

Haring, Solveig

Neue Medien - "alte" Frauen. Medienkompetenz für ein Aufweichen von Klischees

Magazin erwachsenenbildung.at (2011) 13, 8 S.



Quellenangabe/ Reference:

Haring, Solveig: Neue Medien - "alte" Frauen. Medienkompetenz für ein Aufweichen von Klischees - In: Magazin erwachsenenbildung.at (2011) 13, 8 S. - URN: urn:nbn:de:0111-opus-74321 - DOI: 10.25656/01:7432

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-74321>

<https://doi.org/10.25656/01:7432>

in Kooperation mit / in cooperation with:

Meb



Magazin
erwachsenenbildung.at

<http://www.erwachsenenbildung.at>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/deed> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/deed.en> - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not allowed to alter, transform, or change this work in any other way.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Magazin

erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

www.erwachsenenbildung.at/magazin

Ausgabe 13, 2011

Erwachsenenbildung als Faktor aktiven Alterns

Neue Medien – „alte“ Frauen

Medienkompetenz für ein Aufweichen
von Klischees

Solveig Haring



Neue Medien – „alte“ Frauen

Medienkompetenz für ein Aufweichen von Klischees

Solveig Haring

Haring, Solveig (2011): Neue Medien – „alte“ Frauen. Medienkompetenz für ein Aufweichen von Klischees.

In: Magazin erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs. Ausgabe 13, 2011. Wien.

Online im Internet: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/11-13/meb11-13.pdf>.

Druck-Version: Books on Demand GmbH: Norderstedt.

Schlagworte: Neue Medien, Altern, Älterwerden, Gender, Selbstrepräsentation, Didaktik

Kurzzusammenfassung

In diesem Beitrag geht es um die Präsenz bzw. Unsichtbarkeit älter werdender Frauen (Frauen über 60) in den Neuen Medien. Die zumeist von der Jugend vorgenommenen (negativ konnotierten) Alterszuschreibungen formen und festigen gesellschaftliche Altersbilder und die Wirklichkeiten der Älterwerdenden – sie werden an „ihren“ Platz verwiesen, ein Platz jenseits der Net-Generation. Das betrifft vor allem ältere Frauen, die oft erst davon überzeugt werden müssen, wie wichtig ihre Beteiligung im Netz ist. Gezeigt werden vorliegend einzelne Möglichkeiten einer selbstbestimmten virtuellen Präsentation des individuellen Älterwerdens jenseits der vorherrschenden Fremdbestimmung und Klischees. Für ErwachsenenbildnerInnen ist das Thema „alte“ Frauen in Neuen Medien eine große Herausforderung: Sie müssen sich geschlechter- und alterssensibel mit dem Lernen Älterer, mit dem eigenen Altern, mit der eigenen Medienkompetenz und mit der Vermittlung derselben beschäftigen.



Neue Medien – „alte“ Frauen

Medienkompetenz für ein Aufweichen von Klischees

Solveig Haring

Wenn ältere Frauen diese technologische Entwicklung nicht (unterstützt durch die Erwachsenenbildung) mitmachen, ist für sie die soziale Teilhabe maßgeblich erschwert. Wer nicht aktiv teilnimmt an der Gestaltung des Webs – die (!) wird m.E. nicht gehört.

Einleitung

Wer nach älteren Frauen im Netz sucht und sich von den großteils anzüglichen Google-Treffern nicht beirren lässt, wird trotzdem „schockiert“ sein. Blogs, Webseiten, YouTube Channels, Einzelbeiträge aller Art: Es gibt sie nicht von Frauen über 60! Das Web 2.0 als Prosumer-Netz – also als Plattform, um nicht nur zu konsumieren, sondern auch zu produzieren – ist männlich und jung (siehe Statistik Austria 2004).

Viele und gerade ältere Frauen sitzen gegenwärtig im doing gender und doing aging fest. Die widersprüchlichen Ausschlussmechanismen dieser Konzepte schränken sie doppelt und dreifach ein: Zum einen machen sich Frauen, die gesellschaftlich stark nach ihrem Aussehen und ihrer Jugendlichkeit bemessen werden, im Alter unsichtbar (doing gender). Zum anderen wird technisches Verständnis von älteren Frauen kaum erwartet – medienkompetent gemacht, sprich (weiter-)gebildet, werden eher noch die jungen Frauen (doing aging) (siehe Blättel-Mink/Kramer 2009; Diketmüller 2001). Hinzu kommt, dass, kann sich die ältere Frau dem „doing web 2.0“¹ nicht anschließen, sie gefährdet ist, von sozialer

