

Vanemaealiste sildistamine meedias

Fookus vanemaealiste naiste representatsioonil



Karolin Tsuiman,
"Kuidas vanusega mitte haiget teha" konverents
07.11.2024



Ülesehitus ja eesmärk

Ülesehitus:

- Lõputöö tutvustus
- Meediasõnumid ja vanemaealisus
- Vanema elueaga seotud stereotüübid reklaamides
- Vanemaealiste naiste kujutamine Eesti ajakirjade reklaamides
- Muutused sotsiaalmeedias ja moereklaamides

Eesmärk:

- Teadvustada esmajärgus vanemaealiste inimeste (eelkõige naiste) meedias kujutamise reaalsusi ja mõjusid üksikisikule kui ka ühiskonnale laiemalt
- Sütitada mõtteprotsesse ja omakorda tuua samm-sammu haaval kaasa muutusi

Lõputöö “Vanemaealiste naiste representatsioon Eesti ajakirjade reklaamides”

Eesmärk:

- Mõista, kuidas kujutatakse vanemaealisi naisi (50-aastased ja vanemad) valitud Eesti ajakirjade reklaamides.

Uurimisküsimused:

- Kuidas kujutatakse vanemaealisi naisi valitud erinevate valdkondade Eesti ajakirjade reklaamides?
 - Millised on vanemaealisi naisi antud reklaamides iseloomustavad omadused, sõnumid ja/või rollid?
 - Millistes kaubakategooriate reklaamides kujutatakse vanemaealisi naisi rohkem?



Probleem & teoreetiline raamistik

Probleem:

- Vanemaealised naised on proportsionaalselt suur ja kasvav osa ühiskonnast
- Meedias, reklaamides alarepresenteeritud → signalleerib väärtust, tähtsust
 - Loob tähendusi ja arusaamu selle grupi kohta
- Ageismi vastu võitlemine on WHO poolt säästva arengu tegevuskava 2030 keskmes

Teoreetiline raamistik:

- Ageism - WHO, aruanded
- Feministlik teooria, hegemooniline maskuliinsus, feminiinsus - Connell, Schippers
- Ageismi ja seksismi lõikepunktid ning väljendumine meedias
- Vanemaeluea, sooline stereotüüpne kujutamine reklaamides

Mis üldse on sildistamine meedias ja kes kuuluvad vanemaealiste alla?

Sildistama (EKI ühendsõnastik 2024) - negatiivseid omadusi kellelegi või millelegi omistama, oma (halvustavat) suhtumist väljendama.

Akadeemiliste tööde kontekstis vanemaealine inimene 45+, 50+, 55+, 60+ jne

Ageismi mõisted

Meediauuringutes olulised mõisted seoses ageismiga.



Visual ageism & Gendered ageism

Visual ageism (Loos & Ivan, 2018) - sotsiaalne tava vanemaealisi visuaalselt alarepresenteerida või neid eelarvamuslikult valesti representeerida.

Vanemaealiste diskirmineerimist, sildistamist, stereotüpiseerimist kogevad naised ja mehed erinevalt - *gendered ageism* e sooline ageism.

- Naiste väärtus seotud füüsilise välimusega
 - Noorusekultus
- Hallid juuksed, kortsud meestel - väärikus, tarkus, elukogemus; naistel - ebameeldiv, midagi, mida tuleks varjata.
 - Seos visual ageismiga - vanemaealine naine muutub nähtamatuks



Noorusekultus & ageismi lõikepunktid

Noorusekultus → □ vananemise ja sellega kaasneva negatiivne hoiak

- Salakaval ühiskondlik kinnisidee nooruse suhtes, mille tulemuseks on sotsiaalse väärtuse, ressurside ja võimaluste omistamine tegeliku ja tajutava kronoloogilise vanuse alusel (Clarke & Griffin, 2008)
- Vanusel põhinev diskrimineerimine, eelarvamuste loomine ja stereotüpiseerimine mõjutab negatiivselt nii nooremaealisi kui ka vanemaalisi.

