

La vieillesse, antichambre de l'ennui ou âge d'or?

Représentations sociales et communication autour
du vieillissement

Baldwin Van Gorp
Instituut voor Mediastudies
KU Leuven

*Série 'Penser plus tôt à plus tard:
Dialogue intergénérationnel autour du second projet de vie'*

La vieillesse, antichambre de l'ennui ou âge d'or?

Représentations sociales et communication autour
du vieillissement

Baldwin Van Gorp
Instituut voor Mediastudies
KU Leuven

*Série 'Penser plus tôt à plus tard:
Dialogue intergénérationnel autour du second projet de vie'*

COLOPHON

SÉRIE 'Penser plus tôt à plus tard: dialogue intergénérationnel
autour du second projet de vie'

La vieillesse, antichambre de l'ennui ou âge d'or?
Représentations sociales et communication autour du
vieillissement

Deze publicatie bestaat ook in het Nederlands onder de titel:
Van 'over en oud' tot 'het zilveren goud'. Beeldvorming en
communicatie over het ouder worden.

Une édition de la Fondation Roi Baudouin,
rue Brederode 21 à 1000 Bruxelles

AUTEUR Baldwin Van Gorp, Instituut voor Mediastudies, KU Leuven

TRADUCTION Michel Teller

COORDINATION Gerrit Rauws

POUR LA Saïda Sakali

FONDATION ROI BAUDOUIIN Yves Dario

Els Heyde

CONCEPTION GRAPHIQUE PuPiL

MISE EN PAGE Tilt Factory

PRINT ON DEMAND Manufast-ABP asbl, une entreprise de travail adapté

Cette publication peut être téléchargée gratuitement sur notre
site www.kbs-frb.be

Cette publication peut être téléchargée gratuitement sur notre
site www.kbs-frb.be

Une version imprimée de cette publication électronique peut être
commandée (gratuitement) sur notre site www.kbs-frb.be,
par e-mail à l'adresse publi@kbs-frb.be ou auprès de notre centre
de contact, tél. + 32-70-233 728, fax + 32-70-233-727

Dépôt légal D/2848/2013/11

ISBN-13 978-2-87212-707-8

EAN 9782872127078

N° DE COMMANDE 3171

Septembre 2013

Avec le soutien de la Loterie Nationale

AVANT-PROPOS

Avec la campagne 'Penser plus tôt à plus tard', la Fondation Roi Baudouin veut aider les citoyens et les organisations à mieux planifier les dernières années de la vie et stimuler le dialogue intergénérationnel autour du 'second projet de vie'.

L'évolution démographique offre aujourd'hui un 'bonus' de 25 à 30 années de vie en relativement bonne santé à une grande partie de la population. Or, des études montrent que plus on se prépare à temps à cette phase de l'existence, plus on a de chances de la vivre de manière heureuse et satisfaisante, avec une bonne qualité de vie. Plus que jamais, il semble donc utile d'anticiper.

Le fil rouge de cette campagne est de stimuler le dialogue intergénérationnel, dans les différentes phases du vieillissement et compte tenu de la grande diversité des personnes vieillissantes.

L'image que chacun de nous se fait de la vieillesse détermine dans une large mesure notre capacité à dialoguer. C'est la raison pour laquelle la Fondation Roi Baudouin a confié à la KULeuven une mission de recherche sur la manière dont la vieillesse est perçue en Belgique et sur les méthodes permettant une communication plus nuancée dans ce domaine. Le présent rapport, rédigé par le professeur Baldwin Van Gorp, contient les résultats de cette recherche, qui utilise la méthode du 'framing' pour identifier les images dominantes de la vieillesse. Les 'frames' sont des cadres de référence qui se servent d'images, de métaphores ou de clichés pour mieux faire comprendre des concepts difficiles. Une vaste étude documentaire a fait apparaître onze frames couramment utilisés, qui sont décrits en détail dans cette publication.

Cinq d'entre eux peuvent être qualifiés de problématisants: 'Une utilité moindre', 'La victime innocente', 'Le conflit de génération', 'La vieillesse, une maladie incurable' et 'La peur du déclin et de la perte d'autonomie'. À chacun de ces frames problématisants s'oppose au moins un counter-frame: 'Des cheveux blancs qui valent de l'or', 'Le héros/L'ange salvateur', 'Solidarité', 'La vieillesse, un processus naturel', 'L'éternelle jouvence' et 'L'épanouissement personnel'. L'auteur tire de ces constats diverses réflexions sur la manière dont la vieillesse est aujourd'hui perçue.

Ce rapport s'adresse à tous ceux qui veulent contribuer à une communication plus nuancée sur le vieillissement et favoriser ainsi le dialogue entre les générations.

Fondation Roi Baudouin

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	5
INTRODUCTION	9
1. FRAMING ET COMMUNICATION	13
1.1 Le framing, un moyen de donner forme à la réalité	13
1.2 La reconstitution des frames	14
1.3 La méthode utilisée	16
2. VIEILLIR: OÙ EST LE PROBLÈME?	19
3. APERÇU DES FRAMES PROBLÉMATISANTS ET DES COUNTER-FRAMES QUI Y SONT LIÉS.	23
3.1 Frames qui se réfèrent au statut et au rôle des personnes âgées dans la société	23
3.2 Frames qui se réfèrent à la relation entre les personnes âgées et les autres générations	28
3.3 La vieillesse vue comme une caractéristique individuelle	30
4. RÉFLEXIONS.	37
CONCLUSION	43
SYNTHÈSE	45
EXECUTIVE SUMMARY	47
ANNEXE: FRAMES ET COUNTER-FRAMES QUI DONNENT UN SENS AU VIEILLISSEMENT	49

INTRODUCTION

22% des habitants des pays industrialisés sont aujourd’hui âgés de soixante ans ou plus¹. Selon les prévisions, cette catégorie représentera un tiers (32%) de la population d’ici 2050. Pour la Belgique, les pourcentages sont respectivement de 23% et 31%. L’allongement de l’espérance de vie en Occident est un facteur d’explication important de ces prédictions pour le moins interpellantes. C’est une bonne nouvelle, pourrait-on penser. Pourtant, ces chiffres sont généralement présentés dans le cadre d’un véritable scénario catastrophe. En raison de la baisse continue de la natalité et du départ à la retraite de la génération du baby-boom, les décideurs politiques et les institutions internationales s’attendent à ce que de graves problèmes se posent au niveau de la pyramide des âges. Entre autres parce que la population active ne sera plus en mesure de supporter le coût des retraites et parce que les coûts de l’assurance maladie vont exploser.

Ces prévisions de mauvais augure viennent se greffer sur la perception générale des personnes âgées. Celles-ci sont tout d’abord sous-représentées dans les médias. C’est ainsi qu’à peine 3,1% des personnes citées dans les journaux flamands et 3,7% des intervenants dans les programmes télévisés francophones ont 65 ans ou plus, en tout cas dans la mesure où l’information permet de le vérifier². Cette sous-représentation est d’autant plus flagrante quand on compare ces chiffres au pourcentage réel de personnes âgées dans la population belge, que nous avons indiqué ci-dessus. De plus, lorsque des personnes âgées apparaissent dans les médias, y compris dans des genres de fiction comme des séries télévisées et des films, c’est de manière extrêmement stéréotypée, tant dans un sens négatif que positif, comme plusieurs études l’ont montré.

Parmi les stéréotypes négatifs les plus tenaces attribués aux seniors, il y a l’idée qu’ils sont lents, dépassés, donneurs de leçons, isolés, naïfs et dépendants³. Comme ces caractéristiques ne s’appliquent pas à toutes les

1 Sauf mention contraire, toutes les données statistiques contenues dans ce rapport sont issues de: Beard et al. (2012). *Global population ageing: Peril or promise?* (Program on the Global Demography of Aging - PGDA Working Paper No. 89). Online: <http://www.hsph.harvard.edu/pgda/working.htm>. Genève: World Economic Forum.

2 Van den Berghe, H., d’Haenens, L., & Van Gorp, B. (2013) et Baromètre Diversité Egalité du Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (2013).

3 Uotila, H., Lumme-sandt, K., & Saarenheimo, M. (2010). Lonely older people as a problem in society – Construction in Finnish media. *International Journal of Ageing and Later Life*, 5(2), 103-130.

personnes âgées, on peut les qualifier de stéréotypes. Il existe aussi un certain nombre de stéréotypes positifs à leur sujet, mais il s'agit également de généralisations abusives. Dans les séries télévisées, on voit souvent des seniors qui ont une vie sociale bien remplie et qui sont à l'abri des soucis financiers. Ils sont apparemment dans l'âge d'or de leur existence⁴. La solitude et la pauvreté sont des éléments moins fréquents dans les portraits de personnages âgés, en tout cas dans la fiction télévisée. Mais c'est dans les campagnes publicitaires que l'on trouve la présentation la plus stéréotypée et la romantisation la plus poussée des seniors, qui apparaissent tout à coup comme extrêmement actifs, heureux et forts⁵. L'utilisation de tels stéréotypes exerce aussi un effet sur le public, qui est enclin à établir toutes sortes de liens entre ces clichés. On a ainsi constaté que les personnes âgées qui ont perdu certaines compétences sont considérées comme plus 'chaleureuses' et plus 'conviviales' que celles qui ont conservé ces compétences. Mais cela fonctionne aussi dans l'autre sens: les vieux 'chaleureux' et 'conviviaux' ne sont pas perçus comme étant compétents⁶.

À cela s'ajoute le constat que l'image des femmes âgées est plus négative que celle des hommes âgés, bien que – ou peut-être justement parce que – elles constituent (en Belgique) la majorité des plus de 60 ans (56%) et, plus encore, des plus de 80 ans (65%). À la télévision, les personnages féminins sont systématiquement présentés comme attentionnés ou naïfs alors que les personnages masculins possèdent un certain charisme, sont intelligents, ont des hobbies ou un travail bien rémunéré⁷.

Dans un certain sens, l'âge lui-même est un stéréotype. En effet, près d'un quart de la population est regroupé sous le qualificatif 'âgé'. Par exemple, un homme de 60 ans qui a encore cinq années de carrière devant lui se retrouve classé dans la même catégorie que sa mère de 82 ans (dans l'hypothèse où celle-ci est physiquement et mentalement moins forte que lui). Autrement dit, les personnes âgées constituent une catégorie tellement hétérogène que ses membres n'ont aucune autre caractéristique en commun et qu'on peut se demander si elle a un sens. C'est pourquoi certains auteurs suggèrent de faire au moins une distinction entre le troisième âge (jusqu'à 80 ans) et le quatrième âge⁸. Même si ce rapport utilise le terme générique de 'personnes âgées', nous nous efforcerons néanmoins, dans la mesure du possible, de prendre en compte le large éventail de sous-catégories qu'il recouvre, chacune avec ses caractéristiques et ses préoccupations propres.

4 Keesler, E.-M., Rakoczy, K., & Staudinger, U. M. (2004). The portrayal of older people in prime time television series: The match with gerontological evidence. *Ageing & Society*, 24, 531-552.

5 Voir e.a. Williams, A., Ylänne, V., & Wadleigh, P. M. (2007). Selling the 'elixir of Life': Images of the elderly in an Olivio advertising campaign. *Journal of Aging Studies*, 21, 1-21; Roy, A., & Harwood, J. (1997). Underrepresented, positively portrayed: Older adults in television commercials. *Journal of Applied Communication Research*, 25, 39-56.

6 Cuddy, A. J. C., Norton, M. L., & Fiske, S. T. (2005). This old stereotype: The pervasiveness and persistence of the elderly stereotype. *Journal of Social Issues*, 61(2), 267-285.

7 Vernon, J. EA., Williams, J. A. Jr., Phillips, T., & Wilson, J. (1991). Media stereotyping: A comparison of the way elderly women and men are portrayed on prime-time television. *Journal of Women & Aging*, 2(4), 55-68.

8 Morrow-Howell, N. (2012). Invited editorial: Toward a more accurate view of "the elderly". *Journal of Gerontological Social Work*, 55, 379-381.

Les personnes âgées font sans doute encore plus l'objet que d'autres générations de ces images stéréotypées. Elles doivent dès lors arriver à tenir bon dans une société qui les perçoit de manière très tranchée, en noir ou blanc. Pour ne pas se dévaloriser à leurs propres yeux, elles doivent surtout prendre leurs distances avec les stéréotypes négatifs⁹. Et elles y arrivent remarquablement bien, comme le montrent plusieurs études. Le bien-être et l'estime de soi des personnes âgées ne diminuent pas au fil des ans. Une étude sur le bonheur de 4500 Belges a montré que c'est la catégorie des 66 à 75 ans qui se sentait la plus heureuse¹⁰. Ensuite, le sentiment de bonheur diminue quelque peu, mais il reste supérieur à celui des 18 à 25 ans et même sensiblement plus élevé que pour les 46 à 55 ans. Au vu de l'image que l'on donne généralement des personnes âgées, on s'attendrait à l'inverse. Ce phénomène est connu comme le paradoxe du bien-être subjectif, ou "*paradox of aging*"¹¹.

Il convient de noter que ce constat ne s'explique pas par l'âge des personnes âgées, même s'il y a une forte corrélation avec lui. Il serait surtout dû à la manière dont est perçu l'horizon de temps disponible. On s'aperçoit en effet que les personnes dont l'horizon de temps se réduit, par exemple à cause d'une maladie grave, ont un même rapport avec la vie que les personnes âgées. Les priorités de celui qui a moins de temps devant lui changent: on préfère approfondir les relations existantes et vivre des expériences dans des domaines que l'on connaît bien et qui procurent le plus de satisfaction. Les gens qui s'imaginent avoir tout le temps s'orienteraient davantage sur des objectifs à long terme, même si cela occasionne des sentiments négatifs et du stress. C'est pour cela que l'on se sent plus heureux avec l'âge¹².