Partizipation ausgeschlossen zu sein. Doing web 2.0 ergänzt damit den Bourdieu'schen Gedanken der Ordnung, welche durch die Klassifizierungen und Zuschreibungen nach einem bestimmten Alter Plätze und Rollen zuweist – im virtuellen wie im realen Raum: „*Klassifizierungen nach dem Alter (aber auch nach dem Geschlecht und natürlich nach der Klasse...) laufen immer darauf hinaus, Grenzen zu setzen und eine Ordnung zu produzieren, an die sich jeder zu halten hat, in der jeder seinen Platz zu behalten hat*“ (Bourdieu 1993, S. 136f.). Es ist das eine fatale Kombination von Ausschlussmechanismen, die von den Fremddarstellungen bzw. nahezu gänzlich fehlenden Selbstdarstellungen in den Neuen Medien erzeugt, zementiert und reproduziert werden.

In diesem Beitrag geht es um die Präsenz bzw. Unsichtbarkeit älter werdender Frauen (Frauen über 60) in den Neuen Medien. Gezeigt werden einzelne Möglichkeiten einer selbstbestimmten virtuellen Präsentation des individuellen Älterwerdens jenseits der vorherrschenden Fremdbestimmung und Klischees. Für ErwachsenenbildnerInnen ist das Thema „alte“ Frauen in Neuen Medien eine große

¹ Doing web 2.0 steht für das performative Einüben des scheinbar natürlichen Umgangs mit den Neuen Medien, das nur den Jungen zugeschrieben wird – der „Net-Generation“ (vgl. dazu Schiefner 2008, S. 13). Schon der Begriff Net-Generation impliziert aber m.E. den Ausschluss anderer – der älteren Generationen. Der spielerische Umgang mit dem Computer und dem Internet führt zur Identifikation der Jungen mit den Medien, die Net-Generation sieht folglich die soziale Partizipation im Netz als eine Normalität an, wodurch sie jene, die dort nicht aufscheinen, gar nicht oder als abnormal wahrnimmt.

Herausforderung: Sie müssen sich geschlechter- und alterssensibel mit dem Lernen Älterer, mit dem eigenen Altern, mit der eigenen Medienkompetenz und mit der Vermittlung dieser beschäftigen.

Nicht einmal die Alten möchten alt sein

Wird über das Alter gesprochen, so Gerd Göckenjan, sind immer zwei Ebenen mitzudenken: die zeitliche Dimension und eine qualitative Dimension (vgl. Göckenjan 2000, S. 28). Chronologisch an Jahren alt zu sein, heißt nicht, dass man sich alt fühlt bzw. fühlen muss. Wer sich alt fühlt, meint hingegen automatisch, sich krank zu fühlen – eine exakte Altersangabe wird hinfällig. Ist man gesund – spricht man davon, sich jung zu fühlen. Das Wort „alt“ wird demnach negativ konnotiert und steht am anderen Ende der Skala von Glück und Zufriedenheit. Das wirkt auch auf die täglich Älterwerdenden, denn niemand will heute mehr als alt gelten. Göckenjan nennt die Theorie der Neuen Alten, Aktiven Alten, Jungen Alten etc. eine „*utopistische Phantasie der unbegrenzten Möglichkeiten in einer nie endenden Alterslebensphase im Überfluss der Konsumgesellschaft*“ (ebd., S. 406).

Ich vertrete die Position, dass es das Alter oder das Altern nicht gibt. Altern ist m.E. ein Konglomerat an Widersprüchen, das aus Zuschreibungen und Klischees besteht und die Gleichbehandlung aller Altersgruppen in der Gesellschaft erschwert (siehe dazu ausführlich Haring 2007a u. 2007b; Haring 2009).

