Zeitschrift: Fachblatt für schweizerisches Heim- und Anstaltswesen = Revue suisse des établissements hospitaliers

Herausgeber: Verein für Schweizerisches Heim- und Anstaltswesen

Band: 47 (1976)

Heft: 9

Artikel: "Winterthurer"-Modell. 4. Folge

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-806723

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

«Winterthurer»-Modell

4. Folge

Vorwort der Redaktion

Bereits in den Nummern 8/75, 9/75 und 2/76 wurden im VSA-Fachblatt Auszüge aus dem nun schon weitbekannten «Winterthurer»-Modell veröffentlicht. Es ist für die Fachblattredaktion nicht eine Verlegenheitslösung, wenn sie immer wieder auf diese umfassende Dokumentation zurückgreift. Aus Ueberzeugung, dass diese Informationen und Anregungen vielen Altersheimleitern und Interessenten verschiedenster Kreise wertvolle Dienste leisten können, werden auch in den nächsten Fachblattnummern immer wieder Auszüge aus dieser Dokumentation erscheinen.

Der Herausgeber dieser Dokumentation ist: Winterthur-Versicherungen, General-Guisan-Strasse 40, 8401 Winterthur. Es ist dieser Versicherungsgesellschaft gelungen, im Rahmen des 100-Jahr-Jubiläums einen echten Beitrag an die Weiterentwicklung im Sektor «Alter» zu leisten. Keine Reklamen für die Firma, keine Galerie von Direktionsköpfen oder gegenseitigen Beglückwünschungen sind darin zu finden, sondern nur sachbezogene Hinweise, Ueberlegungen, Informationen und Anregungen.

Die heutige Teilpublikation bezieht sich auf die «Motivation der Gesellschaft zur Integration der Nicht-mehr-Erwerbstätigen». Das Integrationsproblem kann eindeutig als Schwerpunkt dieser Dokumentation angesehen werden. Die kurze, aber klare Begriffsklärung im nachstehenden Text zeigt uns, was die Verfasser unter «Integration» verstehen.

In einem gewissen Sinne ist aber gerade dieses Kapitel nicht sehr altersspezifischer Natur, da die psychologischen und sozialpsychologischen Ueberlegungen und Thesen mehr oder weniger für alle sogenannten «Randgruppen» Gültigkeit haben, mindestens was ihr gesellschaftlicher Status und ihr Eigenleben betrifft. Mit anderen Worten, die im Bericht erwähnte psycho-soziale Distanz besteht immer zwischen der Gesellschaft und einer Randgruppe; nur die Form der akzeptierenden Haltung, des Wohlwollens und des Verständnisses kann je nach Situation verschiedenste positive oder negative Merkmale aufweisen. Auch die in diesem Kapitel angeführten Beispiele und theoretischen Untermauerungen zeigen die Allgemeingültigkeit vieler dieser Aussagen.

Eigentlich sind wir sehr froh über die in diesem Bereich vorliegenden Allgemeingültigkeiten. Viele schwerwiegende Probleme stellen sich in sehr ähnlicher Form den Jugend- als auch den Altersheimen und könnten somit gemeinsam bearbeitet werden!

Motivation der Gesellschaft zur Integration der Nicht-mehr-Erwerbstätigen

Die Aufgabe

Integration ist das Hauptanliegen des «Winterthur»-Modells.

In der «Plattform zur Arbeit des Experten-Gremiums» (siehe Kapitel B) ist umschrieben, wie der Begriff «Integration» gedeutet wird.

Die vorliegende Studie untersucht, was unternommen werden kann, um eine Gemeinschaft für den Gedanken der Integration zu gewinnen und sie zu aktiver Teilnahme zu motivieren.

Der Arbeitsgruppe «Motivation» waren u. a. folgende Fragen gestellt: Welche Verhaltensweisen sind der Integration förderlich, welche nicht? Welche Gruppen sind vor allem anzusprechen? Wie ist dabei vorzugehen?

Die ersten Ergebnisse dieser Studie wurden den Experten und Leitern der Arbeitsgruppen in Form eines Arbeitspapiers zugestellt — und dienten ihnen während ihrer Arbeit als Orientierungshilfe.

Begriffserklärung

Mit *Integration* (lat. integer = unversehrt, ganz) wird allgemein der Prozess der *Ganzheitsbildung* bezeichnet. Medizinische, aber auch Sozialwissenschaften, verstehen darunter den Vorgang, wie sich ein vielzelliges System zu einer *optimal funktionsfähigen Einheit* zusammenschliesst. Mangelnde Integration bedeutet, ausgehend von der Wortbedeutung, einen Defekt des Systems. In diesem Zusammenhang wird die neuzeitliche Gesellschaft oft als desintegriert bezeichnet.

