollten. Heikle und komplexe Fragen sollten eher in der Mitte des Fragebogens platziert werden. Am besten werden zwischen schwierigen Fragen auch immer wieder leichte Fragen eingestreut, um den/ die Befragte(n) zu entlasten. Am Ende der Befragung sollte dem/der Befragten die Möglichkeit gegeben werden, seine/ihre Meinung über die Befragung kundtun zu können.¹⁸⁶

7.4 Forschungsfragen & Hypothesen

In diesem Zusammenhang ergeben sich für die vorliegende Arbeit folgende forschungsleitenden Fragen:

- a) Welchen Stellenwert hat das Internet im Vergleich zu TV, Radio + Printmedien?
- b) Welches Internetnutzungsverhalten lässt sich bei SeniorInnen und Senioren feststellen?

Basierend auf diesen forschungsleitenden Fragestellungen ergeben sich folgende weiterführende Forschungsfragen:

FF1: Beruf & Beginn Internetnutzung

Besteht ein Zusammenhang zwischen dem Beginn der Internetnutzung und der beruflichen Funktion?

Hyp 1: Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis beginnen früher mit der Internetnutzung.

V1: Arbeitsverhältnis

V2: Beginn Internetnutzung

FF2: Geschlecht & Erlernen der Internetnutzung

Wie erlernen SeniorInnen den Umgang mit dem Internet?

¹⁸⁶ Möhring/ Schlütz (2003). S. 121f.

Hyp 2.1: Frauen erlernen den Umgang des Internet eher durch ihr soziales Umfeld als Männer.

V1: Geschlecht

V2: Aneignung Internetnutzung

Hyp 2.2: Männer bringen sich die Nutzung des Internet eher selbst bei als Frauen.

V1: Geschlecht

V2: Aneignung Internetnutzung

FF3: Geschlecht & Nutzungsfrequenz

Sind Geschlecht und Nutzungsfrequenz voneinander abhängig?

Hyp 3: Frauen zeigen eine höhere Nutzungsfrequenz auf als Männer.

V1: Geschlecht

V2: Nutzungsfrequenz

FF4: Nutzungsdauer & Bildungsniveau

Besteht ein Zusammenhang zwischen Ausbildung und Nutzungsdauer?

Hyp 4: Wenn SeniorInnen pro Tag lange im Internet surfen, verfügen sie eher über eine schlechtere Schulbildung als jene der Oberschicht.

V1: Bildungsabschluss

V2: Aktive Internetnutzung pro Tag

FF5: Geschlecht & Nutzung Internetservices

Besteht ein Zusammenhang zwischen genutzten Internetservices und Geschlecht?

Hyp 5: Männer nutzen das Internet eher für Unterhaltungsangebote als Frauen.

V1: Geschlecht

V2: Internetservices

FF6: Nutzungsfrequenz und Familienstand

Ist die Internetnutzung von Senioren abhängig von deren Familienstand?

Hyp 6: Wenn SeniorInnen mit einem Partner leben, dann nutzen sie das Internet seltener als Alleinstehende.

V1: Internetnutzung

V2: Familienstand

FF7: Einstellungen und Anwendungsfertigkeiten der SeniorInnen

Zur Erklärung dieser Fragestellung wird die Faktorenanalyse verwendet. Die Faktorenanalyse ist ein Forschungsinstrument und dient zum Zwecke der Datenreduktion.

7.5 Operationalisierung der Hypothesen

FF1: Beruf & Beginn Internetnutzung

Besteht ein Zusammenhang zwischen dem Beginn der Internetnutzung und der beruflichen Funktion?

Hyp 1: Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis beginnen früher mit der Internetnutzung.

→ In der vorliegenden Arbeit wird damit von einem Beginn der Internetnutzung vor mindestens 6 Jahren ausgegangen.

FF2: Geschlecht & Erlernen der Internetnutzung

Wie erlernen SeniorInnen den Umgang mit dem Internet?

Hyp 2: Frauen erlernen den Umgang des Internet eher durch ihr soziales Umfeld als Männer.

V1: Geschlecht

V2: Erlernen der Internetbedienung

→ In der vorliegenden Arbeit wird damit von dem Erlernen des Umgangs durch Familie und Freunde ausgegangen.

FF3: Geschlecht & Nutzungsfrequenz

Sind Geschlecht und Nutzungsfrequenz voneinander abhängig?

Hyp 3: Frauen zeigen eine höhere Nutzungsfrequenz auf als Männer.

V1: Geschlecht

V2: Wie oft nutzen Sie das Internet

→ Bei dieser Hypothese wird bei einer „höheren Nutzungsfrequenz“ von einer täglichen oder mehrmaligen Nutzung in der Woche ausgegangen.

FF4: Nutzungsdauer & Ausbildung

Besteht ein Zusammenhang zwischen Ausbildung und Nutzungsdauer?

Hyp 4: Wenn SeniorInnen pro Tag lange im Internet surfen, verfügen sie eher über eine schlechtere Schulbildung als jene der Oberschicht.

V1: Bildungsabschluss

V2: Aktive Internetnutzung pro Tag

→ Im Kontext der vorliegenden Arbeit wird unter „schlechtere Schulbildung“ eine Ausbildung ohne Abschluss oder Pflichtschulabschluss zusammengefasst.

→ Unter einer „langen“ Internetnutzung pro Tag wird im Zuge dieser Hypothese eine Nutzung von 2 bis 6 Stunden am Tag verstanden.

FF5: Geschlecht & Nutzung Internetservices

Besteht ein Zusammenhang zwischen genutzten Internetservices und Geschlecht?

Hyp 5: Männer nutzen das Internet eher für Unterhaltungsangebote als Frauen.

V1: Geschlecht

V2: Internetservices

→ Als Unterhaltungsangebote werden in dieser Hypothese die Services „Chat“, „Foren“, „Social Media“, „Partnerbörsen“, „Unterhaltung“, „Gewinnspiele“, „Computerspiele“, „Blogs“ sowie „Glücksspiel, Wetten“ zusammengefasst.

FF6: Nutzungsfrequenz und Familienstand

Ist die Internetnutzung von Senioren abhängig von deren Familienstand?

Hyp 6: Wenn SeniorInnen mit einem Partner leben, dann nutzen sie das Internet seltener als Ledige.

V1: Internetnutzung

V2: Familienstand

→ Im Kontext dieser Arbeit wird unter „mit einem Partner leben“ zusammengefasst, wenn SeniorInnen „in einer Partnerschaft lebend“, „verheiratet“, „geschieden und wieder in einer Partnerschaft lebend“ oder „verwitwet und wieder in einer Partnerschaft lebend“ sind.

FF7: Einstellungen und Anwendungsfertigkeiten der SeniorInnen

Zur Erklärung dieser Fragestellung wird die Faktorenanalyse verwendet. Die Faktorenanalyse ist ein Forschungsinstrument und dient zum Zwecke der Datenreduktion.

8 DETAILERGEBNISSE DES FRAGEBOGENS

Dieses Kapitel gibt Aufschluss über die Untersuchungsergebnisse des Fragebogens.

Geschlechteraufteilung der befragten Personen:

- ☐ 52% weiblich
- ☐ 48% männlich

Altersstruktur der befragten Personen:

- ☐ 58% sind 60 bis 65 Jahre alt
- ☐ 32% sind 66 bis 71 Jahre alt
- ☐ 10% sind 72 bis 75 Jahre alt

Familienstand der befragten Personen:

- ☐ 9% ledig
- ☐ 5% in einer Partnerschaft lebend
- ☐ 75% verheiratet
- ☐ 4% geschieden
- ☐ 2% geschieden und wieder in einer Partnerschaft lebend
- ☐ 3% verwitwet
- ☐ 1% verwitwet und wieder in einer Partnerschaft lebend

Derzeitiges Bundesland, in dem die befragten Personen leben:

- ☐ 31% in Wien
- ☐ 22% in Niederösterreich
- ☐ 6% in Oberösterreich
- ☐ 0% im Burgenland
- ☐ 0% in der Steiermark
- ☐ 1% in Kärnten
- ☐ 0% in Salzburg

- ☐ 0% in Tirol
- ☐ 40% in Vorarlberg

Höchster Bildungsabschluss der befragten Personen:

- ☐ 1% geben an, keinen Abschluss zu haben
- ☐ 14% können einen Pflichtschulabschluss vorweisen
- ☐ 42% absolvierten Berufsschule und Lehre
- ☐ 12% absolvierten eine berufsbildende mittlere Schule
- ☐ 11% absolvierten eine berufsbildende höhere Schule
- ☐ 9% haben den Abschluss einer allgemeinbildenden höheren Schule
- ☐ 12% verfügen über den Abschluss einer Hochschule

1% machte zu dieser Frage keine Angabe

Aktuelle Arbeitssituation der befragten Personen:

- ☐ 25% sind erwerbstätig
- ☐ 2% nicht erwerbstätig
- ☐ 73% im Ruhestand

Derzeitige Wohnsituation der befragten Personen:

- ☐ 99% führen einen eigenen Haushalt
- ☐ 1% leben in einem Pensionistenheim

Im Haushalt lebende Personen der Befragten:

- ☐ 11% leben alleine in einem Haushalt
- ☐ 69% leben zu zweit
- ☐ 17% zu dritt und
- ☐ 3% leben mit mehr als 3 Personen im Haushalt

Die Frage „Wohnen Ihre engsten Verwandten in der gleichen Stadt/Gemeinde wie Sie?“ beantworten

☐ 63% mit JA

☐ 37% mit NEIN

Die Frage „Wohnen Ihre Freunde in der gleichen Stadt/Gemeinde wie Sie?“ beantworten

☐ 71% mit JA

☐ 29% mit NEIN

Die Frage „In welcher beruflichen Funktion sind/waren Sie tätig?“ beantworten

☐ 15% mit Beamte/r

☐ 59% mit Angestellte/r

☐ 3% mit ArbeiterIn

☐ 17% mit Selbstständige/r

☐ 1% mit Aushilfskraft

Die Frage „Haben Sie schon einmal –privat oder über den Arbeitgeber – einen Computerkurs zur Bedienung des Internet oder zur Bedienung des Computers besucht?“ beantworten

☐ 53% mit JA

☐ 47% mit NEIN

Wenn NEIN: Sehen Sie bei sich Bedarf einen Computer-Kurs oder Internet-Kurs zu besuchen?

☐ 3% beantworten diese Frage mit JA

☐ 4% beantworten diese Frage mit EHER JA

☐ 8% beantworten diese Frage mit WEIß NICHT

☐ 17% beantworten diese Frage mit EHER NICHT

O 15% beantworten diese Frage mit GAR NICHT

53% machen zu dieser Frage keine Angabe

Zur Frage „Wie viele Computer (einschließlich Laptops) befinden sich derzeit in ihrem privaten Haushalt?“ geben

O 1% an, keinen Computer oder Laptop im Haushalt zu haben

O 54% an, 1 Computer oder Laptop im Haushalt zu haben

O 25% an, 2 Computer oder Laptop im Haushalt zu haben

O 12% an, 3 Computer oder Laptop im Haushalt zu haben

O 9% an, mehr als 3 Computer oder Laptop im Haushalt zu haben

Auf die Frage „Wann haben Sie begonnen das Internet zu nutzen?“ antworten

O 2% mit „vor weniger als 1 Jahr“

O 6% mit „vor 1-2 Jahren“

O 15% mit „vor 2-4 Jahren“

O 9% mit „vor 4-6 Jahren“

O 9% mit „vor 6-8 Jahren“

O 9% mit „vor 8-10 Jahren“

O 51% mit „vor mehr als 10 Jahren“

Auf die Frage „Aus welchem Hauptgrund haben Sie mit der Internetnutzung begonnen?“ geben

O 46% an, es sei für ihren Beruf notwendig gewesen

O 18% an, dass sie es interessant fanden

O 3% an, um mitreden zu können

O 20% an, um sich zu informieren

O 5% an, um mit Freunden/Verwandten in Verbindung zu bleiben

O 1% an, um neue Kontakte zu knüpfen

O 3% an, auf Empfehlung von Freunden/Familie

O 4% an, aus Neugierde mit der Nutzung begonnen zu haben

Die Frage „Wie haben Sie die Bedienung des Internet erlernt?“ beantworten

- ☐ 38% mit „selbst beigebracht“
- ☐ 24% mit „Durch Familie“
- ☐ 11% mit „Durch Freunde“
- ☐ 25% mit „Durch Kurse/Schulungen“
- ☐ 3% mit „Sonstiges“

Auf die Frage „Verwenden Sie bzw. haben Sie das Internet während Ihrer beruflichen Tätigkeit verwendet?“ antworten

- ☐ 73% mit JA
- ☐ 27% mit NEIN

Auf die Frage „Welche Geräte verwenden Sie, um ins Internet einzusteigen?“ geben

- ☐ 73% an, mit dem Computer
- ☐ 52% mit einem Laptop
- ☐ 12% mit einem Smartphone
- ☐ 5% mit einem Tablet
- ☐ 3% mit einem öffentlichen Computer ins Internet einzusteigen.

Die Frage „Nutzen Sie das Internet in mobiler Form (mittels Smartphone, Internet-Stick)?“ antworten

- ☐ 9% mit „Oft“
- ☐ 22% mit „Gelegentlich“
- ☐ 12% mit „Selten“
- ☐ 58% mit „Nie“

Zu der Frage nach der Nutzungsfrequenz „Wie oft nutzen Sie das Internet?“ geben

- ☐ 54% an, das Internet täglich zu verwenden
- ☐ 32% an, das mehrmals in der Woche zu verwenden

- O 10% an, das Internet mehrmals im Monat zu verwenden
- O 4% an, das Internet seltener als das zu verwenden

„Wie lange nutzen Sie das Internet durchschnittlich pro Tag aktiv?“

- O 53% nutzen es weniger als 1 Stunde pro Tag
- O 34% nutzen es 1 bis 2 Stunden pro Tag
- O 11% nutzen es 2 bis 4 Stunden pro Tag
- O 2% nutzen es 4 bis 6 Stunden pro Tag

„Verwenden Sie das Internet aktuell dazu, um private oder berufliche Angelegenheiten damit zu erledigen?“

- O 69% erledigen vorrangig private Angelegenheiten
- O 1% erledigt damit berufliche Angelegenheiten
- O 30% gaben an, sowohl private als auch berufliche Angelegenheiten zu erledigen

Auf die Frage „Welche Angebote nutzen Sie im Internet?“ antworten die Personen folgendermaßen:

- O 32% nutzen Internet-Telefonie-Dienste
- O 89% senden E-Mails
- O 5% chatten
- O 10% sind in diversen Foren unterwegs
- O 45% nutzen das Internet zum Download von Dateien
- O 10% bewegen sich in Social Media
- O 32% shoppen online
- O 2% nutzen online Partnerbörsen
- O 49% nutzen die Möglichkeit des Online Banking
- O 40% nutzen Medien in ihrer mobilen Form
- O 48% verwenden das Internet, um an Informationen zu kommen
- O 32% buchen Reisen
- O 12% machen bei Online-Gewinnspielen mit
- O 24% beschäftigen sich mit Online-Computerspielen

- ☐ 38% verfolgen über das Internet Freizeitinformationen und Veranstaltungstipps
- ☐ 12% nutzen das Internet zu Unterhaltung wie Filme und Videos schauen
- ☐ 1% verwendet das Internet für Blogs
- ☐ 3% sind dem Online-Glücksspiel zugetan
- ☐ 11% gaben „Sonstiges“ an

Bei der Bewertung der Aussage „Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden“ stimmen

- ☐ 44% voll zu
- ☐ 43% eher zu
- ☐ 5% hatten keine Meinung dazu
- ☐ 3% eher nicht zu

Bei der Bewertung der Aussage „Ich fühle mich von der Fülle an Informationen, die das Internet bietet, überfordert“ stimmen

- ☐ 8% voll zu
- ☐ 18% eher zu
- ☐ 14% hatten keine Meinung
- ☐ 42% stimmten eher nicht zu
- ☐ 18% stimmten gar nicht zu

Bei der Bewertung der Aussage „Das Internet hat mein Leben positiv bereichert“ stimmen

- ☐ 24% voll zu
- ☐ 51% eher zu
- ☐ 13% hatten keine Meinung
- ☐ 10% stimmten eher nicht zu
- ☐ 3% stimmten gar nicht zu

Bei der Bewertung der Aussage „Wenn ich eine bestimmte Information im Internet suche, weiß ich, wie ich sie finde“ stimmen

- ☐ 39% voll zu
- ☐ 44% eher zu
- ☐ 2% hatten keine Meinung
- ☐ 15% stimmten eher nicht zu

Bei der Bewertung der Aussage „Wenn ich im Internet surfe, bin ich mir über die Risiken der Internetverwendung bewusst“ stimmen

- ☐ 46% voll zu
- ☐ 33% eher zu
- ☐ 12% hatten keine Meinung
- ☐ 9% stimmten eher nicht zu

Bei der Bewertung der Frage „Die Verwendung des Internet hat meinen Alltag erleichtert“ stimmen

- ☐ 34% voll zu
- ☐ 40% eher zu
- ☐ 12% hatten keine Meinung
- ☐ 13% eher nicht zu
- ☐ 1% gar nicht zu

Bei der Bewertung der Frage „Können Sie auf das Internet in Ihrem täglichen Leben verzichten?“ stimmen

- ☐ 13% mit JA
- ☐ 27% mit EHER JA
- ☐ 6% mit WEIß NICHT
- ☐ 44% mit EHER NICHT
- ☐ 10% mit GAR NICHT

Bei der Bewertung der Frage „Sind Sie mit den Angeboten des Internet zufrieden?“ stimmen

- ☐ 23% mit „sehr zufrieden“
- ☐ 61% mit „eher zufrieden“
- ☐ 13% hatten keine Meinung dazu
- ☐ 3% mit „eher nicht zufrieden“

Bei der Bewertung der Frage „Vermissen Sie Angebote?“ stimmen

- ☐ 4% mit EHER JA
- ☐ 22% mit WEIß NICHT
- ☐ 52% mit EHER NICHT
- ☐ 23% mit GAR NICHT

Bei der Frage „Zu welchen Gelegenheiten verwenden Sie das Internet?“ geben

- ☐ 25% an, Internetsurfen als Zeitvertreib zu nutzen
- ☐ 14% an, das Internet zu Entspannung zu nutzen
- ☐ 11% an, das Internet aus Gewohnheit einzuschalten
- ☐ 75% an, das Internet zu nutzen, um gezielt nach Informationen zu suchen
- ☐ 49% an, um sich allgemeine tagesaktuelle Informationen zu beschaffen
- ☐ 52% an, das Internet zu nutzen, um mit Freunden/ Familie in Kontakt zu bleiben
- ☐ 5% an, mittels des Internet neue Kontakte zu knüpfen
- ☐ 24% an, das Internet zur Unterhaltung zu nutzen
- ☐ 52% an, ihren Alltag mithilfe des Internet zu organisieren

„Wen fragen Sie als Erstes, wenn Probleme mit dem Internet auftreten?“

- ☐ 58% fragen Verwandte
- ☐ 24% bitten Freunde um Hilfe
- ☐ 8% wenden sich an Arbeitskollegen
- ☐ 10% vertrauen einer Fachperson
- ☐ 1% wenden sich an sonstige Personen

„Welche anderen Medien verwenden Sie in welchem Ausmaß, um sich zu informieren?“

FERNSEHEN

O 73% der befragten Personen geben an, das Fernsehen oft zu nutzen, 19% schauen gelegentlich sowie 8% selten. Keine der Personen schließt das Fernsehen aus ihrem Medienkonsum aus.

RADIO

O 52% der 93 befragten Personen geben an, oft Radio zu hören, während 37% dies gelegentlich tun. 8% bekennen sich zu seltenem Radiokonsum und bei 3% kommt das Radio im Medienkonsum nicht vor. 1% wollte dazu keine Angabe machen.

ZEITUNG

O 81% beziehen das Printmedium oft in ihrem Medienkonsum mit ein, 16% tut dies gelegentlich, 3% selten. Jedoch wird die Zeitung von keiner der befragten Personen ganz ausgeschlossen.

BUCH

O 30% nutzen das Buch oft, um sich zu informieren, 28% tun dies gelegentlich, wiederum 28% selten und 13% ziehen kein Buch zurate. 1% wollte dazu keine Angabe machen.

ZEITSCHRIFTEN/ MAGAZINE

O 25% nehmen Zeitschriften und/ oder Magazine zur Hand, um sich zu informieren, 29% gaben an, dies gelegentlich zu tun, 32% selten und 13% gar nicht. Wiederum wollte 1% dazu keine Angabe machen.

„Wie viel Zeit verwenden Sie pro Tag für die aktive Verwendung folgender Medien?“

FERNSEHEN

O 15% der befragten Personen geben an, weniger als 1 Stunde pro Tag fernzusehen. Mit 40% bilden jene Personen, die 1 bis 2 Stunden am Tag fernsehen, die Mehrheit. Knapp dahinter folgen mit 33% jene Personen, die 2 bis 4 Stunden am Tag dem

Fernseher ihre Aufmerksamkeit schenken. 10% tun dies 4 bis 6 Stunden pro Tag und sogar 2% sitzen am Tag mehr als 6 Stunden vor dem Fernseher.

RADIO

O 41% geben an, weniger als 1 Stunde am Tag Radio zu hören, 30% hören 1 bis 2 Stunden zu, 10% 2 bis 4 Stunden, 11% 4 bis 6 Stunden und knappe 10%, nämlich 9%, verbringen mehr als 6 Stunden pro Tag mit dem Radiohören.

ZEITUNG

O Hierzu waren die Angaben klar: 54% lesen die Zeitung in weniger als 1 Stunde am Tag und 46% brauchen dafür 1 bis 2 Stunden.

ZEITSCHRIFTEN/ MAGAZINE

O Hierzu waren die Angaben eindeutig: 89% verwenden weniger als 1 Stunden pro Tag für Zeitschriften und/ oder Magazine lesen und 11% 1 bis 2 Stunden.

BUCH

O Nur jeweils 1% verbringt den Tag damit, ein Buch mehr als 6 Stunden bzw. 4 bis 6 Stunden zu lesen. Auch lediglich 2% lesen 2 bis 4 Stunden pro Tag in einem Buch. 1 bis 2 Stunden stecken 24% der befragten Personen ihre Nasen in ein Buch und 72% sogar weniger als 1 Stunde pro Tag.

Bei der Beurteilung der Frage „Bitte beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit der Informationen folgender Medien Schulnotensystem“ zeigte sich folgende Tendenz:

TAGESZEITUNGEN

O 14% der befragten Personen befinden Tageszeitungen als sehr glaubwürdig, 42% als eher glaubwürdig, 38% schwanken und befinden es als teils-teils, während 6% Tageszeitungen als eher nicht glaubwürdig erachten.

FERNSEHEN

O 23% halten das Fernsehen für sehr glaubwürdig, 48% tippen „eher glaubwürdig“, 26% schwanken und entscheiden sich für teils-teils, während 3% das Fernsehen als eher nicht glaubwürdig befinden.

RADIO

O 23% erachten das Medium radio als sehr glaubwürdig, 57% - und damit die Mehrheit – stimmen für eher glaubwürdig, 18% meinen teils-teils und 2% glauben dem Radio eher nicht.

INTERNET

O 5% der Befragten halten das Internet für sehr glaubwürdig, 40% befinden es als eher glaubwürdig, 48% sind sich mit teils-teils nicht sicher und 5% trauen dem Internet eher nicht.

ZEITUNGEN/MAGAZINE

O 4% finden Informationen aus Zeitungen/Zeitschriften sehr glaubwürdig, 27% halten sie für eher glaubwürdig, während 45% sich mit teils-teils unsicher sind. 22% tippen auf „eher nicht glaubwürdig“ und 2% halten dieses Medium für gar nicht glaubwürdig.

BÜCHER

O Informationen aus Büchern befinden 20% als sehr glaubwürdig. 57% - und damit die Mehrheit der befragten Personen – halten sie für eher glaubwürdig. Abermals 20% sind sich unsicher, 1% erachten Bücher als eher nicht glaubwürdig und 2% als gar nicht glaubwürdig.

9 AUSWERTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN

FF1: Beruf & Beginn Internetnutzung

Besteht ein Zusammenhang zwischen dem Beginn der Internetnutzung und der beruflichen Funktion?

Hyp 1: Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis beginnen früher mit der Internetnutzung.

V1: Berufliche Funktion

V2: Beginn Internetnutzung

In der vorliegenden Arbeit wird damit von einem Beginn der Internetnutzung vor mindestens 6 Jahren ausgegangen.

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Berufliche Funktion“ und „Beginn Internetnutzung“ mittels einer Kreuztabelle in Beziehung gestellt.

„Mit Kreuztabellen, auch Kontingenztabellen oder Kontingenztafeln genannt, lassen sich Zusammenhänge zwischen zwei Merkmalen darstellen und quantifizieren.“¹⁸⁷

Die Kreuztabellen wurden mittels Chi-Quadrat-Test auf Signifikanz hin überprüft.

Damit wird untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen besteht. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Um die Signifikanz zu überprüfen, wird ein Chi-Quadrat-Test durchgeführt. Ist die Irrtumswahrscheinlichkeit p kleiner als 5%, so kann ein Zusammenhang zwischen den geprüften Variablen nachgewiesen werden, es besteht ein signifikantes Ergebnis. Ist die Irrtumswahrscheinlichkeit kleiner als 1%, ist das Ergebnis sehr signifikant. Ein hoch signifikantes Ergebnis liegt vor, wenn das Ergebnis des Signifikanztests unter 1‰ liegt.¹⁸⁸

Beginn der Internetnutzung * Berufliche Funktion Kreuztabelle							
Anzahl							
		Berufliche Funktion					
		Beamte(r)	Angestellte(r)	ArbeiterIn	Selbstständige(r)	Aushilfskraft	Gesamt

¹⁸⁷ Martens, Jul: Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. München. 2003. S. 103

¹⁸⁸ Vgl. Mengerling, Fred: Probleme der Hypothesenprüfung mittels Signifikanztests. In: Akremi/Baur/Fromm: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene 1. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2011. S. 288

Beginn der Internetnutzung	vor weniger als 1 Jahr	1	0	1	0	0	2
	vor 1-2 Jahren	2	1	1	1	1	6
	vor 2-4 Jahren	1	7	3	3	0	14
	vor 4-6 Jahren	1	6	1	0	0	8
	vor 6-8 Jahren	1	5	0	2	0	8
	vor 8-10 Jahren	0	6	1	1	0	8
	vor mehr als 10 Jahren	8	30	0	9	0	47
	Gesamt	14	55	7	16	1	93

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	39,587 ^a	24	,024
Likelihood-Quotient	34,464	24	,077
Zusammenhang linear-mit-linear	,950	1	,330
Anzahl der gültigen Fälle	93		

a. 31 Zellen (88,6%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

Zusammenfassung Hyp 1

Aus der Kreuztabelle geht hervor, dass von insgesamt 93 Befragten 16 Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis tätig waren oder noch sind. Im Kontext des als „früher“ festgelegten operationalisierten Zeitraumes, gaben 12 Personen an, mit der Internetnutzung begonnen zu haben. Dies entspricht einem Anteil von 75%.

Bei den Beamten gaben 9 von 14 Personen an, mit der Internetnutzung vor mindestens 6 Jahren begonnen zu haben. Dies entspricht einem Anteil von 64,3%. 55 der befragten 93 Personen gaben an, in einem angestellten Arbeitsverhältnis tätig (gewesen) zu sein. Davon begannen 41 vor mindestens 6 Jahren das Internet zu nutzen. Dies entspricht einem Anteil von 74,5%.

Die Untersuchung zeigt einen Signifikanzwert von 0,024. Dieser Wert liegt unter dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 und ist damit signifikant. Damit konnte eine Irrtumswahrscheinlichkeit von unter 5% nachgewiesen werden.

Die Hypothese, dass Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis früher mit der Internetnutzung beginnen, kann somit verifiziert und aufrecht erhalten werden.

FF2: Geschlecht & Erlernen der Internetnutzung

Wie erlernen SeniorInnen den Umgang mit dem Internet?

Hyp 2.1: Frauen erlernen den Umgang des Internet eher durch ihr soziales Umfeld als Männer.

V1: Geschlecht

V2: Erlernen der Internetbedienung

In der vorliegenden Arbeit wird damit von dem Erlernen des Umgangs durch Familie und Freunde ausgegangen.

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Geschlecht“ und „Erlernen der Internetbedienung“ in einer Kreuztabelle gegenübergestellt.

Als „soziales Umfeld“ werden in dieser Hypothese die Variablen „durch Familie“ und „durch Freunde“ angenommen.

Geschlecht * Erlernen der Internetbedienung Kreuztabelle							
Anzahl							
		Erlernen der Internetbedienung					
		Selbst beigebracht	Durch Familie	Durch Freunde	Durch Kurse/Schulungen	Sonstiges	Gesamt
Geschlecht	männlich	19	7	7	11	1	45
	weiblich	16	15	3	12	2	48
	Gesamt	35	22	10	23	3	93

Um einen Zusammenhang der Variablen zu überprüfen, wird auch hier der Chi-Quadrat-Test angewendet. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5,052 ^a	4	,282
Likelihood-Quotient	5,166	4	,271
Zusammenhang linear-mit- linear	,059	1	,808
Anzahl der gültigen Fälle	93		

a. 3 Zellen (30,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,45.