Fremddarstellungen von älteren Frauen im Internet

Das Bild der älteren Frau in den Neuen Medien wird aus meiner Erfahrung von den älteren Frauen nur dann wahrgenommen, wenn man sie darauf hinweist. Es besteht kaum Interesse, sich dort selbst

zu präsentieren oder Selbst- und Fremdpräsentationen zu recherchieren. Auf YouTube etwa sind positive Selbstdarstellungen selten oder werden nicht durch Überbegriffe (tags) geordnet, wie es bei negativen Fremddarstellungen der Fall ist, die von den UserInnen kategorisiert werden und sich unter Zuschreibungen wie „old bitches“ oder „crazy old women“ finden lassen (siehe Haring 2009). Die älteren Frauen im Netz haben zudem (noch) keine Lobby, sie werden nicht gehört. Folglich bedarf es mehr als eines Computerkurses für ältere und Frauen mittleren Alters, um die Privilegien, wer wen darstellen darf, neu zu verteilen.² Durch selbsterstellte Beiträge als Podcasts und Filme, auf Websites und in Blogs könnten die negativen Fremddarstellungen durch positive Selbstdarstellungen ersetzt werden. Auch positive Beispiele sind jedoch zu hinterfragen, ob sie nicht Rollenklischees erneut verstärken³. Hier könnten WeiterbildnerInnen mit der Vermittlung von Medien- und Computerkompetenz, aber auch mit der Aufarbeitung und Reflexion der wenigen Positivbeispiele und ausgewählter abschreckender Negativbeispiele ansetzen.

Positive Beispiele

Podcast⁴: Digital Narratives in Arts and Academia

Hier wird eine Reihe von filmischen Kurzinterviews mit Frauen ab 45 gezeigt. Auch wenn diese Interviews eigentlich zu einem größeren Forschungsvorhaben gehören, sind sie doch im Netz frei zugänglich und erweitern die Selbstdarstellungen, indem die Frauen zu Wort kommen. Diese Videoserie wurde von mir selbst gestartet. Podcasts dieser Art könnten ein erster Schritt auf dem Weg zur Selbstpräsentation in den Neuen Medien sein, denn die Frauen benötigen nicht sofort das technische Know-how, wie Digitale Videos erstellt, bearbeitet und komprimiert werden. Wie die Praxis gezeigt hat, wird so das Interesse der Frauen geweckt, selbst mitzugestalten, selbst ein

2 Ich selbst habe alle meine multimedialen Fähigkeiten abseits der (universitären) Aus- und Weiterbildung erworben. Besonders für ErwachsenenbildnerInnen herrscht viel Handlungsbedarf, um sich nicht selbst einem gängigen Geschlechterrollenbild zufolge als technophob zu reproduzieren.

3 Ein Beispiel dafür ist Bobbi Brown. Sie zeigt die Vorteile ihrer Kosmetikprodukte für die Frau ab 50. Nach dem Motto „60 is the new 40“ erklärt sie, wie ältere Frauen besser aussehen können. Für ihre Werbung verwendet sie jedoch weiterhin junge Modells: „Because they look so good“. Siehe dazu: <http://www.youtube.com/watch?v=nZ56zqZkg5w>.

4 „Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien (Audio und Video) über das Internet und setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. für „Rundfunk“) zusammen“ (Friesinger 2008, S. 59).

Video zu ihren Interessengebieten über sich und ihre (ehrenamtlichen) Arbeitsbereiche zu erstellen.

Weitere positive Beispiele für die Selbst- und Fremdrepräsentation sind die Beiträge zur Jazzmusikerin **Limpe Fuchs**, Sängerin **Lisa Koch** und DJane **Mamy Rock** auf YouTube⁵. Limpe Fuchs wird dokumentarisch interviewt und es werden Ausschnitte ihrer Musikstücke gezeigt. Lisa Koch performed ihr Lied über die Menopause. „I am a Middle-Aged Woman“ nimmt durch Übertreibungen und Witz einige Klischees aufs Korn. Über Ruth Flowers, auch bekannt als Mamy Rock, gibt es mehrere musikalische Beiträge und einige Interviews. Sie ist mit ihren 71 Jahren eine beliebte britische DJane, die durch ihren Enkel vor einigen Jahren in die DJ-Szene einstieg und durch die unübliche Kombination von älterer Frau und Nightclub-Szene zu einer Berühmtheit wurde. Durch ihr Erscheinungsbild und ihrer für ältere Menschen seltenen Beschäftigung passt sie gar nicht ins gesellschaftliche Bild älterer Frauen.