Als *Motivation* (lat. movere = bewegen) wird in der Psychologie der Beweggrund oder Motor definiert, der die Individuen antreibt, etwas zu tun (oder etwas zu unterlassen). Der Sozialisierungsprozess kann als Motivierungsvorgang beschrieben werden, worin die Individuen von der Gesellschaft ständig für das Lernen und Akzeptieren neuer sozialer, das heisst gemeinschaftsfördender Verhaltensweisen motiviert und gewonnen werden.

Motivation zur Integration ist dementsprechend zu verstehen als Gewinnung der Individuen für das Ziel, aus der sozialen Beziehungslosigkeit oder aus dem sozialen Nebeneinander ein *soziales Miteinander* werden zu lassen. Im vorliegenden Fall beinhaltet Motivation zur Integration also die Aufforderung an die Gesellschaft, die Alten nicht als Fremd-, sondern als Wir-Gruppe zu erleben und entsprechend zu agieren und zu reagieren.

Die Alten als psycho-sozial distanzierte Gruppe

Mehrere wissenschaftliche Untersuchungen bestätigen die tägliche Erfahrung: Unsere Gesellschaft begegnet dem älteren Menschen mit erheblichen Vorbehalten. Aufgrund stereotyper Vorstellungen ist man zum vornherein geneigt, mit dem Alter einen Abfall der Leistungsfähigkeit als sicher anzunehmen. Man spricht dem älteren Menschen, besonders dem über 65jährigen, Initiative, Aktivität, Ideenreichtum usw. ab. Man hält ihn für nicht mehr «dynamisch», für hilflos, schwerfällig, anspruchslos und zweifelt an seiner sozialen Kontaktfähigkeit. Das bedeutet, dass in unserer Gesellschaft, im Gegensatz zu vielen anderen Kulturkreisen, eine negative Sicht der Altersveränderung vorherrschend ist; Altern wird beinahe als «pathologischer» Vorgang, als Prozess des Abstiegs, des Abbaus und des Verlusts von Fähigkeiten empfunden. Etwaige positive Feststellungen, zum Beispiel eine zunehmende Verantwortlichkeit, Erfahrung und Weisheit werden vorschnell als Passivität, Desinteresse, als Mangel an Affektivität oder als Ausdruck einer beginnenden Verbitterung umgedeutet.

Solche Ergebnisse machen deutlich, dass heute vor allem die jüngeren und mittleren Jahrgänge im Mittelpunkt des Erlebens stehen. Dadurch erfährt die ganze Gesellschaft eine Ausrichtung auf die Erfordernisse und Bedürfnisse nur dieser Gruppe, und die älteren Menschen bilden durch die vorurteilshafte Betonung der Andersartigkeit eine Rand- oder Fremdgruppe, zu der eine beträchtliche *psycho-soziale Distanz besteht.* Diese Distanz erschwert einerseits das gegenseitige Verständnis und die Verständigung und führt anderseits zu einem gewissen Rollenzwang; das heisst, die Alten lernen sich so zu verhalten, wie es die Gesellschaft von ihnen erwartet.

Auf das Zustandekommen dieser psycho-sozialen Distanz in unserer und anderen Industriegesellschaften kann hier nicht weiter eingegangen werden. Es soll nur darauf hingewiesen werden, dass sich im Verlauf des Uebergangs von der Kindheit zum Jugend- und zum Erwachsenenalter eine Veränderung in der Einstellung gegenüber den älteren Menschen zu vollziehen scheint. Spielt beispielsweise das Kind anfänglich noch genau so gern mit den Grosseltern wie mit anderen Kindern, so vergrössert sich die soziale Distanz zu den alten Menschen mit dem Eintritt in die Schule und besonders mit dem Eintritt in das Erwerbsleben zunehmend. Ob dies als Resultat einer Fehlerziehung der Jugendlichen zu werten ist? In diesem Zusammenhang ist nämlich anzumerken, dass zum Beispiel wohlmeinende und zur ständigen Rücksichtnahme gegenüber älteren Leuten auffordernde Mahnungen der Eltern oder die zahlreichen, dasselbe erzieherische Ziel verfolgenden, besonders die Hilfsbedürftigkeit herausstellenden Schilderungen *alter Menschen in den Schullesebüchern* zur Aufrechterhaltung und Reproduktion solcher verallgemeinernden, negativen Vorurteile gegenüber den alten Menschen beitragen.