Zusammenfassung Hyp 2.1

Aus der Kreuztabelle ist herauszulesen, dass von allen 48 befragten Frauen 18 Frauen angeben, die Internetnutzung durch Freunde oder Familie erlernt zu haben. Dies entspricht einem Anteil von 37,5%. Von den insgesamt 45 befragten Männern geben 14 an, den Umgang mit dem Internet durch Freunde oder Familie erlernt zu haben. Dies entspricht einem Anteil von 31,1%. Diese Hypothese kann somit nicht verifiziert werden.

Die Untersuchung zeigt einen Signifikanzwert von 0,282. Dieser Wert liegt über dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 und ist damit nicht signifikant. Damit kann diese Hypothese nicht auf die Grundgesamtheit umgelegt werden und die Annahme kann nicht bewiesen werden.

Hyp 2.2: Männer bringen sich die Nutzung des Internet eher selbst bei als Frauen.

V1: Geschlecht

V2: Erlernen der Internetbedienung

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Geschlecht“ und „Erlernen der Internetbedienung“ in einer Kreuztabelle gegenübergestellt.

Um einen Zusammenhang der Variablen zu überprüfen, wird auch hier der „Chi-Quadrat-Test“ angewendet. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Zusammenfassung Hyp 2.2

Die Kreuztabelle macht ersichtlich, dass von den insgesamt 45 befragten Männern 19 Personen angaben, den Umgang mit dem Internet sich selbst beigebracht zu haben. Dies entspricht einem prozentuellen Anteil von 42,2%. Bei den Frauen gaben 16 von insgesamt 48 befragten Personen dies an, was einem Prozentanteil von 33,3% gleichkommt. Diese Hypothese kann damit nicht verifiziert werden.

Die Untersuchung zeigt einen Signifikanzwert von 0,282. Dieser Wert liegt über dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 und ist damit nicht signifikant. Damit kann diese Hypothese nicht auf die Grundgesamtheit umgelegt werden und die Annahme kann nicht bestätigt werden.

FF3: Geschlecht & Nutzungsfrequenz

Sind Geschlecht und Nutzungsfrequenz voneinander abhängig?

Hyp 3: Frauen zeigen eine höhere Nutzungsfrequenz auf als Männer.

V1: Geschlecht

V2: Wie oft nutzen Sie das Internet

Bei dieser Hypothese wird bei einer „höheren Nutzungsfrequenz“ von einer täglichen oder mehrmaligen Nutzung in der Woche ausgegangen.

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Geschlecht“ und „Wie oft nutzen Sie das Internet“ in Beziehung gestellt.

Um einen Zusammenhang der Variablen zu überprüfen, wird abermals der Chi-Quadrat-Test angewendet. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Geschlecht * Wie oft nutzen Sie das Internet Kreuztabelle						
Anzahl						
		Wie oft nutzen Sie das Internet				
		Täglich	Mehrmals in der Woche	Mehrmals im Monat	Seltener	Gesamt
Geschlecht	männlich	28	12	4	1	45
	weiblich	22	18	5	3	48

Geschlecht * Wie oft nutzen Sie das Internet Kreuztabelle

Anzahl						
		Wie oft nutzen Sie das Internet				
		Täglich	Mehrmals in der Woche	Mehrmals im Monat	Seltener	Gesamt
männlich		28	12	4	1	45
weiblich		22	18	5	3	48
Gesamt		50	30	9	4	93

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,937 ^a	3	,401
Likelihood-Quotient	2,991	3	,393
Zusammenhang linear-mit-linear	2,277	1	,131
Anzahl der gültigen Fälle	93		

a. 4 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,94.

Zusammenfassung Hyp 3

Von den 48 befragten Frauen gaben 40 an, das Internet täglich oder mehrmals in der Woche zu verwenden. Dies entspricht einem prozentuellen Anteil von 83,3%. Bei den Männern gaben ebenfalls 40 von 45 Personen an, das Internet täglich oder mehrmals in der Woche in Verwendung zu nehmen. Dies entspricht 88,8%. Die Hypothese, dass Frauen eine höhere Nutzungsfrequenz aufweisen als Männer kann damit verifiziert werden.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Signifikanzwert von 0,401. Da dieser Wert über dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 liegt, ist er nicht signifikant. Somit kann die Hypothese nicht bestätigt werden.

FF4: Nutzungsdauer & Bildungsniveau

Besteht ein Zusammenhang zwischen Ausbildung und Nutzungsdauer?

Hyp 4: Wenn SeniorInnen pro Tag lange im Internet surfen, verfügen sie eher über eine schlechtere Schulbildung als jene der Oberschicht.

V1: Bildungsabschluss

V2: Aktive Internetnutzung pro Tag

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Bildungsabschluss“ und „Aktive Internetnutzung pro Tag“ in Beziehung gestellt.

Bildungsabschluss * Aktive Internetnutzung pro Tag Kreuztabelle						
Anzahl						
		Aktive Internetnutzung pro Tag				
		Weniger als 1 Std.	1 bis 2 Std.	2 bis 4 Std.	4 bis 6 Std.	Gesamt
Bildungsabschluss	Ohne Abschluss	1	0	0	0	1
	Pflichtschulabschluss	8	3	1	1	13
	Berufsschule & Lehre	20	14	4	1	39
	Berufsbildende mittlere Schule	6	5	0	0	11
	Berufsbildende höhere Schule (mit Matura)	2	6	2	0	10
	Allgemeinbildende höhere Schule (mit Matura)	7	0	1	0	8
	Hochschulabschluss	5	4	2	0	11
	Gesamt	49	32	10	2	93

Um einen Zusammenhang der Variablen zu überprüfen, wird abermals der Chi-Quadrat-Test angewendet. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	16,094 ^a	18	,586
Likelihood-Quotient	20,275	18	,318
Zusammenhang linear-mit- linear	,049	1	,826
Anzahl der gültigen Fälle	93		

a. 22 Zellen (78,6%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

Zusammenfassung Hyp 4

Wie der Kreuztabelle zu entnehmen ist, ist unter den 93 befragten Personen niemand dabei, der eine Internetnutzung von 2 oder mehr Stunden vorweisen kann. Lediglich 1 Person ohne Schulabschluss gibt an, das Internet am Tag weniger als 1 Stunde in Verwendung zu haben. Insgesamt 13 Personen geben bei der Befragung an, über einen Pflichtschulabschluss zu verfügen. Davon nutzen 8 Personen das Internet weniger als 1 Stunde am Tag, 3 Personen 1 bis 2 Stunden pro Tag, 1 Person 2-4 Stunden sowie 1 Person 4-6 Stunden am Tag. Da im Kontext der vorliegenden Arbeit unter einer „langen“ Internetnutzung pro Tag eine Nutzung von 2 bis 6 Stunden am Tag verstanden wird, entsprechen diese beiden Personen einem Prozentsatz von 15,38%. Die Hypothese, dass, wenn SeniorInnen pro Tag lange im Internet surfen über eine eher schlechtere Schulbildung verfügen als jene der Oberschicht, kann damit nicht verifiziert werden.

Der Chi-Quadrat-Test nach Pearson zeigt einen Wert von 0,586 an. Dieser Wert liegt über dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit kann die Hypothese nicht bestätigt werden.

FF5: Geschlecht & Nutzung Internetservices

Besteht ein Zusammenhang zwischen genutzten Internetservices und Geschlecht?

Hyp 5: Männer nutzen das Internet eher für Unterhaltungsangebote als Frauen.

V1: Geschlecht

V2: Internetservices

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Geschlecht“ und „Internetservices“ in Beziehung gestellt. Anschließend wird, um einen Zusammenhang der Variablen zu überprüfen, der Chi-Quadrat-Test angewendet. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Geschlecht * Angebote_Glückspiel, Wetten

Kreuztabelle				
Anzahl				
		Angebote_Glückspiel, Wetten		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	43	2	45
	weiblich	47	1	48
	Gesamt	90	3	93

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,415 ^a	1	,520	,609	,476
Kontinuitätskorrektur ^b	,003	1	,955		
Likelihood-Quotient	,421	1	,517		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	,410	1	,522		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 1,45.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Blogs

Kreuztabelle				
Anzahl				
		Angebote_Blogs		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	44	1	45
	weiblich	48	0	48
	Gesamt	92	1	93

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,078 ^a	1	,299	,484	,484
Kontinuitätskorrektur ^b	,001	1	,974		
Likelihood-Quotient	1,463	1	,226		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	1,067	1	,302		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,48.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Unterhaltung

Kreuztabelle				
Anzahl				
		Angebote_Unterhaltung		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	38	7	45
	weiblich	44	4	48
	Gesamt	82	11	93

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,162 ^a	1	,281	,345	,225
Kontinuitätskorrektur ^b	,572	1	,449		
Likelihood-Quotient	1,171	1	,279		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	1,149	1	,284		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 5,32.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Computerspiele

Kreuztabelle

Anzahl				
		Angebote_Computerspiele		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	38	7	45
	weiblich	33	15	48
	Gesamt	71	22	93

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (2- seitig)	Exakte Signifikanz (1- seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,168 ^a	1	,075	,091	,062
Kontinuitätskorrektur ^b	2,358	1	,125		
Likelihood-Quotient	3,232	1	,072		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	3,134	1	,077		

Anzahl der gültigen Fälle	93				
---------------------------	----	--	--	--	--

- a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 10,65.
- b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Gewinnspiele

		Kreuztabelle		
Anzahl				
		Angebote_Gewinnspiele		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	40	5	45
	weiblich	42	6	48
	Gesamt	82	11	93

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,043 ^a	1	,836	1,000	,546
Kontinuitätskorrektur ^b	,000	1	1,000		
Likelihood-Quotient	,043	1	,836		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	,042	1	,837		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

- a. 0 Zellen (,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 5,32.
- b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Partnerbörsen

		Kreuztabelle		
Anzahl				
		Angebote_Partnerbörsen		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt

Geschlecht	männlich	45	0	45
	weiblich	46	2	48
	Gesamt	91	2	93

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	1,916 ^a	1	,166	,495	,264
Kontinuitätskorrektur ^b	,448	1	,503		
Likelihood-Quotient	2,687	1	,101		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	1,896	1	,169		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,97.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Social Media

Kreuztabelle

Anzahl				
		Angebote_Social Media		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	40	5	45
	weiblich	44	4	48
	Gesamt	84	9	93

Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,205 ^a	1	,651		

Kontinuitätskorrektur ^b	,010	1	,919		
Likelihood-Quotient	,205	1	,651		
Exakter Test nach Fisher				,735	,459
Zusammenhang linear-mit-linear	,203	1	,652		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,35.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Foren

Kreuztabelle				
Anzahl				
		Angebote_Foren		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	38	7	45
	weiblich	46	2	48
	Gesamt	84	9	93

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	3,446 ^a	1	,063		
Kontinuitätskorrektur ^b	2,267	1	,132		
Likelihood-Quotient	3,608	1	,057		
Exakter Test nach Fisher				,084	,065
Zusammenhang linear-mit-linear	3,409	1	,065		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 4,35.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Geschlecht * Angebote_Chat

Kreuztabelle				
Anzahl				
		Angebote_Chat		
		nicht gewählt	gewählt	Gesamt
Geschlecht	männlich	43	2	45
	weiblich	45	3	48
	Gesamt	88	5	93

Chi-Quadrat-Tests					
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (2-seitig)	Exakte Signifikanz (1-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	,149 ^a	1	,700	1,000	,531
Kontinuitätskorrektur ^b	,000	1	1,000		
Likelihood-Quotient	,150	1	,699		
Exakter Test nach Fisher					
Zusammenhang linear-mit-linear	,147	1	,701		
Anzahl der gültigen Fälle	93				

a. 2 Zellen (50,0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist 2,42.

b. Wird nur für eine 2x2-Tabelle berechnet

Zusammenfassung Hyp 5

Wie aus der ersten Kreuztabelle mit der Variable „Glückspiel, Wetten“ herauszulesen ist, nutzen von den insgesamt 45 befragten Männern lediglich 2 das Internet für Glückspiel oder Wetten. Dies entspricht 4,44%. Von den insgesamt 48 befragten Frauen nutzt nur 1 Dame das Internet dazu. Dies entspricht 2,08%. Hier überwiegt der Prozentanteil der Männer jenen der Frauen.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Wert von 0,520. Da dieser Wert über dem angenommenen Signifikanzwert von 0,05 liegt, ist dieses Ergebnis nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

Bezüglich des Internetservice „Blogs“, gibt 1 der 45 befragten Männer an, das Internet zu Bloggingzwecken zu nutzen. Dies entspricht 2,22%. Von den 48 befragten Frauen, nutzt keine das Internet hierzu. Hier überwiegt die Prozentanteil der Männer jenen der Frauen.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Wert von 0,299. Da dieser Wert über dem angenommenen Signifikanzwert von 0,05 liegt, ist dieses Ergebnis nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

Das Internet zu Unterhaltungszwecken (Videos, Filme im Internet ansehen), nutzen 7 der 45 männlichen Befragten. Das sind 15,55% der befragten Männer. Insgesamt 4 der 48 Frauen tun dies ebenfalls. Dies sind 8,33%. Hier überwiegt die Prozentanteil der Männer jenen der Frauen.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Wert von 0,281. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

7 der 45 befragten Männer nutzen das Internet für Computerspiele. Das sind 15,55%. Im Vergleich dazu verwenden 31,25% der Frauen das Internet ebenfalls dafür. Dies entspricht 15 der 48 befragten Damen. Hier überwiegt die Prozentanteil der Frauen jenen der Männer.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt hier einen Wert von 0,075. Dieser Wert liegt abermals über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist damit nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

11,11% der befragten Männer nutzen das Internet für Online-Gewinnspiele. Das sind 5 der 45 männlichen Befragten. Bei den Damen tun dies 6 der 48 Befragten. Das ist ein Prozentanteil von 12,5%. Hier überwiegt die Prozentanteil der Frauen jenen der Männer.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt hier einen Wert von 0,836. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

Keiner der befragten Männer ist in Partnerbörsen aktiv. Dem halten 2 der 48 befragten Damen entgegen. Sie entsprechen 4,16%. Somit überwiegt der Prozentsatz der Frauen.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Wert von 0,166. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant.

Zur Social Media-Nutzung haben 11,11%, also 5 der befragten Männer, das Internet in Verwendung. Bei den Damen sind es 8,33%, also 4 der befragten Frauen. Hier überwiegt die Prozentanteil der Männer jenen der Frauen.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Wert von 0,651. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

In Foren aktiv sind nach eigener Angabe, 15,55% der befragten Männer und 4,16% der Frauen. Hier überwiegt die Prozentanteil der Männer jenen der Frauen.

Der Chi-Quadrat-Test verweist auf einen Wert von 0,063. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

Die Möglichkeit, mit anderen via Chat zu kommunizieren, nehmen nur 4,44% der befragten Männer wahr. In absoluten Zahlen sind das 2 der 45 Befragten. Von den insgesamt 48 befragten Frauen, nutzen 3 diese Möglichkeit. Dies entspricht einem prozentuellen Anteil von 6,25%. Hier überwiegt die Prozentanteil der Frauen jenen der Männer.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt ein Ergebnis von 0,700. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den beiden Variablen kein Zusammenhang.

Zusammengefasst überwiegt der prozentuelle Anteil der Nutzung von Internetservices zu Unterhaltungszwecken 5 Mal bei den Männern und 4 Mal bei den Frauen. Damit kann diese Hypothese verifiziert werden. Da jedoch die Werte der Chi-Quadrat-Tests jeweils das Signifikanzniveau bei weitem überschreiten, kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

FF6: Nutzungsfrequenz und Familienstand

Ist die Internetnutzung von Senioren abhängig von deren Familienstand?

Hyp 6: Wenn SeniorInnen mit einem Partner leben, dann nutzen sie das Internet seltener als Alleinstehende.

V1: Internetnutzung

V2: Familienstand

Um diese Hypothese zu überprüfen, werden die Variablen „Internetnutzung“ und „Familienstand“ in Beziehung gestellt.

Familienstand * Wie oft nutzen Sie das Internet Kreuztabelle						
Anzahl						
		Wie oft nutzen Sie das Internet				
		Täglich	Mehrmals in der Woche	Mehrmals im Monat	Seltener	Gesamt
Familienstand	Ledig	5	2	1	0	8
	In einer Partnerschaft lebend	5	0	0	0	5
	Verheiratet	36	24	7	3	70
	Geschieden	2	2	0	0	4
	Geschieden und wieder in einer Partnerschaft lebend	0	1	1	0	2
	Verwitwet	2	0	0	1	3
	Verwitwet und wieder in einer Partnerschaft lebend	0	1	0	0	1
	Gesamt	50	30	9	4	93

Um einen Zusammenhang der Variablen zu überprüfen, wird abermals der Chi-Quadrat-Test angewendet. Als Signifikanzwert wird 0,05 angenommen.

Chi-Quadrat-Tests			
	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	20,129 ^a	18	,326

Likelihood-Quotient	20,213	18	,321
Zusammenhang linear-mit-linear	2,670	1	,102
Anzahl der gültigen Fälle	93		

a. 25 Zellen (89,3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,04.

Zusammenfassung Hyp 6

Von allen 93 Befragten, geben nur 8 Personen, also 8,6%, als Familienstand „ledig“ an. Davon nutzt die Mehrheit, nämlich 5 Personen (62,5%), das Internet täglich, gefolgt von 25%, welche es mehrmals in der Woche benutzen sowie 12,5%, die es mehrmals im Monat in Verwendung nehmen.

Von den 5 Personen, die den Familienstand „in einer Partnerschaft lebend“ angeben, nutzen alle, somit 100%, das Internet täglich.

Die insgesamt 70 Verheirateten nutzen das Internet auch häufig. 36 Personen, 51,42%, nehmen es täglich in Verwendung, 24 Personen, 34,28%, tun dies mehrmals wöchentlich, 7 Personen, 10%, mehrmals im Monat und 3 Personen, 4,28%, seltener.

Geschieden und wieder in einer Partnerschaft lebend sind 2,15% aller Befragten. Davon nutzen 50% das World Wide Web mehrmals in der Woche und 50% mehrmals im Monat.

Verwitwet und wieder in einer Partnerschaft lebend ist knapp 1% der Befragten. Diese 1 Person gibt an, das Internet mehrmals in der Woche zu verwenden.

Von den insgesamt 93 befragten Personen, nutzen 50 Personen, folglich 53,76%, das Internet täglich. 32,35%, also 30 Personen, tun dies mehrmals in der Woche, gefolgt von 9,67%, demnach 9 Personen, die dies mehrmals im Monat machen. Das Schlusslicht bilden die restlichen 4 Personen, 4,3%, die angeben, das Internet seltener zu nutzen. Die Hypothese, dass SeniorInnen, welche mit einem Partner leben, das Internet seltener verwenden als Alleinstehende kann nicht verifiziert werden.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt einen Wert von 0,326 an. Dieser Wert liegt über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den Variablen kein Zusammenhang. Es kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

FF7: Einstellungen und Anwendungsfertigkeiten der SeniorInnen

Zur Erklärung dieser Fragestellung wird die Faktorenanalyse verwendet. Die Faktorenanalyse ist ein Forschungsinstrument und dient zum Zwecke der Datenreduktion.

„Die Faktorenanalyse (factor analysis, FA) ist ein Oberbegriff für diverse Verfahren, die es ermöglichen, aus einer großen Zahl von korrelierenden Variablen eine möglichst geringe Anzahl von (nicht beobachteten) Faktoren (auch: Komponenten, Typen, Dimensionen) zu extrahieren.“¹⁸⁹

„Die Faktorenanalyse zählt zu den wichtigsten Verfahren der multivariaten Analysemethoden. Das Ziel der Faktorenanalyse ist es, eine gegebene Anzahl von Variablen mit redundanten Informationen auf weniger Variablen, den sogenannten *Faktoren* zu reduzieren. Auf diese Weise soll das hinter den Variablen verborgene Ursachensystem, auf das die Zusammenhänge zurückzuführen sind, herausgearbeitet werden.“¹⁹⁰ Der Kern des Verfahrens besteht in der Extraktion der Faktoren.

Die Faktorenanalyse besteht aus folgenden Teilschritten:

- Vorbereitung einer Korrelationsmatrix der Beobachtungsvariablen (auch Kovarianzmatrix genannt)
- Extraktion der Ursprungsfaktoren zur Erkundung der Möglichkeit der Datenreduktion
- Rotation zur endgültigen Lösung und Interpretation der Faktoren

¹⁸⁹ Schendera, Christian: Clusteranalyse mit SPSS: Mit Faktorenanalyse. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH. München. 2010. S. 180

¹⁹⁰ Martens (2003). S. 223

- Eventuelle Berechnung der Faktorwerte für die Fälle und Speicherung als neue Variable¹⁹¹

Die Komponentenmatrix gibt Aufschluss über die Beziehungen zwischen den Items und den Faktoren. Um einen Faktor (in SPSS als Komponenten bezeichnet) interpretieren zu können, müssen die Items betrachtet werden, die auf ihn „laden“ und versucht, ihren gemeinsamen inhaltlichen Nenner zu bestimmen. Die Komponenten stehen in den Spalten der Tabelle, die Items in den Zeilen.¹⁹²

Die hier verwendete Extraktionsmethode ist die Hauptkomponentenanalyse, auch PCA genannt. „Das Ziel von PCA ist die maximale Aufklärung der Gesamtvarianz aller manifesten Variablen in der Rohdatenmatrix durch möglichst wenige Komponenten.“¹⁹³

Das Ziel der Hauptkomponentenanalyse ist Datenreduktion und Erklärung. Im Ergebnis erklären Komponenten die Varianz der Datenmatrix. Dabei erläutert die erste Komponente den größten Anteil, gefolgt von der nächsten Komponente den nächst kleineren Anteil, nachdem der Einfluss der ersten Komponente herauspartialisiert wurde. Bei der Hauptkomponentenanalyse wird auf die Rotation der Lösung normalerweise verzichtet. Dies dient der Datenreduktion.¹⁹⁴ Die Hauptkomponentenanalyse ist ein multivariates Verfahren zur Analyse der Beziehungen zahlreicher quantitativer Variablen. Sie gestattet, Daten zu explorieren, zusammenzufassen und lineare Zusammenhänge zu entdecken. Aufgrund ihrer Fähigkeit zur Komponentenbildung ist diese Analyse ein Verfahren zur Reduktion von Komplexität von Daten.¹⁹⁵

Faktorenanalyse

Deskriptive Statistiken			
	Mittelwert	Standardabweichung	Analyse N

¹⁹¹ Vgl. Laatz, Wilfried/ Janssen, Jürgen: Statistische Datenanalyse mit SPSS. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests. Springer Verlag. Berlin. Heidelberg. 2010. S. 555

¹⁹² Vgl. Baur, Nina/ Fromm, Sabine: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. Ein Arbeitsbuch. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2008. S. 327

¹⁹³ Schendera (2010). S. 191

¹⁹⁴ Vgl. ebd. S. 194

¹⁹⁵ Vgl. ebd. S. 217

Von der Fülle an Informationen überfordert	3,45	1,202	93
Internet hat Leben pos. bereichert	2,18	1,010	93
Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	1,76	,865	93
Weiß, wie ich Info im Inet finde	1,94	1,009	93
Über Risiken des Inet bewusst	1,83	,951	93
Erleichterung des Alltags durch Inet	2,06	1,041	93
Verzicht auf das Internet	3,11	1,272	93
Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	1,97	,699	93
Vermissen Sie Angebote	3,89	,878	93

Korrelationsmatrix

	Von der Fülle an Informationen überfordert	Internet hat Leben pos. bereichert	Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	Weiß, wie ich Info im Inet finde	Über Risiken des Inet bewusst	Erleichterung des Alltags durch Inet	Verzicht auf das Internet	Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	Vermissen Sie Angebote
Korrelation									
Von der Fülle an Informationen überfordert	1,000	-,140	-,283	-,343	-,283	-,189	,309	,056	,057
Internet hat Leben pos. bereichert	-,140	1,000	,436	,321	,056	,495	-,379	,070	-,149

	Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	-,283	,436	1,000	,381	,386	,331	-,125	,293	-,234
	Weiß, wie ich Info im Inet finde	-,343	,321	,381	1,000	,555	,273	-,410	,151	-,204
	Über Risiken des Inet bewusst	-,283	,056	,386	,555	1,000	,198	-,281	,122	-,140
	Erleichterung des Alltags durch Inet	-,189	,495	,331	,273	,198	1,000	-,375	,362	-,040
	Verzicht auf das Internet	,309	-,379	-,125	-,410	-,281	-,375	1,000	-,094	,079
	Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	,056	,070	,293	,151	,122	,362	-,094	1,000	-,289
	Vermissen Sie Angebote	,057	-,149	-,234	-,204	-,140	-,040	,079	-,289	1,000
Signifikanz (1-seitig)	Von der Fülle an Informationen überfordert		,090	,003	,000	,003	,035	,001	,296	,294
	Internet hat Leben pos. bereichert	,090		,000	,001	,298	,000	,000	,252	,077

Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	,003	,000	,000	,000	,001	,117	,002	,012
Weiß, wie ich Info im Inet finde	,000	,001	,000	,000	,004	,000	,074	,025
Über Risiken des Inet bewusst	,003	,298	,000	,000	,029	,003	,121	,091
Erleichterung des Alltags durch Inet	,035	,000	,001	,004	,029	,000	,000	,352
Verzicht auf das Internet	,001	,000	,117	,000	,003	,000	,185	,227
Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	,296	,252	,002	,074	,121	,000	,185	,002
Vermissen Sie Angebote	,294	,077	,012	,025	,091	,352	,227	,002

Kommunalitäten

	Anfänglich	Extraktion
Von der Fülle an Informationen überfordert	1,000	,515
Internet hat Leben pos. bereichert	1,000	,693
Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	1,000	,526
Weiß, wie ich Info im Inet finde	1,000	,667
Über Risiken des Inet bewusst	1,000	,689

Erleichterung des Alltags durch Inet	1,000	,699
Verzicht auf das Internet	1,000	,543
Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	1,000	,667
Vermissen Sie Angebote	1,000	,525

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	3,054	33,931	33,931	3,054	33,931	33,931
2	1,298	14,420	48,351	1,298	14,420	48,351
3	1,173	13,034	61,385	1,173	13,034	61,385
4	,845	9,386	70,771			
5	,813	9,035	79,806			
6	,707	7,853	87,658			
7	,437	4,851	92,509			
8	,422	4,693	97,202			
9	,252	2,798	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Komponentenmatrix^a

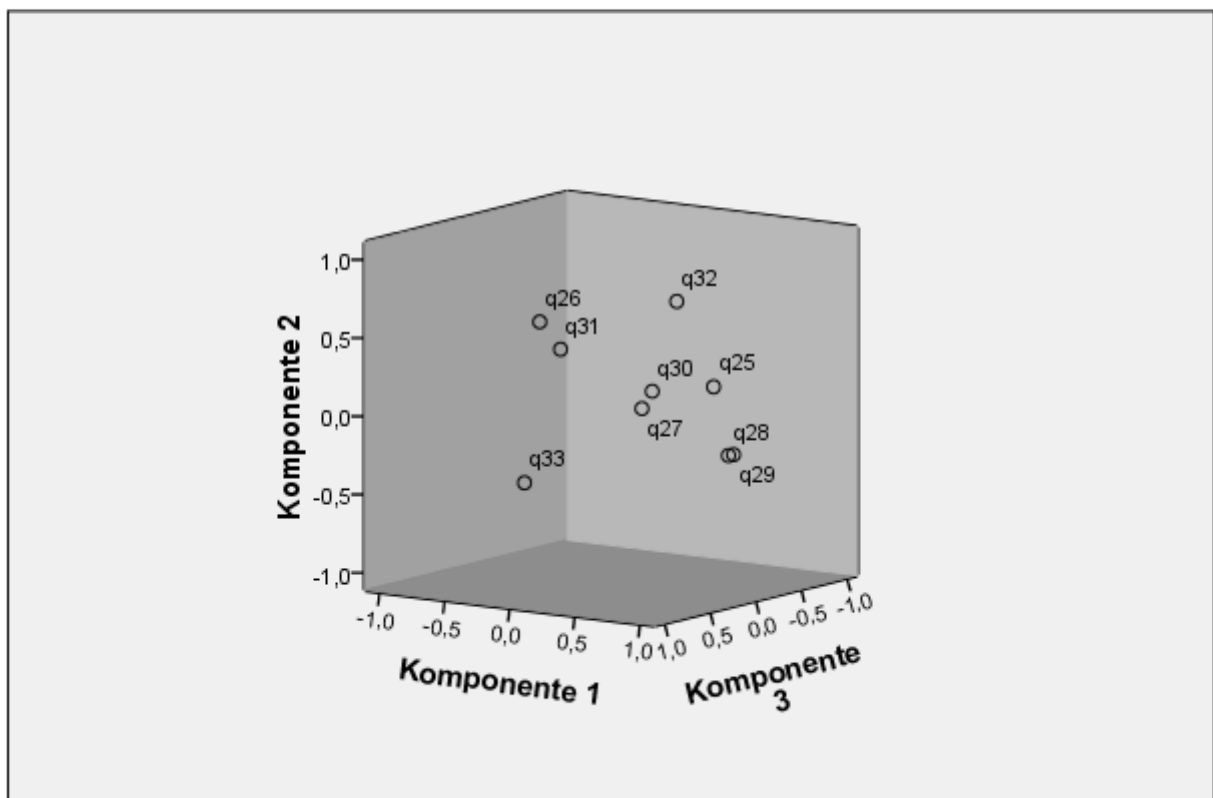
	Komponente		
	1	2	3
Von der Fülle an Informationen überfordert	-,493	,516	,079
Internet hat Leben pos. bereichert	,617	,141	,541
Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	,684	,187	-,149
Weiß, wie ich Info im Inet finde	,738	-,258	-,234
Über Risiken des Inet bewusst	,604	-,302	-,482
Erleichterung des Alltags durch Inet	,646	,244	,471

Verzicht auf das Internet	-,608	,273	-,315
Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	,385	,700	-,172
Vermissen Sie Angebote	-,341	-,441	,463

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

a. 3 Komponenten extrahiert

Komponentendiagramm



Koeffizientenmatrix der Komponentenwerte

	Komponente		
	1	2	3
Von der Fülle an Informationen überfordert	-,161	,398	,067
Internet hat Leben pos. bereichert	,202	,109	,461

Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden	,224	,144	-,127
Weiß, wie ich Info im Inet finde	,242	-,199	-,200
Über Risiken des Inet bewusst	,198	-,233	-,411
Erleichterung des Alltags durch Inet	,212	,188	,401
Verzicht auf das Internet	-,199	,210	-,269
Zufriedenheit mit Inet-Angeboten	,126	,539	-,147
Vermissen Sie Angebote	-,112	-,340	,395

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Kovarianzmatrix des Komponentenwerts			
Komponente	1	2	3
1	1,000	,000	,000
2	,000	1,000	,000
3	,000	,000	1,000

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Zusammenfassung FF 7

Die Tabelle „Deskriptive Statistiken“ zeigt für alle Variablen die Standardabweichung, den Mittelwert und N auf. Dabei sind Variablen mit keiner bzw. geringer Standardabweichung auszuschließen.¹⁹⁶

Die Tabelle „Korrelationsmatrix“ zeigt die Interkorrelationen zwischen den Variablen in der oberen Tabellenhälfte. Die Werte der Diagonalen sind 1, da jede Variable mit sich selbst perfekt korreliert. Die weiteren Korrelationskoeffizienten werden für die Ermittlung der Komponentenladungen benötigt. Die Korrelationskoeffizienten variieren zwischen -1 und +1, wobei negative Werte einen entgegengesetzten Zusammenhang und positive Werte einen gleichgerichteten Zusammenhang angeben. Ein Wert von 0 gibt an, dass kein Zusammenhang zwischen den Variablen

¹⁹⁶ Vgl. Schendera (2010). S. 223

besteht. In der unteren Tabellenhälfte werden die p-Werte für die statistische Signifikanz (1-seitig) angezeigt.¹⁹⁷

Die Tabelle „Kommunalitäten“ zeigt die Kommunalitäten vor bzw. nach der Extraktion der Komponenten.¹⁹⁸

„Kommunalitäten sind im Prinzip Korrelationskoeffizienten und können auch analog interpretiert werden. Kommunalitäten gelten als hoch, wenn sie $\geq 0,8$ sind. (...) Variablen mit ausgesprochen niedrigen Kommunalitäten ($\leq 0,40$) hängen entweder nicht mit anderen Variablen zusammen (und können versuchsweise aus der Analyse ausgeschlossen werden) oder deuten an, dass die Datenkonstellation auf die Wirkweise einer weiteren Komponente überprüft werden sollte.“¹⁹⁹

Die Tabelle „Erklärte Gesamtvarianz“ zeigt Eigenwerte, erklärte Varianz und kumulierte erklärte Varianz für die Lösung an. Die Spalte „Gesamt“ gibt die Eigenwerte jeder Komponente wieder. Die Spalten „% der Varianz“ geben den jeweiligen Prozentanteil der durch die jeweilige Komponente erklärten Varianz wieder. Die Spalte „Kumulierte %“ gibt die kumulierten Prozentanteile der erklärten Varianz wieder. Die linke Seite der Tabelle „Anfängliche Eigenwerte“ basiert auf den anfänglichen Werten vor der Extraktion. Für die anfängliche Lösung gibt es so viele Komponenten wie es Variablen in der Analyse gibt. Im vorliegenden Fall sind es 9 Variablen, demnach gibt es auch 9 Komponenten. Die rechte Seite der Tabelle zeigt die Ergebnisse nach der Extraktion.²⁰⁰

Der Vergleich der linken mit der rechten Tabellenseite gestattet erste Aufschlüsse über das Verhältnis von Gesamtvarianz und Komponentenzahl. Links beschreiben 9 Komponenten 100%, rechts 3 Komponenten 61,4%. Die ermittelten 3 Komponenten erklären fast genauso viel Varianz wie die 9 ursprünglichen Variablen. Damit ist das erste Ziel, die Datenreduktion, erreicht.

