

## **Röser, Jutta (Hrsg.): Silversurfer 70plus. Qualitative Fallstudien zur Aneignung des Internets in der Rentenphase**

**München: kopaed 2017. 319 Seiten. Preis: € 22,80**

**Wolfgang Reißmann**

Online publiziert: 12. Juni 2018  
© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2018

Das als Band 11 der Schriftenreihe „Gesellschaft – Altern – Medien“ im kopaed-Verlag erschienene Buch ist den Bereichen der Medienalter(n)s- und der Domes-tizierungsforschung zugeordnet. Es dokumentiert die Ergebnisse eines einjährigen Forschungsseminars (2014/2015) im Münsteraner Master-Programm Kommunikati-onswissenschaft unter der Leitung von Jutta Röser. Im Mittelpunkt dieses Seminars stand die Frage, wie „Ältere ab 70 Jahren, die erst in der Rentenphase zum Inter-net gefunden haben“ (S. 10), dieses Medium aneignen. Begründet wird der Fokus auf die „älteren Späteinsteiger“ (ebd.) damit, dass es unter dem Aspekt des Alters wenig Sinn mache, Personen zu untersuchen, die Internetdienste bereits in früheren Lebensphasen (etwa im Berufsleben) genutzt haben. In dieser Begründung spiegelt sich eine eingeschränkte Sicht auf das Altern, das ebenso als Prozess, als relationale Kategorie oder als eigenständige Lebensphase mit spezifischen Herausforderungen aufgefasst werden kann. Gleichwohl hat der Fokus seine Berechtigung, insofern jenseits des Kleinkindalters die Anzahl der Jahrgänge, an denen die Erstaneignung, Geräteanschaffung und sukzessive alltägliche Integration „neuer“ Medien studiert werden kann, naturgemäß abnimmt.

Datenbasis der studentischen Studie sind 19 qualitative Leitfadenterviews, die zusätzlich gesprächsstimulierende Elemente wie eine „Aktivitätenliste“ und einen „Assoziationstest“ beinhalten. Die Transkripte, die Fotos zu den Assoziationskarten sowie weitere Informationen vor allem zur räumlichen Platzierung der Mediengeräte werden zu „medienethnografischen Portraits“ verdichtet, die über Kontrastierung und Fallvergleich zum Teil in Typologien münden. Wie Ältere zum Internet ge-kommen sind, welche Motive, Ereignisse und Lebenslagen sie angeregt haben, und

---

Dr. W. Reißmann (✉)  
Medienwissenschaftliches Seminar, Philosophische Fakultät, Universität Siegen,  
Herrengarten 3, 57072 Siegen, Deutschland  
E-Mail: reissmann@sfb1187.uni-siegen.de

wie sie es gegenwärtig nutzen, ist der erste Schwerpunkt der Ergebnispräsentation. Zwei weitere Kapitel sind aus Masterarbeiten hervorgegangen, die sich dem Projekt anschlossen. Diese gehen vertiefend dem „Erleben des Internets“ sowie „Generationspezifischen Positionierungen“ nach.

In ihrer Einleitung streicht Jutta Röser als Hauptergebnis der Studie die „Vielfalt von Aneignungsweisen“ (S. 13) heraus. Tatsächlich ist die Heterogenität der Internetnutzung und -aneignung der rote Faden, der sich durch sämtliche Analysen zieht. Damit bekräftigen die AutorInnen, dass essayistische Diagnosen von „Mediengenerationen“ und verallgemeinernde Kohortenbeschreibungen zu kurz greifen. Mit diesem Plädoyer bewegen sie sich im Trend der neueren Medienalter(n)sforschung, die sich im deutschsprachigen Raum seit etwa zehn Jahren gegen die pauschalen (und nunmehr ansatzweise stärker gegliederten) 60+-Gruppierungen der Nutzungs- und Akzeptanzforschung wendet und mehr alltags- und lebensweltliche Differenzierung fordert. Es ist vor diesem Hintergrund nicht die Überraschung über bahnbrechend Neues, die die Lektüre des Bandes zu einer Bereicherung macht, sondern die Differenzierung im Detail. Einmal mehr zeigen sich die Familie und soziale Anregungen, etwa der Wunsch, mit Tochter/Sohn und Enkeln translokal in Verbindung zu treten, als entscheidende Motoren für die Erschließung von Internetdiensten wie Skype. Stärker als in vergleichbaren Untersuchungen tritt in diesem Sample jedoch die bislang wenig ausgeleuchtete Rolle von Ehrenamt und Freiwilligenengagement bei der Anregung der Internetzuwendung hervor.