Mit psycho-sozialer Distanz wird allgemein der Grad des zwischen zwei Gruppen bestehenden Sympathieverhältnisses bezeichnet. Dieses *Sympathieverhältnis,* das heisst das zu einem Wir-Erlebnis führende Gefühl der inneren Verbundenheit und Zugehörigkeit, bestimmt, in welchem Ausmass die Angehörigen verschiedener Gruppen sich einander zu nähern, miteinander in Kommunikation und Interaktion zu treten oder sich voneinander fernzuhalten suchen. Diese Feststellung macht deutlich, dass Sympathieverhältnisse die grundlegeden und entscheidenden Faktoren für die Integration von Bevölkerungsgruppen darstellen. Die Möglichkeiten der Veränderung und Beeinflussung solcher Sympathieverhältnisse sollen deshalb etwas näher untersucht werden.

Der Zusammenhang zwischen Kontakt, Sympathie und Aktivität

Zunächst ein demonstratives Beispiel aus der Sozialpsychologie: In einer Skihütte treffen sich sechs Sportler, die einander vorher niemals gesehen haben. Mit der Zeit entspinnt sich ein Gespräch, in dessen Verlauf sich die sechs Personen menschlich näher kommen. Mit einem Male verschüttet eine Lawine alle Ausgänge. Dieses Ereignis zwingt die bisher noch locker gebundene Gruppe zu einem festeren Zusammenschluss und zu planmässiger Aktivität. In deren Verlauf steigert sich die Intensität des wechselseitigen Kontakts einerseits und damit auch das Gefühl der inneren Verbundenheit oder Sympathie zwischen den Gruppenmitgliedern andrerseits, das heisst, die Integration der Gruppe nimmt zu und die soziale Distanz zwischen den einzelnen Gruppenmitgliedern verringert sich. Diese zwar hypothetische, aber nicht lebensunwirkliche Situation erlaubt die Unterscheidung von hier miteinander zusammenhängenden variablen Faktoren:

— Die Intensität (Häufigkeit, Stärke) des Kontakts zwischen den Gruppenmitgliedern.

— Die sich zwischen den Gruppenmitgliedern entwickelnde Sympathie.

— Die Aktivität der Gruppe.

— Die Produktivität oder Leistung, die von der Gruppe im Rahmen ihres Lebensbereichs gefordert wird.

Aufgrund der sozialpsychologischen Forschungsarbeit sassen sich dazu *(nach P. R. Hofstätter)* die folgenden, sowohl für Klein- als auch Grossgruppen geltenden Theoreme aufstellen:

— Die zwischen den Gruppenmitgliedern bestehende oder sich einstellende Sympathie nimmt mit

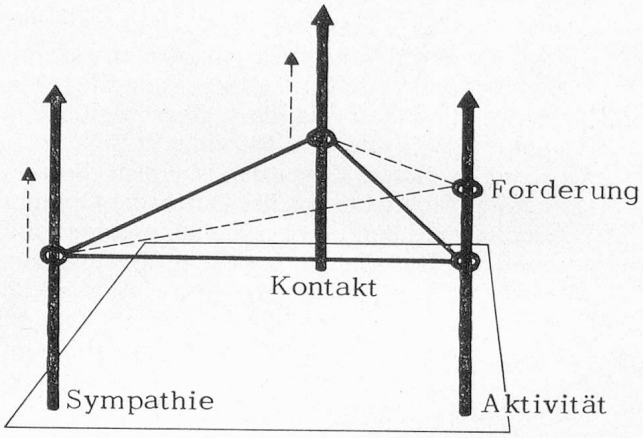
der Intensität des Kontakts zu. Sie nimmt auch mit dem Betrag der Aktivität zu.

— Die Sympathiebindung zwischen den Gruppenmitgliedern verstärkt sich, sofern der zwischen diesen bestehende Kontakt grösser ist, als er der zu Anfang bestehenden Sympathie entspräche. Das heisst, es erfolgt eine Anpassung des Sympathieniveaus an die Kontaktgrösse. Ist der Kontakt geringer, so nimmt die Sympathie ab.

— Die Aktivität der Gruppe nimmt zu, wenn das Sympathieniveau grösser ist als das für die Aktivität der Gruppe erforderliche Niveau. Die Aktivität der Gruppe nimmt auch zu, wenn die von der Gruppe geforderte Leistung oder Produktivität (Ausschaufelungsarbeit) grösser ist als die bisher vorhandene Aktivität.

