

## **Alte Menschen und Medien:**

### Bemerkungen des Moderators

Eine Tagung zu moderieren, in der der verwirrte, alte Mensch im Mittelpunkt steht, ist eine ehrenvolle Aufgabe. Als Psychologe und Journalist, der in den schnellsten Medien Radio und Fernsehen arbeitet, möchte ich einige Bemerkungen über das Radio und seinen (möglichen) Nutzen für alte (und verwirrte) Menschen machen.

Der Trend läuft derzeit gegen alte Menschen. Die Menschen werden im Durchschnitt älter, die Sendeformen im Radio werden aber tendenziell für jüngere gemacht.

In Musik, Moderation und Inhalt zeigt sich das immer gleiche Bild: Es dominieren Jugendlichkeit („für immer jung“), Körperkult und Schönheit, Geschwindigkeit, belanglose bis peinliche Plauderei. Eine Änderung dieser Entwicklung ist international nicht abzusehen. Aber was nicht ist, kann noch werden. Denn „Lernen ist immer möglich“, auch für alte Medien wie das Radio (Hirsch, 1991).

Die Zeit ist günstig, neben dem Jugendboom etwas Neues aufzubauen. Die soziologischen Daten sprechen für die alten Menschen. Es geht darum, ihre Potenz zur Wirkung zu bringen. Die Generation der jetzt 50- bis 60-jährigen Menschen ist selbstbewußter, sie lernt, Forderungen zu stellen, Wünsche durchzusetzen. Es gibt ja Aktivitäten allerorten, Seniorenstudien, Netzwerke ...

Diese Aktivitäten werden sich auswirken, und die ältere Generation wird Partner bei den Medien finden, oder hat sie bereits gefunden. Ich glaube nicht, daß es darum geht, Radiosender speziell für alte Menschen zu etablieren. Die Zeit der Segregation, der Absonderung alter Menschen, ist vorbei (siehe z. B. Radebold, 1997, S. 9).

Die ältere Generation ist keine homogene Gruppe. Aber die Medien werden stärker auf sie eingehen müssen. Der wichtigste Grund wird, wie immer, finanzieller Natur - die Kaufkraft der Gruppe - sein. Andere Gründe sind aber, daß die Gesellschaft insgesamt von Themen lernen kann, die speziell alte Menschen betreffen. Das betrifft nicht nur die immer wieder angesprochene „Erfahrung“ der Älteren, sondern Fragen der Lebensplanung und des Lebensstils (Hörl, 1998, S. 65-78), der Ernährung, des Wohnens (Jüngling und Kipp, 1988, S. 79 - 84) und vieler anderer Bereiche.

Eine entscheidende Frage der Zukunft wird sein, wie die moderne Gesellschaft mit Hektik, Zeit und der zunehmenden Beschleunigung des Lebens umgehen wird (Geißler, K., 1999). Ältere können und werden hier ihre Sicht der Dinge einbringen.

Zusätzlich: die älteren Menschen werden weiterhin als Großmütter/väter gefragt sein, aber nicht nur. Bereits jetzt sind ca. 25% der alten Menschen in irgendeiner Weise im sozialen Bereich aktiv. Ihre gesellschaftliche Bedeutung wird also noch zunehmen. Das wird sich über kurz oder lang auch in den Medien bemerkbar machen.

Wie die Medien, speziell das Radio, auf die Wünsche, Ansprüche und Bedürfnisse der älteren Generation reagieren werden, ist nicht vorher zu sehen. Es wird vermutlich unterschiedliche Modelle geben. Denn alte Menschen unterscheiden sich in ihren Fähigkeiten und Bedürfnissen untereinander sehr stark. Manche 70jährige sind körperlich und geistig fitter als 50jährige, andere wiederum hören bereits schlecht, sind in ihrer Bewegungsfähigkeit eingeschränkt, oder leiden unter Depressionen und anderen psychischen Krankheiten. Für die Lebensqualität im Alter ist die soziale und infrastrukturelle Umwelt wichtig (Kruse, 1998). Das Radio wird (wieder) eine unterstützende und unterhaltende Rolle einnehmen. Das bedeutet, daß es für alte Menschen differenzierte Sendeformate geben muß. Jugendliche sind eher mit Flächenprogrammen zufrieden zu stellen, ältere Personen wollen nicht nur Musik, sondern auch Inhalte. Die Programme müssen diese Unterschiede berücksichtigen und sowohl die gesunden wie auch die kranken, die besser und weniger gut gebildeten, die dynamischen und zurückhaltenden Personen miteinbeziehen.

