

DIGITALES DEUTSCHLAND

Kurzfassung der Expertise zum Zielgruppenbereich *Höheres Lebensalter*

Pädagogische Hochschule Ludwigsburg & Gesellschaft, Altern, Medien e.V.

Das Leben in einer alternden Welt vollzieht sich gleichsam in einer Zeit des rasanten technischen und medialen Wandels. Die zunehmende Digitalisierung des Alltags hat weitreichende Folgen nicht nur für Kindheit, Jugend und das Erwachsenenalter, sondern auch für die Konstitution von Alternswirklichkeiten. Die Fähigkeit, mit der Dynamik medientechnischer Innovationen mitgehen zu können, gilt als juveniler Beweis dafür, mit den Idealen der Zeit im Einklang zu sein. Die „jungen“ Alten erkunden freudig die neue Medienwelt; sie surfen, chatten und twittern. So jedenfalls verkünden es die neuen Leitbilder des Alters. Diese fragen, was leistet das Alter für eine Gesellschaft, die eine hochdynamische Mediengesellschaft ist. Wechseln wir die Perspektive: Was bedeuten Medieninnovationen für das Alter und seine Erfahrungen? Welche Herausforderungen stellen neue digitale Anwendungen an das Lernen und Umlernen im Alter? Um diese Aspekte soll es im Folgenden gehen. Im Text werden die Ergebnisse empirischer Studien zum Zielgruppenbereich des höheren Lebensalters der letzten Jahre zusammengefasst und auf dieser Grundlage Forschungs- und Handlungsbedarfe formuliert.

Das höhere Alter im Kontext der Medienkompetenzforschung

Mit Blick auf die Zielgruppe der Älteren ist festzuhalten, dass diese zwar zunehmende Beachtung findet; die Anzahl der Studien, die sich explizit dem Konnex Alter(n) und Medienkompetenz widmen, ist jedoch nach wie vor überschaubar (Preßmar 2017, S. 430). Dieser Zusammenhang gerät noch sehr temporär, disparat und undifferenziert in den Blick. In der aktuellen Auseinandersetzung mit den möglichen Konsequenzen der Digitalisierung und damit der Notwendigkeit einer Medienkompetenzförderung Älterer dominieren zwei Argumentationslinien. Eine erste Linie hebt die **Exklusionsrisiken** hervor. Wenngleich die digitale Exklusion Älterer noch nicht die Realität sei, wäre die Problematik des Verzichts im

Hinblick auf Verbesserungen der Lebensqualität bereits gegenwärtig offenkundig (Kubicek & Lippa 2017, S.22). Durchaus im Einklang mit dieser Argumentation betont eine zweite Argumentationslinie die **Potenziale in Bezug auf eine gelingende Lebensführung im Alter**. In diesem Zusammenhang werden vor allem die folgenden Möglichkeiten hervorgehoben: *Erweiterte Bewegungsoptionen* (Überwindung räumlicher Grenzen, Erweiterung des körperlichen und geistigen Bewegungsradius), *Erweiterte Begegnungsoptionen* (Soziale Teilhabe, Erweiterung des sozialen Bezugsraums) sowie *Erweiterte Artikulationsoptionen* (Verarbeitung und Artikulation des eigenen Erlebens, Gesellschaftliche Teilhabe, Teilhabe an kulturellen Bestimmungen des Alterns)

Zielgruppenverständnis

Stärker Rechnung getragen wird gegenwärtig der Heterogenität bzw. Binnendiversität und Prozessualität des Alters. Studien konstatieren unisono, dass das Alter in seiner interindividuellen Ausprägung höchst disparat ist. Allerdings spiegelt sich die theoretisch konstatierte Vielschichtigkeit des Alters in der Anlage empirischer Studien ebenso wie in pädagogischen Konzepten noch unzureichend wieder. Folgende Aspekte sollten in der medienkompetenzbezogenen Auseinandersetzung künftig systematisch Berücksichtigung finden:

Entwicklungsspezifische Binnendifferenzierung

In der Diskussion um die Möglichkeiten der Kompetenzförderung finden die Ergebnisse der psychologischen Lernforschung bislang nur unzureichend Beachtung. Damit berührt sind nicht zuletzt Usability-Aspekte, so etwa in Hinblick auf die Spezifika visueller Wahrnehmungsprozesse, die Rezeptionsgeschwindigkeit und die Aufmerksamkeitsfokussierung im Alter (Dinter & Pagel 2014).