Même si les personnes âgées possèdent les stratégies nécessaires pour faire face aux stéréotypes, cela ne signifie pas pour autant que le problème soit réglé. L'image partielle que l'on se fait d'elles a bel et bien des répercussions négatives et est à la base de discriminations relatives à l'âge. La société est davantage sensibilisée au racisme et au sexisme. Par conséquent, ces formes de discrimination ont plus de chances de bénéficier d'une désapprobation publique, en tout cas en comparaison avec la discrimination relative à l'âge. Les stéréotypes discriminatoires vis-à-vis des personnes âgées peuvent généralement être exprimés de manière ouverte, avec pour conséquence qu'ils peuvent provoquer des changements d'attitude sans que les gens en aient conscience. Des études démontrent que la manière dont les personnes âgées sont traitées repose sur des automatismes qui sont eux-mêmes influencés par ces images stéréotypées, et pas seulement dans le chef de citoyens ordinaires¹³. On observe aussi une influence dans le comportement des intervenants professionnels: ils s'adressent à peu près de la même manière à des bébés et à des personnes âgées¹⁴.

9 Versteegh, E., & Westerhof, G. J. (2007). Wederzijdse stereotypen van jongeren en ouderen en hun relatie met zelfbeeld en zelfwaardering. *Tijdschrift voor Gerontologie en Geriatrie*, 38, 24-31.

10 Elchardus, M. & Smits, W. (2007). *Het grootste geluk*. Leuven: LannooCampus.

11 Pour une étude récente et une synthèse, voir: Gana, K. et al. (2012). Does life satisfaction change in old age: Results from an 8-year longitudinal study. *J. Gerontol. B. Psychol. Sci. Soc. Sci*, doi: 10.1093/geronb/gbs093.

12 Carstensen, L. L. (2006). The influence of a sense of time on human development. *Science*, 312(5782), 1913-1915.

13 Voir e.a. Perdue, C. W. & Gurtman, M. B. (1990). Evidence for the automaticity of ageism. *Journal of Experimental Social Psychology*, 26, 199-216. en Vickers, K. (2007). Aging and the media: Yesterday, today, and tomorrow. *Californian Journal of Health Promotion*, 5(3), 100-105.

14 Caporael, L. R. (1981). The paralanguage of caregiving: baby talk to the institutionalized aged. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(5), 876-884.

"Les stéréotypes discriminatoires vis-à-vis des personnes âgées peuvent généralement être exprimés de manière ouverte."

Cette perception négative dominante empêche aussi de discuter à temps de thèmes touchant à la vieillesse. Certains sujets, comme la mort, deviennent tabous. Pourtant, c'est en partie parce qu'on est capable de mettre des mots sur tout ce qui touche à la phase ultime de l'existence, que ce soit en bien ou en mal, que l'on peut vivre ces dernières années de manière sereine et heureuse. Les stéréotypes négatifs qui s'attachent à la vieillesse sont un signe du malaise qu'éprouve la société face à la nécessité de devoir, au fil des ans, prendre distance par rapport à certaines choses auxquelles on était attaché. Comme cette épreuve difficile nous attend tous, il est important qu'il y ait un climat de communication clair et exempt de généralisations grossières.

La Fondation Roi Baudouin a lancé fin 2012 la campagne 'Penser plus tôt à plus tard', précisément dans l'objectif d'inciter chacun à réfléchir à ses vieux jours. Une planification faite suffisamment tôt permet d'éviter plus tard des problèmes et des frustrations. Dans un contexte familial, cela peut consister par exemple à envisager un placement en maison de repos ou à prendre des dispositions successorales.

Ce rapport a pour but de faire en sorte que la vieillesse ne soit plus un sujet tabou et d'en donner une image plus équilibrée. C'est pourquoi nous formulerons un certain nombre de conseils pour une communication plus équilibrée dans ce domaine. C'est tout profit pour la société, c'est-à-dire pour tout un chacun. Comme nous espérons tous vivre longtemps, nous sommes tous concernés.

À la base de ces conseils, il y a le concept de 'framing', dont nous commencerons par préciser le rôle dans le processus de communication. Nous expliquerons ensuite comment nous avons procédé pour identifier les principaux 'frames' (ou cadres de référence) relatifs à la vieillesse et nous les présenterons l'un après l'autre, en les illustrant chaque fois d'exemples. Le rapport se conclura par un certain nombre d'avis concrets sur la manière dont ces 'frames' peuvent être utilisés en pratique.

1. FRAMING ET COMMUNICATION

1.1 Le framing, un moyen de donner forme à la réalité

Le framing est un processus qui joue un rôle essentiel dans la communication. Tel que nous l'utilisons ici, ce concept consiste surtout à donner du sens à toute une série de sujets de société. Dès qu'un thème fait l'objet d'un certain malaise, il se transforme en question ou en enjeu de société. C'est le cas du vieillissement. Quand on veut émettre un avis à ce propos, et plus encore quand on cherche à convaincre d'autres personnes, on cherche à donner plus de force à son message en utilisant un *frame*. On peut définir un frame comme un angle ou un éclairage à partir duquel une question est abordée, ce qui a pour effet de mettre en lumière certains aspects de la question et d'en laisser d'autres dans l'ombre.

"On peut définir un frame comme un angle ou un éclairage à partir duquel une question est abordée."

Dans cette étude, nous envisagerons uniquement des frames qui sont ancrés dans la culture: des valeurs, des archétypes, des convictions... qui peuvent être mobilisés pour clarifier des questions généralement complexes. Cette présentation simplifiée de questions complexes peut, par définition, se faire de plusieurs manières. C'est pourquoi on peut imaginer différents frames, qui impliquent chacun une interprétation spécifique de la réalité. Cela s'accompagne souvent de certaines controverses. Il est donc intéressant de voir comment différents acteurs cadrent un sujet dans leur communication, car il n'est pas possible de déterminer à l'avance quel est le frame qui va l'emporter.

Une nuance importante doit être faite à cet égard: la manière dont un acteur cadre un sujet ne détermine pas forcément comment ce sujet va être perçu et débattu. En effet, le framing n'intervient pas seulement du côté de l'émetteur, mais aussi du côté du destinataire. On peut dire du frame utilisé par l'émetteur qu'il suggère simplement une certaine façon de comprendre une question. Toutefois, quand il se sert d'un angle ou d'un point de vue auquel chacun est déjà familiarisé par sa culture et son éducation, il y a de fortes chances pour que le public utilise un cadre de réflexion qui se situe dans la même ligne. Le public utilise alors

ces cadres pour interpréter le message et lui donner un sens. C'est ainsi que la réalité sociale prend forme.

1.2 La reconstitution des frames

En général, le framing est un processus subtil, qui passe pratiquement inaperçu. Le frame n'est pas formulé explicitement dans un message. Parfois, c'est pourtant le cas. Les journalistes adorent par exemple faire référence à l'histoire de David et Goliath pour exprimer le caractère déséquilibré d'un conflit et pour indiquer quel est le protagoniste (David) qui a leur sympathie. Mais souvent, il faut lire entre les lignes pour repérer le frame qui se dissimule dans un message. Ce qui est sûr, c'est qu'il doit au moins y en avoir un, car sans un tel cadre de pensée, un texte n'a pas de signification. Cela ne va pas sans un certain effort d'interprétation, ce qui soulève la question de savoir si ce n'est pas le chercheur lui-même qui impose au texte ses propres cadres de référence¹⁵... Une analyse de framing n'est certainement pas une science exacte.

L'objectif d'une telle analyse est, en étudiant systématiquement des textes ou des messages de communication, de rechercher un nombre limité d'ensembles de frames (ou *frame packages*)¹⁶. Ces ensembles se composent de trois groupes d'éléments: le frame central, le mode de présentation (*framing device*) et le raisonnement sous-jacent (*reasoning device*).

Il y a d'abord la désignation du frame proprement dit, donc la valeur, l'archétype, la métaphore, la vertu, la norme... qui sert en quelque sorte de lunettes pour observer un phénomène tel que la vieillesse. Une règle de base est que ce frame ne coïncide pas avec la question et n'est pas directement lié à elle, mais opère à un niveau plus abstrait. Il peut donc aussi être utilisé pour interpréter d'autres enjeux de société. On verra ainsi que l'archétype bien connu de 'la victime' peut être un frame utile pour définir ce que représente la vieillesse, mais est aussi applicable dans de tout autres contextes, comme le travail des enfants ou l'asile. C'est ce qui fait de l'image de la victime un frame potentiel. Par contre, le vieux sage apparaîtra dans cette analyse, mais sans être qualifié de frame distinct parce que l'image de la vieillesse est déjà incluse dans celle du vieux sage. Il faut donc pousser le raisonnement jusqu'à un niveau d'abstraction supérieur. Dans ce cas, le frame pourrait être la vertu de la sagesse qui, combinée à la vieillesse, donne une image reconnaissable.

Autrement dit, les images stéréotypées de personnes âgées ne constituent pas des frames autonomes. C'est aussi le cas du vieux sage, puisque tous les hommes vieux ne sont pas sages, que tous les vieux sages ne sont pas des hommes et que tous les sages ne sont pas vieux. Ce sont des aspects d'un frame qui appartiennent à une autre série d'éléments, à savoir les *framing devices* (ou modes de

15 Voir aussi Van Gorp, B. (2010). *Strategies to take subjectivity out of framing analysis*. In: D'Angelo, P. & Kuypers, J. (Eds.), *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. New York: Routledge, 84-109.

16 Van Gorp, B. (2007). Bringing culture back in: The constructionist approach to framing. *Journal of Communication*, 57(1), 60-78.

présentation): tous les éléments identifiables dans un texte qui constituent une concrétisation d'un frame donné. Cette catégorie comprend non seulement toutes les images stéréotypées des personnes âgées, mais aussi les métaphores, les slogans, le choix des mots et des photos. Le tic-tac d'une horloge est un exemple de métaphore, mais il y a aussi des clichés qui sont immédiatement associés avec l'âge sans que la personne âgée ne doive nécessairement être montrée: par exemple un dentier dans un verre, un pot de plantes vertes sur l'appui de fenêtre, des pantoufles ou une couverture à carreaux.

Le troisième groupe se compose de tous les éléments qui constituent un récit, de la définition du problème à la formulation d'un jugement moral en passant par l'identification des causes et des conséquences et la suggestion d'une solution. C'est dans ces *reasoning devices* (raisonnements sous-jacents) que réside la véritable force du framing: chaque frame raconte une histoire sans devoir la développer de A à Z. Il ne faut donc pas nécessairement passer concrètement par toutes les étapes du raisonnement. Si un demandeur d'asile est présenté sous les traits d'un intrus qui a quitté son pays de son plein gré pour profiter des avantages de la société occidentale, le public peut facilement aller jusqu'au bout du raisonnement: il faut une politique stricte de rapatriement et des mesures dissuasives pour qu'ils aient moins facilement accès au territoire¹⁷.

"Chaque frame raconte une histoire sans devoir la développer de A à Z."

En cadrant un sujet au moyen d'un frame, on en dit donc beaucoup plus que ce qui est textuellement exprimé. Les frames constituent une strate de signification sous-jacente en lien avec toute une série de présupposés culturels et offrent ainsi une interprétation privilégiée de la réalité sociale¹⁸. Un message peut par exemple être formulé de telle sorte que l'idée sous-jacente est que toute personne âgée a besoin d'assistance. Il n'est pas nécessaire qu'une telle prémisse soit exprimée explicitement dans le message pour influencer malgré tout la perception du public. Et si toutes les personnes âgées ont effectivement besoin d'être assistées, il ne semble pas qu'elles puissent encore jouer un rôle significatif dans la société.

Il paraît opportun de s'intéresser tout particulièrement aux frames qui sont ancrés dans notre culture parce qu'à première vue le statut des personnes âgées est inférieur chez nous à ce qu'il est dans des cultures non occidentales. Des valeurs occidentales typiques telles que l'individualisme, l'indépendance, l'autonomie et la vitalité sont apparemment en contradiction avec ce que symbolise la vieillesse, à savoir la dépendance vis-à-vis d'autrui ainsi qu'un manque d'autonomie et de force vitale. Les anciens ont un statut plus favorable dans d'autres cultures. Tout d'abord, la mort y est beaucoup moins souvent un tabou. Dans bon nombre de ces cultures, il y a aussi une forte croyance dans un au-delà. En plaçant la vie sur terre dans une perspective plus cosmique, on lui donne une tout autre signification et le vieillard

17 Van Gorp, B. (2006). *Framing asiel: Indringers en slachtoffers in de pers*. Acco: Leuven.

18 Stuart Hall (1980). *Encoding/decoding*. In S. Hall, D. Hobson, A. Love, & P. Willis (Eds.) *Culture, Media, Language* (pp. 128-138). London: Hutchinson.

bénéficie ainsi d'un statut social plus élevé, par exemple comme patriarche, comme chef de clan ou comme sage.

1.3 La méthode utilisée

Pour reconstituer les frames susceptibles d'être utilisés dans la communication sur la vieillesse, nous avons eu recours à une méthode inductive. Cela ne signifie pas que nous soyons partis de certaines images préconçues pour vérifier ensuite si elles étaient effectivement utilisées comme frames dans la communication, mais bien que nous sommes partis des messages contenant un frame.

L'analyse a commencé par la collecte des textes les plus divers issus de différents médias, depuis des articles de presse jusqu'à des brochures d'information en passant par des films d'animation et des publicités. Même si les personnes âgées sont sous-représentées dans les médias, le thème de la vieillesse est susceptible de surgir n'importe où. Il n'a donc pas été possible de travailler avec un échantillon représentatif du matériel d'analyse ou de ne prendre en considération qu'une période bien délimitée. Il n'empêche que le matériel d'analyse peut être qualifié de typiquement 'belge'. Par ailleurs, nous avons recherché de manière très ciblée des textes de nature à fournir une image aussi variée que possible de la thématique afin d'identifier tous les frames imaginables. Dès que l'un d'entre eux était clairement décrit et délimité, il ne nous a pas paru pertinent de poursuivre l'étude de textes dans lesquels il apparaissait. Plutôt que la représentativité, notre principal critère de sélection a donc été la diversité.

Ce matériel a ensuite été passé au crible et toutes les citations qui 'disaient quelque chose' au sujet des personnes âgées ou de la vieillesse ont été introduites dans une base de données et codifiées, selon qu'il s'agissait par exemple d'un stéréotype, d'une métaphore, d'une formulation particulière, d'une manière de qualifier un problème ou de suggérer une solution concrète... Toutes les associations que suscitaient ces termes et ces arguments ont également été notées. En classant les codes, nous avons alors recherché des schémas récurrents dans la base de données, ce qui nous a fourni une première série de frames utilisables.

