

VOOR DE RIJPERE HUID ...

Een tijdje geleden werd mijn aandacht in een grootwarenhuis getrokken op de teksten van de verpakking van verschillende merken gezichtscrème voor de oudere huid. Ik las onder meer: 'rijpere huid', 'extra voedend', 'pro-age', 'superdefense', 'anti-rimpel', 'anti-age', 'age killer'.

Naast de neutrale tot vriendelijke opschriften leken de laatste in de reeks me veel minder sympathiek. 'Superdefense', 'age killer', dat is regelrechte oorlogsretoriek. Ten strijde tegen onze aller vijand, de ouderdom!

Je kan je natuurlijk afvragen of het nu zo belangrijk is wat er op een potje gezichtscrème staat? Mijn antwoord daarop is: ja, toch wel.

Wanneer je namelijk nagaat in welke andere contexten het voorvoegsel 'anti' op verpakkingen wordt gebruikt, dan kom je uit bij diverse ongemakken of te vermijden situaties: anti-stress, anti-acné, anti-insect, anti-allergie.

Het woordgebruik waarmee sommige merken hun crèmes voor verzorging van de oudere huid aanprijzen, lijkt te erg op de taal die men gebruikt voor middeltjes tegen vervelende toestanden. Dit kan in de hoofden van mensen een mechanisme in gang zetten: de idee kan zich nestelen dat ouderdom ook een te mijden en vermijdbaar 'ongemak' is.

Uiteraard klopt dat laatste niet. Ouder worden op zich is een volstrekt natuurlijk proces.

Er bestaat een woord voor dit fenomeen: ageism. De wereldgezondheidsorganisatie definieert ageism als: 'het stereotyperen, discrimineren of maatschappelijk afschrijven van mensen louter op basis van hun leeftijd.'

Ageism treft uiteindelijk mensen van alle leeftijden, onze samenleving staat er bol van. Soms zijn de signalen heel duidelijk, soms subtiel en sluipend. Het fenomeen herkennen maakt alvast dat het minder macht op je uitoefent.

Voor wie meer wil weten over ageism, de 3-delige podcast in 'Zeitgeist' op radiozender Klara is zeker het beluisteren waard.