

Medien im Leben der Senioren

Autor(en): **Hättenschwiler, Walter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): - **(1992)**

Heft 1

PDF erstellt am: **30.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-790865>

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.

Medien im Leben der Senioren

Die Studie des Seminars für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich beschäftigt sich mit allen Aspekten des Umfeldes der Mediennutzung. Im Zentrum steht der Zusammenhang zwischen persönlichen Ressourcen, also vorhandenen oder nicht mehr vorhandenen physischen, intellektuellen und psychischen Fähigkeiten, und vielfältigen Aspekten der Mediennutzung. Die Studie ist mit gut 500 Befragten repräsentativ für den Kanton Zürich angelegt.

Es ist fast guter Brauch, dass Altersforscher jeweils ihre Referate mit einer Anspielung auf das eigene Alter einleiten. Dieses Kokettieren mit dem eigenen Alter zeigt, dass Altersforschung ihre eigenen Probleme hat. Kennt bei der Jugendforschung jeder seinen Forschungsgegenstand aus eigener Anschauung, ist doch beim Thema Alter fast alles fremd, bedrohend, und zum Teil noch gesellschaftlich negativ attribuiert. Zwar hat fast jeder eine gewisse Anschauung bei seinen "Altvorderen", doch braucht es besondere Energie, sich selbst in den Lebensabschnitt der "schwindenden Ressourcen" hineinzuprojizieren.

Im Programm zu dieser Tagung steht als Titel dieses Referats lapidar: "Die Alterstudie der Universität Zürich". Nicht viel aussagekräftiger ist unser interner Arbeitstitel mit: "Medien im Leben der Senioren". Bevor ich Sie mit den Eigenheiten dieser Studie vertraut mache, möchte ich vorausschicken, dass diese im Rahmen der sog. Projektgruppenarbeiten am Seminar für Publizistikwissenschaft erarbeitet wurde. Das heisst konkret, dass unter der Leitung von Prof. Saxer und mir, eine Gruppe von 24 fortgeschrittenen Studenten im dreisemestrigen Zyklus anhand dieser Studie in die Probleme der empirischen publizistikwissenschaftlichen Forschung eingeführt wurden. Dies heisst nicht etwa, dass diese Arbeit unter dem Kapitel "Studentenärbetli" abgetan werden könnte, sondern bürgt im Gegenteil für ein besonders sauberes methodisches - und nicht zuletzt auch theoretisch geleitetes - Vorgehen.

Angesichts der hohen Kosten, mit denen heute bei der Umfrageforschung zu rechnen ist, empfiehlt es sich immer reiflich zu überlegen, ob mit einer neuen Studie auch tatsächlich neue Erkenntnisse hervorgebracht werden können. Auch eine blossige Wiederholung ausländischer Studien ist in der Regel nicht zu rechtfertigen, denn derart unterschiedlich dürften ja z.B. deutsche Senioren im Vergleich zu den Schweizerischen nicht funktionieren, dass nicht mit einer gewissen Unschärfe auch jene Forschungsergebnisse in der Schweiz ihre Gültigkeit hätten.

Die Durchsicht der vorhandenen internationalen Forschung hat uns sehr schnell gezeigt, dass in einer ersten Phase der Erforschung des Stellenwerts der Medien im Leben der Senioren zuerst einmal versucht wurde, mit den bewährten theoretischen Ansätzen an das Problem heranzugehen. Es wurden einerseits quantitative Aspekte des Mediengebrauchs, Medienpräferenzen und Programmvorlieben betrachtet, wie es auch hauptsächlich in der SRG-Medienstudie geschah. Andererseits hat man nahe-

liegenderweise den in der Medienforschung ziemlich erfolgreich praktizierten Nutzenansatz integriert. Anzumerken ist auch, dass der Schwerpunkt der Forschung im Bereich des Fernsehkonsums lag.

Verkürzt kann man die Ergebnisse aus dieser Phase etwa so zusammenfassen: Medien geben den älteren Menschen das Gefühl dazuzugehören, sie stellen ein Fenster zur Welt dar. Medien geben durch die immergleichen Strukturen Nähe, Vertrautheit und kompensieren Isolation. Es wird vom Mechanismus der "parasozialen Interaktion" berichtet, einem stellvertretenden Umgang mit den Akteuren in den Medien also. Rogge schreibt z.B. von einer Frau, die in einem Interview sagte: "Das Fernsehen und die Leute [darin] sind die einzigen, die ich in meine Wohnung lasse". Bereits in früheren Untersuchungen wurde von einer "Agenda-Setting-Funktion" berichtet, also von einer gewissen Strukturierung des Tages um die Medienangebote herum. Medien strukturieren aber nicht nur Zeit, sie verbrauchen auch Zeit: "Fernsehen ist ein Weg, Zeit totzuschlagen, bevor die Zeit dich tötet", hat Butler einmal gesagt. Ähnlich wie bei der Jugendforschung wurde auch auf Abhängigkeiten hingewiesen, die zu einer Abkehr von der unmittelbaren Realität führen können, mithin die älteren Menschen auch von aktiven Betätigungen wegführen können.