Genderspezifische Binnendifferenzierung

Ein weiteres Manko stellt die noch unzureichende Berücksichtigung des Genderaspektes dar. Dieser gewinnt künftig auch an Bedeutung, insofern Frauen im Alter überproportional hoch vertreten sind. Gerade mit Blick auf das soziale Geschlecht werden noch große Differenzen zwischen Männern und Frauen markiert. Es steht jedoch zu erwarten, dass sich diese zunehmend auflösen bzw. die benannte Diversität des Alters auch im Bereich des sozialen Geschlechts wächst.

Sozioökonomische Binnendifferenzierung

Studien (z.B. Thalhammer 2017) zeigen, dass Unterstützungsleistungen im Umgang mit neuen Medienanwendungen insbesondere im familialen Umkreis greifen. Ein solches familiales Anregungs- und Unterstützungsmilieu ist indes nicht selbstverständlich. Mit dem Begriff der Singularisierung wird in der Gerontologie der Tatsache Rechnung getragen, dass gegenwärtig bereits ein zunehmender Anteil Älterer, vor allem in Großstädten allein lebt und über kein oder

nur ein sehr geringes soziales Unterstützungspotenzial verfügt. Auch fehlen Älteren nicht selten die finanziellen Mittel zur Anschaffung entsprechender Geräte. Dies gilt insbesondere für die Bewohner*innen von Wohn- und Pflegeheimen. Perspektivisch bedarf es hier inklusiver Digitalisierungsstrategien bei Älteren, insbesondere in Senioreneinrichtungen.

Kulturelle Binnendifferenzierung

Das Erfordernis einer kulturellen Binnendifferenzierung ist nicht allein mit Blick auf die Flüchtlings- und Zuwanderungsdynamik der vergangenen Jahre in Deutschland und Europa virulent. Die kulturelle Zusammensetzung der Altenbevölkerung verändert sich auch dadurch, dass Ältere mit Migrationshintergrund und Spätaussiedler*innen zunehmend dauerhaft in Deutschland leben. Während die Mediennutzung der bundesdeutschen (Mehrheits-)Gesellschaft kontinuierlich erfasst und abgebildet wird, finden sich für die Migrant*innenminderheiten allein auf den jugendlichen Bevölkerungsanteil fokussierte Fallstudien (vgl. Kübler & Reißmann 2017, S. 4).

Hochaltrigkeit

Charakteristisch für diese Lebensspanne ist eine zunehmende Multimorbidität und Immobilität und damit verbunden eine erhöhte Hilfe- und Pflegebedürftigkeit, die zugleich einen wachsenden Bedarf an – auch an technologischen – Unterstützungssystemen zeitigen. Nach wie vor ist die wissenschaftliche Auseinandersetzung hier jedoch randständig. Die Mehrzahl der Forschungsaktivitäten fokussiert das dritte Lebensalter.

HETEROGENITÄT UND PROZESSUALITÄT DES ALTER(N)S			
Identitätsmerkmale	Biografie	Lebenssituation	Ressourcen
Lebensalter	Generationslagerung	Gesundheitszustand	Soziale Ressourcen
Soziales Geschlecht	Geschlechtsspezifische Sozialisation	Wohnsituation	Ökonomische Ressourcen
Kultureller Hintergrund	Lern-, Berufs- und Medienbiografie	Anforderungen durch Umbruchsituationen	Kulturelle Ressourcen
NOTWENDIGKEIT DER BINNENDIFFERENZIERUNG			
<p>Besonderheiten des Lernens im höheren Alter (Entwicklungspsychologische Binnendifferenzierung)</p> <p>Geschlechtsbezogene Spezifika / Feminisierung des Alters (Genderspezifische Binnendifferenzierung)</p> <p>Soziale und ökonomische Rahmenbedingungen des Lebensalltags (Sozioökonomische Binnendifferenzierung)</p> <p>Ethnische Diversität und Medien-Migrations-Beziehungen (Kulturelle Binnendifferenzierung)</p> <p>Relative Langlebigkeit / Hochaltrigkeit (Lebensalterspezifische Binnendifferenzierung)</p>			

