

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Lavra Kreačič

Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak

Somentorica: izr. prof. dr. Breda Luthar

Med modrostjo in nemočjo: podobe starostnikov na spletu

Diplomsko delo

Ljubljana, 2004

KAZALO:

| | |
|---|----|
| 1. Uvod | 1 |
| 2. Težavnost definiranja starosti | 4 |
| 3. Stereotipiziranje staranja ali "starizem" ('ageism') | 7 |
| 3.1 <i>Pojmovanje starosti skozi čas</i> | 10 |
| 3.2 <i>Starostniki kot homogena družbena skupina</i> | 11 |
| 4. Mediji in diskurzi o starostnikih | 14 |
| 4.1 <i>Med modrostjo in nemočjo - izvor nasprotij pri reprezentiranju starejših</i> | 17 |
| 4.2 <i>Reprezentacije starostnikov v medijih</i> | 19 |
| 4.3 <i>Primeri reprezentacije starostnikov v različnih medijih</i> | 20 |
| 4.3.1. <i>Podobe starejših v reviji Retirement Choice</i> | 20 |
| 4.3.2. <i>Podobe starejših na televiziji</i> | 21 |
| 4.4 <i>Spletne reprezentacije in internet</i> | 24 |
| 4.4.1 <i>(Ne)uporaba interneta med starejšimi</i> | 26 |
| 5. Starostniki kot ciljno občinstvo v slovenskem medijskem prostoru... .. | 28 |
| 5.1. <i>Albert</i> | 28 |
| 5.2. <i>Vzajemnost</i> | 31 |
| 5.3. <i>Liki, ki rušijo stereotipe o starostnikih (v slovenskih medijih)</i> ... | 33 |
| 5.3.1. <i>Teta Justi</i> | 34 |
| 5.3.2. <i>Babica nevrotične gospodinje</i> | 35 |
| 5.3.3. <i>Babica gre na jug</i> | 35 |

| | |
|---|----|
| 6. Analiza spletnih reprezentacij starostnikov na primeru spletnega portala | |
| Senior60.net | 37 |
| 7. Ugotovitve | 43 |
| 8. Literatura | 46 |

1. Uvod

Natales grate numeras? (Horac, čas rimskega cesarstva) ali Kogar bogovi ljubijo, umre mlad (grška tragedija)

Starost je od nekdaj vzbujala ambivalentne občutke pri ljudeh: od pojmovanja visoke starosti kot posebne milosti do razumevanja staranja kot propada človeka na telesni in duhovni ravni. Norost, ki jo povzroča starost, pa je bila tudi priljubljeno izhodišče mnogih satir antične Grčije.

Starost se pogosto povezuje z 'zlatim obdobjem' v življenju, ko ljudje dosežejo višek, dozoriijo, so materialno preskrbljeni in samo še rastejo duhovno in napredujejo v modrosti. Takšno pojmovanje staranja verjetno izvira iz spremljanja naravnega cikla, kjer je jesen kot 'jesen življenja' obdobje dozorenja, kopičenja in blaginje. Tudi nekatere teorije, npr. psihološka teorija psihosocialnega razvoja (McAdams v Bond in drugi, 1993: 29) pravi, da se človek razvija iz ene stopnje v drugo, tako v starosti doseže izkušnost in modrost, ki pa je posledica življenjskih izkušenj in odločitev. Vendar pa ta pomirjenost starostnika s svetom in samim seboj ni samoumevna, odvisna je od njegove preteklosti, zdravstvenega stanja, ekonomske preskrbljenosti in okolja, ki ga obdaja. Del tega okolja so tudi množični mediji. Ti so eno od osrednjih prizorišč, na osnovi katerega se danes oblikujejo pojmovanja o starosti in starostnikih. Med temi so še posebej pomembne tiskane revije, namenjene starejši populaciji, TV oddaje, radijske rubrike in vse bolj tudi internetne predstavitve. Množični mediji imajo danes osrednjo vlogo ne le pri postavljanju pomembnosti tem javne razprave, ampak tudi o tem, o čem in kako razmišljamo. Starostniki niso pogosta tema v medijih, kadar pa se pojavijo, so obravnavani kot posebna družbena skupina, ki je različna od preostale populacije. Reprezentacije starejših v množičnih medijih, literaturi, filmu, ipd., so za večino ljudi v družbi primarni vir informacij o starejših, predvsem pa nastopajo kot vir racionalizacije ravnanja s starejšimi (Goggin in Newell, 2003). Medijske reprezentacije starejših so tiste, ki imajo konstitutivno vlogo pri družbeni definiciji in reprodukciji starosti. Vendar tisti,

ki ustvarjajo te reprezentacije običajno niso starejši. Mediji nam tako ponujajo svoje videnje starostnikov.

Menim, da podobe starostnikov, ki nam jih ponujajo mediji, lahko v grobem razdelimo na dve vrsti stereotipnih predstav; na modre 'starešine', ki posedujejo izkušnje, ter na nemočne, odvisne, pomoči potrebne (morda celo otročje) "mamke", kot jih včasih poimenujejo tudi slovenski mediji. Takšno poimenovanje za starejše ženske je uporabil Miha Mazzini v članku Vojna na zaslonu, s podnaslovom Mamke gredo v Nato. Glavni namen diplomskega dela je predstaviti te stereotipne predstave o starejših in prevprašati reprezentacije starejših tudi znotraj slovenskega prostora. Večina medijskih tekstov se s starostniki ukvarja v povezavi z nekim problemom, pa naj bo to osamljenost, ogroženost, prenizke pokojnine, lahkovernost (primer Zbiljski gaj), nemoč (Črni les), zdravstveni problem (čakalne vrste), nestrpnost (materinski dom na Štajerskem in lokalna skupnost, ki temu nasprotuje, predstavljena večinoma kot upokojenska), ipd. Starejše se obravnava spoštljivo, kot modre, izkušene in verodostojne, "vse dokler se lahko obnašajo kot mladi - to je, da so sposobni delati, se rekreirati in skrbeti zase" (Meyrowitz v Tupper, 1995: 1). Kadar pa to sposobnost izgubijo, mediji reagirajo in predstavljajo starejše kot žrtve lastne naivnosti, šibkosti, odvisnosti. Mediji izpostavijo starostnike še posebej takrat, kadar ti odstopajo od stereotipne družbene vloge, ki jim jo družba pripisuje. Tak primer je nasprotovanje varni hiši v Mariboru - mediji so se posebej osredotočili na upokojence, ker izstopajo iz vloge pasivnih in dobrohotnih starostnikov, po drugi strani pa so dokazali, da se potrди stereotipna predstava o starostnikih kot togih, sebičnih in nestrpnih (v primerjavi z mlajšimi).

Mediji skušajo prikazati starostnike in starost kot pozitivno izkušnjo, hkrati pa večina prispevkov, namenjenih starejšim, govori o ohranjanju mladostnega videza, če že ne mladosti. To nasprotje, ki je opazno v večini medijskih tekstov, je pritegnilo mojo pozornost in izoblikovalo vprašanje, kakšne so torej reprezentacije starejših v slovenskih medijih. Poskušala bom predstaviti medijske reprezentacije starejših, ki so nam ponujene kot objektivne, naravne in nevprašljive. Množični mediji ponujajo občinstvu le določene kulturne vzorce, katerim dodajajo nove pomene in jih tako definirajo kot zdravorazumske, obče

veljavne in edine pravilne. Te podobe starostnikov so večinoma rezultat negativnih stereotipov in predsodkov do starejših, ki jih je Butler poimenoval 'ageism' (v Woolf, 1998: 1). Skušala bom preprašati naravnost in samoumevnost reprezentacij vladajočih diskurzov, ki definirajo starostnike.

V nalogi obravnavam spletne in ostale medijske reprezentacije, ker me zanima primerjava spletnih reprezentacij z ostalimi medijskimi reprezentacijami starejših. Internet je namreč razumljen kot medij mlajših, izobraženih in bolje situiranih ljudi, na podlagi tega bi lahko pričakovali, da se na spletu hitreje širijo podobe starejših kot nemočnih posameznikov. Zanima me, ali obstajajo podobni mehanizmi kot v ostalih, tradicionalnih množičnih medijih, tudi na spletu, ki potrjujejo domevo. Pričakujem tudi, da na spletu obstaja nasprotje znotraj niza reprezentacij starostnikov, ki so reprezentirani kot nemočni in na drugi strani modri.

Ambivalenco reprezentacij starostnikov skušam predstaviti skozi kratek (delni) pregled tujega in slovenskega medijskega prostora, ki je namenjen starejšim in reprezentaciji starostnikov v tekstih, ki so namenjeni celotni populaciji. Podobe starostnikov na internetu bom prikazala na primeru analize spletnega portala za starejše Senior60.neta, prvega tovrstnega portala v Sloveniji, kar pomeni, da je to prvi spletni portal namenjen prav starejšim uporabnikom. Pri analizi opazujem kako vsebina portala konstruira podobo starostnika. Zanima me tudi, ali splet starostnike reprezentira drugače, bolj raznoliko kot tradicionalni množični mediji, ali pa ostaja le pri reproduciranju stereotipnih predstav o starejših, ki vladajo v družbi.

2. Težavnost definiranja starosti

Starost se zdi na prvi pogled precej jasna kategorija, ki je kot značilnost posameznika biološko določena. Vendar se pri definiranju starosti kot kronološkega pojava pojavijo pomisleki, kako določiti mejo, ki označuje vstop posameznika v starost? Je to točka, na kateri se večina ljudi upokoji? Ali so ključne določene fiziološke spremembe, ki skupino starejših ločujejo od ostalih? Katere so te spremembe? Izgubljanje elastičnosti kože, pigmenta, krhkost kosti? Razmislek nas pripelje do spoznanja, da je tudi starost družbeno določen pojem, ki je deloma primerljiv s spolom in raso. Vedenje pripadnikov skupine starostnikov ni neizogibna posledica biološke določenosti, pač pa gre za kombinacijo bioloških, družbenih in osebnostnih sprememb, kot jih preučuje gerontologija. Gerontologija¹ je relativno mlada akademska disciplina, ki povezuje različne pristope preučevanja staranja. Razvila se je v Združenih državah Amerike, pozneje pa v Evropi, predvsem v Veliki Britaniji. Vzrok za njen razmah lahko pripišemo rasti deleža starejših ljudi² v populaciji, komercialnim interesom, in ugotovitvam, da predstavljajo starejši ljudje eno glavnih skupin potrošnikov, in interesu medijev (Tinker, 1996: 4).

Toda kje se prične starostna meja, ki loči običajnega človeka od starostnika? Na to vprašanje ne moremo natančno odgovoriti, saj različni strokovnjaki predlagajo in zagovarjajo različne meje, ki označujejo vstop v 'starost'. Definicija starosti je v literaturi večinoma upravne narave, kajti "starost je postala institucionalizirana prav z zavarovalniškim sistemom, to je z upokojskim zavarovanjem v času moderne družbe" (Hojnik Zupanc, 1999: 45). V Veliki Britaniji je starost 65 let³ standardna za upokojitev in je lahko primerna meja pri definiranju starosti, kar imenujemo tudi "tretje življenjsko obdobje" (Laslett v Tinker, 1996), čeprav se vse manj ljudi upokojuje pri teh letih (Laszko in Phillipson v Tinker, 1996).

¹ Znotraj gerontologije se je najbolj uveljavila geriatrična medicina, vendar se tako kot večina medicine ukvarja le s problemi starejših, zanemara pa sociološke in psihološke spremembe. Tako so bolj napredovale in se izpopolnjevale raziskave znotraj kliničnih in bioloških kot pa raziskave t.i. socialne gerontologije. Socialna gerontologija je definirana kot 'preučevanje

Tinkerjeva tako definira starost na podlagi 'institucionalne definicije' starosti (starosti za upokojitev), ki označuje umik iz trga delovne sile. V Veliki Britaniji je to 65 let za moške in 60 za ženske. V ZDA se je starostna meja upokojitve povišala z 65 na 67 (Binstock in drugi, 2001: 464). Evropska komisija in Evropska skupnost se pri preučevanju starejših sklicuje na mejo 60 let, medtem ko Združene države Amerike pri tržnih in podobnih raziskavah štejejo za starejše tiste, ki dopolnijo 55 let. Raziskave o uporabi interneta pa štejejo za starejše vse, ki so dopolnili 50 let. Takšno pomanjkanje splošno sprejetega kriterija povzroča težave tistim raziskovalcem, ki želijo primerjati rezultate raziskav (glej Tinker, 1996: 7), obenem pa kaže na omejenost upravnega določanja pripadnosti skupini starostnikov. Tinkerjeva zato izpostavi pomen socialne rekonstrukcije starosti po drugi svetovni vojni, za katero je bilo značilno drugačno razumevanje starosti. Starost so poimenovali z izrazom 'tretje obdobje',⁴ "obdobje zrelosti, obdobje prostega časa, obdobje osvobojenosti od delovnega ritma" (Therborn v Novak, 2000: 126). Gre predvsem za obdobje, ko so ljudje osvobojeni od plačanega dela in starševstva.

Vendar pa danes prihaja do vse pogostejšega razlikovanja (v medicini in družbenih študijah) med mladimi ostarelimi in starejšimi ostarelimi. Tako nekateri raziskovalci delijo starost na dva obdobja, na 'tretje' in na 'četrto' obdobje; prvo naj bi zajemalo dobo med 50. in 75. letom, drugo pa po 75. letu, ko za mnoge nastopi obdobje odvisnosti (Novak, 2000: 126).

Mediji pa pomembno predstavljajo drugačne kriterije za definiranje pripadnosti skupini starostnikov, ki temeljijo predvsem na videzu in ne na kronološki starosti.

načinov, kako družbeni in kulturni dejavniki vstopajo v proces staranja' (Hendricks in Hendricks v Tinker, 1996: 4).

² V raziskavah in člankih o staranju ni sprejetega enotnega pojma, ki bi se nanašal na skupino starejših ljudi. Zato bom pojme, kot so 'starostniki', 'ostareli', 'starejši ljudje' ali preprosto 'starejši' ('elderly', 'older people' ali 'aged' v angleščini), uporabljala kot sinonime skozi celotno besedilo.

³ V Republiki Sloveniji je meja upokojevanja (odvisna le od dopolnjene pokojninske dobe) za moškega 63 let, za žensko pa 61 let. Minimalna starost za pridobitev pravice do starostne pokojnine je 58 let, če je zavarovanec dopolnil 40 let pokojninske dobe (moški) oziroma 38 let pokojninske dobe (ženska). Starost za pridobitev starostne pokojnine je leta 2004 67 let, leta 2006 pa bo 65 let, tako za moške kot za ženske (Zakon o pokojninskem in invalidskem zavarovanju – ZPIZ).

Za primer si pogledajmo definicijo starostnikov, kot sta jo za svojo raziskavo o reprezentaciji starejših v oglasih uporabila Swayne in Greco (v Tupper, 1997: 12), pozneje pa še mnogi drugi raziskovalci. Po njunem so:

"Starostniki tisti, ki izgledajo stari 65 ali več, kar pomeni, da izpolnjujejo nekaj naslednjih kriterijev: pojavljajo se znotraj konteksta, ki asocira na upokojitev, imajo pretežno bele ali sive lase, vidne gube na obrazu ali/in rokah, uporabljajo medicinske pripomočke (palice, bergle, vozičke), slušni aparat ali bifokalna očala ali če so prikazani v družbi vnukov ali potomcev srednjih let (Swayne in Greco v Tupper, 1997: 12).