Bloggen⁶ auf www.geragogik.net von Edith Bacher

Blogging eignet sich für älter werdende Frauen gut als Einstieg in das partizipative Internet, da es das Beschreiben oder Dokumentieren individueller Interessen unterstützt und eine einfache Bedienoberfläche hat. Als ich 2010 am bifeb) – Bundesinstitut für Erwachsenenbildung⁷ einen Workshop zum Thema „Hinein in Blogosphäre! Präsenz im Netz durch Blogging“ leitete, wurden von den Teilnehmerinnen (die meisten über 60) in gemeinschaftlicher und Einzelarbeit an die zehn Blogs zum Thema Älterwerden erstellt. Eine der Teilnehmerinnen hieß Edith Bacher, sie ist über 60. Auf ihrem Blog, den sie im Anschluss an den Workshop erstellt hat, teilt sie mit: Ich bin „*Dipl. Geragogin, Moderationstrainerin, Trainerin und Entwicklerin von dance4health, Übungsleiterin für Nordic Walking und Fit aktiv, Homo Ludens-Trainerin für Lernspiele jedes Alters*“. Dieses positive

Beispiel einer Selbstrepräsentation zeigt die Vielfalt einer älter werdenden Frau mit all ihren beruflichen Qualifikationen und auch ihren Fähigkeiten im Umgang mit den Neuen Medien. Ihre ehrenamtlichen und nebenamtlichen Tätigkeiten listen gleichzeitig die gegenwärtigen Weiterbildungsangebote für ältere Menschen auf. Eine solche Selbstrepräsentation hat Vorbildwirkung und kann als Beispiel in Workshops zu Neuen Medien gut eingesetzt werden.

Negative Beispiele gibt es viele...

Video: „Old bitches fight in Backa Palanka“

Dieses Video zeigt zwei ältere Frauen bei einem Streit auf der Straße, der soweit führt, dass sie handgreiflich werden. Das Video ist mit dem Mobiltelefon aufgenommen worden, die Filmerin/der Filmer, so kann vermutet werden, ist jünger (einige jüngere Menschen im Hintergrund haben hörbar Spaß an der Szene). Dieses Video ist aus zweierlei Gründen ein dramatisches Negativbeispiel: 1. Die Szene wurde nicht gestellt, sondern versteckt gefilmt, die Frauen haben nicht eingewilligt, sie spielen nicht. 2. Das Label „old bitches“ verweist auf die vorherrschende negative Bezeichnungspraxis für ältere Frauen und ist entwürdigend.

In einem Vortrag zum Thema „Ältere Frauen und Neue Medien“ für Multiplikatorinnen in der Arbeit mit älteren Menschen, den ich 2010 am Bundesinstitut für Erwachsenenbildung hielt, waren die Frauen geradezu schockiert, als ich ihnen dieses Video zeigte. „Was könne man dagegen tun?“, wurde ich gefragt. Die Antwort ist einfach: durch viele positive Selbstrepräsentationen solche Fremddarstellungen zu Einzelfällen machen. Dazu bedarf es des Willens, am Internet zu partizipieren und vor allem, die den älteren Frauen gesellschaftlich zugeschriebene Technophobie abzubauen. Eine Nichtbeteiligung führt zur Vertiefung der digitalen Kluft. Wenn ältere Frauen diese technologische

5 Links zu den genannten YouTube-Videos finden sich exemplarisch im Literaturverzeichnis unter Weiterführende Links; Anm.d.Red.

6 Das Wort Blog ist ein Kunstwort aus: „web und log“ und bedeutet virtuelles Dokumentieren (ähnlich wie ein Logbuch). Tagebuchartige Einträge von privaten NutzerInnen können entweder öffentlich zugänglich oder mit Zugangsbeschränkung im Internet gesammelt werden.

7 Dieser Workshop wurde im Rahmen der Veranstaltung „Ältere Frauen – zwischen Tradition und Moderne. Präsent sein statt unsichtbar“ durchgeführt. Das bifeb) – ein Vorreiter für innovative Altersbildung – ist mit einem voll vernetzten Computerraum besonders gut für Veranstaltungen dieser Art geeignet.

Entwicklung nicht (unterstützt durch die Erwachsenenbildung) mitmachen, ist für sie die soziale Teilhabe maßgeblich erschwert. Wer nicht aktiv teilnimmt an der Gestaltung des Webs – die (!) wird m.E. nicht gehört.

Medienkompetenz steht für Partizipation

Den älteren Menschen fehlt ohne Medienkompetenz die Fähigkeit, sich in der digitalen Wissensgesellschaft zu bewegen. Medienkompetenz heißt, „*sich die Systeme zugänglich zu machen, deren Strukturen und Angebote selbstbestimmt und kritisch zu nutzen, sich der technischen Möglichkeiten für eigene Zwecke zu bedienen; und es heißt nicht zuletzt, die Bedeutung der Systeme für das individuelle und gesellschaftliche Leben zu begreifen und einzuschätzen*“ (Theunert 1996, S. 68).

