



La recherche sur la maltraitance envers les aînés au Québec :

résumés d'articles scientifiques



Une campagne de sensibilisation pas comme les autres : L'âgisme, parlons-en!

Référence

Singh, E. (2013). Une campagne de sensibilisation pas comme les autres : L'âgisme, parlons-en!, *Vie et vieillissement*, 11(2), 43-47.

Type de texte

Format : Article scientifique

Contenu : Réflexion

Thèmes abordés

L'Association québécoise de gérontologie (AQG) présente l'évolution de la campagne de sensibilisation *L'âgisme, parlons-en!*, ainsi que les différentes actions et stratégies déployées dans cette campagne.

But ou question de recherche

L'Association québécoise de gérontologie (AQG) présente l'évolution de la campagne de sensibilisation *L'âgisme, parlons-en!*, ainsi que les différentes actions et stratégies déployées dans cette campagne.

Problématique

Par définition, l'âgisme résulte sur une exclusion sociale fondée sur l'âge. Ce phénomène encore trop peu connu se manifeste dans tous les milieux, que ce soit au travail ou dans des milieux de vie, et se positionne comme étant la forme de discrimination la plus tolérée dans notre société. Bien que l'âgisme ne fasse pas de distinction de genre, de sexe, de nationalité ou d'appartenance générationnelle, elle est principalement l'affaire des personnes aînées. L'AQG décide de promouvoir la lutte à l'âgisme au Québec par une première campagne de sensibilisation en avril 2011. Cette initiative se décline en dix actions complémentaires touchant notamment les milieux de travail, les milieux de vie et les médias.

Méthodologie

Aucune méthodologie ne se trouve décrite dans cet article.

Résultats

Durant sa campagne de sensibilisation, l'AQG mise sur la collaboration et le partenariat avec différents acteurs afin de développer des outils de sensibilisation répondant aux différents besoins des milieux ciblés. Un de ces outils novateurs et mobilisateurs, prenant la forme d'un sondage électronique, est mis sur pied afin de réaliser un bilan des manifestations d'âgisme dans les milieux de travail et de vie dans lesquels gravitent des professionnels. Ainsi, ce sont les gestionnaires et employés des milieux qui complètent le sondage électronique et, une fois les résultats compilés, les enjeux reliés à l'âgisme dans ces milieux sont soulevés et des stratégies d'intervention personnalisées sont proposées.

L'AQG a également organisé des activités de sensibilisation dans la province passant par le vecteur des médias traditionnels (radio, journaux, etc.) et non traditionnels (réseaux sociaux). Par exemple, des émissions de radio uniquement consacrées à cette thématique ont été diffusées durant 3 ans sur la station Radio Ville-Marie pour un total de 39 heures d'enregistrement continues.

Discussion

La discussion est intégrée aux résultats présentés ci-haut

Conclusion

Pour qu'une campagne de sensibilisation soit jugée efficace comme, c'est le cas pour *L'âgisme, parlons-en!*, l'information se doit d'être transmise sur une multitude de plates-formes afin de rejoindre le maximum de citoyens à la fois. Il est aussi primordial de varier les modalités de sensibilisation afin que les propos véhiculés par cette campagne soient porteurs de sens pour chacune des populations cibles (intervenants, gestionnaires, aînés, étudiants, etc.).

Pistes pour la pratique ou la recherche

Pour le futur, l'AQG souhaite continuer les actions déjà entreprises dans les milieux actuellement ciblés (milieu de travail, de vie et les médias) et en plus de développer une campagne qui se veut davantage intégrée alliant à la fois les pratiques multisectorielles, intergénérationnelles, interprofessionnelles, interculturelles et multidisciplinaires en matière de lutte contre l'âgisme.

Date de réalisation de la fiche :

23 juillet 2015