Im grossen und ganzen werden also gleiche oder ähnliche Funktionen bestätigt, wie sie bei der Jugendforschung immer wieder gefunden worden sind. Auch Gerontologen haben auf eine Vielzahl von objektiven Sachverhalten aufmerksam gemacht, die die medienbezogenen Aktivitäten älterer Menschen beeinflussen können. Aber sie weisen auch darauf hin, dass generell fehlende Abwechslung keinesfalls dem natürlichen Altersvorgang entspreche. Ergebnisse der qualitativen Forschung von Lehr und Rosenmayr lassen auf "kumulative Benachteiligungen" der alten Menschen schliessen. Gemeint ist damit, dass Bildungsstatus, Wohnsituation, Gesundheitszustand, vorhandene sozialen Kontakte und Freizeitaktivitäten kaum an sich wirken, sondern nur in konkreten Alltagszusammenhängen, resp. in ihren möglichen Kombinationen. Rosenmayr glaubt auch, dass solche Defizite durch eine "gesellschaftliche Selbstverursachung" verstärkt werden, wie finanzielle Schlechterstellung, schlechtere gesundheitliche Situation, Zentrierung auf innerhäusliche Kontakte, den Zusammenhang zwischen Interessenarmut und Einsamkeitsgefühl sowie das Stadt-Land-Gefälle.

Die Quintessenz aus den qualitativen Studien ist die, dass mit Studien herkömmlicher Art, in denen in marktforscherischer Manier ein- oder bestenfalls zweidimensionale Analysen in Form von Kreuztabellen angestellt werden, diese Zusammenhänge keinesfalls aufgedeckt werden können. Sozio-demografische Merkmale wie Alter, sozio-ökonomischer Status etc. eignen sich nur noch sehr bedingt zur Erklärung des Medienverhaltens. An deren Stelle müssen Instrumente entwickelt werden, welche die spezifische Situation der Untersuchten bezüglich der noch vorhandenen physischen, sozialen und geistigen Ressourcen und weiteren Persönlichkeitsmerkmalen beschreiben.

Wir führen also den Begriff der *Sozialressourcen* ein, und meinen damit die Chancen eines Menschen, Sozialbeziehungen anzuknüpfen, bzw. aufrechtzuerhalten. Es gibt ererbte Ressourcen (soziale Herkunft, Geschlecht, Aussehen usw.), erworbene Ressourcen (Bildung, Beruf, Vermögen, institutionelle Einbindung etc.) und Persönlichkeitsmerkmale (Temperament, Kontaktfreudigkeit, Spontaneität, Intelligenz).

Wir rekurren weiter theoretisch auf die sozialpsychologische Austausch- oder Exchange-Theorie und verknüpfen sie mit dem bewährten Uses-and-gratifications-Ansatz der Publizistikwissenschaft. Die *Austauschtheorie* geht von der Prämisse aus, dass Interaktionen zwischen Individuen als Versuche angesehen werden können, materielle wie immaterielle Belohnungen zu maximieren und die Kosten zu minimieren. Es handelt sich also um eine Theorie mit ökonomischen Wurzeln. Eine Sozialbeziehung kommt demnach zustande, bzw. wird solange aufrechterhalten, als der erwartete Nutzen die Kosten übersteigt, und dies gilt für beide an der Interaktion beteiligten.

Der *Uses-and-gratifications-Ansatz* andererseits als publizistikwissenschaftliche "Theorie" geht davon aus, dass Mediennutzung aktives und sinnhaftes Handeln darstellt und der Befriedigung von individuellen Bedürfnissen irgendwelcher Art dient. Jeder Mediennutzer hat demnach seine individuelle Art, sich der Medien für seine Zwecke bedienen - die Medien haben seiner individuellen Lebenssituation entsprechende Funktionen. Zur Illustration nehmen wir die berühmte Situation am Frühstückstisch, wo der Ehemann die Zeitung weit ausgebreitet vor seinem Kopf hält. Primärfunktion der Zeitung dürfte es durchaus sein, über das aktuelle Geschehen zu informieren. Neben-