Abb. 1: Diversität des höheren Lebensalters

Fokus der kompetenzbezogenen Auseinandersetzung

Die Notwendigkeit einer Medienkompetenzförderung im höheren Lebensalter und damit der nachberuflichen Lebensphase wird vor allem im Hinblick auf die Möglichkeiten einer **selbstbestimmten und teilhabeorientierten Lebensführung** argumentiert. In diesem Zusammenhang ist die Aufmerksamkeit maßgeblich auf die **Bewältigung des Alltags** gerichtet, welcher angesichts gesundheitlicher, sozialer aber auch finanzieller Einschränkungen ebenso wie biografischen Umbrüchen besondere Anforderungen stellt. Als markante biografische Umbrüche werden angeführt: der Austritt aus dem Erwerbsleben, Verwitmung, Partnerverlust, gesundheitliche Einschränkungen/Pflegebedürftigkeit, soziale Rollenverluste, Umzug in eine institutionelle Pflegeeinrichtung, Älterwerden in Migrationszusammenhängen. Allerdings ist die systematische Erforschung des **Wechselverhältnisses von Lebensumständen und biografischen Umbrüchen sowie den damit verbundenen Lernerfordernissen** noch eine Ausnahme. Diese sollten künftig stärker in den Blick geraten, da Übergangssituationen neue Lernerfordernisse aber auch auch Lernmotivationen in Hinblick auf die Nutzung digitaler Technik bedingen (können).

Theoretische Grundierung und Operationalisierung des Kompetenzbegriffes

Nur selten wird präzise operationalisiert, was konkret unter den geforderten Kompetenzen zu verstehen ist. Auch sind digitale Medien überwiegend aus dem Gesamtensemble der Medien, das von Älteren genutzt wird, extrahiert. Damit werden wichtige Voraussetzungen der Zielgruppe(n) ignoriert – einerseits da die Nutzung digitaler Medien nicht unabhängig von den traditionellen (und gerade von Älteren noch intensiv genutzten) Medien betrachtet werden kann und andererseits, da die Medienkompetenzbiografie (und die damit verbundenen habitualisierten Medienpraxen) bezüglich des Umgangs mit analogen Medien einen entscheidenden Einfluss auf die Ausbildung eines kompetenten Umgangs mit digitalen Medien hat.

Auch finden einschlägige medienpädagogische Kompetenzdefinitionen nur rudimentär Beachtung. Zurückzuführen ist dies nicht zuletzt auf das Fehlen einer kontinuierlichen medienkompetenzbezogenen Auseinandersetzung mit dem höheren Alter. Die wissenschaftliche ebenso wie die praxisbezogene Auseinandersetzung mit dem Thema Alter(n) und Medienkompetenz war lange Zeit eine Domäne der Gerontologie, die nur selten explizit auf medienpädagogische Ansätze rekurriert. Im Kontext der Medienpädagogik wird die Diskussion bislang noch sehr punktuell geführt; vorhandene Studien sind häufig kommunikationswissenschaftlicher Provenienz. Studien, welche Medienkompetenz in Rekurs auf entsprechende Ansätze theoretisieren, sind vor allem im Umfeld akademischer Arbeiten zu finden. Vielfach handelt es sich dabei um Qualifizierungsarbeiten. In diesen Arbeiten wird überwiegend an die Medienkompetenzbestimmung von **Dieter Baacke (1973, 1996)** angeknüpft. Bezug genommen wird ferner auf die Medienkompetenzmodelle von **Norbert Groeben (2006)**, **Helga Theunert (2010)** und **Bernd Schorb (1997, 2009)**, **Stefan Aufenanger (2003, 2008)**, **Newell und Simon (1972)** sowie die Ausführungen von **Ursula Frenzel-Altman (2000)**.

Medienkompetenzanforderungen

Kognitiv-emotionale Dimension: Einstellung, Motivation und Wissen

Eine entscheidende Voraussetzung für die Entwicklung entsprechender Kompetenzen, die nahezu von allen Autor*innen genannt wird, ist die **EINSTELLUNG** (auch „Technikeinstellung“) Älterer gegenüber digitalen Anwendungen. Als Überzeugungen bzw. Gefühle prädisponieren diese die Art und Weise, wie Ältere wertend auf neue Handlungsoptionen mit Medien reagieren und beeinflussen damit zugleich die intrinsische **LERNMOTIVATION** (Gallistl et al. 2018, S. 65). Der kompetente Umgang mit neuen digitalen Anwendungen setzt die Aneignung neuer Medienlogiken und Medienpraxen voraus (Schäffer 2009; Pelizäus-Hoffmeister 2013; Ehlers, Bauknecht & Naegele 2016, S. 19). Er erfordert ein „Um- und Neulernen, was weitere kognitive und motivationale Barrieren bedingen“ kann (Claßen, Oswald, Doh, Kleinemas, Wahl 2014). Damit verbunden ist auch ein Rollenwechsel der Mediennutzung – von klassischen Massenmedien

(Lean-Back-Medien) zu digitalen Medien der Interaktion. Vorhandene Studien zeigen, dass die Haltung vieler Älterer von Ängsten geprägt ist, die es zunächst zu überwinden gilt.