Ageismi lõikepunktid teiste -ismidega:

- Ageism ja seksism- vanemaalised naised kannatavad võrreldes noorema ja vanemaaliste meestega ning nooremaaliste naistega kõige rohkem kombineeritud diskrimineerimise all
 - Patriarhaalne ühiskonnakorraldus ja standardid

Seetõttu on ageismist rääkides igati asjakohane uurida lähemalt vananevat naiselikkust ja rääkida vananeva naiselikkuse reaalsustest ühiskonna erinevates valdkondades, k.a meedias

Meediasõnumid ja vanemaealisus

WHO aruanne "Global Report On Ageism" ja Ng & Chow (2020) uuring

WHO aruanne “Global Report On Ageism” (2021)

Meedia institutsiooni positiivsed stereotüübid vanemaealiste kohta:

- Tervislik
- Pühendunud
- Produktiivne
- Iseseisev

Meedia institutsiooni negatiivsed stereotüübid vanemaealiste kohta:

- Ebaaktraktiivne
- Õnnetu
- Seniilne
- Halvasti riietatud
- Mitteaktiivne
- Sõltuv
- Ebatervislik
- Võimetu
- Väetike, haavatav



Meedia institutsioon, institutsionaalne ageism

Institutsionaalne ageism

- hõlmab seadusi, reegleid, sotsiaalseid norme, poliitikaid ja tavasid, mis piiravad ebaõiglaselt inimeste võimalusi ja seavad nad süstemaatiliselt ebasoodsasse olukorda nende vanuse tõttu. See hõlmab ka ideoloogiaid, mida institutsioonid vanuselise diskrimineerimise õigustamiseks toetavad.
- jääb tihti märkamatuks, sest reeglid ja normid on pika aja jooksul muutunud tavapäraseks ja tunduvad normaalsed. Vaikivad ideoloogiad õigustavad tihti „seda, kuidas asju tehakse“.

Meedia kui institutsioon

- Massimeedia ja sotsiaalmeedia kujundavad avalikku arvamust, jagavad teavet ja mõjutavad kultuurilisi ning sotsiaalseid norme, kontrollides informatsiooni ja meelelahutuse voogu.

Iga institutsioon täidab oma rolli, kuid on omavahel seotud, kujundades ühiselt kultuurilisi norme, sotsiaalset ühtekuuluvust ja inimeste käitumist ühiskonnas.

Ng & Chow (2020) vananemisega seotud narratiivid meediažanrites 210 a jooksul

1880. aastatel:

- Kangelaslikkus
- Sugulussuhted

1900. aastatel:

- Tumedad toonid
- Haigused
- Surm
- Koormaks olemine

Vanemaealiste meeste narratiivid:

- Sõjaja au (auväärne, au, sõda, ohvitser)

Vanemaealiste naiste narratiivid:

- Perekond ja suhtestaatus (pruut, naine, ema, lesk)
 - Nähtamatus ja kõrvalejäetus perevõlistest teemadest

Mason et al. (2015) uuring 5 miljonist 1800-2000. aastal avaldatud raamatust leidis, et "vanemad mehed" esinevad kolm korda rohkem kui "vanemad naised".

Vanema elueaga seotud stereotüübid reklaamides

Williams et al. (2021) kuus kuvanditüüpi

Meedia ja reklaami roll väärtuste, tähenduste loomises, muutmises, süvendamises

- Reklaamil nagu ka muul meedial võivad olla nii positiivsed kui ka negatiivsed mõjuavaldused ühiskonnale
- Representeeriv funktsioon ja konstrueeriv-kujutav perspektiiv
 - Representatsioon mängib tähenduste loomisel aktiivset rolli
- Kuigi meedia ja reklaam ei saa luua tühjast väärtusi, mida üksikisikule peale suruda, on meedial ja reklaamidel roll tähenduste loomisel, muutmises ja süvendamisel
 - Seetõttu on stereotüüpne kujutamine meedias oluline murekoht

Williams et al. (2010) kuus vanemaealist kujutavat kuvanditüüpi

"Golden - Ager"

- vanemaealisi inimesi, kes on nooruslikud ja täiselurõõmu, kelle eluviis on sageli glamurne ja luksuslik

"Perfect Grandparents"

- vanemaealisi inimesi, keda kujutati koos lapselastega väga positiivsetel kujutistel, mõnel juhul ka mitut põlvkonda koos, ning tihtipeale oli tegemist lähivõtetega naeratavatest ja õnnelikest peredest

"Legacy"

- temaatika, kus vanemaealisi inimesi kujutatakse teatud staatuse ja väarikusega, sageli mentortüübid, kellel on eeldatavalt kogemusi ja tarkust