Aus diesen Feststellungen lässt sich das Bestehen eines selbstregulierenden Systems ableiten. Die Faktoren dieses Systems, nämlich Sympathie, Kontakt und Aktivität, beeinflussen sich wechselseitig und streben nach einem ständigen Gleichgewichtszustand. Dies lässt sich im folgenden Modell darstellen:

Die *Gleichgewichtsregulation* von Sympathie, Kontakt und Aktivität:



Zunächst befindet sich die (im Skihütten-Beispiel) durch die Variablen Sympathie, Kontakt und Aktivität definierte Gruppe in einem Gleichgewichtszustand. Erhöht sich nun von aussen die Forderung nach Leistung (durch den Lawinenniedergang), so führt dies zu einer verstärkten Aktivität der Gruppe. Damit einher geht eine Erhöhung der Kontaktintensität und des Sympathieniveaus. Wenn umgekehrt die von aussen gestellte Forderung an eine Gruppe auf Null absinkt, das heisst, wenn von einer Gruppe nichts erwartet und nichts verlangt wird, so tendieren auch die beiden anderen Variablen gegen Null, und die Gruppe verliert ihren inneren Zusammenhalt. Wissenschaftlich untersucht wurden solche Desintegrationserscheinungen zum Beispiel bei den Arbeitslosen von Marienthal während der dreissiger Jahre.

Der in seiner Wirkung hier zuerst beschriebene Faktor Aktivität und die an eine Gruppe gestellte Leistungsanforderung ist aber nicht der zentrale Punkt des Systems, das heisst nicht der alleinige Faktor, wodurch im System Niveauveränderung hervorgerufen werden können.

Auch die Intensivierung des Kontakts zieht eine Erhöhung des Sympathieniveaus und der Aktivität nach sich. Das heisst Personen, die häufig miteinander in Kontakt und Interaktion stehen, tendieren dazu, einander zu mögen und gemeinsame Aktionen zu unternehmen. Ist beispielsweise die von der Gruppe geforderte Leistung oder Produktivität geringer als die Höhe des Kontakt- und Sympathieniveaus, so wird dies durch zusätzliche Aktivitäten in anderen Lebensbereichen, wie gemeinsame Theaterbesuche usw. ausgeglichen. Ist ein Ausgleich nur beschränkt möglich, zum Beispiel bei Unterseeboot-Mannschaften, so führt dies zu einer Störung des Systems und zu Desintegrations-Erscheinungen (U-Boot-Koller). Das bedeutet, dass ein Integrationsvorgang nur dann optimal verläuft, wenn bei der Erhöhung eines Faktors gleichzeitig auch die Möglichkeiten zur Erhöhung der beiden anderen Faktoren vorhanden sind.

Ist weiterhin das Sympathieniveau höher als die Kontaktintensität und Aktivität, so drängt das System nach einem Ausgleich durch Erhöhung des Kontakts und der Aktivität; die Reisetätigkeit in Länder mit beliebten, sympathischen Völkern oder Bevölkerungsgruppen und die Gründung und Betätigung in Sympathie-Gesellschaften (Beispiel «österreich-schweizerische Gesellschaft») nimmt zu.

Damit sind die Interdependenzen zwischen Sympathie, Kontakt und Aktivität geklärt, und es kann zusammenfassend festgestellt werden, dass Motivation zur Integration (oder Re-Integration) der alten, nicht mehr erwerbstätigen Bevölkerungsteile gleichzeitig bedeutet:

— Massnahmen treffen, damit sich das Sympathieniveau zwischen den Alten und den Jungen erhöht.

— Bedingungen herstellen, damit die (sowohl physische als auch psychische) Kontaktintensität zwischen den Alten und den Jungen ansteigt.

— Möglichkeiten schaffen, damit sich das Aktivitätsniveau der Alten (durch Leistungsforderungen) erhöht.

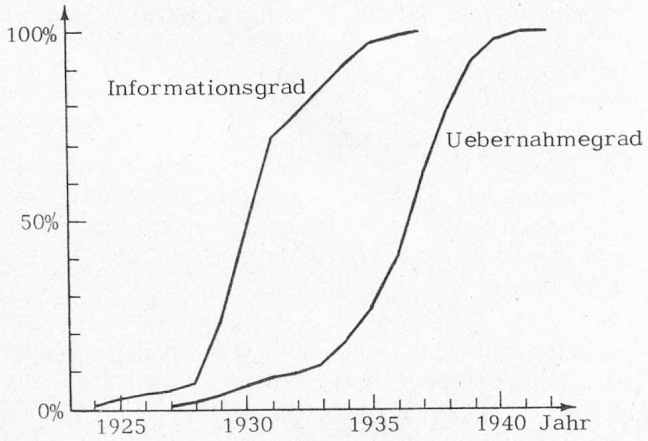
Für die Motivierung der gegenwärtigen Gesellschaft zur Integration der alten Menschen liegt der letztgenannte Punkt, das absichtliche Anheben des Aktivitätsniveaus durch Erhöhung der Leistungsanforderungen nicht ohne weiteres im Bereich der Möglichkeiten. Entsprechende, maximal wirkungsvolle Massnahmen wären nämlich zum Beispiel die generelle Abschaffung der Pensionierung durch gesetzgeberische Einflussnahme, das Propagieren einer gemeinsamen Existenzbedrohung von aussen (Kriegsgefahr, Wirtschaftsdepression) usw. Durchführbare Möglichkeiten zur Erhöhung des Aktivitätsniveaus und der Interaktionen würden aber darin bestehen, den nicht mehr Erwerbstätigen im Gemeinwesen mit Verantwortung verbundene Aufgaben zuzuweisen.