Ces frames ont été présentés lors d'un atelier qui a réuni plusieurs organisations actives dans le domaine du troisième âge¹⁹. Leurs commentaires ont servi à affiner l'inventaire des frames. C'est aussi durant cette phase que la littérature scientifique a été consultée: des travaux consacrés à des portraits de personnes âgées, des recherches sur les attitudes envers celles-ci ou sur les relations entre les grands-parents et leurs petits-enfants ainsi que d'autres études de gérontologie ont été mis en regard de l'inventaire que nous avons réalisé. Le travail du gérontologue néerlandais Jan Baars peut ainsi être compris comme un plaidoyer pour une tout autre manière de concevoir la vieillesse. "Vieillir est un

¹⁹ Cet atelier a eu lieu le 28 mars 2013, dans le cadre d'une campagne de la Fondation Roi Baudouin qui permettait à des organisations de mettre sur pied des projets participatifs afin d'inciter les citoyens à mieux préparer leurs vieux jours et améliorer le dialogue entre les générations.

processus vers une unicité de plus en plus profonde et une richesse d'expériences croissante", affirme-t-il (p. 191)²⁰. Seulement, cet auteur ne classe pas explicitement ses idées en frames. Nous les avons donc intégrées dans l'inventaire afin qu'elles puissent avoir la place qui leur revient dans le résultat final. Nous avons fait de même, entre autres, avec les observations du gérontologue irlandais Desmond O'Neill, qui s'intéresse surtout à des représentations alternatives marquantes de la vieillesse dans la culture²¹.

Enfin, cette matrice retravaillée a servi de point de départ à la phase déductive de la recherche. Nous avons à nouveau recherché du matériel d'analyse sur le sujet, en nous efforçant cette fois d'associer chaque citation à au moins l'un des frames qui avaient été précédemment définis. Les fragments de texte qui ne pouvaient pas être clairement associés ont été utilisés pour réévaluer la matrice. L'analyse a pris fin lorsque le point de saturation a été atteint, c'est-à-dire au moment où toutes les citations ont pu être mises en relation avec un frame. Ce point a été atteint après que 424 citations eurent été analysées²².

20 Baars, J. (2006/2007). *Het nieuwe ouder worden: Paradoxen en perspectieven van leven in de tijd* (deuxième édition corrigée). Amsterdam: SWP.

21 Voir e.a. O'Neill, D. (2009) Up with ageing (movie review). *BMJ*, 339, 922.

22 Le fichier Excel avec toutes les citations et les codes correspondants est disponible auprès de l'auteur sur simple demande.

2. VIEILLIR: OÙ EST LE PROBLÈME?

La vieillesse est une donnée complexe dans la mesure où elle peut être mise en relation avec un large éventail de sujets de conversation. Ainsi, les Belges l'associent aux thèmes suivants: activités de loisirs, santé, plans de pension, revenu disponible, voyages, lieu de vie, temps pour la famille, succession, passage de la vie active à la retraite et rôle des grands-parents²³. Cette problématisation de la vieillesse est importante, car ce n'est qu'au moment où elle est perçue comme une question problématique qu'un consensus social peut se constituer pour améliorer la situation. Une question importante est donc de savoir quels sont les aspects de la vieillesse qui font partie du 'problème' et comment ce problème est défini.

Le tableau 1 indique trois aspects sur lesquels l'accent peut être mis et qui peuvent être ressentis comme des problèmes par l'individu ou la société: la position des personnes âgées dans la société, la relation entre l'ancienne et les jeunes générations et enfin la vieillesse en tant que caractéristique individuelle. Ces aspects peuvent prendre la forme de questions auxquelles on estime qu'il convient de remédier.

Aspects de la vieillesse	Frames qui problématissent la vieillesse		Counter-frames qui déproblématissent la vieillesse
	Frames génériques	Frames spécifiques	
Rôle et position des personnes âgées dans la société	Conséquences économiques	1A Une utilité moindre	1B Des cheveux blancs qui valent de l'or
		2 La victime innocente	3 Le héros / L'ange salvateur
Relation entre l'ancienne et les jeunes générations	Conflit	4A Le conflit de génération	4B Solidarité
La vieillesse comme caractéristique individuelle	Dimension humaine	5A La vieillesse, une maladie incurable	5B La vieillesse, un processus naturel
		6 La peur du déclin et de la perte d'autonomie	7 L'éternelle jeunesse 8 L'épanouissement personnel

Tableau 1: Aperçu des divers aspects de la vieillesse et des onze frames et counter-frames qui les définissent de manière problématique ou non

²³ Fondation Roi Baudouin (2012). *Pensez plus tôt à plus tard: positionnement et attentes de la population générale belge à propos de la planification des dernières années de la vie* (rapport de recherche). Bruxelles: Fondation Roi Baudouin / Ipsos Public Affairs.

La deuxième et la troisième colonne du tableau 1 indiquent les frames qui définissent la vieillesse comme étant problématique. La deuxième colonne mentionne le frame générique qui s'applique de manière dominante pour l'un des trois aspects identifiés. Le rôle et la position des personnes âgées dans la société sont généralement définis à partir du cadre générique 'conséquences économiques', la relation entre l'ancienne et les jeunes générations à partir d'un cadre conflictuel tandis que la vieillesse perçue comme une caractéristique individuelle – et sa signification pour la personne elle-même – s'inscrit plutôt dans un cadre de type 'dimension humaine'.

Toutefois, ces cadres génériques applicables de manière très large ne permettent guère de comprendre comment la vieillesse est définie comme une question problématique. C'est pourquoi la troisième colonne indique chaque fois le cadre qui se dissimule derrière la problématisation, autrement dit les moyens auxquels on a régulièrement recours pour éclairer ces différents aspects et les définir comme des problèmes. Vue sous cet angle, la position des personnes âgées devient par exemple un obstacle dans le système économique parce que leur utilité diminue avec l'âge.

Les counter-frames de la quatrième colonne font précisément l'inverse: ils proposent des angles de vue alternatifs qui évitent de problématiser systématiquement ces aspects. Même s'il s'agit encore d'un 'problème', celui-ci ne porte pas nécessairement sur la vieillesse en soi. Le centre d'intérêt se déplace vers d'autres éléments dans le cadre complexe du vieillissement.

Nous allons à présent, pour chaque aspect de la vieillesse, opposer un frame dominant et problématisant à un counter-frame au moins pour montrer comment la vieillesse est ainsi définie de manière plus ou moins problématique et comment un déplacement d'accent s'opère chaque fois. Cela se fait souvent subtilement, mais cela peut donner lieu à un point de vue radicalement différent.

"Chaque counter-frame entraîne un déplacement d'accent, souvent de manière subtile, mais cela peut donner lieu à un point de vue radicalement différent."

Les frames et les counter-frames peuvent entretenir entre eux deux types de rapports. Il y a des counter-frames qui sont la négation d'un frame problématisant. Ils peuvent recourir à des arguments et à des termes identiques, mais en sens opposé. Ces frames sont désignés dans le tableau par les lettres A et B. Si un counter-frame représente vraiment une idée différente que le frame dominant, avec son propre jargon et ses propres slogans, autrement dit s'il puise réellement son inspiration à une autre source, il est désigné par un chiffre – par exemple le frame 2 et le counter-frame 3.

Vous trouverez ci-après, pour chaque frame, un résumé du raisonnement sous-jacent, un certain nombre d'exemples concrets, souvent visuels, et une évaluation. La matrice jointe en annexe reprend la liste complète des différents frames, en précisant le raisonnement sous-jacent et les formes sous

lesquelles le frame peut se présenter. Dans cette matrice, une distinction est également faite entre les conséquences de l'utilisation de chaque frame sur la société et sur la personne âgée elle-même, notamment sur son état d'esprit.

3. APERÇU DES FRAMES PROBLÉMATISANTS ET DES COUNTER- FRAMES QUI Y SONT LIÉS

3.1 Frames qui se réfèrent au statut et au rôle des personnes âgées dans la société

1A UNE UTILITÉ MOINDRE

Quand on définit la position et le rôle des personnes âgées dans la société, il est tout d'abord possible d'envisager leur fonctionnalité par rapport au maintien du système social et surtout économique. L'un des frames qui problématisent le vieillissement est construit autour d'une analyse coûts-bénéfices purement rationnelle, qui considère sans nuances les personnes âgées comme constituant un seul groupe – et un groupe dépourvu de toute utilité sociale. Ou plutôt, leur utilité diminue peu à peu au fil des ans jusqu'à un point où il n'y a plus de bénéfices mais seulement des coûts. L'idée selon laquelle les personnes âgées freinent le progrès ou lui font obstacle est illustrée par leur incapacité à s'adapter aux nouvelles technologies, comme on le voit par exemple dans un petit film sur internet intitulé "Tes grands-parents testent la webcam de leur ordinateur"²⁴.

Le problème auquel il faut remédier est donc que les personnes âgées sont devenues un poids mort pour la société, à cause de leur déclin physique et psychique, et que désormais elles ne font plus que coûter de l'argent: elles n'ont donc plus aucune plus-value économique. Selon ce raisonnement, la solution consiste à faire en sorte que le coût de leur prise en charge reste dans des limites raisonnables. La conséquence au niveau individuel est que les personnes âgées se sentent exclues de la vie sociale, avec un risque d'ennui et d'isolement à la clé. La personne âgée peut perdre son estime de soi parce qu'elle doit décrocher plus tôt qu'elle ne le souhaite.

²⁴ <http://www.gadgetoskate.com/news/grand-parents-test-webcam-4231>, consulté le 3 juin 2013.

Formes concrètes et évaluation:

Visuellement, ce frame apparaît dans des graphiques qui présentent des évolutions spectaculaires dues au vieillissement de la population. Pour bien montrer qu'il s'agit d'un scénario catastrophe, on se réfère entre autres à l'image du tsunami:

- "Hoed u voor de opdoemende vergrijzingstsunami"
(opinie Koen Schoors in *De Morgen*, 8 octobre 2012)
- "Le vieillissement de la population, une espèce de tsunami"
(*La Libre Belgique*, 30 janvier 2013)

Sur le plan moral, ce frame pose problème parce qu'il présente les gens comme des produits jetables (voir Figure 1): vues sous cet angle, les personnes âgées apparaissent comme les rebuts d'un système qui doit absolument continuer à tourner. C'est ce qu'exprime par exemple le titre d'un article consacré à ce sujet dans le magazine *Knack* du 18 mai 2011: "Over en oud".²⁵

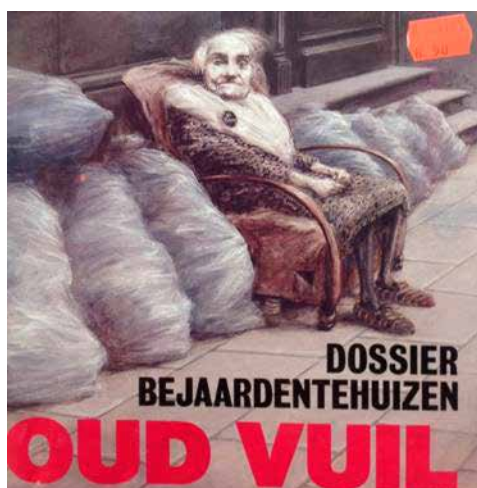


Figure 1: Couverture de *Humo* du 10 novembre 1988

1B COUNTER-FRAME: DES CHEVEUX BLANCS QUI VALENT DE L'OR

Le counter-frame de 'Une utilité moindre' fait exactement l'inverse. Il se fonde également sur une analyse rationnelle, mais en envisageant les potentialités de certaines personnes âgées ou du vieillissement de la société en général. Les aînés sont une source de connaissances et d'expériences qui reste souvent inexploitée. En outre, elles disposent souvent d'un pouvoir d'achat important qui fait d'elles une cible commerciale intéressante.

Une vision plus favorable de leur statut économique et social peut avoir pour effet que les personnes âgées se sentent valorisées. Le vieux sage est une icône qui correspond à ce frame parce que, grâce à son expérience de la vie, il jouit d'un statut particulier dans une communauté.

.....
25 L'auteur de l'article est Ann Peuteman.

Formes concrètes et évaluation:

Il y a dans ce frame une volonté claire d'apprécier à sa juste valeur tout ce qu'il peut y avoir de positif dans chaque être humain, par exemple les connaissances et les expériences qu'il a acquises. On peut toutefois aussi lui reprocher de se prêter à la spéculation et à l'opportunisme. En effet, il permet de s'adresser aux personnes âgées uniquement en tant que consommateurs, de spéculer sur la tendance au vieillissement de la société et d'investir de l'argent par exemple dans l'industrie pharmaceutique ou la construction de résidences pour personnes âgées (Figure 2: "Un fonds qui surfe sur la vague du vieillissement"). Avec le risque d'une perte d'identité, tout comme pour le frame 'Une utilité moindre', parce que les personnes âgées sont perçues comme un simple produit d'investissement.



Figure 2: Publicité parue dans le magazine destiné aux clients de la banque Belfius, n° 6, septembre 2012

La vénération du 'vieux sage' a elle aussi un revers: en supposant une relation causale univoque entre l'âge et la sagesse, on peut en effet susciter des attentes irréalistes qui renforcent tout autant les tabous. Cela peut avoir pour conséquence de sous-estimer des problèmes de logement et de santé sous prétexte que 'les vieux sont suffisamment sages et n'ont pas besoin d'aide extérieure'²⁶.

2 LA VICTIME INNOCENTE

Les frames 'Une utilité moindre' et 'Des cheveux blancs qui valent de l'or' s'appliquent surtout lorsque le fond de la question est la place des plus âgés dans un système (économique). Quand l'accent est davantage mis sur la personne ou sur un personnage, c'est le frame de 'La victime innocente' qui est le plus reconnaissable. La victime symbolise l'innocence. Les enfants, les femmes (enceintes) et les personnes âgées sont souvent présentés, en particulier dans les médias, comme des êtres faibles qui suscitent la pitié. Les personnes âgées correspondent à cette image lorsque certaines caractéristiques stéréotypées sont mises en évidence, comme la distraction, la naïveté et la faiblesse physique. À cause de leur plus grande fragilité mentale et physique, elles seraient des proies faciles pour des personnes animées de mauvaises intentions, comme les escrocs et les voleurs à la tire.