Podobni kriteriji za definiranje kdo je starostnik, veljajo tudi za svetovni splet kot bomo videli v nadaljevanju, prikazujejo spletni portali, namenjeni starejšim, starostnike v skladu s kriteriji definicije Swayna in Greca (v Tupper, 1997: 12). Preden pa se posvetimo analizi podob starejših v različnih medijih in predvsem na spletu, si pogledajmo pojav, ki vpliva na reprezentacije starosti in starostnikov kot večinoma negativne izkušnje.

⁴ Hodkinson je dejal, da "so starejši ostareli (75 let in več) tisti, s katerimi se geriatriki največ ukvarjajo" (Hodkinson v Tinker, 1996: 7). Vendar pa Tinkerjeva opozarja, da je tudi ta delitev starostnikov nepopolna, saj je "starost '80 in več' nadomestila kategorijo '75 in več'" v Social Trends iz leta 1990 (Central Statistic Office 1990), ker podatki kažejo, da se tudi evropsko prebivalstvo stara, vendar je različna hitrost staranja in delež starejših. Med temi trendi je posebej zanimivo tudi to, da se povečuje delež prebivalstva, ki je starejši od 80 let, in med starejšimi je prav tako posebno opazen večji delež žensk. V 90-tih letih prejšnjega stoletja se je pozornost raziskovalcev usmerila na starejše od 90 let (npr. Bury in Holme v Tinker, 1996: 7) in stoletnike (npr. Urad za prebivalstvo, popis in raziskave in Vladni urad za zavarovalniške statistike, v Tinker, 1997: 7).

3. Stereotipiziranje staranja ali "starizem" ('ageism')

Člani družbe družbeno stvarnost kategoriziramo, da si množico informacij uredimo v pregleden sistem in poenostavimo kompleksnost pojavov. Stereotipizacija je pristranska kategorizacija stvarnosti, saj pripiše posamezniku določene lastnosti na osnovi njegove skupinske pripadnosti, ne pa na osnovi individualnih značilnosti in posebnosti (Ule, 1997: 193). Takšne kategorizacije zato pogosto privedejo do diskriminacije drugih skupin.

Zlasti je nevarna preobrazba socialnih kategorij, kot je npr. starost, v stereotipne predstave o članih teh skupin (Ule, 1997: 433), ki vplivajo na odnose v družbi. Za odnose, ki vladajo v katerikoli družbi, je večinoma značilno, da odsevajo interese najmočnejše družbene skupine, ki je ponavadi tudi najbolj vplivna. Vsi posamezniki v družbi se morda ne strinjajo s takšnimi odnosi, toda večina jih sprejema brez vprašanj. Tako je tudi z odnosi do starejših. Te predpostavke o starosti, ki so v družbi sprejete kot naravne in so negativne, vodijo v 'ageism'.⁵

"Starizem" je torej proces stereotipizacije, ki ustvarja in poustvarja predsodke o naravi in izkustvu starosti. Fizične posebnosti (starejših) ljudi služijo za objektivno oporo predsodkov, skupkov stališč in prepričanj o članih skupine starostnikov, izražanje čustev in načinov vedenja v odnosu do članov te skupine. Vsi ti nastajajo zgolj zaradi pripadnosti teh članov skupini starejših. "Starizem" je socialna kategorizacija, kar pomeni, da "ljudje informacije o socialnih stanjih sprejmemo in predelamo na način, da poudarimo določene značilnosti socialnih stanj in te značilnosti generaliziramo v stereotipne predstave in sodbe" (Ule, 1997: 170). Pri "starizmu" te predstave običajno projicirajo neprijetne podobe starejših, ki spodkopljejo osebno vrednost posameznika. Splošno sprejete ideje omejujejo družbeno vlogo in status starostnikov, strukturirajo celo njihova lastna pričakovanja o sebi, jim preprečujejo doseganja potencialov in zanikajo enake možnosti. "Starizem" s starostniki v družbi ravna kot s homogeno skupino, ker jo tako lažje diskriminira (Scrutton, 1990: 14).

Pojem "starizem" opisuje "stereotipne predstave in pogosto negativne predsodke do starejših" (Butler v Woolf, 1998: 1), ki so očitni na vseh področjih,

tako v tako v jeziku kot v medijih in v humorju. "Starizem" je sicer definiran kot "odnos, dejanje ali institucionalna struktura, ki si podreja osebo ali skupino zaradi starosti ali pa pripisuje družbene vloge le na osnovi starosti" (Traxler v Woolf, 1998: 1), vendar ga je potrebno razumeti širše kot diskriminacijo glede na starost (Scrutton, 1990: 14). "Starizem" se razlikuje od ostalih 'izmov' (seksizem, rasizem) na dveh točkah; prvič, klasificiranje na podlagi starosti ni statično, kar pomeni, da se klasificiranje posameznika glede na njegovo starost skozi življenje spreminja, in drugič, vsak posameznik v družbi ima možnost doseči status starostnika (če doseže določeno starost) in izkusiti "starizem" (Woolf, 1998: 1).⁶ "Starizem" niso le negativni predsodki do starejših v medijih, najti ga je mogoče povsod - tudi med tistimi, ki se poklicno ukvarjajo s starostniki. Kajti "starizem" je tudi pretirano zaščitniški odnos posameznikov v nekaterih poklicih (zdravniki, negovalke, socialni delavci, ipd.), saj starostnikom pogosto kratijo avtonomijo in pravice, ki so za odrasle sicer samoumevne (Greengross, 1990: 9) in jih pogosto s pokroviteljskim odnosom pootroči, s tem pa jih reducira na nivo tistih subjektov, ki ne odgovarjajo zase, ki so nemočni in odvisni od drugih.

Večina strokovnjakov, ki preučujejo in opozarjajo na "starizem", meni, da ta izvira iz specifičnosti današnje zahodne družbe in da ni univerzalen fenomen, ki bi bil značilen za vse kulture. Traxler (v Woolf, 1998: 2) očrta štiri dejavnike, ki prispevajo k negativni podobi staranja in tako reproducirajo starizem:

- 1) Prvi dejavnik, ki prispeva k "starizmu", je strah pred smrtjo v zahodni družbi, ki starost povezuje s propadanjem.
- 2) Drugi je poudarek na kulturi mladosti, ki mladost enači z lepoto, zdravjem, 'polnim' življenjem, medtem ko staranje predstavlja pešanje zdravja, bledenje lepote, vse do senilnosti in stagniranja do smrti.
- 3) Tretji dejavnik je produktivnost kot temeljna vrednota kapitalističnih družb⁷. Z ekonomskega vidika so starejši razumljeni kot finančna odgovornost, ki postanejo z upokojitvijo ekonomsko neproduktivni in jih tako razvrednoti tudi kot člane družbe.

⁵ Pojem 'ageism' v besedilu slovenimo z izrazom "starizem", ki v analogiji z drugimi -izmi, kot je npr. seksizem, ujame bistvo 'ageisma' - to je večinoma negativno stereotipiziranje ljudi na podlagi njihove starosti.

4) Četrty dejavnik, ki prispeva k "starizmu" v družbi in poklicih, ki se ukvarjajo s pomočjo starejšim, pa je način, kako se staranje preučuje. Začetne raziskave staranja so namreč preučevale starostnike tam, kjer je bila koncentracija starejših največja, to je v institucijah. Starejši v institucijah, kjer so v stalni oskrbi, pa predstavljajo le 5% celotne starejše populacije in so večinoma tisti, ki ne zmorejo več sami skrbeti zase. Slabo nadzorovane gerontološke študije so tako okrepile negativne podobe starejših kot odvisnih in nemočnih.

Tudi sodobnejše raziskave "starizma" so mnogokrat pomanjkljive in si nasprotujejo celo v osnovni tezi, ali "starizem" dejansko obstaja ali pa je le metodološki artefakt (Woolf, 1998: 8). Večina raziskav pa potrjuje, da je delež starejših, ki so reprezentirani v medijih, mnogo manjši od dejanskega deleža v populaciji, in da so reprezentacije načeloma negativne. Glavni očitek raziskavam "starizma" je, da najdejo to, kar hočejo. Že vprašalniki naj bi bili oblikovani tako, da izpostavijo starost in respondente usmerijo v odgovor. Največja pomanjkljivost pri večini raziskav o "starizmu" je v uporabi pretirano preproste metodologije, s katero raziskovalci zajamejo le eno dimenzijo pojava "starizma", pri tem pa zanemarjajo ostale dimenzije (Woolf, 1998: 5).

⁶ Vendar se seksizem in rasizem pogosto povezujeta s starizmom. Ambivalenca pri razumevanju starosti kot propada, izgube moči, je manjša, kadar gre za staranje žensk. Staranje naj bi bilo za ženske težja preizkušnja, kajti vir njihove moči sta lepota in mladost, zato z leti pri ženskah upadeta tako lepota kot moč, medtem ko moč moških izvira predvsem iz bogastva in ugleda, zato s starostjo izgubljajo manj moči v primerjavi z ženskami (tu gre za dvojne standarde staranja, kaže pa tudi na tesno povezanost med starizmom in seksizmom..). S starizmom se povezuje tudi rasizem - staranje pripadnikov etničnih skupin je bilo še do nedavnega zadeva, kateri ni nihče posvečal pozornosti. Tako v Veliki Britaniji (Featherstone in Hepworth, 1993). Sicer pa to velja tudi za Slovenijo - študije o staranju Romov bi bile nekaj povsem novega za to področje. Starostniki, ki so pripadniki etničnih manjšin, in pa starejše ženske, so skoraj nevidni in ta nevidnost je pomenljiva. Kajti, kot pravi Gerbner (v Tupper, 1995) "Biti viden je privilegij v svetu simbolov." Starizem torej diskriminira že tako diskriminirane manjšine v družbi.

⁷ Tudi upokojitev je posledica razumevanje starejših kot neuporabnih za delo, zaradi določene kronološke starosti. Nekoč je bila meja za 'upokojitev' fizična nezmožnost za delo, danes pa birokratska politika na osnovi splošno sprejetih stereotipov o staranju, posameznika razglasi za nezmožnega za delo pri neki kronološki starosti, ki je upravno določena, ne glede na ostale dejavnike.

3.1 Pojmovanje starosti skozi čas

Različne kulture so v različnih obdobjih različno vrednotile starejše ljudi, kar potrjuje, da so stereotipi oblikovani bolj na družbeni kot pa biološki osnovi, čeprav se zdi, da se mnogo predsodkov o starejših oblikuje na osnovi upadanja njihove fizične moči. Dva dejavnika, ki sta skozi zgodovino oblikovala odnos do starostnikov, sta telesna moč in kombinacija znanje-izkušnje oz. upadanje teh lastnosti. Z izumom pisave in tiska so starejši izgubili svojo najbolj uporabno družbeno funkcijo, to je vlogo "prenašalcev ustnega izročila, znanja in ohranjevalcev spomina" (Scrutton, 1990: 13). Zato so izgubljali 'vrednost' kot izkušeni člani družbe s posebnimi znanji in veščinami. Telesna moč je bila vedno pomembna, zajeta v teoriji 'preživetja najmočnejših' pa je uveljavila prepričanje, da morajo 'stari in šibki' prepustiti mesto v družbi 'mlajšim in močnejšim' za ohranitev vitalnosti vrste.

V srednjem veku (14., 15. stoletje) so bili starejši spoštovani zaradi sposobnosti preživetja, kajti le nekaj jih je preživelo epidemije bolezni, npr. kugo. Ker so bili redkost, so bili spoštovani. Ko pa se je z razvojem družbe in napredkom medicine daljšala tudi življenjska doba, s tem pa tudi število starostnikov, ti niso več predstavljali skupine, ki bi bila spoštovana izključno zaradi svojega preživetja (Scrutton, 1990: 13). Industrijske revolucije so na Zahodu ustvarile izrazito neugodno družbeno okolje za starejše, ki niso več zmogli biti produktivni, zato je 19. stoletje prineslo dobrodelna združenja in ustanove, ki so želela rešiti starejše pred najhujšimi posledicami ekonomskega sistema. Tako je na prehodu iz tradicionalne v moderno dobo prišlo do natančnejše definicije stopenj staranja, ki so postale osnova za upravno kategoriziranje starejših na podlagi kronološke starosti. Uvedba pokojninske zakonodaje, ki je bila odziv sistema na potrebe ostarelih, pa je po drugi strani preprečile starejšim, da bi bili po določeni starosti še vedno produktivni člani družbe. Tako so postali "vzdrževana kategorija prebivalstva, enako kot mladina do petnajstega leta" (Hojnik Zupanc, 1999: 45). Oznaka 'vzdrževani' je starejšim znižala družbeni status in reproducirala enačenje otrok in starostnikov, in tako utrdila stereotip o drugem otroštvu. Pregled zgodovine pokaže, da je bil odnos do

staranja in starejših večinoma ambivalenten, nihal je med spoštovanjem in posmehom starosti in starostnikov. Zаметke starizma tako najdemo tudi v preteklosti, ne le v postmodernej zahodni družbi. Že Antična Grčija je izkusila ambivalentnost v odnosu do starejših, kajti navkljub čaščenju mladosti, so bili spoštovani tako starejši⁸ filozofi, vladarji in pesniki. To nasprotje se je, pravi Scrutton (1990: 15), ohranilo skozi celotno zgodovino. Rimski imperij je imel pomembne vloge za starejše državljane (senatorje), medtem ko so bili starejši tarča satire dramatikov. Tudi krščanstvo je nihalo med podobo čaščenega modreca in podobo starajočega se grešnika.⁹ Japonska in ostale kulture Daljnega Vzhoda se zdijo tiste, ki so ohranile spoštovanje do starosti, kjer imajo starostniki visok družbeni status, njihova beseda je pojmovana kot modra in zato spoštovana (Woolf, 1998: 6). Vendar ta status ni univerzalen ali brezpogojen - temelji na posebnih spretnostih, znanjih ali dosežkih posameznika. Kot posledica procesov modernizacije teh družb pa raziskovalci že zaznavajo spremembe v odnosu do starejših (Scrutton, 1990:15) in širjenje "starizma" skupaj z razvojem družb, ki niso zahodne.

Zavedanje stigme starosti ali "starizma" je že velik korak naprej v boju proti tem predsodkom, menita avtorja (Scrutton, 1990; Woolf, 1998). Vrednote v družbi se spreminjajo počasi, in če ne prej, pravita, spremeni posameznik mnenje, takoj ko ali če postane član populacije starostnikov.

3.2 Starostniki kot homogena družbena skupina

Uvedba pokojninskega zavarovanja, ki je bil "prva oblika uniformnega

⁸ Za ilustracijo ambivalentnega odnosa do starejših v Antični Grčiji lahko uporabimo ep Iliado, ki ujame duh časa, jasno prikaže tedanjo miselnost. V devetem spevu Iliade zasledimo besedno zvezo 'zbor gerontov', kjer gre za svet starešin, spoštovanih zaradi svoje modrosti in izkušenj, medtem ko v drugem spevu pravi Homerjev Priam, da ni bolj usmiljenja vrednega prizora, kot je telo starega, padlega moškega. Kajti mrtev mlad bojevnik vzbuja manj žalosti, saj je "čeprav mrtev, je še vedno vse na njem čudovito" (Walters v Featherstone in Hepworth, 1993: 311).

