

Menschenrechte und Alter

In Anbetracht aktueller sozialpolitischer Diskussionen zu den Herausforderungen unserer immer älter werdenden Gesellschaft und dem damit verbundenen sozialen Wandel gewinnt die Thematik der Menschenrechte im Alter eine neue Dimension. Die Erhaltung der menschlichen Würde, besonders im hohen Alter, stellt für uns als Gesellschaft die neue Herausforderung dar. Dies hat das Bonifatiushaus Fulda gemeinsam mit dem Caritasverband für die Diözese Fulda e.V. zum Anlass genommen, die vorliegende Publikation, in der Experten unterschiedlicher Fachgebiete das Thema der Menschenrechte und Menschenwürde im Hinblick auf die vielen Facetten und Bilder des Alters und des Alterns analysieren und diskutieren, vorzulegen. Welche An- und Herausforderungen sind mit einer älter werdenden Gesellschaft verbunden? Wie können die Menschenrechte und die gesellschaftliche Teilhabe von älteren Menschen gewährleistet werden? Es geht unter anderem um das Recht auf soziale Sicherung, auf uneingeschränkten Zugang zur gesundheitlichen Versorgung, auf Schutz vor Diskriminierung und auf Teilhabe in allen Lebensbereichen. So bezeichnet Prof. Dr. Peter Neher, Präsident des Deutschen Caritasverbandes, in seinem Geleitwort zur Buchpublikation "Menschenrechte als bleibende Herausforderung".

Die Herausgeber:

Gunter Geiger, Direktor Bonifatiushaus Fulda, Msgr. Elmar Gurk, Aufsichtsratsvorsitzender des Caritasverbandes für die Diözese Fulda, Dr. Markus Juch, Diözesan-Caritasdirektor des Caritasverbandes für die Diözese Fulda, Burkhard Kohn, Referent Bonifatiushaus Fulda, Achim Eng, Ressortleiter Altenhilfe im Caritasverband für die Diözese Fulda e. V., Kristin Klinzing, Referentin für Altenhilfe im Caritasverband für die Diözese Fulda e. V.

ISBN 978-3-8474-0726-3



www.budrich-verlag.de

Menschenrechte und Alter G. Geiger, E. Gurk, M. Juch, B. Kohn, A. Eng, K. Klinzing

Gunter Geiger, Elmar Gurk,
Markus Juch, Burkhard Kohn,
Achim Eng, Kristin Klinzing (Hrsg.)

Menschenrechte und Alter

Ein sozialpolitischer
und gesellschaftlicher Diskurs



Verlag Barbara Budrich

Menschenrechte und Alter

Gunter Geiger
Elmar Gurk
Markus Juch
Burkhard Kohn
Achim Eng
Kristin Klinzing (Hrsg.)

Menschenrechte und Alter
Ein sozialpolitischer und gesellschaftlicher
Diskurs

Verlag Barbara Budrich
Opladen • Berlin • Toronto 2015

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
 Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
 Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Inhalt

Vorwort	7
<i>Peter Neher</i>	
Zum Geleit: Menschenrechte als bleibende Herausforderung	9
<i>Gunter Geiger, Kristin Klinzing und Burkhard Kohn</i>	
Einleitung	13
I. Gottgewolltes Alter – die christlich-ethische Perspektive	21
<i>Doris Nauer</i>	
„Gottgewollte Alte“? Alt-sein-Dürfen aus christlicher Sicht!	23
<i>Christian Schütz</i>	
Glauben lernen – ein Leben lang	43
<i>Ursula Nothelle-Wildfeuer</i>	
Was müssen die nachfolgenden Generationen für ihre alten Menschen leisten? – Alter als Aufgabe intergenerationeller Gerechtigkeit	55
II. Leben im Alter – neue Entwicklungen und Herausforderungen	75
<i>Andreas Kruse und Loring Sittler</i>	
Zusammenfassende Darstellung der Generali Hochaltrigenstudie.....	77
<i>Stefan Arend</i>	
Wohn- und Lebensformen im Alter – Herausforderungen und Chancen einer Gesellschaft des langen Lebens.....	93
<i>Hanno Heil</i>	
Das Altenheim: Ort guten Lebens – Lernort der Menschenwürde.....	113
III. Menschenwürde und Pflege – Grundfragen	127
<i>Caja Thimm, Carolin Arnold, Nadja Reufels und Natalie Wiemers</i>	
Altersbilder und Menschenwürde: Pflege, Behinderung und Demenz als Medienthemen.....	129
<i>Ulrike Kostka</i>	
Medizinische und pflegerische Leistungen für alte Menschen – ethische (An-)Forderungen an das Gesundheitswesen	147
<i>Thomas Klie</i>	
Demenz und Menschenwürde zwischen Teilhabe und Rückzug	163

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Papier.

Alle Rechte vorbehalten.

© 2015 Verlag Barbara Budrich, Opladen, Berlin & Toronto
www.budrich-verlag.de

ISBN 978-3-8474-0726-3 (Paperback)
 eISBN 978-3-8474-0867-3 (eBook)

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Bettina Lehfeldt, Kleinmachnow – www.lehfeldtgraphic.de
 Titelbildnachweis: Gesundheit im Alter, phokrates, www.fotolia.de
 Typographisches Lektorat: Ulrike Weingärtner, Gründau
 Druck: paper & tinta, Warschau
 Printed in Europe

<i>Gisela Zenz</i> Gewalt in der familialen Pflege Rechtsschutzdefizite und Rechtsschutzpotenziale	179
IV. Menschenwürde und Pflege – Ergebnisse der spezifischen Altersforschung.....	193
<i>Stefan Fröba</i> Was glauben Sie denn, wen Sie vor sich haben?	195
<i>Ahmet Toprak und Nicole Kurek</i> Kultur- und migrationssensibler Umgang mit dem Alter – am Beispiel türkeistämmiger Migrantinnen und Migranten	213
<i>Manfred Langehenning</i> Wert und Würde „männlicher“ Angehörigenpflege.....	231
V. Anders alt werden – neue Perspektiven und Ausblick.....	249
<i>Hartmut Heidenreich</i> Altersbildung – weder Placebo noch Allheilmittel, aber ein Menschenrecht.....	251
<i>Andreas Kruse</i> Zeitspannen und Zeithorizonte – eine Betrachtung des Alters am Beispiel des Lebens- und Spätwerkes Johann Sebastian Bachs.....	269
<i>Henning von Vieregge</i> Anders Alt Werden: Perspektiven eines langen Lebens – Engagement eingeschlossen?.....	285
Autorenverzeichnis.....	307

Vorwort

In der UN-Menschenrechtscharta der Vereinten Nationen wird allen Menschen – unabhängig ihres Alters – die Anerkennung ihrer angeborenen Würde garantiert. Darüber hinaus verbrieft die Charta in Artikel 25 jedem Menschen das Recht auf einen Lebensstandard, der seine und seiner Familie Gesundheit und Wohl gewährleistet, einschließlich Nahrung, Kleidung, Wohnung, ärztliche Versorgung und notwendige soziale Leistungen. Artikel 27 spricht jedem Menschen das Recht zu, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen.