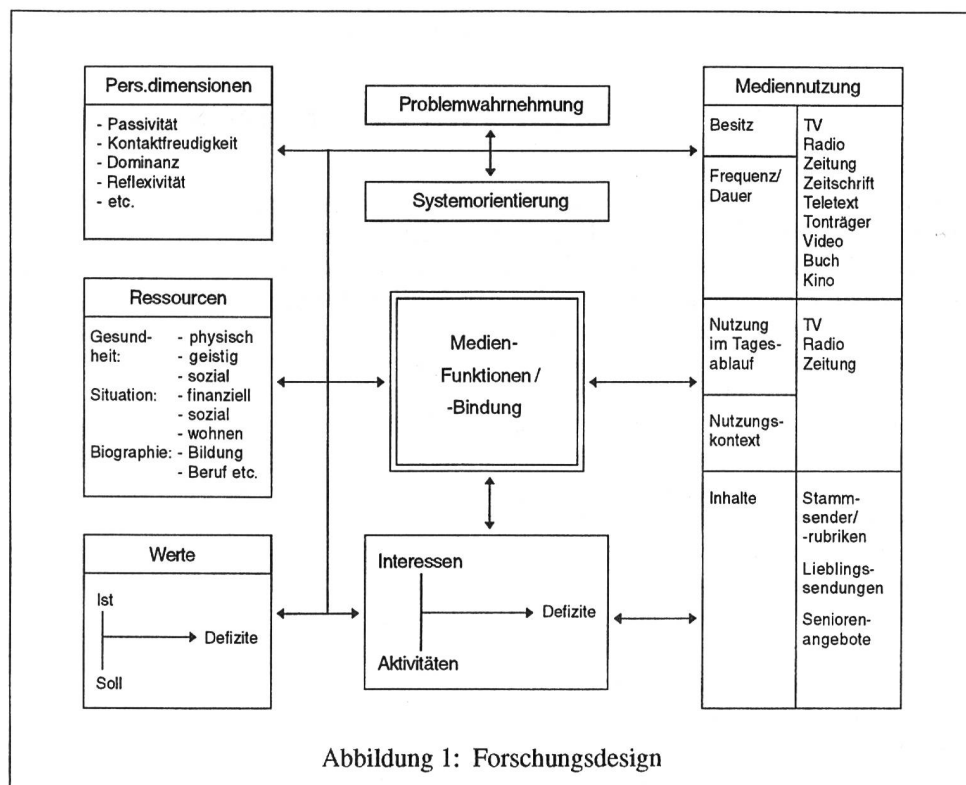


Abbildung 1: Forschungsdesign

funktion wäre in diesem Fall die Eigenschaft der Zeitung die Sicht zwischen den Ehepartnern zu unterbrechen. Zusammen eignen sich die beiden Theorien gut, um Aussagen bezüglich medialem und nicht-medialem Verhalten zu formulieren.

Ich möchte Ihnen an ein paar Beispielen demonstrieren, in welcher Art diese Theorien Hypothesen generieren:

Hypothese 1: "Im Alter nimmt der Anteil der altershomogenen Kontakte zu". Erklärung: Nach Exchange-Theorie suchen wir die Partner aus, die den höchsten Nutzen erwarten lassen. Stabile Beziehungen sind ausgeglichen. Wer glaubt mehr zu geben fühlt sich auf die Dauer ausgebeutet; wer glaubt zuviel zu nehmen entwickelt Schuldgefühle. Deshalb ziehen alte Menschen Partner mit ähnlichen Ressourcen vor.

Hypothese 2: "Die Abnahme der Sozialkontakte im Alter ist eine Folge der Abnahme von Ressourcen". Gemäss Austauschtheorie ist es also ein gesellschaftlicher Auftrag, älteren Gesellschaftsmitgliedern ein Maximum an sozialen Ressourcen zu ermöglichen / zu erhalten, denn nur ressourcenreiche alte Menschen sind in der Lage, altersheterogene Kontakte zu realisieren.

Hypothese 3: "Mediennutzung ist ein Substitut für altersheterogene Sozialbeziehungen". Mit der Abnahme der Ressourcen gehen vor allem altersheterogene Kontakte verloren. Für ressourcenärmere bietet sich vor allem das Fernsehen an, altersheterogene Kontakte zu ersetzen, nämlich durch den Mechanismus der parasozialen Interaktion.

Hypothese 4: "Mit abnehmendem Alter schrumpft das Medienset der Senioren. Das Verbleibende wird jedoch umso intensiver genutzt". Hier ist vor allem an die Auf-

führmedien Kino, Konzerte, Theater zu denken. Der Besuch solcher Veranstaltungen ist ebenso ein sozialer, wie ein Rezeptionsakt. Man geht in der Regel nicht allein hin.

Hypothese 5: "Insbesondere die Bedeutung des Fernsehens nimmt mit abnehmenden Ressourcen zu". Das Fernsehen erlaubt am ehesten parasoziale Interaktion und ist besonders geeignet, Escape-Funktionen zu erfüllen.