Für die Altersbildung folgt daraus, das Interesse für den Umgang mit neuen Interaktionsweisen und -mustern erst einmal erzeugen zu müssen, die oft kritischen Meinungen der älteren Menschen zu Neuen Medien zu entschärfen und Neugier auf neue Bildungsanlässe, die durch Neue Medien entstehen, zu wecken. Bilder, Film und Internet bieten Bildungsoptionen, an denen ältere Menschen interaktiv partizipieren können – alle Formate beinhalten Reflexionspotential, „*indem sie etwa Fremdheitserfahrungen inszenieren, nachvollziehbar und reflektierbar machen, indem sie Biographisierungsweisen thematisieren*“ (Marotzki/Jörissen 2009, S. 30). Neue Medien erweitern zudem die Sinneswahrnehmung und verstärken die menschliche Kommunikation (vgl. Hartmann 2008, S. 15).

Das Internet ist grundsätzlich eine Bereicherung

Das Internet ist eine wichtige Informationsquelle für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Es erleichtert Kommunikation, Organisation und das Netzwerken. Es hilft, durch gezielte Information jenen, die sich politisch beteiligen wollen. Das Internet ist mehr als ein Unterhaltungsmedium. Es bietet – bei richtiger Suche – relevante Quellen für aktuelle Informationen, für arbeitsbezogene

Aktivitäten, aber auch Spezialwissen zu Interessen und Hobbies. In meiner Arbeit mit älteren Menschen zeigte sich, dass oft schon das Konsumieren ein Problem ist, hier müssen Bedienelemente des Computers erlernt werden (die Maus, die Tastatur, die Orientierung am Bildschirm). Erst danach können gezielt Informationsseiten angesurft werden. Das unterscheidet die Generationen wirklich. Aber es geht nicht nur darum, an Informationen zu gelangen und über dieses Medium zu kommunizieren: „*Wichtigstes Merkmal dabei ist, dass das Internet nicht nur mediale Informationen oder Kommunikationswege bereitstellt, sondern gleichzeitig das Medium der Wissensvermittlung und des Diskurses ist. Der Rezipient im Internet ist potenzieller und faktischer Produzent des Wissens, weil er zum einen durch die Kommunikationsangebote ständig aufgefordert wird, selbst zum Wissen beizutragen, und weil das Internet durch seine Struktur des Hypertextes individuelle Bildungswege geradezu erzwingt*“ (Wolf/Peuke 2003, S. 26). Diese Mitgestaltung – das Produzieren – ist m.E. auch maßgeblich für die Veränderung der Bildungslandschaft verantwortlich, die, wenn ältere Menschen weder das Konsumieren noch das Produzieren von Wissen und Unterhaltung erlernen, dieselben ausschließt.

Multitasken funktioniert nicht

Das Österreichische Institut für angewandte Telekommunikation schlägt folgende didaktische Strategien für das Vermitteln von Neuen Medien an ältere Menschen vor: Nachdem Erwartungen und Vorwissen abgeklärt wurden, soll das zu Vermittelnde praktisch gezeigt und erprobt werden – das motiviert: „*Bricht die Motivation ein, eine Pause machen oder kleine Online-Games spielen*“ (BMASK 2010, S. 13). Wichtig im Zusammenhang mit älteren Menschen: Eins nach dem anderen, Multitasken funktioniert nicht. Das Gelernte muss einen konkreten Nutzen haben (vgl. ebd., S. 2), z.B. das Skypen mit der EnkelInnengeneration, Bloggen für das Ehrenamt. Den älteren Menschen sollen zudem nicht nur Wissen, sondern Lernstrategien vermittelt werden. TeilnehmerInnen sollen auch selbst etwas vermitteln dürfen (vgl. ebd.). Dadurch fühlen sich ältere Menschen mit ihren Wissens- und Erfahrungsressourcen ernst genommen (siehe Tippelt et al. 2009; vgl. BMASK 2010, S. 13).

Lernen im Alter und Neuen Medien

„Lernen im Alter hängt davon ab, welche Lernarrangements dem Individuum zur Verfügung stehen“ (Kolland 2007, S. 11). Nicht formale Lernarrangements – obwohl diese den älteren Menschen vertrauter sind –, sondern selbstgesteuertes Lernen steht im Mittelpunkt: Aus der Belehrungsdidaktik wird eine Motivations- und Ermöglichungsdidaktik (siehe Arnold 1996). Und diese Strategie ist nicht nur passgenau für die Zielgruppe ältere Frauen, sondern auch für das Thema Neue Medien, das m.E. exakt eine solche Herangehensweise einfordert.

