



La recherche sur la maltraitance envers les aînés au Québec :

résumés d'articles scientifiques



Construction sociale du vieillir dans les médias écrits canadiens : de la lourdeur de la vulnérabilité à l'insoutenable légèreté de l'être.

Référence

Lagacé, M., Laplante, J. et Davignon, A. (2011). Construction sociale du vieillir dans les médias écrits canadiens : de la lourdeur de la vulnérabilité à l'insoutenable légèreté de l'être. *Communication et Organisation*, 40, 87-101.

Type de texte

Format : Article scientifique

Contenu : Recension des écrits

Thèmes abordés

Construction sociale du vieillissement, influence des médias sur la perception des individus et âgisme

But ou question de recherche

Soulever les manifestations explicites et implicites d'âgisme dans la presse écrite canadienne francophone (La Presse) et anglophone (The Globe and Mail) forme la trame de fond de cet article. Trois questions de recherches plus pointues sont posées afin d'orienter l'étude : 1) Est-ce que le discours de la presse écrite canadienne quant au vieillissement, et à la personne aînée en général, contient des marqueurs d'âgisme explicites et implicites? 2) Est-ce que le concept de vieillissement est abordé différemment au sein d'un quotidien francophone et anglophone? 3) Comment ce discours évolue-t-il depuis les dix dernières années?

Problématique

Le concept du vieillissement ainsi que celui des personnes aînées reposent en grande partie sur des constructions sociales, ce qui porte dans une certaine mesure une conception biologique de l'avancée en âge, tout en allant plus loin que la simple conception biomédicale qui s'y rattache. Ces concepts évoluent et émergent d'un discours social qui influence, à son tour, le cadre normatif de la société, les pratiques professionnelles et les politiques publiques liés au vieillissement. En ce sens, il est démontré que les médias contribuent à la construction de ces représentations sociales associées au vieillissement.

En guise d'exemple, des études antérieures démontrent que le média télévisuel propage des stéréotypes négatifs explicites basés sur l'âge, ce qui a pour conséquence à plus ou moins long terme de légitimer les attitudes âgistes en société. Bien que des études se sont attardées dans le passé sur les marqueurs explicites d'âgisme dans les médias, très peu d'entre elles se sont penchées sur leur penchant opposé, c'est-à-dire aux marqueurs implicites.

Méthodologie

Sélection des articles : Afin d'analyser le discours médiatique canadien, deux quotidiens, La Presse et The Globe and Mail furent sélectionnés. Les articles retenus ont été rédigés entre l'an 2000 et 2009 inclusivement. Afin de les obtenir et de s'assurer qu'ils soient représentatifs de cette période historique, une méthode d'échantillonnage systématique, inspirée de celle de Rozanova et de ses collègues (2006), a été mise à contribution. Au final, un total de 120 articles, 60 pour chacun des journaux, furent sélectionnés aléatoirement afin de réaliser les analyses.

Codification des articles : Une approche d'analyse quantitative de contenu fut préconisée afin de mettre en relief les patrons ressortant des différentes catégories identifiées. Ainsi, une grille de codification, inspirée d'études antérieures sur l'âgisme et sur le vieillissement dans les médias, a été construite afin d'en faciliter l'encodage. Considérant que la codification devait se faire par les deux auteurs, l'un pour les articles de La Presse et l'autre pour ceux du Globe and Mail, une phase préparatoire de codification a permis d'assurer une fidélité inter-codeurs et d'ajuster la grille de codification.

Résultats

Dans le but de répondre aux trois sous-questions donnant la direction de cette recherche, l'analyse des données recueillies s'effectue en trois temps. D'abord, une analyse qualitative de contenu des extraits retenus et reliés aux concepts de «vieillissement» ou de «personnes âgées» permet de soulever les marqueurs d'âgisme explicites contenus dans les deux journaux, tels que le vocabulaire mis à l'avant-scène et les expressions utilisées.

Ensuite, une analyse statistique descriptive sur les variables cadrant le discours sur l'âge (thèmes, ton de l'article, etc.) est menée afin de soulever la présence d'âgisme implicite. À titre d'exemple, un seul article traitant du vieillissement se retrouve en couverture du quotidien lorsqu'il est question de les positionner en ordre de présentation. De ce fait, il semble que pour qu'un article parlant d'une personne âgée se retrouve en première page du journal, la personne concernée ou l'événement qui y est relié doit s'inscrire dans la sphère publique. Quantitativement, les thèmes de la retraite, et de l'économie dans sa globalité sont les plus régulièrement abordés, mais le tableau du vieillissement qui y est dépeint est la plupart du temps négatif.

Finalement, des analyses comparatives entre les deux précédentes étapes soulèvent des tendances propres à chacun des quotidiens. Ainsi, The Globe and Mail aborde davantage les thèmes reliés au changement démographique, aux soins médicaux et à l'apparence physique des personnes âgées, tandis que La Presse traite plus fréquemment de la retraite des travailleurs au quotidien.

Discussion

La fidélité inter-codeurs représente la limite principale de cette étude. En effet, une différence de codification entre les deux journaux est relevée, ce qui engendre une distinction dans l'analyse des données pour chacun des quotidiens. Outre ces distinctions légères dans l'étape du codage des données, les résultats appuient les études antérieures confirmant ainsi l'hypothèse que le discours médiatique véhicule des messages d'âgisme implicites.

Conclusion

En conclusion, les résultats soutiennent dans l'ensemble l'hypothèse qu'un discours médiatique âgiste polarisant existe au Canada puisque le vieillissement y est régulièrement décrit comme accentuant le fardeau social et économique des contribuables canadiens. Les conséquences de ces stéréotypes infondés se retrouvent dans le gouffre intergénérationnel grandissant entre les Canadiens et dans la perpétuation des manifestations d'âgisme entre ces mêmes générations.

Pistes pour la pratique ou la recherche

Puisqu'il est faux de croire que la population âgée ne se compose que d'un bloc homogène, il est justifié de penser que les stéréotypes négatifs partagés par les médias entraînent également l'adoption d'attitudes et de comportements âgistes intragénérationnels et non seulement intergénérationnels.

Date de réalisation de la fiche :

30 avril 2015