Es ist davon auszugehen, dass diese nicht zuletzt durch verbreitete Alterszuschreibungen (vgl. Hartung 2015) genährt werden. In Unterhaltungskontexten werden die medienbezogenen Ängste und Unsicherheiten Älterer nicht selten hyperstilisiert, das Verhältnis Technik und Alter als komischer Widerspruch aufgeführt. Aber auch in wissenschaftlichen Kontexten finden sich derartige Zuschreibungen, wie der häufig unreflektierte Gebrauch der Einwanderungsmetapher (*digital natives* und der *digital immigrants* von Marc Prensky) zeigt. Eine Einstellungsänderung gegenüber digitalen Anwendungen setzt neben entsprechenden Selbstwirksamkeitserfahrungen ein **WISSEN** über den mit diesem verbundenen Nutzen für die/den Einzelnen voraus. Viele Ältere sehen ihre Bedürfnisse mit den vertrauten analogen Medien noch hinreichend befriedigt. Unabdingbar sind überdies **Funktionswissen über Fachbegriffe und Anwendungen**. Eine Befragung von Volkshochschul-Dozent*innen (Barczik 2018) hat gezeigt, dass eine erste Hürde bereits die Wahl der Terminologie ist. Gängige Anwendungsbegriffe wie Browser, QR-Code und App-Store seien den Kursteilnehmer*innen häufig unvertraut und führten dazu, dass bestimmte Anwendungen erst gar nicht nachgefragt werden. Von Bedeutung sind zudem **Struktur- und Orientierungswissen über rechtliche, wirtschaftliche und politische Kontexte des Internets**, insbesondere über Möglichkeiten der Datensicherheit und des Datenschutzes. Die mediale Berichterstattung über die Risiken und Gefahren, die mit der Digitalisierung verbunden sein können, sind gerade Älteren ausgesprochen präsent.