Mit der Tabelle „Komponentenmatrix“ können Komponenten und ihr Verhältnis zu den auf sie ladenden Variablen formell und inhaltlich bestimmt werden. Anhand der Tabelle können die Ladungen der Variablen auf den beiden extrahierten Komponenten abgelesen werden. Jeder Wert gibt die Korrelation zwischen der

¹⁹⁷ Vgl. Schendera (2010). S. 224

¹⁹⁸ Vgl. Schendera (2010). S. 225

¹⁹⁹ Vgl. Schendera (2010). S. 225

²⁰⁰ Vgl. Schendera (2010). S. 226

jeweiligen Variable und Komponente wieder. Anhand dessen können erste Schlüsse bezüglich der Komponenten gezogen werden.²⁰¹

Die erste Komponente hat hohe positive Ladungen auf 6 von 9 Variablen. Die zweite Komponente hat ebenfalls auf 6 von 9 Variablen hohe positive Ladungen. Die dritte Komponente hingegen zeigt nur 4 hohe positive Ladungen auf. Daraus ist folgender Schluss zu ziehen: Komponente 1 ist mit dem Wert ,738 repräsentiert, Komponente 2 mit dem Wert ,516 und Komponente 3 mit dem Wert ,541. Dies lässt sich auch am Komponentendiagramm ablesen.

Die Tabelle „Kovarianz des Komponentenwertes“ gibt die Korrelation der ermittelten Komponentenwerte wieder.²⁰²

Die Komponenten werden so ermittelt, dass sie zueinander linear korrelieren. Das bedeutet, dass sie zu 0 miteinander korrelieren. Wie aus der Tabelle ersichtlich, korrelieren die Komponenten mit sich selbst zu 1 und untereinander zu 0.

²⁰¹ Vgl. Schendera (2010). S. 228

²⁰² Vgl. Schendera (2010). S. 230

10 ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

Hyp 1: Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis beginnen früher mit der Internetnutzung.

Bei dieser Hypothese kann ein Zusammenhang zwischen Variablen „Berufliche Funktion“ und „Beginn Internetnutzung“ nachgewiesen werden. Das Ergebnis des Chi-Quadrat-Tests liegt unter dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 und ist damit signifikant. Die Hypothese, dass Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis früher mit der Internetnutzung beginnen, kann somit verifiziert werden.

Hyp 2.1: Frauen erlernen den Umgang des Internet eher durch ihr soziales Umfeld als Männer.

Um diese Hypothese zu überprüfen wurden die Variablen „Geschlecht“ und „Erlernen der Internetbedienung“ gegenübergestellt, mit dem Ergebnis, dass kein Zusammenhang zwischen diesen besteht. Es kann festgehalten werden, dass von allen 48 befragten Frauen 37,5% angeben, die Internetnutzung durch Freunde oder Familie erlernt zu haben. Von den insgesamt 45 befragten Männern geben 31,1% an, den Umgang mit dem Internet durch Freunde oder Familie erlernt zu haben. Die Hypothese kann damit nicht verifiziert werden. Die Untersuchung zeigt einen Signifikanzwert über dem angenommenen Signifikanzniveau und ist damit nicht signifikant und es kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

Hyp 2.2: Männer bringen sich die Nutzung des Internet eher selbst bei als Frauen.

Bei diese Hypothese kann festgehalten werden, dass sich von befragten Männern 42,2% den Umgang mit dem Internet sich selbst beibringen. Bei den Frauen sind es 33,3%. Damit kann die Hypothese nicht verifiziert werden. Die Untersuchung zeigt einen Signifikanzwert von 0,282. Dieser Wert liegt über dem angenommenen Signifikanzniveau von 0,05 und ist damit nicht signifikant. Es kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

Hyp 3: Frauen zeigen eine höhere Nutzungsfrequenz auf als Männer.

Bei dieser Annahme wird bei einer „höheren Nutzungsfrequenz“ von einer täglichen oder mehrmaligen Nutzung in der Woche ausgegangen. Um diese Hypothese zu überprüfen, wurden die Variablen „Geschlecht“ und „Wie oft nutzen Sie das Internet“ in Beziehung gestellt. Von den 48 befragten Frauen gaben 83,3% an, das Internet täglich oder mehrmals in der Woche zu verwenden. Bei den Männern sind es 88,8%. Diese Hypothese kann damit verifiziert werden. Der Chi-Quadrat-Test zeigt jedoch keine Signifikanz, daher kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

Hyp 4: Wenn SeniorInnen pro Tag lange im Internet surfen, verfügen sie eher über eine schlechtere Schulbildung als jene der Oberschicht.

Um diese Hypothese zu überprüfen, wurden die Variablen „Bildungsabschluss“ und „Aktive Internetnutzung pro Tag“ in Beziehung gestellt.

Es ist zu bemerken, dass unter den 93 befragten Personen niemand dabei, der eine Internetnutzung von 2 oder mehr Stunden vorweisen kann. Lediglich 1 Person ohne Schulabschluss gibt an, das Internet am Tag weniger als 1 Stunde in Verwendung zu haben. Insgesamt 13 Personen geben bei der Befragung an, über einen Pflichtschulabschluss zu verfügen. Davon nutzen 8 Personen das Internet weniger als 1 Stunde am Tag, 3 Personen 1 bis 2 Stunden pro Tag, 1 Person 2-4 Stunden sowie 1 Person 4-6 Stunden am Tag. Da im Kontext der vorliegenden Arbeit unter einer „langen“ Internetnutzung pro Tag eine Nutzung von 2 bis 6 Stunden am Tag verstanden wird, entsprechen diese beiden Personen einem Prozentsatz von 15,38%. Die Hypothese kann somit nicht verifiziert werden.

Der Chi-Quadrat-Test nach Pearson zeigt einen nicht-signifikanten Wert von 0,586 an. Somit kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

Hyp 5: Männer nutzen das Internet eher für Unterhaltungsangebote als Frauen.

Um diese Hypothese zu überprüfen, wurden die Variablen „Geschlecht“ und „Internetservices“ in Beziehung gestellt. Zusammengefasst überwiegt der prozentuelle Anteil der Nutzung von Internetservices zu Unterhaltungszwecken 5 Mal bei den Männern und 4 Mal bei den Frauen. Mit diesem Ergebnis kann die Hypothese verifiziert werden. Da jedoch die Werte der Chi-Quadrat-Tests jeweils das Signifikanzniveau bei weitem überschreiten, kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden.

Hyp 6: Wenn SeniorInnen mit einem Partner leben, dann nutzen sie das Internet seltener als Alleinstehende.

Um diese Hypothese zu überprüfen, wurden die Variablen „Internetnutzung“ und „Familienstand“ in Beziehung gestellt.

Von allen 93 Befragten, geben nur 8 Personen, also 8,6%, als Familienstand „ledig“ an. Davon nutzt die Mehrheit, nämlich 5 Personen (62,5%), das Internet täglich, gefolgt von 25%, welche es mehrmals in der Woche benutzen sowie 12,5%, die es mehrmals im Monat in Verwendung nehmen. Von den 5 Personen, die den Familienstand „in einer Partnerschaft lebend“ angeben, nutzen alle, somit 100%, das Internet täglich. Die insgesamt 70 Verheirateten nutzen das Internet auch häufig. 51,42%, nehmen es täglich in Verwendung, 34,28%, tun dies mehrmals wöchentlich. 10% nutzen es mehrmals im Monat und 4,28%, seltener. Geschieden und wieder in einer Partnerschaft lebend sind 2,15% aller Befragten. Davon nutzen 50% das World Wide Web mehrmals in der Woche und 50% mehrmals im Monat. Verwitwet und wieder in einer Partnerschaft lebend ist knapp 1% der Befragten. Diese nutzt das Internet mehrmals in der Woche. Die Hypothese kann nicht verifiziert werden.

Der Chi-Quadrat-Test zeigt auch hier einen Wert über dem Signifikanzniveau von 0,05 und ist daher nicht signifikant. Somit besteht zwischen den Variablen kein Zusammenhang. Es kann kein Rückschluss auf die Grundgesamtheit gezogen werden. Somit kann die Hypothese nicht bewiesen werden.

FF7: Einstellungen und Anwendungsfertigkeiten der SeniorInnen

Das Datenreduktionsverfahren der Faktorenanalyse zeigt eine Extraktion von 3 Komponenten aus anfänglich 9 Variablen. Somit können diese 9 Variablen auf 3 Komponenten reduziert werden.

11 DISKUSSION DER ERGEBNISSE & AUSBLICK

Das Alter und das Altern sind sehr komplexe Begriffe, die sich nicht so einfach erklären lassen. Sie bezeichnen keinen fixen sozialen Status, sondern sind ein vielschichtiger, mehrdimensionaler Prozess, bei dem viele kleine Details zu beachten und mit einzubeziehen sind. Die Auseinandersetzung mit dem Thema der vorliegenden Arbeit führt zu der Erkenntnis, dass das Internet keineswegs ein Medium ist, das nur der jüngeren Generation vorbehalten ist. Im Gegenteil, die rüstige Generation 60 + befindet sich bereits auf der Überholspur. Strickende Großmütter im Schaukelstuhl waren gestern, heute gibt es die „neuen Alten“. Entgegen vieler Vorurteile stehen sie dem neuen Medium offen gegenüber. Das weltweite Computernetz ist nicht mehr nur der jungen Generation vorbehalten, auch das Interesse der älteren Bevölkerungsgruppe wächst – und damit auch die Zahl der älteren UserInnen, die das Fenster in die weite Welt für sich entdecken. Dies bestätigen auch bereits durchgeführte Studien. In der vorliegenden Arbeit zeigt sich, dass Personen in einem selbstständigen Arbeitsverhältnis früher mit der Internetnutzung beginnen, als beispielsweise jene in einem Angestelltenverhältnis. Dies kann möglicherweise darin begründet sein, dass Selbstständige, mehr als Angestellte, auf eine rasche, unkomplizierte und selbstbestimmte Arbeitsweise angewiesen sind und gerade darin die Stärken des Internet liegen. Internationale Studien bestätigen zudem, dass ältere Personen durch ihre erwachsenen Kinder, dem Ehepartner, Enkelkindern oder Freunden zur Internetnutzung motiviert werden. Entgegen dieser Studien konnte die Hypothese, dass die Mehrheit der Frauen die Internetnutzung durch Freunde oder Familie – also ihr soziales Umfeld - erlernen, nicht verifiziert werden. Es zeigt sich vielmehr, dass Frauen sich die Fertigkeiten selbst beibringen als sie sich beibringen zu lassen. Auch die Hypothese, dass Männer sich diese vorrangig selbst beibringen, musste falsifiziert werden. Auch bei ihnen überwiegt das autodidaktische Element. Das Demonstrieren von Unabhängigkeit und das Nicht-Angewiesen-Sein auf Freunde oder Familie mag hier eine Rolle spielen. Viele der befragten Personen entdeckten das Internet nicht erst nach Ende ihrer beruflichen Tätigkeit, sondern wurden bereits während ihrer beruflichen Laufbahn mit dem neuen Medium konfrontiert und machte die Nutzung dessen unvermeidlich. Fast die Hälfte der Befragten geben an, die Internetnutzung sei für ihren Beruf notwendig gewesen und daher der Hauptgrund für den Beginn ihrer Internetnutzung. Viele SeniorInnen erlangen ihre Computerkenntnisse bereits

im Berufsleben und erweitern sie im Ruhestand, um damit ihren Hobbies und Interessen nachzugehen. Nichts desto Trotz besteht ein enormes Interesse von SeniorInnen, das Internet kennenzulernen. Dieser Trend wurde bereits von einigen Institutionen erkannt und darauf reagiert. Internetkurse für ältere Menschen werden bereits angeboten. Studien belegen, dass das Angebot dankend angenommen wird und viele TeilnehmerInnen den Besuch solcher Kurse als sehr lehrreich und hilfreich empfinden. Es ist wichtig, dieser Gruppe die Angst vor dem vermeintlich komplizierten Medium zu nehmen und ihnen in einer leicht verständlichen Sprache einen kompetenten Umgang damit zu vermitteln. Als positiver Nebeneffekt kann dies zudem zu einer Steigerung des Selbstbewusstseins führen. Das Ergebnis der Befragung dieser Arbeit macht deutlich, dass von allen 93 Befragten 53% einen Computer- bzw. Internetkurs absolviert haben bzw. 47% dies nicht getan haben. Von diesen 47% wiederum sehen 3% bei sich die Notwendigkeit, einen Kurs zu besuchen, 4% stimmen mit „Eher Ja“ zu, gefolgt von 8%, die sich nicht sicher sind und schließlich 17%, die dies mit „Eher nicht“ für sich ausschließen. Gerade bei dem Medium Internet ist Medienkompetenz ein Thema, das nicht außer Acht gelassen werden sollte. Denn nur ein verantwortungsvoller Umgang und das Wissen um die Gefahren können vor Beeinflussung bewahren. Medien sollen in angemessenem Ausmaß benützt werden, die dargebotenen Inhalte in den richtigen Kontext gesetzt werden können sowie kritisch hinterfragt und reflektiert werden. Unter diesen Bedingungen kann das Angebot verdichtet und auf die Zielgruppe 60+ zugeschnitten werden. In diesem Zusammenhang sind auch die Begriffe der digital literacy und media literacy von Bedeutung. Ähnlich der Medienkompetenz geht es auch hier darum, computervermittelte Information zu verstehen und auf vielfache Weise verwenden zu können und handelt davon, das Gelesene auch zu verstehen.

Auch über generationsübergreifendes Lernen, einem Zusammenführen der „digital natives“ und älteren UserInnen, kann nachgedacht werden, wo alte Menschen von den Jungen etwas lernen können. Weiters empfiehlt sich die Ausstattung von Senioren-Institutionen mit Computern und Internetzugang. So können auch Personen, welche bisher keinen Kontakt zu neuen Medien hatten, diese für sich entdecken.

Technik und Geschlecht. Die allgemeine Ansicht, dass das Internet ein „männliches“ Medium sei, dem Frauen ängstlich gegenüberstehen, sei anhand der

vorliegenden Arbeit für ältere User und Userinnen widerlegt. 83% der befragten Frauen nutzen das Internet täglich oder mehrmals wöchentlich zu. Bei den Männern sind es 88%. Das Verhältnis ist demnach fast ausgewogen. Diese Tendenz besagt dem Internet weder eine weibliche noch eine männliche Konnotation. Alte Klischees werden damit aufgebrochen und überholen sich selbst. Das macht deutlich, dass Frauen keineswegs technologiefeindlich eingestellt sind. Tatsächlich weisen beide Geschlechter gleiche Kompetenzen auf und sind beide gleichermaßen überfordert, wenn es um die Behebung technischer Schwierigkeiten geht. Ist dies der Fall, wenden sich 58% an Verwandte, um um Hilfe zu bitten, 24% fragen Freunde um Rat, 8% bitten Arbeitskollegen um ihre Meinung und 10% vertrauen in so einem Fall einer Fachperson.

Untersuchungen belegen, dass Männer und Frauen unterschiedliche Inhalte bevorzugen. Frauen surfen öfter in Online-Shops auf, Männer konzentrieren sich auf technische Webseiten. Des Weiteren nutzen Frauen Communities, soziale Netzwerke und betreiben ausführlicheren Austausch mit anderen als Männer dies tun. Wie internationale Studien herausfanden, zählen das Versenden von E-Mails, die Suche nach Informationen, Bankdienstleistungen, Reisen und Gesundheit zu den bevorzugten Internetaktivitäten der älteren Generation. Die Möglichkeit, mit Familie und Freunden in Kontakt zu bleiben, zählt für sie zu den führenden Vorteilen des Internet. Die vorliegende Arbeit zeigt, dass das Kommunizieren via E-Mails mit 89% die Liste der Präferenzen anführt. Fast die Hälfte der Befragten, nämlich 49%, nutzt das Internet für Online Banking, 48% verwenden das Internet für Informationsgewinnung, 45% zum Download von Dateien, 40% nutzen es in mobiler Form, 38% verfolgen über das Internet Freizeitinformationen und Veranstaltungstipps, 32% nutzen Internet-Telefonie, wiederum 32% shoppen online, wiederum 32% buchen Reisen online. 24% beschäftigen sich mit Online-Computerspielen, 12% machen bei Online-Gewinnspielen mit, abermals 12% nutzen es, um Filme oder Videos zu schauen, 11% für Sonstiges, 10% sind in diversen Foren unterwegs, 10% bewegen sich in Social Media, 5% chatten, 3% sind dem Online Glückspiel zugetan, 2% nutzen Online Partnerbörsen und 1% bewegt sich in Blogs. Es kann festgehalten werden, dass Männer das Internet eher für Unterhaltungsangebote nutzen als Frauen. Diese Hypothese konnte verifiziert werden. Als interessantes Detail soll an dieser Stelle erwähnt sein, dass in der vorliegenden Untersuchung mehr Frauen das

Internet für Computerspiele, Online-Gewinnspiele und Partnerbörsen nutzen als Männer, wobei bei Befragungen immer auch das Problem der sozialen Erwünschtheit der Antworten berücksichtigt werden muss. Entsprechend bereits durchgeführter Untersuchungen zeigt auch die vorliegende Arbeit, dass mehr Frauen das Internet für die Kommunikation via Chats nutzen als Männer.

Eine andere Befragung von SeniorInnen setzt sich mit der Nutzungsdauer des Internet auseinander. Diese Befragung ergibt eine durchschnittliche Nutzungsdauer von neuen Stunden pro Woche. Mithilfe der vorliegenden Befragung dieser Arbeit konnte festgestellt werden, dass 2% es 4 bis 6 Stunden am Tag nutzen, 11% dies 2 bis 4 Stunden pro Tag tun, 34% nutzen es 1 bis 2 Stunden pro Tag und 53% weniger als 1 Stunden am Tag. In punkto Nutzungsfrequenz weisen Frauen eine höhere Nutzungsfrequenz auf als Männer. Diese Hypothese konnte verifiziert werden. Andererseits konnte die Hypothese, wonach mit einem Partner lebende SeniorInnen das Internet seltener nutzen als Alleinstehende, nicht verifiziert werden. Lierte SeniorInnen weisen eine beinahe gleich hohe Nutzungsfrequenz auf wie ledige SeniorInnen.

Nach Untersuchungen sehen SeniorInnen die Nachteile des Internet in Pop-Ups, Spam, Werbeanzeigen und pornografischem Material. Vor allem wird die Zuverlässigkeit und Datensicherheit enorm hinterfragt und halten manche sogar von der Inanspruchnahme mancher Services ab. In der vorliegenden Arbeit wurde die Frage nach dem Bewusstsein der Risiken beim Internetsurfen abgefragt. Demnach sind sich 46% der Risiken voll bewusst, 33% sind sich derer eher bewusst, 12% enthielten sich der Stimme und 9% konnten dem eher nicht zustimmen. Das Thema der Risiken des Internet wird auch in Zukunft die Entwicklung beschäftigen. Vor allem das Thema der Datensicherheit wird weiterhin brisant bleiben, Seitens der Industrie sollte in die Usability, also die Benutzerfreundlichkeit, investiert werden. Aufgrund von Handicaps können die Unübersichtlichkeit der Website, schlechte Lesbarkeit durch zu kleine Schrift, schlechte Kontraste, unglückliche Farbauswahl ein problemloses Surfen für Ältere behindern. Einen barrierefreien Zugang gilt es demnach anzustreben.

Trotzdem darf nicht übersehen werden, dass es trotz der steigenden Internet-Euphorie auch Menschen gibt, welche eine Verwendung des Internet verweigern.

Technische Barrieren, die kostspielige Anschaffung eines Gerätes, die Umstellung auf etwas Neues sowie die damit anfallenden Kosten der Internetnutzung lassen vor diesem Medium zurückschrecken. Dies ist bereits durch Untersuchungen bestätigt worden. Dem stehen auf der anderen Seite wieder Strukturen gegenüber, welche immer mehr auf die Eigenverantwortung des einzelnen Bürgers setzen und ihn damit zum Aufrüsten mit internettauglichen Geräten zwingt. Bankgeschäfte, Amtswege und vieles mehr liegen heute schon in der Hand jedes Einzelnen. Es bedarf keines Service mehr, der Kunde kann seine Angelegenheiten via Internet mit ein paar Klicks selbst erledigen. Dieser Trend wird sich auch in der Zukunft fortsetzen. Doch was tun mit jenen, die sich ein Aufrüsten nicht leisten können? Dürfen sie im Sinne des digital divide überhaupt von dieser Technologie ausgeschlossen werden? Staatliche Maßnahmen, welche ein ausgewogenes Verhältnis zu neuen Technologien herzustellen versprechen, sind umstritten. Auch bleibt zu hinterfragen, ob eine Umstellung auf internetbasierende Strukturen überhaupt im Sinne des Konsumenten ist.

Ohne Zweifel ist die vorliegende Studie nicht repräsentativ. Natürlich könnte die vorliegende Arbeit noch detaillierter und ausführlicher durchgeführt werden. Um dies gewährleisten zu können, wäre eine großangelegte Studie über einen längeren Zeitraum – und eventuell mit mehr Ressourcen – empfehlenswert. In der vorliegenden Studie wurde mit einer quantitativen Forschungsmethode gearbeitet, was Analysemöglichkeiten bis zu einem gewissen Grad möglich macht. Der Einsatz unterschiedlicher Erhebungsverfahren, auch Methodentriangulation genannt, also eine Kombination aus qualitativer und quantitativer Methoden, würde ein breiteres Forschungs,- sowie Analysespektrum bieten. Weiters empfiehlt sich eine interdisziplinäre Forschung in Zusammenarbeit mit technischen Institutionen, Mediziner und Psychologen. So kann das umfangreiche Forschungsfeld aus verschiedenen Perspektiven erforscht werden. Ein Problem bei Befragungen ist zudem, dass die soziale Erwünschtheit solchen entgegensteht, was ein Verfälschen der Antworten zur Folge haben kann.

Wie wird die Internetnutzung der Zukunft aussehen? Studien sehen die zukünftigen Nutzungstrends in der Konsumation von Nachrichten, Weiterbildung im Ruhestand

und dem Konsum von Online-Büchern und Magazinen sowie Zeitungen und Livestreams. Im Sinne der Mediendomestizierung hat das Internet längst den Einzug in unseren Alltag und unser Zuhause gefunden. Durch die Entwicklung der Smartphone-Technologie ist es auch außer Haus unser ständiger Begleiter. Das Internet der Zukunft ist und bleibt omnipräsent. Es wird überall und immer verfügbar sein und dadurch starke Auswirkungen auf soziale, wirtschaftliche und gesellschaftliche Prozesse haben. Es wird kaum einen Lebensbereich geben, in den das Internet nicht miteinbezogen wird. Auch die Politik wird von diesen Auswirkungen nicht verschont bleiben. Das Internet droht zu einem Politikum zu werden, das isoliert und für Ideologien missbraucht wird und schließlich in einer Beschränkung enden könnte. So wird es weltweit kein freies Netz mehr geben, sondern unterliegt der politischen Führung des Landes. Spätestens seit Aufdeckung der NSA-Affäre und der damit entstandenen Diskussion über Privatsphäre sind die Menschen auf das Thema Sicherheit sensibilisiert, viele sehen ihre Freiheit bedroht. Dies wird sich in Zukunft in einem wählerischeren Umgang mit persönlichen Daten im Netz zeigen und Konsumenten werden Technologien mehr hinterfragen als bisher. Es stellt sich zudem die Frage nach dem Stellenwert von Social Media in der Zukunft. Werden sie an Bedeutung gewinnen oder geht der Trend seinem Ende zu?

Neben diesen Aspekten ist mit dem Internet eine Erhöhung der Mobilität verbunden. Ortsunabhängiges Arbeiten und mehr Flexibilität kommt sowohl dem Unternehmen als auch dem Arbeitnehmer zugute, birgt jedoch auch Gefahren in sich. Die Grenzen von privat und beruflich verschwimmen, wodurch sich die Frage nach der ständigen Erreichbarkeit stellt. Ein erhöhter Stresslevel multipliziert gleichzeitig die Gefahr für stressbedingte Erkrankungen. Dies führt zu der Frage: Macht das Internet die Gesellschaft krank? Letzten Endes ist die tatsächliche Entwicklung unvorhersehbar. Wer hätte Mitte der 90er Jahre je an Erfindungen wie iPhone, Tablet oder Google Brille gedacht? Es bleibt zu hinterfragen, in welchem Maße uns Technologien in unserer Entwicklung weiterbringen und gut tun. „Die Dosis macht das Gift“ meinte schon Paracelsus. Dennoch stimmen 74% der befragten Personen zu, das Internet habe ihr Leben erleichtert, 52% organisieren mithilfe des Internet sogar ihren Alltag und mehr als die Hälfte möchte im täglichen Leben nicht mehr darauf verzichten müssen. Und solange der Nutzen die Nachteile überwiegt, werden sie es auch nicht müssen.