⁹ Vpliv verovanja na odnos starejših do življenja in na odnos ostalih do starejših je po Scruttonu (1990:26) posebno močan. Krščanstvo vsebuje idejo staranja kot kazni, plačila za grehe, prekletstva. Starost je sicer v mnogih religijah čas priprave na smrt, čas trpljenja, ki očisti vernika, da doseže odrešenje v nebesih, valhalli ali nirvani.

kategorialnega odzivanja sistema na potrebe starejše populacije, je ostarelim delavcem zagotavljala sistemsko legitimiteto homogene družbene kategorije in s kronološkim kriterijem jasno ločene generacije od aktivne generacije" (Hojnik Zupanc, 1999: 48). Stari ljudje so dobili status odvisne družbene kategorije, s tem pa so postali posebna družbena skupina. V to skupino torej spadajo vsi, ki so starejši od 60 let in/ali upokojeni.

Zakaj v isto skupino tlačimo tako šestdesetletnike kot devetdesetletnike? Tinkerjava opozori, da bi le redki prisodili enake lastnosti tako tridesetletniku kot šestdesetletniku. Lahko sicer predvidevamo, da vsi starejši želijo pripadati isti skupini in da tudi čutijo podobno. Zelo verjetno pa je, da se pri teh sklepih motimo. Zato Tinkerjeva meni, da bi bilo bolj ustrezno, če bi ljudi delili glede na to, koliko stari se zdijo v vedenju, odnosih in mišljenju. 'Star si toliko, kot se počutiš,' je eden izmed pristopov, in če vesti se kot starostnik pomeni "pomanjkanje fleksibilnosti mišljenja in zastarel izgled, potem bi mnogo dvajsetletnikov in tridesetletnikov sodilo v skupino starostnikov" (Tinker, 1997: 25). Ugotovitve raziskav o odnosih do starejših (Tinker, 1997) kažejo, da se kot posledica sedanjih politik do starejših, predvsem predstavljanja starejših kot finančno breme ali celo nevarnost socialni državi, ohranjajo kot prevladujoče vrednote tiste, ki naj bi kazale na *zapostavljenost starejših*, in sicer da so ti *sistematično zapostavljeni samo zato, ker so starejši*. V tem okviru se starejši pogosto pojmujejo kot enotna družbena skupina. Nekaterе študije pa kažejo, da starejših ni mogoče pojmovati kot enotne skupine, sploh pa ne na podlagi kronološke starosti (Bradley in Longing, 2003: 1). Zato so tisti, ki preučujejo staranje in starostnike, razdelili skupino starejših v več skupin; na 'mlade-starejše' (65 do 74), 'stare starejše' (75 do 84) in 'najstarejše starejše' (85 in več) (Riley in Riley v Scrutton, 1990: 13), kar naj bi zmanjšalo razpon znotraj posamezne kategorije, ki pa so še vedno utemeljene na kronološki starosti.

Raziskave Državnega sveta za staranje v ZDA (The National Council on the Aging ali NCOA) jasno kažejo, da upada pomen kronološke starosti kot osrednjega indikatorja staranja. "Kronološka starost ni več najpomembnejša pri definiranju, kdo so starejši" (Bradley in Longing, 2003: 1), saj le delno odraža

biološke, psihološke in sociološke procese, ki definirajo stopnje v življenju. Čeprav se pojmi starejši, starostniki in starejše osebe pogosto nanašajo na tiste posameznike, ki so stari 65 let in več, je verjetno pomembnejša razlika med sposobnostjo, ali starostnik deluje samostojno pri vsakdanjih opravilih ali ne. Na starostnike tako kot na druge družbene skupine bolj učinkujejo drugi dejavniki, kot sta spol in finančna situacija ne pa kronološka starost (Walker, Maltby v Novak, 2000: 126). Družbeni razred, podpora družine, fizična in psihična nezmožnost, religija in delovni vzorci varirajo med starejšimi ravno toliko kot med ostalo populacijo. Mnogi avtorji zato opozarjajo na (zanemarjene) razlike med različnimi skupinami starejših kot so moški in ženske, belci in črnci ter etničnimi manjšinami. Zatorej je edino utemeljeno pričakovati, da bodo zahteve skupine starejših do družbe, njihova pričakovanja in njihov prispevek tako različni, kot so pri večini populacije (Tinker, 1996: 120).

Toda "starizem" je tako integriran v družbeno življenje, da je pogosto prezrt in neopažen. Predsodke do starejših racionaliziramo, povezujemo jih s fizičnimi značilnostmi. Zato je zavedanje, da "starizem" ne obstaja samo okrog nas, temveč tudi v nas, kot ostali predsodki, dobra strategija v boju proti "starizmu". Nekateri raziskovalci, ki preučujejo "starizem", predlagajo ustanovitev podobnih uradov, kot je npr. Urad za enake možnosti in dopolnitev že obstoječe zakonodaje ter celo odstranitev izraza 'starost' iz zakonodaje. Pomembna je tudi organiziranost starejših v interesne skupine,¹⁰ ki zastopajo svoje lastne interese ter javnosti ponujajo svoje reprezentacije starejših, ki so drugačne od stereotipnih predstav, ki vladajo v medijih.

¹⁰ V ZDA so to Sivi panterji (Grey Panthers), pri nas v Sloveniji pa Demokratična stranka upokojencev Slovenije (DeSUS).

4. Mediji in diskurzi o starostnikih

Množični mediji so pomemben del našega vsakdanjega življenja, saj za družbo in posameznike opravljajo določene funkcije. Ena temeljnih funkcij medijev je socializiranje posameznikov v družbi oz. prenašanje vrednot, ki so v družbe sprejete kot pravilne. Množični mediji predstavijo načine, kako naj se člani neke družbe vedejo sprejemljivo in kaj naj pričakujejo od drugih. Na tak način se skozi množične medije, ki služijo kot dejavniki socializacije, v družbi ohranja stabilnost, vzpostavljajo se skupne vezi na podlagi skupnega vedenja in vrednot. Ohranja se status quo, pravijo kritiki takšne, funkcionalistične teorije. Množični mediji so tudi vir novic in zabave, vendar so več kot to, saj "njihova sporočila hkrati želijo občinstvo v nekaj prepričati", pravi John Vivian (1995: 4).

Mediji so torej kulturne formacije in ne le sredstva obveščanja. Medijske reprezentacije imajo vpliv na pojave v družbi oz. kulturi in resnične posledice, njihov vpliv pa se raziskuje z analizo ponudbe pomenov v medijih. Mediji legitimirajo ene in marginalizirajo druge identitete in mobilizirajo določeno razumevanje sveta. Simbolna marginalizacija določenih identitet ima materialne posledice v legitimaciji realne družbene marginalizacije in na tak način se razlike spreminjajo v družbene hierarhije (Luthar, 1996: 182). Tako razliko mladi - stari ljudje mediji spremenijo v razmerje večvrednosti mladosti proti manjvrednosti starosti, kar se odraža v družbi. Gerbner (v Tupper, 1995: 1) pravi, da so ravno množični mediji "vseprisotni prodajalci družbenih vlog v (post)industrijskih družbah", kajti tudi starost ni nič drugega kot ena izmed družbenih vlog, o kateri veljajo stereotipne predstave.

Starostnike, kot jih poznamo danes, konstruirajo in oblikujejo različni diskurzi - medicinski, institucionalni, pravni, upravni, medijski, ipd., ki praviloma uporabljajo stereotipe, tako negativne kot pozitivne. Kronološka starost je sicer biološka variabla, toda koncept starostnikov kot takih je družbeni konstrukt. Ničesar biološkega ni v predpostavki, da imajo starejši raje klasično glasbo kot popularno ali da so po naravi modrejši od ostale, mlajše, populacije. *Starost tako deluje kot socialni označevalec, je predmet diskurzov, ki se spreminjajo. Zato lahko podobe*

starejših razumemo in razlagamo samo v okviru časa, v katerem so nastale, saj so odraz moči družbenih skupin in kulture v različnih zgodovinskih obdobjih.

Diskurzi konstruirajo družbeni svet, kajti vladajoči diskurzi v kulturi oblikujejo načine razmišljanja o nas samih in naših občutjih (Ule, 2003: 39). Foucault (v Hall, 1997: 44) pravi, da "nič, kar ima pomen, ne obstaja zunaj diskurza". Starostniki oz. stari ljudje seveda obstajajo v družbi, vendar pa oznaka 'starostnik' in pomen, ki ga ta pojem nosi, obstaja le znotraj diskurzov. Tako obstajajo diskurzi o starostnikih znotraj vseh področij družbenega življenja. Tako v literaturi kot v medicini, doma in v parlamentu, kot v medijih, ki so morda najpomembnejši, saj s svojimi 'izjavami' o tem, kaj starostniki so in kakšno je zanje primerno vedenje, dosežejo največ članov družbe. "S(m)o to, kar pravimo, in svet je to, kar rečemo, da je" (Hall, 1997). Starost tako ni le stvar narave, ampak je tudi (predvsem) družbeno določena. Od starejših pričakujemo, da se vedejo oz. da se ne vedejo na določen način, 'starosti primerno'. In ne samo medijski, tudi medicinski, institucionalni diskurzi nam povejo, kaj je letom primerno in kaj ne. Ti različni diskurzi vplivajo na način, kako ne le mediji, ampak ljudje vsakodnevno govorimo o staranju in starejših. Diskurzi določajo, kako se ideje o staranju in starostnikih udejanjijo v praksi in kako so uporabljene za uravnavanje vedenja nas in drugih. Tako je npr. institucionalni diskurz ustanov z mehanizmi in odnosi, ki so sicer namenjene lajšanju vsakdanjega življenja starostnikom, tisti, ki infantilizira starejše. V teh institucijah, kjer se po uradnih podatkih nahaja le med 5 in 8% populacije starostnikov, je njihova nemoč najbolj vidna in tako vplivna. Mnogokrat gre za podobe senilnosti, podobe telesa, ki životari v takšni instituciji. Podobe nekoga, ki je manj kot človek, saj ne zmore več nadzorovati svojega telesa, kar družba ne odpušča in tako reproducira podobe nemoči in posplošuje na celotno skupino starejših.

Kakor diskurz uveljavlja določene načine, kako smemo o nekem objektu govoriti, definira sprejemljive in razumljive načine, kako govoriti ali se vesti, tako diskurz tudi 'izključuje', omejuje in prepoveduje drugačne načine razpravljanja o nekem predmetu ali določeno vedenje do tega predmeta oz. specifične družbene skupine. Kar je prisotno, je pomembno, pomembno pa je tudi tisto, česar ni – odsotnost določene reprezentacije ni nevtralna, ampak ima pomen. Pojem

diskurza povezuje med seboj ne le jezik, vidno predstavljanje, prakse, znanja, temveč tudi razmerja moči. Vključuje spoznanje, da sta jezik in vidno predstavljanje vpletena v razmerje moči in v konstrukcije znanj in praks o pojavih. Nekateri diskurzi težijo k prevladi nad drugimi in so dominantni. Dominantni diskurzi so povezani z močnimi posamezniki ali močnimi družbenimi skupinami. Pomagajo jim uresničevati njihove interese, saj oblikujejo načine reprezentacij pojavov tako, da to ustreza tem interesom (Ule, 2003: 39). Reprezentacije določenih družbenih skupin so vedno pod vplivom tistih, ki so na oblasti oz. ki imajo moč. Tako so moderne podobe starostnikov močno pod vplivom "vrednot in procesov industrializacije in tehnoloških inovacij, ki so starejše razvrednotili in jih naredili nepomembne v proizvodnem procesu" (Dowd v Featherstone in Hepworth, 1993: 323). Pozneje pa so se podobe starejših na podlagi potrošniške kulture rekonstruirale, vendar so ostale negativne. Kajti z upokojitvijo so dobili starejši etiketo neuporabnih članov družbe. Kar nadalje pomeni, da so jih odstranili iz aktivnega življenja. Moderne podobe starostnikov so ambivalentne ne le z vidika modrost - nemoč, temveč tudi kot skrb za stare in krhke, in njej nasprotni občutek ogroženosti in strahu pred kohorto starostnikov, ki so mnogokrat reprezentirani kot finančno breme družbe. Da bi preučevali podobe starostnikov, moramo raziskati kako kombinacija diskurza in moči (moč/znanje) producira določen koncept starostnika, ki ga reprezentira kot naravnega in samoumevnega, tako, da ima za posledico resnične učinke tako za starostnike kot ostale člane družbe. Diskurz vsebuje načine reprezentacije starostnikov v določenem obdobju. Tako so že od Antike dalje različni diskurzi starejše pojmovali kot posebni del družbe, pogosto so bili predmet posmeha v delih grških dramatikov in filozofov. Očitali so jim predvsem rigidnost in hinavščino.

Razvoj množičnih medijev pa je vzpostavil prostor, kjer se o starejših ne le govori, temveč se jih kot posebno družbeno skupino tudi naslavlja. Eden od razlogov za to spremembo so spoznanja oglaševalcev (na podlagi tržnih raziskav) o tem, da starejši niso le del populacije z najnižjimi dohodki, ki so nenehno zvesti istemu izdelku. Novejše tržne raziskave ugotavljajo, da z naraščanjem števila starejših potrošnikov (skupina nad 45 let), narašča tudi njihova kupna moč. Kupujejo ne le izdelke, ki so po 'tržni' logiki povezani s

staranjem, npr. ortopedski pripomočki, križarjenja, ipd., ampak tudi izdelke, za katere je dolgo veljalo prepričanje, da jih kupujejo predvsem mladi potrošniki (npr. oblačila za rekreacijo) (Peterson in Ross, 1997: 1). Spoznanje, da imajo starostniki določeno kupno moč, je vplivalo na spremembo diskurzov o starostnikih in na način reprezentiranja, ki pa ostajajo zvesti stereotipnim predstavam o starejših.

4.1 Med modrostjo in nemočjo - izvor nasprotij pri reprezentiranju starejših

Pomen podob starejših in staranja je v tem, da ustvarjajo znanje, vedenje o starostnikih. Avtorja Featherstone in Hepworth (1993: 304) sta raziskovala podobe starejših ne le v množičnih medijih, ampak tudi v slikarstvu, kiparstvu in literaturi skozi čas. Opozorila sta na trenja in nasprotovanja, med podobami in družbenimi resničnostmi ali med javnimi podobami starejših in osebno zaznavo. Hkrati pa sta tudi predstavila izvor nasprotja v reprezentacijah starejših skozi čas v zahodni kulturi. Ta ambivalenca modrost - nemoč izhaja iz nasprotja med mitom bibličnega, starejšega, beloBradega preroka iz antičnega judaizma kot utelešenja modrosti, ter Antične Grčije, ki je idealizirala milino in lepoto mladosti, nasproti njej je postavljala starost. Ta dva mita (biblijski očak nasproti grškemu mladeniču) sta izvor ambivalentnih reprezentacij starostnikov in tudi odnosa do starejših znotraj zahodne kulture (Minois, Covey v Featherstone in Hepworth, 1993: 304).