Betrachten wir nun das multidimensionale Design unserer Studie, dargestellt in Abbildung 1. Zu erklären ist also die Mediennutzung der Senioren. Gemeint sind Fernsehen, Radio, Zeitung, Zeitschrift, Teletext, Tonträger, Video, Buch und Kino. Für diese wurde der Besitz, die Nutzungsfrequenz und die Nutzungsdauer erhoben. Für die Leitmedien Fernsehen, Radio und Zeitung kam ergänzend die Nutzung im Tagesablauf und der Nutzungskontext dazu, d.h. ob in der Regel allein oder in Gesellschaft genutzt wird. Selbstverständlich wurde auch die Nutzung nach inhaltlichen Kriterien abgefragt, dazu gehören auch Lieblingssendungen und spezifische Seniorenangebote.

Im Zentrum und als Bindeglied zur Erklärung des Medienverhaltens dient die Analyse der subjektiven Medienfunktionen. Diese sind wiederum primär abhängig von den individuellen Ressourcen die jemand besitzt, oder umgekehrt jenen, die jemand nicht, oder nicht mehr besitzt, also den Defiziten. Hier kommen die gesundheitlichen Ressourcen physischer, geistiger und sozialer Art in Betracht. Ebenso spielt die individuelle Lebenssituation bezüglich finanzieller Unabhängigkeit, sozialer Einbindung und des Wohnens eine Rolle. Als drittes dazu kommt die Biographie, die zu dieser Lebenssituation geführt hat. Die durch die noch vorhandenen Ressourcen abgesteckten Bedürfnisse werden durch überdauernde Persönlichkeitsdimensionen wie Kontaktfreudigkeit, Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem, etc. moduliert.

Ein Vergleich zwischen den angestrebten Lebenszielen, also Werten, wie das in der Soziologensprache genannt wird, und ihrem aktuellen Realisationsstand erlaubt eine weitere Differenzierung des Defizitmodells.

Die Gegenüberstellung von Interessen der Senioren und deren Umsetzung in Aktivitäten ergibt einen weiteren Anhaltspunkt für die Funktionalität der Medien, insbesondere auch bezüglich deren inhaltlicher Orientierung. Auf die inhaltlichen Aspekte der Nutzung zielt auch die Messung der Wahrnehmung von gesellschaftlichen Problemen und der Verortung der Zuständigkeiten zu ihrer Lösung im System. Ein besonderes Augenmerk wird schliesslich auf die Einschätzung und die Funktionalität der spezifischen Seniorenangebote geworfen.

Einiges ist noch zum Methodischen zu sagen. Die Stichprobe ist repräsentativ für die nicht in Heimen lebende Bevölkerung von 65 und mehr Jahren im Kanton Zürich. Die in Alters- und Pflegeheimen Lebenden wurden ausgeschlossen, weil der theoretische Ansatz eine freie Verfügbarkeit über die Medien voraussetzt, was in Heimen oft nicht gegeben ist. In einem ersten Schritt wurden durch

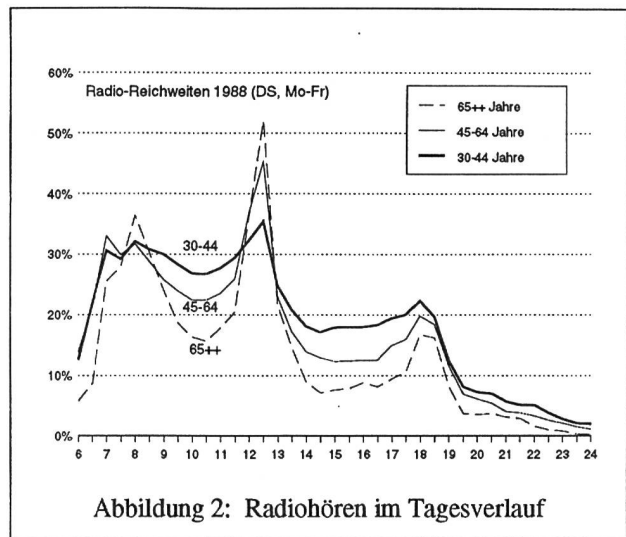


Abbildung 2: Radiohören im Tagesverlauf

die Studenten gegen 5'000 zufällig (at random) gezogene Telefonnummern angerufen, um festzustellen, ob im Haushalt eine oder mehrere Personen von 65 und mehr Jahren lebt. An die so gefundenen Adressen wurde von uns ein Informationsbrief versandt, damit die Leute vorbereitet waren, wenn ein(e) Interviewer(in) mit ihnen Kontakt aufnahm.