²⁶ Kim K.-D. (2000) Cultural stereotypes of old age. In Bengtson, V. L., Kim, K.-D., Myers, G. C., & Eun, K.-S. (Eds.), *Ageing in East and West: Families, states, and the elderly* (227-242). New York: Springer.

Ce frame présente la personne âgée comme souffrant d'une faiblesse inhérente, qui alimente chez elle un sentiment de vulnérabilité et d'angoisse. L'attitude à adopter peut dès lors consister à la (sur) protéger et à la mettre à l'abri, au risque parfois de l'infantiliser.

Formes concrètes et évaluation:

Le problème avec ce frame est qu'il présente les personnes âgées comme des êtres faibles et passifs qui ne sont pas capables de se débrouiller tout seuls. En outre, les victimes nécessitent une protection et une prise en charge, ce qui coûte de l'argent et demande du temps. L'idée de la perte d'utilité des personnes âgées se trouve ainsi encore confortée. La figure 3 montre un article paru dans le journal *De Standaard* et consacré au "sentiment d'insécurité des vieux habitants de Borgerhout" après l'agression d'un homme de 84 ans par des cambrioleurs. Il est intitulé: "Le plus loin où j'ose aller, c'est à la pharmacie". Le titre et le sous-titre du reportage s'inscrivent parfaitement dans la ligne des nombreux articles consacrés à des actes de violence envers des personnes âgées. Il répond ainsi aux attentes du lecteur. Mais il est intéressant de noter que le titre ne correspond pas très bien au contenu de l'article, car le texte donne une image plus nuancée de la manière dont les personnes âgées ont réagi à la nouvelle du cambriolage. Elles expliquent, par exemple, comment elles essaient de tromper les voleurs à la tire en emportant un sac vide tandis que l'argent et les clés sont mis en sécurité ailleurs. Cet article est donc un exemple de la manière dont un journal accroche l'attention du lecteur intéressé avec ce frame problématisant et applique le counter-frame dans le texte proprement dit.



Figure 3: Reportage paru dans le journal *De Standaard* du 26 octobre 2011 (texte: Eline Bergmans; photos: Lisa Van Damme)

3 COUNTER-FRAME: LE HÉROS / L'ANGE SALVATEUR

Dans la typologie des archétypes bien connus de tous, 'le héros' constitue une alternative valable à la victime pour présenter la personne âgée de manière narrative. Le héros est la personnification de la bonté inconditionnelle de l'homme qui se dévoue pour une personne en détresse. Une autre possibilité est l'image de 'l'ange salvateur'.

Dans ce frame, l'accent est mis sur des actes exceptionnels accomplis par des personnes âgées. Cela peut aller, par exemple, d'un grand-père toujours prêt à s'occuper de ses petits-enfants à une femme âgée qui met en fuite des gangsters (voir aussi les commentaires à propos de la Figure 3) ou à un homme qui, au péril de sa vie, sauve son épouse dans leur maison en feu. Dans la culture populaire, on trouve aussi l'image de la "Supermamie" qui vient à la rescousse chaque fois qu'un problème surgit quelque part, ne fût-ce que pour réussir une mayonnaise qui ne prend pas.

À l'échelon de la société, ce frame englobe tous les services, souvent invisibles, que peuvent rendre les personnes âgées, par exemple pour s'occuper des enfants. Le senior peut éventuellement s'identifier aussi à une personne de son âge qui a accompli un acte exceptionnel.

Cela suppose toutefois que la société soit capable d'apprécier ces actes hors du commun et que les héros ne perdent pas ce statut en vieillissant.

Formes concrètes et évaluation:

En reconnaissant aux aînés un certain degré d'héroïsme au lieu de les confiner dans un rôle de victimes, on met clairement en évidence un autre aspect de la vieillesse. Pourtant, il y a ici aussi un certain nombre de pièges. Mettre mamy sur un piédestal en faisant d'elle une superwoman est une image qui peut donner lieu à plusieurs interprétations (voir Figure 4). Au lieu d'être un hommage, elle peut aussi être utilisée pour ridiculiser la personne âgée et sous-entendre que celle-ci est l'antithèse de l'héroïsme.



Figure 4: Exemple d'une E-card²⁷ pour fêter les grands-mères

²⁷ <http://www.cybercartes.com/apercu/2457/cc/fete-des-grands-meres>, consulté le 3 juin 2013.

3.2 Frames qui se réfèrent à la relation entre les personnes âgées et les autres générations

4A LE CONFLIT DE GÉNÉRATION

Le frame du conflit est l'un des frames génériques les plus couramment utilisés dans les médias. Il permet aussi de définir la vieillesse, en partant de l'idée que l'ancienne et la nouvelle génération entretiennent structurellement des relations tendues. Le problème est généralement défini du point de vue de la jeune génération (désignée par 'nous') par rapport à celui de l'ancienne génération (désignée par 'eux'). La génération du baby-boom est la cause du problème parce qu'elle a visiblement réussi à bien s'en sortir: elle fait peser sur les jeunes générations le poids des droits à la pension qu'elle a obtenus.

Les conséquences se font surtout sentir sur les jeunes générations, qui devront renoncer à une partie de leur bien-être pour pouvoir supporter le poids du vieillissement. Au niveau individuel, la conséquence éventuelle pour le senior est qu'il se cramponne aux droits acquis. Il peut nourrir un sentiment de culpabilité parce qu'il ne veut pas être à charge de ses enfants et petits-enfants. Dans ce cadre conflictuel, les contacts intergénérationnels sont vécus comme une forme de dévouement et d'obligation désagréable.

A l'échelon de la société, la solution réside dans des mesures d'économies budgétaires, soit pour garantir les droits des générations anciennes, soit pour les limiter. Une autre perspective d'action pour les jeunes générations consiste à ridiculiser ou à caricaturer les vieux, ce qui peut être une expression de leur impuissance.

Formes concrètes et évaluation:

Ce frame s'inscrit clairement dans un modèle conflictuel qui oppose les différentes générations ou qui les monte même les unes contre les autres. Comme dans le cartoon de Zak ci-dessous qui voit un jeune écolier houspiller une personne âgée qui a du mal à se déplacer sur un trottoir. La question est de savoir si ce conflit existe réellement et s'il n'est pas plutôt exacerbé par cette image. Dans ce cas, le problème défini par ce frame serait le reflet d'une situation réelle, mais il créerait aussi en partie la réalité sociale.



Figure 5: Dessin de Zak illustrant l'article "De echte Benidorm Bastards?", paru dans le journal *De Morgen* du 28 août 2012

4B COUNTER-FRAME: SOLIDARITÉ

Au lieu de faire du conflit un élément inhérent aux rapports entre les générations, on peut recourir au frame inverse et présenter ces relations comme étant affectueuses. Dans cette définition du vieillissement, l'accent est mis sur les nouveaux rôles sociaux que les aînés peuvent assumer: entre autres celui de mentor et de coach dans le cadre professionnel, celui de bénévole dans leur environnement local et celui de grand-parent dans le contexte familial. La personne âgée est alors caractérisée comme quelqu'un qui attache de l'importance à l'approfondissement des relations, qui accompagne sans porter de jugement et qui suscite beaucoup d'admiration.

Ce counter-frame modifie aussi la problématisation, qui consiste ici en un manque de visibilité et de reconnaissance pour ces nouveaux rôles sociaux. Au plan individuel, il est possible d'inciter encore davantage les personnes âgées à assumer de telles fonctions et de leur donner des occasions de le faire.

Dans le matériel que nous avons analysé, ce frame de la solidarité se manifeste le plus clairement quand il est question de l'affection intergénérationnelle entre des grands-parents et leurs petits-enfants. Ces relations sont souvent présentées de manière très idéalisée, dans des termes qui évoquent l'amour inconditionnel, le soutien réciproque, la confiance et le respect. D'autres aspects qui pourraient caractériser cette relation, comme la maltraitance physique et émotionnelle ou un favoritisme excessif pour un petit-enfant gâté par ses grands-parents, restent généralement dans l'ombre²⁸.

Formes concrètes et évaluation:

Il s'agit d'un counter-frame qui possède un grand potentiel, mais qui reste sous-exploité. La prise en charge d'enfants en bas âge par leurs grands-parents, le bénévolat des seniors et la transmission de savoirs et d'expériences à de jeunes collègues sont quelques exemples de bénéfices que le système économique peut retirer d'une société vieillissante. L'asbl Senior Consultants Vlaanderen est un exemple d'organisation qui permet entre autres à des entrepreneurs, des cadres et des experts retraités de partager leur expérience professionnelle de manière désintéressée. L'un de ses slogans est: "Onze rijke knowhow: voor u" (Notre riche savoir-faire est pour vous)²⁹.

Alors que la relation entre les parents et leurs enfants, en particulier à l'adolescence, est fréquemment définie en termes de conflit de génération (frame 4A), les rapports entre les enfants et leurs grands-parents sont présentés sous un jour beaucoup plus positif. L'amitié entre les générations est un thème courant dans la culture populaire, comme dans le film d'animation *Up* en 2009. La Figure 6 est une illustration humoristique de ce frame de la solidarité, où le grand-parent est complice de son petit-enfant et ne fait pas usage d'autorité avec lui. D'après les recherches de l'historien et démographe

28 Cf. Kemp, C. L. (2004). Dimensions of grandparent-adult grandchild relationship: From family ties to intergenerational friendships. *Canadian Journal on Aging*, 24(2), 161-178.

29 <http://www.seniorconsultantsvlaanderen.be/>, consulté le 11 juin 2013.

français Vincent Gourdon, cette idéalisation du "grand-parent gâteau" ne se serait imposée qu'au dix-neuvième siècle. Elle reflète une moins grande hiérarchisation des relations familiales (et, plus largement, sociales) et la place de plus en plus centrale octroyée à l'enfant³⁰.



Figure 6: Dessin de l'humoriste français Luc Tesson³¹

3.3 La vieillesse vue comme une caractéristique individuelle

5A LA VIEILLESSE, UNE MALADIE INCURABLE

Les frames dont il a été question jusqu'ici concernent la relation entre la personne âgée et les autres. Dans les frames qui suivent, c'est la vieillesse elle-même qui est mise en évidence et qui est la principale caractéristique d'une personne âgée. Celle-ci est donc réduite à son grand âge, qui, en outre, est perçu comme une sorte de maladie impossible à détecter, à éradiquer ou à traiter. Cette définition du problème a des conséquences profondes puisque toute personne âgée souffre inévitablement de cette maladie incurable. À partir d'un certain âge, on se voit accoler l'étiquette de 'vieux', qui est synonyme de dépendant. Comme il n'y a pas de remède à la vieillesse, une prise en charge intensive ne sert à rien et ne conduit qu'à la mort inéluctable. Pour la personne elle-même, la vieillesse est un mal dont il faut endurer tous les symptômes négatifs. Il ne sert à rien de se battre contre la maladie. La vieillesse devient ainsi une punition.

Le fondement moral de ce frame peut encore être qualifié de relativement positif si l'on accepte l'idée que les personnes âgées, qui sont donc malades par définition, méritent d'être aidées. Mais ce frame peut aussi prendre un sens négatif. Dans ce cas, la personne âgée est un fardeau. La solution peut consister, selon le cas, à l'ignorer, à la placer en maison de repos, voire à l'euthanasier.

³⁰ Gourdon, V. (2003). *Aux sources de la grand-parentalité gâteau (XVIIIe-XIXe siècles): Deux siècles de représentation politique et sociale des grands-parents. Recherches et prévisions*, 71, 63-74.

³¹ Pour plus d'informations, voir: <http://www.tesson.info/>

Formes concrètes et évaluation:

Ce frame soulève un double problème: à la fois parce qu'il suppose que le grand âge est par définition problématique et parce qu'il considère que c'est aussi le critère déterminant pour évaluer une personne, en ignorant toutes les autres caractéristiques qui lui sont propres. Il est symptomatique à cet égard de rechercher les images qui sont utilisées dans les médias pour illustrer ce thème. Ainsi, les sites d'information prennent souvent des images types provenant de banques de données (*stock images*). La Figure 7 en est un exemple: cette photo a été publiée sur le site de *La Libre Belgique* (www.lalibre.be) en illustration d'un article de l'agence Belga intitulé 'Les personnes âgées de plus en plus maltraitées'. Ces trois personnes donnent une impression de passivité et de grande morosité.



Figure 7: Stock image de PhotoNews, illustrant un article sur le site www.lalibre.be (1 mars 2013)³²

5B COUNTER-FRAME: LA VIEILLESSE, UN PROCESSUS NATUREL

Dans le counter-frame 'La vieillesse, un processus naturel', le vieillissement et l'âge qui ne cesse d'augmenter ne sont pas perçus comme étant forcément problématiques. La vieillesse mérite elle aussi d'être appréciée à sa juste valeur, sinon la vie n'est pas complète. Certes, les difficultés qui peuvent surgir avec l'âge sont une réalité indéniable. Mais il est possible de les soulager grâce à une redéfinition du problème au niveau social et aux solutions qui en résultent. Il faut tout d'abord briser le tabou qui entoure la vieillesse. D'autre part, les personnes âgées doivent avoir beaucoup plus de visibilité dans des espaces publics, notamment à la télévision. Au niveau individuel, le message est que la personne âgée doit essayer de tirer le meilleur parti de ce que la vie lui apporte, même si c'est avec des sentiments mitigés. Quand on vieillit, il est encore possible de vivre de nouvelles expériences positives, entre autres en parlant ouvertement de ses problèmes et en planifiant ses vieux jours en temps utile.

Formes concrètes et évaluation:

Ce frame donne la possibilité de détourner l'attention de l'idée selon laquelle le grand âge est par définition problématique. Il met en évidence aussi bien les opportunités que les défis que soulève la vieillesse. Le piège peut être qu'en considérant celle-ci comme quelque chose de naturel et de normal, on en arrive à la conclusion que la personne âgée n'a qu'à se débrouiller toute seule face aux mauvais

³² <http://www.lalibre.be/societe/general/article/800409/les-personnes-agees-de-plus-en-plus-maltraitees.html>, consulté le 4 juin 2013.

côtés et aux déceptions liées à son âge. L'objectif ne doit pas être de dissimuler les difficultés, mais au contraire de briser les tabous, d'apprécier la vieillesse à sa juste valeur et de planifier en conséquence cette phase de l'existence. La Figure 8 est un exemple d'une image d'une campagne qui veut inciter les jeunes à faire du volontariat avec des personnes âgées. En choisissant délibérément de les montrer en train d'aider une vieille dame à lire le journal, on n'enlève rien à la dignité de la personne âgée: on peut supposer que celle-ci a du mal à lire les articles en petits caractères, mais qu'elle veut encore suivre l'actualité comme elle l'a toujours fait. Bref, elle tient à rester dans le mouvement.



