

Präsidial : Wort der Präsidentin : das Alter und die Informationsgesellschaft

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Alter & Zukunft : Magazin der Pro Senectute Kanton Zürich**

Band (Jahr): **10 (2002)**

Heft 3

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Das Alter und die Informationsgesellschaft

* Franziska Frey-Wettstein

Kennen Sie die «Zapper» oder die «Selektiven»? Gehören Sie vielleicht zu den «Infoaktiven» oder eher zu den «Klassischen»?

Im Rahmen einer Studie** wurde analysiert, inwieweit und auf welche Weise die schweizerische Bevölkerung Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen, Internet und Radio benutzt. Sieben Grundtypen wurden dabei herausgearbeitet: Zu den «Klassischen» gehört rund ein Drittel der Bevölkerung. Sie bevorzugen Zeitungen und Zeitschriften, sind beim Internet eher zurückhaltend. Die «Mediensusurfer» sind mehrheitlich junge Erwachsene. Das Internet ist besonders wichtig für sie. Zu den «Fashions» gehören viele junge Frauen, sie bevorzugen Zeitschriften, schätzen Radio und Fernsehen. Die «Zapper» sind noch jünger, sie «knabbern» an allen Medien und bevorzugen das Fernsehen wegen seines Unterhaltungswerts. Schliesslich die «Selektiven»: Fernsehen wird von ihnen abgelehnt, sie wählen ihre Medien sorgfältig aus.

«Infoaktive» Senior/innen

Und wo bleiben die Senior/innen? Den grössten Anteil älterer Menschen weist die Gruppe der «Infoaktiven» auf: Sie bevorzugen eher die gedruckte Presse, lieben Informationszeitschriften und sind gemässigte Fernsehzuschauer. Wichtig ist ihnen auch das Internet. Unter der als «Fernseh-süchtige» bezeichneten Gruppe finden sich ebenfalls viele ältere Menschen. Diese Sparte umfasst all jene, die Zeit haben. Bei den Senior/innen in dieser Gruppe finden neben dem Fernsehen lediglich Tageszeitungen Anklang. Und Zeit haben ja viele: Wer keiner Erwerbsarbeit mehr nachgeht, kann sich vertiefen in die Lektüre eines Artikels, kann auch tagsüber verfolgen, was in Radio und Fernsehen gesendet wird.

Alter in der Werbung: von «kurlig» bis hilflos

Weshalb werden ältere Menschen von den Medien und der Werbung oft so stiefmütterlich behandelt? Gezeigt werden meist nur junge, «fitte» Menschen. Sogar Pflegeprodukte für die reife Haut werden mit Models beworben, die höchstens 50 Jahre alt sind. Vor allem in Werbespots wird der alte Mensch zwar immer öfter dar-

gestellt, doch ebenso häufig dabei lächerlich gemacht: als «Clown» oder «kurliger» Typ, als Meckerer dargestellt – oder dann in der Pose des Hilflosen und Beschränkten. Aktivität, Selbstbewusstsein, Selbstbestimmtheit – diese Attribute scheinen jungen Menschen vorbehalten.

Internet als Chance

Das Internet bietet insbesondere Menschen, die nicht gut zu Fuss sind, die Möglichkeit, sich viele Informationen zu verschaffen, mit anderen Menschen zu kommunizieren, sich Unterhaltungsangebote verfügbar zu machen, auch einzukaufen und Dienstleistungen zu bestellen. 31 Prozent der gesamten Bevölkerung der Schweiz nutzen das Internet, aber nur 4 Prozent der über 66-Jährigen. Wenn ältere Menschen im Internet surfen, suchen sie sich gezielt Informationen; Unterhaltung ist bei ihnen weniger beliebt als bei jüngeren Internet-Nutzer/innen. Oft sind es – wie im Artikel auf Seite 18 beschrieben – die Angst vor Technik oder das Zurückschrecken vor komplizierten Anweisungen, was alte Menschen davon abhält, im Internet zu surfen oder überhaupt einen Computer zu benutzen.

Charta mit Anforderungen der Senior/innen

Die Bedürfnisse von älteren Menschen in unserer Informationsgesellschaft müssen künftig stärker einbezogen werden. Einen Schritt in diese Richtung unternimmt das Bundesamt für Kommunikation zusammen mit dem Impulsprogramm CH21. Gemeinsam mit Senior/innen wird eine Charta erarbeitet, welche die Anforderungen der älteren Generation formuliert.

Auch Vertreter/innen von Pro Senectute Kanton Zürich sind an der Ausarbeitung dieser Charta beteiligt. Denn es ist uns ein grosses Anliegen, älteren Menschen den Zugang zu modernen Technologien zu ermöglichen und falls notwendig auch zu erleichtern mit Angeboten, die ihren Bedürfnissen entsprechen.

* Franziska Frey-Wettstein
Präsidentin des Stiftungsrates
Pro Senectute Kanton Zürich

** Baromedia 2002, Jährliches Barometer der Schweizer Medien. Ringier Romandie.



Franziska Frey-Wettstein