Interpretativ am dichtesten sind die Ausführungen, die aus den Masterarbeiten von Teresa Mies und Achim Winckler hervorgegangen sind. In ihrem Kapitel „Erleben des Internets“ baut Teresa Mies auf der bekannten Studie von Schäffer zu generationspezifischen Medienpraxiskulturen aus dem Jahr 2003 auf. Die dort angelegten Analysedimensionen Vertrautheit/Fremdheit sowie Arbeit/Spiel aufnehmend, konstatiert sie einen auch für die weitere Forschung interessanten Zwischenbereich der „selektiven Vertrautheit“ (S. 146 ff.). Auch die Bemühungen um eine stärkere Ausleuchtung der Überkreuzungen der Pole des „spielerisch Arbeitens“ und des „ernsthaften Spielens“ zwischen Selbstzweck und Zweckorientierung sind lesenswert. Daraus resultierende Typen wie der „gestressten Zwecknutzer“ brechen mit Stereotypen zum Mediengebrauch in der „Rentenphase“ und zeigen den (vermutlich milieugebunden) hohen Stellenwert von nachberuflichen Tätigkeiten an. Achim Winckler führt in seinem Kapitel den Strang der Forschung um mediengenerationelle Selbstpositionierungen weiter. Seine Ergebnisse untermauern die Bedeutung sowohl inter- als auch intragenerationeller Vergleichshorizonte im kommunikativen Alltag, über die sich (nicht nur) ältere Menschen „ihren Platz anweisen“ – im Vergleich zu Jüngeren wie zu Altersgenossen. Hier liegt eine potenzielle Verbindungsstelle zu Mediendiskursanalysen, die medial produzierte Generationenbilder und Generationenverhältnisse zum Thema haben.

Insgesamt ist die Studie eine verständlich verfasste und sinnvolle Ergänzung der im deutschsprachigen Raum weiterhin überschaubaren Medienalter(n)sforschung. Gerade die Domestizierungsforschung hat in ihrer Geschichte immer wieder deutlich gemacht, dass mediale Geräte, Inhalte oder Dienste nie so „zu Hause ankommen“, wie sie produktionsseitig per Werbung und Marketing imaginativ aufgeladen werden. Die vielschichtigen Befunde auch dieser Studie bestätigen das. Unklar bleibt,

wie vor der Folie dieses kritischen, eng mit den Cultural Studies verwobenen Forschungsprogramms der Haupttitel zu lesen ist. „Silversurfer“ ist bekanntermaßen nicht mehr als ein euphemistisches Marketing-Etikett. Mit der Verankerung der Studie in der Domestizierungsforschung hätte ich eine kritische Rückkoppelung dieses Begriffs im Text erwartet. Nicht selbstverständlich und positiv hervorzuheben ist hingegen die ausführliche Darstellung aller auf je ca. zehn Seiten portraitierten 19 Einzelfälle. Die interviewten Frauen und Männer verschwinden auf diese Weise nicht (wie oft) hinter abstrakten Ergebniszusammenfassungen. Außerdem erlaubt diese Form der Darstellung den LeserInnen die individuelle Navigation zwischen Einzelfall und übergreifender Ergebnispräsentation. Dass es bei der Vielzahl an beteiligten AutorInnen auch zu Wiederholungen kommt oder die theoretische Rahmung (Mediengenerationen) im Grunde nur für das letzte Kapitel tiefere Bedeutung hat, sind Kritikpunkte, die mit Blick auf den studentischen Entstehungskontext der Studie einzuordnen sind.

Eine weitergehende Diskussion verdient das methodische Instrument des „medienethnografischen Portraits“, das gewiss Potenziale hat, im Zusammenhang mit der hier vorgelegten Arbeit aber auch die Frage provoziert, wo eigentlich der Kippunkt liegt zwischen einem am Ende doch recht konventionellen Leitfadeninterview mit Postscript-Beobachtung (Interviewsituation, räumliche Gegebenheiten etc.) und einer aktiven – eben: ethnografischen – Teilnahme der Forschenden am Alltag. Auch dass durchweg von „ProbandInnen“ gesprochen wird, lässt qualitativ sozialisierte LeserInnen gelegentlich stolpern.

**Dr. Wolfgang Reißmann** ist Postdoc an der Universität Siegen im DFG-geförderten Sonderforschungsbereich 1187 „Medien der Kooperation“, Projekt B07 „Medienpraktiken und Urheberrecht“.