Studien zeigen, dass Menschen, insbesondere in den wohlhabenden Industrieländern, immer älter werden. Derzeit leben in Deutschland fast 17 Millionen Menschen, die über 65 Jahre alt sind. Der Anteil der Bevölkerung im Senioren-Alter ist nirgendwo in Europa so hoch wie in Deutschland. Grundlage des Zusammenlebens in unserer Gesellschaft ist der Solidar-Vertrag zwischen den Generationen: Doch dieses Solidarsystem ist einer großen Belastungsprobe ausgesetzt. Immer weniger Erwerbstätige müssen für die Alterssicherung von immer mehr Menschen sorgen. Angesichts dieser Entwicklung stellt sich die Frage, welche neuen Formen einer Solidarität zwischen den Generationen denkbar sind? Des Weiteren ist mit einem hohen Anstieg der an Demenz erkrankten Menschen auf voraussichtlich 3 Millionen im Jahr 2050 zu rechnen. Jüngste Schätzungen gehen sogar deutlich darüber hinaus. Dies stellt Betroffene und ihre Angehörigen, aber auch die Kommunen und die Gesellschaft vor ganz neue Herausforderungen. In diesem Spannungsfeld – immer weniger Junge müssen immer mehr Alte versorgen – stellt sich die Frage nach einem menschenwürdigen Alltag. Wie kann Partizipation der Menschen im Alter gestaltet werden? Wie kann eine Ressourcenverteilung gelingen? Wie kann ein Ausgleich zwischen den Generationen stattfinden?

In Anbetracht aktueller sozialpolitischer Diskussionen zu den Herausforderungen unserer immer älter werdenden Gesellschaft und dem damit verbundenen sozialen Wandel gewinnt die Thematik der Menschenrechte im Alter eine neue Dimension. Die Erhaltung der menschlichen Würde, besonders im hohen Alter, stellt für uns als Gesellschaft die neue Herausforderung dar. Dies hat das Bonifatiushaus Fulda gemeinsam mit dem Caritasverband für die Diözese Fulda e. V. zum Anlass genommen, beginnend im Herbst 2014 eine Ringvorlesung zum Thema „Menschenrechte und Alter“ durchzuführen. Die vorliegende Publikation beinhaltet die Beiträge von insgesamt 16 Akademieabenden, an denen mit Experten unterschiedlicher Fachgebiete das Thema der Menschenrechte und Menschenwürde im Hinblick auf die vielen Facetten und Bilder des Alters und des Alterns analysiert und diskutiert wurden.

Altersbilder und Menschenwürde: Pflege, Behinderung und Demenz als Medienthemen

Caja Thimm, Carolin Arnold, Nadja Reufels und
Natalie Wiemers

Einleitung

Der massive Wandel in den Generationenverhältnissen ist eine wachsende Herausforderung für die Industriegesellschaften. Immer mehr ältere Menschen stehen immer weniger jüngeren gegenüber und die Frage, wie sich das soziale Miteinander in den nächsten Jahrzehnten wandeln wird, ist eine vielfältig thematisierte Herausforderung (Hüther/Nägele 2012). Für diese generationelle Dynamik ist die Erkenntnis zentral, dass Altern ein vielschichtiger Prozess ist und individuell höchst unterschiedlich verläuft. Die hohe Individualität der Alternsprozesse verweist auch darauf, dass Formen des „erfolgreichen Alterns“ individuell geprägt sind (Kumlehn/Kubik 2012).

Auch wenn diese Erkenntnisse in viele Bereiche gesellschaftlicher Diskurse, sei es in Wirtschaft, Politik oder Kultur, bereits eingeflossen sind, so scheint es, als blieben die Medien davon noch unberührt. Bereits vor Jahren wurde konstatiert, dass sich vor allem polarisierende Bilder des Alters in den Medien finden: das junge und vom Alternsprozess scheinbar wenig berührte „junge Alter“ und das hinfallige, von Einschränkungen und Erkrankungen gekennzeichnete „defizitäre Alter“ (Bosch 1990). Auch neuere Studien weisen immer wieder darauf (z. B. Höffe 2013). Der Einfluss der Medien ist in Bezug auf solche Bilder nicht zu unterschätzen, denn sie beeinflussen unseren Alltag stark – wir verbringen immer mehr Zeit mit Medien. Manchmal ist es uns gar nicht bewusst, wie sehr wir inzwischen auch von ihnen abhängig sind. Kaum vorstellbar, aber wir beschäftigen uns im Schnitt jeden Tag zehn Stunden mit Medienangeboten, junge Menschen sogar noch mehr.

Damit kommt medialen Darstellungsweisen auch bei der Formierung, Modifikation und Kommunikation von sozialen Einstellungen und Meinungen großer Einfluss zu, da sie in vielfacher Weise gesellschaftspolitische Wertzuweisungen und soziale Urteile vermitteln. Medien sind dann sozusagen „Lieferanten für Wirklichkeitsentwürfe“ (Merten 1994) und können in dieser Form Themensetzung (Medienagenda) und Inhalte unseres Denkens und Meinens beeinflussen. Dies bedeutet aber auch, dass mediale Altersdarstellungen einen Einfluss auf die gesellschaftlichen Annahmen und Vorstellungen über Alter(n) haben. Differenziert wird ein doppelter Einfluss medialer Repräsentationen.

Einerseits spiegeln sich darin Wunschvorstellungen, wie in der Werbung (Röhr-Sendlmeier/Ueing 2004), andererseits aber auch Ängste und negative Stereotypen, wie in den Bildern defizitären Alters. Wenn man davon ausgeht, dass medial vermittelte Darstellungen von Altern und alternden Menschen eine funktionale Rolle bezüglich gelingenden Alterns zuzuschreiben ist, so erscheint es von hoher Relevanz zu prüfen, wie diese Darstellungen aussehen bzw. welche Botschaften mit ihnen verbunden sind. Dabei spielen auch sprachliche Bezeichnungen eine wichtige Rolle, wie u. a. die Arbeiten von Galliker/Klein (1997), Höffe (2013) oder Thimm (2012a) verdeutlichen. Höffe zufolge muss der Diskurs über das Altern bereits bei der Sprache beginnen, und zwar „mit der Kritik an diskriminierenden Ausdrücken wie 'alternde Gesellschaft', 'Überalterung' und 'Alterslast'“ (Höffe 2013: 12). Auch Metaphern wie 'dunkle Demografiewolke' oder 'Rentenberg' sorgen in der Gesellschaft für negative Haltungen bezüglich der Debatte um das Alter. Daran beteiligt sind nicht nur Boulevard-Zeitungen wie die *BILD*, sondern auch Medien, wie bspw. die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Zimmermann 2013). Damit kommt, so kann festgestellt werden, den Medien unbestritten ein wichtiger Einfluss auf diesen Diskurs zu.