Im Vordergrund der Bemühungen für die Integration der älteren Bevölkerungsteile müssen aber auch die beiden anderen Punkte stehen, nämlich Massnahmen treffen, die das Sympathieniveau erhöhen und die Kontaktintensität verstärken. Zur Erreichung dieses Zieles ist ein vielfältiges Bündel von Vorkehrungen notwendig. Es leuchtet ein, dass neben den Kommunikationsmitteln auch der städtebauliche und siedlungs- oder wohnungsarchitektonische Aspekt, das heisst die Schaffung physischer Kontaktstellen, wichtig ist.

Da in der modernen Gesellschaft ein grosser Teil der Massnahmen zur Erhöhung des Sympathieniveaus und der Kontakintensität über die Massenkommunikationsmittel erfolgen muss, soll abschliessend noch die Theorie der intendierten Beeinflussung dargestellt werden.

Zur Theorie der intendierten Beeinflussung

Im Sinne eines Beispiels sollen zunächst die Verlaufskurven dargestellt werden, die sich bei der Einführung eines neuen Saatgutes in den USA bezüglich des Informiertseins über die Existenz des Produktes und bezüglich der Uebernahme, das heisst überzeugten Verwendung dieses Produktes ergaben:



Diffusionsprozess eines neuen Saatgutes unter Farmern (nach Ryan und Gross 1943)

Der Informationsgrad bedeutet in der Darstellung den prozentualen Anteil der Farmer, die vom Werbegegenstand Saatgut gehört haben. Mit Uebernahmegrad wird der prozentuale Anteil der Farmer bezeichnet, die begonnen haben, das Saatgut zu verwenden. Dieselben Kurven gelten, mit unterschiedlichen Anstiegswinkeln, auch für die Uebernahme anderer Gebrauchs- oder Meinungsgegenstände; für Konsumgüter ebenso wie für ideelle Güter, zum Beispiel für weltanschauliche oder soziale Ideen («die Alten gehören zur Gesellschaft»).

Hier soll aber nicht der Kurvenverlauf interessieren, sondern die Tatsache, dass zu jedem Zeitpunkt der Diffusion (Verbreitung des Meinungsgegenstandes) eine Anzahl von adoptierenden (überzeugten) Personen neu hinzukommt. Diesbezüglich ist bekannt, dass der Zeitpunkt der Adoption (Annahme eines Meinungsgegenstandes) zusammenhängt mit:

— dem Alter der Adopter: jüngere Personen adoptieren in der Regel früher als ältere;
— dem Einkommen der Adopter: Personen in höherem sozialökonomischen Status adoptieren früher als Personen mit niedrigem Status;
— dem Bildungsgrad der Adopter: je höher die Schulbildung, desto früher wird adoptiert;
— dem sozialen Prestige, Einfluss und Kontakt der Adopter;
— der Informiertheit der Adopter: je umfassender der Adopter informiert ist, desto frühzeitiger wird er sich zur Uebernahme entscheiden;
— dem Bedarf des Adopters: je näher der Gegenstand dem Handlungs- bzw. Rollen-Bereich des Adopters steht, desto frühzeitiger wird er sich für ihn interessieren und ihn adoptieren.

Durch das Gesagte werden die früh adoptierenden Personen charakterisiert. Weitere Einblicke in den Kommunikationsablauf bringt die folgende Unterscheidung der verschiedenen Adoptertypen:

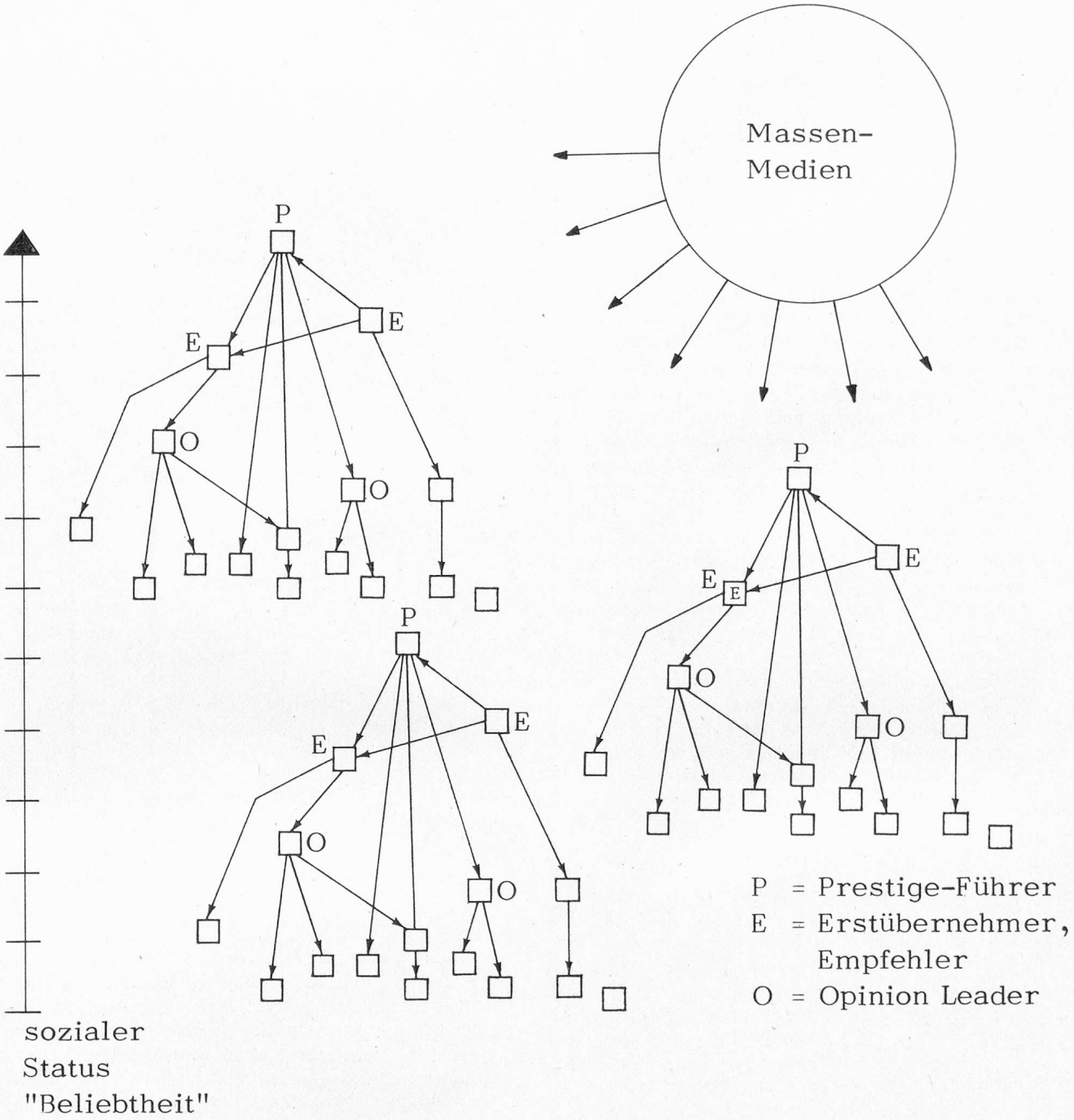
— die **Erstübernehmer** (Innovatoren und Erstverwender): sie nehmen als erste einen Meinungsgegenstand an, weil sie entweder den stärksten Bedarf haben oder weil sie generell unzufrieden reagieren und Neues dementsprechend rasch aber auch wieder fallen lassen.
— Davon abgrenzen lässt sich die Gruppe der Einführer: die **Opinion Leaders** informieren sich intensiv über den betreffenden Gegenstandsbereich. Sie leiten diese Informationen über persönliche Kontakte weiter und sind für viele Personen der Mehrheit in diesem Gegenstandsbereich die verlässlichste Nachrichtenquelle. Durch die Opinion Leaders kann die mit einem Meinungsgegenstand verbundene Botschaft eventuell grob verändert werden. Die **Prestige-Führer** halten einflussreiche Positionen der Gruppenstruktur besetzt. Sie sind Leitbilder für die Majorität, ohne dass zu diesen ein enger Kontakt besteht. Sie geben ihrer Gruppe indirekt die «Erlaubnis» oder den «Befehl» zur Uebernahme eines Meinungsgegenstandes. Die Empfehler sind Fachleute, wie Aerzte, Lehrer, Pfarrer, Politiker, die empfehlend (oder verkaufend) einen Meinungsgegenstand adoptieren helfen. Sie sind im Gegensatz zu den Opinion Leaders und Prestige-Führern unmittelbar mit der Durchsetzung des Meinungsgegenstandes befasst.
— Die nächste Gruppe wird als **Maiorität** bezeichnet. Ihre Interessen und sozialen Funktionen liegen liegen meist in Gegenstandsbereichen, die mit dem in Frage stehenden Meinungsgegenstand nicht in Beziehung stehen. Sie haben vielfach keinen hohen Status und verhalten sich gegenüber Neuerungen eher abwartend oder auf Sicherheit und Konformität bedacht.
— Eine vierte Gruppe bilden die Zauderer, die spät oder gar nicht adoptieren. Dazu gehören die **Nicht-Informierten,** die potentielle Adopter wären, aber zu keinem Medium Kontakt haben.