Williams et al. (2010) kuus vanemaealist kujutavat kuvanditüüpi

"The Coper"

- vanemaealine, kellel on probleem, võib olla puue, kuid kes tuleb sellega toime, tavaliselt müüdava toote tõttu

"Comedic"

- koomilised vanemaealised inimesed, keda kujutatakse humoorikates olukordades

"Celebrity Endorsers"

- avalikkuse silmis tuntud vanemaealised inimesed, kes kiidavad teatud tooteid heaks, olles tavaliselt positiivsed eeskujud

Vanemaealiste naiste kujutamine Eesti ajakirjade reklaamides

Sõnumid, rollid, kaubakategooriad, omadused

Tulemused

01

Sõnumid

Tervise eest hoolitsemisega seotud, tervisemuredega seotud, vananemisvastased, põneva ja uusi võimalusi täis elu elamisega seotud, neutraalsed sõnumid

02

Rollid

03

Kaubakategooriad

04

Omadused

Sõnumid

Tervise eest hoolitsemisega seotud sõnumid

PARIM VALIK ORTOOSE JA TERVISEABIVAHENDEID

ITAK
TERVISEABIVAHENDID

www.itak.ee

Ortoosid ja tugisidemed

Kompressioonitooted ja ortopeedilised abivahendid

Taastusravi- ja hooldustooted

Tartu, Tallinn, Viimsi, Keila, Narva, Jõhvi, Ahtme, Jõgeva, Viljandi, Põlva, Võru, Valga

Itak Terviseabivahendid (2023)
reklaam ajakirjas 60+ oktoober

Vananemisvastased sõnumid

HAPPY AGING

Preventiivse ja anti-aging meditsiini kliinik
Tallinna südalinnas

Mitmete valdkondade eriarstide konsultatsioonid:

- ↳ Täppisdiagnostika unikaalsed vereanalüüsid, geenitestid, mikrobioomi analüüs
- ↳ Eriarstide konsultatsioonid anti-aging konsultatsioon, peri- ja menopausi konsultatsioon, kaaluühitmine
- ↳ IV-infusiooniterapiad ja intramuskulaarsed teraapiad

info@happyaging.ee
Tartu mnt 25, Tallinn
572 3348 0005

happyaging.ee

Happy Ageing (2023) reklaam
ajakirjas Anne & Stiil jaanuar 2023

Põneva ja uusi võimalusi täis elu elamisega seotud sõnumid

Erilised reisid senioritele 2023
Mugav ja turvaline reisimine. Suurepäraseid giidid. Sisukad reisirakad

KAUGEMAD JA EKSOOTILISEMAD REISID
Linn, mis teeb mind õnnelikuks - unelmate Pariis!
30.05.-02.06.2023 Soodushind al 799,- (tavahind 1199,-)
Loodusiluline Balearia ja Kükla Tiisoli
29.06.-06.07.2023 Soodushind al 1099,- (tavahind 1299,-)
Malta - pikri Vahemereal!
16.-26.09.2023 Hind al 999,-
Paradisaar Madeira, imeline loodus ja kultuur
23.-30.10.2023 Soodushind al 1190,- (tavahind 1390,-)
Tervisereis Madeira saarele,
Imeline loodus ja suurepärase kliima
30.10.-06.11.2023 ja 06.-13.11.2023 Soodushind al 1090,-
(tavahind 1290,-)
Võrre ja valitav Tai Kuningriik
27.11.-10.12.2023 Soodushind al 1999,- (tavahind 2790,-)

KÜLLA LÄHINAARITTELE
Kevadkriis Helsingi-Turu-Stockholm koos Stockholm Kuningliku ooperiteatri külastusega. Etendus "Suveöö unenägu" 19.-21.05.2023 Hind al 220,-
Erikreis Stockholm: 78häd laeval - Anne Veski superkontsert 28.-30.04.2023 Hind al 59,-
Kauhid Soome linnad - Porvoo ja Helsingi
01.07.2023 Soodushind al 129,- (täshind 169,-)
Soome elanumess Loviisa - kauhid elanumess loodus 05.08.2023 Soodushind al 139,- (tavahind 259,-)
Linnate ajaloost jälgedes, Kuramaa kaunistad paigad
14.-16.08.2023 Soodushind al 249,- (tavahind 349,-)
Neli Soome kaunitari Turu-Naantali-Tampere-Helsingi
20.-21.08.2023 Soodushind al 299,- (tavahind 399,-)
Loviisa Vanade Haldajate päevad
26.08.2023 Soodushind al 119,- (tavahind 169,-)
Müinasjutuline Leedumaa
16.-18.09.2023 Soodushind al 299,- (tavahind 349,-)
Suvekriisid Gotlandile
Juuni ja august 2023 (kuupäevad ja hinnad lähijal)
Lõikussidu Ahvenamaal-sõigisene laevakriis
22.-24.09.2023 Soodushind al 39,-
Jüluuue Ahvenamaal-ised juhtuvad just nüüdi
01.-03.12.2023 Soodushind al 39,-