1. Mediale Repräsentationen des Alters

Wie relevant die Frage nach den Medienbildern ist, zeigt zuvorderst der 6. Altenbericht der Bundesregierung, der sich mit dem Rahmenthema „Altersbilder“ (Bundesregierung 2010) beschäftigt. Betrachtet man den Forschungsstand insgesamt, so zeigt sich, dass die sozial- und kulturwissenschaftliche Forschung das Thema „Alter und Medien“ bereits seit vielen Jahren aus den unterschiedlichsten Perspektiven heraus bearbeitet hat. Dazu gehören u. a. Arbeiten über das Altersbild in Kinder- und Jugendbüchern (Nauland-Bundus 2004), in Schulbüchern (Friedrich 2004), im Fernsehen (Kessler/Rakoczy/Staudinger 2003) sowie in der Werbung (Thimm 1998, Willems/Krautt 2003). Neben diesen weit verbreiteten Medien wurden beispielsweise auch Quellen wie Literatur, Musik, Glückwunschkarten oder Todesanzeigen als Datengrundlage herangezogen (Überblick bei Philipp/Mayer 1999). Übereinstimmend zeigt sich, dass die Dominanz eines negativen Altenbildes in den Medien, wie es noch in den 90er-Jahren attestiert wurde (Bosch 1990), im Entwicklungsverlauf Modifikationen erfahren hat, und die Tendenz zunimmt, das Altenbild überpositiv zu revidieren und für Anti-Aging- und Verjüngungsstrategien der Werbewirtschaft zu instrumentalisieren (Staudinger 2003). Gleichmaßen bestätigt wird in den meisten Studien, dass Ältere nicht differenziert und der Heterogenität realer Altersformen entsprechend, sondern in stereotyper und schematischer Weise dargestellt werden.

Ein weniger beachtetes Forschungsfeld stellt die Frage nach der impliziten Thematisierung von Alter in Nachrichtengenres (Fernsehnachrichten, tagesaktuelle Nachrichten, Wochenmagazine) dar. So stellte Ochel (2000) fest, dass die Begriffe Alter und Senioren in verschiedenen Berichterstattungskontexten präsent sind, während Dierl (1989) in seiner frühen Analyse der Printmedienberichterstattung aus den Jahren 1987/88 hauptsächlich Pflegebedürftigkeit und Hinfälligkeit als Themenkomplexe der Printmedien isolieren konnte.

Bei der Beurteilung von Fernsehprogrammen ist zu bedenken, dass gerade ältere Menschen selbst zu den besonders intensiven Nutzern dieses Mediums zählen – der TV-Konsum bei den über 70-Jährigen liegt von allen Altersgruppen am höchsten (vgl. Blödorn/Gerhards 2005: 271). Systematisch arbeiten etwa Kessler et al. (2004: 539) heraus, inwiefern das heutzutage durch Fernsehsendungen transportierte Altersbild von den Erkenntnissen gerontologischer Forschung abweicht – in bemerkenswerter Weise allerdings in positiver Hinsicht. So werde ein unangemessen hoher Anteil der Fernsehcharaktere als berufstätig dargestellt, und auch die Betroffenheit durch altersbedingte Erkrankungen falle bei ihnen geringer aus. Hinsichtlich weiterer Kriterien, wie finanzielle Ausstattung oder Bildungsniveau, sei eine geschlechtsstereotype Bevorzugung älterer Männer gegenüber Frauen zu verzeichnen.

Bei der Analyse der Fernsehpräsenz der älteren Generation wird zudem deutlich, dass ältere Personen in Sonderrollen Sonderstatus haben, dass die soziale Realität jedoch weitgehend ausgespart bleibt. Alte Menschen auf dem Bildschirm werden nicht mit Merkmalen ausgestattet, die bei Zuschauer/innen unangenehme Assoziationen mit dem Alter auslösen könnten. Der ältere Mensch, der sein Leben „meistert“, der kompetent ist und mit seinem Alltag fertig wird und sogar noch Aufgaben für andere übernimmt, findet sich in Fernsehdarstellungen viel seltener als in der Wirklichkeit (Niederfranke et al. 1996). Herauszustellen ist jedoch besonders, dass sich eine deutliche Ausdifferenzierung der Altersbilder konstatieren lässt. Dominierend sind in der Werbung Tendenzen: die Überhöhung und starke Ästhetisierung des Alters in der Werbung und die zwischen Ablehnung und Bewunderung schwankende Berichterstattung über die Veränderungen der 60plus- und 70plus-Generationen.

Es gibt also äußerst vielfältige mediale Altersbilder, die in sich uneinheitlich sind. Deutlich wird, dass das Altern als Medienthema in einer ständigen Ausdifferenzierung befindlich ist. Ging man in früheren Studien noch von einem bipolaren, zumeist negativ geprägtem Altersstereotyp aus, so weisen neuere Studien auf eine hohe Ausdifferenzierung hin (Flicker/Formanek/Gerstmann 2013, Thimm 2009: 2012b). Herausgestellt werden muss daher, dass Altersbilder historisch wie interkulturell höchst variabel sind (vgl. hierzu die vielfältigen Darstellungen in Ehmer/Höffe 2009) und sich in einer Phase des Wandels befinden.

Auch wenn sich die Medienbilder des Alterns ausdifferenzieren, so lässt sich doch konstatieren, dass der Themenkomplex Alter – Pflege – Behinderung

nach wie vor eine zentrale Rolle in der Wahrnehmung spielt und hier defizitäre Aspekte häufig sind. So meint Brauer (2010):

„Die gesellschaftliche Integration, das Prestige des Alters und die Chancen und Optionen, die den 'jungen' und 'alten' Alten offen stehen, scheinen sich noch an den kritisierten Defizitbildern auszurichten“ (Brauer 2010: 23).

Zudem haben sich einige Teile der Öffentlichkeit darauf fixiert, ein Schreckensszenario der „vergreisenden Gesellschaft“ zu konstruieren, welches beinahe täglich Schlagzeilen zum Ergrauen der Gesellschaft hervorbringt. Dieser Bedrohungs- und Belastungsdiskurs unterstützt einen „Krieg der Generationen“ (Höffe 2013).

Die beschriebene Problematik lässt sich mit Blick auf das Verhältnis zwischen Bild und Text besonders gut veranschaulichen. Welcher Eindruck entsteht beispielsweise, wenn das Bild eines lachenden älteren Menschen im Textteil mit Hinweisen auf altersbedingte Erkrankungen konfrontiert wird? Oder was ist davon zu halten, wenn Bild und Text geradezu eine Art Verweigerung gegenüber negativen Aspekten des Alters demonstrieren? Handelt es sich dabei nicht ebenso um eine Form der Altersfeindlichkeit, des Ageismus (vgl. McHugh 2003)? Man kann feststellen, dass während die bildlichen Darstellungen von alten Rollenträgern durchaus an Breite gewonnen haben und eine eigene Qualität entwickeln, dies für die sprachliche Bezugnahme auf das Alter noch nicht gelten kann.