Figure 8: Affiche de campagne pour l'association de volontaires Joka³³

6 LA PEUR DU DÉCLIN ET DE LA PERTE D'AUTONOMIE

La peur de la perte d'autonomie, de la déchéance et de la mort, qui est ancrée au plus profond de l'être humain, est à la base d'un frame dans lequel la vieillesse est définie comme un ensemble de risques majeurs qui en font un enfer. Un home est ainsi décrit comme "l'antichambre de la tombe" (*Knack*, 12 décembre 2012). C'est ici que se cachent les plus grands tabous qui touchent à ce thème. Les personnes âgées ne veulent pas être une charge et préfèrent dépérir en douceur. La conséquence au niveau sociétal est qu'on préfère nier l'existence des personnes âgées ou les placer dans des maisons de repos. L'acceptation de son sort semble être la seule solution envisageable pour la personne âgée, à plus forte raison si elle croit en l'immortalité de l'âme.

33 <http://www.jokaweb.be/>, consulté le 28 juin 2013.

Le petit vieux, avec son air lamentable et pitoyable, souvent symbolisé par une plante, est la forme stéréotypée par laquelle se manifeste ce frame. Les idées de pauvreté et de conditions de vie indignes ne sont jamais très loin non plus.

Evaluation:

Ce frame joue sur les émotions du public. Faire peur aux gens est une stratégie de communication éprouvée parce qu'elle aide à attirer l'attention, à susciter l'émoi et à éveiller l'intérêt du public, des médias ou du monde politique pour un thème. Mais l'inconvénient est que de telles images renforcent les tabous et peuvent ainsi produire des effets non voulus, entre autres sur la personne âgée prise individuellement.

7 COUNTER-FRAME: L'ÉTERNELLE JOUVENCE

Un premier counter-frame imaginable maintient toutes les références à la mort et au déclin en dehors du champ de vision. L'idée selon laquelle le grand âge implique une perte d'autonomie est niée et remplacée par la conception inverse, à savoir que la vieillesse, et plus particulièrement la retraite, permet de retrouver sa liberté et son indépendance. L'attrait, la vitalité et l'insouciance de la jeunesse servent alors de frame puisque ce sont précisément ces qualités qui sont attribuées aux seniors, avec pour résultat une vision romantisée de la vieillesse.

Les personnes âgées représentées donnent une étonnante impression de vitalité, l'affirmation correspondante étant souvent que le déclin n'est pas une fatalité. Si on reste toute la journée assis dans un fauteuil devant la fenêtre, on risque de décliner plus rapidement. C'est comme s'il était possible d'arrêter le vieillissement: on choisit soi-même de s'encroûter dans son fauteuil. Ce frame rejoint le mythe de la vie éternelle, comme s'il existait une source de l'éternelle jouvence. C'est surtout la publicité qui donne l'impression que l'on peut s'abreuver à cette source. On voit des slogans publicitaires pour des produits cosmétiques qui affirment qu' "on a déchiffré le code secret de la jeunesse" ou pour un produit qui a été baptisé "youth activating concentrate" par Lancôme. C'est bien sûr une illusion que de croire qu'il est possible de défier le temps³⁴.

Formes concrètes et évaluation:

Le grand inconvénient de ce frame est qu'il alimente l'idée selon laquelle l'existence des plus âgés ne doit pas être prise au sérieux. On la présente comme si elle était insouciant et sans problèmes. C'est une image récurrente, surtout dans les publicités commerciales, qui n'est pas sans effet sur les personnes vieillissantes. Elle leur présente une vision idéalisée, utopique et en grande partie inaccessible de la vieillesse qui peut les inciter à remettre à plus tard la planification de leurs vieux jours.

³⁴ Inspiré de la conférence de Marie-Claude Mietkiewicz "Trop tard pour les crèmes anti-rides?" lors de l'atelier "Penser plus tôt à plus tard", organisé par la Fondation Roi Baudouin le 28 mars 2013 à Bruxelles.

Ce serait aller trop loin que d'affirmer qu'il faut à tout prix éviter le frame de l'éternelle jeunesse. Il peut être utile pour montrer qu'à de nombreux égards, les plus âgés ne diffèrent pas des jeunes générations. La vie sexuelle des aînés semble un tel tabou qu'on évite même d'évoquer leur besoin d'amour et de tendresse. Ce préjugé est mis à mal dans l'émission de caméra cachée *Vieilles canailles de Benidorm*, diffusée sur RTL-TVI (l'équivalent flamand s'appelle *Benidorm Bastards*). Les stéréotypes y sont inversés et des personnes d'un certain âge se comportent comme une bande de jeunes en vadrouille, ce qui produit un effet comique. Il est difficile d'évaluer l'effet sur l'image des personnes âgées. Ce qui est sûr, c'est que cette émission est un succès international, ce qui indique que les clichés avec lesquels jouent les auteurs sont très reconnaissables. La Figure 9 montre un article de Téléoustique intitulé de la même façon, qui est un plaidoyer pour des personnes âgées (appelées "happy boomers" ou "boomers bohèmes") qui veulent tirer le meilleur parti de l'existence.

VIEILLES canailles

Ne tenez plus vos amis, mais happy boomers ou boomers bohèmes. Bien plus chat. Plus en phase avec la perception que votre nouvelle génération de retraite a d'elle-même. Son objectif ? Ne pas subir sa fin de vie, mais en profiter au maximum. Quelle à dresser une vraie marketing de chat.

Dans une société où l'on se précipite à la retraite, il faut être un chat. Non, pas un chat, mais un chat. Une personne à la fois indépendante et en phase avec la perception que votre nouvelle génération de retraite a d'elle-même. Son objectif ? Ne pas subir sa fin de vie, mais en profiter au maximum. Quelle à dresser une vraie marketing de chat.

Il y a une certaine façon de vieillir. C'est de ne pas se laisser aller à la dépression, à la tristesse, à la peur. C'est de rester en phase avec la perception que votre nouvelle génération de retraite a d'elle-même. Son objectif ? Ne pas subir sa fin de vie, mais en profiter au maximum. Quelle à dresser une vraie marketing de chat.



Figure 9: Article extrait de *Téléoustique* (texte: Catherine Pleeck)

8 COUNTER-FRAME: L'ÉPANOUISSEMENT PERSONNEL

Un second frame alternatif à celui de la peur fait lui aussi abstraction de l'âge: le processus de développement et d'épanouissement personnel que quelqu'un connaît tout au long de son existence peut être poursuivi jusqu'aux dernières années de la vie. Toute période de la vie peut avoir ses aspects problématiques – songeons par exemple à l'adolescence ou à la crise de la quarantaine – et le troisième âge connaît donc lui aussi ses épreuves. Malgré des phases de déclin physique et psychologique et la perte de proches, le senior peut continuer à se développer individuellement et en retirer beaucoup de satisfaction. D'ailleurs, ce développement personnel est peut-être même le résultat de ces moments difficiles.

La solution à cette problématisation spécifique suggère qu'il faut donner aux plus âgés des occasions et des possibilités pour continuer à s'épanouir, quelles que soient les pertes qu'ils subissent. Les seniors doivent être abordés en tant qu'individus, sans faire de l'âge une caractéristique déterminante. On admet aussi explicitement qu'ils peuvent eux-mêmes suggérer des solutions à leurs problèmes. Les images stéréotypées qui relèvent de ce frame sont celles du senior actif qui va à la rencontre des gens, qui sait ce qui est important pour lui, qui est loyal, fiable et sûr de lui. Grâce à l'expérience qu'il a acquise, le travailleur âgé possède ainsi des talents pour réfléchir de manière stratégique, négocier et relativiser. C'est le cas par exemple pour les 'Stages sans âge', une initiative de Delta Lloyd qui donne l'occasion à des retraités de suivre un stage en entreprise (Figure 10).



Figure 10: Page du site internet des 'Stages sans âge'³⁵

Evaluation:

Tout comme le frame 'Des cheveux blancs qui valent de l'or', ce frame met en avant les potentialités qu'offre la vie à un âge avancé. Tandis que le premier frame envisage cette donnée sous l'angle du rendement pour la société, celui-ci souligne ce que cela apporte à la personne âgée elle-même. Desmond O'Neill cite un certain nombre d'exemples de peintres qui, en fin de carrière, ont tout à fait changé de style pour produire quelques chefs-d'œuvre artistiques, comme Henri Matisse et Claude Monet³⁶. L'un des hommes d'affaires les plus influents au monde, Warren Buffett, est aujourd'hui âgé de 83 ans. Pourtant, rares sont ceux qui feront de son âge sa principale caractéristique: en comparaison avec sa richesse et son sens des affaires, c'est un détail anecdotique.

³⁵ <http://www.stagesansage.be/>, consulté le 28 juin 2013.

³⁶ O'Neill, D. (2011). *The art of medicine: The art of the demographic dividend*. *The Lancet*, 377, 1828-1829.

4. RÉFLEXIONS

Les counter-frames enjolivent-ils la réalité?

De même qu'un accent unilatéralement mis sur les frames problématisants produit une image stigmatisante des personnes âgées, un accent uniquement mis sur les counter-frames crée une image qui ne parvient pas mieux à rendre compte de cette réalité complexe. Le but de ces conseils en communication n'est pas de rejeter les frames problématisants les plus courants en les qualifiant de 'mauvais' ou 'd'incorrects', mais bien de montrer qu'ils favorisent une conception unilatérale et surtout négative de la vieillesse. Ce sont les counter-frames qui apportent les nuances indispensables et qui permettent de donner une image plus équilibrée. Ces counter-frames ne sont pas plus 'vrais' ou 'meilleurs' dans l'absolu que les autres cadres de référence. Mais, ils devraient davantage être mis en évidence dans la communication, surtout si l'objectif est de promouvoir une image plus équilibrée des personnes âgées.

"Ce sont les counter-frames qui apportent les nuances indispensables et qui permettent de donner une image plus équilibrée de la vieillesse."

Les counter-frames ne servent pas à enjoliver la réalité, mais bien à attirer l'attention sur d'autres facettes du vieillissement, en modifiant la définition de la problématique. Les frames problématisants réussissent surtout à souligner l'urgence de la problématique du vieillissement, mais la perspective d'action qu'ils offrent fait l'impasse sur le bien-être de l'individu vieillissant.

Les frames et les counter-frames ne donnent-ils pas une image trop simpliste de la réalité?

L'une des fonctions essentielles du framing est d'être un outil pour réduire une réalité complexe à des proportions intelligibles. Vieillir suscite tellement d'associations qu'un frame intelligemment choisi aide à en saisir l'essence. Chaque frame implique des choix et c'est grâce à cette sélection que certains aspects sont mis en lumière et d'autres pas du tout. Mais pour éviter que le résultat final donne l'impression d'être simpliste, il est important de combiner les différents frames et counter-frames.

"Chaque frame implique des choix et c'est grâce à cette sélection que certains aspects sont mis en lumière et d'autres pas du tout."

Un autre élément important à prendre en compte est la nécessité de rechercher un bon équilibre entre une approche 'épisodique' et 'thématique' du sujet, selon que celui-ci est abordé du point de vue d'une ou de plusieurs personnes ou au contraire de manière plus globale, en mettant l'accent sur des tendances générales et des mesures politiques. Une approche thématique permet d'indiquer que la problématique concerne toute la société et est la responsabilité de tous, mais a l'inconvénient de moins plaire au grand public. C'est pourquoi un sujet gagne souvent à être personnalisé. Cependant, les études démontrent qu'une approche purement épisodique peut avoir pour effet de placer entièrement la responsabilité auprès de l'individu dont on dresse le portrait³⁷. D'où l'importance de rechercher un équilibre et de conserver un lien avec l'aspect thématique. Il convient en outre de fournir des informations concrètes sur la personne présentée. L'image des personnes âgées est en effet tellement stéréotypée que les gens ont tendance à y faire appel chaque fois qu'ils doivent se faire un jugement. Mais dès qu'il est question d'une personne très concrète, des nuances peuvent être apportées et la réflexion devient moins stéréotypée³⁸.

Une image nuancée peut-elle malgré tout être blessante pour une personne individuelle?

Une réaction plausible face à une image stéréotypée est d'y adhérer, mais en considérant qu'elle ne s'applique qu'à une catégorie de personnes dont on ne fait pas soi-même partie. En communication, on appelle cela le '*third person effect*', comme lorsque l'on dit: 'les autres se laissent influencer par la publicité, mais pas moi'³⁹. En l'occurrence, des personnes âgées pourraient donc renforcer elles-mêmes des stéréotypes sur la vieillesse, mais sans s'identifier à ce groupe et en pensant que ce sont les autres qui répondent à ces clichés.

Une autre réaction pourrait consister à s'identifier avec la manière dont est représentée la personne âgée, mais en la comparant à l'image que l'on a de soi. Ce qui peut amener à conclure: 'je suis tout de même dans une meilleure position que celle qui est présentée, cela pourrait être pire'. Dès lors, une personne âgée va se sentir plus interpellée par une comparaison avec une image plus nuancée, inspirée d'un counter-frame, et va davantage y voir un reflet d'elle-même. C'est le cas lorsque l'on reprend une perspective d'action qui est contenue dans un counter-frame, par exemple quand on suggère qu'en demandant conseil à une personne âgée, on peut obtenir des solutions inattendues et plus intelligentes.

37 Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.

38 Kite, M. E., Stockdale, G. D., Whitley, B. E. Jr., & Johnson, B. T. (2005). *Attitudes toward younger and older adults: An updated meta-analytic review*. *Journal of Social Issues*, 61(2), 241-266.

39 Davison, W. P. (1983). *The third-person effect in communication*. *The Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1-15.