QUELLENVERZEICHNIS

Ahrens, Julia: Going Online, Going Gender. Alltagspraktiken rund um das Internet in Deutschland und Australien. Transcript Verlag. Bielefeld. 2009

Amann, Anton: Die vielen Gesichter des Alters. Tatsachen – Fragen – Kritiken. Edition S. Wien. 1989

Arnhold, Katja: Digital Divide. Zugangs- oder Wissenskluft? Verlag Reinhard Fischer. München. 2003

Atteslander, Peter: Methoden empirischer Sozialforschung. 12. Aufl., Erich Schmidt Verlag. Berlin. 2008

Aufenanger, Stefan: Quo vadis Medienpädagogik? – Zum Verhältnis von Medienkompetenz und Jugendmedienschutz. In: Dörken-Kucharz, Thomas (Hrsg.): Medienkompetenz. Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes? Schriftenreihe „Jugendmedienschutz und Medienbildung“. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2008

Bauer, Thomas A.: Medienpädagogik. Einführung und Grundlagen. Theorie – Diskussion: Der Kommunikationssinn. Verlag Hermann Böhlaus. Graz. 1979

Baur, Nina/ Fromm, Sabine: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. Ein Arbeitsbuch. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2008.

Backes, Gertrud/ Clemens, Wolfgang [Hrsg.]: Altern und Gesellschaft. Gesellschaftliche Modernisierung durch Altersstrukturwandel. Leske + Budrich , Opladen. 1998

Beck, Klaus/ Glotz, Peter, Vogelsang, Gregor: Die Zukunft des Internets. UVK Medien. Konstanz. 2000

Beier, Walter/ Laue, Reinhard/ Leutert, Gerald/ Rotzsch, Wolfgang/ Schmidt, Udo J.: Prozesse des Alterns. Akademie Verlag. Berlin. 1989

Brünner, Björn: Die Zielgruppe Senioren. Eine interdisziplinäre Analyse der älteren Konsumenten. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt/Main. 1997

Bühler, Charlotte: Klinische Untersuchung über die Reaktionen des Individuums auf sein eigenes Alter. In: Lehr, Ursula/ Thomae, Hans: Alter. Probleme und Tatsachen. Akademische Verlagsgesellschaft. Wiesbaden. 1977

Bundesministerium für Arbeit und Soziales: Seniorenbericht. Wien. 1994

Diepold, Peter: Medienpädagogische Aspekte des Internet. In: Deutscher Bundestag (Hrsg): Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. ZV, Zeitungs-Verlag. Bonn. 1997

Dörken-Kucharz, Thomas (Hrsg.): Medienkompetenz. Zauberwort oder Leerformel des Jugendsmedienschutzes? Schriftenreihe „Jugendmedienschutz und Medienbildung“. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2008

Dorer, Johanna: Gendered Net: Ein Forschungsüberblick über den geschlechtsspezifischen Umgang mit neuen Kommunikationstechnologien. In: Rundfunk und Fernsehen 45. Jg., Heft 1, S. 19-29

Eastman, Jaqueline K./ Iyer, Rajesh: The elderly's uses and attitudes towards the Internet. In: Journal of Consumer Marketing, Volume 21, Number 3. 2004. p. 213f.

Feuerstein, Sylvia: Zur Grundcharakteristik der einzelnen MedienNutzerTypen. In: Oehmichen, Ekkehardt/ Ridder, Christa-Maria (Hrsg): Die MedienNutzerTypologie 2.0. Aktualisierung und Weiterentwicklung des Analyseinstruments. Nomos Verlagsgesellschaft. Baden-Baden. 2010

Gatto, Susan L./ Tak, Sunghee H.: Computer, Internet und E-Mail-Use Among Older Adults: Benefits and Barriers. In: Educational Gerontology. Volume 34, Issue 9. 2008

Gaspar, Claudia/Birner, Katrin: Das androgyne Internet? Die Onlinenutzung von Frauen (und Männern). In: Kampmann, Birgit/ Keller, Bernhard/ Knippelmeyer, Michael/ Wagner, Frank (Hrsg.): Die Frauen und das Netz. Angebote und Nutzung aus Genderperspektive. Springer Fachmedien. Wiesbaden. 2013.

Gurvey, Ben/ Lin, Judy: The Age Factor: How Internet Use Varies From Teens To Seniors. In: Advertising Age, Volume 71, Special Issue. 2000. o.S.

Gilster, Paul: Digital Literacy. John Wiley & Sons Inc., New York [u.a.]. 1997

Gleich, Uli: Über 50jährige als Zielgruppe für Marketing und Werbung. In: Media Perspektiven 6/99

Grimes, Galen A./ Hough, Michelle G./ Mazur, Elizabeth/ Signorella, Margret: Older Adults' Knowledge of Internet Hazards. In: Educational Gerontology, Volume 36, Issue 36. 2010

Hagenah, Jörg/ Meulemann, Heiner (Hg.): Mediatisierung der Gesellschaft? LIT Verlag Dr. W. Hopf. Berlin. 2012

Hartmann, Maren: Silverstone, Roger: Medienobjekte und Domestizierung. In: Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich/ Thomas, Tanja: Schlüsselwerke der Cultural Studies. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2009

Hartmann, Maren: Mediatisierung als Mediation: Vom Normativen und Diskursiven. In: Hartmann, Maren/ Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010

Hartmann, Maren: Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines Medienaneignungskonzeptes In: Winter, Carsten/ Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich [Hrsg.]: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft: grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. 1. Aufl. Wiesbaden. VS Verl. für Sozialwiss. 2008

Havighurst, Robert J.: Ansichten über ein erfolgreiches Altern. In: Lehr, Ursula/ Thomae, Hans: Altern. Probleme und Tatsachen. Akademische Verlagsgesellschaft. Wiesbaden. 1977

Hebestreit, Ray: Partizipation in der Wissensgesellschaft. Funktion und Bedeutung diskursiver Beteiligungsverfahren. Springer Fachmedien. Wiesbaden. 2013

Hepp, Andreas/ Hartmann, Maren: Mediatisierung als Metaprozess: Der analytische Zugang von Friedrich Krotz zur Mediatisierung der Alltagswelt. In: Hepp, Andreas/ Hartmann, Maren: Die Mediatisierung der Alltagswelt. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010

Hernandez-Encuentra, Eulalia/ Pousada, Modesta/ Gomez-Zuniga, Beni: ICT and Older People: Beyond Usability. In: Educational Gerontology. Band 35, Heft 3. 2009

Hoffmann, Bernward: Medienpädagogik. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Verlag Ferdinand Schöningh. Paderborn. 2003.

Hörl, Josef/ Kytir, Josef: Private Lebensformen und soziale Beziehungen älterer Menschen. In: „Ältere Menschen – Neue Perspektiven“. Seniorenbericht 2000: Zur Lebenssituation älterer Menschen in Österreich. Bundesministerium für soziale Sicherheit und Generationen. Wien. 2000

Huber, Melanie: Kommunikation im Web 2.0 . UVK Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz. 2010

Kade, Sylvia: Altern und Bildung. Eine Einführung. Bertelsmann Verlag. Bielefeld. 2009

Kohli, Martin: Altern in soziologischer Perspektive. In: Baltes, Paul/ Mittelstraß, Jürgen/ Staudinger, Ursula: Alter und Altern: Ein interdisziplinärer Studententext zur Gerontologie. De Gruyter. Berlin. 1994

Koltay, Tibor: The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. In: Media Culture and Society. Band 33, Heft 2. 2011. URL: <http://mcs.sagepub.com/content/33/2/211.full.pdf> (29.03.2013)

Kretschmer-Elser, Melanie: Kritische Reflexionen zur Medienkompetenz. Internationaler Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main. 2011.

Kuratorium Deutsche Altershilfe: Rund ums Alter. Alles Wissenswerte von A bis Z. Verlag C.H. Beck. München. 1996

Krotz, Friedrich/Thomas, Tanja: Domestizierung, Alltag, Mediatisierung: Ein Ansatz zu einer theoriegerichteten Verständigung. In: MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. VS Verlag. Wiesbaden. 2007. S. 31-42

Laatz, Wilfried/ Janssen, Jürgen: Statistische Datenanalyse mit SPSS. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests. Springer Verlag. Berlin. Heidelberg. 2010.

Langer, Christian: Digitale Spaltung. Eine kritische Analyse. VDM Verlag Dr. Müller. Saarbrücken. 2007

Lankshear, Colin/ Knobel, Michele: Digital Literacies. Concepts, Policies and Practices. Peter Lang Publishing. New York. 2008.

Lehr, Ursula: Psychologie des Alterns. Quelle und Meyer Verlag. Wiebelsheim. 2000.

Luca, Renate/ Aufenanger, Stefan: Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung. Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen

und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. Schriftenreihe Medienforschung der LfM Band 58. Vistas. Berlin. 2007

Lundby, Knut: mediatization. concept, changes, consequences. Peter Lang Publishing. New York. 2009

Mandl, Heinz/ Reinmann-Rothmeier, Gabi: Medienpädagogik und –kompetenz: Was bedeutet das in einer Wissensgesellschaft und welche Lernkultur brauchen wir dafür? In: Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. ZV, Zeitungs-Verlag. Bonn. 1997

Martens, Jul: Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows. Oldenbourg Wissenschaftsverlag. München. 2003.

Mengering, Fred: Probleme der Hypothesenprüfung mittels Signifikanztests. In: Akremi/Baur/Fromm: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene 1. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2011

Meyer-Hentschel, Hanne/ Meyer-Hentschel, Gundolf: Das goldene Marktsegment. Produkt- und Ladengestaltung für den Seniorenmarkt. Dt. Fachverlag. Frankfurt am Main. 1991

Micheel, Heinz-Günter: Quantitative empirische Sozialforschung. Ernst Reinhardt Verlag. München. 2010

Möhring, Wiebke/ Schlütz, Daniela: Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003

Pscheida, Daniela: Internetkompetenz von Erwachsenen. Medienpraxis der Generationen. Reinhold Krämer Verlag. Hamburg. 2007

Rosenmayr, Leopold und Hilde: Der alte Mensch in der Gesellschaft. Rowohlt Taschenbuch Verlag. Reinbek bei Hamburg. 1978

Rosenmayr, Leopold: Berufliche Arbeit in einer neuen Charta des Lebenslaufs. In: Rosenmayr, Leopold/ Böhmer, Franz [Hrsg.]: Hoffnung Alter. Forschung, Theorie, Praxis. WUV Universitätsverlag. Wien. 2003

Rosenmayr, Leopold: Die Kräfte des Alters. Edition Atelier. Wien. 1990.

Schelling, Hans Rudolf: Der Alltag alter Menschen. In: Boothe, Brigitte/ Ugolini, Bettina (Hrsg.): Lebenshorizont Alter. Vdf Hochschulverlag. Zürich. 2005

Röser, Jutta/Peil, Corinna: Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag. In: Röser, Jutta/Peil, Corinna: Alltag in den Medien – Medien im Alltag. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2010

Röser, Jutta: Der Domestizierungsansatz und seine Potenziale zur Analyse alltäglichen Medienhandelns. In: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2007. S. 15-30

Schendera, Christian: Clusteranalyse mit SPSS: Mit Faktorenanalyse. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH. München. 2010.

Schorb, Bernd: Erfahren und neugierig – Medienkompetenz und höheres Lebensalter. In: Schorb, Bernd/ Hartung, Anja/Reißmann, Wolfgang (Hrsg.): Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2009

Schorb, Bernd: Vermittlung von Medienkompetenz als Aufgabe der Medienpädagogik. In: Deutscher Bundestag (Hrsg): Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft. ZV, Zeitungs-Verlag. Bonn. 1997

Schweiger, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2007

Statistik Österreich: Lebenssituation älterer Menschen. Ergebnisse des Mikrozensus Juni 1998. Heft 1.340.Wien. 2000

Stockinger, Gottfried/ Stifter, Martin: Wege in die Informationsgesellschaft. Eine soziologische Vision. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main. 1999

Stehr, Nico: Arbeit, Eigentum und Wissen. Zur Theorie von Wissensgesellschaften. Suhrkamp. Frankfurt/ Main. 1994

Stuart-Hamilton, Ian: Die Psychologie des Alterns. Rowohlt Taschenbuch Verlag. Reinbeck bei Hamburg. 1994

Tews, Hans Peter: Soziologie des Alterns. Quelle & Meyer. Heidelberg. 1971

Theunert, Helga: Jugendmedienschutz und Medienkompetenz: Kongruenz, Koexistenz, Konkurrenz In: Dörken-Kucharz, Thomas (Hrsg.): Medienkompetenz. Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes? Schriftenreihe „Jugendmedienschutz und Medienbildung“. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2008

Tigges, Anja: Geschlecht und digitale Medien. Entwicklung und Nutzung digitaler Medien im hochschulischen Lehr-/Lernkontext. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2008

Treumann, Klaus Peter/ Baacke, Dieter/ Haacke, Kirsten/ Hugger, Kai Uwe/ Vollbrecht, Ralf: Medienkompetenz im digitalen Zeitalter. Wie die neuen Medien das Leben und Lernen Erwachsener verändern. Leske + Budrich. Opladen. 2002

Tulodziecki, Gerhard: Zur Entstehung und Entwicklung zentraler Begriffe bei der pädagogischen Auseinandersetzung mit Medien. In: Moser, Heinz/ Grell, Petra/ Niesyto, Horst (Hrsg.): Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik. Kopaed. München. 2011.

Voglmayr, Irmtraud: Das Internet als Fenster zur Welt. Ältere Frauen in der neuen Technokultur. In: Dorer, Johanna/ Geiger, Brigitte (Hrsg.): Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2002. S. 354-375

Weinert, Franz E.: Altern in psychologischer Perspektive. In: Baltes, Paul/ Mittelstraß, Jürgen/ Staudinger, Ursula: Alter und Altern: Ein interdisziplinärer Studententext zur Gerontologie. De Gruyter. Berlin. 1994

Wersig, Gernot: Die Komplexität der Informationsgesellschaft. Universitätsverlag. Konstanz. 1996

Zillien, Nicole: Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. VS Verlag. Wiesbaden. 2006

Zwiefka, Natalie: Digitale Bildungskluft. Informelle Bildung und soziale Ungleichheit im Internet. Verlag Reinhard Fischer. München. 2007

Verwendete Online-Quellen

BITKOM-Untersuchung zu Mediennutzen und Informationsverhalten in Deutschland (2011). URL:

http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Netzgesellschaft.pdf

(07.11.2012)

Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG. o. O., 2004.

URL: <http://philo.at/wiki/images/tmp/f1315299571-137898728.html> (21.03.2013)

STATISTIK AUSTRIA (2012). URL:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/demographische_masszahlen/demographische_indikatoren/index.html# (08.11.2012)

STATISTIK AUSTRIA (2012). URL:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html (08.11.2012)

STATISTIK AUSTRIA (2012). URL: http://www.statistik.at/web_de/presse/059977

(08.11.2012)

Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung für Sozialpolitik und Gesundheit: Ältere Arbeitnehmer. Das Herzstück im Unternehmen. O.O., Oktober 2010. URL:

http://www.arbeitundalter.at/attachments/117_aeltere_das_herzstueck.pdf

(20.11.2012)

Arbeit & Alter. Alternsgerechte Arbeitsorganisation. o.O., o.J. online. URL:

http://www.arbeitundalter.at/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=54 (20.11.2012)

Altern & Bildung in Graz, online. URL: <http://alternbildung.wetpaint.com/page/Altern>
(22.11.2012)

Diversity Works, online. URL: <http://www.diversity-works.de/services/definitionen/>
(15.12.2012)

Popp, Reinhold: Freizeitbildung als mentale Altersvorsorge, online. URL:
<http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2000/News04-00.pdf>
(18.12.2012)

Baacke, Dieter: Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz.
1998. Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, online. URL:
[http://www.bpjm.bund.de/bpjm/redaktion/PDF-Anlagen/baake-
medienkompetenz,property=pdf,bereich=bpjm,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bpjm.bund.de/bpjm/redaktion/PDF-Anlagen/baake-medienkompetenz,property=pdf,bereich=bpjm,sprache=de,rwb=true.pdf) (05.01.2013)

Center For Media Literacy, online. URL: <http://www.medialit.org/> (29.03.2013)

Media Literacy Fundamentals, online. URL: [http://mediasmarts.ca/digital-media-
literacy-fundamentals/media-literacy-fundamentals](http://mediasmarts.ca/digital-media-literacy-fundamentals/media-literacy-fundamentals) (29.03.2013)

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Tabelle 1: Jahresdurchschnittsbevölkerung seit 1981 nach Geschlecht bzw. breiten Altersgruppen (Prozentwerte)

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstand_und_veraenderung/bevoelkerung_im_jahresdurchschnitt/023426.html (07.11.2012)

Tabelle 2: Sterblichkeit und Lebenserwartung 1961 bis 2011

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/demographische_masszahlen/demographische_indikatoren/023576.html (08.11.2012)

Tabelle 3: Tabelle 3: Lebenserwartung 2000 – 2040 (Angaben in Prozent)

<http://sdb.statistik.at/statistik.at/ext/superweb/loadDatabase.do?db=debevstprog> (07.11.2012)

Tabelle 4: Einpersonenhaushalte 2001 nach Geschlecht, Familienstand und Altersgruppen

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/haushalte/023304.html (08.11.2012)

Tabelle 5: Erwerbstätigenquote 2000 und 2011 (in Prozent)

www.statistik.at/web_de/static/erwerbstaetigenquoten_nach_alter_und_geschlecht_seit_1994_062876.xlsx (13.11.2012)

Tabelle 6: Definitionsübersicht von Medienkompetenz

Quelle: Bauer, Thomas A.: Medienpädagogik. Einführung und Grundlagen. Theorie – Diskussion: Der Kommunikationssinn. Verlag Hermann Böhlaus. Graz. 1979. S. 17

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: **Struktur Internet-User 2012;**

Quelle: ORF Mediaresearch; online

URL: http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/console.htm?y=5&z=1

(18.12.2012)

ANHANG

Fragebogen

Fragebogen zum Internetnutzungsverhalten

Herzlichen Dank, dass Sie mich mit Ihrer Teilnahme bei meiner Abschlussarbeit an der Universität Wien unterstützen.

Im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien führe ich eine Umfrage zum Thema Internetnutzungsgewohnheiten durch. Bitte beantworten Sie die folgenden 38 Fragen. Es gibt dabei kein „richtig“ oder „falsch“, es geht um Ihre persönliche Meinung. Alle Daten bleiben anonym und werden vertraulich behandelt.

ANMERKUNG: Pro Frage ist 1 Antwortmöglichkeit anzukreuzen.

Bei Fragen mit mehrfacher Antwortauswahl ist dies separat angemerkt.

FRAGE 1

Geschlecht

- ☐ männlich
- ☐ weiblich

FRAGE 2

Altersgruppe

- ☐ 60 bis 65 Jahre
- ☐ 66 bis 71 Jahre
- ☐ 72 bis 75 Jahre

FRAGE 3

Familienstand

- ☐ Ledig
- ☐ In einer Partnerschaft lebend
- ☐ Verheiratet
- ☐ Geschieden
- ☐ Geschieden und wieder in einer Partnerschaft lebend
- ☐ Verwitwet
- ☐ Verwitwet und wieder in einer Partnerschaft lebend

FRAGE 4

In welchem Bundesland leben Sie?

- ☐ Wien
- ☐ Niederösterreich
- ☐ Oberösterreich
- ☐ Burgenland
- ☐ Steiermark
- ☐ Kärnten
- ☐ Salzburg
- ☐ Tirol
- ☐ Vorarlberg

FRAGE 5

Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

- ☐ Ohne Abschluss
- ☐ Pflichtschulabschluss
- ☐ Berufsschule + Lehre
- ☐ Berufsbildende mittlere Schule (zB. HASCH,...)
- ☐ Berufsbildende höhere Schule (mit Matura)
- ☐ Allgemeinbildende höhere Schule (mit Matura)
- ☐ Hochschulabschluss (Universitätsabschluss oder Fachhochschulabschluss)

FRAGE 6

Wie sieht Ihre aktuelle Arbeitssituation aus?

- ☐ erwerbstätig
- ☐ nicht erwerbstätig
- ☐ im Ruhestand

FRAGE 7

Wie sieht Ihre derzeitige Wohnsituation aus?

- ☐ Eigener Haushalt
- ☐ Pensionistenwohnheim
- ☐ Pflegeheim
- ☐ Betreutes Wohnen (Eigener Haushalt mit professioneller Hilfe)

FRAGE 8

Wie viele Personen leben derzeit in Ihrem Haushalt?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ mehr als 3 Personen

FRAGE 9

Wohnen Ihre engsten Verwandten in der gleichen Stadt/ Gemeinde wie Sie?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

FRAGE 10

Wohnen Ihre Freunde in der gleichen Stadt/ Gemeinde wie Sie?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

FRAGE 11

In welcher beruflichen Funktion sind/waren Sie tätig?

- ☐ Beamte(r)
- ☐ Angestellte(r)
- ☐ ArbeiterIn
- ☐ Selbstständig(e)
- ☐ Aushilfskraft
- ☐ Sonstiges

FRAGE 12

Haben Sie schon einmal – privat oder über den Arbeitgeber - einen Computerkurs zur Bedienung des Internet oder zur Bedienung des Computers besucht?

- ☐ Ja (weiter mit Frage 14)
- ☐ Nein (weiter mit Frage 13)

FRAGE 13

Wenn **NEIN**: Sehen Sie bei sich Bedarf einen Computer-Kurs oder Internet-Kurs zu besuchen?

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ja | Eher
Ja | Weiß
nicht | Eher
Nicht | Gar nicht |

FRAGE 14

Wie viele Computer (einschließlich Laptops) befinden sich derzeit in Ihrem privaten Haushalt?

- ☐ Keine
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Mehr als 3

FRAGE 15

Wann haben Sie begonnen das **Internet** zu nutzen?

- ☐ vor weniger als 1 Jahr
- ☐ vor 1-2 Jahren
- ☐ vor 2-4 Jahren
- ☐ vor 4-6 Jahren
- ☐ vor 6-8 Jahren
- ☐ vor 8-10 Jahren
- ☐ vor mehr als 10 Jahren

FRAGE 16

Aus welchem Hauptgrund haben Sie mit der **Internetnutzung** begonnen?

- ☐ Es war für meinen Beruf notwendig

- ☐ Fand es interessant
- ☐ Um mitreden zu können
- ☐ Um mich zu informieren
- ☐ Um mit Freunden/ Verwandten in Verbindung zu bleiben
- ☐ Um neue Kontakte zu knüpfen
- ☐ Auf Empfehlung von Freunden/Familie
- ☐ Aus Neugierde

FRAGE 17

Wie haben Sie die Bedienung des Internet erlernt?

- ☐ Selbst beigebracht
- ☐ Durch Familie
- ☐ Durch Freunde
- ☐ Durch Kurse/ Schulungen
- ☐ Sonstiges

FRAGE 18

Verwenden Sie bzw. haben Sie das Internet während Ihrer beruflichen Tätigkeit verwendet?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

FRAGE 19

Welche Geräte verwenden Sie, um ins Internet einzusteigen? (Mehrfachantworten möglich)

- ☐ Computer (PC)
- ☐ Laptop
- ☐ Internetfähiges Mobiltelefon (Smartphone)
- ☐ Tablet
- ☐ Öffentlicher PC (zB. Internetcafe)

FRAGE 20

Nutzen Sie das Internet in mobiler Form? (mittels Smartphone, Internet-Stick)

- ☐ Oft
- ☐ Gelegentlich
- ☐ Selten
- ☐ Nie

FRAGE 21

Wie oft nutzen Sie das Internet?

- ☐ Täglich
- ☐ Mehrmals in der Woche
- ☐ Mehrmals im Monat
- ☐ Seltener
- ☐ Nie

FRAGE 22

Wie lange nutzen Sie das Internet durchschnittlich pro Tag aktiv?

- ☐ Weniger als 1 Stunde
- ☐ 1 bis 2 Stunden

- ☐ 2 bis 4 Stunden
- ☐ 4 bis 6 Stunden
- ☐ Mehr als 6 Stunden

FRAGE 23

Verwenden Sie das Internet aktuell dazu, um private oder berufliche Angelegenheiten damit zu erledigen?

- ☐ Private Angelegenheiten
- ☐ Berufliche Angelegenheiten
- ☐ beides

FRAGE 24

Welche Angebote nutzen Sie im Internet? (Mehrfachantworten möglich)

- ☐ Internet-Telefonie (zB. Skype)
- ☐ E-Mail
- ☐ Chat
- ☐ Foren
- ☐ Download von Dateien
- ☐ Social Media (Facebook, Twitter, etc.)
- ☐ Online Shopping
- ☐ Partnerbörsen
- ☐ Online Banking
- ☐ Medien (Tageszeitungen online lesen, live im Internet Radio hören)
- ☐ Informationen (Arztseiten, Lexika, etc.)
- ☐ Reisen buchen
- ☐ Gewinnspiele
- ☐ Computerspiele
- ☐ Freizeitinformation/ Veranstaltungstipps
- ☐ Unterhaltung (zB. Filme, Videos, etc.)
- ☐ Blogs
- ☐ Glücksspiel, Wetten
- ☐ Sonstiges

Auswahl wird auf der nächsten Seite fortgesetzt

Bitte beurteilen Sie folgende Aussagen (Pro Frage 1 Antwortmöglichkeit; Zutreffendes ankreuzen):

FRAGE 25

Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden.

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Stimme | Stimme | keine | Stimme | Stimme |
| voll zu | eher zu | Meinung | eher nicht zu | gar nicht zu |

FRAGE 26

Ich fühle mich von der Fülle an Informationen, die das Internet bietet, überfordert.

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Stimme | Stimme | keine | Stimme | Stimme |
| voll zu | eher zu | Meinung | eher nicht zu | gar nicht zu |

FRAGE 27

Die Verwendung des Internet hat mein Leben positiv bereichert.

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Stimme | Stimme | keine | Stimme | Stimme |
| voll zu | eher zu | Meinung | eher nicht zu | gar nicht zu |

FRAGE 28

Wenn ich eine bestimmte Information im Internet suche, weiß ich, wie ich sie finde

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Stimme | Stimme | keine | Stimme | Stimme |
| voll zu | eher zu | Meinung | eher nicht zu | gar nicht zu |

FRAGE 29

Wenn ich im Internet surfe, bin ich mir über die Risiken der Internetverwendung bewusst

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Stimme | Stimme | keine | Stimme | Stimme |
| voll zu | eher zu | Meinung | eher nicht zu | gar nicht zu |

FRAGE 30

Die Verwendung des Internet hat meinen Alltag erleichtert

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Stimme | Stimme | keine | Stimme | Stimme |
| voll zu | eher zu | Meinung | eher nicht zu | gar nicht zu |

FRAGE 31

Können Sie auf das Internet in Ihrem täglichen Leben verzichten?

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ja | Eher | Weiß | Eher | Gar nicht |
| | Ja | nicht | Nicht | |

FRAGE 32

Wie sind Sie mit den Angeboten des Internet zufrieden?

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Sehr | eher | keine | eher nicht | Gar nicht |
| zufrieden | zufrieden | Meinung | zufrieden | zufrieden |

FRAGE 33

Vermissen Sie Angebote?

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ja | Eher | Weiß | Eher | Gar nicht |
| | Ja | nicht | Nicht | |

FRAGE 34**Zu welchen Gelegenheiten verwenden Sie das Internet? (Mehrfachantworten möglich)**

- ☐ Internetsurfen zum Zeitvertreib
- ☐ Zur Entspannung
- ☐ Aus Gewohnheit
- ☐ Gezielte Informationssuche/ Suche nach Angeboten
- ☐ Allgemeine tagesaktuelle Informationen
- ☐ Um mit Freunden/ Familie in Kontakt zu bleiben
- ☐ Um neue Kontakte zu knüpfen
- ☐ Um mich zu unterhalten (zB. Online-Spiele, Filme, Videos,...)
- ☐ Zur Organisation des Alltags (zB. Online-Banking, Online-Shopping, Reisen buchen,...)

FRAGE 35**Wen fragen Sie als Erstes, wenn Probleme mit dem Internet auftreten?**

- ☐ Verwandte
- ☐ Freunde
- ☐ Arbeitskollegen
- ☐ Fachperson (zB. Techniker)
- ☐ Sonstige

FRAGE 36

Welche anderen Medien verwenden Sie in welchem Ausmaß, um sich zu informieren?
 (Jeweils rechts von der Zeitangabe im Symbol ☐ ankreuzen)

Fernsehen	oft	☐	gelegentlich	☐	selten	☐	nie	☐
Radio	oft	☐	gelegentlich	☐	selten	☐	nie	☐
Zeitung	oft	☐	gelegentlich	☐	selten	☐	nie	☐
Buch	oft	☐	gelegentlich	☐	selten	☐	nie	☐
Zeitschriften/Magazine	oft	☐	gelegentlich	☐	selten	☐	nie	☐

FRAGE 37**Wie viel Zeit verwenden Sie pro Tag für die aktive Verwendung folgender Medien:****Fernsehen**

- ☐ Weniger als 1 Stunde
- ☐ 1 bis 2 Stunden
- ☐ 2 bis 4 Stunden
- ☐ 4 bis 6 Stunden
- ☐ Mehr als 6 Stunden

Radio

- ☐ Weniger als 1 Stunde
- ☐ 1 bis 2 Stunden
- ☐ 2 bis 4 Stunden
- ☐ 4 bis 6 Stunden
- ☐ Mehr als 6 Stunden

Zeitung

- ☐ Weniger als 1 Stunde
- ☐ 1 bis 2 Stunden
- ☐ 2 bis 4 Stunden
- ☐ 4 bis 6 Stunden

Zeitschriften/ Magazine

- ☐ Weniger als 1 Stunde
- ☐ 1 bis 2 Stunden
- ☐ 2 bis 4 Stunden
- ☐ 4 bis 6 Stunden

☐ Mehr als 6 Stunden

☐ Mehr als 6 Stunden

Buch

☐ Weniger als 1 Stunde

☐ 1 bis 2 Stunden

☐ 2 bis 4 Stunden

☐ 4 bis 6 Stunden

☐ Mehr als 6 Stunden

FRAGE 38

Bitte beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit der Informationen folgender Medien nach Schulnotensystem und tragen Sie die Note in das dafür vorgesehene Feld ein.