2. Alter als Last und Bedrohung? Eine Medienanalyse überregionaler Printmedien

Der geschilderte Wandel in der medialen Darstellung des Alters scheint zunächst ermutigend. Die Abkehr vom defizitären und hilflosen Altern, die sich nach wie vor besonders in der Überhöhung jugendlich beeinflusster Bilder des Alterns niederschlägt, wird allerdings zunehmend von einem neuen Topos begleitet: dem Bild von „Alter als Last“. Die Intensivierung dieser Grundhaltung lässt sich zunächst mit der Tatsache der sich weiter erhöhenden Lebensdauer und der steigenden Anzahl hochaltriger Menschen erklären. Durch diese, aufgrund des hohen Lebensstandards und der Verbesserungen der medizinischen Betreuung entstandene neue 80+-Generation, werden jedoch auch Krankheiten des hohen Alters wie Demenz häufiger. Damit entsteht – so die These – ein neues Spannungsfeld, das in den Medien seinen Niederschlag findet. Um genauer analysieren zu können, ob und wie Alter als von Behinderung oder Krankheit geprägt dargestellt wird, wurde für das Berichtsjahr 2014 eine Inhaltsanalyse ausgewählter Printmedien durchgeführt.

2.1 Die Bonner Altersbild-Studie 2014: Konzeption

Für die Durchführung der Studie wurde zunächst forschungs- und hypothesengesteuert eine Liste von Themen ausgewählt und in einem Stichwortkatalog zusammengefasst. Dieser Katalog umfasst folgende Einzelbegriffe sowie Begriffskombinationen:

- Senioren, Demenz, Alter Pflege, Alzheimer, Altersarmut, Pflegeheim, Altersdiskriminierung, Altenheim, Rente, Rollstuhl

Begriffskombinationen mit „Alter“ sowie mit „Senioren“:

- Sport, Krankheit, Parkinson, Aktivität, Arbeit, Armut, Mann, Frau, Liebe, Ehe, Sex, Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Mobilität, Behinderung, Belastung

Folgende Begriffe wurden einzeln gesucht:

- Hochaltrig, Silver Surfer, Künstliche Hüfte, Hüftoperation, Hochbetagte, Greis/in, Rollator

Für die Untersuchung wurde eine Inhaltsanalyse ausgewählter Printmedien mit großer Reichweite durchgeführt. Einbezogen wurden alle Ausgaben der Tageszeitungen *Süddeutsche Zeitung* (inkl. SZ Magazin), *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)*, die *tageszeitung (taz)* (inkl. Regionalteil Berlin „Berlin Aktuell“) und das Wochenmagazin *Der Spiegel*. Als Zeitraum der Untersuchung wurde die Phase vom 01.01.2014 bis zum 01.11.2014 ausgewählt.

2.2 Ergebnisse: Thematische Gewichtung

Die durchgeführte Suche der ausgewählten Begriffe ergab eine Gesamtheit von 246 Artikeln für den zu untersuchenden Korpus. Um die Themenverteilung zu prüfen, wurden die Themen zusammengefasst und zunächst über alle Medien hinweg erhoben. Dabei ergab sich folgende Schwerpunktsetzung:

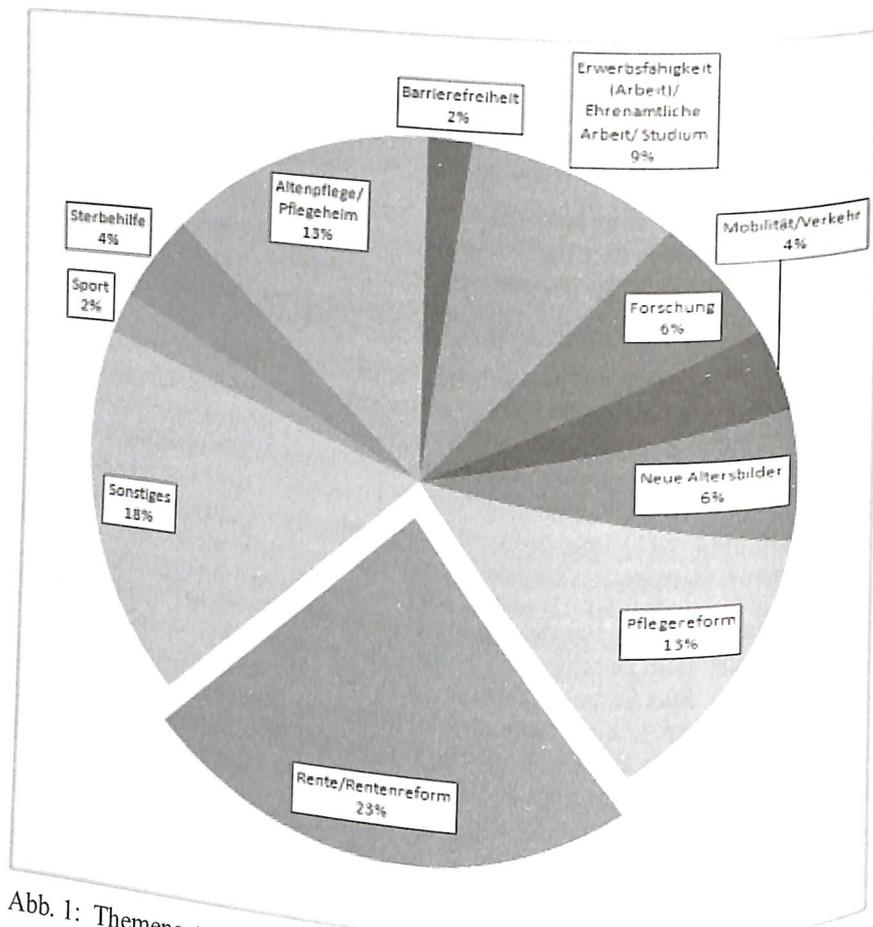


Abb. 1: Themensetzung im Gesamtkorpus (n=246)

Die Themenschwerpunkte der 246 Artikel verteilen sich auf das Thema „Rente und Rentenreform“ mit 56 Artikeln, das Thema „Altenpflege und Pflegeheim“ mit 32 Artikeln und auf das Thema „Pflegereform“ mit insgesamt 31 Artikeln. Wird diesen Ergebnissen das Thema „Sterbehilfe“ (n=4) hinzugefügt, beschäftigen sich 53 Prozent der gesamten Artikel mit dem Kontext von Alter und Behinderung.

Positive Altersdarstellungen zeigen sich in verschiedenen Kontexten, so bei den Themengebieten „Ehrenamtliche Arbeit“, „Neue Altersbilder“ und „Sport“. Diese spiegeln im Gegensatz zu „Rente“ und „Pflege“ ein eher positiv besetztes Themenfeld wider. In diesen Artikeln werden alte Menschen mit Eigenschaften wie arbeitsfreudig, aktiv, gesund und fit präsentiert.

Anhand dieser Themenanalyse wird deutlich, dass das größte Gewicht in der Berichterstattung klar bei den Themenfeldern „Pflege“ und „Rente“ liegt.

Gerade beim Thema „Rente“ jedoch lässt sich nicht zwingend von negativen Beschreibungsdimensionen ausgehen, da mit dieser Thematik zunächst eine sehr generelle Kategorisierung des Alternsprozesses verbunden ist und auch politische Kontexte Erwähnung finden.