REISID EESTIMAAL
Väluvad Narva, Sillamäe ja Narva-Jõesuu
09.08.2023 Soodushind 69,- (tavahind 99,-)
Kõnu kodukohvikute päev -Kõnu kareetust-
03.06.2023 Soodushind 109,- (tavahind 129,-)
Saaremaa Põhjefestival
17.-18.06.2023 Soodushind al 199,- (tavahind 229,-)
Täto koostäpiv ehk Setomaa kohvikute päev
ja kaunist Paipäevet
12.-13.08.2023 Soodushind 199,- (tavahind 229,-)

EXIT Travel & Training
Rävala pst 6 - telefon: 620 7676
info@seenioid.ee
www.seenioid.ee

EXIT Travel & Training (2023)
reklaam ajakirjas TIU aprill 2023

Tulemused

01 Sõnumid

Tervise eest hoolitsemisega seotud, tervisemuredega seotud, vananemisvastased, põneva ja uusi võimalusi täis elu elamisega seotud, neutraalsed sõnumid

02 Rollid

Partner, Indiviid, Hakkamasaja, Pereliige

03 Kaubakategooriad

04 Omadused

Rollid

Partner

Immuunsusele ja energiale

Bio-Selenium* + Zinc
Hoia ennast tervena - vaid ühe tabletiga päevas

Bio-Selenium*+Zinc sisaldab patenteeritud orgaanilist seotud seleeni (seleeniipärm) SelenoProtect, tsinki ning antioksüdante toimega mineraalaineid ja vitamiine, mis toetavad organismi immuunsüsteemi.

Sellest:

- Abit kaasa immuunsüsteemi normaalsele talitlusele
- Abit kaitsta rakke vabade radikaalide põhjustatud oksidatiivse stressi eest

Bio-Quinone* Active Q10 FORTE
Lae end energiaga!

Bio-Quinone Active Q10 FORTE sisaldab ka vitamiini B2, mis aitab kaasa normaalsele energivahetusele, aitab vähendada väsimust ja kurnatust ning aitab hoida lihaskesti, nägemist ja rakke normaalsena.

- Preparaat, mille toime on tõestatud enam kui 130 teadusuuringus.
- Teaduslikult tõestatud kõrge imendumine

Teaduspõhine info teise ja tootmisandite kohta - klikke suidikiga: www.pharmanord.ee/uuksikiri

Pharma Nord
www.pharmanord.ee

Pharma Nord (2023) reklaam
ajakirjas TIIU november 2023

Indiviid

OLE NAINE

Ole OMA ELU kaanestaar

Võta aega endale, sest Sina oled kõige olulisem. Ajakiri Eesti Naine on Sulle sel teekonnal toeks.

Telli tutvumishinnaga ajakiri Eesti Naine 3 kuuks vaid 9 € eest

eestinaine.ee/kaanestaar23

Valve, õmbleja, Lääne-Virumaa

Lisainfo ja tellimine: klienditugi@delfi.ee või telefonil 680 4444.

Eesti Naine (2023) reklaam ajakirjas
TERVIS PLUSS november 2023

Hakkamasaaja

Kõik haavad vajavad hoolitsust
Ainus haavaravikliinik Eestis

Tenused
Kõrgkvaliteetsete haavandite ravi ja hooldus, Trauma- ja operatsioonihavade hooldus, Veerilainendite ravi (skleroteraapia), Kirurg-fleboloogi ja haavaõde vastuvõetud ning telekonsultatsioonid.

Helista ja küsi nõu 661 1211
Saada digifotod haavast ja telli kaugkonsultatsioon. Loe lisaks www.haavakliinik.ee Lühikesed ooteajad.