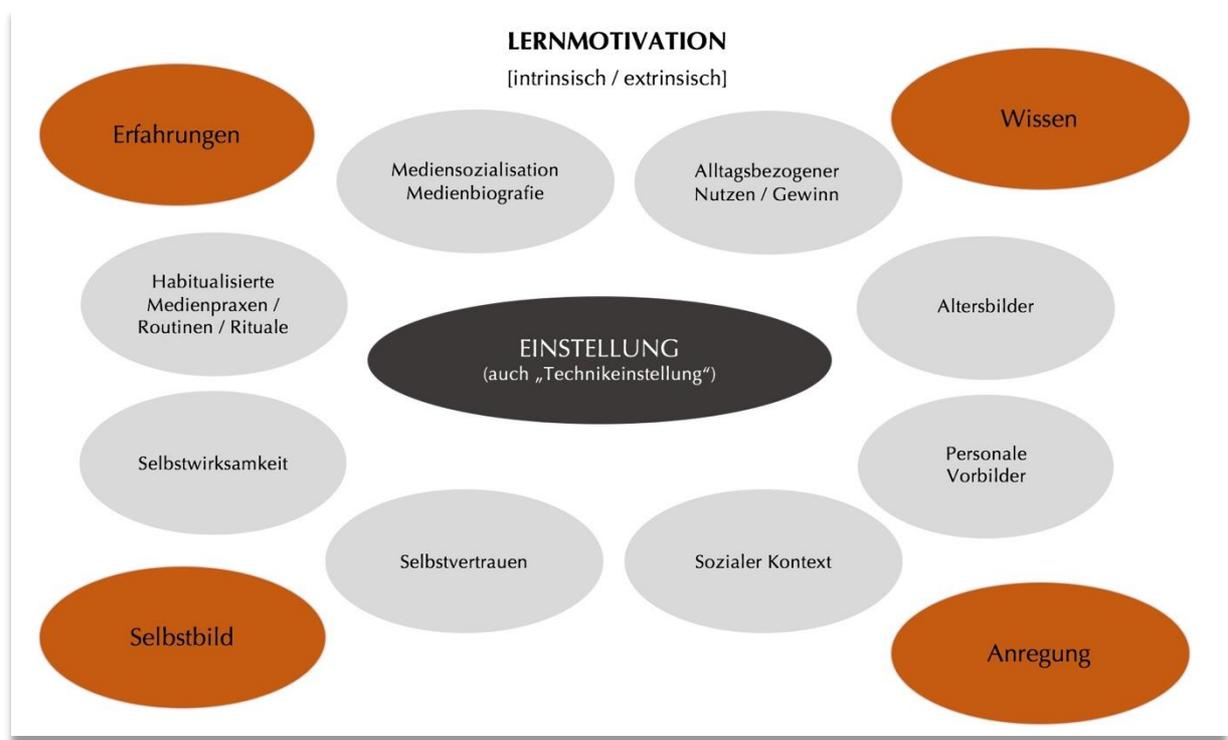


Abb. 2: Faktoren, die sich auf die technikbezogene Einstellung auswirken

Reflexive Dimension: Selbst-Welt-Bezug

Auf einer reflexiven Ebene wird vor allem der besondere Stellenwert biografischer Arbeit im Alter thematisiert. Die je individuelle Medienbiografie ist ein tragendes Fundament der Selbst-Welt-Positionierung im höheren Alter. Ältere Menschen treten nicht wie Kinder und Jugendliche unbefangen in die neuen Medienwelten ein; sie haben mit Medien eine eigene Geschichte, die unlösbar mit ihrer Lebensgeschichte verwoben ist. Die Dynamik medialer Entwicklungen, die fortwährende Beschleunigung von Produktzyklen und die ununterbrochene Konfrontation mit neuen Innovationen bergen immer auch die Gefahr einer Entwertung dieser Geschichte in sich. Hier sind Ältere gefordert, das Neue mit ihrer bisherigen Technik- bzw. Lernbiographie in einen für sie konsistenten Sinnzusammenhang zu bringen. Die Akzeptanz und Nutzung von sowie das Interesse an (neuen) Technologien sind entscheidend von biographischen Erfahrungen und lebenslangen Gewohnheiten abhängig. Eine solche **biografische Kompetenz** bezieht ihre Relevanz aber auch aus dem Stellenwert von Sinn- und Identitätsbildungsprozessen im Alter. Mit dem Alter(n) entsteht zunehmend eine Lebensphase der Erkundung neuer Möglichkeiten und Lebensweisen. Gerade im digitalen Raum kommen Ältere mit alternativen Lebensentwürfen in Berührung. Eine reflexive Haltung gegenüber Medien ist schließlich auch der **Fähigkeit der Medienkritik** vorausgesetzt. Sie ermöglicht es, die eigene Position (Annahme wie Rückweisung digitaler Offerten) diskursiv zu vertreten und zu begründen (Schorb 2009).

Handlungspraktische Dimension: Mediennutzung, -gestaltung und -partizipation

Der Erwerb **INSTRUMENTELL-QUALIFIKATORISCHER FERTIGKEITEN**, die dem Umgang mit digitalen Medien als Techniken vorausgesetzt sind, wird in allen Auseinandersetzungen betont. Die Notwendigkeit einer **Selektions- und Informationskompetenz** sei einerseits angesichts der für das Alter charakteristischen lexikalischen Mediennutzung gefordert und andererseits mit Blick auf das Gesundheitsverhalten Älterer. **Gesundheitsbezogene Informationskompetenzen (health information literacy)** sollen helfen, den je individuellen Bedarf an gesundheitsbezogenen Informationen zu erkennen, die benötigten Informationen zu erschließen, zu bewerten und hieraus Schlussfolgerungen für das eigene gesundheitsbezogene Handeln abzuleiten. Gerade für das höhere Lebensalter werden **Fähigkeiten zur Alltags- und Lebensbewältigung** als zentral angesehen. Medien sollten gezielt zur Bewältigung des Alltags genutzt werden. Genannt wird überdies der Stellenwert **medialer Genussfähigkeit** (Preßmar 2017, S. 177). So weisen viele Studien darauf hin, dass bei Älteren im Unterschied zu Jüngeren eine eher zweckgebundene und weniger unterhaltungsbezogene Nutzung (etwa in Form des Spielens) digitaler Medien charakteristisch ist. Seltener genannt wird die **Beherrschung gestalterischer Möglichkeiten** im Sinne der Entwicklung der eigenen Fähigkeiten, sich kreativ zu artikulieren (Schorb 2009, Kruse 2012). Dies ist ein Manko, insofern gerade der kreative Umgang mit Medien neue Chancen der Teilhabe an kulturellen Bestimmungen des Alterns, aber auch der Verarbeitung und Artikulation des eigenen Erlebens ermöglichen kann. Im Alter entstehen neue Möglichkeiten und Perspektiven für ein kreatives Schaffen. Ohne den beruflichen