Il reste cependant encore un autre piège: en comparant l'image qui lui est présentée et l'image qu'elle a d'elle-même, la personne pourrait en arriver à estimer que sa situation est pire. Ainsi, pour une personne âgée qui connaît une situation problématique, une image nuancée peut apparaître peu crédible. En effet, toute image se prête en partie à des interprétations diverses et quand on communique, il est difficile d'évaluer quel sera, en pratique, l'effet de tel ou tel frame. C'est pourquoi nous recommandons de toujours proposer une perspective d'action (qu'attendez-vous concrètement de la personne âgée?) fondée sur des objectifs réalistes. Indiquer explicitement que l'on est attentif aux problèmes réels dans la situation d'une personne peut être suffisant pour que le destinataire ne se sente pas exclu.

Est-il déplacé de recourir à l'humour dans le contexte du vieillissement?

Les personnes âgées et tous les stéréotypes liés à la vieillesse sont des thèmes qui se prêtent aisément à l'humour. Ainsi, dans un épisode de la série comique britannique *Mr Bean*, on voit le personnage principal, visiblement pressé, vouloir monter à toute vitesse l'escalier dans un hôtel, mais sans parvenir à croiser une petite vieille qui prend tout son temps pour descendre⁴⁰. Outre cette lenteur agaçante, d'autres stéréotypes apparaissent fréquemment dans les blagues sur les personnes âgées, entre autres le vieil homme impuissant, la vieille femme qui a perdu tout attrait sexuel, le vieux beau viril et prétentieux ou encore celui qui oublie tout⁴¹. À première vue, il serait conseillé d'éviter ce type d'humour qui ne fait que conforter des stéréotypes stigmatisants, surtout si c'est un humour qui se nourrit d'un sentiment de supériorité déplacé vis-à-vis du troisième âge. Mais ce n'est pas nécessairement le cas. En effet, l'humour peut aussi exercer des effets positifs⁴². Les blagues peuvent contenir une forme de critique envers la société et remettre en question les normes et les valeurs dominantes. En exagérant des stéréotypes touchant au troisième âge, en jouant avec des préjugés bien connus pour dérouter le destinataire et le faire rire, on laisse clairement entendre que la société a du mal à accepter l'idée que la vie est finie. L'humour peut être une soupape pour évacuer toutes ces frustrations. L'universalité de la vieillesse et des angoisses qu'elle implique peut créer un lien entre l'humoriste et son public et faire prendre conscience que nous partageons tous le même destin.

De plus, on ne peut pas toujours savoir à l'avance comment les destinataires vont percevoir une blague: l'un peut être choqué alors que l'autre l'interprète de manière positive. Une certaine dose d'humour peut donc aider à aborder une problématique et les oppositions entre frames et counter-frames peuvent être une source d'inspiration pour ceux qui aiment jouer la carte de l'humour.

40 Driscoll, R., Atkinson, R. (Writers), & Weiland, P. (Director). (1993). *Mr Bean in room 426* [Television series episode]. In P. Bennett-Jones (Producer). London: Tiger Aspects Productions.

41 Bowd, A. D. (2003). *Stereotypes of elderly persons in narrative jokes*. *Research on Aging*, 25(1), 22-35.

42 Meyer, J. C. (2000). *Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication*. *Communication Theory*, 10(3), 310-331.

Une analyse des *Golden Girls* montre que l'humour peut tout aussi bien conforter des stéréotypes que les remettre en cause⁴³. Cette sitcom américaine, réalisée entre 1985 et 1992, était centrée sur quatre femmes d'un certain âge qui vivaient ensemble dans une maison à Miami. La série jouait sur des stéréotypes classiques à propos des vieilles femmes: elles avaient un mode de pensée dépassé, elles vivaient dans le passé, le sexe ne les intéressait absolument pas et leur famille devait les entretenir. Mais elle montrait aussi que l'on peut trouver des solutions en parlant de ses problèmes, qu'il vaut la peine d'expérimenter des manières alternatives de donner un sens à sa vie et de traiter l'autre avec respect.

L'Occident peut-il reprendre des frames courants sur la vieillesse issus d'autres cultures?

Même si la comparaison est intéressante, il y a un risque d'idéaliser quelque peu le statut des aînés dans d'autres cultures et de le prendre pour modèle. L'idée que les vieux y occupent une position particulière, par exemple comme chefs de clan, s'inscrit dans l'image que l'Occident se fait des sociétés subsahariennes. Mais cette position s'explique en partie par le nombre plus faible de personnes âgées dans ces pays. En Europe, pour 100 personnes de 15 à 59 ans, il en a 36 qui ont plus de 60 ans, contre 10 seulement en Afrique. En raison de la position particulière qu'ils occupent, les vieux seraient mieux traités par leurs familles et bénéficieraient du respect qui leur est dû, bien plus que ce n'est le cas en Occident. Les anthropologues nous mettent toutefois en garde: l'idée selon laquelle "la famille s'occupera bien d'eux" a contribué à ce que l'Occident se désintéresse largement de la population vieillissante en Afrique⁴⁴.

Dans les sociétés asiatiques aussi, les aînés ont un statut particulier, mais il convient également de nuancer les choses. Au Japon par exemple, il y a une grande différence entre le comportement que l'on est censé adopter en public et ce que l'on éprouve réellement. Le respect et les honneurs qui sont dus aux personnes âgées peuvent donc être considérés comme un masque: en fait, on a tout autant tendance qu'en Occident à les mépriser et à les juger stupides⁴⁵.

Le choix de certains frames ne dépend-il pas du contexte dans lequel ils sont utilisés?

Certains frames et counter-frames semblent mieux se prêter à certains contextes que d'autres. Ainsi, trois counter-frames paraissent tout particulièrement adaptés pour accroître l'implication des personnes âgées dans la vie publique, parce qu'ils donnent un sens positif au rôle social des aînés et à leurs

43 Cohen, H. L. (2002). Developing media literacy skills to challenge television's portrayal of older women. *Educational Gerontology*, 28, 599-620.

44 Cette problématique a inspiré entre autres le colloque "Ageing in Sub-Saharan Africa: Spaces and practices of care" organisé à la KU Leuven le 10 mai 2013 par Katrien Pype (KU Leuven), Jaco Hoffman (Oxford University, UK) et l'Africa Unit for Transdisciplinary Health Research, North West University (Afrique du Sud).

45 Naito, T., & Gielen, U. P. (1992) in Nelson, T. D. (2011). Ageism: The strange case of prejudice against the older you. In R. L. Wiener en Willborn, S. L. (Eds.). *Disability and aging discrimination: Perspectives in law and psychology* (pp. 37-47). Cham, Zwitserland: Springer.

relations avec d'autres générations: 'Des cheveux blancs qui valent de l'or' (1B), 'Le héros / L'ange salvateur' (3) et 'Solidarité' (4B).

Dans le contexte de l'emploi et des pensions, le counter-frame 'L'épanouissement personnel' (8) semble pouvoir faire contrepoids à l'image du trou noir après le départ la retraite. Dans un cadre professionnel, il est important que le travailleur plus âgé se sente valorisé et puisse continuer à effectuer des tâches intéressantes. Tant le frame 'Des cheveux blancs qui valent de l'or' (1B) que 'Solidarité' (4B) peuvent favoriser une communication qui contribue à changer le discours.

Selon les chercheurs néerlandais Martine van Selm et Beatrice van der Heijden, les caractéristiques stéréotypées relatives aux travailleurs plus âgés doivent être maniées avec prudence. À première vue, on peut croire que c'est une bonne chose de les qualifier de 'loyaux' et de 'fiables'. Mais cela a pour conséquence que leurs collègues les jugent certes 'chaleureux', mais en les associant aussi à une image d'incompétence et d'amateurisme. Le frame 'L'épanouissement personnel' peut faire contrepoids parce qu'il met en évidence le développement personnel et l'ouverture aux innovations. Les auteurs recommandent entre autres d'analyser le vocabulaire utilisé dans les bulletins d'information, les programmes de formation et les communications personnelles et de mettre beaucoup plus l'accent sur les compétences au lieu de tout ce qui évoque la 'chaleur humaine'.⁴⁶

Quand une personne âgée a besoin d'assistance, les frames problématisants 'La victime innocente' (2), 'La vieillesse, une maladie incurable' (5A) et 'La peur du déclin et de la perte d'autonomie' (6) ne sont jamais bien loin. C'est pourquoi la communication sur ces thèmes pourrait bénéficier d'un recours plus marqué aux trois counter-frames, soit respectivement 'Le héros / L'ange salvateur' (3), 'La vieillesse, un processus naturel' (5B) et 'L'épanouissement personnel' (8). Le counter-frame 'L'éternelle jeunesse' (7) ne convient pas parce qu'il se borne à nier purement et simplement le problème.

La maison de repos est le lieu qui est mis en relation de la manière la plus nette avec les personnes âgées. On n'y rencontre pas des 'seniors actifs', mais des 'vieux séniles'. C'est un lieu qui est chargé d'une connotation extrêmement négative, d'autant plus que l'entrée en maison de repos est considérée comme une décision sans retour, une phase ultime avant la fin inéluctable.

Peut-être est-ce dû à la volonté de respecter l'intimité des résidents, mais un certain nombre d'illustrations utilisées à des fins promotionnelles par les maisons de repos elles-mêmes ont une allure assez sinistre. Comme on veut mettre en avant la qualité de l'équipement, on ne montre pas les gens. C'est ce que font aussi les hôtels, mais quand on sait qu'on est amené à passer pas mal de temps dans une maison de repos, il serait tout de même plus attrayant de montrer certaines activités. La Figure 11

⁴⁶ Van Selm, M., & Van der Heijden, B. I. J. M. (2013). Communicating employability enhancement throughout the life-span: A national intervention program aimed at combating age-related stereotypes at the workplace. *Educational Gerontology*, 39(4), 259-272.

est un exemple d'une image plus insolite, d'autant plus qu'elle suggère d'emblée que les aînés peuvent très bien suivre l'évolution technologique. On les voit en train de participer à un tournoi de bowling virtuel entre maisons de repos.



Figure 11: Illustration d'un article sur un tournoi de bowling virtuel dans *La Meuse* (27 mai 2012)⁴⁷

Bie Hinnekint propose entre autres les concepts suivants pour améliorer l'image des maisons de repos: mettre l'accent sur des attitudes professionnelles telles que des soins chaleureux, le respect de l'unicité des résidents, le plaisir et le lien avec la famille. Une des métaphores auxquelles on pourrait recourir dans ce cadre-là pourrait être la suivante: "La maison de repos est comme un trésor caché, un endroit devant lequel tout le monde passe souvent mais qu'on ne peut pas découvrir si on n'y pénètre pas" (p. 33)⁴⁸.

47 AF (2012). Tournoi de bowling virtuel dans les maisons du CPAS de Verviers, *La Meuse*, 27 mai 2012, en ligne sur <http://www.lameuse.be>.

48 Hinnekint, B. (2003). *Rusthuizen inspireren rusthuizen in positieve beeldvorming*. Bruxelles: VVSG / Politeia.

CONCLUSION

Tout le monde espère vieillir heureux. Pourtant, la manière dont on considère les personnes âgées et dont on se comporte avec elles manque parfois d'équilibre et de nuances. La maladresse avec laquelle nous abordons cette phase de l'existence est probablement due à des sentiments d'inquiétude et d'incertitude. C'est la raison pour laquelle nous avons tous intérêt à communiquer de manière plus consciente au sujet de la vieillesse.

Nous avons distingué dans ce rapport un certain nombre de frames et de counter-frames en vue de parvenir à cette image plus équilibrée. On peut les considérer comme des outils de travail dont chacun peut s'inspirer selon ses besoins quand il est question de la vieillesse ou pour évaluer des textes et des images. Comme une communication ciblée implique toujours le choix d'un certain angle, on n'échappe pas au framing. Il est dès lors recommandé que le choix de cet angle d'approche résulte d'une décision consciente.

Cinq frames ont été qualifiés de problématisants: 'Une utilité moindre', 'La victime innocente', 'Le conflit de génération', 'La vieillesse, une maladie incurable' et 'La peur du déclin et de la perte d'autonomie'. À chacun de ces frames problématisants s'oppose au moins un counter-frame: 'Des cheveux blancs qui valent de l'or', 'Le héros/L'ange salvateur', 'Solidarité', 'La vieillesse, un processus naturel', 'L'éternelle jeunesse' et 'L'épanouissement personnel'.

L'objectif de ces counter-frames n'est pas de nier le fait que la vieillesse puisse être une source de problèmes, mais bien de ne pas la qualifier *d'avance* de problématique ou de plus problématique que ce qui est bon pour la société et pour les personnes directement concernées. Il y a une assez forte probabilité pour que la vieillesse s'accompagne de pertes et de souffrances. Mais ce n'est pas forcément le cas. En insistant trop sur les frames problématisants et en faisant donc de la vieillesse un problème en soi, quelle que soit la forme concrète qu'elle prend, on renforce les tabous à son sujet. Cela a un impact sur le bien-être des personnes âgées et sur la manière dont elles sont traitées par les autres. De plus, cela a pour effet qu'un énorme potentiel reste sous utilisés, notamment dans le contexte professionnel. Au lieu de penser

que les personnes âgées sont sur une voie de garage, il faudrait trouver des moyens pour rentabiliser ces 'cheveux blancs qui valent de l'or'.

Il n'empêche que des réserves peuvent être formulées pour la plupart des counter-frames. C'est pourquoi une stratégie de communication nécessite un choix conscient de frames et de counter-frames. Ainsi, il y a une concurrence pour bénéficier des budgets publics disponibles, des subsides et de l'indispensable intérêt du public pour un sujet. Dans ce cas, il n'est stratégiquement pas habile d'opter unilatéralement pour des frames qui présentent la vieillesse comme n'étant pas du tout problématique. Ce qui est important, c'est que la définition du problème que l'on choisit ne se fasse pas au détriment de l'image et de l'estime de soi de la personne âgée. Le mieux est dès lors d'opter pour une combinaison intelligente de frames et de counter-frames. Comme dans ce petit spot publicitaire pour un système de partage de voitures, qui est disponible sur internet et dans lequel on voit quelques femmes d'un certain âge essayer une voiture électrique: le spot flirte avec des frames problématiques, mais on y repère aussi les counter-frames 'L'éternelle jouvence' et 'L'épanouissement personnel' puisque ces dames vivent avec leur temps et sont à l'aise avec les nouvelles technologies (voir <http://www.e-cambio.be/>)⁴⁹.