Resümee: Herausforderungen für die ErwachsenenbildnerInnen

Als Erwachsenenbildnerin sehe ich die Zielgruppe ältere Frauen in Zusammenhang mit den Neuen Medien als große Herausforderung. Prinzip meines pädagogischen Handelns ist es hier, eine geschlechter- und alterssensible Didaktik mit der Vermittlung von Medienkompetenz zu verbinden. Ich wähle eine

Lehr- und Lernperspektive, die mir hilft, meine eigenen Altersbilder zu reflektieren und die Individualität der älterwerdenden Frauen hervorzuheben, sowie ihren Mut, sich auf fremdes Terrain zu wagen, zu unterstützen.

Die Neuen Medien werden von den Älteren mit großem Vorbehalt – ja mit Misstrauen begutachtet. Aus meiner eigenen Vermittlungserfahrung stelle ich fest, dass das Motivieren eines der wichtigsten didaktischen Prinzipien ist, wenn mit älteren Frauen und Neuen Medien gearbeitet wird. Wichtig ist es auch, die häufig anzutreffende erlernte Hilflosigkeit (vgl. BMASK 2010, S. 3) aufzuspüren und zu verändern. Oft hilft dabei nur ein „Schups ins kalte Wasser“.

(Intergenerationelle) Teamarbeit initiieren, selbständiges Arbeiten unterstützen, als Workshopleiterin auch einmal etwas selbst nicht wissen – und den Prozess des Herausfindens transparent machen: All dies ist beim Vermitteln von Neuen Medien sehr wichtig – sonst besteht die Gefahr, dass die älteren Frauen gleich wieder „aussteigen“.

Literatur

Verwendete Literatur

Bourdieu, Pierre (1993): Soziologische Fragen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

BMASK – Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz. Abteilung V6, Grundsatzangelegenheiten der SeniorInnen-, Bevölkerungs- und Freiwilligenpolitik (Hrsg.) (2010): Internet-SeniorInnenkurse – Leitfaden für TrainerInnen. Didaktische Empfehlungen, Kurssequenzen und Präsentationsvorlagen. Online im Internet <http://www.saferinternet.at/senioren> [Stand: 2011-03-03].

Friesinger, Günther (2008): PodLearning. In: Raunig, Michael/Ebner, Martin/Thallinger, Sigrid/Ritsch, Winfried (Hrsg.): Lifetime Podcasting. Graz: Verlag der Technischen Universität, S. 58-69.

Göckenjan, Gerd (2000): Das Alter würdigen. Altersbilder und Bedeutungswandel des Alters. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hartmann, Frank (2008): Multimedia. Stuttgart: UTB.

Kolland, Franz (2007): Lernbedürfnisse und Lernarrangements von älteren Menschen. Endbericht. Online im Internet: http://www.bmsk.gv.at/cms/site/attachments/8/5/7/CH0166/CMS1218112881779/kolland.lernbeduerfnisse_im_alter%5B1%5D.pdf [Stand: 2011-03-03].

Marotzki, Winfried/Jörissen, Benjamin (2009): Medienbildung – Eine Einführung. Theorie – Methoden – Analysen. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Schiefner, Mandy (2008): Podcasting – Educating the Net Generation!? In: Raunig, Michael/Ebner, Martin/Thallinger, Sigrid/Ritsch, Winfried (Hrsg.): Lifetime Podcasting. Graz: Verlag der Technischen Universität, S. 13-27.

Theunert, Helga (1996): Perspektiven der Medienpädagogik in der Multimedia-Welt. In: von Rein, Antje (Hrsg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 60-69.

Wolf, Gertrud/Peuke, Rolf (2003): Mehr Partizipation durch neue Medien. Bertelsmann. Online im Internet: <http://www.die-bonn.de/doks/wolf0301.pdf> [Stand: 2011-03-03].

Weiterführende Literatur

Arnold, Rolf (1996): Weiterbildung: ermöglichungsdidaktische Grundlagen. München: Verlag Vahlen.

Blättel-Mink, Birgit/Kramer, Caroline (Hrsg.) (2009): Frauen ab 50 im Spannungsverhältnis individueller Bedürfnisse und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen. Baden-Baden: Nomos.