Klientide tagasiside
Haavakliinik andis mulle tagasi usalduse tervishoiu vastu. Sinna minnes ootab ees nii soe õhkkond. Tekib turvatunne, sest tead, et sind ootavad toredad abivalmis inimesed. Reet (72)
Haavakliiniku kaugkonsultatsioon annab mulle kindlustunde, et hooldusprotseduurid, mida kodus teen, on ka tulemuslikud. Mari (56)

Usalda oma haav meie hoolede!

Haavakliinik | Süüdiste Tervisekeskus | J. Süüdiste tee 171, 13419 Tallinn
Tel. 661 1211 | info@haavakliinik.ee | (Tegevusala: L04647 ja L04651)

Haavakliinik

Haavakliinik (2023) reklaam
ajakirjas TERVIS PLUSS aprill 2023

Tulemused

01 Sõnumid

Tervise eest hoolitsemisega seotud, tervisemuredega seotud, vananemisvastased, põneva ja uusi võimalusi täis elu elamisega seotud, neutraalsed sõnumid

02 Rollid

Partner, Indiviid, Hakkamasaja, Pereliige

03 Kaubakategooriad

Tervisetooted ja tervisega seonduvad tooted-teenused, kultuurisündmused, nahahooldustooted, spaa- ja reisipaketid

04 Omadused

Kaubakategooriad

Tervisetooted, tervisega seonduvad tooted-teenused



ZOVACOR forte

Uue põlvkonna punase riisi ekstrakt + oleuropeiin olivileheekstraktis

- ▶ Tõhus toime kolesteroolile
- ▶ Aitab säilitada normaalset vererõhku
- ▶ Vähendab halva kolesterooli oksüdatsiooni e. "kleepuvust"

1 kapsel päevas

Loe lisaks: www.zovacor.ee

Soodushinnaga aprillis **Apotheka** **BENU** **Apteek** **EURO APTEEK**

Tõhus kaitse südamele ja veresoontele

Zovacor forte (2023) reklaam
ajakirjas TIJU aprill 2023

Kultuurisündmused



HingamisLaulupidu
SoulBreathFestival

19-20 august 2023
Valgemetsas Põlvamaal

Praktilised tööload hingamisekspertide juhendamisel

Konserdid, ühislaulmine ja -tants

Looduslikult kaunis ja toetav keskkond

Teadliku Valiku Laul ja Lõkkeõhtu

Dan Brulé
Siiri Sisask
Heiki Tomson
Merike Villard
Almer Tõnu Jansu
Talimaa

www.hingamis-pulupidu.ee

HingamisLaulupidu (2023) reklaam
ajakirjas TIJU juuli 2023

Spaa- ja reisipaketid



Puhka tervislikult!

Hea tervis on täieliku õnne alus. Seetõttu on oluline oma tervisele pidevat tähelepanu pöörata ning märgata, kui see natuke turgutamist vajab. Meie 3-tärgi ravispaa professionaalse personali hoole all on laialdased võimalused oma tervise eest hoolitsemiseks.

Soovitame kuurordravipaketti „Tervis kuurordist“

Teid ootab

- > häva nõu meie professionaalset tootrit (korduv tervisehooldamine alates 5 söömisest)
- > kuni 3 erinevat protseduuri iga söömise kohta
- > sauna- ja veekeskuse külastus
- > jõusaali külastus
- > maitsvad hommiku-, lõuna- ja õhtusöögid
- > mugav mugavas kahekohalises toas

* Pakett alates 4 söömisest.

Täpse paketi kirjelduse leia www.spatervis.ee

Broneeeri puhkus meie koduholes, saada kiri sales@spatervis.ee või helista telefonil 447 9200

Tervist Tervisest!

Tervis ravispaahtell
Seedi 6, 8010 Pärnu
www.spatervis.ee

Tervis ravispaahtell (2023) reklaam
ajakirjas KODU & AED veebruar 2023

Tulemused

01 Sõnumid

Tervise eest hoolitsemisega seotud, tervisemuredega seotud, vananemisvastased, põneva ja uusi võimalusi täis elu elamisega seotud, neutraalsed sõnumid

02 Rollid

Partner, Indiviid, Hakkamasaja, Pereliige

03 Kaubakategooriad

Tervisetooted ja tervisega seonduvad tooted-teenused, kultuurisündmused, nahahooldustooted, spaa- ja reisipaketid