(1= sehr glaubwürdig; 2= eher glaubwürdig; 3= teils/ teils; 4= eher nicht glaubwürdig; 5= gar nicht glaubwürdig – Jede Ziffer kann mehrmals vergeben werden).

Art der Information

Note

Informationen in Tageszeitungen

Informationen aus dem Fernsehen

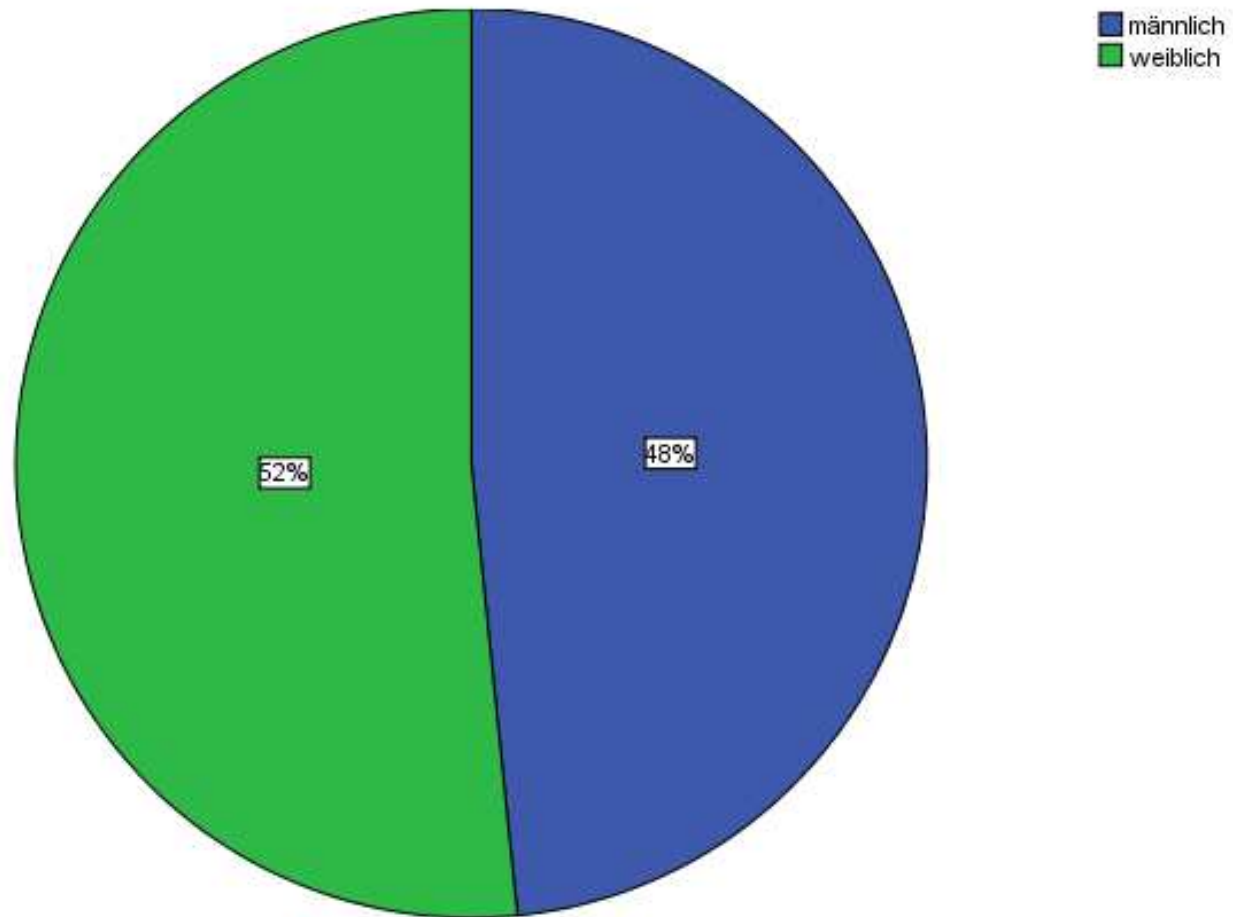
Informationen aus dem Radio

Informationen aus dem Internet

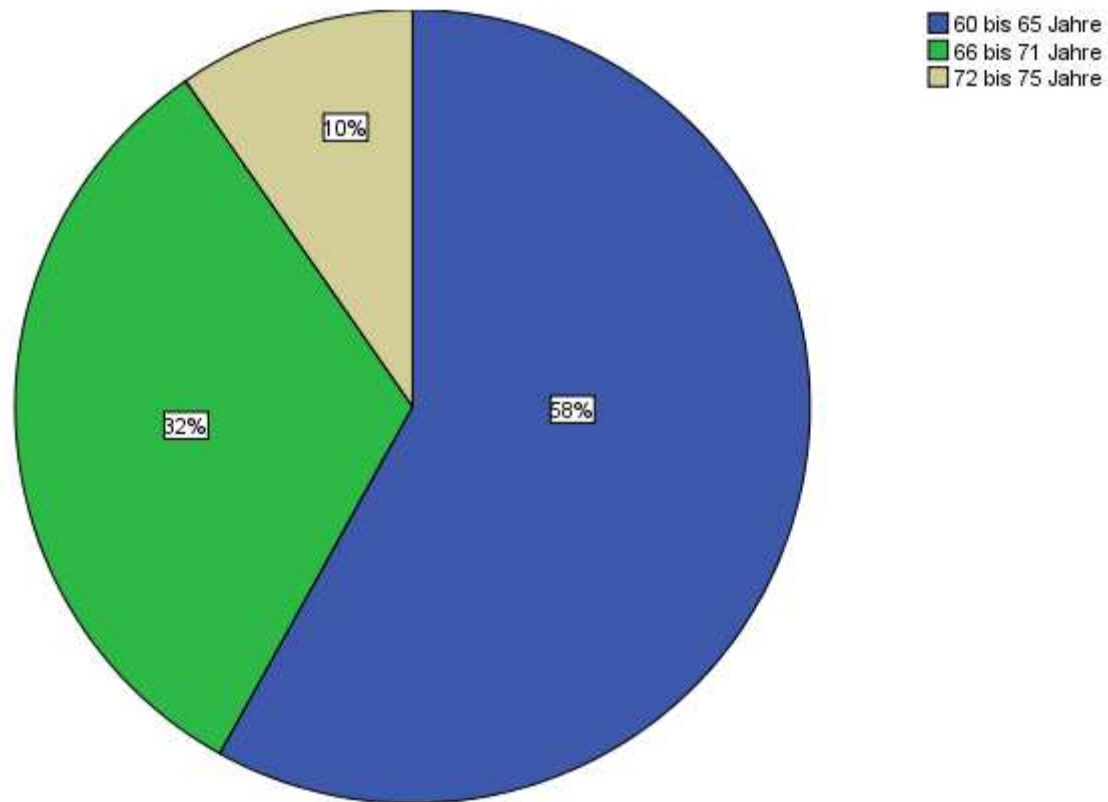
Informationen aus Zeitungen/Zeitschriften

Informationen aus Büchern

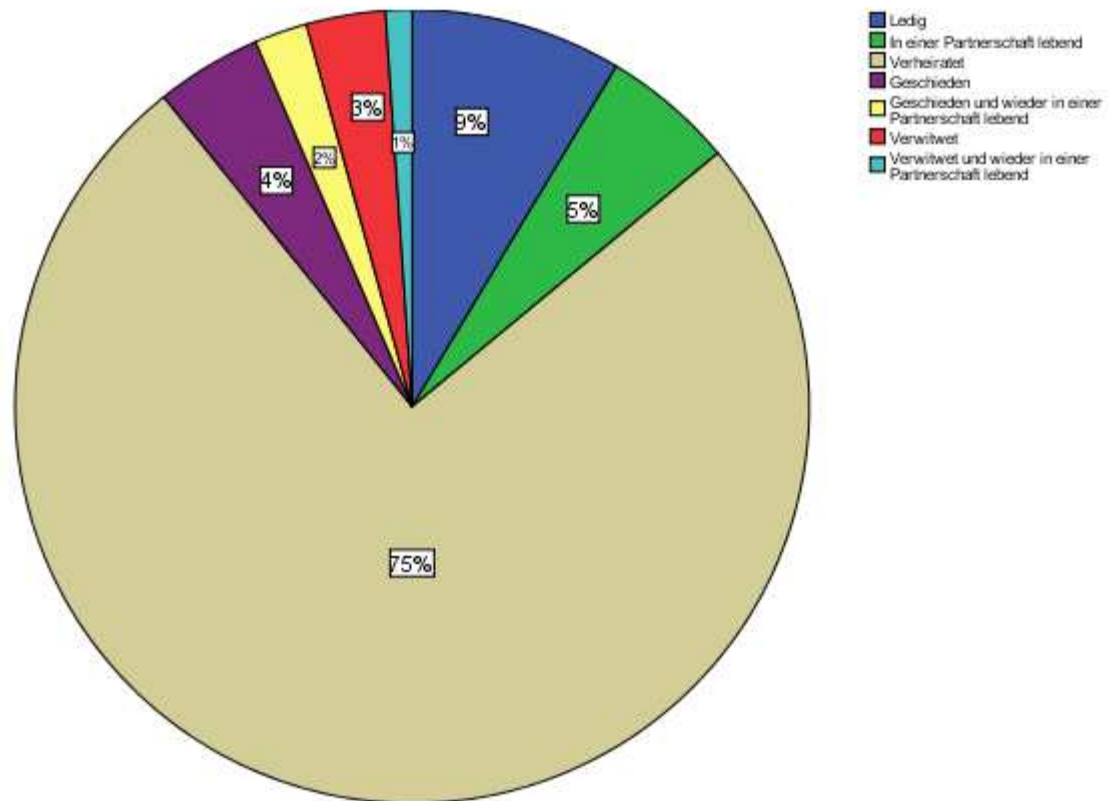
Geschlecht



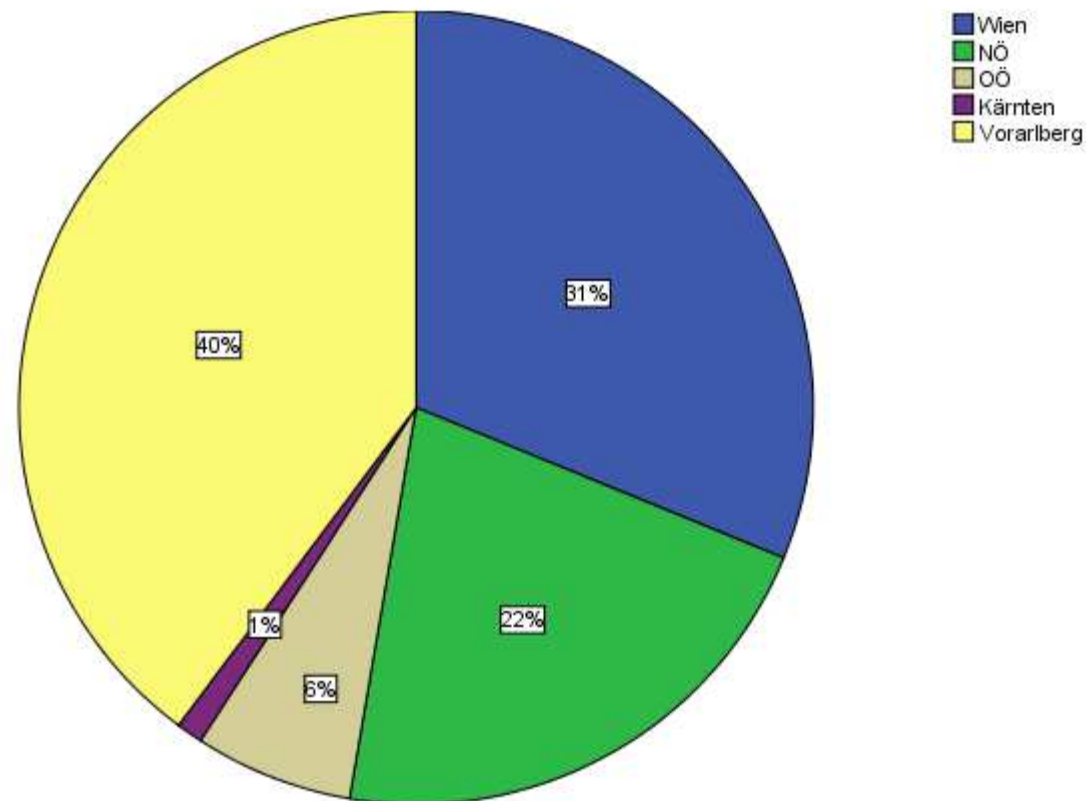
Altersgruppe



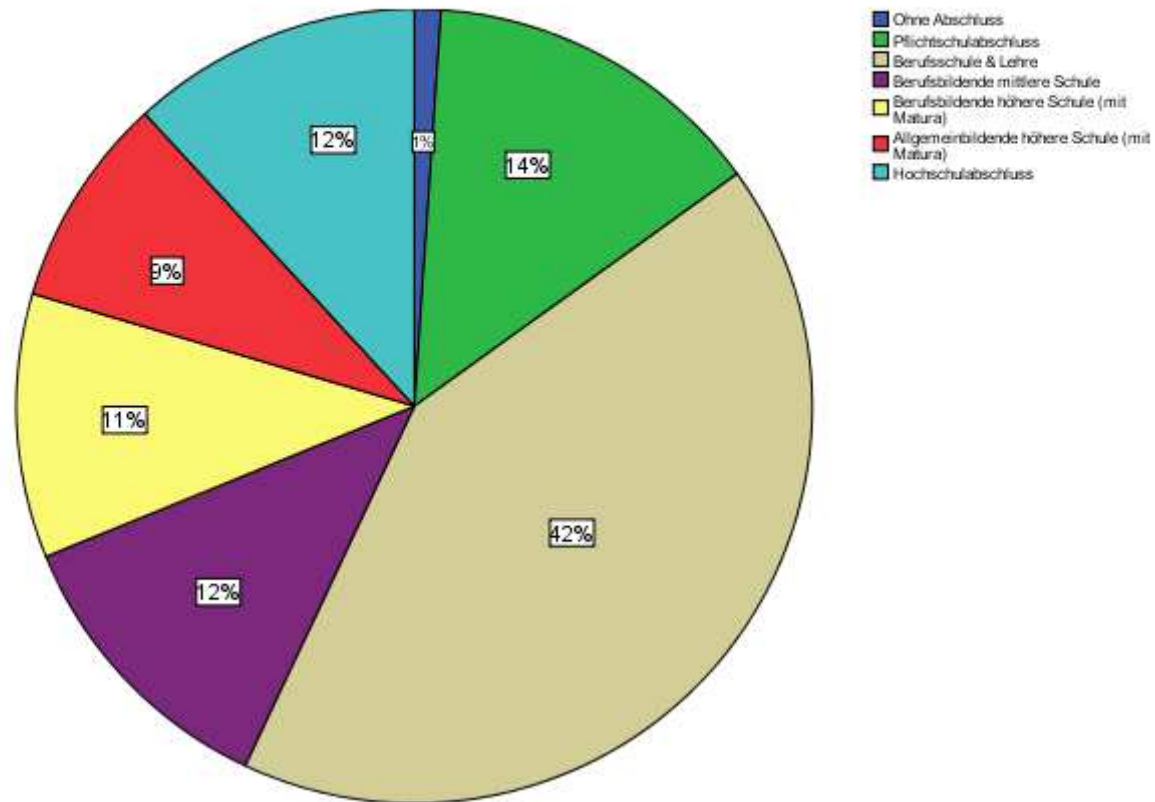
Familienstand



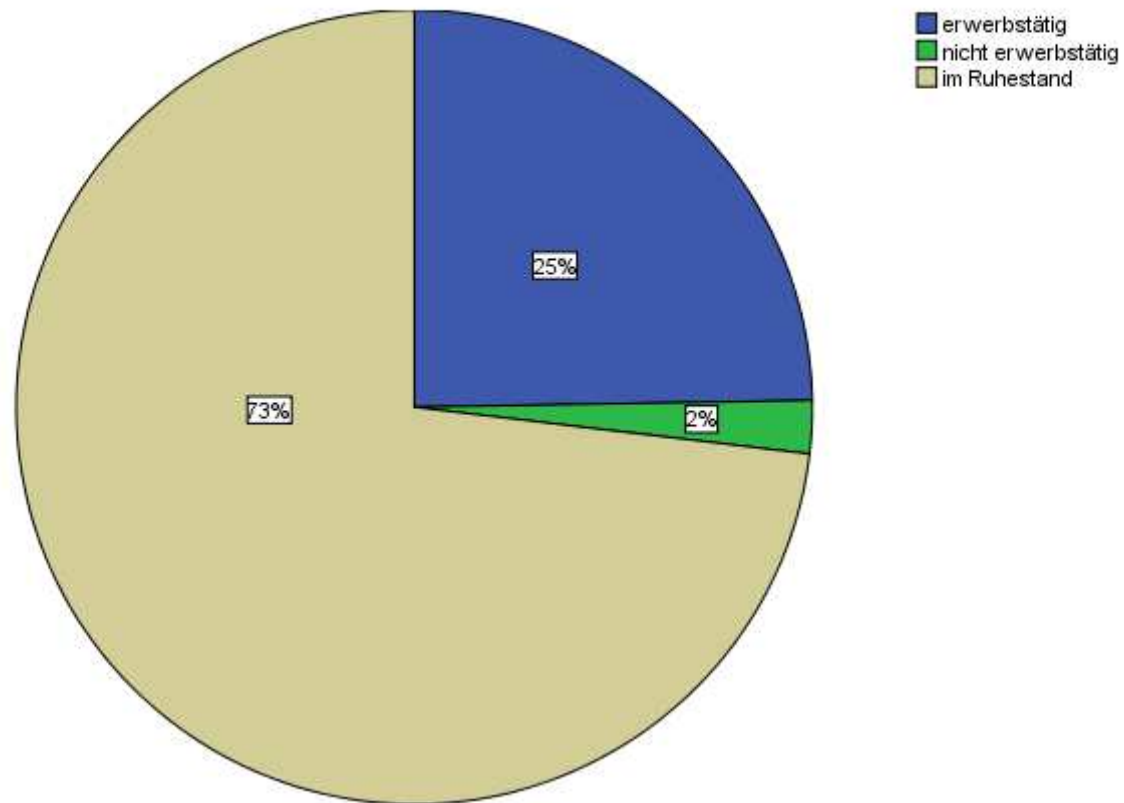
Bundesland



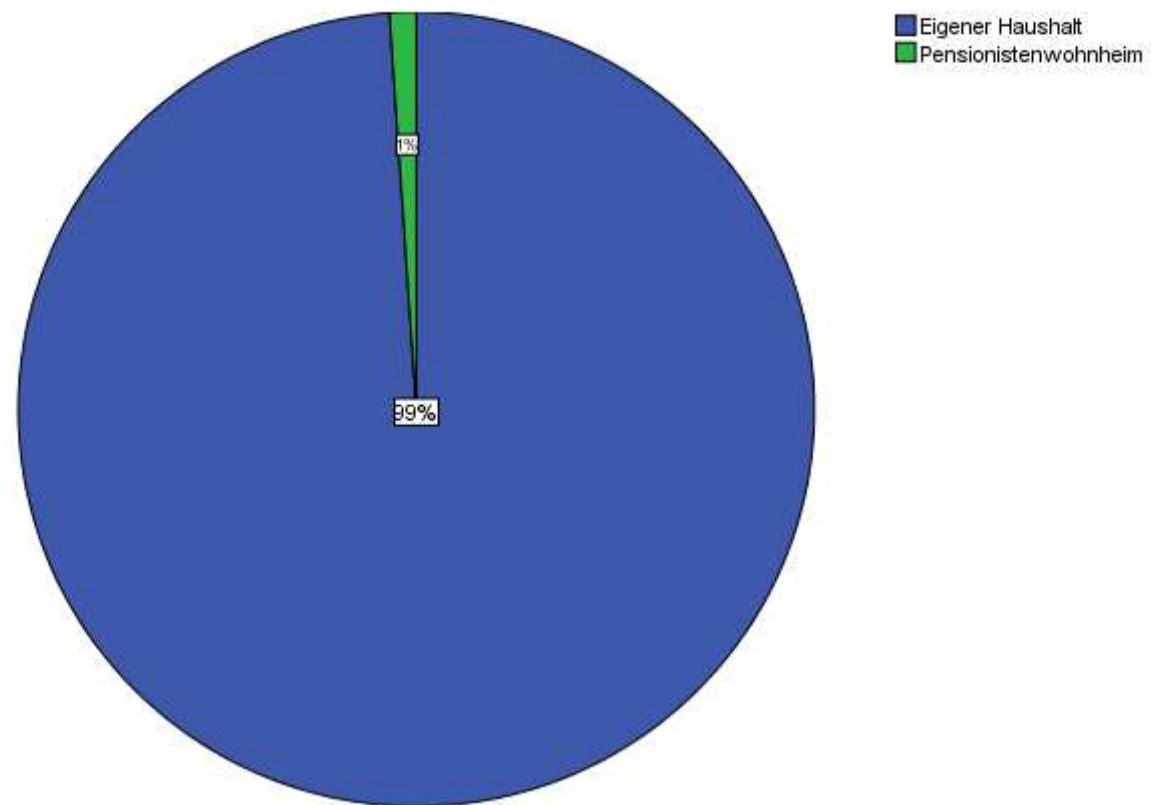
Bildungsabschluss



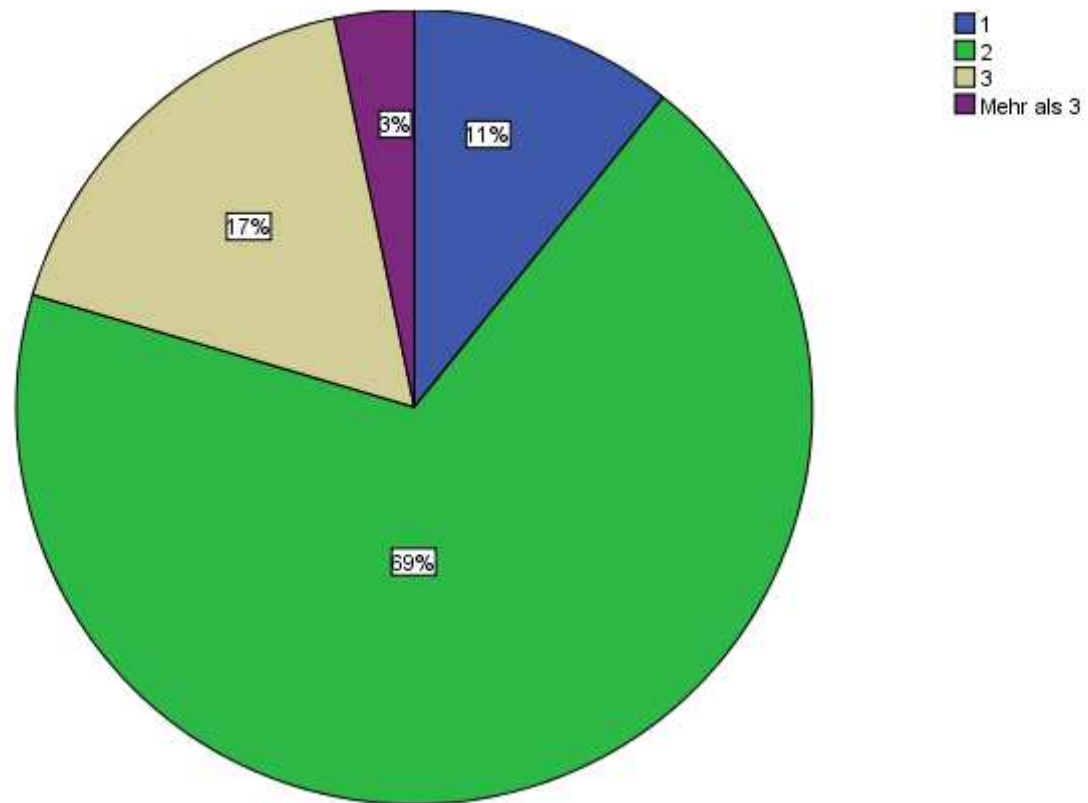
Arbeitssituation



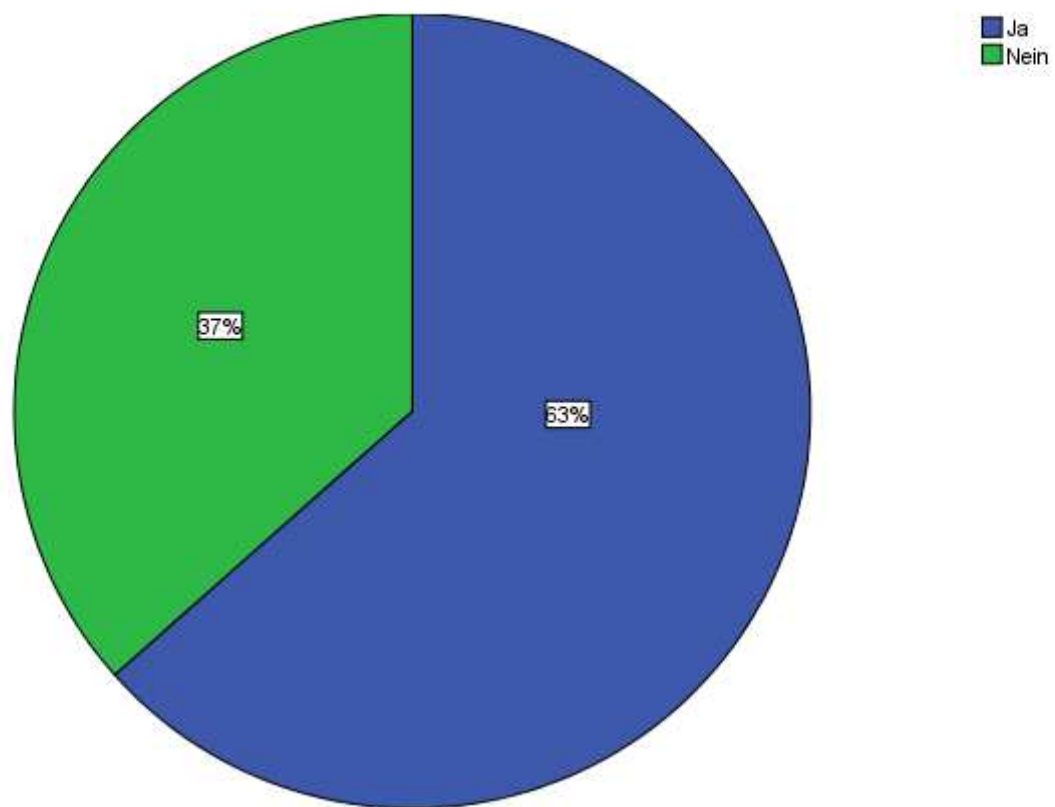
Wohnsituation



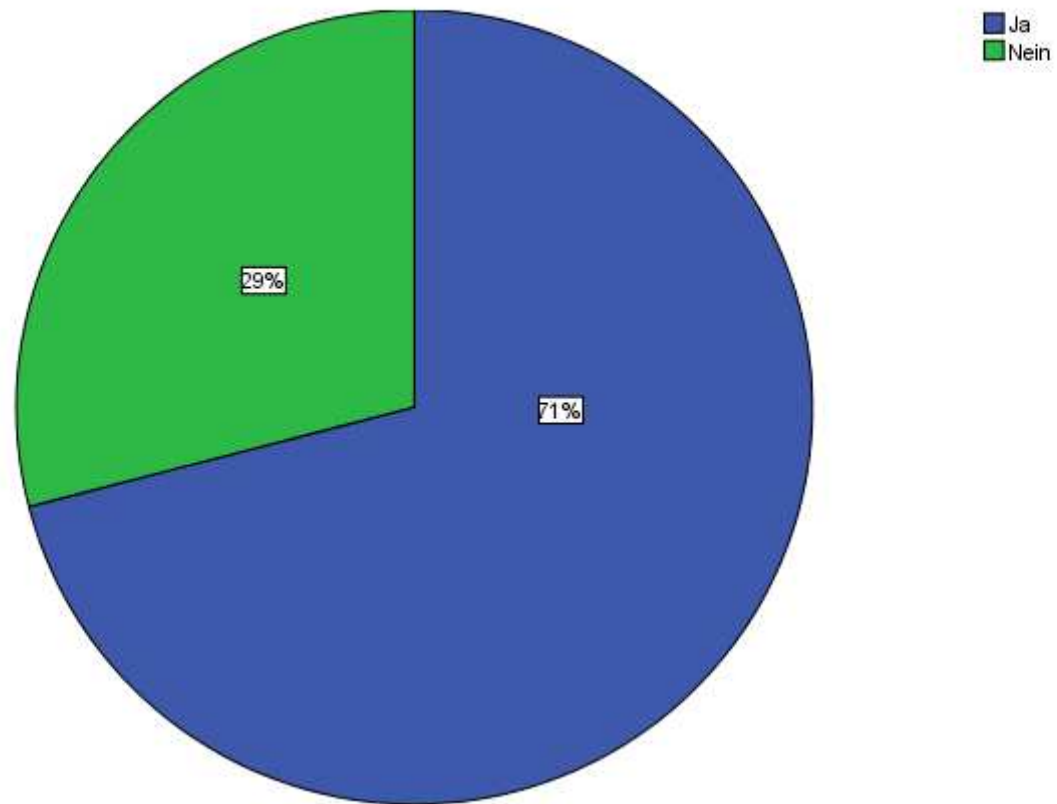
Personen im Haushalt



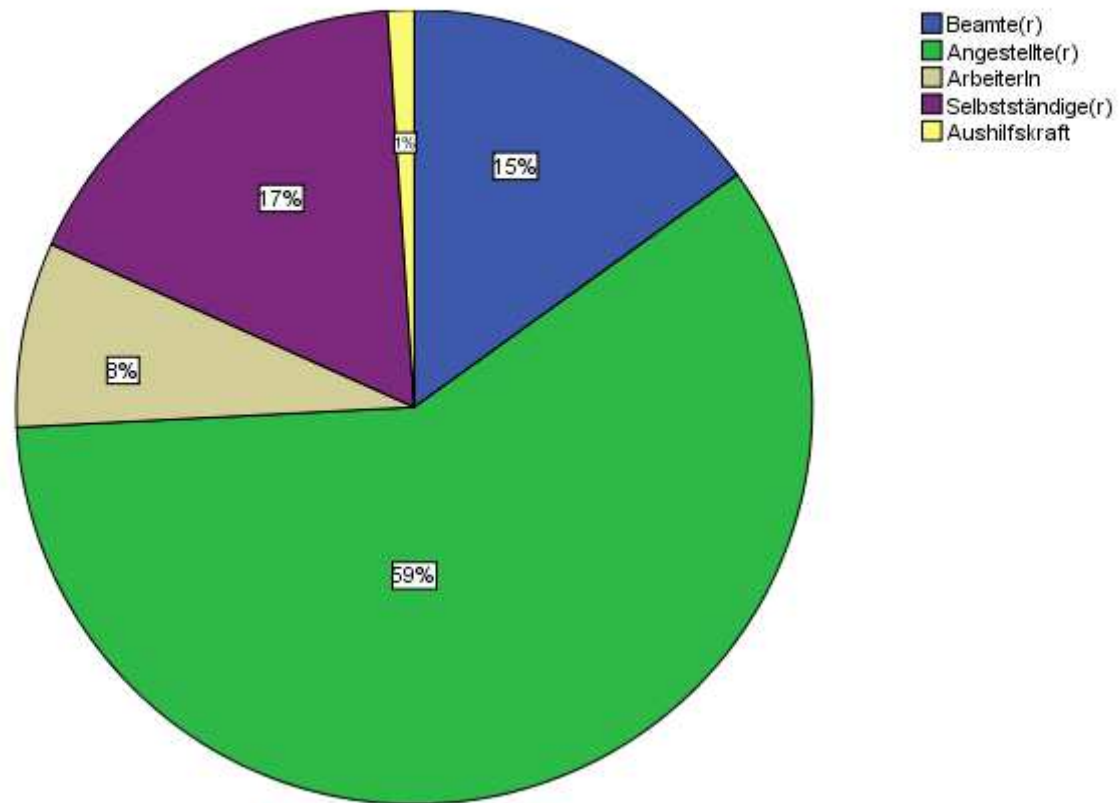
Engste Verwandte in gleicher Stadt/Gemeinde