49 Le projet est une initiative d'Olympus, voir <http://www.proeftuin-olympus.be/en/home-1.htm>, consulté le 23 juillet 2013.

SYNTHÈSE

D'ici 2050, un tiers de la population des pays industrialisés aura soixante ans ou plus. Ceci pourrait hypothéquer le financement des retraites et de l'assurance-maladie. Par ailleurs, la réflexion et la communication sur les personnes âgées se font dans des termes extrêmement stéréotypés. Certes, il est remarquable de voir à quel point les aînés réagissent bien à l'image négative que l'on donne d'eux. Cela soulève néanmoins deux problèmes: ces stéréotypes négatifs sont à l'origine de discriminations envers les plus âgés et ils empêchent tout débat serein sur des thèmes liés à la vieillesse. C'est pourquoi ce rapport veut proposer une série d'outils pour enlever le tabou qui règne autour de ces questions et favoriser une perception plus équilibrée du grand âge.

Il repose sur un concept théorique qui est celui du 'framing', c'est-à-dire le choix (conscient ou non) d'un angle particulier pour envisager un phénomène, ce qui implique que certains aspects de cette réalité sont davantage mis en évidence que d'autres. Dans le cas qui nous occupe, il en résulte que la vieillesse pourra prendre une signification différente selon le 'frame' choisi.

Une analyse inductive nous a permis d'identifier cinq frames et six counter-frames. Chaque frame problématise la vieillesse d'une autre manière alors que les counter-frames font exactement l'inverse: ils proposent une vision alternative qui fait moins percevoir la vieillesse comme étant problématique en soi. Ces counter-frames ne sont pas justes et positifs par définition, mais ils donnent une image plus nuancée de la vieillesse.

La fonction sociale des personnes âgées peut tout d'abord être définie à partir du frame 'Une utilité moindre', qui considère que les aînés sont devenus des poids morts puisque leur utilité sociale, et surtout économique, se réduit peu à peu. Le counter-frame 'Des cheveux blancs qui valent de l'or' inverse cette image en mettant l'accent sur les opportunités et le potentiel dont peut tirer parti une société vieillissante.

Une autre manière d'envisager le rôle et la position des personnes âgées dans la société consiste à recourir au frame 'La victime

innocente'. Supposer que les plus vieux sont par nature distraits, naïfs et physiquement faibles, c'est sous-entendre l'idée qu'il faut les protéger, voire les infantiliser. Les counter-frames 'Le héros' ou 'L'ange salvateur' cherchent à rectifier cette image en attirant l'attention sur des actes remarquables accomplis par des personnes âgées, comme des services bénévoles rendus à la société ou la prise en charge de petits-enfants.

Le frame 'Le conflit de génération' est une manière problématisante de définir la relation entre les anciennes et les jeunes générations, une relation qui serait structurellement tendue. Le counter-frame 'Solidarité' par du principe opposé: cette relation est affectueuse, la personne âgée étant quelqu'un qui cherche à approfondir les liens et à venir en aide sans immédiatement porter de jugement.

Si c'est le frame 'La vieillesse, une maladie incurable' qui est mobilisé, le centre d'intérêt se déplace sur la vieillesse elle-même, dont on fait la principale caractéristique de la personne: celle-ci est réduite à son grand âge, considéré comme une sorte de maladie. Le counter-frame 'La vieillesse, un processus naturel' accorde une plus grande valeur au vieillissement, qui fait partie intégrante de la vie et qui ne doit pas nécessairement être problématique.

Le dernier frame problématisant est 'La peur du déclin et de la perte d'autonomie', qui voit dans la vieillesse tout un ensemble de risques. Le counter-frame 'L'éternelle jeunesse' lui est radicalement opposé et présente une image romantisée des aînés, essentiellement faite de séduction juvénile, de vitalité et d'insouciance. Le counter-frame alternatif, 'L'épanouissement personnel', prolonge jusqu'aux dernières années de l'existence le processus de développement personnel qu'un être humain peut connaître tout au long de sa vie. La personne âgée peut donc continuer à s'épanouir et y trouver une satisfaction.

Alors que les frames problématisants soulignent surtout l'urgence de la problématique du troisième âge, les counter-frames suggèrent une perspective d'action qui n'est pas insensible au bien-être de la personne âgée. Mais chaque frame implique une réduction d'une réalité complexe. C'est pourquoi il est préférable de recourir à une combinaison de différents frames et counter-frames, compte tenu du contexte dans lequel on veut les utiliser. L'objectif n'est pas d'enjoliver la réalité: il faut être sensible aux problèmes réels qu'une personne âgée peut connaître dans sa situation de vie. L'humour peut également aider à aborder cette problématique, car il est clair que la société a du mal à accepter l'idée que la vie est finie. Chaque culture y réagit autrement. À première vue, l'Occident le fait peut-être de manière plus maladroite que d'autres cultures. Mais, en fait, à y regarder de plus près, c'est un phénomène universel.

EXECUTIVE SUMMARY

By 2050, one third of people living in industrialised countries will be aged 60 or over – a situation which, among other things, would make it difficult to continue paying out pensions and health insurance. In addition, very stereotypical language is used when conceptualising older people and communicating about them. It is striking how remarkably well older people are able to cope with this negative image that is formed of them. Having said that, two problems are rearing their ugly heads. First, the negative stereotypes are forming the basis for age discrimination or 'ageism' and second, they are getting in the way of breaking the taboo surrounding the various aspects of growing older. Therefore, this report aims to produce a set of strategies to get communication about growing older out into the open and encourage the establishment of a more balanced picture of older people.

The theoretical notion the report takes as its basis is known as 'framing'. This means that a voluntary or involuntary decision is taken to choose a specific perspective to look at a situation and in this context some aspects of the situation receive more attention than others. In the case of growing older, this development gets a different meaning depending on the frame that is chosen.

On the basis of an inductive analysis, five frames and six counterframes were identified. Each frame stigmatises growing older in another way. The counterframes do exactly the opposite, by offering an alternative perspective which means that growing older is regarded to a lesser extent as inherently problematic. The counterframes are not by definition positive and correct, but they do offer a more balanced view of growing older.

To start with, in terms of the role of older people in society, there is firstly the possibility of defining this on the basis of the 'Decreasing benefit' frame. In this frame, older people are considered of no use because their social and in particular their economic benefit is steadily decreasing. The 'Silver gold' counterframe turns this image around, and therefore places the emphasis on the opportunities and potential value-added provided by the ageing population.

Another way of giving specific form to the role and position of older people in society is to make use of the 'Scapegoat' frame. Assuming that older people are confused, naïve and frail makes the idea of protecting and patronising them more self-evident. The 'Hero' or 'Saviour' counterframe can alter this picture by focusing attention on the special tasks performed by older people. In the social sphere, this refers to the services they provide, e.g. as a volunteer or a babysitter.

The 'Generation conflict' frame is a stigmatising approach to defining the relations between older and younger generations, by suggesting that structural factors mean they are automatically at loggerheads with each other. The 'Solidarity' counterframe starts out from the reverse idea, namely that there is a cordial relationship between them, with older people setting more store by consolidating relationships, and giving guidance without immediately jumping to conclusions.

If the 'Growing older as an incurable disease' frame is adopted, the focus shifts to growing older as a person's major characteristic. Older people are reduced to being defined solely by their age, with this being seen as a type of disease. In contrast, the 'Growing older as a natural process' counterframe places more value on growing older, as it is part of life and need not necessarily be a problem.

The last stigmatising frame is 'Fear of the loss of independence and decline'. In this case, growing older is defined as a whole range of risks. The 'Eternal youth' counterframe completely reverses this by providing a romanticised view of older people, namely by viewing youthful attractiveness, vitality and a carefree nature as typical characteristics of older people. A second alternative counterframe is 'Personal development'. Here the process of personal growth and development which every individual undergoes during their lifetime is extended into the later years of a person's life. Older people as individuals can continue developing and can derive satisfaction from this.

The stigmatising frames mainly indicate the urgency of the issue of the ageing population, whereas the counterframes propose an action-based approach that does not neglect the welfare of individual older people. Each frame entails a reduction of the complex reality on the ground. That is why a combination of various frames and counterframes, taking into consideration the context in which they are used, is preferable. The idea is not to put a gloss on the actual situation. Instead, attention must be paid to the genuine problems in everybody's individual living circumstances. In addition, humour can help make the issue a topic of discussion, because it is clear that society is struggling with the given that people's lives are finite. Every culture deals with this differently. In the West, at first sight this process is proving more difficult than elsewhere, but a closer look shows that this is in fact a universal principle.

ANNEXE: FRAMES ET COUNTER- FRAMES QUI DONNENT UN SENS AU VIEILLISSEMENT

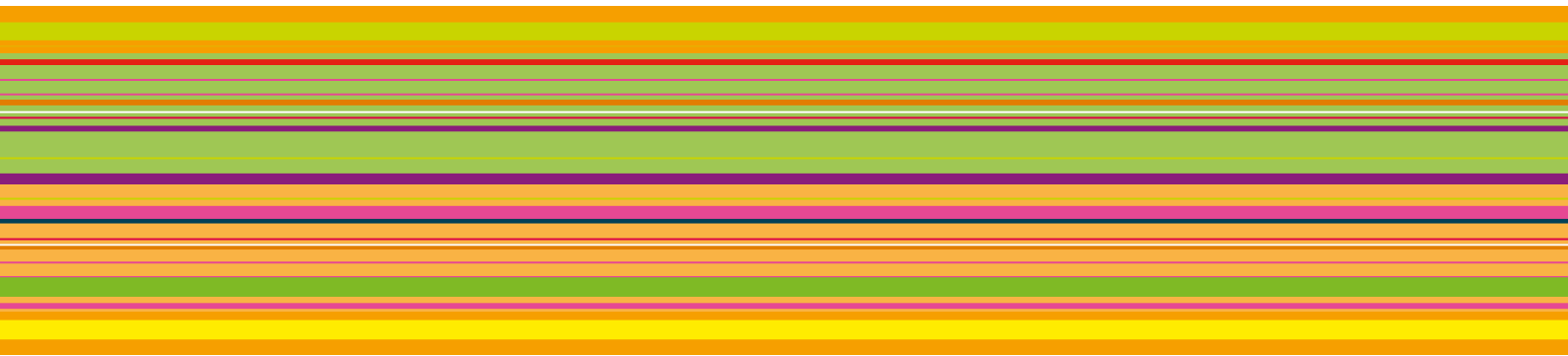
Reasoning Devices (raisonnements sous-jacents)				Framing devices (modes de présentation)			
Thème culturel	Définition	Cause de la problématisation	Conséquences	Fondement moral	Solution / perspective d'action	Stéréotypes	Vocabulaire utilisé, métaphores etc.
Une analyse rationnelle en termes de coûts-bénéfices en vertu de laquelle l'utilité d'un bien diminue progressivement jusqu'à ce que sa valeur soit réduite à zéro et qu'il devienne donc un facteur de perte	Les personnes âgées sont dévaluées un 'poids mort' pour la société, elles ont perdu leurs compétences au fil du temps; de plus, cette utilité sociale moindre s'accompagne de coûts supplémentaires, ce qui fait que le bilan devient négatif	Un déclin physique et mental qui est inhérent au vieillissement ou qui peut être la conséquence d'une pathologie (p.ex. la maladie d'Alzheimer)	<p><u>Sociales:</u> La catégorie des personnes âgées ne crée plus de plus-value économique, au contraire sa prise en charge coûte énormément d'argent</p> <p><u>Individuelles:</u> la personne âgée se sent superflue et se met à l'écart de la vie sociale, avec pour conséquence l'ennui et l'isolement</p>	Considérer les gens comme des produits à jeter, comme des rebuts d'un système économique; les personnes âgées sont 'déshumanisées'	<p>Limiter les charges financières, ne pas consentir de frais inutiles pour les 'moribonds'. Rejeter les plus vieux dans des établissements de soins ('fixer' les gèneurs); pour la personne âgée: perdre son estime de soi et devoir décrocher avant l'âge</p>	<p>Les personnes âgées forment un groupe homogène et problématique par définition: elles ne sont pas flexibles, ne savent pas s'adapter aux changements (technologiques) ou même s'y opposent, sont dépassées dans leur aspect extérieur et dans leur façon de faire et de penser</p>	<p>"Un poids mort au-delà de 55 ans"; l'image d'un vieux dans un fauteuil près de la fenêtre, regardant derrière le rideau comment le monde continue à tourner; pauvre; être dépassé par les innovations technologiques; "la vague des départs à la pension / un tsunami qui fonce sur nous"</p>
1A Une utilité moindre							<p>Phrases clés</p> <p>"Vieux et dépassé"; "out"; "le fléau du troisième âge"; "les homes pour personnes âgées"; "le pire est encore à venir: bientôt, il y aura encore plus de conducteurs âgés"; "si la date de péremption est passée, il faut jeter le vieux du haut de la falaise"; "l'ennui de vacances éternelles"</p>