Erfolgsdruck könnten es Ältere eher wagen, unkonventionelle Wege zu beschreiten und sich auszuprobieren. Eingebettet in intersubjektive Handlungspraxen kann die kreative Artikulation zudem einen Austausch und eine Verständigung über lebensrelevante Themen ermöglichen. Dem kreativen Aspekt des Umgangs mit (auch digitalen) Medien widmen sich bislang vordergründig Vertreter*innen der Kulturpädagogik (hier exponiert: das Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion, kuba). Obgleich **Soziale Teilhabe und gesellschaftliche Mitbestimmung** in nahezu allen Studien als zentrale Zielperspektive gelten, werden diese Möglichkeiten für das höhere Erwachsenenalter noch unzureichend diskutiert (Bessinger & Trekster 2013, S.14). Thematisiert wird in der Regel, wovon Ältere profitieren, da sie digitale Offerten in Gebrauch nehmen. Welcher Gewinn damit für die Gesellschaft im Ganzen wie auch in ihren Teilbereichen verbunden ist, bleibt überwiegend offen. Eine solche Engführung ist nicht nur problematisch, insofern sich die Alterung der Gesellschaft in der Altersstruktur der Wahlberechtigten zeitigt. Nach wie vor fristet das Thema „Politische Bildung und Alter“ ein Schattendasein. Dabei sind Ältere nicht nur als Klientel und Adressaten politischer Interventionen zu verstehen. Viele Ältere haben das Bedürfnis, sich im Ruhestand zu engagieren und einzubringen. Und schließlich offenbart sich der Stellenwert medialer Teilhabe im Alter mit Blick auf kurante Alterskonstruktionen. Wenn wir davon ausgehen, dass Alter(n)swirklichkeiten von Medien beeinflusst und durch Altersbilder konstituiert sind, so ist es entscheidend, inwieweit ältere Menschen von ihrem Standpunkt aus medial präsent sind und damit ein medienvermitteltes Gespräch und ein Verständnis ihrer Situation in öffentlicher Auseinandersetzung um Alter(n) ermöglicht wird.

Literatur

Baacke, D. (1973): Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München: Juventa.

Barczik, K. (2018): Formale Lernsettings zur Stärkung der digitalen Medienkompetenz bei Älteren. Impulse für eine zielgruppengerechte Bildungsarbeit im ländlichen Raum. In: Kuttner, C. & Schwender, C. (Hrsg.): Mediale Lehr-Lern-Kulturen im höheren Erwachsenenalter. München: kopaed, S. 181-199.

Berner, F.; Rossow, J. & Kruse, A. (2012): Kreativität in einer Gesellschaft des langen Lernens – individuelle und gesellschaftliche Entwicklung aus der Perspektive des Sechsten Altenberichts der Bundesregierung. In: Kruse, A. (Hrsg.): Kreativität und Medien im Alter. Heidelberg: Universitätsverlag, S. 53-73.

Dinter, B. & Pagel, S. (2014): Einblicke in den Rezeptionsprozess jüngerer und älterer Onliner auf Produktwebsites mittels Eyetracking. In: Medien & Altern, Zeitschrift für Forschung und Praxis, 4/2014.

Ehlers, A., Bauknecht, J. & Naegele, G. (2016): Abschlussbericht zur Vorstudie „Weiterbildung zur Stärkung digitaler Kompetenz älterer Menschen“. Forschungsgesellschaft für Gerontologie e.V./Institut für Gerontologie an der TU Dortmund, Dortmund.

Frenzel-Altmann, U. (2000): Einführung ins Internet für Menschen in der dritten Lebensphase. In: Erkert, T.; Frenzel-Altmann, U. & Kühnert, S.: Aktives Altern: Neue Chancen. Berlin, S. 11-119.

Friebe, J.; Gebrande, J.; Gnahn, D.; Knauber, C.; Schmidt-Hertha, B.; Setzer, B.; Tippelt, R.; Weiß, C. (2017): Competencies in Later Life (CiLL) – Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC), Germany. GESIS Datenarchiv, Köln.