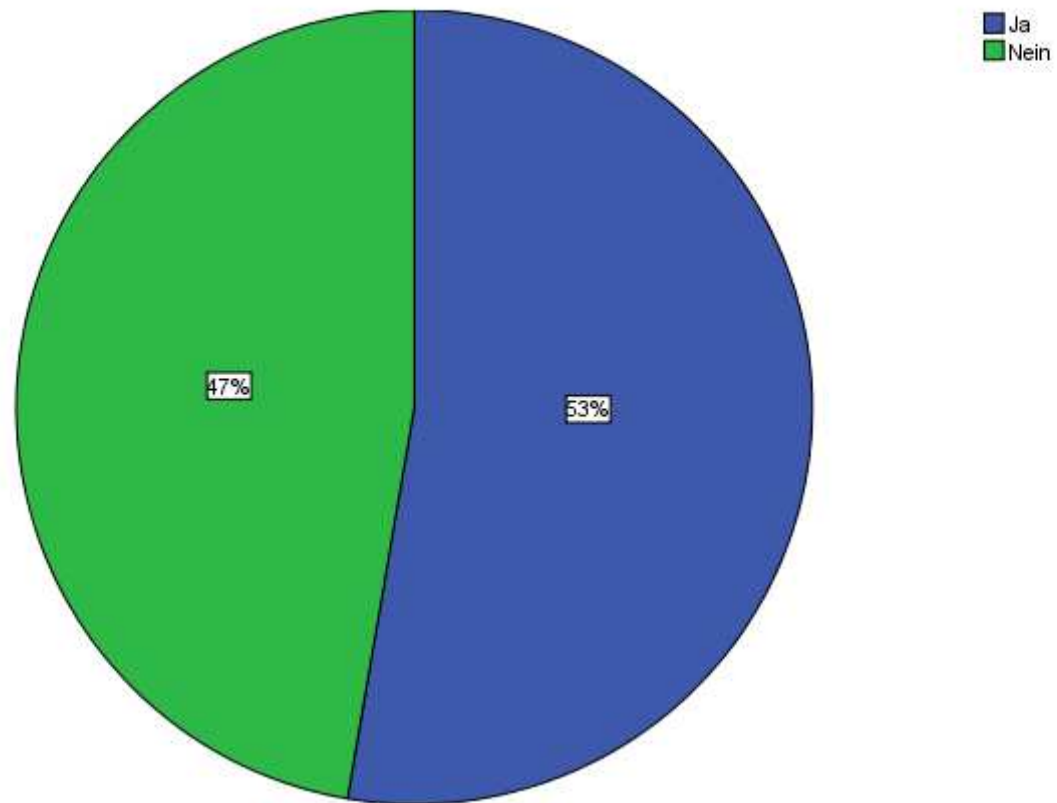
Freunde in gleicher Stadt/Gemeinde



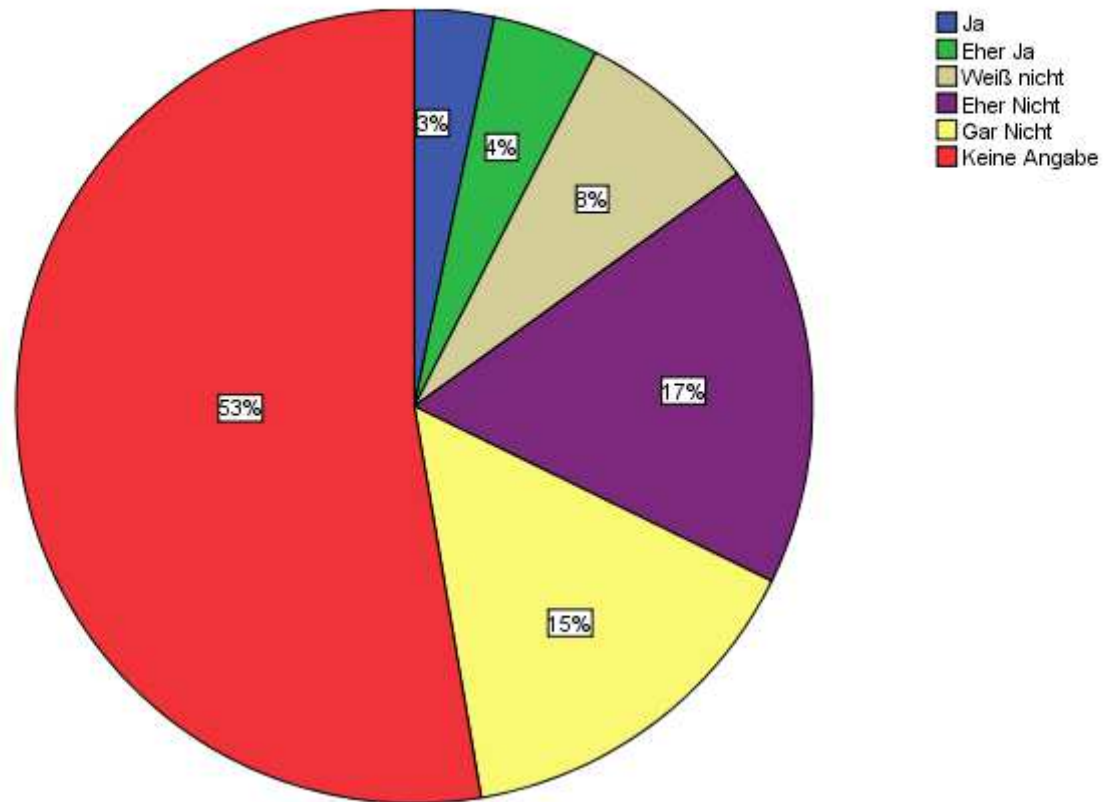
Berufliche Funktion



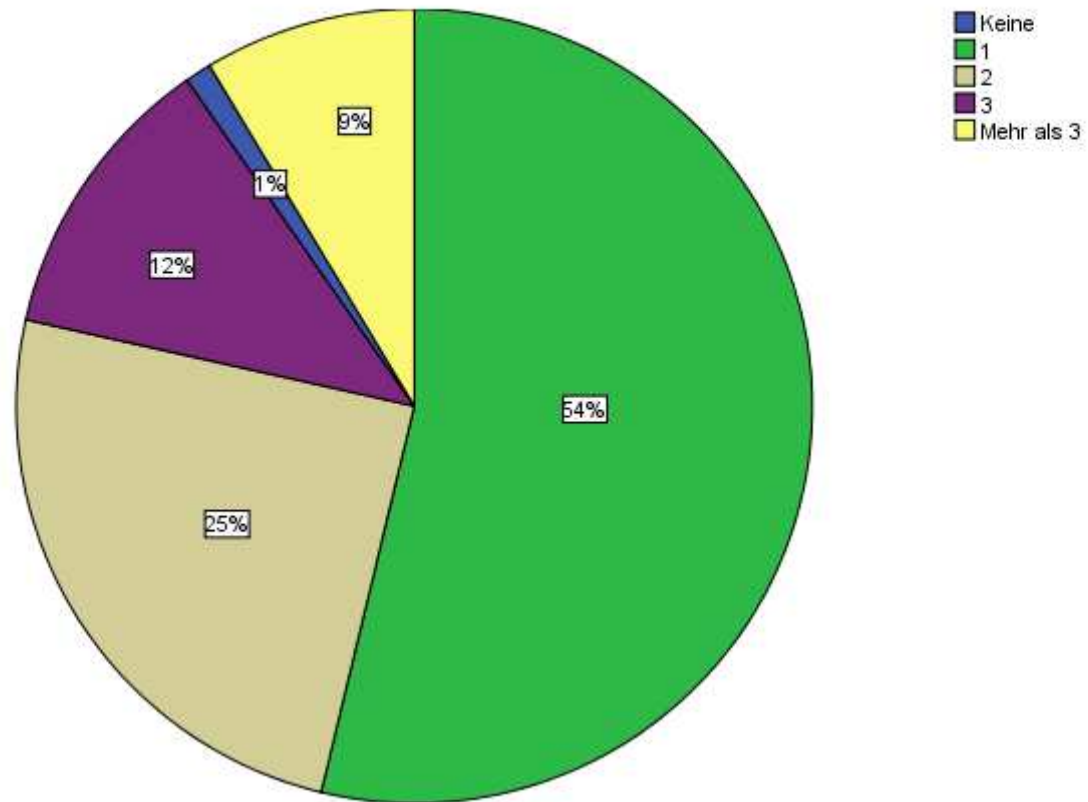
Schon einmal einen Kurs besucht



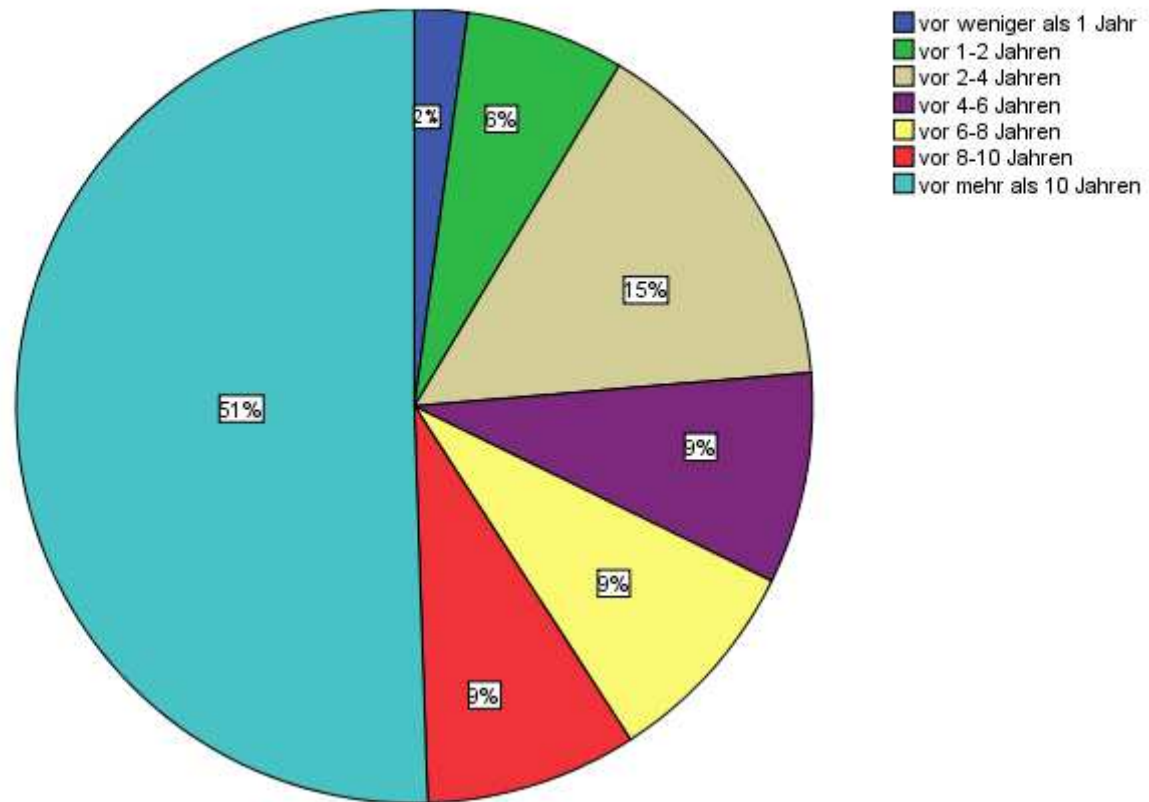
Wenn Nein, sehen Sie Bedarf einen Kurs zu besuchen



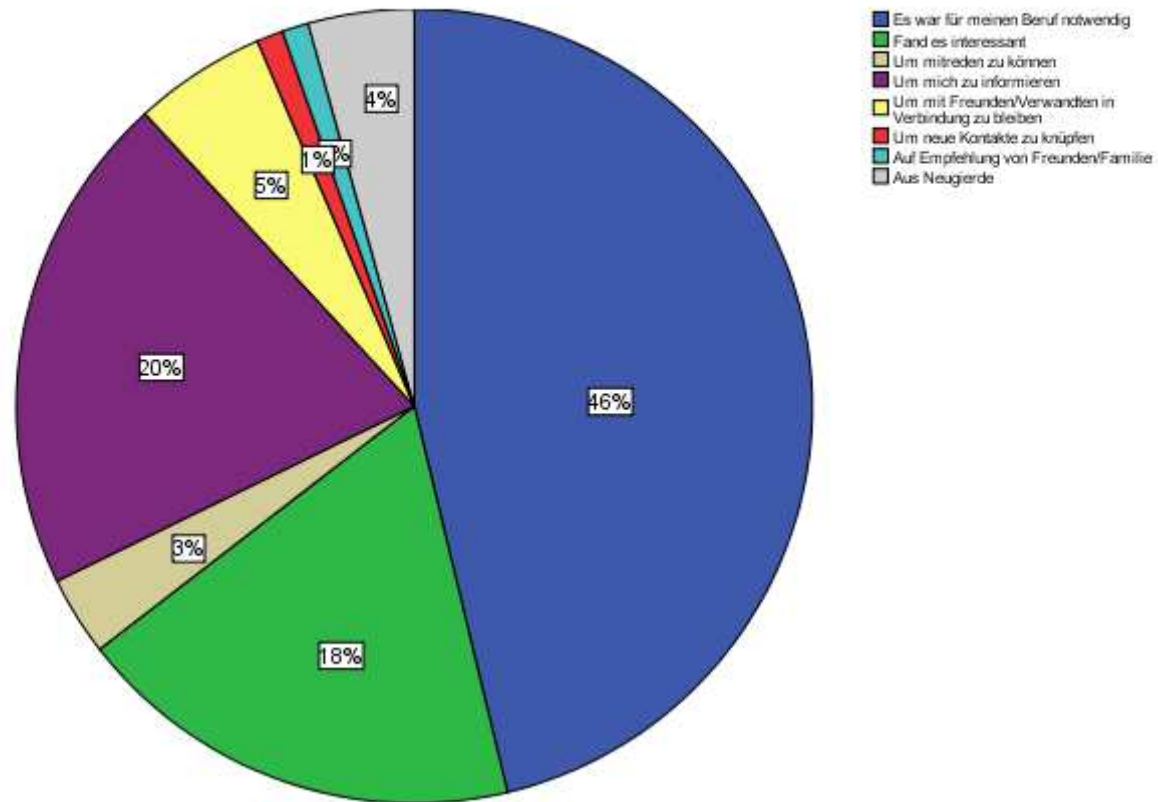
Anzahl der Computer im Haushalt (inkl. Laptops)



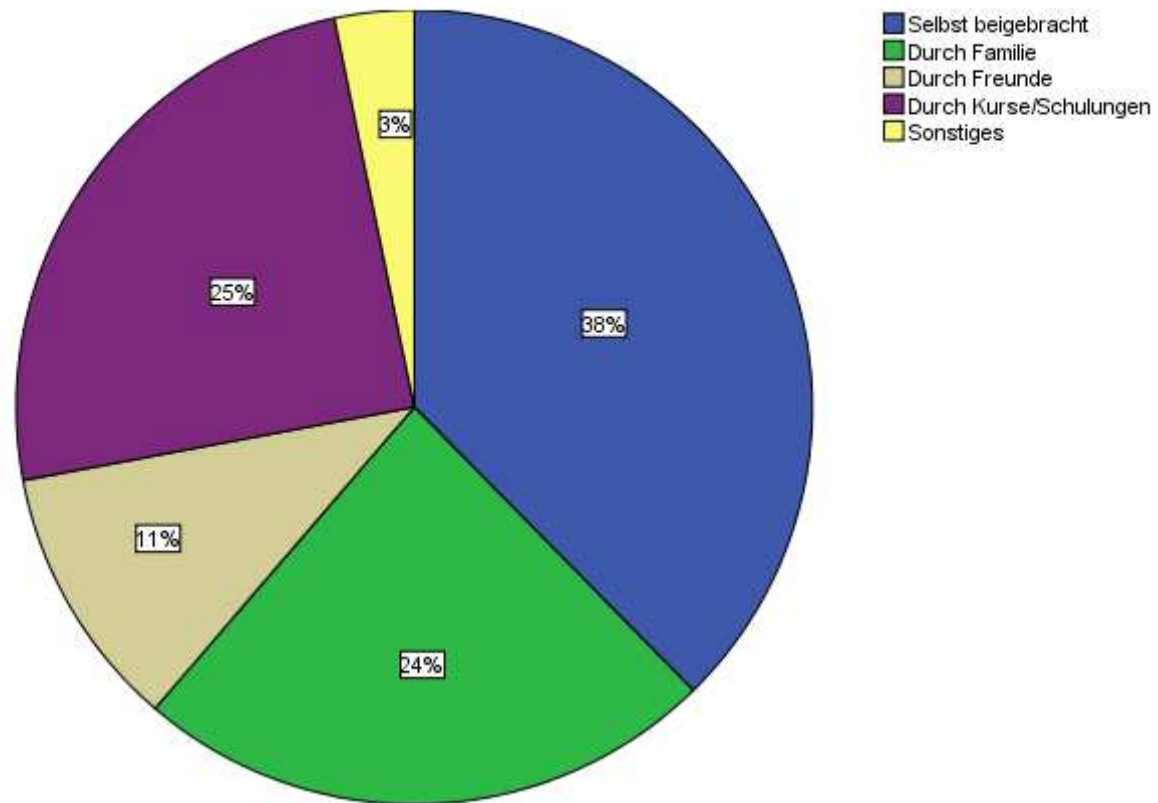
Beginn der Internetnutzung



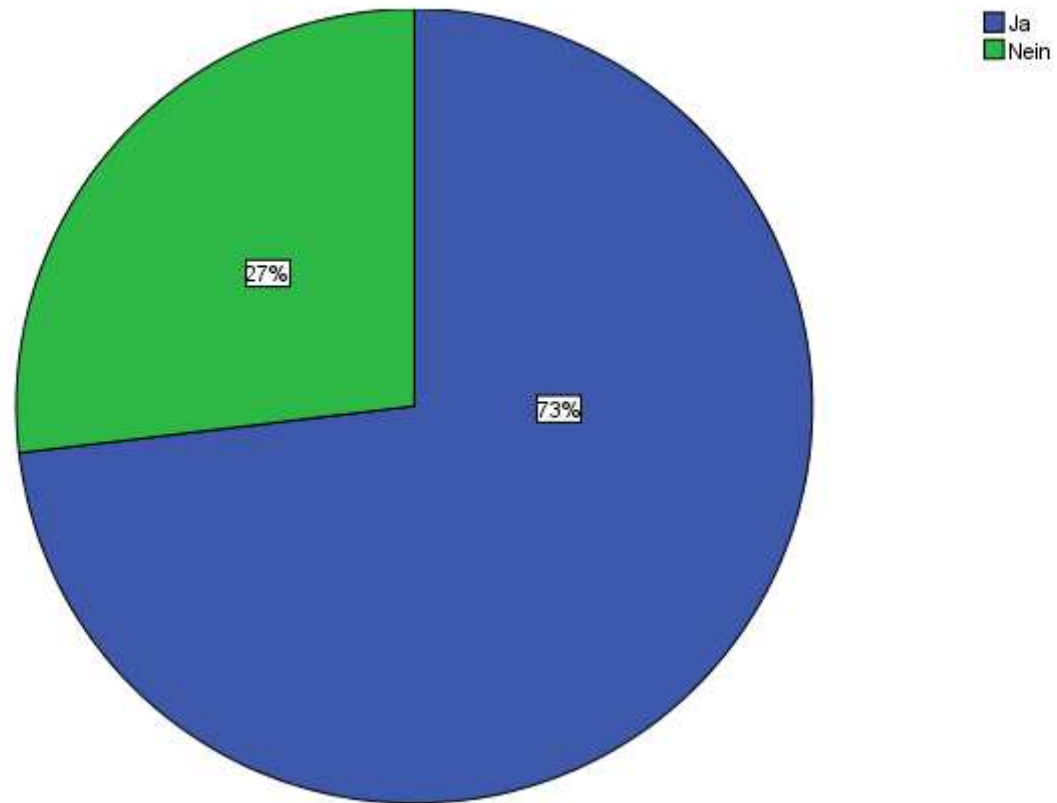
Hauptgrund der Internetnutzung



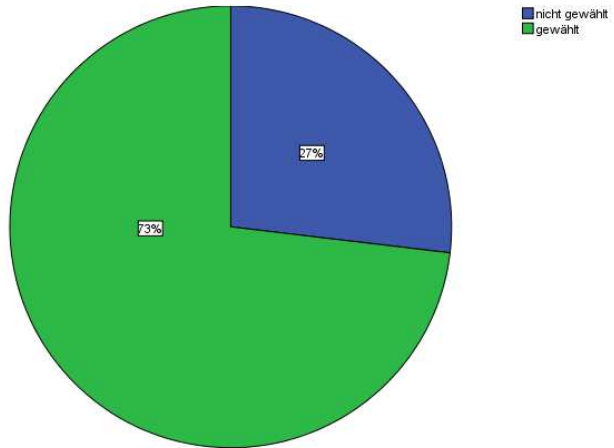
Erlernen der Internetbedienung



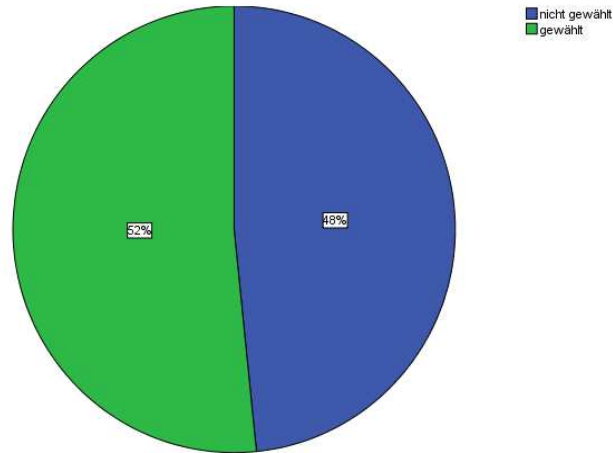
Verwendung des Internet während berufl. Tätigkeit



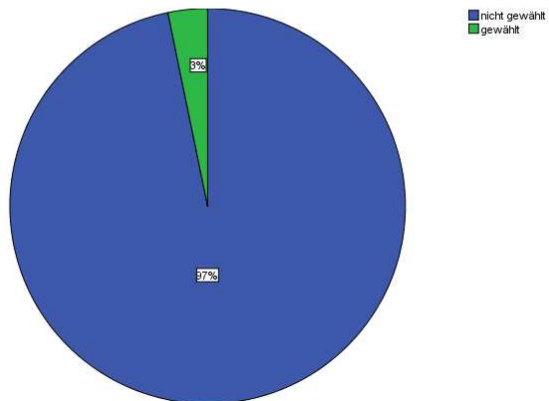
Geräte_Computer (PC)