Eines der grössten Probleme lag darin, dass viele alte Leute nicht mehr daran glauben, dass man an ihrer Meinung interessiert sein könnte. Da war z.B. eine Frau aus Schlieren, die mir geschrieben hatte: "Ich fühle ein so "normales" Seniorinnen-Dasein, dass Sie bei mir nichts zu forschen oder zu fragen brauchen". Eine andere Frau aus Winterthur schrieb: "Auf Ihr kürzliches Schreiben teile ich Ihnen mit, dass mir zur täglichen Information folgende Medien zur Verfügung stehen: "Der Landbote, das Radio und gelegentlich die NZZ und die Schweizer Illustrierte.

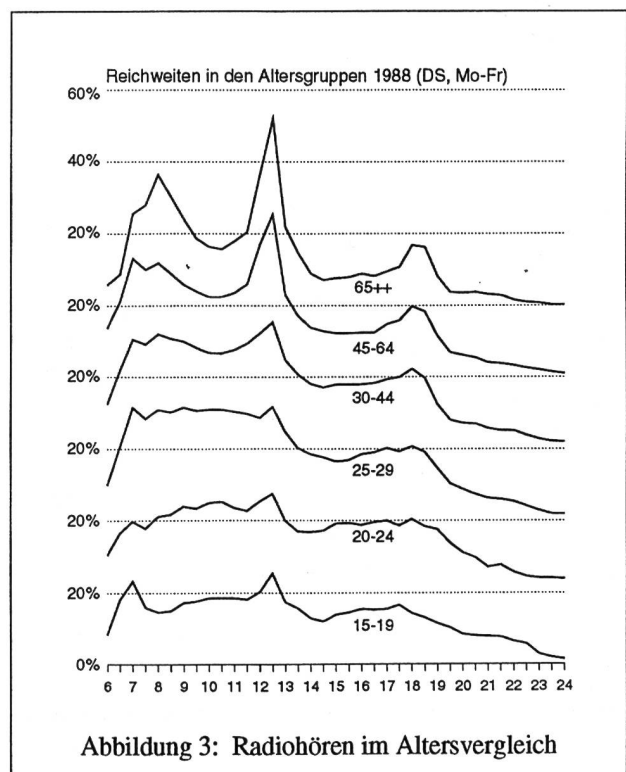
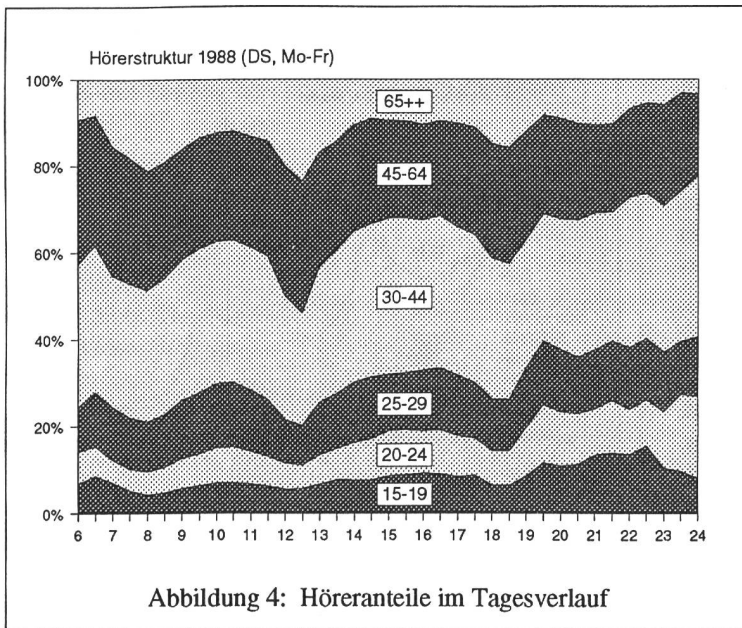


Abbildung 3: Radiohören im Altersvergleich



Auf einen Fernseher habe ich prinzipiell verzichtet. Ich bin so mit genügend Informationen eingedeckt und finde eine persönliche Befragung nicht mehr nötig. Mein Alter: 86 Jahre".

Die persönliche Befragung, also die Feldarbeit wurde durch die Firma Publitest AG ausgeführt. Die EDV-Erfassung und die weitere analytische Bearbeitung der Daten lag wiederum bei uns.

Es versteht sich von selbst, dass die Auswertung eines solchen multidimensionalen Forschungsdesigns recht beschwerlich ist, denn es braucht einige Zeit, bis man die Daten im Gefühl hat, Zusammenhänge gewissermassen auch intuitiv findet. Auch ist es nicht leicht, Analysetechniken zu finden, die diesem komplexen Design überhaupt erst gerecht werden.

Das Budget für dieses Projekt lag im Bereich von 60'000 Franken. Die Hälfte wurde durch den "Fonds für gemeinnützige Zwecke" (Lotteriefonds) des Kantons Zürich getragen, je ein Viertel durch den Hochschulverein und die Fortuna-Versicherungen. Für die Publikation der Ergebnisse hat sich Pro Senectute angeboten. Wir möchten diesen Institutionen bei dieser Gelegenheit für die notabene auflagenfreien Zuwendungen herzlich danken.