04 Omadused

Omadused

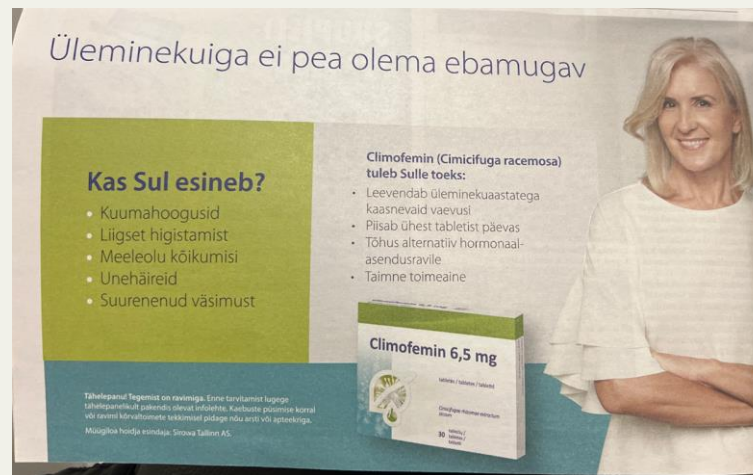
“Kuulsus” Indiviidi rollis,
kultuurisündmuste kaubakategoorias-
enesekindlus, tugevus



Anne Veski (2023) kontsertide
reklaam ajakirjas 60+ oktoober

2023

Rõõmus, naerusuine



Climofemin (2023) reklaam ajakirjas
60+ juuni 2023

Heledad riided, helge keskkond



Vichy Neovadiol (2023) reklaam
ajakirjas Anne & Stiil november

2023

Kui vaadata tagasi WHO aruanne “Global Report On Ageism” (2021)

Meedia institutsiooni positiivsed
stereotüübid vanemaealiste kohta:

- Tervislik
- Pühendunud
- Produktiivne
- Iseseisev

Meedia institutsiooni negatiivsed
stereotüübid vanemaealiste kohta:

- Ebaaktraktiivne
- Õnnetu
- Seniilne
- Halvasti rietatud
- Mitteaktiivne
- Sõltuv
- Ebatervislik
- Võimetu
- Väetike, haavatav

Ilmnenud positiivsed stereotüüpsed jooned

Stereotüüpselt positiivne kujutamine:

- Hoolitsevad oma tervise eest
- Produktiivsed ja iseseisvad

Ilmnenud (peidetud) negatiivsed stereotüüpsed jooned

- Ebaatraktiivne – seotud vananemisvastaste toodetega
- Seniilne – kujutamine mäluprobleemidega seotud toodetes
- Sõltuv – sageli koos teiste inimestega (partner, perekond)

Limiteeritud representatsioon → □ eksisteerimine limiteeritud ruumides

- Vanemaealist naist nähakse peamiselt tervise või peresuhete kontekstis
- Kitsendab vanemaealiste naiste elusid ja isiksusi
- Reaalsust eirav ja stereotüüpe kinnistav kujutamine

Muutused sotsiaalmeedias ja moereklaamides

Vanemaealiste naiste nähtavuse kasv sotsiaalmeedias ja moereklaamides

- Uued meediaplatformid võimaldavad vanemaealistel naistel ise oma kuvandit kujundada.
- "Greynaissance": vanemaealised modellid muutuvad populaarsemaks ja neid kasutatakse ka laiemas kontekstis, mitte ainult eagrupidile suunatud reklaamides.
- Näited: Joan Didion Céline'i kampaanias (2015), Maggie Smith Loewe kampaanias (2023), Catherine Deneuve Yves Saint Laurent'i kampaanias (2021).



(Teller, 2023)



(Teller, 2015)



(Teller, 2023)

Vanemaealiste naiste kujutamise kitsendused moereklaamides

- Vanemaealisi naisi on rohkem nähtavaks tehtud, kuid sageli seotakse see "laheduse" ja kõhna kehaga.
- Kuulsad näod ja nende *legacy* on hinnas; austusavaldus on pigem nooruse ja elu nostalgiale kui vananemise loomulikkusele, normaliseerimisele meediapildis
- Mure: teine "ism" – eelkõige kujutatakse valgeid vanemaealisi naisi; vähem erinevaid rahvuslikke taustasid.