Podobe starejših so sicer zgodovinsko in družbeno določene, zato jih ne moremo razumeti kot točne opise odnosov in ravnanja s starejšimi. Vendar povedo veliko o tem, katere skupine ustvarjajo podobe starostnikov in v čigavem interesu so takšne podobe, pravita Featherstone in Hepworth (1993). Posamezniki ponotranjijo podobe o starejših, kot jih ponujajo vladajoče skupine, ter jih zaradi reproduciranja v množičnih medijih in vsakodnevnem življenju pogosto nekritično sprejmejo kot naravne in samoumevne.

Pri družbeni konstrukciji starostnih kategorij ima izgled primarno vlogo, saj vidne spremembe povezane s staranjem, kot so gube na obrazu, predstavljajo proces preoblikovanja, s katerim postanejo starostniki (predvsem ženske) v

družbi pogosto nevidni (Featherstone in Hepworth, 1993: 310). Reprerzentacije 'starejših kot starih teles' vsakodnevno krožijo v družbi in v javnih medijih, in ker so to stvarne reprerzentacije, posnemovalne in mentalne podobe, neposredne in dejanske, nam dajo občutek, da so resnične in zato same po sebi razumljive. Tako prezremo dejstvo, da so tudi te reprerzentacije telesa starostnika, ki se nam zdijo naravne, pravzaprav družbeno konstruirane in delujejo le znotraj nam poznanih diskurzov. Reprerzentacije razumemo le znotraj jezikovno utemeljenih interpretativnih shem in sistemov klasificiranja, ki delujejo znotraj danega kulturnega konteksta. V različnih kulturnih kontekstih ali družbenem življenju drugih skupin je istim reprerzentacijam starega telesa dan različen pomen. Npr. gube na obrazu kitajske babice, ki jo vnukinje pozdravljajo z veseljem, je znak višjega statusa, medtem ko je ta ista podoba v drugem, to je zahodnem, kulturnem kontekstu redefinirana kot znak telesnega in moralnega propada, znak neizbežnega nižjega statusa (Featherstone in Hepworth, 1993: 306).

Ko pomislimo na podobe starajočih se teles, je očitno, da v zahodni kulturi podobe mladosti vsebujejo konotacijo lepote, energije, miline, moralne moči in optimizma, medtem ko so podobe starostnikov obremenjene z grdoto, brezdelnostjo, ničnostjo, degeneracijo in moralnim propadom, danes pa to zamenjuje občutek pomilovanja, odpora, krhkosti in nemoči. Čeprav naj bi bile podobe teles ljudi same po sebi razumljive, je njihova recepcija odvisna od praktičnega znanja, zdravega razuma in shem razvrščanja, ki občinstvo usmerijo k specifičnemu pomenu (Featherstone in Hepworth, 1993: 306). Tako fizično omejenost povezujemo s psihično omejenostjo in propadom, od tu izhaja povezava med krhkim telesom in nemočjo, odvisnostjo starostnika. Te simbolne polaritete niso nikoli dokončne in utrjene, zgodovinsko se spreminjajo ko se različne družbene skupine borijo za premoč pri definiranju in rekonstruiranju podob, ki bodo ustrezale njihovim posebnim interesom in namenom.

Reprerzentacije, ki so skozi čas starejše predstavljale kot modre, spoštovane, nasproti pa so postavljale podobe starejših kot nemočnih, tarč posmeha, se danes spreminjajo v odnos reprerzentacij starejših kot izkušenih, tistih, ki imajo dragocene življenjske izkušnje. Reprerzentacije, ki nasprotujejo podobi starejših kot modrih pa so reprerzentacije starejših nemočnih starostnikov, odvisnih od

dobrodelnosti drugih in skrbi države, potrebnih finančne, duševne pomoči, nege in varnosti. Avtorja Featherstone in Hepworth (1993) posebej poudarita, da kljub nasprotnim reprezentacijam starost ni bila nikoli popolnoma razvrednotena, niti ni bila nikoli razumljena kot dobrodošla izkušnja zadovoljstva, spremenil pa se je način reprezentacije starejših.

4.2 Reprezentacije starostnikov v medijih

Koncept reprezentacije povezuje pomene in jezik s kulturo, pravi Stuart Hall (1997). "Reprezentacija je produkcija pomena skozi jezik" (Hall, 1997: 28). V reprezentaciji uporabljamo znake, organizirane v jezike (jezik tu pomeni kakršenkoli sistem znakov, ki omogoča prenašanje in izražanje pomena; npr. podobe, zvoki, itd.), da bi komunicirali z ostalimi člani družbe.

Medijske reprezentacije starejših so tiste, ki imajo konstitutivno vlogo pri družbeni definiciji in reprodukciji starosti. Vendar tisti, ki ustvarjajo te reprezentacije, praviloma niso starejši, temveč mlajši, ki skozi tekste predstavijo svoje videnje starostnikov, ki pa zaradi pomanjkanja lastnih izkušenj večinoma le utrjujejo stereotipne predstave o starejših v družbi.

Podobe, ki jih mediji konstruirajo v družbi, imajo dejanske posledice za starostnike kot za ostale člane družbe. Ljudje se na podlagi tega znanja vedejo do starejših na 'pravilen', 'njim primeren' način, prilagodijo jim teme pogovora, posledično pa tudi starejši prilagodijo svoje vedenje pričakovanjem družbe. Reprezentacije starostnikov so pogosto neposredno povezane z reprezentacijami starega telesa, in ta krhkost telesa se prenese tudi na razum, in tako pridemo do povezave med krhkim telesom in nemočjo, odvisnostjo starostnika od družbe, ki namesto njega ve in misli, kaj je zanj najbolje. Zato družba tako od starostnikov pričakuje, da razpravljajo o krhkosti telesa in razuma, o spremenjenem družbenem življenju kot posledici minevanja časa, ne glede na dejansko stanje posameznega starostnika. Tako se potrjuje teza, da se starosti ne da preprosto "zreducirati na biološki proces fizičnega propadanja, ki se dogaja v vakuumu, ločeno od družbenega življenja" (Featherstone in Hepworth, 1993:

308). Starostniki, ki jih predstavljajo mediji, so predstavljeni stereotipno, čeprav obstaja nasprotovanje med podobami starostnikov¹¹ kot nemočnih, potrebnih pomoči in tistih, ki imajo izkušnje in znanje. Greengrossova (1990: 9) pravi, da pretirano zaščitniški odnos do starejših ne vodi le do reprezentacij starejših kot šibkih in nemočnih, ampak vodi celo v kratenje človekovih pravic, ko se odloča mimo starostnika v 'njegovo dobro'.

4.3 Primeri reprezentacij starejših v različnih medijih

O podobah starejših v množičnih medijih je bil objavljen znaten delež raziskav, pravi Tupperjeva (1995: 4). "Te študije vključujejo analizo vsebine televizijskih programov in oglasov, tiskanih oglasov, člankov, literature za otroke in celo voščilnic" (Tupper, 1995: 4). Skoraj vsaka raziskava je ugotovila, da je delež prisotnosti starejših v medijih manjši od dejanskega deleža starejših v populaciji, kar še posebej velja za starejše ženske. Vendar pa so bili starejši redkeje prikazani v negativni luči, kot so to pričakovali raziskovalci. Negativne, stereotipne oznake za starejše so po mnenju Tupperjeve in ostalih (1995: 4) slabotnost, raztresenost, počasnost, trma in podobno. Tupperjeva (1995: 4) meni, da je vzrok ne tako pogostim negativnim podobam starejših tudi dejstvo, da imajo raziskovalci veliko težav pri oblikovanju objektivnih kriterijev, kako presoditi negativne, nevtralne in pozitivne reprezentacije starostnikov.

4.3.1 Podobe starejših v reviji Retirement Choice

Vendar pa je le malo raziskav na temo reprezentacij starejših na spletu. Morda je vzrok temu tudi to, da je internet relativno nov medij. Preden se lotimo

¹¹Banalen primer, ki pa potrjuje stereotipno reprezentacijo starostnikov kot nebogljenе družbene skupine, najdemo v nečem tako vsakdanjem kot je priročnik Varne vožnje. V odstavku 8.15.2., Obveznosti voznikov do pešcev, piše: ".../ Posebno moramo paziti na otroke, ki pogosto niso pozorni na promet, /.../ Enako skrb moramo posvečati tudi starim ljudem, ki jim *sposobnosti, predvsem fizične, že upadajo*. Podobno velja za invalide, ki imajo bistveno zmanjšano sposobnost gibanja, in za slepe /.../" (2000: 171-172).

analize spleta, bi želela predstaviti nekaj ugotovitev o podobah starejših, ki kažejo značilnosti, katere pričakujem tudi pri spletnih reprezentacijah starejših.

V reviji Retirement Choice (Velika Britanija, izhajati je začela leta 1972) so denimo uredniki in novinarji načrtno spremenili reprezentacije upokojencev kot pasivnih starostnikov. Namenoma so uvedli rubriko o modi, ki je bila v sedemdesetih letih novost v tisku, namenjenem starejšim. Ta rubrika je nasprotovala 'upokojenski uniformi' in svetovala svetle barve, ličenje in urejenost, ki so bili do tedaj samoumevi samo za mlajše generacije. Tudi ostali članki so kritizirali javne stereotipne predstave o upokojencih kot pasivnih, revija je ponujala podobe slavnih in politikov, ki se uspešno starajo in sploh ne mislijo na upokojitev. Naslov revije so kasneje spremenili v Choice, ker naj bi beseda 'retirement' (upokojitev) predstavljal nekaj negativnega, bralci se verjetno niso želeli identificirati z 'upokojenci'. Tako je revija reprezentirala upokojitev in starejše kot lagodni življenjski stil, kjer se slabosti starosti premaguje z različnimi veščinami in dostojanstvom (Featherstone in Hepworth, 1993: 330). Čeprav naj bi revije namenjene starejšim kazale bolj pozitivno podobo starostnikov (Tupper, 1995: 10), se hkrati z naslovi ali slogani želijo distancirati od starejših, kar je zanimiv paradoks. Ta paradoksalnost je razvidna na primeru britanske revije Choice. Uredništvo se je načrtno trudilo spremeniti definicijo upokojenca, na koncu pa je v naslovu revije zamenjalo ravno besedo 'upokojitev'. Vsem prizadevanjem navkljub je potencialne kupce motila oznaka 'upokojenci', zato so ukinili del naslova in se s tem dejanjem zavestno oddaljili od starostnikov in upokojencev.

4.3.2 Podobe starejših na televiziji

John Bell (1992) je leta 1989 preučeval podobe starostnikov na televiziji, in sicer v petih ameriških nanizankah¹², ki so bile na sporedu v času največje gledanosti in namenjene občinstvu nad 55 let. Posebnost teh nanizank je bila ta, da so bili tudi glavni protagonisti stari najmanj 55 let. Bell je ugotovil, da starejše osebe kot osrednji liki teh nanizank izražajo moč (nasprotno od nemoči), predstavljeni liki so premožni, vedno zdravi ter ne samo fizično in družbeno

aktivni, temveč tudi umsko aktivni in zabavni. Ostali člani družbe (ostali liki) jih spoštujejo in občudujejo. Pri reprezentaciji starejših pa Bell opozori na odsotnost seksualnosti likov (Bell, 1992: 309), kar se povezuje z zadnjo značilnostjo, ki jo je Bell opazil pri analizi. To je 'stari red' ali ohranjanje glavnih vrednot patriarhata.

Kadar pa je prisotna, je to t. i. 'erotiko pogleda in želje', nikoli dotika, kar izraža družbeno mnenje, da spolna praksa ni več primerna aktivnost starejših oz. je sploh ni. Tu bi morda našli povezavo med krščanskim mitom in konservativnim prepričanjem vladajoče skupine, da spolnost brez namena prokreacije ni družbeno zaželena.

Spremembe, ki jih je Bell (1992: 310) opazil v primerjavi rezultatov njegove analize petih oddaj in rezultatov raziskav o oddajah s starejšimi na TV, so spremembe stereotipnih predstav o starejših. Starejše osebe so reprezentirane bolj pozitivno, predvsem starejše ženske so predstavljene bolje, kot so bile v preteklosti. Kljub temu ostajajo premalo predstavljene, pa tudi njihove reprezentacije so problematične. Tudi stereotip o izredno zdravih, aktivnih in bogatih je zavajajoč, kajti večina starostnikov se ne more s takšnimi liki poistovetiti. Zanimarjeno je tudi družinsko življenje, ki starejšim dejansko veliko pomeni. Ne govori se o težavah starostnikov: npr. o problemu varnosti, tudi revščini in bolezni. Največje probleme takšne reprezentacije starejših Bell vidi v ohranjanju vrednot patriarhata, bogastva in mitološkega 'starega reda'. Podobe starejših so sicer postale pozitivne, starostniki so reprezentirani kot modri, aktivni, zdravi in vplivni, vendar pa ostajajo reprezentacije še naprej stereotipne.

Tupperjeva opozarja, da so "podobe starejših v televizijskih oglasih sicer manj negativne kot so bile" (Tupper, 1995: 18). Razloge išče v upoštevanju rezultatov tržnih raziskav, ki se želijo izogniti stereotipnim podobam starejših kot slabotnih in bolehnih. Vendar pa ima to za posledico zmanjšano vidnost starejših v medijih, ne pa predstavljanje pozitivnih likov starostnikov v oglasih.

Reprezentacije starejših v sodobni družbi si nasprotujejo, čeprav ostajajo stereotipne. Podobam tistih, ki se starajo v stilu, ki so modri, kar pomeni, da se vedejo tako, kot od njih družba pričakuje, in preskrbljeni, torej niso nikomur v breme, stojijo nasproti nemočni starostniki. Ti so revni, bolni, dementni, so breme družbe. Takšna je sedanost. Tudi televizija je opustila trend poznih 80-tih let

prejšnjega stoletja, ko so starostnike predstavljali v pozitivni luči, konec devetdesetih let prinaša najbolj gledane programe, kjer ni niti en protagonist starostnik (Woolf, 1998). Northcott (1975 v Tupper, 1995: 15) je preučil 464 likov v televizijskih oddajah in ugotovil, da je bil le 1,5% vseh likov starejših, predstavljeni so bili večinoma v stranskih vlogah in negativno označeni. Gerbner, Gross, Morgan and Signorielli (1981 v Tupper, 1995: 23) pravijo, da ni naključje, da je delež reprezentiranih starostnikov manjši od dejanskega; zrcali namreč razporeditev dohodka v ZDA, podobno pa verjetno velja tudi Slovenijo.

Kar je odsotno je pomembno in odsotnost starejših likov v najpopularnejših oddajah jasno pravi, da sodobna družba nadaljuje s kultom mladosti. Toda predstavniki generacije, rojene po 2. svetovni vojni (t.i. baby boomerji), bodo postali novi starostniki z relativno več moči, kot je imajo sedanji starostniki, zato bo njihov vpliv na spremembo reprezentacij starostnikov v družbi večji. Kajti skupine pritiska so tiste, ki imajo moč spremeniti splošno mnenje v družbi in ga naravnati v takšno, ki starostnike sprejema kot enakovredne člane družbe in se do njih tudi tako vede. Takrat bo starost postala "doba aktivnega potrošništva, starostniki pa v fazi fizičnega, mentalnega in spolnega obnavljanja" (Featherstone in Hepworth, 1993: 331), če bodo imeli denar, seveda.