Bevor ich Ihnen einige wenige Ergebnisse zeige, möchte ich Ihnen noch kleine Denkaufgaben geben, die vielleicht illustrieren, dass Seniorenforschung nicht ganz normaler Forschungsalltag ist. Frage: Was sind wohl Freizeitaktivitäten für Senioren, die keinen Beruf mehr ausüben? Oder: Was könnte wohl ein solch zentraler Begriff wie "Sozio-ökonomischer-Status" bei Pensionierten bedeuten?

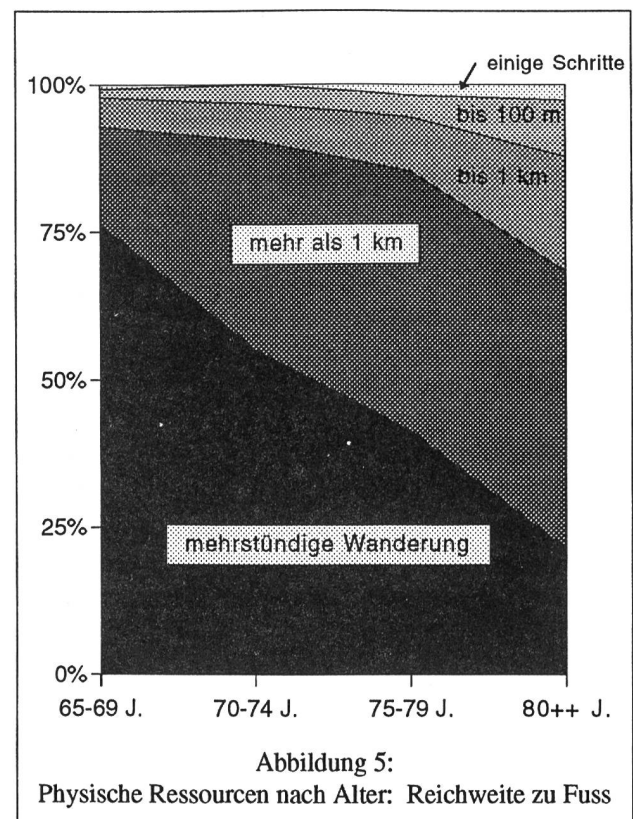
Zuerst möchte ich Ihnen nun einige Bilder zeigen, die illustrieren, wie unterschiedlich zu den andern Altersgruppen die Nutzung des Radios bei den Senioren ist. Die Abbildungen stammen aus meiner Dissertation mit dem Titel "Radiohören im Umbruch".

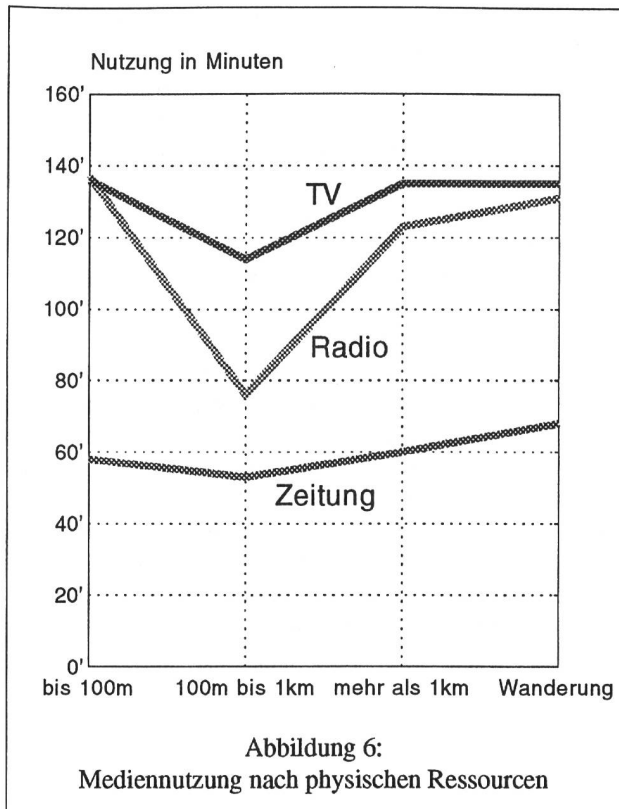
Die Radionutzung der Senioren im Tagesablauf (Abbildung 2) ist gekennzeichnet durch drei Gipfel: Der erste

am Morgen um 8 Uhr, der zweite und prominenteste um 12.30 Uhr und der dritte um 18 Uhr. Zwischen diesen Schlüsselzeiten sind die Senioren nur schwach präsent am Radio: zwischen 9 und 11 Uhr wird weit weniger als jeder fünfte erreicht; zwischen 14 und 17 Uhr nur gerade jeder zwölft. Am Abend nach 19.30 Uhr ist maximal noch jeder zwanzigste am Lautsprecher.