2.3 Ergebnisse: Wertungen und Einstellungen

Um im nächsten Schritt genauer zu prüfen, mit welchen Bewertungen in den ausgewählten Artikeln gearbeitet wird, wurden alle Artikel speziell auf ihre wertenden Inhalte untersucht. Hier zeigte sich, dass von den Artikeln, die sich mit Alter, Rente und Pflege beschäftigen (116 von 246 Artikeln), fast die Hälfte wertende Inhalte enthalten. Dieser Inhalt tritt in Form von deutlich wertenden Aussagen über Zustände, Entwicklungen, Personen oder Personengruppen in Bezug auf das Thema Alter und Behinderung im Alter auf. So titelte das Wochenmagazin SPIEGEL vernichtend „Ein krankes Geschäft“ (DER SPIEGEL, 28.07.2014). Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass kritische und negative Untertöne die Berichterstattung in diesem Feld dominieren.

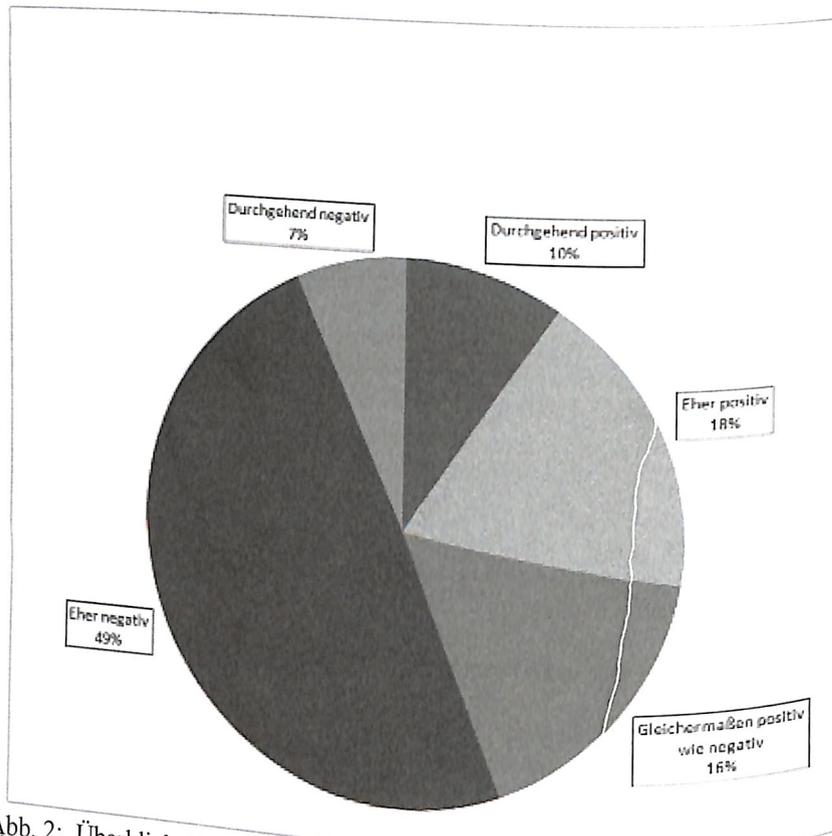


Abb. 2: Überblick über die Bewertungsdimensionen bei der Themensetzung „Alter/Behinderung“ (n=116)

Analysiert man die Bewertungen im Detail so zeigt sich, dass das Altersbild des behinderten bzw. defizitären Alters auch hinter den wohlmeinenden, kritischen Artikeln durchscheint. So schreibt beispielsweise die taz (vom 04.11.2014: 12) unter dem Titel „Demenz ist auch Anarchie“ über die Situation in einem Pflegeheim:

„Alltag in einem Pflegeheim: Die alte Dame liegt hilflos im Bett, sechsmal am Tag werden die Windeln gewechselt, viermal am Tag wird ihr Essen gereicht, meistens Grießbrei. Am Morgen wird sie gewaschen und bekommt einen frischen Schlafanzug.“ [...] „Frau H., die Zimmergenossin, ist auch dement, kann aber noch gehen. Allerdings nur sehr wackelig, mit dem Rollator. Sie braucht Begleitung, jemanden, der verhindert, dass sie fällt. Auch wenn sie auf ihrem Stuhl im Zimmer sitzt und aufstehen will, gerät das Personal in Alarmbereitschaft. Ein Sturz könnte einen Oberschenkelhalsbruch zur Folge haben. Frau H. wird ermahnt, sitzen zu bleiben. Diese Anordnung der Pflegerinnen aber versteht sie nicht, außerdem lässt man sich im Alter nicht gern herumkommandieren.“

Ähnliche Ausführungen finden sich auch in anderen Beiträgen. Dabei kann den Verfassern einerseits die positive Intention, über die Zustände aufzuklären, zugeschrieben werden. Andererseits werden hier Agenda Setting Prozesse erzsichtlich: Alter und Altwerden werden mit hilflosen alten Menschen, demütigenden Prozeduren und überfordertem Personal verbunden und mit stereotypen Aussagen wie „Im Alter lässt man sich nicht gern herumkommandieren“ kombiniert. Eine optimistische Sicht auf das Altern dürfte so wenig befördert werden.

Der größte Teil der Artikel (51 Prozent) zeigt jedoch eine eher objektive und sachliche Auseinandersetzung. Allerdings finden sich nur in 28 Prozent der Artikel tendenziell positive Darstellungen der Themen rund um Alter und Behinderung im Alter. Als ausgeglichen angesehen werden 16 Prozent der Artikel.

Es wird also deutlich, dass wertende Darstellungen im Zusammenhang mit dem Thema Alter/Pflege/Krankheit eher negativ geprägt sind. Im Kontrast und als Gegenpol dazu präsentieren sich die Themengebiete, die sich durch eine besonders positive Darstellung in den Artikeln hervorheben. Diese bestehen aus „Ehrenamtlicher Arbeit“ (z. B. „Bufdi statt Ruhestand“, taz, 02.08.2014) und „Neue Altersbilder“. Gemessen an der Gesamtanzahl der Artikel weisen sie jedoch nur einen sehr geringen prozentualen Anteil auf. Diese zwei Pole, die sich auf eine positive und negative Darstellung der Themen im Zusammenhang mit alten Menschen in den deutschen Printmedien aufteilen, werden nachstehend weiter thematisch ausdifferenziert.

2.4 *Alter als Last in ausgewählten Kontexten*

Die inhaltsanalytische Bearbeitung der Daten verdeutlichte eine Koppelung der Thematisierung von Alter mit Bezügen zu Einschränkungen oder Erkrankungen. Um genauer bewerten zu können, in welchem thematisch größeren Rahmen sich diese Thematisierung innerhalb der ausgewählten Printmedien bewegte, wurden zwei zentrale Themenfelder getrennt ausgewertet: „Politik und Gesellschaft“ sowie „Wirtschaft“. Für beide Analysephasen war die Fragestellung nach folgender Bewertungsdimension Grundlage der Zuordnung: „Alte Menschen sind eine Belastung für die Gesellschaft/für die Wirtschaft“.