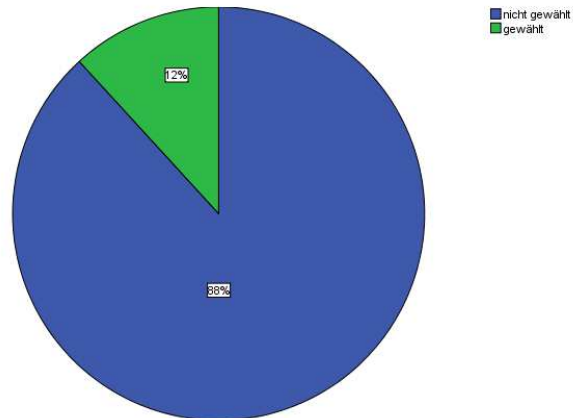
Geräte_Laptop



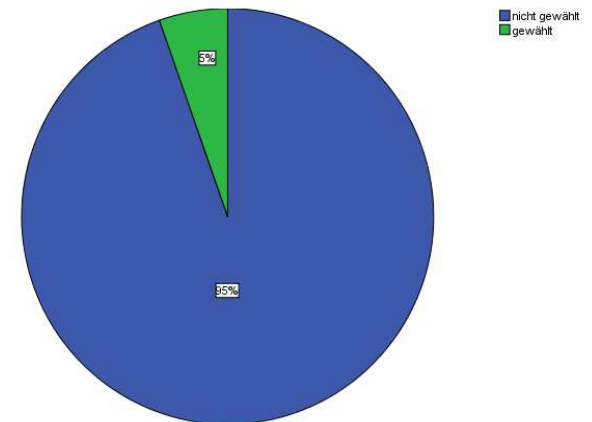
Geräte_Öffentlicher PC



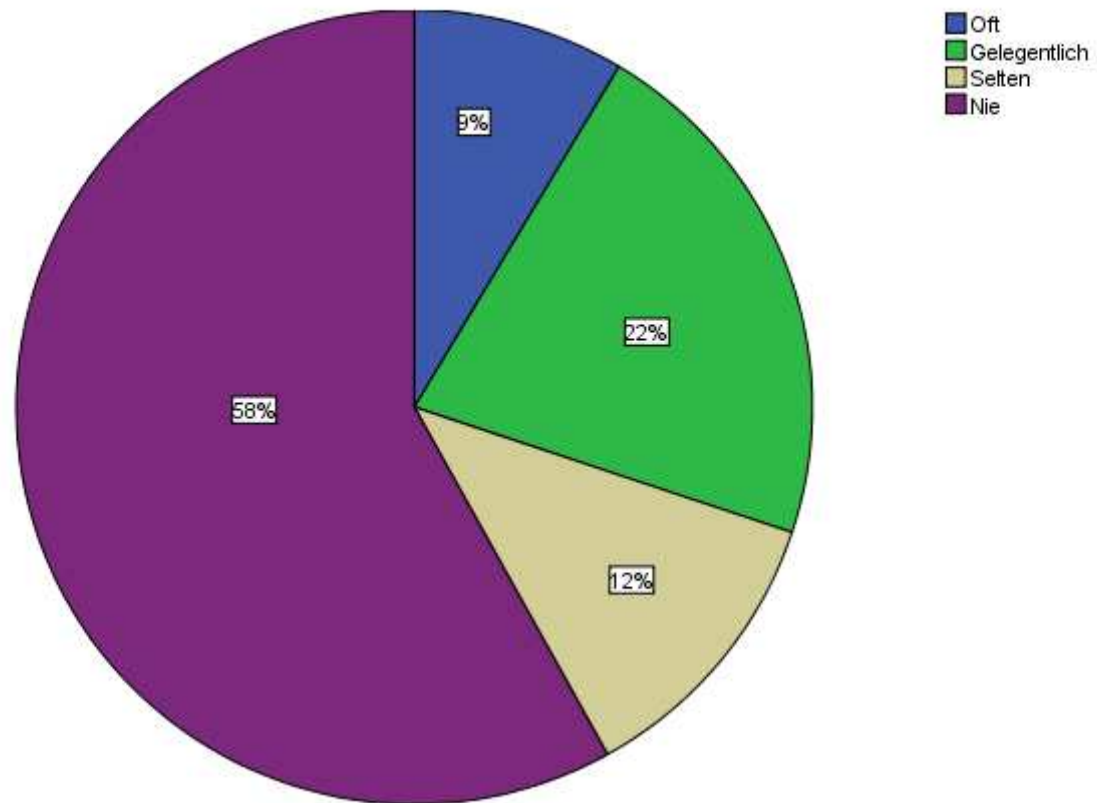
Geräte_Smartphone



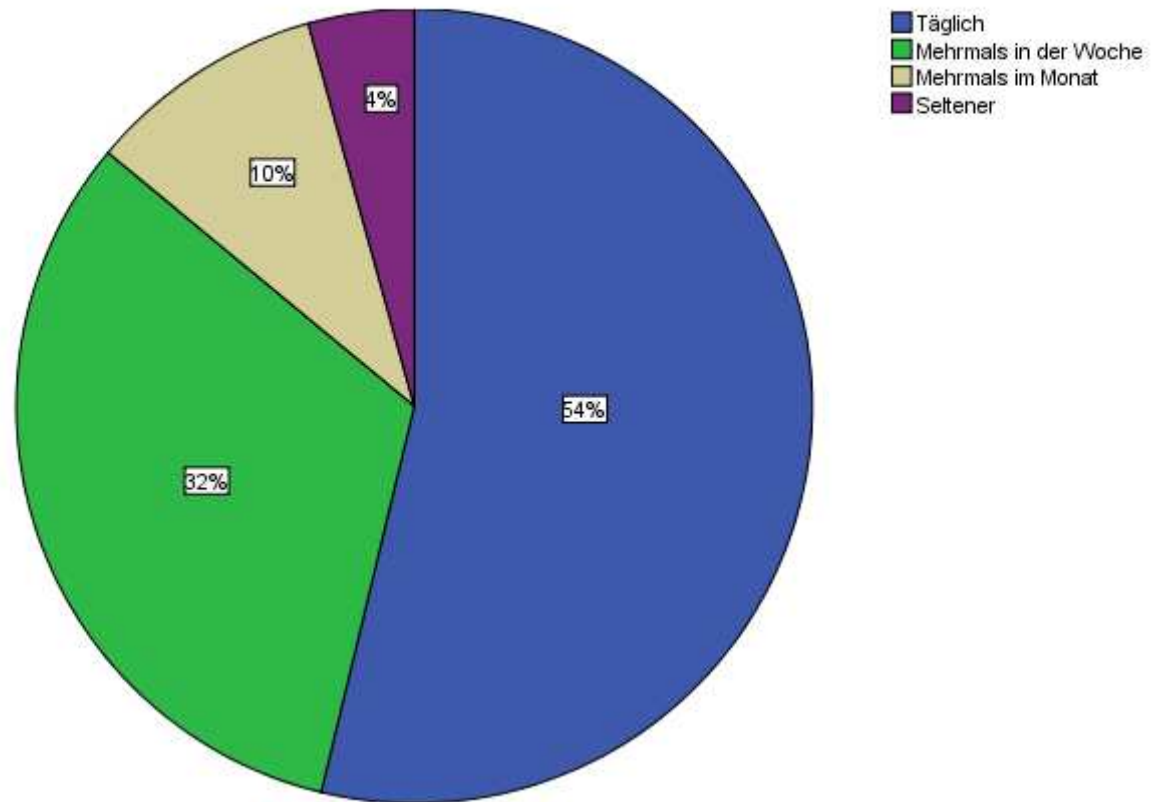
Geräte_Tablet



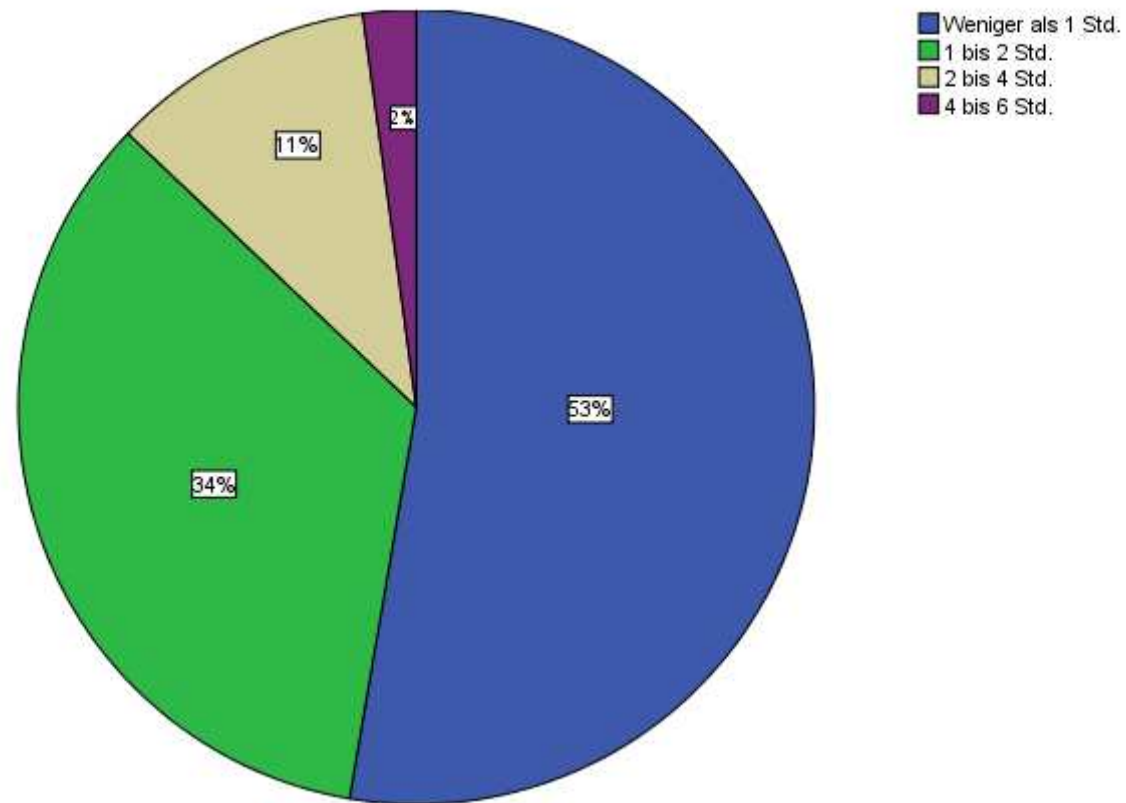
Nutzung Internet in mobiler Form



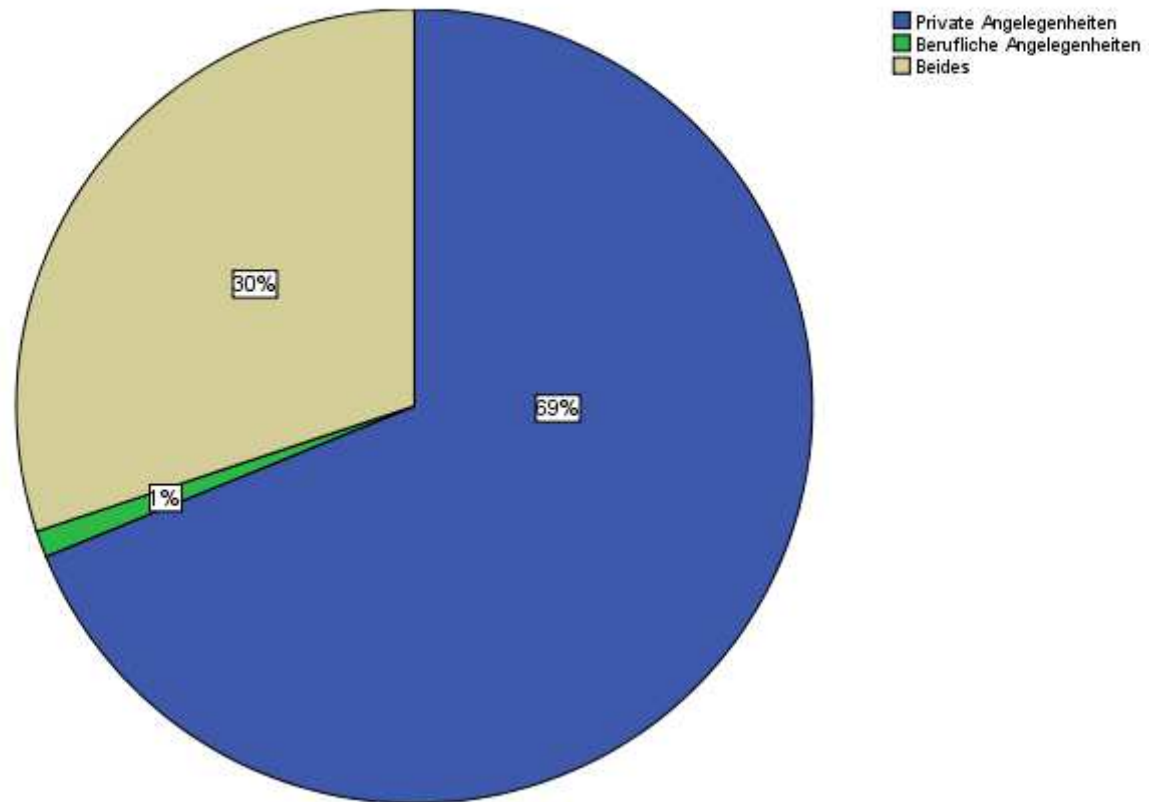
Wie oft nutzen Sie das Internet



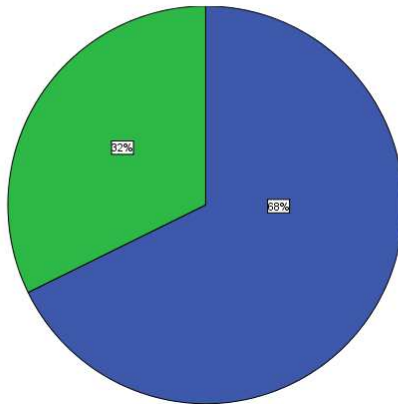
Aktive Internetnutzung pro Tag



Verwendung des Inet für berufl./private Angelegenheiten

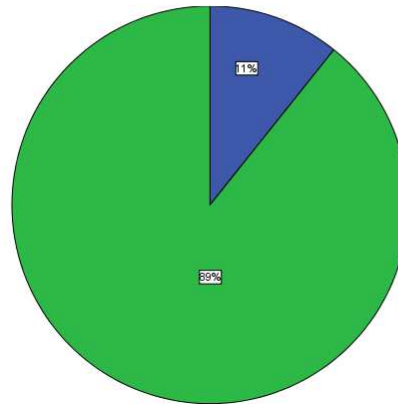


Angebote_Internet-Telefonie



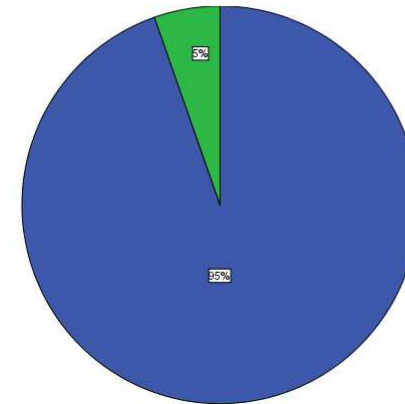
■ nicht gewährt
■ gewährt

Angebote_E-Mail



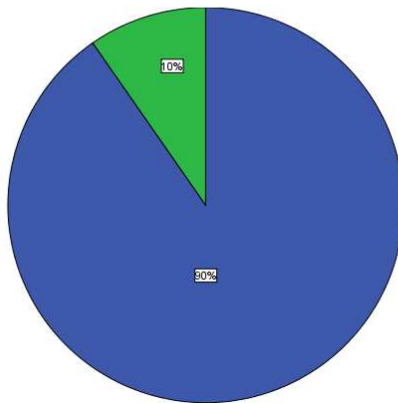
■ nicht gewährt
■ gewährt

Angebote_Chat



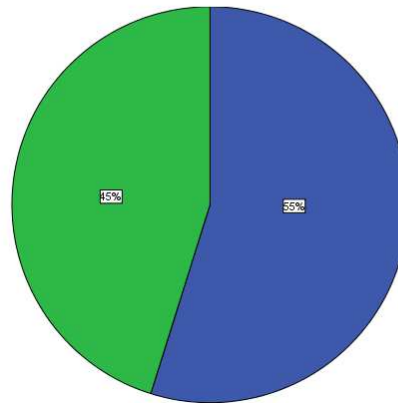
■ nicht gewährt
■ gewährt

Angebote_Foren



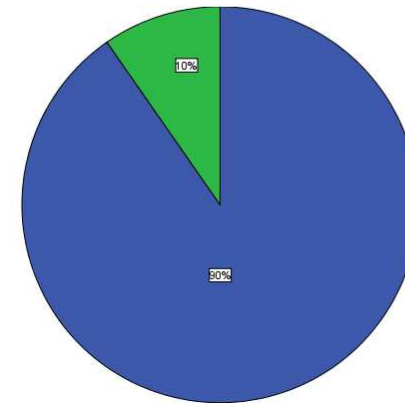
■ nicht gewährt
■ gewährt

Angebote_Download von Dateien



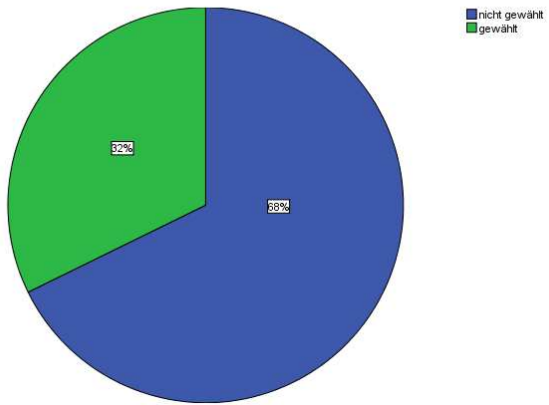
■ nicht gewährt
■ gewährt

Angebote_Social Media

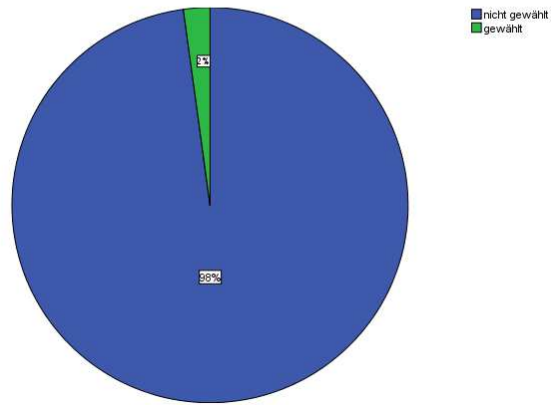


■ nicht gewährt
■ gewährt

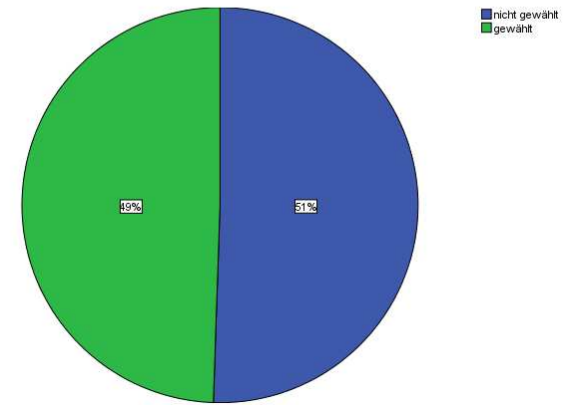
Angebote_Online Shopping



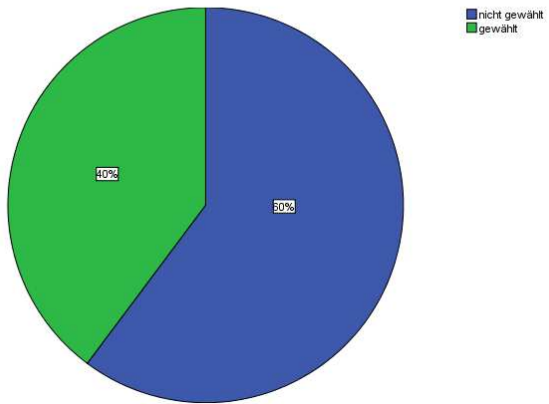
Angebote_Partnerbörsen



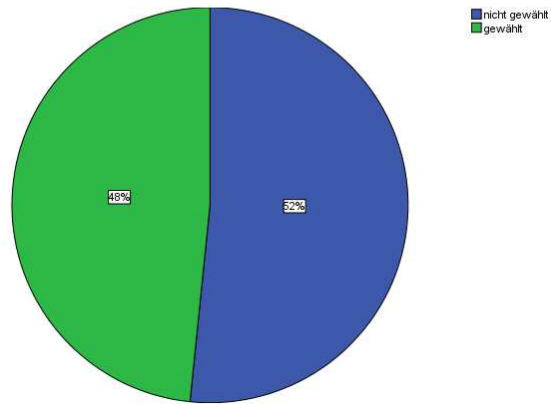
Angebote_Online Banking



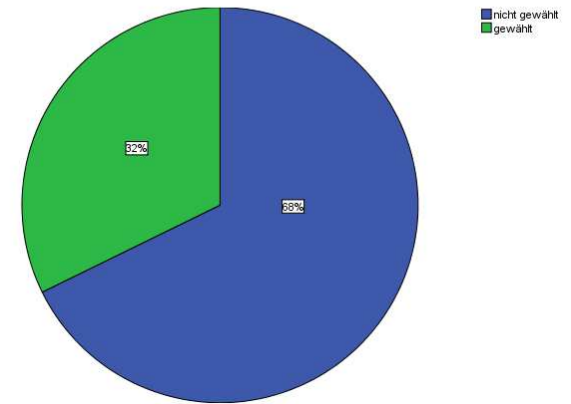
Angebote_Medien



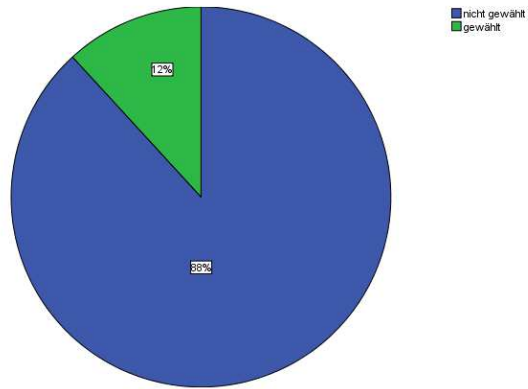
Angebote_Informationen



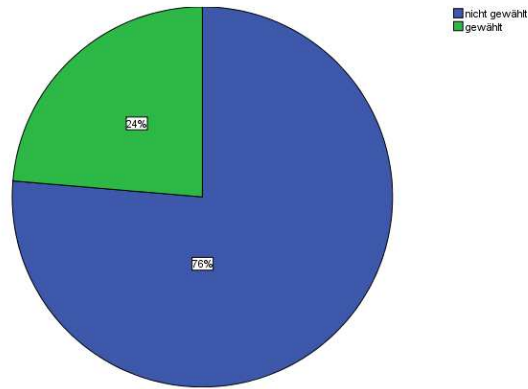
Angebote_Reisen buchen



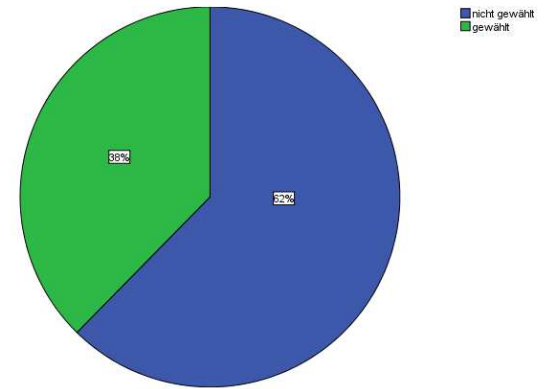
Angebote_Gewinnspiele



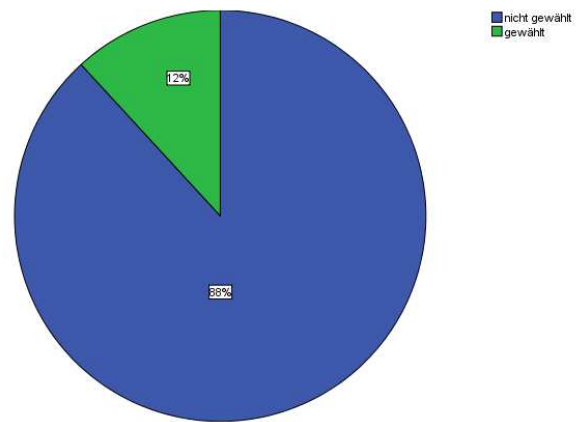
Angebote_Computerspiele



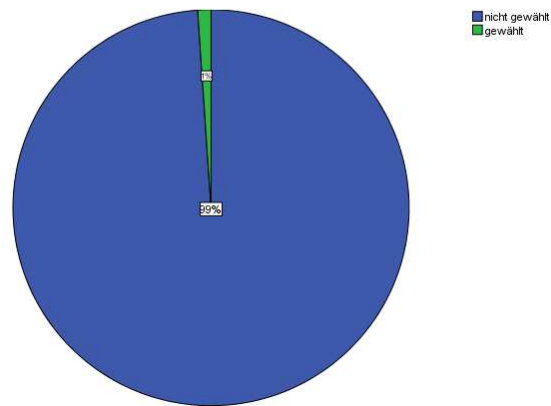
Angebote_Freizeitinformation/Veranstaltungstipps



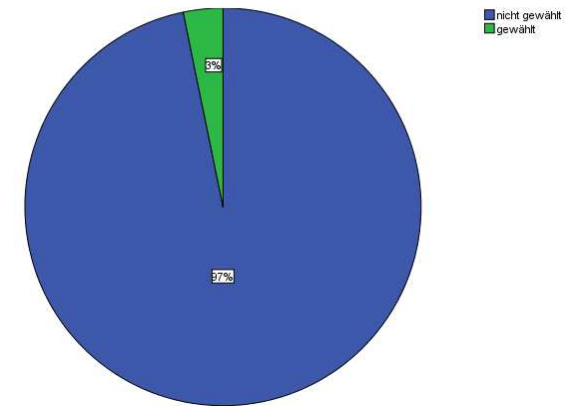
Angebote_Unterhaltung

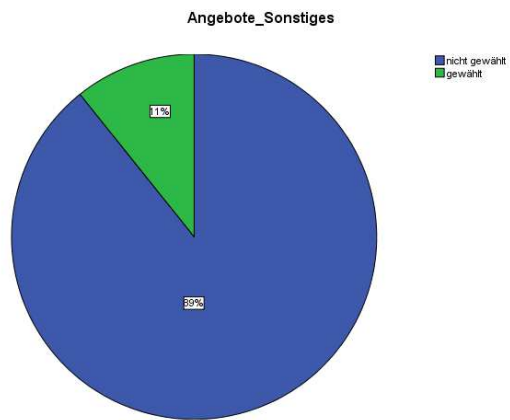


Angebote_Blogs

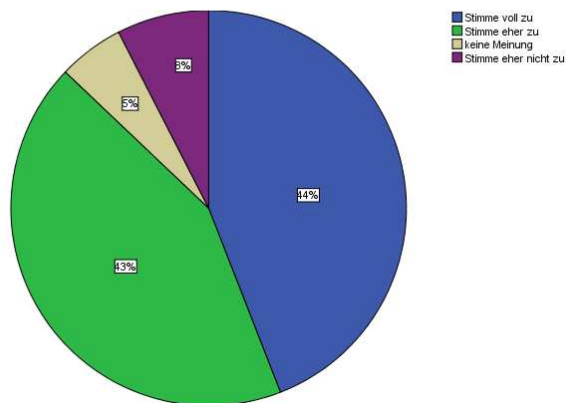


Angebote_Glückspiel, Wetten

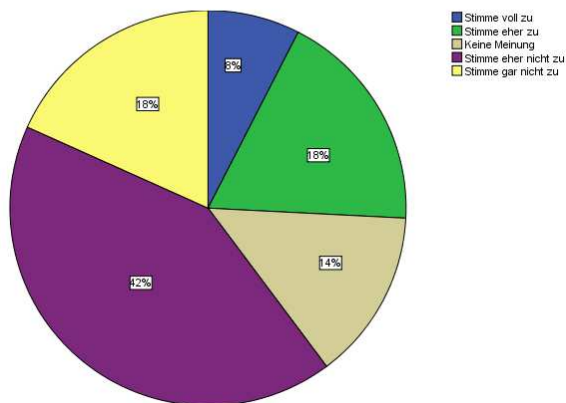




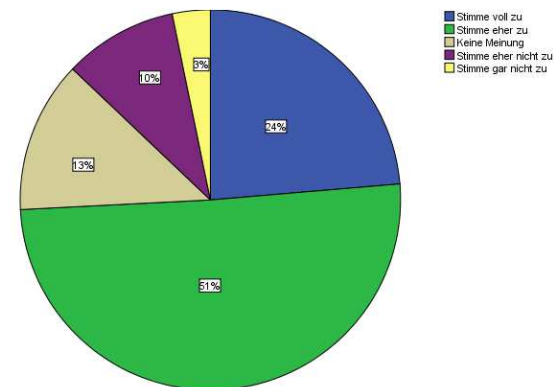
Ich kann das Internet meinen Bedürfnissen entsprechend anwenden



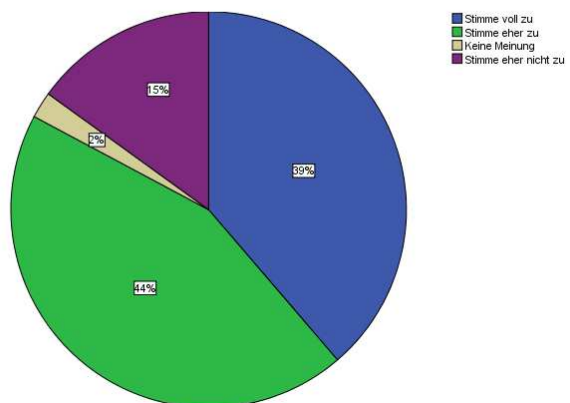
Von der Fülle an Informationen überfordert