		Reasoning Devices (raisonnements sous-jacents)					Framing devices (modes de présentation)		
Thème culturel	Définition	Cause de la problématisation	Conséquences	Fondement moral	Solution / perspective d'action	Stéréotypes	Vocabulaire utilisé, métaphores etc.	Phrases clés	
1B Des cheuvs blancs qui valent de l'or	Une analyse rationnelle fondée sur les opportunités et le potentiel d'un bien	Les seniors et, plus généralement, le vieillissement de la population ouvrent des possibilités qui compensent en (grande) partie les inconvénients	Définition alternative du problème: la société est aveugle aux connaissances et à l'expérience accumulées par les aînés ainsi qu'à leur pouvoir d'achat potentiel	Sociales: les personnes âgées apportent collectivement une grande plus-value économique grâce à leur pouvoir d'achat et à l'expertise qu'elles ont acquise Individuelles: la personne âgée se sent valorisée et conserve son estime de soi	La volonté de voir et de valoriser ce qu'il y a de positif dans l'être humain	Exploiter pleinement les potentialités que permettent les personnes âgées	Le vieil homme sage	"De l'argent qui vaut de l'or"; "le vieillissement, source d'opportunités nouvelles" "Investir intelligemment dans un monde vieillissant"; "une explosion du pouvoir d'achat dans les pays émergents créera des opportunités"; "the imaginary time bomb: why an ageing population is not a social problem"	
2 La victime innocente	La victime comme archétype qui symbolise l'innocence et qui doit être protégée par le héros	Les personnes âgées constituent des proies faciles	Les vieux sont distraits, naïfs et physiquement trop faibles pour se défendre, ils souffrent d'un manque inhérent de rigueur mentale et d'attention	Sociales: des personnes animées de mauvaises intentions choisissent de s'en prendre aux plus vieux; on considère par facilité que les personnes âgées constituent un groupe vulnérable Individuelles: la personne âgée se sent vulnérable parce qu'elle n'est pas considérée comme un 'être agissant', selffulfilling prophecy	Les plus faibles sont des victimes potentielles et méritent d'être protégés	Protection et surprotection des personnes âgées, attitude paternaliste	Un groupe vulnérable pour les vieux et les faibles et les faibles, mais aussi des victimes de maltraitance dans un contexte familial ou dans une institution de soins; le sentiment d'insécurité des personnes âgées	"Le plus loin que j'ose aller, c'est la pharmacie"; "agression d'un vieux qui avait 1.450 euros sur lui"; "des jeunes filles maltraitées et dépourvues de la vieillesse"	
3 Le héros / l'ange sauveur	L'archétype du héros ou, comme variante, de l'ange sauveur	Les aînés sont capables d'actes héroïques, ils donnent plus d'aide qu'ils n'en reçoivent; accent mis sur des actes remarquables: la personne âgée vient à la rescousse en cas de besoin (p.ex. un petit-enfant malade); on peut toujours compter sur les seniors	Définition alternative du problème: on est trop peu attentif aux actes exceptionnels accomplis par des personnes âgées ou on ne les voit que comme une exception qui confirme la règle (de la personne âgée passive, faible et dépendante d'autrui)	Sociales: des actes 'héroïques' de personnes âgées, un service invisible rendu à la société Individuelles: la personne âgée tire une satisfaction du rôle utile qu'elle remplit; elle peut s'identifier à un héros âgé et y puiser de l'énergie	Le héros symbolise la recherche du bien	La disponibilité inconditionnelle et l'engagement des personnes âgées sont davantage valorisés; honorer les héros ou reconnaître leur honneur; ne pas oublier les héros de jadis	Le héros âgé, toujours prêt à venir en aide aux personnes dans le besoin; l'être exceptionnel; y compris des images qui dressent un portrait burlesque ou un tantinet moqueur ('Super Mamy')	"Un vieil homme sauve son épouse des flammes"; "un héros âgé risque sa vie"; "un homme de 84 ans met des agresseurs en fuite à Londres"	

Reasoning Devices (raisonnements sous-jacents)									
Frame	Thème culturel	Définition	Cause de la problématisation	Conséquences	Fondement moral	Solution / perspective d'action	Stéréotypes	Vocabulaire utilisé, métaphores etc.	Phrases clés
4A Le Conflit de génération	Les jeunes et les vieux, les enfants et leurs parents s'opposent les uns aux autres	Les jeunes générations ('nous'), en particulier la 'génération Y', et les anciennes générations ('eux') entretiennent structurellement une relation de conflit	Les anciennes générations, à commencer par celle du baby-boom, ont réussi à bien s'en sortir dans le passé, entre autres au niveau de leurs droits à la retraite, mais sans toujours se rendre compte qu'ils en font supporter le poids à la génération active d'aujourd'hui; le 'désenchantement' de la société joue aussi un rôle à cet égard	Sociales: une situation conflictuelle, avec un accent mis sur les jeunes générations qui doivent renoncer à une partie de leur bien-être pour financer le coût d'une société vieillissante Individuelles: la personne âgée s'accroche à des droits acquis, mais ne veut pas non plus être un poids pour ses propres enfants, ce qui nourrit chez elle un sentiment de culpabilité; les contacts intergénérationnels sont considérés comme une corvée	La position 'luxueuse' et confortable des personnes âgées, qui profitent de leur coquette pension ou qui vident les caisses de la sécurité sociale, est fondamentalement injuste et témoigne de leur égoïsme	Prendre des mesures d'économie: travailler plus longtemps, réduire les droits à la pension, supprimer les régimes de la prépension et de la pension anticipée; alternative: ridiculiser la personne âgée en en faisant une caricature	La personne âgée est considérée comme le pôle antagoniste ou l'adversaire de la jeune génération; on la présente donc comme têtue, rusée (ou bête et naïve) et laide	Les pensionnés à Benidorm; s'en mettre plein la paense dans une station thermale; râler sans cesse sur ses petits bobos ou parler de la guerre; "toujours en train de ronchonner"; s'énerver devant les petits vieux qui font la file à la caisse; maltraitance de personnes âgées	"Des tensions accrues entre jeunes et vieux"; "pourquoi ces petits vieux ne peuvent-ils pas faire leurs courses le matin? Ils n'ont quand même que ça à faire?"; se plaint une jeune femme"; "ces vieux qui traînent dans la rue devraient être mieux éduqués"
4B Solidarité	La solidarité entre les générations, avec une place centrale accordée entre autres à l'expertise des aînés et des grands-parents	La relation solidaire et affective entre les jeunes et les anciennes générations est source de compréhension et d'avantages mutuels (win-win)	Le conflit de génération n'est pas structurel et n'est donc pas forcément problématique; en effet, les aînés remplissent aussi des rôles nouveaux, par exemple comme mentor, coach, bénévole ou grand-parent; ils ne sont pas encore assez stimulés (entre autres les travailleurs âgés) ou n'ont pas suffisamment de possibilités pour exercer ces rôles alternatifs	Sociales: la société peut recueillir les fruits d'une bonne entente entre les générations, par exemple lorsque des grands-parents prennent en charge leurs petits-enfants Individuelles: la personne âgée se sent valorisée dans cette relation redéfinie	L'amitié par-delà les générations	La transmission de savoirs et d'expériences; le volontariat, un moyen pour donner du sens à son temps libre	Le senior actif qui apporte un soutien inconditionnel, qui attache beaucoup d'importance à l'approfondissement des relations, qui accompagne sans juger, qui sait relativiser, qui suscite l'admiration, qui est distingué, mûr, sage, charismatique et séduisant (mais qui est plutôt un homme qu'une femme)	Chaleur, convivialité, patience, coup de main, par exemple pour garder les enfants (parents de substitution)	"Les parents sont le feu, les grands-parents sont la chaleur"; "Papy veut bien aussi"; "les générations sont différentes, mais ce qui nous unit est plus important que ce qui nous sépare"; "je ne l'ai pas fait pour l'argent, mais pour rester actif"

		Reasoning Devices (raisonnements sous-jacents)					Framing devices (modes de présentation)		
Frame	Thème culturel	Définition	Cause de la problématisation	Conséquences	Fondement moral	Solution / perspective d'action	Stéréotypes	Vocabulaire utilisé, métaphores etc.	Phrases clés
5A La vieillesse, une maladie incurable	L'image d'une maladie impossible à détecter, à éliminer ou à traiter	Toute personne âgée souffre inévitablement d'une maladie incurable, le grand âge	À partir d'un certain âge, chacun est confronté à la 'maladie de la vieillesse' et a dès lors besoin d'assistance	Sociales: les personnes âgées constituent un groupe de malades incurables, mais qui nécessitent une prise en charge intensive Individuelles: la vieillesse n'a que des symptômes négatifs que l'on doit subir patiemment	Les gens malades méritent d'être aidés; la vieillesse comme punition	Comme toutes les personnes âgées sont malades, le mieux est de les éviter ou de les cacher quelque part; l'euthanasie offre une issue possible	Le vieux passif qui, par définition, a besoin d'assistance et n'est plus mobile	L'image d'un petit vieux malade en chaise roulante ou avec un déambulateur	"D'un instant à l'autre, on bascule dans une autre catégorie et on se voit octroyer un autre statut"; "la vieillesse, on préfère ne pas en parler"
5B La vieillesse, un processus naturel	La vie se compose de plusieurs phases, depuis le nourrisson jusqu'au vieillard	Vieillir, cela fait partie de la vie, mais ce n'est qu'une caractéristique parmi d'autres; mettre un sexagénaire et un octogénaire dans la même catégorie, c'est aussi curieux que classer un enfant et un adulte de 20 ans dans la même tranche d'âge	Il y a un problème seulement si on considère la vieillesse comme n'étant pas naturelle	Sociales: briser le tabou qui entoure la vieillesse et donner aux aînés une place visible, dans la vie privée et publique Individuelles: tirer le meilleur parti de tout ce que la vie apporte, entre autres en parlant de la vieillesse et en faisant des projets d'avenir	L'âge n'est qu'une caractéristique parmi d'autres d'un individu, et pas la plus déterminante	Vieillir en pleine conscience et apprécier aussi cette phase de la vie, rester ouvert aux nouvelles expériences; exploiter pleinement le potentiel que la vieillesse apporte à l'individu et à la société; accepter que l'on puisse 'simplement' mourir de vieillesse	Le senior actif qui vit chaque moment de l'existence, qui est ouvert à des émotions nuances	Rire pendant qu'une larme coule sur la joue	"L'amour, c'est aussi se disputer et puis continuer ensemble"; "la conscience de la mort rend l'amour plus intense"; "ces grands-parents vivent pleinement leur vie"; "vivre sa vie à fond, tout en étant pleinement conscient que la mort en fait partie"
6 La peur du déclin et de la perte d'autonomie	Des angoisses profondément enracinées: peur de la perte d'autonomie, du déclin et enfin de la mort	Le risque de déchéance et de maladies effrayantes (Alzheimer, cancer, troubles cardiaques) fait de la vieillesse un enfer, qui se termine par la mort (la sienne et celle de ses proches)	Vision catastrophiste des vieux jours	Sociales: ignorer les personnes âgées et les mettre en maison de repos Individuelles: la peur de rester seul, d'être un poids pour les autres et de déprimer tout doucement, ce qui fait de la vieillesse un sujet tabou	Idéalisation de comportements juvéniles; vénération de la jeunesse; les 'néo-ados'	Une atmosphère de tabou autour de la vieillesse et d'autres thèmes connexes, l'isolement et la négation des personnes âgées et de leur univers de vie; seule la croyance en l'immortalité de l'âme peut apporter un peu de sérénité	Le petit vieux pitoyable qui végète comme une plante	Des conséquences inquiétantes de la vieillesse, comme la maladie et la pauvreté; "vieillir dans des conditions indignes"	"Un home est l'antichambre de la tombe"; "elle ne pouvait plus supporter l'idée qu'elle devrait suivre le cercueil de son mari"; "mettez-le en maison de repos et un mois plus tard il végète"; "penser à plus tard vous ronge tout le temps"

Reasoning Devices (raisonnements sous-jacents)										Framing devices (modes de présentation)		
Frame	Thème culturel	Définition	Cause de la problématisation	Conséquences	Fondement moral	Solution / perspective d'action	Stéréotypes	Vocabulaire utilisé, métaphores etc.	Phrases clés			
7 L'éternelle jeunesse	Le puissant idéal de la jeunesse: séduction, vitalité et insouciance	La volonté de présenter l'existence des personnes âgées comme étant sans problème en leur accolant le mythe de l'éternelle jeunesse	Il n'y a aucun problème: nier la mort et le déclin comme si cela ne faisait pas partie de la vie; la vieillesse, une période où on ne se prend pas au sérieux	Sociales: les seniors dynamiques constituent une cible économique intéressante Individuelles: la personne âgée tire le meilleur parti de la vie, reste forte et active, le cas échéant en se trompant elle-même et en remettant à plus tard la planification de ses vieux jours	Idéalisation de comportements juvéniles; vénération de la jeunesse; les 'néo-ados'	Tout faire pour ne pas décliner, sinon cela peut aller très vite	La personne âgée est extrêmement active, indépendante et dynamique, extérieurement belle et séduisante; elle est en général financièrement aisée	"La juvénocratie"; "the golden years"; "le senior actif"; une image romantique de la vieillesse, profiter de la vie comme si elle était éternelle	"Une fois qu'on s'installe dans le fauteuil, on se rouille"; "une cible importante qui a de l'argent, du temps et de l'énergie"			
8 L'épanouissement personnel	Apprendre tout au long de sa vie: tout individu connaît un processus de développement et d'épanouissement personnel depuis sa naissance	Le développement personnel ne s'arrête pas à la vieillesse, mais se poursuit jusqu'aux dernières années de la vie	Définition alternative du problème: le développement personnel résulte aussi de certaines épreuves et cela vaut pour toutes les phases de la vie (p.ex. problème de puberté pour les adolescents ou crise de la quarantaine)	Sociales: grâce à leur expérience de la vie, les personnes âgées disposent de compétences aisément mobilisables Individuelles: malgré des phases de perte (physique, mentale, êtres chers), la personne âgée peut continuer à se développer et y trouver une satisfaction	La vie est incomplète si la vieillesse n'est pas estimée à sa juste valeur	Donner aux personnes âgées des possibilités pour que les pertes ne les empêchent pas de poursuivre leur processus d'épanouissement personnel; les aborder comme des individus et les mobiliser selon leurs capacités pour leur faire acquérir de nouvelles compétences; la personne âgée est active et peut elle-même suggérer des solutions aux problèmes	La personne âgée est un individu à part entière, qui est actif, qui rencontre d'autres personnes, qui sait ce qui est important, qui est loyal, fiable, sûr de lui et aventurier	Accent mis sur la sagesse, l'expérience, la réflexion stratégique, la capacité à négocier et à relativiser; l'incertitude peut aussi s'avérer positive et être un défi; on peut donner une nouvelle orientation à sa carrière même à 60 ans; 'stages sans âge'	"Des mamys au sommet"; "bien vieillir, ce n'est pas la même chose que rester jeune"; des personnes célèbres qui ont réalisé des choses exceptionnelles à un âge avancé (comme Churchill qui avait 66 ans en 1940) ou qui ont encore connu une évolution artistique tardive (Matisse, Monet, Strauss)			



pub n° 3171

La vieillesse,
antichambre de l'ennui ou âge d'or?