Gallistl, V.; Parisot, V.; Dobner, S.; Mayer, T. & Kolland, F. (2018): Digital Literacy im Alter – Bildung im Alter und neue Technologien. In: Kuttner, C. & Schwender, C. (Hrsg.): Mediale Lehr-Lern-Kulturen im höheren Erwachsenenalter. München: kopaed, S. 61-78.

Gehrke, B. (2008): Ältere Menschen und neue Medien. Entwicklungschancen für künftige Medienprojekte für Frauen und Männer mit Lebenserfahrung in Nordrhein-Westfalen. Marl.

Groebe, N. (2006): Dimensionen der Medienkompetenz: Deskriptive und normative Aspekte. In Groebe, N. & Hurrelmann, B. (Hrsg.): Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen. Weinheim, München: Juventa, S. 160-197.

Hartung, A. (2015): Alter(n)wirklichkeiten und Medienwandel oder warum die Rede von den Digitalen Immigrant(en) in die Irre führt. In Zimmermann, H. (Hrsg.): Kulturen des Alter(n)s. Interdisziplinäre Perspektiven. Frankfurt am Main: Campus-Verlag, S. 113-132.

Hartung, A.; Schorb, B.; Küllertz, D. & Reißmann, W. (Hrsg.) (2009): Alter(n) und Medien. Theoretische und empirische Annäherungen an ein Forschungs- und Praxisfeld. Berlin.

Hepp, A.; Berg, M. & Roitsch, C. (2015): Mediengeneration als Prozess: Die medien-generationelle Selbstpositionierung älterer Menschen. Medien & Altern, 2015 (6), S. 19-33.

Karl, U. (2013): Alter(n) als Übergangsprozess. In: Schröder, W.; Stauber, B.; Walther, A.; Böhnisch, L.; Lenz, K. & Karl, U. (Hrsg.): Handbuch Übergänge (S. 415-429). Weinheim/Basel: Beltz Juventa.

Kienzler, R., & Bejan, A. (2018): Wie Technik dementen Menschen bei der Erinnerung hilft. SocietyByte: Wissenschaftsmagazin des BFH-Zentrums Digital Society 04/18. Online: <https://opus.hsfurtwangen.de/frontdoor/index/index/docId/3622>.

Klein, L. (2016): Formale Lernsettings zur Stärkung der digitalen Medienkompetenz bei Älteren. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Dokumentation des Fachgesprächs „Digitale Kompetenz älterer Menschen“ am 21. Januar 2016 in Frankfurt am Main.

Kruse, A. (Hrsg.): Kreativität und Medien im Alter. Heidelberg: Universitätsverlag.

Kubicek, H. & Lippa, B. (2017): Nutzung und Nutzen des Internets im Alter. Empirische Befunde zur Alterslücke und Empfehlungen für eine responsive Digitalisierungspolitik. Leipzig: Vistas.

Kübler, H.-D. & Reißmann, W. (2017): Editorial. In: Medien & Altern. Zeitschrift für Forschung und Praxis. 11/17. Thema: Ältere Migrant/-innen und Medien, S. 3-6.

Kullmann, H.-M., & Seidel, E. (2005): Lernen und Gedächtnis im Erwachsenenalter. Bielfeld: Bertelsmann-Verlag.

Künemund, H.; Fachinger, U. (Hrsg.) (2018): Alter und Technik. Sozialwissenschaftliche Befunde und Perspektiven. Wiesbaden: VS.

Kunze, C. (2017): Using multimedia information and communication technology (ICT) to provide added value to reminiscence therapy for people with dementia: Lessons learned from three field studies. Zeitschrift für Gerontologie + Geriatrie, 51(1), S. 9-15.

Lehr, U.; Schmitz-Scherzer, R.; Quandt, E. (1979): Weiterbildung im höheren Erwachsenenalter: Eine empirische Studie zur Frage der Lernbereitschaft älterer Menschen. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.

Lehr, U. (1977): Der ältere Mensch und das Fernsehen. In: Schmitz-Scherzer, R. (Hrsg.): Praxis der Sozialpsychologie. Band 7: Aktuelle Beiträge zur Freizeitforschung. Darmstadt: Steinkopff, S. 130-136.

Marquardt, M. (2016): Internetnutzung weiterbildungsinteressierter Älterer als Kompetenzentwicklung. Eine Fallstudie zum Zusammenhang von Internetnutzung, lebenslangem Lernen und aktivem Alter(n) im Kontext des „Virtuellen und realem Lern- und Kompetenznetzwerkes älterer Erwachsener (ViLE) e.V. Ulm:

Klemm & Oelschläger.