Diketmüller, Rosa (2001): Vom „Doing Gender“ zum „Doing Aging“ – Zum Beitrag der Frauen- und Geschlechterforschung für sportgeragogische Perspektiven auf Altern und Aktivität. In: Spectrum der Sportwissenschaften Heft 2, S. 24-40.

Haring, Solveig (2007a): Die alte Frau existiert nicht. Ein Augenblick in der Analyse des Alternsbegriffs und dessen Bedeutung für individuelle Bildungsprozesse. In: Gruber, Elke/Kastner, Monika/Brünner Anita/Huss, Susanne/Kölbl, Karin (Hrsg.): Arbeitsleben 45plus. Erfahrungen, Wissen & Weiterbildung – Theorie trifft Praxis. Klagenfurt: Hermagoras, S. 211-246.

Haring, Solveig (2007b): Altern ist (k)eine Kunst. Biographische Bildungsprozesse älter werdender Künstlerinnen. Saarbrücken: VDM.

Haring, Solveig (2009): Crazy Old Women? Digitale Selbstrepräsentationen von Frauen über 50. In: Blättel-Mink, Birgit/Kramer, Caroline (Hrsg.): Doing Aging. Weibliche Perspektiven des Älterwerdens. Baden-Baden: Nomos.

Statistik Austria (2004): Lebenslanges Lernen – Mikrozensus 2003. Online im Internet: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/erwachsenenbildung_weiterbildung_lebenslanges_lernen/weiterbildungsaktivitaeten_der_bevoelkerung/index.html [Stand: 2011-03-03].

Tippelt, Rudolf/Schmidt, Bernhard/Schnurr, Simone/Sinner, Simone/Theisen, Catharina (Hrsg.) (2009): Bildung Älterer. Chancen im demografischen Wandel. Bielefeld: W. Bertelsmann.

Weiterführende Links

Blog von Edith Bacher: <http://www.geragogik.net/eine-seite>

Die britische DJane „Mamy Rock“ | euromaxx: <http://www.youtube.com/watch?v=5FBekHFBhGM>

Die Formbarkeit des Klangs – Limpe Fuchs Anima-Sound: <http://www.youtube.com/watch?v=XewA412Fnbk>

Digital Narratives in Arts und Academia: <http://gams.uni-graz.at/fedora/get/podcast:pug-digital-narratives/bdef:Podcast/get>

Lisa Koch „I'm a Middle-Aged Woman“: <http://www.youtube.com/watch?v=3tMyNhTAFoU>



Foto: K.K.

Mag.ª Dr.ª Solveig Haring

solveig.haring@uni-graz.at
<http://solways.mur.at>
+43 (0)316 3808039

Solveig Haring ist Universitätsassistentin am Institut für Erziehungs- und Bildungswissenschaft der Universität Graz. Mit ihrer interdisziplinären Forschungsperspektive vernetzt sie Alterns- und Geschlechterforschung mit Neuen Medien. Bis 2007 war sie Research Fellow und Post Doc an der University East London (SMARTlab UEL). 2008 lehrte sie als „Visiting Professor“ in New York City (CUNY/CCNY). Sie ist Mitbegründerin der Freien Forschungsgruppe Biographieforschung und Mitglied der Akademie Neue Medien, Universität Graz. Seit Mitte der 1990er Jahre ist sie zudem als Musikerin und Künstlerin in Graz tätig (zlan, kirsch, supernachmittag – mit Anita Mörth, 42, Itnc).

New Media – “Old” Women

Media Competence to Undermine Clichés

Abstract

This article deals with the presence and invisibility of ageing women (women older than 60) in new media. The (negative) attributes associated with ageing – mostly by young people – form and strengthen social images of old age and the reality of the ageing: They are told where “their” place is, a place far away from where the net generation is. This is true above all for older women, who often have to be convinced of how important their participation in the net is. The article presents a few possibilities for self-determined virtual presentation of individual ageing beyond the prevailing determination by others and clichés. The topic “old” women in new media is a great challenge for adult educators. They must deal in a gender and age-sensitive way with learning in old age, their own ageing process, their own media competences, and the imparting of these competences.