“Mature influencer” fenomen ja digitaalse meedia mõju

- Vanemaealised naised on hakanud aktiivselt looma sisu sotsiaalmeedias, esitades end väljaspool traditsioonilisi stereotüüpe.
- Iseseisev kuvandi loomine ja kontroll oma identiteedi üle, mis aitab leevendada alaesindatuse probleemi.
- Sotsiaalmeedia on muutunud “presentatsiooniliseks meediaks”, kus vanemaealised naised saavad end esitleda oma tingimustel.



Kultuuriline nihe ja vanemaealiste naiste roll visuaalkultuuris

- Vanemaealised naised väljendavad oma kirgi ja igapäevaelu läbi iseseisvalt loodud sisu, luues uusi narratiive.
- Nähtavus ja mitmekesisus suurenevad, pakkudes alternatiivi traditsioonilistele, ageistlikele kujutistele.
- See areng tugevdab nende õigust olla nähtav osa peavoolukultuurist.



Mida veel teha?

- Rohkem nähtavust, erinevates eluvaldkondades;
- Laialdane, mitmekesine representatsioon, mitte ainult kitsasse aktsepteeritavasse žablooni sobituvad vanemaealised inimesed;
 - Vähendaks stereotüüpide aktuaalsust ja võimu ühiskonna teadvuse üle
- Teadlikkuse kasvatamine ageismi ilmingutest elu erinevates valdkondades
 - Alustada iseendast ja oma mõttemustrite lahti muukimisest



Kasutatud allikad

Clarke, L. H., & Griffin, M. (2008). Visible and invisible ageing: beauty work as a response to ageism. *Ageing & Society*, 28(5), 653–674. <https://doi.org/10.1017/s0144686x07007003>

Loos, E., & Ivan, L. (2018). Visual ageism in the media. In L. Ayalon & C. Tesch-Römer (Eds.), *Contemporary Perspectives on Ageism: International Perspectives on Aging* (pp. 163–176). Springer.

Mason, S. E., Kuntz, C. V., & McGill, C. M. (2015). Oldsters and Ngrams: Age stereotypes across time. *Psychological Reports*, 116(1), 324–329. [doi:10.2466/17.10.PRO.116k17w6](https://doi.org/10.2466/17.10.PRO.116k17w6)

Ng, R., & Chow, T. Y. J. (2020). Aging Narratives over 210 years (1810–2019). *The Journals of Gerontology: Series B*, 76(9), 1799–1807. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbaa222>



Kasutatud allikad

Teller, J. (2015). *Joan Didion, Celine Campaign Spring Summer 2015, New York 2014*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/joan-didion-celine-ad-campaign>

Teller, J. (2023). *Maggie Smith*. Vogue. <https://www.glamourmagazine.co.uk/article/dame-maggie-smith-loewe>

Tsuiman, K. (2024). *Vanemaealiste naiste representatsioon Eesti ajakirjade reklaamides* [Bakalaureuse töö, Tallinna Ülikool]. https://turundajateleht.ee/wp-content/uploads/2024/07/karolin-tsuiman_bakalaureuse-too.pdf

World Health Organization. (2021a). *Global Report On Ageism* (CC BY-NC-SA 3.0 IGO). Geneva. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/340208/9789240016866-eng.pdf?sequence=1>.

Williams, A., Wadleigh, P. M., & Ylänne, V. (2010). Images of older people in UK magazine Advertising: Toward a typology. *The International Journal of Aging and Human Development*, 71(2), 83–114. <https://doi.org/10.2190/ag.71.2.a>



Küsimused?

Karolin Tsuiman

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/karolin-tsuiman-146218272/>

Email: karolintsuiman@gmail.com

Portfolio, veebileht: <https://kiralynncreative.wixsite.com/kiralynncreative>

Lõputöö: https://turundajателиit.ee/wp-content/uploads/2024/07/karolin-tsuiman_bakalaureuse-too.pdf

07.11.2024, "Kuidas vanusega mitte haiget teha" konverents



Aitäh kuulamast!

Karolin Tsuiman

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/karolin-tsuiman-146218272/>

Email: karolintsuiman@gmail.com

Portfolio, veebileht: <https://kiralynncreative.wixsite.com/kiralynncreative>

Lõputöö: https://turundajателиit.ee/wp-content/uploads/2024/07/karolin-tsuiman_bakalaureuse-too.pdf

07.11.2024, "Kuidas vanusega mitte haiget teha" konverents