Abbildung 3 erinnert an eine Geologiestunde mit dem Thema "Alpenfaltung". Auf diesem Bild sind jedoch noch etwas schöner die Generationensprünge bezüglich der Radionutzung zu sehen. Die Kurven sind immer um 20% versetzt. Die "Täler" der Begleitzeiten bei den Senioren haben sich zu "Hochebenen" bei den Jungen entwickelt. Die Informationsspitzen der Senioren, die ihren Grund in einer andern Mediensozialisation in einer andern Zeit - ohne Fernsehen nämlich - haben dürfte, sind bei den 20-24jährigen fast gänzlich verschwunden: das ist sog. "Begleitnutzung" des Radios.

Das hat seine Folgen auf die Hörerstruktur der Radioprogramme. Die relativen Anteile der Senioren und Seniorinnen verändern sich im Tagesablauf massiv (Abbildung 4). Ist bei den Mittagsnachrichten fast jeder vierte Hörer 65jährig und älter, so gehört am Nachmittag nur jeder zehnte Hörer zu dieser Altersklasse. Merken wir uns: Senioren sind via Radio am Vormittag, am Nachmittag und am Abend nur sehr schlecht zu erreichen. Das müsste Konsequenzen auf die Programmierung von Alterssendungen haben.





Kommen wir wieder zurück zu unserem Ressourcen-Problem. In Abbildung 5 habe ich einen sehr einfachen Indikator für physische Ressourcen, nämlich die Reichweite zu Fuss, oder wie man im Volksmund sagt: "Wie guet eine z'Fuess isch" dargestellt. Die Befragten hatten u.a. anzugeben, was sie ohne Schwierigkeiten machen können: a) eine mehrstündige Wanderung, b) mehr als einen Kilometer zu Fuss gehen, c) zwischen 100m und einem Kilometer zu Fuss gehen, d) weniger als 100m zu Fuss gehen, e) allein einige Schritte gehen, oder f), von einem Sessel aufstehen oder sich setzen. Weil wir keine Insassen von Alters- und Pflegeheimen befragt haben, gibt es natürlich auch nur wenige Fälle in den tiefsten beiden

Tabelle 1

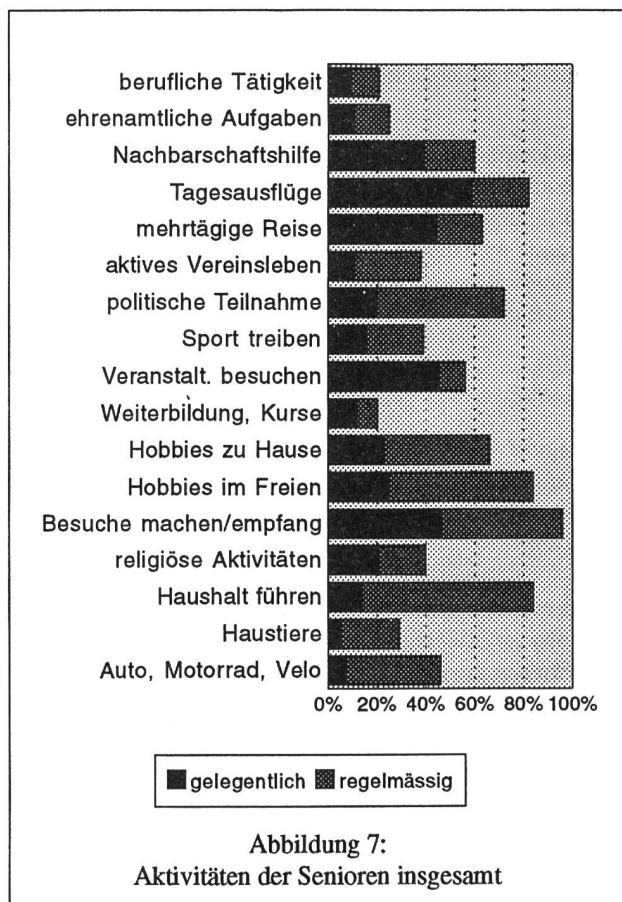
"Wenn ich ..., dann sehe ich fern" (%-Anteile)	bis 100m	100m - 1km	> 1km	Wanderung
- wissen möchte, was in der Welt so alles passiert ...	93	69	73	78
- mich unterhalten möchte ...	54	55	49	46
- mich einsam fühle ...	36	23	10	9
- mich von unangenehmem ablenken möchte ...	29	31	15	15
- Ratschläge für verschiedene Probleme (Gesundheit, Finanzen, Konsum) brauche ...	25	20	16	20
- mich langeweile ...	25	22	10	9
- mich an alte Zeiten erinnern möchte ...	18	14	5	6
- Gesprächsthemen suche, um mitreden zu können ...	18	8	10	12

Ressourcenkategorien. In Abbildung 6, in der die Mediennutzung in Abhängigkeit der physischen Ressourcen gezeigt werden, sind darum die Kategorien bis 100m gehen zusammengefasst.