Impressum/Offenlegung

Magazin erwachsenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

Gefördert aus Mitteln des ESF und des BMUKK
Projekträger: Bundesinstitut für Erwachsenenbildung
Koordination u. Redaktion: Institut EDUCON – Mag. Wilfried Hackl

erscheint 3 x jährlich online, mit Parallelausgabe im Druck

Online: www.erwachsenbildung.at/magazin

Herstellung und Verlag der Druck-Version:
Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISSN: 1993-6818 (Online)
ISSN: 2076-2879 (Druck)
ISSN-L: 1993-6818
ISBN: 9783837072761

Medieninhaber



Bundesministerium für Unterricht,
Kunst und Kultur
Minoritenplatz 5
A-1014 Wien



Bundesinstitut für Erwachsenenbildung
Bürglstein 1-7
A-5360 St. Wolfgang

Herausgeberin der Ausgabe 13, 2011

Mag.^a Dagmar Heidecker (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)
Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)

HerausgeberInnen des Magazin erwachsenbildung.at

Mag.^a Regina Rosc (Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur)
Dr.ⁱⁿ Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)
Mag. Wilfried Hackl (Geschäftsführender Hrszg., Institut EDUCON)

Fachredaktion

Mag.^a Barbara Daser (ORF Radio Ö1, Wissenschaft/Bildung)
Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Elke Gruber (Universität Klagenfurt)
Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)
Dr. Lorenz Lassnigg (Institut für höhere Studien)
Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)
Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)

Online-Redaktion, Satz

Mag.^a Bianca Friesenbichler (Institut EDUCON)
Andreas Brandstätter (/andereseiten / grafik.layout)

Lektorat

Mag.^a Laura R. Rosinger (Textconsult)

Übersetzung

Übersetzungsbüro Mag.^a Andrea Kraus

Design

Karin Klier (tür 3))) DESIGN)

Website

wukonig.com | Wukonig & Partner OEG

Medienlinie

Das „Magazin erwachsenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs“ enthält Fachbeiträge von AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis und wird redaktionell betrieben. Es richtet sich an Personen, die in der Erwachsenenbildung und verwandten Feldern tätig sind, sowie an BildungsforscherInnen und Studierende. Jede Ausgabe widmet sich einem spezifischen Thema. Ziele des Magazin erwachsenbildung.at sind die Widerspiegelung und Förderung der Auseinandersetzung über Erwachsenenbildung seitens Wissenschaft, Praxis und Bildungspolitik. Weiters soll durch das Magazin der Wissenstransfer aus Forschung und innovativer Projektlandschaft unterstützt werden. Die eingelangten Beiträge werden einem Review der Fachredaktion unterzogen. Zur Veröffentlichung ausgewählte Artikel werden lektoriert und redaktionell bearbeitet. Namentlich ausgewiesene Inhalte entsprechen nicht zwingend der Meinung der HerausgeberInnen oder der Redaktion. Die HerausgeberInnen übernehmen keine Verantwortung für die Inhalte verlinkter Seiten und distanzieren sich insbesondere von rassistischen, sexistischen oder sonstwie diskriminierenden Äußerungen oder rechtswidrigen Inhalten.

Als Online-Medium konzipiert und als solches weitergeführt, ist das Magazin erwachsenbildung.at beginnend mit der Ausgabe 7/8, 2009 zusätzlich in Druckform erhältlich.

Urheberrecht und Lizenzierung

Wenn nicht anders angegeben, erscheinen die Artikel des „Magazin erwachsenbildung.at“ unter der „Creative Commons Lizenz“. BenutzerInnen dürfen den Inhalt zu den folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich aufführen:

- Namensnennung und Quellenverweis. Sie müssen den Namen des/der AutorIn nennen und die Quell-URL angeben.
- Keine kommerzielle Nutzung. Dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- Keine Bearbeitung. Der Inhalt darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.
- Nennung der Lizenzbedingungen. Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter die dieser Inhalt fällt, mitteilen.
- Aufhebung. Jede dieser Bedingungen kann nach schriftlicher Einwilligung des Rechtsinhabers aufgehoben werden.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt. Nähere Informationen unter www.creativecommons.at.

Im Falle der Wiederveröffentlichung oder Bereitstellung auf Ihrer Website senden Sie bitte die URL und/oder ein Belegexemplar elektronisch an redaktion@erwachsenbildung.at oder postalisch an die angegebene Kontaktadresse.

Kontakt und Hersteller

Magazin erwachsenbildung.at
Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs
p.A. Institut EDUCON
Bürgergasse 8-10
A-8010 Graz
redaktion@erwachsenbildung.at
<http://www.erwachsenbildung.at/magazin>