Für das Themenfeld „Politik und Gesellschaft“ wurde dies wie folgt in den Texten realisiert:

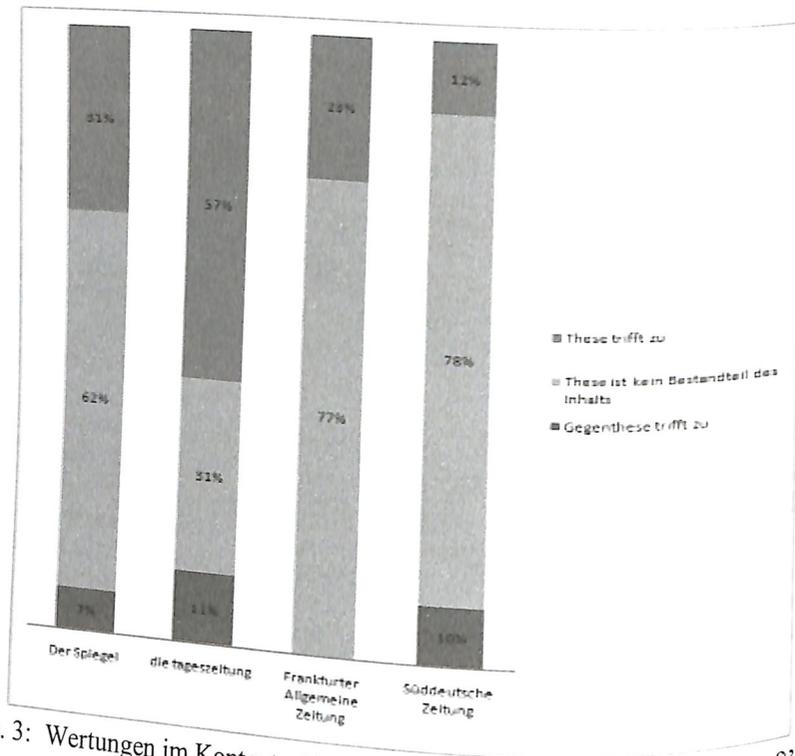


Abb. 3: Wertungen im Kontext „Alter ist eine Belastung für die Gesellschaft“ nach Einzelmedien
Auch für den Kontext von Wirtschaft wurde diese Bewertungsdimension erhoben:

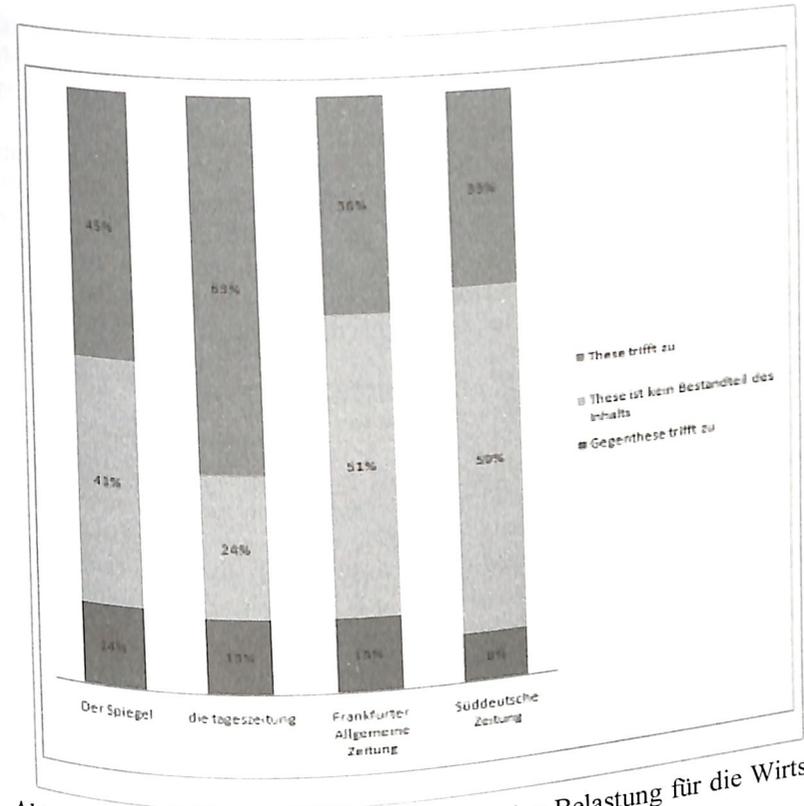


Abb. 4: Wertungen im Kontext „Alter ist eine Belastung für die Wirtschaft“ nach Einzelmedien

Anhand der Übersichten wird deutlich, dass die These „Alte Menschen sind ein Problemfall der Gesellschaft“ auf den Inhalt vieler Artikel zutrifft. Prozentual liegt die taz mit 57 Prozent an der Spitze, DER SPIEGEL folgt mit 31 Prozent, die FAZ mit 23 Prozent und die Süddeutsche Zeitung mit 12 Prozent der Artikel. Somit ist die taz hier das Medium, welches das Bild vom „Alter als Last“ am deutlichsten akzentuiert. Andererseits zeigt sich, dass gleichzeitig eindeutige Schuldzuweisungen und Abwertungen größtenteils vermieden werden. Wie die Analyseergebnisse zeigen, werden alte Menschen sowohl als Belastung für Institutionen und Gesellschaft dargestellt, gleichzeitig aber auch als Opfer der aktuellen Situation.

2.5 Krankheit und Behinderung als explizite Medienthemen

Die folgende Analyse fokussiert nun auf die Frage, wie häufig die Printmedien das Thema Alter sowie Behinderung im Alter mit dem Thema Krankheit in

Zusammenhang bringen. In den gesamten Artikeln wird zu 41 Prozent (102 von 246 Beiträgen) über das Thema Krankheit berichtet. In 59 Prozent (n=144) wird das Thema Krankheit nicht thematisiert. Somit zeigt sich das Thema Krankheit als hochrelevantes Einzelthema im Kontext von Alter.

Über welche Krankheitsbilder die untersuchten deutschen Printmedien im Zusammenhang mit alten Menschen genau berichten, wird im nächsten Analyseschritt im Detail betrachtet. Diese Auswertung erfasst alle Formen von Erkrankungen in den 102 betroffenen Artikeln, die Krankheitsbilder thematisieren. In der Kodierphase wurde als erstes die Krankheit kodiert, die den größten inhaltlichen Stellenwert im Artikel einnimmt, da in den Artikeln häufig mehrere Krankheiten erwähnt werden.