Mecking, M. (2013): Medienkompetenzförderung der Generation 50plus. Praxisorientierte Handlungsempfehlungen zur optimalen Gestaltung von Lernarrangements für Senioren zum gekonnten Medienumgang. Bachelorarbeit. Norderstedt: GRIN.

Moser, H. (2013): Seniorinnen und Senioren – die unbeholfenen „digitalen Immigranten?“ In: Bengesser, C. & Tekster, T. (Hrsg.): Senioren im Web 2.0. – Beiträge zu Nutzung und Nutzen von Social Media im Alter. München: kopaed, S. 19-30.

Ottens, J. (2014): Senioren und Mediennutzung. Wie entwickelt sich Medienkompetenz und wie kann man sie fördern? Studienarbeit. Norderstedt: GRIN.

Pasero, U. (2007): Altern: Zur Individualisierung eines demografischen Phänomens. In: Pasero, U.; Backes, G.M. & Schroeter, K.R. (Hrsg.): Altern in Gesellschaft. Ageing – Diversity – Inclusion.

Pelizäus-Hoffmeister, H. (2013): Zur Bedeutung von Technik im Alltag Älterer. Theorie und Empirie aus soziologischer Perspektive. Wiesbaden: VS.

Pietraß, M. (2015): Medien, in: Dinkelaker, J.; von Hippel, A. (Hrsg.): Erwachsenenbildung in Grundbegriffen, Stuttgart, S. 150-157.

Preßmar, F. (2017): Silver Surfer – Förderung von Medienkompetenz von Senioren. Weinheim, Basel: Beltz, Juventa.

Röser, J. (Hrsg.) (2017): Silversurfer 70plus. München: kopaed.

Schorb, B. (2009): Erfahren und neugierig – Medienkompetenz und höheres Lebensalter. In: Schorb, B.; Hartung, A. & Reißmann, W. (2009) (Hrsg.): Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis. Wiesbaden, S. 319-337.

Schorb, B. (1997): Medienkompetenz durch Medienpädagogik. In: Weßler, H.; Matzen, C.; Jarren, O. & Hasebrink, U. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 275-285.

Schmidt-Hertha, B. & Rott, K. J. (2014): Schmidt-Hertha, B., & Rott, K. J. (2014): Problemlösen im Internet: Theoretische und methodische Verortung eines neuen (?) Konzepts. Report, 37(3), S. 38-49.

Schwarz, Jörg (2018): Alter, Zeit und Bildung. In: Kuttner, C. & Schwender, C. (Hrsg.): Mediale Lehr-Lern-Kulturen im höheren Erwachsenenalter. München: kopaed, S. 23-39.

Tesch-Römer, C.; Weber, C. & Webel, H. (2016): Nutzung des Internets durch Menschen in der zweiten Lebenshälfte. Berlin.

Thalhammer, V. (2017): Medienkompetenzerwerb intergenerationell. München: kopaed.

Theunert, H. & Schorb, B. (2010): Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft. In M. Hartmann & A. Hepp (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 243-254.

Thimm, Claudia (2013): Digitale Gleichberechtigung der Generationen – Altern in einer mediatisierten Gesellschaft. In: Hüther, M. & Naegele, G. (Hrsg.): Demografiepolitik. Herausforderungen und Handlungsfelder. Wiesbaden, S. 326-343.

Wolf, F.; Sandner, P.; Welp, I. M. (2014): Why do responses to age-based marketing stimuli differ? The influence of retirees' group identification and changing consumption patterns. In: Psychology and Marketing 31, 10/2014, S. 914-931.

Zabal, A.; Martin, S.; Klaukien, A.; Rammstedt, B.; Baumert, J. & Klieme, E. (2013): Grundlegende Kompetenzen der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland im internationalen Vergleich. In: Rammstedt, B. (Hrsg.): Grundlegende Kompetenzen Erwachsener im internationalen Vergleich. Ergebnisse von PIAAC 2012. Münster/ New York, S. 31–76

Zimmermann, H. (2011): Alters-Ratgeber und Alters-Avantgarden. Populäre Aspekte differentiellen Alterns. In: Schürmann, T.; Geuther, M.; Thaut, L. (Hrsg.): Alt und Jung. Vom Älterwerden in Geschichte und Zukunft. Lüneburg: Förderverein d. Freilichtmuseums am Kiekeberg, S. 383-390.