Die Moderation muß auf diese einzelnen Gruppen eingehen. Bei aller Differenziertheit gibt es doch einige allgemeine Trends:

- Die hektisch plappernde Art ist in Sendungen für ältere Menschen nicht angebracht und nicht notwendig. Mehr noch: so wie es Bücher mit Großdruck gibt, muß es langsame und klare Sendeformate geben.
- Ältere Menschen können mit Hintergründen und Details bestimmter Themen bedient werden.
- Wissen über die Lebenssituation des Publikums ist unbedingt notwendig.
- Kein Anbiedern an alte Menschen. Sie akzeptieren Charme, aber auch Ehrlichkeit.
- Alte Menschen lieben das junge Radio mit Tempo ebenfalls. Denn die ältere Generation will nicht im Ghetto der Schwermut leben. Leichtigkeit macht froh.
- Das Angebot für ältere Menschen muß breit sein. Die Bedürfnisse der HörerInnen sind sicher differenzierter als die jeder anderen Generation. Es herrscht das Vorurteil vor, daß Radio vor allem für einsame Ältere da sei. Aber diese Gruppe macht nur einen Teil des Publikums aus. Die Palette reicht von der eher lockeren Plauderei darüber, wie man jemanden kennen lernen kann, bis hin zu Musik, Wissenschaft, Kultur oder Informationen über Selbsthilfegruppen oder Krankheiten.
- Alte Menschen wollen und brauchen Abwechslung. Reisen, Musik, Lebensstil, Gesundheit, Sport und Bewegung, Beziehung und Sex, Psychologie, Heimbewohner, Wohnen, Philosophie, Freiheit, humanes Sterben, Politik, Tratsch, ...
- Mit allen oben angeführten Schwerpunkten ist in den elektronischen Medien Geld zu verdienen. Das ist wahrscheinlich das schlagendste Argument für alle Anbieter, und überzeugt Intendanten, die verdrängen, daß auch sie alt werden.

- Das Internet und die Verknüpfung der elektronischen Medien werden diesen Trend noch verstärken. Die ältere Generation wird lernen, die neuen Medien in ihrem Sinne zu gebrauchen. Einige nutzen sie jetzt schon, aber in einigen Jahren werden die Älteren so selbstverständlich damit umgehen wie heute mit dem Telefon. Die Medien werden darauf reagieren.

Autor: Dr. Alois Kogler

a.kogler@psychosomatik.at

#### Literatur:

Hirsch, R., Lernen ist immer möglich – Verhaltenstherapie mit Älteren. Reinhardts Gerontologische Reihe. München: 1991.

Radebold, H., Psychoanalyse und Altern – Zwei einander Fremde beginnen den Dialog, in: Radebold, H. (Hg.), Altern und Psychoanalyse, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen: 1997.

Hörl, J., Zum Lebensstil älterer Menschen. In: Kruse, A. (Hg.), Psychosoziale Gerontologie, Bd. 1, Hogrefe, Göttingen: 1998.

Jüngling, G., Kipp, J., Wie werden alte Menschen wohnen? In: Strotzka, H. (Hg.), Altern, psychosozial Nr. 34, Psychologie Verlags Union, Weinheim: 1988.

Geißler, K., Vom Tempo der Welt, Herder, Freiburg im Breisgau: 1999.

In: Gerald Schöpfer & Gerlinde Stessl (Hrsg.). (2000). Der verwirrte alte Mensch.

Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Karl-Franzens-Universität Graz. S. 209 – 213.