Danes še vedno prevladujejo diskurzi, kjer so starostniki reprezentirani kot nekaj nenavadnega, drugačnega, različnega od 'normalnosti', saj v sodobni, potrošniški družbi mladost ni le ideal, ampak tudi norma. Skozi medijske tekste o eksistenčni ogroženosti so reprezentirani kot ena najbolj ranljivih¹³, posebnih družbenih skupin, kot so invalidi in otroci, hkrati pa to nemoč negirajo z obtožbami, da predstavljajo nevarnost za državo blaginje (pokojnine, medicinska oskrba).

¹²Gre za oddaje, ki so znane tudi slovenskemu občinstvu, in sicer; Umor je napisala, Zlata dekleta, Matlock ter Jake and the Fatman in In the Heat of the Night, ki niso bile predvajane v Sloveniji.

¹³V Veliki Britaniji starejše od petdeset let zaradi njihove želje po zdravju, telesni kondiciji in podaljševanju mladostnega videza imenujejo 'reciklirani najstniki' (Sobotna priloga, Delo, 5. junij 2004, str.21).

4.4 Spletne reprezentacije in internet

(Spletne) reprezentacije so način, kako mediji, v tem primeru splet, re-rezentirajo dogodke, resničnost. Uporaba pojma 'reprezentacija' poudarja, da mediji nikoli ne samo prezentirajo sveta ampak ga tudi konstruirajo (glej O'Sullivan, 1994: 78). Daniel Chandler (2003) pravi, da se pojem medijska reprezentacija nanaša na konstrukcijo podob 'realnosti' (kot so ljudje, kraji, predmeti, dogodki, kulturne identitete in ostali abstraktni koncepti) v kateremkoli (množičnem) mediju. Mediji konstruirajo svet na način, ki stabilizira družbo, saj vzpostavlja skupnost na podlagi skupne izkušnje in kulturnega vedenja. Tako mediji ohranjajo status quo v družbi, gre za način reprezentacije, ki naturalizira in racionalizira podobe in status različnih skupin v družbi, ter tako ohranja tudi določen družbeni sistem.

Glavna tema preučevanja reprezentacije je ravno način, kako postanejo reprezentacije 'naravne' in samoumevne. Reprezentacija je proces, ki abstraktne ideološke koncepte oblikuje v stvarne, trdne oblike, predstavlja jih kot naravne, kot edine sprejemljive in v skladu z obče sprejetimi družbenimi normami. Sistemi reprezentacij so pravzaprav sredstva, ki uokvirijo ideologijo - ti sistemi 'pozicionirajo' svoje subjekte. Reprezentacija se spreminja skozi čas in kulturo - označevalci za 'istega' označenca se lahko spremenijo ali preoblikujejo (O'Sullivan, 1994: 265). Reprezentacije s stalno, ponavljajočo se uporabo postanejo znane, 'naravne' in neposredovane. Vsi teksti, kakorkoli resnični se nam že zdijo, so bolj konstruirane reprezentacije kot pa preprosti transparentni 'odsevi', posnetki, prepisi ali reprodukcije že obstoječe resničnosti¹⁴.

Internet in z njim svetovni splet sta nov medij. Ron Rice (Lievrouw in Livingstone, 2002: 6) pa definira nove medije kot "tiste komunikacijske tehnologije, ki tipično vključujejo računalniške zmožnosti, ki omogočajo interaktivnost med uporabniki ali med uporabniki in informacijami". Razlika med t.i. tradicionalnimi mediji in novimi mediji je tudi v demasifikaciji, pojavnosti novih medijev, ki se spreminja s časom.

Lastnost novih medijev, ki se razlikuje od tradicionalnih, je ta, da omogoči uporabniku spreminjati in redistribuirati vsebine, kar poimenujejo 'nedoločnost' novih medijev v primerjavi s tradicionalnimi. Uporabniki imajo tako možnost 'spregovoriti', novi mediji tudi ustvarjajo novo vrsto 'prostora znanja, vedenja', ki je ločen od lokalnega vedenja in izkušenj. Kar pa ne pomeni, da novi mediji služijo tistim, ki imajo manjšo moč v družbi. Novi mediji služijo prodoru in ohranjanju kapitalizma in interesom relativno majhne skupine ljudi, ki ima moč. Bill Melody celo trdi, 'da so novi mediji bolj podvrženi ekonomskim faktorjem vpliva, hkrati pa so bolj pomembni za novo informacijsko ekonomijo kot so bili tradicionalni mediji kdaj koli' (v Lievrooouw in Livingstone, 2002).

Če je torej internet medij, namenjen predvsem mlajšim generacijem, potem je očitno, da bodo reprezentacije starostnikov v rokah mladih. Predstavljena je definicija starostnikov z vidika tistih, ki šele bodo postali starostniki, kar pomeni, da njihovo znanje o starejših izvira iz ostalih medijskih in družbenih reprezentacij. Potem lahko pričakujemo, da bodo spletne reprezentacije starostnikov zgolj reprodukcija ostalih medijskih reprezentacij in da bo ambivalenca med reprezentacijami starejših kot modrih in kot nemočnih prisotna tudi na spletu. Princip delovanja ostaja isti, če so reprezentacije starostnikov v tradicionalnih medijih pomanjkljive, potem tudi internet kot nov medij sam po sebi ne zagotavlja bolj verodostojnega reprezentiranja starejših. Vendar ima več možnosti vplivanja, glede na to, da je internet nov medij, ki naj bi demokratiziral medijski prostor tako, da omogoča dostop vsem članom družbe, ne glede na spol, starost ali izobrazbo. Bil naj bi prostor, kjer ima vsakdo pravico, da reprezentira sebe ali skupino, ki ji pripada ali ji želi pripadati.

¹⁴Tako strukturalistične kot postrukturalistične teorije razumejo 'resničnost' in 'resnico' kot produkte določenih sistemov reprezentacij. Resničnost je vedno reprezentirana - kar imamo za 'neposredno' izkustvo je 'posredovano' s kodami zaznavanja. Reprezentacija vedno vsebuje 'konstrukcijo realnosti', ki je zgodovinsko pogojena. Da bi jo razumeli, jo moramo interpretirati gleda na kontekst v katerem je bila producirana. Realiste npr. zanima 'skladnost' reprezentacij z 'objektivno' resničnostjo (v pojmih 'resnica', 'natančnost' in 'izkrivljanja'), medtem ko konstruktiviste zanima, čigave resničnosti so reprezentirane in čigave so zanikane. Reprezentacije so tudi neizogibno selektivne, ker v ospredje postavijo določene zadeve, ki jih neka družba ima za pomembne, medtem ko ostale potisnejo v ozadje.

4.4.1 (Ne)uporaba interneta med starostniki

Eden pomembnejših vzrokov pomanjkanja alternativnih reprezentacij starostnikov na internetu je gotovo pomanjkanje uporabe osebnih računalnikov in dostopa starejših do spleta. Internet je v principu nov množični medij, namenjen mlajšim generacijam, kajti kljub različnim priložnostim, naraščanju uporabe in prednostim tehnologije, so starejši odrasli še vedno del 'digitalnega razkoraka'.¹⁵

Starostniki ne uporabljajo računalnika ali spleta, ker so prestrašeni, ker ne zaznajo potrebe po uporabi in pogosto zaradi visokih stroškov. Wall Street Journal (2001) citira raziskavo, ki sta jo leta 2000 opravila Pew Internet in ameriški Ite projekt in rezultati te raziskave so pokazali, da približno 87% starejših (65 let in več) nima dostopa do interneta. Leta 1999 je Microsoft v sodelovanju z Ameriškim društvom za staranje financiral neodvisno raziskavo, ki je pokazala, da 30% starejših ljudi (med 50 in 79 let) poseduje in uporablja osebni računalnik. V naslednjih tridesetih letih, ko naj bi se starejša generacija podvojila, ker se zdaj stara t.i. generacija baby boomerjev, ki so izobraženi, relativno finančno preskrbljeni, je pričakovati, da bodo zmanjšali¹⁶ ta digitalni razkorak.

V Sloveniji rabo interneta raziskuje RIS (Raba interneta v Sloveniji). Leta 2001 so opravili raziskavo Digitalni razkorak, kjer so preučevali razlike med posamezniki in gospodinjstvi glede dostopnosti in uporabe interneta oziroma osebnega računalnika. Ugotovili so, da je v Sloveniji digitalni razkorak razmeroma velik, vendar podoben drugim razvitim državam. Najmočnejši vpliv na dostop oz. uporabo ima izobrazba, sledita *starost* in dohodek, saj so v vseh pregledih v daleč najslabšem položaju najstarejši, kar je povezano tudi s statusom upokojencev. Med specifičnimi razlogi za neuporabo v grobem prevladujejo stroški (predvsem stroški opreme, deloma tudi tekoči stroški), pomanjkanje vsebin ter predsodki. Precej opazni so predsodki o komplicirani uporabi, pri starejši populaciji pa najdemo še mnenje, da so za to prestari (RIS, 2001).

Če upoštevamo starost, opazimo, da se razkorak v lastništvu računalnika povečuje predvsem med tistimi nad 61 let ter vsemi ostalimi. Računalnik je najbolj pogosta dobrina med anketiranci pod 30 let, kar pomeni, da so mlajši v

neprimerno boljšem položaju. Najslabše se glede dostopa od doma godi starejšim od 61 let, kjer dostop stagnira oziroma zelo počasi narašča (od 0 v letu 1996 do 4,5% v letu 2000). Ostale starostne skupine so precej izenačene, medtem ko se razlike med mlajšimi in starejšimi s časom še povečujejo. Pri uporabi interneta najbolj zaostajajo anketiranci, starejši od 60 let, pri čemer uporaba interneta med njimi tudi najpočasneje narašča.

Raziskave tako jasno dokazujejo, da je Internet nov medij mlajših generacij. Tako možnost emancipatorične moči Interneta pri reprezentaciji starejših ne pride do izraza.

¹⁵ Digitalni razkorak je po Oxfordskem slovarju definiran, kot "prepad med tistimi, ki imajo dostop do računalnikov in tistih, ki nimajo."

¹⁶ Oddelek za trgovino v ZDA poroča, da je leta 2000 29,6 milijonov Američanov nad 50 let uporabljalo Internet, medtem ko jih je v tej starostni skupini leta 1998 uporabljalo le 19,3 milijone. Starostniki so se v vedno večjem številu odločali za računalnike, usposabljanja in uporabo Interneta. Njihove dejavnosti na spletu so enake kot pri ostalih starostnih skupinah (Leavengood, 2001).

5. Starostniki kot ciljno občinstvo v slovenskem medijskem prostoru

Podobe starejših v tisku, ki je namenjen splošni populaciji, so običajno redke in kadar so prisotne, so večinoma negativne. Zato naj bi revije, namenjene starejši populaciji, vsebovale več reprezentacij in te naj bi bile bolj pozitivne. V slovenskem prostoru sta reviji, namenjeni starejši populaciji, Albert in Vzajemnost. Revija Albert je prenehala izhajati po treh letnikih, medtem ko revija Vzajemost še izhaja.

5.1 Revija Albert

Leta 2000 je Mladinska knjiga založba d.d. pričela z mesečnim izdajanjem revije Albert, specializirane za starejše. Vendar je revija zaradi premajhne realizirane prodaje leta 2002 prenehala izhajati. Pred začetkom izdaje so izvedli raziskavo trga s pomočjo zunanje agencije in rezultati so napovedovali optimističen razvoj vsebinsko prilagojene revije posebni starostni skupini ljudi, pravijo pri založbi. Tudi sam koncept, format, obseg in oglasni del je sledil smernicam, ki so bile začrtane po vzoru tuje periodike.

V praksi pa se je pokazalo, da imajo ljudje v tem starostnem obdobju izbrana interesna področja, ki jim želijo slediti tudi z revialnim tiskom in se *nikakor ne želijo opredeliti kot upokoјenci ali starostniki*. Ta predznak se je izkazal kot najbolj negativen in posledično tudi neuspešen za revijo, njeno naklado in prodajo.

Pri reviji Albert sem bila pozorna na vsebino na treh ravneh, in sicer na naslovnice, rubrike in oglase. Te tri ravni so vsebovale oznake, ki so v sodobni družbi prepoznane kot tiste, ki so tipične za starejše, nekatere pa so odstopale od pričakovanih stereotipov.

Tako je do šeste številke prvega letnika revija Albert imela naslov 'Revija za drugo pomlad', ki so ga kasneje spremenili v 'Revija za aktivna zrela leta' (glej prilogo A in B). Morda je bila pri prvem moteča asociacija na besedno zvezo 'drugo otroštvo', ki ga različni diskurzi pogosto uporabljajo za poimenovanje starosti in izraža nekaj negativnega, nemoč, odvisnost in mentalno šibkost.

Na naslovnica revije Albert so se pojavljali večinoma znani Slovenci in Slovenke v zrelih letih, vsi aktivni, ustvarjalni in zelo vitalni (npr. ilustrator Miki Muster v bazenu s plavalno kapo in očali, glej prilogo C). Med stalnimi rubrikami so nastopale kratke zanimivosti, rubrika o odnosih v družini, intervju z naslovno osebo, kolumna, kjer sta svoje mnenje o določeni temi primerjala mladi in starejši pisec (naslov kolumne je bil 1:1). Potem obvezna rubrika o zdravju, prehrani, kulturi. Vsak mesec je prinesel tudi Izhode, rubriko, ki je ponujala seznam prireditev, razstav, koncertov, ki pa niso vključevali koncertov popularne glasbe ali sporedov za kino. Prve številke so imele Rubriko o modi, pozneje so jo ukinili, kot stalne pa so se ohranile križanke, rubrika o naravi in vrtovih, rubrika o knjigah, potopis o prestolnicah oz. deželah, finance in televizijski namigi. Te rubrike konstruirajo kaj so primerne prostočasne dejavnosti za starostnike in katere ne. Glavna teme revije je bilo zdravje, vse od zdrave prehrane do zdravil in zdravega načina življenja.

Če opazujemo rubrike skozi čas, opazimo, da naslovi rubrik nihajo; v prvem letu so naslovi, ki kažejo na starost in z njo povezane zadeve), usmerjeni k razbijanju stereotipnih predstav o starejših, npr: Nega jaza, Seks v zrelih letih, Prehrana za drugo pomlad, Avtomobil za dva. Te rubrike reprezentirajo starostnika kot aktivnega, ki skrbi zase tako z rekreacijo kot zdravo prehrano, neguje svoje telo in duha. Nasprotno pa so tudi rubrike, ki utrjujejo stereotipno podobo starostnika, pa imajo naslove: Težave z zdravjem, Pismo psihoterapevta, Legende, Tradicija, Tretja univerza. Starejše naj bi tako zanimala zdravje, preteklost, narava. Drugi letnik (2001) revije Albert prinaša še več k starosti orientiranih rubrik, ki reproducirajo stereotipne predstave o starejših kot obremenjenih z boleznimi, živečih v preteklosti, hkrati pa aktivnih in čilih na nasprotni strani (rubrike Osteroartroza, Legende, Obletnice, Lepša starost, Starost - modrost, Staranje Slovenije, Dediščina ter Kaveljci in korenine). Tretji letnik revije pa prekine takšno usmeritev, saj prinaša izredno malo rubrik, ki bi se nanašale prav na starost, z izjemo rubrike ...v davnino in Starine. Ta sprememba je verjetno posledica spoznanja založbe, da rubrike, ki so že z naslovi povezane s starostjo, bralcev ne privlačijo. Ravno nasprotno. Opominjajo jih na njihovo staranje, etiketi starostnika pa se večina želi izogniti.