Nach unserer Hypothese 3 müsste also vor allem die Nutzung des Fernsehens mit abnehmenden Ressourcen zunehmen. Wie Sie hier leicht sehen, und eventuell mit einem etwas schadenfreudigen Lächeln konstatieren können, ist dem offensichtlich nicht so! Vielmehr zeigt sich ein u-förmiger Zusammenhang, noch stärker sogar beim Radio als beim Fernsehen. Einerseits sind es diejenigen, die in ihrem Bewegungsradius sehr eingeschränkt sind, und andererseits jene die kaum eingeschränkt sind, die einen höheren Konsum bei Radio und Fernsehen ausweisen. Jene mit leicht eingeschränktem Radius haben den tiefsten Konsum. - Ich muss zugeben, dass auch ich bei diesem Befund zuerst etwas irritiert war.

Vielleicht erinnern Sie sich daran, wie ich schon angetönt habe, dass zweidimensionale Betrachtungen bestenfalls beschreiben, fast nie aber erklären können. Genau so ist es auch hier. Selbstverständlich besteht dieser Zusammenhang so, wie er hier aufgezeichnet ist. Nur sehen Sie hier eine Überlagerung von zwei Tatbeständen.

Der eine liegt darin, dass hochaktive Senioren alle Medien tatsächlich auch sehr aktiv nutzen, und dies gerade auch im Zusammenhang mit ihren Aktivitäten. Sie setzen die Medien im Sinne des Nutzenansatzes gezielt zur Gestaltung ihrer aktiven Seniorenrolle ein. Dazu braucht es aber ein gewisses Minimum an Ressourcen: man muss sich relativ frei bewegen können. Diesen Tatbestand will ich



jetzt hier aus Zeitgründen nicht mit Daten dokumentieren.

Der andere Tatbestand liegt tatsächlich so, wie in den Hypothesen vorausgesagt. In einem unteren Ressourcenbereich gilt, dass mit abnehmenden Ressourcen die Mediennutzung zunimmt. Der Zusammenhang kann aber nur unter Zuhilfenahme der Medienfunktionen geklärt werden. Tabelle 1 zeigt Ihnen jene Fernsehfunktionen, die im Sinne der Hypothese laufen: zunehmende Betonung der Funktion mit abnehmenden Ressourcen. Es sind dies alle Funktionen die durch den Ressourcenansatz erklärt werden: Wenn ich wissen möchte, was in der Welt so alles passiert, dann schaue ich fern; ... wenn ich mich unterhalten möchte; ... wenn ich mich einsam fühle; ... wenn ich mich von unangenehmem ablenken möchte; ... wenn ich Ratschläge für verschiedene Probleme brauche; ... wenn ich mich langweile; ... wenn ich mich an alte Zeiten erinnern möchte; ... wenn ich Gesprächsthemen suche, um mitreden zu können. Das Fernsehen ist hier offensichtlich Ersatz für soziale Aktivitäten, die durch die mangelnden physischen Ressourcen nicht (mehr) ausgeübt werden können.

Liebe Tagungsteilnehmer und -teilnehmerinnen. Falls Sie geglaubt haben, Senioren verträdeln ihre Zeit nur mit fernsehen, weil sie nichts anderes zu tun wissen, dann liegen Sie offensichtlich falsch. Es ist scheinbar eine wichtige Funktion vor allem von Radio und Fernsehen, mangelnde Bewegungsfreiheit zu kompensieren. Ein grosser Teil der Senioren und Seniorinnen weiss auf jeden Fall sehr gut die Medien für seine Zwecke einzusetzen. Schwindende Ressourcen zwingen dann verständlicherweise zu einer Verlagerung der Funktionsschwerpunkte. Abbildung 7 zeigt, dass Senioren mit genügend Ressourcen auch vielfältige nicht-mediale Aktivitäten entwickeln. An der Spitze liegen Besuche machen oder empfangen, Hobbies im Freien nachgehen und Tagesausflüge machen. Und wenn Sie glauben sollten, dass Senioren sehr viel Zeit hätten, dann versuchen Sie doch mal wie wir, mit 500 Seniorenhaushalten telefonisch Kontakt aufzunehmen. Die Mühe, die wir damit hatten, kann gleichsam als externe Validierung des in Abbildung 7 sich manifestierenden hohen Aktivitätsniveaus dienen.