

133. Styleguide for Journalism, Entertainment and Advertising. Media Takes: On Aging.

Fiche de synthèse

International Longevity Center - USA, Aging Services of California. (2009). *Styleguide for Journalism, Entertainment and Advertising. Media Takes: On Aging*. NY, New York: Nicole S. Dahmen, Ph.D. and Raluca Cozma, Editors.
Repéré à: http://www.ilc-alliance.org/index.php/reports/report_details/media_takes_on_aging

58 pages

Résumé

Le langage utilisé dans les médias pour parler des personnes âgées comporte des termes marqués d'âgisme (discrimination liée à l'âge). Ce rapport américain constitue un outil à l'attention des journalistes et des autres personnes travaillant dans les médias pour l'utilisation d'un langage approprié pour lutter contre l'âgisme. Il propose une présentation documentée de la situation actuelle, ainsi que des recommandations pour les domaines du journalisme, de la télévision et de la publicité.

Mots-clés:

outil – personnes âgées – âgisme – discrimination – stéréotypes – langage – communication – recommandations – domicile – institution long séjour – EMS – journalisme – télévision – publicité – médias – Etats-Unis

Catégorie : outil