Bralec dobi nehote občutek, da starejše izjemno zanima zgodovina, preteklost imen, izvora Slovenstva, tradicij in dediščine. Takšne rubrike definirajo starostnika kot tistega, ki ima čas za preteklost, kot da je že sam del preteklosti. Kot nasprotje temu naj bi mlajše kakršnakoli zgodovina dolgočasila, saj živijo v sedanjosti, prihodnost je njihova, za razliko od starejših.

Tudi preprosta analiza oglasov v reviji potrjuje reproduciranje stereotipnih predstav o starostnikih. Večino oglasov v reviji Albert lahko uvrstimo v eno izmed naslednjih skupin: zdravje (priročniki, vitamini, zdravila, zdrava hrana, bio ležišča in negovalna kozmetika), turizem (turistične agencije, terme in zdravilišča) in finančna ter fizična varnost (banke, zavarovalnice in investicijske družbe, varovana stanovanja). Oglasi za zdravstvene pripomočke so sicer zelo redki (npr. telefonski aparat za ljudi s slušnimi težavami), so pa pogosti oglasi za ohranjanje zdravja, tudi v povezavi s turizmom (zdravilišča, terme). Vendar se ravno skozi poudarjanje zdravja konstruira podoba starejših kot skupine izjemno nemočnih, šibkih (oglas za šampon za oslabiljene lase, očala, zobno pasto za občutljive dlesni),

Na drugi strani pa je bila revija Albert namenjena starostnikom, ki so še vedno aktivni (oglas za olimpijsko kartico za rekreacijo), imajo vnuke (oglas za otroške knjige, igrače, popularne filme) in jih navdušujeta predvsem kultura, pa tudi narava (rubrike o vrtovih, izletih v naravo, ipd.). Kljub rubrikam o financah se ne ukvarja z nizkimi pokojninami ali socialno ogroženostjo starejših. Tudi tu najdemo ambivalenco pri reprezentiranju starejših kot premožnih (obiskujejo kulturne prireditve, berejo priročnike, poskrbeli so zase, saj nimajo finančnih težavah, sodelovali so pri zgodovini države, ipd.). na drugi strani pa nemočnih.

Če analiziramo vse tri letnike, ugotovimo, da revija počasi izgublja naboj revije namenjene starejšim, ki je bila že zastavljena tako, da je naslavljala starostnike, ki se 'uspešno starajo'. Uspešnost staranja Baltes in Baltesova (v Hojnik Zupanc, 1999: 183), na podlagi spoznanj različnih avtorjev, določata z naslednjimi kazalci: dolžina življenja, biološko zdravje, mentalno zdravje, kognitivna učinkovitost, socialna kompetenca in produktivnost, osebna kontrola in zadovoljstvo z življenjem.

5.2 Revija Vzajemnost

Začetke naslavljanja starejših kot ciljnega občinstva v slovenskem medijskem prostoru lahko najdemo v reviji Vzajemnost¹⁷, ki je glasilo Zavoda za pokojninsko in invalidsko zavarovanje ter Zveze društev upokojencev Slovenije. Namenjena je predvsem upokojencem in invalidom, saj je pred 30 leti nastala zato, "da bi bili zavarovanci dobro obveščeni in bi tako rekoč iz 'prve roke' dobili informacije o pokojninah, invalidnih in drugih prejemkih in to na najbolj razumljiv način" (dr. Bojan Špicar v Vzajemnosti, maj 2004: 49).

Primerjava naslovnice revije Albert z naslovnici revije Vzajemnost praviloma (letniki 2000 do 2004) prikazuje že na videz starejše ljudi, ponavadi v družbi otrok (vnukov), pa tudi pri opravilih ali v prostem času. Na spletni strani Vzajemnosti širok baner (trak) prikazuje fotografijo v razkošnih zlatih barvah, rahlo zamegljeno, kjer je starejši par (sivi lasje) očitno zadovoljen v svoji družbi, saj sta oba sproščeno nasmejana, poleg pa je slogan – 'Za čas, ko živite zase'.

Rubrike naslavlajo upokojence, bodoče upokojence in preprosto starejše. Poudarek revije ostaja na razlagi zakonov ter njihovih dopolnitev in sprememb. Kar dokazuje prva stalna rubrika, ZPIZ in pokojnine, kjer se ukvarjajo z zakoni, pobudami in rešujejo dejanske težave bralcev. Sledi rubrika Aktualno, kjer so intervjuji, potem Zdravje in psihologija (prehrana, rekreacija, nasveti zdravnika), rubrika Zanimive osebnosti, Odstrte podobe, Izbrskano iz spomina, Iz zgodovine, Novo na knjižni polici, rubrika ZDUS, rubrika Prosti čas (izleti in ročna dela, vrt, humor, križanka, svet avtomobilizma, lepši videz).

Večino oglasov v reviji Vzajemnost lahko, tako kot oglase v reviji Albert, uvrstimo v eno izmed naslednjih skupin - zdravje (priročniki, vitaminski in mineralni dodatki, zdravila, zdrava hrana, negovalna kozmetika, diagnostični pregledi), turizem (terme, zdravilišča) in varnost (varovana stanovanja). Starostnike reprezentirajo kot nemočne in odvisne predvsem oglasi za zdravstvene in higienske pripomočke (slušni aparati, ortopedski pripomočki,

¹⁷ Revija Vzajemnost ravno letos praznuje 30. obletnico, že nekaj časa pa obstaja tudi v elektronski različici na spletu (www.vzajemnost.si).

merilci krvnega tlaka in sladkorja, plenice za inkontinenco). Čeprav so oglasi večinoma takšni, ki utrjujejo podobo starejših kot zdravstveno šibkih (oglas za plenice, lasulje, lepilo za zobne proteze, bilobil), nekateri oglasi ponujajo alternativno reprezentacijo starejših. Zanimiv je oglas Mladinske knjige, ki ponuja delo (prodaja knjig) starejšim ljudem, tudi upokojujencem. Kar pomeni, da starejši niso reprezentirani kot breme družbi, ampak so še vedno lahko del aktivne delovne sile. Zaradi izkušenj in modrosti lahko nadaljujejo z delom. Oglasi za viagro in viareeliquid ter oglase za stike ponujajo podobo starejših kot tistih, ki se ne razlikujejo od ostale populacije, ki so še vedno spolno.

Tudi tu najdemo ambivalenco pri reprezentiranju starejših kot modrih, aktivnih, enakovrednih članov družbe (oglas za delo, na drugi strani pa nemočnih, odvisnih, tistih, ki ne zmorejo več nadzorovati vseh telesnih funkcij (oglas za plenice).

Uspeh revije Vzajemnost v primerjavi z revijo Albert je najverjetneje njen praktični del, ki razlaga zakone o pokojninah in ostalem, kar je potrebna informacija za (bodoče) upokojujence, reprezentacije starostnikov so raznolike in ponujajo alternative, čeprav tudi utrjujejo stereotipne predstave o starejših..

Bradley in Longing (2003: 3) sta na primeru izdelkov, namenjenih starejšim kot posebni skupini ljudi, pokazala, da starejši nočejo biti vsakodnevno opozorjeni na svojo starost, kadar kupujejo izdelke ali časopis. Torej, če bi za Vzajemnost lahko rekli, da je nekakšen tehnični priročnik za upokojujence, je bil Albert namenjen populaciji, ki živi življenjski slog starostnikov. Toda izkazalo se je, da izbrana ciljna publika tako oznako zavrača, saj se raje identificira s svojimi hobiji, ki so morda pogojeni s starostjo, vendar jih neposredno ne opozarjajo na dejansko starost. Kupovati časopis, ki bi bil namenjen starejšim, je osebna kapitulacija, in predstavlja dokončno priznanje, da so člani kluba starostnikov, proti čemer se 'borijo'. Kajti etiketa starosti prinaša razvrednotenje posameznika kot individualnega bitja (Dali v Tupper, 1995: 1), kar Meyrowitz (v Tupper, 1995: 1) razlaga z naslednjimi argumenti; zaradi sprememb v družbi starostniki ne predstavljajo več izkušenih 'starešin' s posebnimi znanji, veščinami in modrostmi. Spoštovani so samo tako dolgo, dokler morejo živeti kot mladi, to je, dokler so

spodobni delati, imeti spolno življenje, se rekreirati in predvsem skrbeti sami zase.

Tisk namenjen starejšim odseva ta dvojni koncept starostnika – na eni strani ponuja nasvete zdravnika pri specifičnih zdravstvenih težavah povezanih s starostjo in posledično nemočjo, na drugi pa zagovarja pristop 'star si, kot se počutiš', hkrati pa poudarja modrost in dragocene izkušnje, ki jih prinesejo zrela leta. Revija Albert je vsebovala tudi rubriko o spolnosti v zrelih letih, kar naj bi dokazovalo, da starostniki niso nič drugačni od ostale populacije. Seksualnost starejših je torej primerna za medicinski, psihološki diskurz, medtem ko ni primerna v diskurzu oglaševanja, kjer opazimo izrazito aseksualnost reprezentacije starostnikov (v reviji ni npr. oglasov za spodnje perilo ali dekorativno kozmetiko, ki so v tisku namenjenem ostali populaciji).

Menim, da so oglasi tisti, ki izdajajo ideologijo družbe bolj kot članki. Oglasi predstavljajo enega izmed 'režimov resnic', kaj pomeni biti starostnik v tej družbi in zdaj. Oglasi izdajajo, kaj je primerno in kaj ni primerno za starostnike (koncept normalnosti) po merilih družbe. Tako oglas za hotel, posebej namenjen starejšim (glej prilogo F), konstruira starostnike kot tiste, katerim so "uslužnost, razumevanje in ljubeznivost" pomembnejša od udobja ali ponudbe hotela. Različni oglasi pod ugodno, recimo vikend paketi za upokojujence v termalnih zdraviliščih, so nevtralni samo na prvi pogled, saj s poudarjanjem skrbi za zdravje in zdravstvenega vidika term, reproducirajo podobe starejših kot zdravstveno šibkejših, bolj ogroženih in tako nemočnih. Zakaj torej ni poleg oglasov za zdravilišča v Vzajemnosti tudi ponudbe za adrenalinski vikend na Soči? In zakaj se nam zdi to vprašanje nadvse smešno in zabavno? Ali zakaj ni oglasov za dekorativno kozmetiko temveč le za negovalno, ki varuje 'izsušeno, razpokano, nagubano' kožo? Odsotnost določenih reprezentacij je prav tako pomembna kot njihova prisotnost, pravi Hall (1997).

5.3 Liki, ki rušijo stereotipe o starostnikih (v slovenskih medijih)

Mnogi avtorji, ki so raziskovali podobe starejših, so analizirali podobe starejših tudi v literaturi, v filmih, na voščilnicah, in ne samo v tisku, na televiziji ali v oglasih.

V Sloveniji nisem zasledila podatkov o podobnih raziskavah, podala pa bom nekaj primerov, ki so pritegnili mojo pozornost, ker nasprotujejo stereotipnim predstavam o starostnikih ali bolje rečeno starejših ženskah.

Avtorji, ki preučujejo "starizem" (Scrutton, 1990; Tupper, 1995; Wolf, 1998), še posebej izpostavljajo, da je praviloma delež starostnikov, ki so reprezentirani v medijih (predvsem na televiziji) manjši od dejanskega deleža starejših v populaciji.¹⁸ Delež starejših žensk, ki se pojavljajo v medijih, je pomembno manjši od dejanskega deleža starejših žensk v populaciji v primerjavi z deležem starejših moških. Starejše ženske so ne samo v medijih temveč tudi v vsakodnevnem življenju tradicionalno stereotipizirane kot pasivne, zdravstveno ogrožene, šibke, aseksualne in neučinkovite (Block v Woolf, 1998), osamljene, frustrirane, nagubane (Palmore v Woolf, 1998) in odvisne.¹⁹ Izbrani primeri iz slovenskih medijev pa ponujajo drugačno reprezentacijo starejše ženske in tako rušijo stereotipne predstave.

5.3.1 Teta Justi (Pil in Pil PLUS)

Najprej je tu tednik za najstnike Pil – nekdanj Pisani list, zdaj Pil in Pil PLUS, tednik za najstnike, in stalna rubrika Kotiček tete Justi, ki deluje že več kot deset let. Teta Justi je tu predstavljena kot modra starejša gospa, ki se z mladino odlično razume, ni pridigarska niti rigidna, ampak rešuje težave z življenjskim optimizmom, zdravo pametjo in življenjskimi izkušnjami. Občasno se norčuje iz (svoje) zobne proteze in zdravstvenih (s starostjo povezanih) težav. Podoba nje same, ki se nam ponuja skozi branje njenih odgovorov, je daleč od negativnega stereotipa o starejši osamljeni ženski. Teta Justi pogosto omenja tako svoje prijateljice, sosede, soseda in poštarja kot družino (hči, vnukinja, nečak), kar jo predstavlja kot družabno starejšo žensko, ki še vedno vzdržuje svojo socialno mrežo. Hodi na zabave, zmenke, sama vozi avto, daje nasvete o poljubljanju, igra hokej, poskuša rolati, ipd. Stereotipne predstave o življenju starejših, ki jih sama skozi tekst utrjuje, pa so; ne več tako trdno zdravje, težave z dieto, pešanje vida, škripanje kolen ipd. kot del starosti. Ker gre za svetovalno rubriko, se v tem

oziru teta Justi kaže kot modra starejša ženska, njena modrost je predstavljena kot posledica obilice življenjskih izkušenj.

5.3.2 Babica nevrotične gospodinje (revija Jana)

V (ženski) tedenski reviji Jana prav tako izhaja kolumna Nevrotične gospodinje, kjer se avtorica praviloma ukvarja z razburkanim življenje in doživetji babice. Ta starejša ženska, ki ima vnukinjo srednjih let, je nasprotje stereotipne podobe starejše ženske. Kajti ta babica živi po svoje, menja ljubimce, denar za pogreb raje zapravi za potovanje, se zabava s prijateljicami, sodeluje v različnih krožkih in klubih, je popolnoma samostojna, zabavna, pikra in trdnega zdravja. Prikazana je kot ženska, ki se uspešno stara, uspeva ji zadržati mladostni življenjski stil (glej prilogo I).

5.3.3 Babica gre na jug (film)

Babici nevrotične gospodinje je podobna še ena babica – babica iz filma Babica gre na jug. Gospa Sara, babica pri sedeminosemdesetih, zbeži iz doma za ostarele, kamor jo želijo spraviti zaradi bolezni. Babica zato preprosto pobegne in sede v neregistrirani stari mercedes mladega saksofonista Davida, ki ostane brez denarja na cesti in beži pred nepopustljivim stanodajalcem. Skupaj se odpravita na morje, kjer doživita vse polno dogodivščin. Iz prvotnega odnosa odvečnosti in prepirljivosti pa postaneta prava prijatelja.