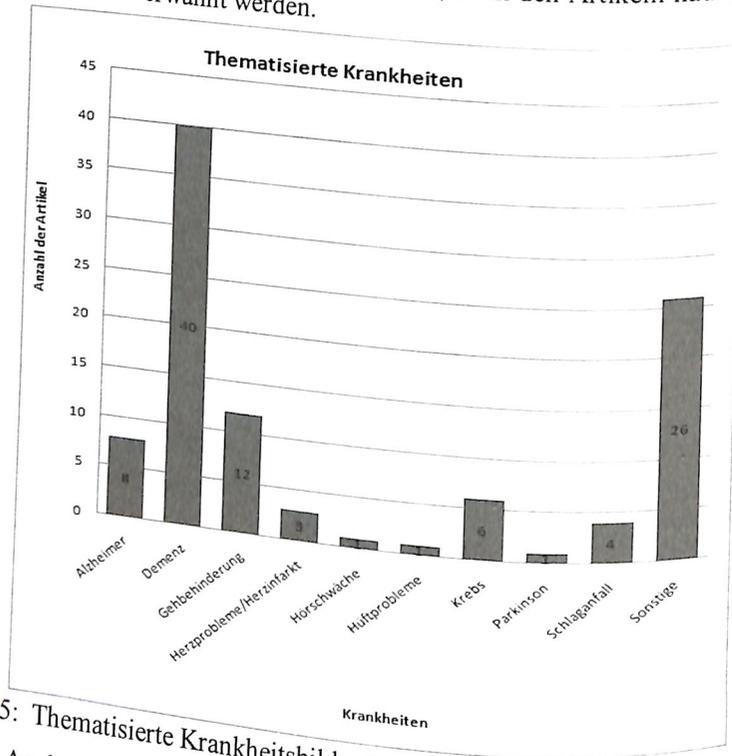


Abb. 5: Thematisierte Krankheitsbilder (n=102)

Diese Analyse zählt die zumeist und zuerst genannten Krankheiten in den 102 betroffenen Artikeln, die Krankheitsbilder thematisieren (Abb. 5). Diese Ergebnisse zeigen, dass die Krankheit „Demenz“ in den gesamten 246 Artikeln als Hauptkrankheit insgesamt in 40 Artikeln an erster Stelle steht. Somit wird Demenz mit Abstand am häufigsten mit alten Menschen sowie Alter und Behinderung im Zusammenhang gebracht.

Die Krankheit, die am zweithäufigsten thematisiert wird, ist die „Gehbehinderung“. Diese wird in zwölf der Artikel thematisiert und an dritter Stelle

wird die Krankheit „Alzheimer“, die eine Art der Krankheit Demenz ist, in den Artikeln an erster Stelle genannt. Als vierthäufigste Krankheit wird „Krebs“ genannt.

Insgesamt ist festzustellen, dass eine inhaltliche Dominanz bei allen Medien auf der Krankheit „Demenz“ liegt. Die Ergebnisse zum Thema Krankheit verdeutlichen also, dass die Printmedien in Deutschland tendenziell die gleichen Krankheitsbilder thematisieren.

3. Alter in den Medien – neue Akzentsetzungen der Printberichterstattung

Aber nicht nur die Frage, ob das Thema *Altern* auf der medialen Tagesordnung steht, sondern wie es präsentiert wird, ist für die Frage nach Altersbildern relevant. Medien werden im Kontext von Altersbildern doppelt wirksam. Einerseits beeinflussen sie durch ihre Agenda-Setting-Funktion die Präsenz, Ausprägung und Konkretisierung von Altersbildern für die breite Menge der jüngeren Generationen im Sinne einer Konstruktion des Fremdbildes vom Alter(n), andererseits hat die ältere Generation aufgrund ihrer individuellen Mediennutzung eine eigene Wahrnehmung dessen, was medial für ihre Altersgruppe relevant wird. Damit werden mediale Bilder nicht nur in Bezug auf ein breites gesellschaftliches Bild vom Altersbild wirksam, sondern beeinflussen auch das Selbstverständnis der älteren Generation (Wangler 2013). Es lassen sich in den letzten Jahren neue mediale Themen nachweisen, die sich als Rahmen zur Kontextualisierung zunehmend herausbilden.

Ein Aspekt, der bereits seit einigen Jahren vermehrt mediale Beachtung findet, ist die Belastung durch innerfamiliäre Pflegesituationen. Hier steht nicht die Institution, sondern die private Pflege im Mittelpunkt. Besonders anschaulich wird dies im nachstehenden Titelbild des SPIEGEL:



Abb. 6: Titelbild „DER SPIEGEL (19/2005)

Das Cover macht in SPIEGEL-üblicher Form ironisch und leicht despektierlich auf ein zentrales gesellschaftliches Thema aufmerksam: die zunehmende Anzahl pflegebedürftiger älterer Menschen. Angesichts der Tatsache, dass der ganz überwiegende Teil der Pflege in den Familien – hier zumeist von den Töchtern – geleistet wird, verwundert diese neue Thematisierung nicht, ganz im Gegenteil. Auffällig dabei ist, dass in solchen Beiträgen Tenor und Perspektive häufig anders gewichtet und häufig die Sympathie auf Seiten der Pflegenden ist. Auch hier wird – teilweise überdeutlich – geschildert, welche problematischen Situationen in der familiären Pflegesituation entstehen können. Unter der Überschrift: „Über Windeln wird geschwiegen. Wer ein Baby pflegt, kann sich der Hilfe seiner Freunde sicher sein. Doch wer seine Eltern pflegt, steht schnell alleine da“, findet sich beispielsweise folgende Schilderung (SZ, 18.01.2014: 2):

„Meine Mutter war wieder einmal nachts herumgeirrt, und Windeln waren jetzt leider auch bei uns ein Thema geworden. Wie die Kinder meiner Freunde musste sie daran gehindert werden, gefährliche Gegenstände in den Mund zu nehmen oder von irgendwo herabzufallen. Und genau wie ein Baby konnte sich meine Mutter mit fortgeschrittener Demenz nicht mehr selbstständig waschen oder baden.“

Die zunehmende Anzahl von älteren Menschen, die zu Hause versorgt wird, dürfte dazu führen, dass diese Thematik einen weiter steigenden Raum in der Berichterstattung einnimmt. Auch wenn die positive Wertung der großen Leistungen solcher Pflegetätigkeiten innerhalb der Familien sicherlich geboten ist,

so wird doch das Bild des Alterns als hinfällig und abhängig auch über solche Berichte weiter verschärft.

4. Fazit

Die Frage, wie häufig und in welcher Form die Medien das Thema der älter werdenden Generation aufgreifen, inhaltlich füllen und mit welchen Bewertungen sie diese versehen, darf als ein wichtiger Baustein der gesellschaftlichen Konstruktion von Alter und Altwerden angesehen werden. Dabei kommt den Medien unfraglich eine wichtige Rolle zu, da sie Themen auf die Agenda setzen (können) und durch spezifische Bewertungsperspektiven positiv oder negativ aufladen.

Lange wurden dabei Krankheiten mit Distanz oder Mitleid geschildert, das defizitäre Alter bestimmte den Diskurs. Dies ist auch heute noch in weiten Teilen zu konstatieren, selbst wenn zunehmend das Bild des überpositiven, jugendlichen und fordernden Alters Einzug in die Berichterstattung gehalten hat. Diese Bilder, das sollte nicht vergessen werden, funktionieren jedoch nur auf der expliziten oder impliziten Vergleichsfläche defizitärer Altersvorstellungen.

Betrachtet man jedoch die Berichterstattung genauer, so zeigt sich in Teilen auch eine neue, respektvolle Haltung und Akzeptanz gegenüber altersbezogenen Krankheiten, insbesondere von Demenz und Alzheimer, als Teil gesellschaftlicher Realität. Beispielhaft sei dafür die Verleihung des Henri-Nannen-Preises an die SPIEGEL-Autorin Katja Thimm im Jahr 2009 genannt. Thimm hatte in ihrem bewegenden Portrait ihres alzheimerkranken Vaters das Thema in einer neuen Form auf die Tagesordnung gebracht und so vielen von dieser Krankheit Betroffenen, ob Erkrankte oder Angehörige, eine Stimme gegeben. Die Vielschichtigkeit und Differenziertheit, mit der Thimm das Schicksal ihres Vaters schilderte, ist allerdings leider nicht die vorherrschende Botschaft ihres Vaters, ist allerdings leider nicht die vorherrschende Botschaft. Hier – so darf angefügt werden – würde man sich häufig eine weitaus pauschale oder bewertende Form der Darstellung in vielen Medien wünschen.

