



NÄIDIS

Teema: Seksistlik reklaam kui soolise ebavõrdsuse ilming

Märksõnad: Seksism, maskuliinsus, feminiinsus, kuvand, soorollid ja stereotüübid

Õpitulemused: õpilased oskavad analüüsida, millised soolisust, sugudevahelisi võimusuhteid, naiselikke ja mehelikke omadusi ning erinevaid soorolle vahendavad reklaamid ja märgata, kuidas reklaam ja turundusstrateegiad eesmärgipäraselt eristavad ja vastandavad kuvandit naiste ja meeste kohta.

Sissejuhatuseks arutleda, miks korratakse, et tüdrukud on tehtud suhkrust ja jahust ja maasikavahust....

Reklaamis toimub inimeste mõttemaailmaga mängimine sümbolite abil. Just stereotüüpsed arusaamad ning uskumused on need, millele tavaliselt rõhutakse.

Võib arutleda, kas õpilased mäletavad oma lapsepõlveaegseid suhtumisi nn. tüdrukute ja poiste asjadesse, roosadesse ja sinistesse värvidesse, riietesse, tegevustesse jne.

Seksism on arusaam, suhtumine, käitumine, tekst või kuvand, mis väljendab negatiivset ja stereotüüpset suhtumist ühte või teise sugupoolde. Algsest negatiivsest suhtumisest just naistesse ja naiselikkusesse, on arenenud mõisteks, mis tähistab igasugust objektistamist soo alusel.

Kui reklaam sisaldab ühe soo ülemuslikkuse deklareerimist ja teise soo halvustamist, alandamist, alaväärtustamist-alavääristamist, on tegemist seksismiga. Ka siis, kui puudub igasugune vihje seksuaalsusele.

Ülesanded õpilastele:

1. Grupp

Otsida reklaame, milles kujutatakse soostereotüüpselt tüdrukuid, poisse või naisi ja mehi ning analüüsida neid, esitades näiteks järgmisi küsimusi nende rollide kohta:

- Milles väljendub maskuliinsus? Milles feminiinsus?
- Kes näib aktiivsem, kes passiivsem?
- Millised on modellide asendid? Kellel jõuline ja tugevust näitav, kelle graatsilisem, paindlikum?
- Millised on nn. soospetsiifilised värvid?
- Miks need kuvandid, värvid jms. tunduvad sugudele "omased" ja "loomulikud"?



NÄIDIS

- Millist soorollidega seotud tähendust kannavad reklaamid?

2. Grupp

otsida reklaame, milles peituv sisu saadab varjatud sõnumi selle kohta, mida mees või naine tegema peab või millised mehed ja naised on.

Analüüsida sõnumeid soorollide stereotüüpsuse seisukohast

Õpilaste ühisarutelu käigus leidke mõni reklaam, mis on vastuolus Reklaamiseaduses kehtiva normiga:

Reklaamiseaduses ([RT I 2008, 15, 108](#)) § 3 lg 4 on sätestatud, et reklaam ei tohi

18) eirata soolise võrdõiguslikkuse põhimõtet soolise võrdõiguslikkuse seaduse mõistes, alavääristada üht sugu ega kujutada üht sugupoolt domineeriva või allutatuna;

19) kujutada isikuid seksuaalobjektina, sisaldada sobimatut alastust ega kasutada seksuaalse alatooniga väljendeid ja kujundeid;

20) kujutada visuaalselt ega heliliselt seksuaalakti.

Toetudes nendele sätetele, koostage pöördumine Tarbijakaitseameti poole vastava reklaami keelustamiseks.

3. Grupp

Leida mänguasjade katalooge, veebilehekülgi ja analüüsida, kuidas neis peegeldatakse stereotüüpeid soorolliootusi, analüüsides:

- milliste tegevusvaldkondadega on tütarlastele ja poistele mõeldud mänguasjad seotud – koduse või kodusisese sfääriga, tootmise või teenindusega, sportimise ja vaba aja tegevusega jms.,
- mille poolest erineb nende välisilme (värv, kujundus, materjal) jms.

Arutleda, kas ja kuidas selline pakkumine taastoodab ettekujutusi, nagu peaksid poisid ja tüdrukud, naised ja mehed tegelema erinevate tegevusvaldkondadega.



NÄIDIS

Koostada pöördumine kaubandus- või tootmisettevõtte poole ja paluda oma toote- ning reklaamistrateegiat muuta suurema soolise võrdsuse eesmärgil.



Guessi käekott ja läikivad lakknahast saapad, õunakesega läpakas ja perfektelt sätitud soeng on Ultrabeibe kaubamärk. Kõige soodsam pesitsuspaik Ultrabeibele on õigus- või majandusteaduskonnas. Ultrabeib unistab edukast karjäärist ettevõtja või juristina, kus kõik hea jookseb talle ise kätte. Lõunapausi ajal sõidab ta maha paar märki ja unustab oma Guessi koti parki.

TARTU ÜLIKOOL

„...niisugust stereotüüpi taastootes normaliseerib ülikool institutsioonina, et naistel ülikoolis ei ole teadlaseperspektiivi (mis tähendab ennekõike tööd ja pühendumust) vaid nad võivad kõrghariduse omandamist kasutada kas hõlpsa elu hüppelauana või kui kunagist [TTÜ reklaami meenutada](#), normaalse mehe otsimise jahimaana,“ kirjutab Eveliis Padar.

Eveliis Padar: ultrabeib ehk igapäevane seksism akadeemia turundamisel

<http://arvamus.postimees.ee/3360535/eveliis-padar-ultrabeib-ehk-igapaevane-seksism-akadeemia-turundamisel>

13. oktoober 2015



NÄIDIS

TULE TOOLE

Mehaanikuks

Tööülesanded:

- jalgrataste komplekteerimine ja/või hooldus, remont

Meie poolt:

- loov ja vaheldusrikas töö edumeelses firmas
- huvitav elustiil
- motiveeriv tasu

Con manillar regulable

Las sillas se pueden encarrar y balancear

Carro gemelos 73 x 67 x 46 cm A partir de 3 años **59,99€**

Silla de pajaritas 42 x 23 x 25 cm A partir de 3 años **9,99€**

Con una práctica cesta

Navidad 2015



NÄIDIS

Listo para coser!

A partir de 7 años

17,99€

Súper Costurero



NÄIDIS



LAKUME TEIE PINNAD PUHTAKS
SAMASUGUSE PÜHENDUMUSEGA
NAGU SEE TÜDRUK OMA KOMMI

Meie 2000 rahuleva kliendi ei saa eksida. Meie pakutav puhastusteenus on kõige parema hinna ning kvaliteedi suhtega
õlmides meiega teenuslepingu on ESIMESE KUU hoolduskoristusteenus **TASUTA**.
Isaks teeme lepinguperioodi jooksul kõik eripuhastustööd hinna sees.

Meie puhastusteenuste
kvaliteet vastab ISO 9001:2008
ja 14001:2004 standarditele.

HELISTA KOHE PRAEGU NUMBRILE 662 3328 ja tuleme vaatama teie objekti üle, et teha konkreetne pakkumine.