

Lernmodul 6

Interkulturalität in der alternden Gesellschaft

Interkulturelle Perspektiven auf die Chancen und
Herausforderungen des demographischen Wandels

Dipl.-Päd. Sabine Bertram

Alter(n)sbilder: Verschiedene Modelle und Konzepte des Alter(n)s

11. Sitzung am 6. Januar 2010

Was verstehen Sie persönlich unter

Alter, Altern, alt werden ???

Was, denken Sie, ist das gesellschaftliche Alter(n)sbild in Deutschland?

Theoretische Konzepte über das Alter(n)

Verschiedene theoretische Ansätze und Denkmodelle prägen das gesellschaftliche Alter(n)sbild.

Dabei sind verschiedene Wissenschaftsdisziplinen in die Erforschung von Alternsprozessen involviert, so Psychologie, Soziologie, Medizin, Biologie, Geschichte, etc.

Es haben sich spezielle Fachrichtungen gebildet, wie etwa Gerontologie (Alters- und Alternswissenschaft) oder Geriatrie (Alters- und Altenmedizin).

Adoleszenz-Maximum-Hypothese

(wahrscheinlich von Thorndike, stammt aus den 1920er/1930er Jahren)

Die Lernfähigkeit ist in der Jugend und im jungen Erwachsenenalter am größten.

Für das Alter(n) bedeutet dies, dass Lernfortschritte nur noch in sehr eingeschränktem Rahmen möglich sind:

„Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr.“

Disengagementtheorie

(nach Cumming/Henry 1961)

Das alternde Individuum zieht sich neben einem von außen intendierten Rollenverlust (z.B. durch den Austritt aus dem Erwerbsleben) auch freiwillig aus dem öffentlichen Raum zurück.

Selektive Optimierung durch Kompensation

(nach Baltes und Baltes 1990)

Ein Individuum ist bestrebt, die Bereiche, in denen eine Abnahme der eigenen Leistungsfähigkeit zu verzeichnen ist, durch andere Bereiche, in denen die Leistungsfähigkeit gleich bleibt oder sogar steigt, zu kompensieren.

Vier Dimensionen in Alter(n)sdiskursen (nach Göckenjan 2009)

Altersklage und Alterstrost

eher als anthropologische Dimensionen zu verstehen, die ineinander übergehen und den Umgang beispielsweise mit Endlichkeit und Verlust, aber auch Chancen und Potenzen beschreiben

Altersschelte und Alterslob

stark polarisierende Dimensionen, die als „Alterserwartungscode“ (ebd., 104) beschrieben werden können und Restriktionen an eine Lebensführung im Alter formulieren

Alter(n)sbilder im historischen Kontext

Tradierte Bilder gehen von einer „‘natürlichen‘ sozialen Hierarchie“ (Göckenjan 2009, 105) aus, in der Alter mit Autorität, Erfahrung, Weisheit Verfügungsgewalt und Macht assoziiert wird.

Volkswisheiten, die dem entsprechen:

„Die Alten zum Rat, die Jungen zur Tat.“

„Das Alter soll man ehren, die/der Jugend soll man lehren/wehren.“

„Das Alter befiehlt, die Jugend gehorcht.“

„Die Alten regieren, die Jungen dienen.“

Die Autorität im Alter muss jedoch angemessen sein.

PLATON beispielsweise spricht den Alten Autorität zu, in Erbfragen kritisiert er jedoch Macht und Besitzanspruch.

Auch CICERO plädiert für einen sorgsamem Umgang mit Besitz, der als Existenzgrundlage der nachfolgenden Generationen gilt.

(vgl. Göckenjan 2009, 106)

Im 18. Jahrhundert war das Alterslob vorherrschend in den Diskursen. Allerdings enthält dieses Lob ein hohes Maß an Erwartungen:

Wer alt ist, muss auch moralisch auf sehr hohem Niveau agieren. Zum Teil wird die Autorität gar in die Nähe göttlicher Autorität gerückt.

Durch die Aufklärung tritt eher die Verständigung zwischen den Generationen in den Vordergrund.

im 19. Jahrhundert impliziert Hochaltrigkeit keine Sonderrolle, sondern ist Teil des normalen Lebenslaufs.

Eher wird schon hier die Kompensation von nachlassenden Fähigkeiten thematisiert sowie die Fähigkeit, sich auf positive Art und Weise mit den körperlichen Veränderungen und dem nahenden Lebensende auseinanderzusetzen.