Literatur

- Altenbericht der Bundesregierung (2010): Altersbilder. Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in Deutschland. Berlin.
 Blödnorn, Sascha/Gerhards, Maria (2005): Veränderungen der Medienzuwendung mit dem Älterwerden. Media Perspektiven 6, S. 271–283.

- Bosch, Eva-Maria (1990): Altersbilder in den bundesdeutschen Medien. In: Straka, Gerald A. (Hrsg.): *Aktive Mediennutzung im Alter: Modelle und Erfahrungen aus der Medienarbeit mit älteren Menschen*. Heidelberg: Springer, S. 77–91.
- Brauer, Kai (2010): Ageism: Fakt oder Fiktion? In: Brauer, Kai/Clemens, Wolfgang (Hrsg.) (2010): *Zu alt? „Ageism“ und Altersdiskriminierung auf Arbeitsmärkten*. Wiesbaden: VS Verlag, S. 21–60.
- Dierl, Reinhard (1989): Zwischen Altenpflegeheim und Seniorenstudium. *Alter und Alte als Zeitungsthema*, Schriften des KDA, Reihe Forum (11), Köln.
- Ehmer, Jens/Höffe, Otmar (Hrsg.) (2009): *Bilder des Alterns im Wandel*. Nova Acta Leopoldina. Kohlhammer: Stuttgart.
- Filipp, Sigrun-Heide/Mayer, Anne-Kathrin (1999): *Bilder des Alters. Altersstereotype und die Beziehungen zwischen den Generationen*. Stuttgart.
- Flicker, Eva/Formanek, Nina/Gerstmann, Katja (2013): *Mediale Repräsentationen von Alte/r/n in Bild und Text. Anzeichen für einen allmählichen Paradigmenwechsel*. In: Schwender, Clemens/Hoffmann, Dagmar/Reißmann, Wolfgang (Hrsg.) (2013): *Screening Age. Medienbilder – Stereotype – Altersdiskriminierung*. München: kopaed, S. 23–38.
- Friedrich, Ingrid (2004): *Die Darstellung älterer Menschen in der Fibel (= Kasseler Gerontologische Schriften 31)*, Kassel.
- Galliker, Mark/Klein, Margot (1997): Implizite positive und negative Bewertungen – eine Kontextanalyse der Personkategorien 'Senioren', 'ältere Menschen', 'alte Menschen' und 'Greise' bei Tageszeitungen. In: *Zeitschrift für Gerontopsychologie und -psychiatrie* 10,1, S. 27–41.
- Höffe, Otfried (2013): *In Würde altern*. In: Rentsch, Thomas/Zimmermann, Harm-Peer/Kruse, Andreas (Hrsg.): *Altern in unserer Zeit. Späte Lebensphasen zwischen Vitalität und Endlichkeit*. Frankfurt am Main: Campus, S. 10–26.
- Hüther, Michael/Nägele, Gerhard (Hrsg.): *Demografiapolitik: Herausforderungen und Handlungsfelder*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Kessler, Eva-Marie/Rakoczy, Katrin/Staudinger, Ursula (2003): *How realistic is the portrayal of older people in prime time TV series?* Dresden. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kumlehn, Martina/Kubik, Andreas (Hrsg.) (2012): *Konstrukte gelingenden Alterns*. Merten, Klaus (1994): *Evolution der Kommunikation*. In: Merten, Klaus/Schmidt, Sigfried/Weischenberg, Stefan. (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 141–162.
- McHugh, Kevin E (2003): *Three faces of ageism: society, image and place*. In: *Aging & Society* 23, 2 (2003), S. 165–185.
- Nauland-Bundus, Sabine (2004): *„Generationenbeziehungen zwischen Großeltern und Enkeln im Spiegel der Kinder- und Jugendliteratur*. (Kasseler Gerontologische Schriften 34), Kassel.
- Niederfranke, Annette/Schmitz-Scherzer, Reinhard/Filipp, Sigrun-Heide (1996): *Die Farben des Herbstes. Die vielen Gesichter des Alters heute*. In: Naegele, Gerhard/Niederfranke, Annette (Hrsg.): *Funkkolleg Altern – Studientexte*. Tübingen. S. 4–43.
- Ochel, Jens (2000): *Senioren spielen in den Medien keine Rolle*. *MT-Forschungsbericht*, 10, Nr. 129.
- Röhr-Sendlmeier, Una M./Ueig, Sarah (2004): *Das Altersbild in der Anzeigenwerbung im zeitlichen Wandel*. In: *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie* 37,1, S. 56–62.
- Staudinger, Ursula M. (2003): *Das Alter(n). Gestalterische Verantwortung für den einzelnen und für die Gesellschaft*. In: *ApuZ* B20 (2003), S. 35–42.
- Thimm, Caja (1998): *Die sprachliche Symbolisierung des Alters in der Werbung*. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): *Die unworbene Gesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 113–140.
- Thimm, Caja (2009): *Altersbilder in den Medien*. In: Ehmer, Jens/Höffe, Otmar (Hrsg.), *Bilder des Alterns im Wandel*. Nova Acta Leopoldina. Stuttgart, S. 153–166.
- Thimm, Caja (2012a): *Generationenbilder in den Medien – Konstruktionen, Inszenierungen und sprachliche Repräsentationen*. In: Neuland, Eva (Hrsg.): *Sprache der Generationen*. Reihe „Thema Deutsch, Bd. 12“. Mannheim: Duden-Verlag, S. 310–322.
- Thimm, Caja (2012b): *Erfolgreiches Altern als Leitbild? Neue Altersbilder in den Medien*. In: Kumlehn, Martina/Kubik, Andreas (Hrsg.): *Konstrukte gelingenden Alterns*. Stuttgart: Kohlhammer Verlag, S. 144–157.
- Wangler, Julian (2013): *Mediale Altersbilder und deren einstellungsverändernde Effekte*. In: Schwender, Clemens/Hoffmann, Dagmar/Reißmann, Wolfgang (Hrsg.) (2013): *Screening Age. Medienbilder – Stereotype – Altersdiskriminierung*. München: kopaed, S. 203–218.
- Willems, Herbert/Kautt, York (1999): *Werbung als kulturelles Forum: Das Beispiel der Konstruktion des Alter(n)s*. In: Willems, Herbert (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 565–582.
- Zimmermann, Harm-Peer (2013): *Alters-Coolness – Gefasstheit und Fähigkeit zur Distanzierung*. In: Rentsch, Thomas/Zimmermann, Harm-Peer/Kruse, Andreas (Hrsg.) (2013): *Altern in unserer Zeit. Späte Lebensphasen zwischen Vitalität und Endlichkeit*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, S. 101–124.