Babica Sara izgleda stara – ima globoke gube, nima pa nobenih zdravstvenih pripomočkov. Je zelo urejena, elegantno oblečena, naličena,

¹⁸ Rezultati raziskave Georga Gerbnerja in Larrya Grossa (1993) kažejo, da je na ameriški televiziji le 5.4% likov starejših od 60 let, čeprav predstavljajo kar 17% celotne ameriške populacije.

¹⁹ Raziskave o zdravju med moškimi in ženskami so dokazale, da so starejše ženske enako zdrave kot moški, poleg tega je njihova življenjska doba v povprečju vsaj za sedem let daljša (Woolf, 1998: 7). Podobno je z odvisnostjo in osamljenostjo - raziskave dokazujejo, da se število družbenih stikov z leti pri ženskah poveča (Clark in Anderson v Woolf, 1998: 7). Stereotipne predstave, ki vladajo v družbi, pa temu nasprotujejo.

očitno premožna (nakit, debel zavitek denarja), odločna, zabavna svetovljanka, včasih pa tudi otročja in iracionalna (ko v Casinoju stavi ves denar), kar utrjuje stereotipno predstavo o starostnikih kot 'neodgovornih' otrocih.

Te primere, ki opisujejo starejše ženske, sem uporabila, da bi predstavila tudi nestereotipne reprezentacije starostnikov v nekaterih slovenskih množičnih medijih.

6. Analiza spletnih reprezentacij starostnikov na primeru spletnega portala Senior60.net

Temeljna vprašanja, ki si jih zastavljamo pri analizi reprezentacije so naslednja (Dyer v Swanson, 1990; Chandler, 2003): kaj je reprezentirano; kako je reprezentirano, katere kode uporablja, znotraj katerega žanra; kakšna je tipična reprezentacija skupine v družbi; kako je reprezentacija 'resnična', 'naravna', 'zdravorazumska' (kaj jo dela tako); kaj je postavljeno v ospredje in kaj je potisnjeno v ozadje, ali je kaj pomembnega odsotno; čigava je reprezentacija, čigave interese odseva, kako to ugotovimo; kdo govori in za katero skupino; kaj nam reprezentacija pomeni, kaj pomeni drugim, čemu pripisujemo razlike; kako se zdi ljudem smiselna, po katerih kodi reprezentacijo 'osmislijo'; s čim lahko primerjamo alternativno reprezentacijo, kako se razlikuje.

Spletni portal Senior60.net (www.senior60.net) je osnovalo podjetje ISA.IT d.o.o.. Nastal je v okviru projekta SENIOR 60+²⁰, ki poteka že tri leta. V okviru projekta je podjetje poleg portala razvilo še niz usposabljanj, prilagojenih starejši populaciji (pilotska skupina, redni termini za posameznike in društva, skupina celoletne senior šole) in izdalo zbirko priročnikov za samoučenje uporabe računalnika. V podjetju pravijo, da se zaradi precej specifičnih potreb starejših v Sloveniji niso zgledovali po tujih portalih, čeprav se zavedajo, da so seniorji v tujini zelo aktivni pri uporabi informacijskih tehnologij. Ime portala nam pove, da je portal primarno namenjen starostnikom, seniorjem. Ker pa ima le nekaj odstotkov starejših od 61 let dostop do interneta od doma (4,5% v letu 2000 (RIS, 2001)), lahko sklepamo, da je portal namenjen tudi sorodnikom in prijateljem starejših, ki lahko potencialne uporabnike opozorijo na tečaj računalniškega usposabljanja. Portal ima podobo informacijskega centra za starejše, glavni namen strani pa ostaja informiranje o tečajih računalniškega usposabljanja za starejše.

²⁰ Podatke o projektu Senior60+ je posredovala Marjana Kajzer Nagode, vodja projekta SENIOR 60+, pri ISA.IT d.o.o..

Misel dneva

Človek je samo to,
kar ve. *Bacon*

Vreme

[Vremenska napoved](#)
[Napoved v sliki](#)
[Vreme po Sloveniji](#)

Igre

[Nagradna križanka](#)
[Vislice](#)
[Potapljanje ladjic](#)
[Križci in Krožci](#)
[Gumbomanija](#)
[Ostale igre](#)

Anketa

Ali menite, da bodo po vstopu v EU upokojenci bolje živeli?

- da, sem velik optimist
 verjetno
 mislim, da ne bo nobenih razlik
 ne, kvečjemu slabše bo
 ne vem

Pošlji

[Trenutni rezultati](#)
[Arhiv vseh anket](#)

E-pošta

[Pišite nam](#)
[Pošljite prijatelju](#)

Aktualne novice

05.05.2004

[Do konca maja nujno zdravljenje v EU-ju z novim obrazcem](#)

Slovenci bodo do konca maja med začasnim bivanjem v EU-ju in EEA-ju nujno zdravljenje in medicinsko pomoč lahko dobili z evropskim obrazcem....

(Vir: [www.rtv slo.si](#))

[Več...](#)

05.05.2004

[V Avstriji prve veleblagovnice za starejše](#)

DUNAJ - Avstrijska trgovska veriga Adeg je na Dunaju, Bergheimu in Bad Hofgasteinu pri Salzburgu odprla štiri veleblagovnice "Aktiv Markt 50 Plus", namenjene...

(Vir: [www.dnevnik.si](#))

[Več...](#)

28.04.2004

[Za pravico do pokojnine](#)

Ljubljana - Poslanke in poslanci so sprejeli še do izhodišča za pripravo spremembe 50. člena ustave (pravica do socialne varnosti), v katerega bi eksplicitno...

(Vir: [www.siol.net](#))

[Več...](#)

Za ostale novice v meniju na vrhu strani izberite možnost **Novice** in nato **Aktualne novice** ali **Arhiv novic!**

Obvestila

10.05.2004

[Udeležite se računalniškega usposabljanja za seniorje POŠILJAM ELEKTRONSKO POŠTO IN IŠČEM PO INTERNETU \(18.5.2004 ob 9h\)!](#)

13.05.2004

[Navodilo o distribuciji seznama neveljavnih kartic zdravstvenega zavarovanja \(SNK\)](#)

13.05.2004

[Organizacijsko navodilo za ZAPIS PODATKOV o prejetih medicinsko-tehničnih pripomočkih na kartico zdravstvenega zavarovanja in UPORABO teh podatkov](#)

Za ostala obvestila v meniju na vrhu strani izberite možnost **Novice** in nato **Obvestila!**



NAJPOGOSTEJŠA VPRAŠANJA O VARSTVENEM DODATKU

Bralci nedvomno vedo, da je varstveni dodatek, ki ga lahko pridobijo nekateri prejemniki pokojnin, namenjen izboljšanju njihovega materialnega položaja. Številni to pravico kar dobro poznajo, še vedno pa je kar nekaj takih, ki o varstvenem dodatku ne vedo prav veliko. To ugotovitev potrjujejo tudi ponavljajoča se vprašanja, povezana s to pravico.

[Več...](#)

Za ostale članke iz revije Vzajemnost v meniju na vrhu strani izberite možnost **Novice** in nato **Vzajemnost!**

Podoba starostnika, kot jo konstruira ta portal, je podoba starostnika, ki je star 60 ali več let, izobražen, splošno razgledan, urejen, miselno aktiven, zmerno fizično aktiven, relativno zdrav in ima veliko prostega časa oz. živi svoj prosti čas, osvobojen od dela. Takšna reprezentacija starostnikov je pozitivna, kar se sklada z ugotovitvijo, da revije, časopisi, oddaje, spletne strani "namenjene starejšim kažejo bolj pozitivno podobo starostnikov" (Tupper, 1995: 10). Še vedno pa je podoba starostnikov stereotipna, utrjuje predstave o starejših, ki vladajo v ostalih medijih in vsakdanjem življenju. Fotografija na vrhu strani je vizualna reprezentacija starostnikov, ki ustreza definiciji starostnikov, kot sta jo za svojo raziskavo o reprezentaciji starejših v oglasih uporabila Swayne in Greco (v Tupper, 1997: 12). Gre za določene fizične značilnosti, ki so izpostavljene kot tipične za starejše: to so beli lasje ali celo pleša, očala in sključena drža. Vizualna reprezentacija ima moč, da podobo starega telesa razglasi za verodostojno reprezentacijo starejših, za naravno, stvarno, zdravorazumsko, saj jo vidimo 'na lastne oči', zato ji zaupamo. In ta podoba povezuje telesno propadanje s starostniki, Kljub krhki telesni podobi pa sta oba starostnika na sliki nasmejana, dobre volje, zadovoljna, pomirjena sama s seboj, oko kamere ju je ujelo v vzdušju sproščenosti. Takšna podoba je zelo pozitivna, saj prikazuje starost kot obdobje umirjenosti, sproščenosti, druženja. Ta prvi pogled na portal prikazuje stereotip ideala starosti. Drugi, poglobljeni pogled na portal pa razkriva tudi alternativne podobe starostnikov, ki jih predstavlja kot nemočne, zdravstveno krhke. Povezuje jih s splošnim pešanjem, osamljenostjo, onemoglostjo, finančno in fizično ogroženostjo, pasivnostjo, konzervativnostjo.

To potrjujejo glavne teme te strani, zdravje, denar in prosti čas. Reprezentacije starejših kot nemočnih, zdravstveno šibkih, postanejo resnične in naravne skozi kar dve podrubriki o zdravju²². Pri spletnih reprezentacijah gre za institucionalni vidik v odnosu nemočnih starejših in institucije, ki 'pomaga'. Kajti zdravje starejših urejajo institucije, zdravstvene ustanove, saj med vsemi povezavami ni nobene povezave za skupine samopomoči. Da je zdravstvena ogroženost in šibkost značilna lastnost starostnikov, lahko sklepamo na podlagi dejstva, da je tudi turizem in prosti čas neposredno povezan s skrbjo za ohranitev zdravja. Povezave o turizmu vodijo do termalnih zdravilišč, planinarjenja in

izletov po Sloveniji. Dejavnosti v prostem času, ki so primerne za starejše, so vrtnarjenje, kultura, križanke in igre, ki urijo in krepijo mišljenje, spomin. Da so starejši onemogli, potrebni pomoči, lahko sklepamo tudi na podlagi rubrike koristnih informacij, kjer je povezava do pomoči starejšim in onemoglim.

Starejši so osamljeni, zato osamljenost in pomanjkanje socialnih stikov preganjajo z gledanjem televizije, predvsem telenovel, glede na to, da je v rubriki zabava posebna povezava namenjena prav telenovelam. Finančno ogroženi starejši potrebujejo informacije o varstvenem dodatku, ki je del glavne strani portala, starejši tudi niso pojmovani kot 'dobri' potrošniki, saj portal ne vsebuje povezave do kakšne spletne trgovine. Predvsem pa gradi spletni portal reprezentacijo starejših na drugačnosti, različnost od ostale populacije. Podoba starejših kot drugačnih je skonstruirana na njihovi nemoči v odnosu do novih tehnologij, zato potrebujejo prilagojene učbenike pri računalniškem usposabljanju. Ker so zdravstveno in finančno bolj ogroženi, kot ostala populacija, potrebujejo službe in institucije z večjimi pooblastili, da skrbijo zanje. Drugačni so od ostalih, saj imajo na razpolago več časa, da se posvetijo nepomembnim stvarim, kot je potapljanje ladij ipd., hkrati pa imajo omejeno gibanje. Zanje je tako primernejše potovanje po domovini, zato ni napovedi vremena po tujih državah, življenje v spominih in preteklosti. Drugačni naj bi bili starejši tudi po tem, da jih popularna kultura ne zanima, niti je ne poznajo; na ta način lahko pojasnujemo odsotnost kino programov, povezav do novosti v glasbi, koncertov. Različne rubrike in povezave ne gradijo le podobe starostnika, kakršen je, ampak tudi, kakšen naj bo. Kaj družba od njega pričakuje, kaj je zanj primerno in čemu naj se raje odpove. Na kratko, gre za skupek norm, pričakovanj in pravil kaj je 'letom primerno' in kaj ne.

²²Z vidika reprezentacije starejših kot zdravstveno šibkejših, omejenih je zanimiva primerjava med spletnim portalom SeniorNet (www.SeniorNet.org) iz Kalifornije, ZDA, ki svojim uporabnikom ponuja možnost povečave besedila na spletni strani, česar tu ni. Takšen pripomoček pa ne deluje kot pokazatelj nemoči starejših, saj omogoča starejšim uporabnikom sodelovanje v različnih razpravah.

Spletno reprezentacijo starejših nam ponuja podjetje, ki se ukvarja z računalniškimi tečajji in informacijsko tehnologijo. Stran so oblikovali ljudje, ki niso starostniki na podlagi podatkov, ki najverjetneje vsebujejo stereotipne predstave o starejših. Ta portal odseva tudi interes podjetja, ki želi približati internet starejšim uporabnikom tako, da jim ponuja svoje storitve v obliki računalniškega usposabljanja. Jasno opazimo odsotnost možnosti, da bi starostniki lahko izrazili svoje mnenje, ki bi bilo dostopno tudi ostalim obiskovalcem portala. Sicer imajo možnost pošiljati pošto prijateljem ali vzdrževalcu strani, ni pa klepetalnice ali oglasne table, kjer bi lahko povedali, kdo so, kaj želijo, kaj jih moti in podobno. Kot da besede starejših niso enakovredne ostalim, kot da strokovnjaki vedo več o starostnikih kakor vedo ti sami. Zato potrebujejo nekoga, v tem primeru ustvarjalce portala, ki jim pove kaj je zanje dobro, kaj potrebujejo in česa ne. Možnost izražanja je omejena tistim, ki niso mladi, ki nimajo prihodnost, ki samo še čakajo na dokončni propad. Morda je ta razlaga nekoliko preostra, vendar menim, da lahko ustreza takšni situaciji.

Spletna reprezentacija starostnikov potrjuje in utrjuje stereotipne predstave o starostnikih, ki krožijo v različnih medijskih tekstih. Naključni obiskovalec portala prepozna različne kode (ti kodi so fizične značilnosti starostnikov na sliki, skromna grafika, umirjene barve - prevladuje modra in siva barva) kot značilne za starejše in si v tem smislu razlaga podobo in vsebino portala.

Ker je portal narejen za tržne potrebe podjetja, ne preseneča, da rubrika Usposabljanje tako vsebuje le povezave, ki se nanašajo na podjetje ISA. IT. d.o.o.. Alternativne reprezentacije niso dostopne, saj starejšim ni omogočeno, da bi se sami predstavili na spletu. Različne spletne reprezentacije starostnikov omogoča npr. portal SeniorNet.org²³, ki je projekt neprofitne organizacije. Ta starejšim od 50 let pomaga pri osvajanju računalniškega znanja in uporabe interneta. Ker deluje na principu prostovoljnega dela, starejše namreč računalniško opismenjujejo starejši prostovoljci, so tudi starostniki tisti, ki odločajo, kakšna bo njihova reprezentacija.