Wer eine hohe Autoritätsposition besetzt hat, behält diese auch im Alter bei und gibt sie erst mit dem Ableben auf.

Um 1900 setzt allmählich eine „Jugendlichkeitsorientierung“ (Göckenjan 2009, 109) ein, die statt eines Miteinanders der Generationen eher den Kampf um Ressourcen und Lebensentwürfe in den Mittelpunkt rückt.

Entscheidender für die heutigen Altersbilder scheint jedoch die Große Rentenreform von 1957 zu sein, durch die das Alter als eigenständige Lebensphase institutionalisiert wurde, welche mit einer finanziellen Absicherung, einem Mehr an Freizeit und einem Verlust von Ämtern, Verpflichtungen und Autorität einhergeht.

Diese Status- und Rollenlosigkeit wirkt folgendermaßen: da die Gesellschaft diesen Zustand selbst initiiert hat, muss auch die Gesellschaft dafür sorgen, dass die Situation der Älteren verbessert wird. In diesem Sinne haben sich beispielsweise Altenhilfe, Altenbildung, etc. entwickelt.

Göckenjan sieht in diesem Alterskonzept ein entscheidendes Problem im Umgang mit dem demografischen Wandel: da die Alten im Zentrum des Interesses stehen, bleiben die Bedürfnisse der Jungen auf der Strecke.

Statt sich also zu fragen, wie man mit einer alternden Gesellschaft umgeht, sollte man lieber überlegen, was man für die nachwachsenden Generationen tun muss, um ihnen bestmögliche Chancen gewährleisten zu können.

Was das heutige Alter(n)sbild angeht, so zieht Göckenjan folgende Bilanz:

- Erfolgreiches Alter(n) erscheint als Lebensziel.
- Selbst das hohe Alter lässt sich Optimieren.
- Das Sterben wird nicht thematisiert.
- Aus ökonomischer Sicht beziehen die Alten kräftig Schelte: Alterslast, Rentenberg sind nur einige Begriffe.
- Das Leben wird nicht mehr durch die natürliche Generationenfolge strukturiert, sondern durch politische Entscheidungen und staatliche Institutionen.

Das Alter(n)sbild in den Medien

Medien beeinflussen Menschen und besetzen bestimmte Themen, die dann in der Öffentlichkeit als wichtig wahrgenommen werden. Daneben beeinflusse sie auch, wie Themen wahrgenommen werden. Der Umgang mit Alter(n) in den Medien beeinflusst somit die aktuelle Alter(n)sdiskurse nachhaltig.

Aber auch ältere Menschen werden durch die Medien in ihrem eigenen Altern nachhaltig beeinflusst, insbesondere dann, wenn Medien zum Hauptinterakteur werden.

- Das Alter(n)sbild in den Medien basiert zum Großteil auf stereotypen und schematischen Darstellungen, welche sich an negativen Alter(n)sbildern orientieren.
- Das Bild des senilen, kranken Alten wird nach und nach durch gierige, schmarotzende Alte abgelöst.
- Alte tauchen eher in Nebenrollen auf, Frauen dabei seltener als Männer.

In der Werbung tauchen Ältere immer häufiger auf, zumal die Gruppe der Über-50-Jährigen die finanzkräftigste Käuferschicht darstellt.

Tauchen Ältere als Werbeträger auf, dann folgendermaßen:

- In altersexklusiver Werbung
- In alterskontrastiver Werbung
- Speziell für die Zielgruppe der älteren Frauen
- Mittlerweile auch als Imagefaktor.

Literaturangaben:

Filipp, Sigrun-Heide; Schmidt, Katharina (1998): Mittleres und höheres Erwachsenenalter. In: Oerter, Rolf; Montada, Leo (Hg.): Entwicklungspsychologie. Ein Lehrbuch. Weinheim: Psychologie Verlags Union, S. 439–486.

Göckenjan, Gerd (2009): Die soziale Ordnung der Generationenfolge. In: Ehmer, Josef; Höffe, Otfried (Hg.): Bilder des Alterns im Wandel. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft mbH, 103-114.

Thimm, Caja (2009): Altersbilder in den Medien – Zwischen medialem Zerrbild und Zukunftsprojektionen. In: Ehmer, Josef; Höffe, Otfried (Hg.): Bilder des Alterns im Wandel. Stuttgart: Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft mbH, 153-165.