Dazuzuzählen sind weiterhin die **Konservativen,** die Schwierigkeiten haben, neuzulernen und Gewohnhei-

ten aufzugeben, und die **Ablehner,** die keinen Bedarf oder keine Bedürfnisse nach dem betreffenden Meinungsgegenstand haben.

Die Einfluss-Struktur bei Kommunikationsprozessen kann dementsprechend folgendermassen dargestellt werden:

Einfluss-Struktur bei der Adoption eines Meinungsgegenstandes



Die Darstellung zeigt die Adoption eines Meinungsgegenstandes bei drei verschiedenen Gruppen. Jede Gruppe besitzt eine andere Statushöhe (zum Beispiel Aerzteschaft des Kantons Zürich, Bekanntenkreis und Familie «Müller» usw.). Innerhalb der Gruppe beginnt die Adoption jeweils beim Erstübernehmer und strahlt dann aus zum Prestigeführer und Empfehler. Von da erreicht die Adoption über die Opinion Leaders auch die Individuen mit sozial relativ niedrigem Status. Je nach Adoptionsgegenstand verläuft der Kommunikationsprozess mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten. Vielfach verläuft die Adoption auch bei den verschiedenen Gruppen mit einer zeitlichen Verzögerung; Gruppen aus sozial höheren Schichten adoptieren in der Regel etwas früher als Gruppen aus sozial tieferen Schichten.

Zusammenfassend kann nun festgestellt werden: Um den Adoptionsprozess, das heisst die Uebernahme und tatkräftige Unterstützung der Integrationsidee in Gang zu bringen, müssen durch kommunikative Massnahmen zuerst die Erstübernehmer, Prestigeführer, Opinion Leaders und Empfehler der verschiedenen sozialen Gruppen beeinflusst werden. Diese Personen

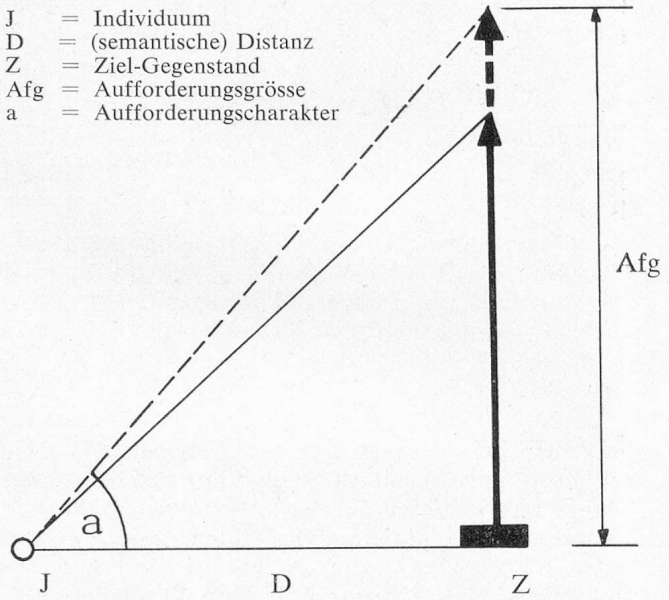
sind in Relation zu den übrigen Gruppenmitgliedern in der Regel eher jünger, besitzen einen sozialökonomisch eher höheren Status, eine eher höhere Schulbildung, relativ mehr Sozialprestige, haben einen stärkeren Bedarf nach dem Adoptionsgegenstand oder besitzen ein Wunschimage, das dem angebotenen Meinungsimage nahekommt. Anzumerken ist, dass der empirischen Sozialforschung verschiedene Methoden zur Ermittlung des Sozialstatus zur Verfügung stehen. Diese sollen hier jedoch nicht weiter erörtert werden.

Damit ist theoretisch geklärt, wer für die Uebernahme der Integrationsidee motiviert werden muss, damit der Adoptionsprozess in Gang kommt. Nun stellt sich noch die Frage, wie die Motivierung dieser Individuen erreicht werden kann, wie die Individuen für die Uebernahme der Integrations-Idee gewonnen werden können.