Če primerjamo analizo reprezentacij starejših v revijah, na televiziji, filmu, z reprezentacijami starostnikov na spletu, opazimo, da vsi mediji naslavljajo starejše kot enotno družbeno skupino. Ponavljajo se stereotipi, ki si pogosto

nasprotujejo. Reprerentacije nemočnih starejših, ki so odvisni od pomoči posameznikov in institucij, se prepletajo z reprezentacijami modrih starostnikov, katerih življenjske izkušnje predstavljajo dragoceni družbeni kapital vsem generacijam.

²³ SeniorNet (ustanovljena leta 1986) je neprofitna organizacija, ki starejšim od 50 let pomaga pri osvajanju računalniškega znanja in uporabe interneta. Podpira 240 učnih centrov, skrbi za izobraževanje, raziskave o starejših in novih tehnologijah. Financira se s članarino, pristojbino za učne centre in donacijami. Deluje na principu prostovoljnega dela - starejše računalniško opismenjujejo starejši prostovoljci.

7. Ugotovitve

Diskurzi, ki govorijo o starostnikih, uporabljajo za konstrukcijo starejših podobe starega telesa in včasih celo posebno besedišče. Kot starejši so definirani tisti, ki ustrezajo predvsem telesnim kriterijem staranja kot so - sivi ali beli lasje, gube, sključena hoja, pripomočki, kontekst. Pri analizi spletnega portala in primerov iz ostalih medijev se je izkazalo, da je kontekst spletnih reprezentacij starejših podoben, če ne enak, kontekstu medijskih reprezentacij starejših. V ozadju so ekonomski interesi korporacij, od računalniških podjetij do farmacevtske industrije.

Zaradi interesov različnih industrij, ki imajo moč v družbi, je informacijski družbi navkljub težko konstruirati pozitivno podobo starih starejših, kajti potrošniška kultura ne namenja pozornosti težavam starejših v post aktivni starosti, to je, ko težje skrbijo zase in postanejo manj mobilni. Ta pozna starost še vedno velja za nekaj, kar je treba skriti, kar je grozno in kar nas vznemirja (Featherstone in Hepworth, 1993: 332).

Medijske vsebine, namenjene starostnikom, nagovarjajo starejše kot enotno skupino potrošnikov in jim ponujajo podobo uspešnega staranja 'modrih' starejših kot tistih, ki si prizadevajo za dostojanstveno staranje, medtem ko so kot nemočni predstavljeni tisti, ki jim ne uspeva, da bi se uspešno starali. Enako je s spletnimi reprezentacijami. Splet naslavlja aktivnega in neodvisnega starostnika, pozablja pa na ostale.

Tako je razmerje nasprotja med modrostjo in nemočjo pravzaprav nasprotje med starostniki, ki so samostojni, in starostniki, ki so odvisni. "Starizem" je prisoten ne le v načinu reprezentacije starejših, temveč tudi v delovanju institucij, npr. socialnih in zdravstvenih služb, ki starejše obravnavajo kot odvisne otroke ali pa jih dehumanizira na raven posamičnih 'problemov'. Čigav interes odražajo reprezentacije starejših kot nemočnih in odvisnih, ki so sredstvo produkcije in ohranjanja močne družbene ločnice med starimi in šibkimi ter mlajšimi in sposobnejšimi člani družbe (Bond in Coleman, 1993: 348)? Osnovni biološki razliki v starosti družba pripisuje razmerje med večvrednimi, elito 'mladih' in manjvrednimi, marginaliziranimi starimi. Tako država v kapitalizmu nadzoruje

delovno silo, kdo so aktivni in kdo pasivni, predvsem pa opravičuje obstoj določenih institucij in politik. *Starost tako deluje kot socialni označevalec, je predmet diskurzov, ki se spreminjajo. Zato lahko podobe starejših razumemo in razlagamo samo v okviru časa, v katerem so nastale, saj so odraz moči družbenih skupin in kulture v različnih zgodovinskih obdobjih.* Spletne reprezentacije se bistveno ne razlikujejo od ostalih reprezentacij starostnikov v medijih.

Reprezentacije starejših so paradoksalno v rokah tistih, ki še niso stari. Medtem ko je internet primarno namenjen mlajšim generacijam za iskanje informacij, razvedrilo in poslovanje, je internet starostnikom predstavljen kot pripomoček, s katerim starejši presegajo svojo fizično krhkost in nemobilnost. Tako tudi nove tehnologije reprezentirajo starostnike kot nemočne. Za reprezentacije starostnikov je značilno, da so plod tržnih interesov vladajočih skupin, tako v tradicionalnih kot v novih medijih. Kadar jim ustreza, ponujajo reprezentacije starejših kot nemočnih, pasivnih in odvisnih, drugič pa ponujajo reprezentacijo starejših kot modrih, še vedno aktivnih članov družbe kadar želijo nekaj prodati starejšim kot potrošnikom, modri starostniki so tisti, ki se uspešno starajo tako, da kupujejo ponujene izdelke farmacevtske, kozmetične, informacijske industrije in celo medicine. Ambivalenten odnos med spoštovanjem starejših in posmehom starostnikom je bil pravzaprav odnos do premožnih in/ali izobraženih starostnikov nasproti odnosu družbe do pasivnih in zato odvisnih starejših. Danes se je ta odnos spremenil v nasprotje med spoštovanjem modrih starostnikov, ki predstavljajo kupno moč in pomilovanjem, pokroviteljstvom ter pretirano skrbjo, ki konstruirajo starostnika kot onemoglega, odvisnega človeka, ki tone v drugo otroštvo. Reproduciranje takih podob skozi medije (tisk, televizija, splet) in institucionalne prakse utrjuje stereotipne podobe starejših, in s tem zapira prostor razprave o drugačnih, alternativnih podobah starejših. Kaj pa prihodnost? Kaj lahko pričakujemo od *podobe starostnikov v prihodnosti*, se vprašata avtorja Featherstone in Hepworth (1993: 321). Reprezentacije starostnikov so odvisne od vladajoče skupine v družbi, za katere pa težko verjamemo, da bodo končale dominacija podob mladosti v medijih, ki prevladujejo v zahodni, potrošniški družbi. Trenutni trendi kažejo na to, da se

bodo ohranile osnove za negativno upodabljanje starosti, če upoštevamo vso industrijo, ki gradi na kultu mladosti. Lepotna kirurgija, farmacija, kozmetična industrija, prehrabena industrija ponujajo potrošnikom dobrine, ki naj bi upočasnile ali pa preprosto zakrile staranje.

Spletne reprezentacije niso drugačne ali objektivnejše od ostalih medijskih reprezentacij starejših. Pri analizi tega problema se je izkazalo, da internet sam po sebi še ne zagotavlja večje demokratičnosti in s tem večje ponudbe reprezentacij. Analizirala sem le delček slovenskega spleta, zato je negotovo početje trditi, da spletne reprezentacije le utrujejo že obstoječe reprezentacije. Zaradi razvoja novih tehnologij in njihovega vpletanja v vsakdanje življenje menim, da bo v prihodnosti, ko se bodo postarale internetno pismene generacije, prišlo do sprememb reprezentacij starejših na spletu. Zanimivo bi bilo izpeljati obsežnejšo raziskavo, ki bi analizirala razvoj spletnih reprezentacij starostnikov glede na stopnje razvoja interneta.

8. Literatura in viri:

Bell, John (1992): "In Search of a Discourse on Aging: The Elderly on Television". V: *The Gerontologist*, 32, 305-311.

Bond, John, in Coleman, Peter (1993): "Ageing into the Twenty-first Century". V: Bond, John; Coleman, Peter; Peace, Sheila (ur.) (1993): *Ageing in Society : an introduction to social gerontology*, 341-364, 2. izdaja. Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Bond, John; Briggs, Roger, in Coleman, Peter (1993): "The Study of Ageing ". V: Bond, John; Coleman, Peter; Peace, Sheila (ur.) (1993): *Ageing in Society : an introduction to social gerontology*, 1-35, 2. izdaja. Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Bradley, D. E. in Longing, C. R. (2003): *Images of Aging*, (http://gateway.proquest.com/openurl?ctx_ver=z39.88-2003&res_id=xri:pqd&rft_val_fmt=ori:fmt:kev:mtx:journal&genre=article&rft_id=xri:pqd:did=000000101623362&svc_dat=xri:pqil:fmt=text&req_dat=xri:pqil:pq_clntid=65784), 1-5 (zadnji dostop 20. 04. 2004)

Branston, Gill; Stafford, Roy (1996). *The Media Student's Book*, London, New York : Routledge.

Chandler, D. (2003): *Media Semiotics*, www.aber.ac.uk/media/Modules/MC30820/represent.html (zadnji dostop 20. 04. 2004)

Coleman, Peter; Bond, John, in Peace, Sheila (1993): "Ageing in the Twentieth Century". V: Bond, John; Coleman, Peter; Peace, Sheila (ur.) (1993): *Ageing in Society : an introduction to social gerontology*, 35-67, 2. izdaja. Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Debeljak, Aleš; Stankovič, Peter; Tomc, Gregor; Velikonja, Mitja (2002): *Cooltura: uvod v kulturne študije*. Študentska založba, Ljubljana.

Erjavec, Karmen (2000): *Mi o Romih : diskriminatorski diskurz v medijih v Sloveniji*. Open Society Institute – Slovenija, Ljubljana.

Fabjančič, Nina (1999): "Medijska reprezentacija žensk v politiki" V: *Teorija in praksa*, let. 36, vol.1, 74-86.

Featherstone, Mike, in Hepworth, Mike. (1993): "Images of Aging". V: Bond, John; Coleman, Peter; Peace, Sheila (ur.) (1993): *Ageing in Society : an introduction to social gerontology*, 302-341, 2. izdaja. Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Ferguson, Robert (1998): Representing 'Race' : Ideology, Identity and the Media, London [etc.] : Arnold.

Goggin, Gerard, in Newell, Christopher (2003): Digital Disability: The Social Construction of Disability in New Media, Rowman & Littlefield, Lanham, Massachusetts, United States.

Greengross, Sally (1990). "Introduction. A Force to Change". V: McEwen, Evelyn (ur.) (1990): Age - The Unrecognised Discrimination, 1-12, Age Concern England.

Hagestad, Gunhild in Dannefer, Dale. (2001): "Concepts and theories on aging; beyond microfication and social science approaches". V: Binstock, Robert H., George, Linda K. (ur.) (2001): Handbook of aging and the social sciences, 5. izdaja. San Diego [etc.]: Academic Press.

Hall, Stuart (1997): Cultural Representation and Signifying Practices, Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Hojnik Zupanc, Ida (1999): Samostojnost starega človeka v družbeno-prostorskem kontekstu. FDV, Ljubljana.

Hooyman, Nancy. R.; Kiyak, H. Asuman (2002): Social Gerontology: A Multidisciplinary Perspective. 6. izdaja, Boston : Allyn and Bacon.

<http://falcon.jmu.edu/~ramseyil/ageism.htm> (zadnji dostop 15. 05. 2004)

Lacey, Nick (1998): Image and Representation: Key Concepts in Media Studies, Houndmills, London : Macmillan.

Južnič, Stane (1993). Identiteta. Ljubljana: FDV.

Leavengood, Lee Bird (2001): "Older People and Internet use". V: Generations, let. 25, št. 3, 69-75. San Francisco.

Lievrouw, Leah A. in Livingstone, Sonia (2002): Handbook of New Media : Social Shaping and Consequences of ICTs, Sage: London, Thousand Oaks, New Delhi.

Lippman, Walter (1922, 2001). "Stereotipi". V: Splichal, Slavko (ur.) (2001), Komunikološka hrestomatija 1, 170-180, Ljubljana: FDV.

Luthar, Breda (1996): "Analiza medijskega vpliva v semiotski družbi". V: Teorija in praksa, let. 33, št. 2, 181-193.

Mazzini, Miha. Vojna na zaslonu, 1-2,
<http://www2.arnes.si/~ksmmazz/clanki/internet283.html>

Morris, Merrill; Ogan, Christine (2002): "The Internet as Mass Medium". V: McQuail, Denis (ur.), McQuail's Reader in Mass Communication Theory, 134-145. London: Sage Publications.

Novak, Mojca (2000): "Starost - element družbene marginalizacije?" v Mandič, Srna (ur.), Kakovost življenja, 123-139. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, Znanstvena knjižnica.

Oblak, Tanja (2003). Izzivi e-demokracije. Ljubljana: FDV.

O'Sullivan, Tim; Hartley, John; Saunders, Danny; Montgomery, Martin; Fiske, John (1994): Key Concepts in Communication and Cultural Studies, 2. izdaja: London, New York : Routledge.

Peterson, R. in Ross, D. (1997),
(http://gateway.proquest.com/openurl?ctx_ver=z39.88-2003&res_id=xri:pqd&rft_val_fmt=ori:fmt:kev:mtx:journal&genre=article&rft_id=xri:pqd:did=000000101623362&svc_dat=xri:pqil:fmt=text&req_dat=xri:pqil:pq_clntid=65782), 1-8 (zadnji dostop 20. 04. 2004)

Rice, Roland E. (2002): "Artifacts and Paradoxes in New Media" . V: McQuail, Denis (ur.), McQuail's Reader in Mass Communication Theory. London: Sage Publications

Scrutton, Steve (1990). "Ageism. The Foundation of Age Discrimination". V: McEwen, Evelyn (ur.) (1990): Age - The Unrecognised Discrimination, 12-19, Age Concern England.

Signorielli, Nancy (2001): "Aging on Television: The Picture in the Nineties". V: Generations, let. 25, št. 3, 34-38. San Francisco.

Swanson, Gillian. (1989): "Representation". V: skripta Teorije komuniciranja: izpitna literatura 2000/2001.

Tinker, Anthea (1997): Older People in Modern Society. Longman Social Policy in Britain Series: London and New York

Tupper, M. (1995): The Representation of Elderly persons,
<http://geocities.com/Athens/8237>, 1-24 (zadnji dostop 20. 04. 2004)

Ule, Mirjana (1997): Temelji socialne psihologije. ZPS, Ljubljana.

Ule, Mirjana (2003): Spregledana razmerja: o družbenih vidikih sodobne medicine. Aristej, Maribor.

Vivian, John (1995): The media of mass communication, 3. izdaja. Boston [etc.]: Allyn and Bacon.

Woolf, L. (1998): Introduction to Ageism,
www.webster.edu/~woolfilm/ageism.html, 1-15 (zadnji dostop 15. 05. 2004)

www.generationsjournal.org (zadnji dostop 20. 04. 2004)

www.trinity.edu/~mkearl/ger.tv.html (zadnji dostop 15. 05. 2004)

Viri:

film Babica gre na jug, 1991 (Vinci V. Anžlovar)

revija Albert, letniki 2000, 2001, 2003

revija Jana, letniki 2003, 2004

revija Pil, letniki 1996/1997, 1997/1998

revija Pil PLUS, letnik 2003/2004

revija Vzajemnost, letniki 2002, 2003, 2004

RIS 2001

Sobotna priloga, Delo, 5. junij 2004

www.Senior60.net (zadnji dostop 20. 06. 2004)

www.Seniornet.org (zadnji dostop 20. 06. 2004)