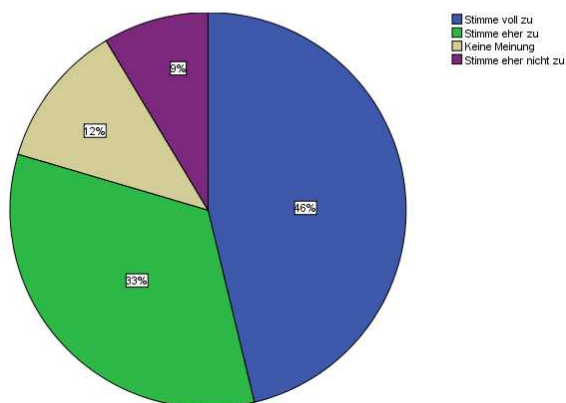
Internet hat Leben pos. bereichert



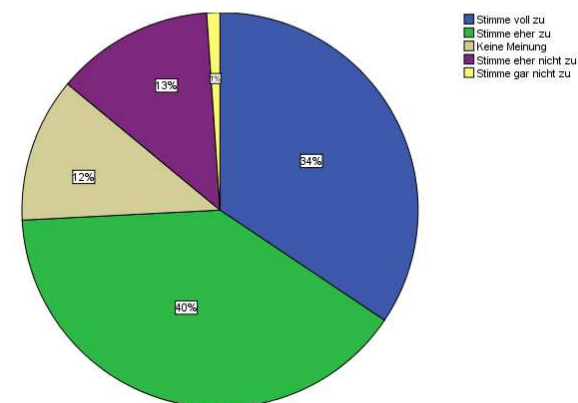
Weiß, wie ich Info im Inet finde



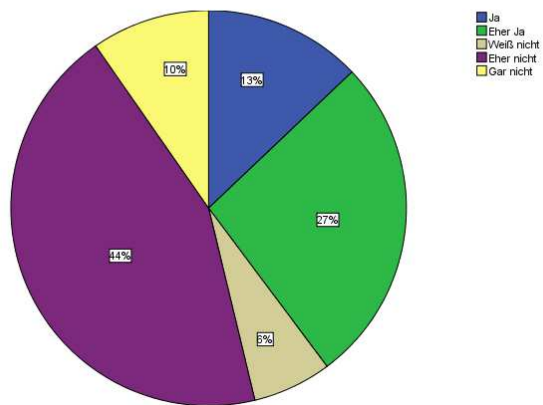
Über Risiken des Inet bewusst



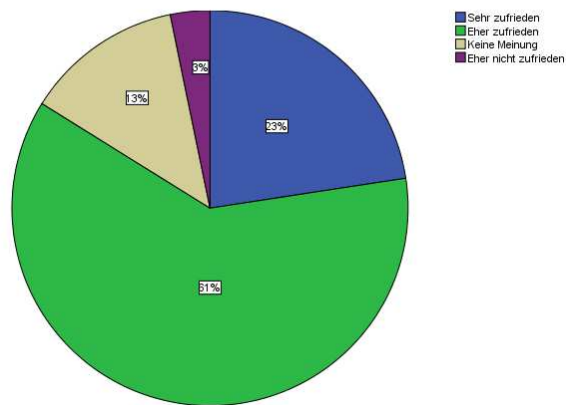
Erleichterung des Alltags durch Inet



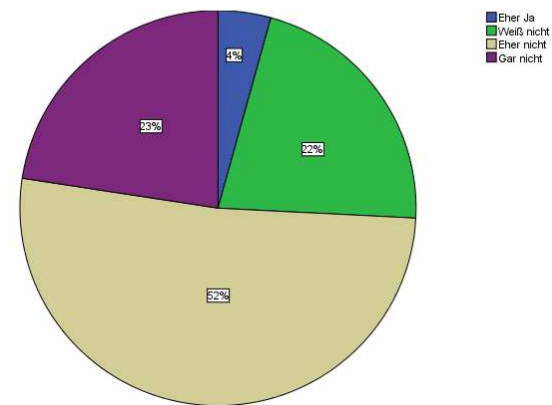
Verzicht auf das Internet



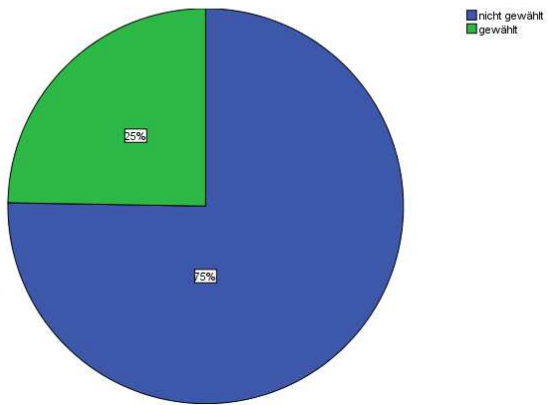
Zufriedenheit mit Inet-Angeboten



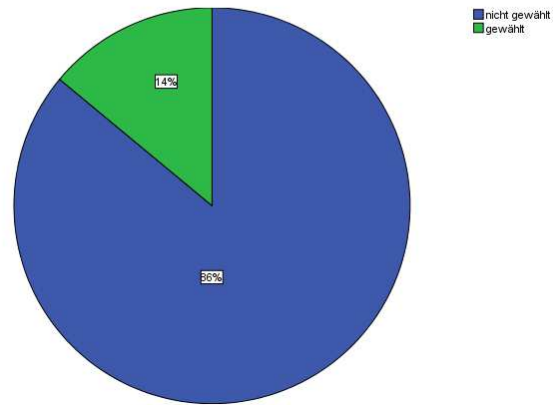
Vermissen Sie Angebote



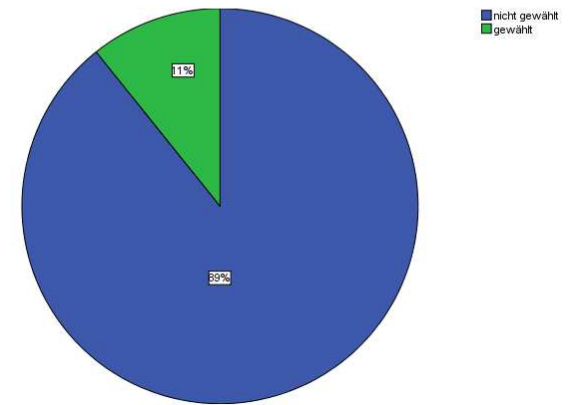
Gelegenheiten_Internetsurfen zum Zeitvertreib



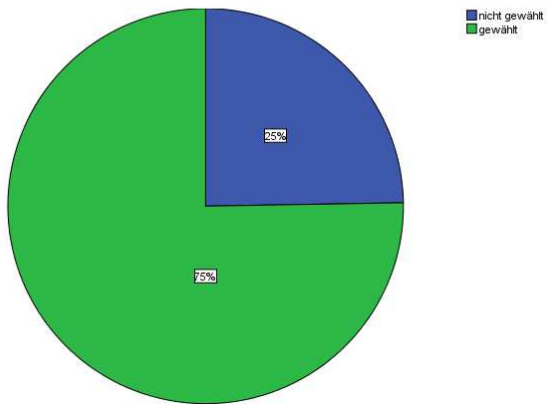
Gelegenheiten_Zur Entspannung



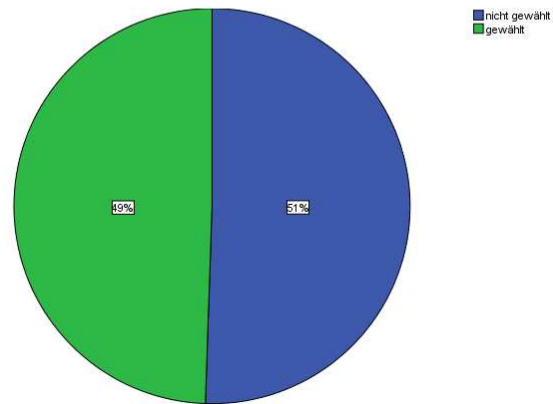
Gelegenheiten_Aus Gewohnheit



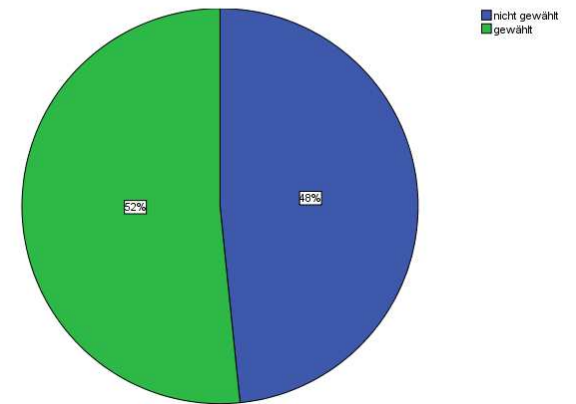
Gelegenheiten_Gezielte Informationssuche/Suche nach Angeboten



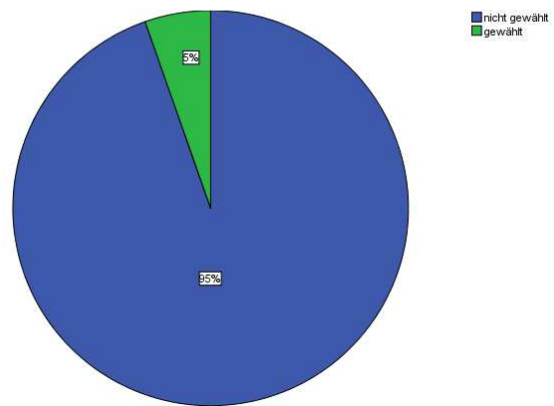
Gelegenheiten_Allg. tagesaktuelle Information



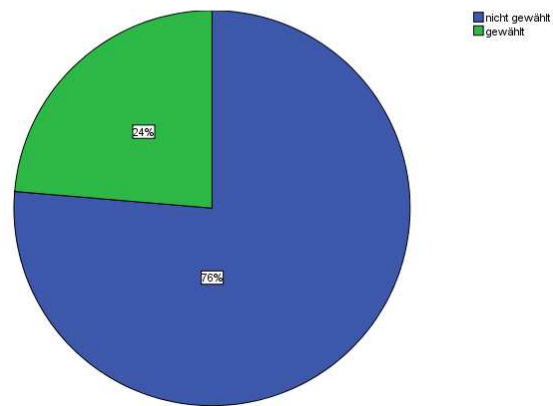
Gelegenheiten_Um mit Familie/Freunden in Kontakt zu bleiben



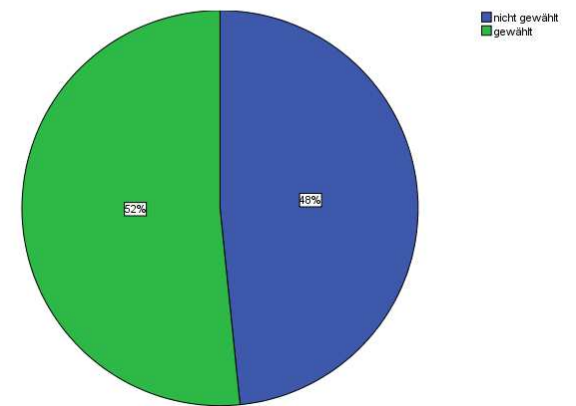
Gelegenheiten_Um neue Kontakte zu knüpfen



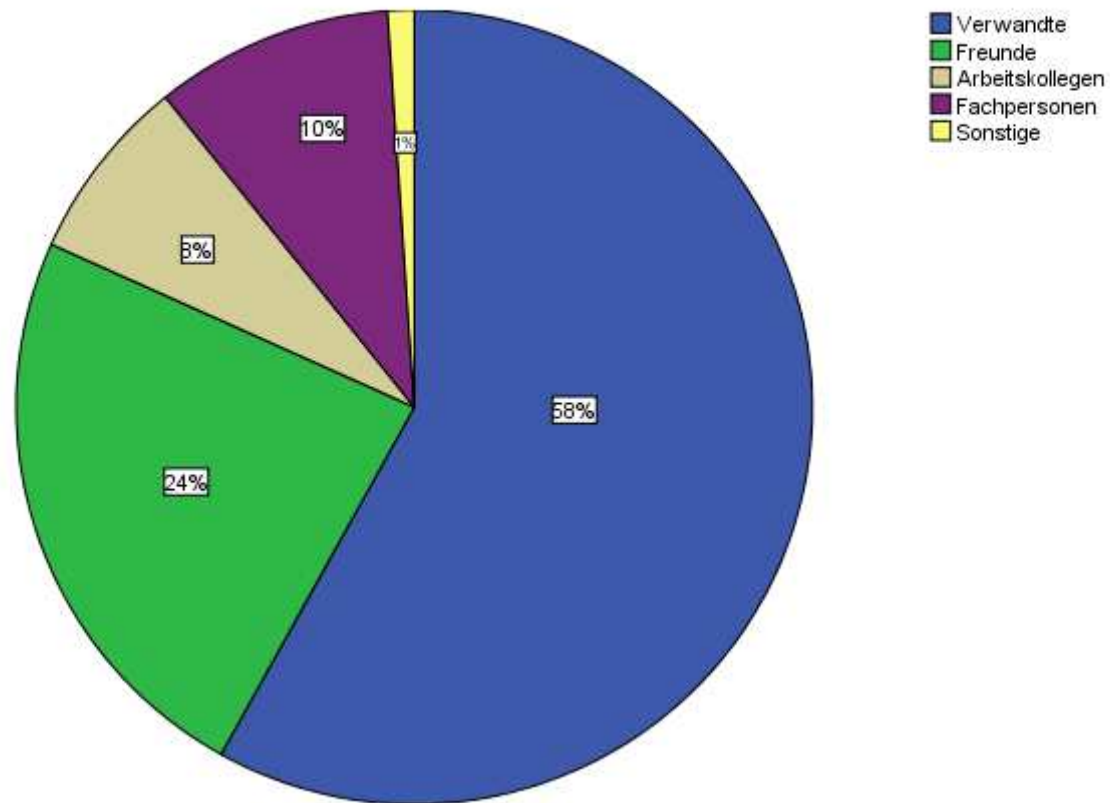
Gelegenheiten_Um mich zu unterhalten



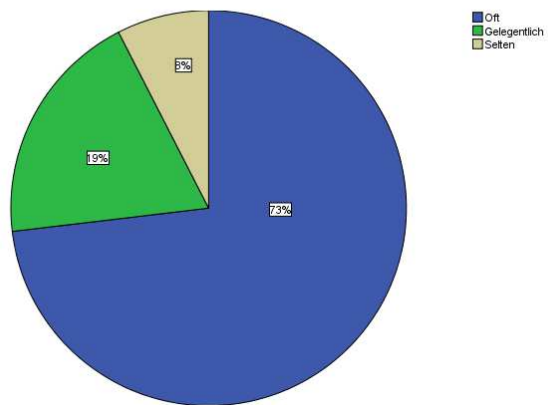
Gelegenheiten_Zur Organisation des Alltags



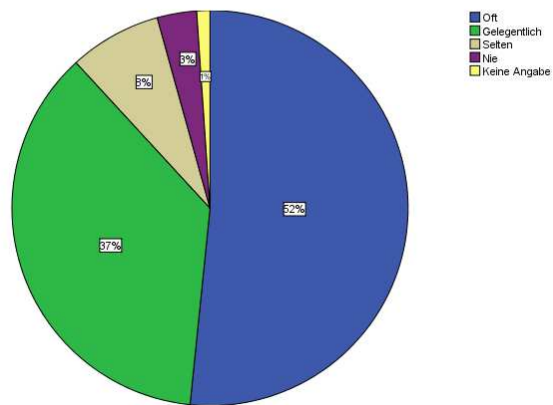
Wen fragen Sie als Erstes, wenn Probleme mit Internet auftauchen



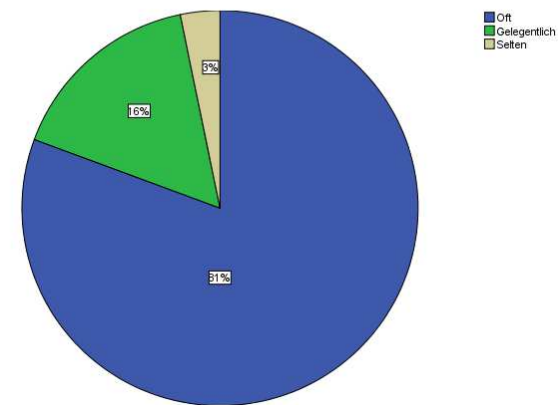
Andere Medien_TV



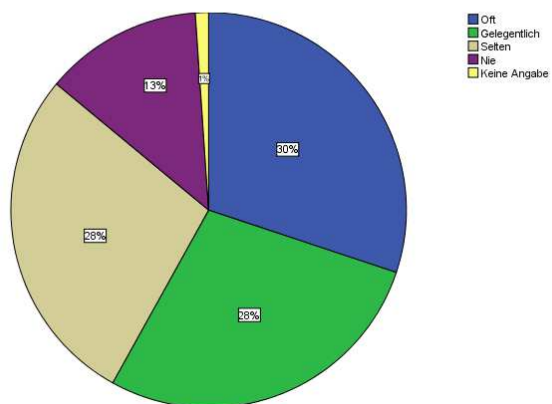
Andere Medien_Radio



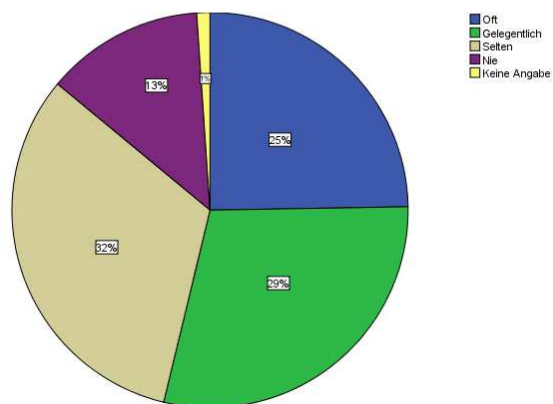
Andere Medien_Zeitung



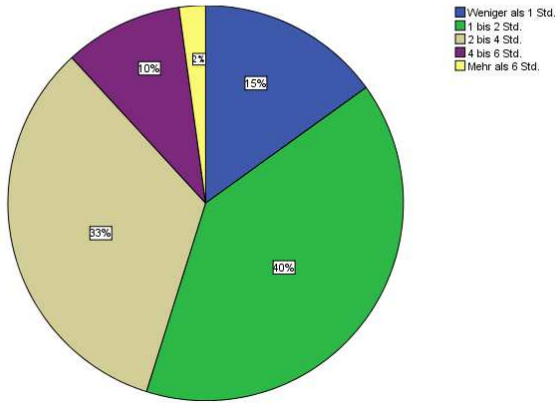
Andere Medien_Buch



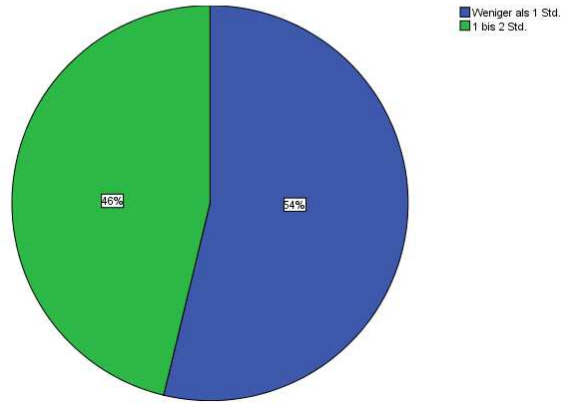
Andere Medien_Zeitschriften/Magazine



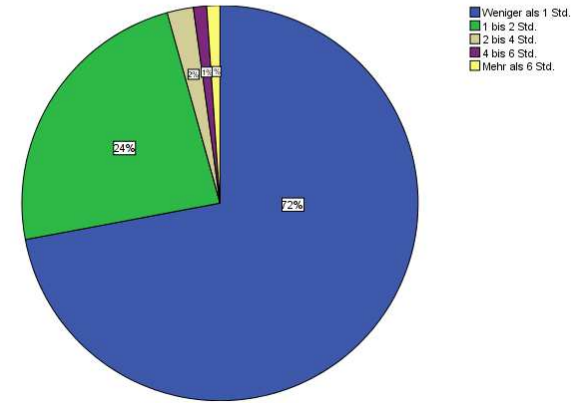
Zeit pro Tag_TV



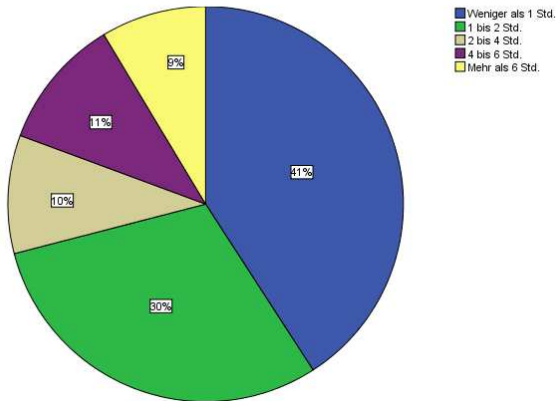
Zeit pro Tag_Zeitung



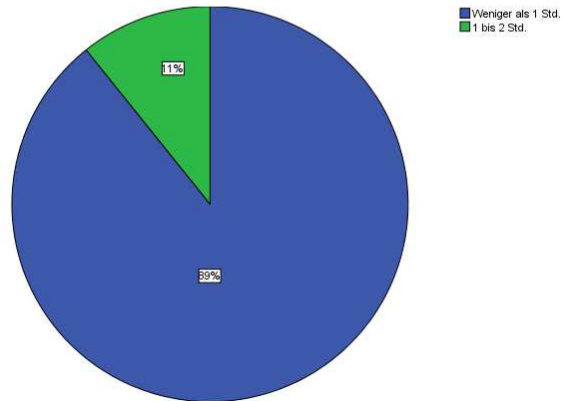
Zeit pro Tag_Buch



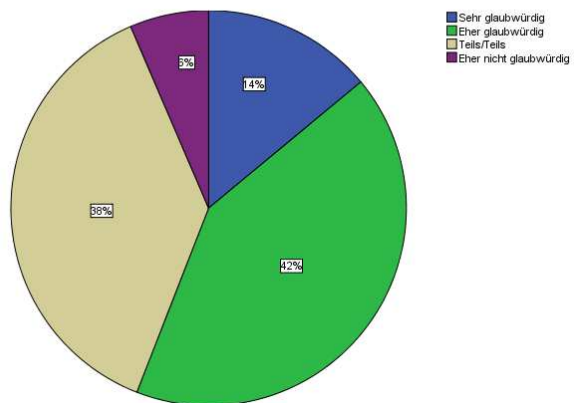
Zeit pro Tag_Radio



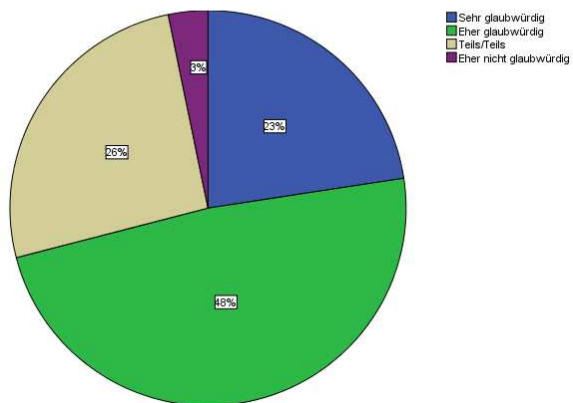
Zeit pro Tag_Zeitschriften/Magazine



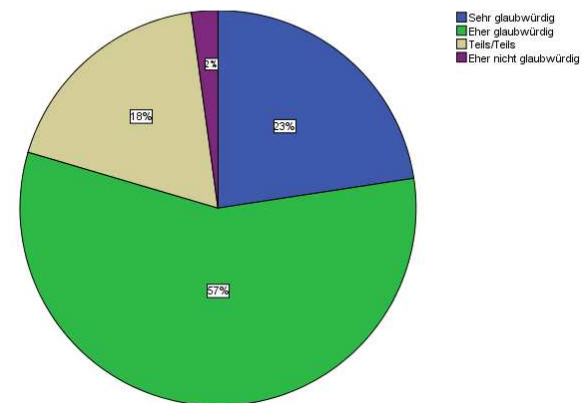
Glaubwürdigkeit Info_Tageszeitungen



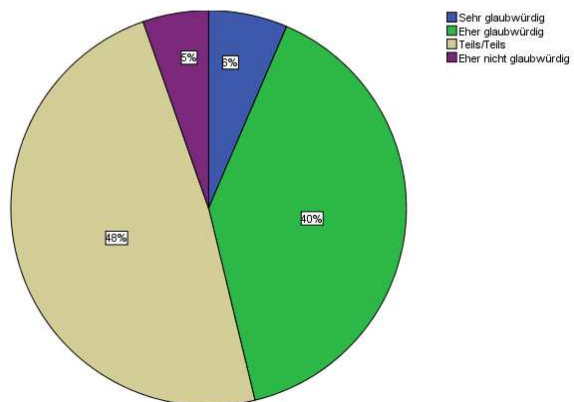
Glaubwürdigkeit Info_TV



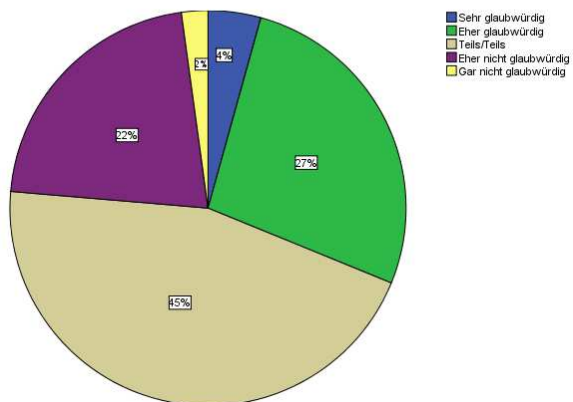
Glaubwürdigkeit Info_Radio



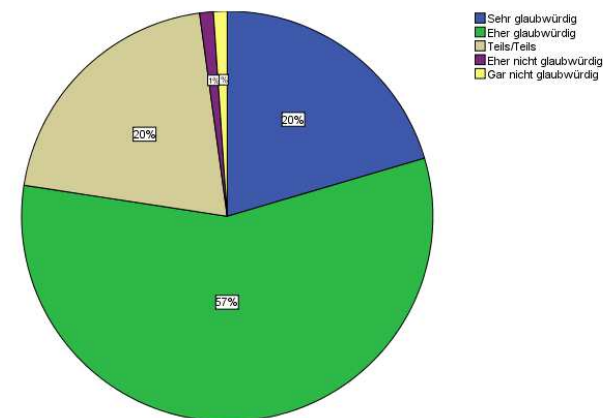
Glaubwürdigkeit Info_Internet



Glaubwürdigkeit Info_Zeitungen/Zeitschriften



Glaubwürdigkeit Info_Bücher



CURRICULUM VITAE

PERSÖNLICHE DATEN

Geburtsort	Wien
Staatsbürgerschaft	Österreich

AUSBILDUNGSDATEN

09/1992 – 06/1995	Volksschule, Albertus – Magnus Schule der Marianisten in Wien 18
09/1995 – 06/ 2004 Wien18	Gymnasium, Albertus – Magnus Schule der Marianisten in - Neusprachlicher Zweig - <u>Abschluss</u> : Matura
10/2004 – 04/2010	Bakkalaureatstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien - <u>Abschluss</u> : Bakk.phil (Bakkalaurea der Philosophie)
10/2010	Beginn des Masterstudiums der Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien

BERUFLICHER WERDEGANG

06/2005 – 09/2005	PR Plus, <u>Praktikum</u>
03/2007 – 04/2011	<u>Assistenz im Kulturmanagement</u> für die Projekte ☞ Theater am Spittelberg , Sommertheater-Festival, Wien ☞ Voice Mania , Internationales a cappella Festival Wien ☞ Wien im Rosenstolz , Wienerlied-Konzertreihe, Wien
02/2011	Österreichisches Volksliedwerk, <u>Volontariat</u>
05/2011 – 08/2012	Ticket Online Austria, <u>Callcenter-Agent</u>
09/2012 – 04/2013	Ausarbeitung und Verfassen der Masterarbeit
05/2013 – 03/2014	Concorde Productions, <u>Redakteurin</u>

ABSTRACT DEUTSCH

Das Medium Internet ist aus dem Alltag unseres Zeitalters nicht mehr wegzudenken. Viele Funktionen hat es bereits übernommen und für die Umstellung von analogem auf digitalen Lebensstil ist noch lange kein Ende in Sicht. Während die Entwicklung dieses Mediums ein ununterbrochener Prozess ist mit dem die junge Generation bereits aufwächst, zeigt sich eine zunehmende Tendenz, nach der auch SeniorInnen Gefallen am weltweiten Netz finden. Die Motive dafür sind mannigfaltig. Sie reichen von simpler Freizeitbeschäftigung bis hin zur Erwachsenenbildung. Die demographische Entwicklung zeigt ein stetiges Wachstum der Bevölkerungsgruppe der SeniorInnen. Mit ihr steigt der Anspruch nach zielgruppengerichteten Inhalten und guter Benutzerfreundlichkeit des Internet, um eine vollständige Einbindung in die Online Community dieser Bevölkerungsgruppe zu erzielen. Zu diesem Zweck braucht es Information - sowohl für die Macher als auch für die User. Im Zentrum der Arbeit steht die Frage nach Nutzertypologien der SeniorInnen in der Internetnutzung. Dies meint die Personen der Bevölkerungsgruppe zwischen 60 und 75 Jahren. Meine Arbeit soll einen Überblick über die Internet-Nutzungsgewohnheiten der SeniorInnen bieten. Es gilt herauszufinden WER sich aus dieser Generation mit dem Internet auseinandersetzt. Handelt es sich dabei mehrheitlich um noch Berufstätige oder um Personen im Ruhestand? Sind es mehrheitlich Männer oder Frauen, welche das Internet verwenden? Natürlich wird auch die Frage nach dem WARUM und WOFÜR behandelt. Aus welchem Grund wird das Internet verwendet? Zum welchem Zweck wird es verwendet? Dient es rein als Informationsmedium oder wird es darüber hinaus auch zum Vergnügen und zur Alltagsbewältigung benutzt? WANN wird es verwendet? Gibt es bevorzugte Tageszeiten für die Internetnutzung? Wird es nur zu speziellen Fragestellungen oder hat es bereits den Eingang in den privaten Alltag von SeniorInnen gefunden? Auch die Frage nach der Quantität – WIELANGE wird das Internet pro Tag in Verwendung genommen? Darüber hinaus versuche ich festzustellen, ob und welche Unterschiede und Präferenzen in der Internetnutzung bei Männern und Frauen bestehen. Zuletzt soll aufgezeigt werden, ob unerfüllte Bedürfnisse in der Usability bestehen und welche Wünsche die SeniorInnen an die Zukunft des Internet haben.

ABSTRACT ENGLISH

Can you imagine today's world without the internet? It has already taken over so many tasks and features like never before. The digital lifestyle is going on and on and on - and there's no end to see. While today's young generation is growing up with technologies like this, there's distinct tendency that also older people want to join the digital community and experience the world of millions of possibilities, the internet is offering. The reasons for joining are various. They long from simple entertainment to education. Demographic development shows us constant increase of elderly people. And with this huge growth, the standards need to rise. This new group of internet users needs better usability to reach a full involvement in the community. The key to that is information – for doers and for users. This thesis is focussed on the question, how elderly people use the internet. This means people from 60 up to 75 years old. My thesis gives an overview of internet using habits of senior citizens. It is essential to find out, WHO of this generation deals with the internet. Are that more employed people or already retired ones? Do more women or men spend time with the internet? Of course, the question about WHY and WHAT FOR is going to be explained. Why do people use the internet? Are the using it just because of information or above that, is it also used for entertainment coping strategy for everyday's life? WHEN is it used? Exists a favoured daytime for that? Do users only put on stream for special questions or problems or has it already moved into people's daily routine? The question of quantity is going to be topic as well. How often and how long is the internet used? Daily, weekly or rarely? Besides that, I also want to declare, if there are any differences or general preferences between women and men about using the world wide web. At last, I want to show, if there are any unfulfilled needs and which wishes seniors have about the future of the internet.