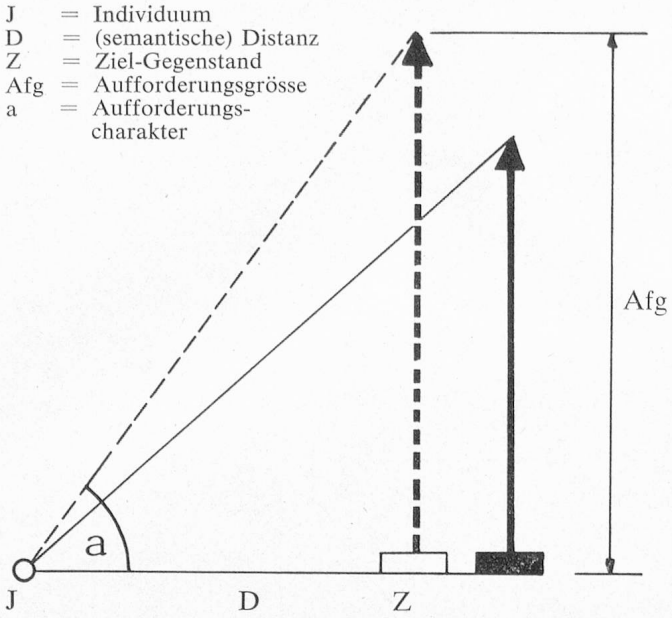
Diesbezüglich lässt sich feststellen, dass die Motivierung zur Adoption der Integrationsidee von der Höhe des Aufforderungscharakters abhängt, den dieser ideelle Meinungsgegenstand für das Individuum besitzt. Mit Aufforderungscharakter wird die als Eigenschaft des Zieles (Integrationsidee) erlebte Kraft bezeichnet, die das Individuum auffordert, die Idee anzunehmen oder abzulehnen.

Formal (im Gradientenmodell nach B. Spiegel) betrachtet, gibt es drei Möglichkeiten, den Aufforderungscharakter unseres Meinungsgegenstandes durch Kommunikationsmassnahmen zu erhöhen:

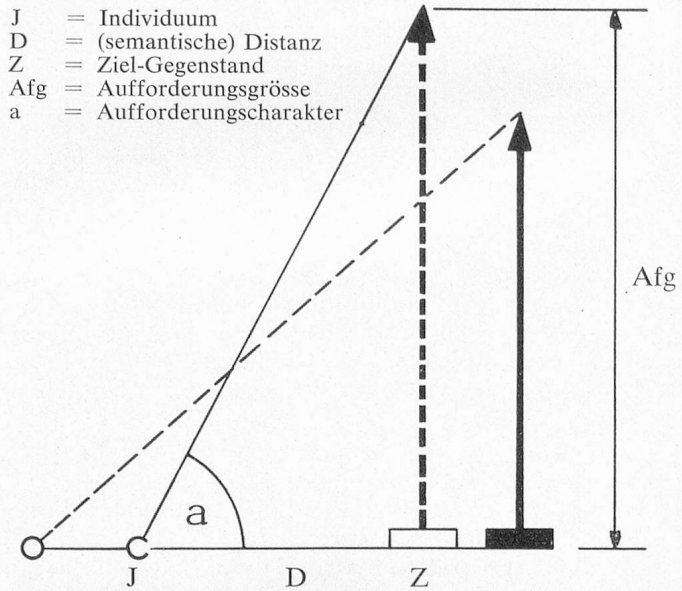
— Es kann die Aufforderungsgrösse (Afg in der Darstellung) erhöht werden, indem der Integrationsidee möglichst viel Attraktivität und ein möglichst hoher Realitätsgrad verliehen wird.



— Es kann die Position der Integrationsidee (Z in der Darstellung) oder genauer, dessen Vorstellungsbereich in Richtung auf die Publikumserwartung und Publikumswünsche verändert werden.



— Es kann die Position des Umworbenen (J in der Darstellung) verändert, das heisst, es können dessen Bedürfnisse standardisiert werden.



Dementsprechend lässt sich nun feststellen: Um die Motivierung der Individuen für die Uebernahme der Integrations-Idee zu erreichen, muss der Aufforderungscharakter (a in der Darstellung) der Integrations-Idee vergrössert werden; entweder, indem die Integrations-Idee in realitäts- und erlebnisnaher Weise möglichst attraktiv zum Beispiel als fortschrittlich usw. dargestellt wird; oder indem die semantische Distanz zwischen den Individuen und der Integrations-Idee vermindert wird; letzteres entweder durch eine Korrektur der den Alten gegenüber bestehenden Vorurteile oder durch eine Bedürfnisveränderung, welche die Notwendigkeit und Nützlichkeit der älteren Menschen für die Gesellschaft erlebbar macht.

Damit soll die als Anregung für eine Kommunikations-Strategie gedachte Erörterung der Theorie von der sozialen Steuerung (Beeinflussung) abgeschlossen werden.

Verwendete Literatur: Kapitel O Literaturverzeichnis