

# VIELLIR EN SANTÉ – TIRER PARTI DES MEILLEURES CONNAISSANCES

## GRILLES D'AUTOÉVALUATION

---

Les grilles qui suivent ont pour but de soutenir votre démarche d'autoévaluation de la concordance des actions des intervenants ou des proches des personnes âgées avec les pratiques porteuses mises en relief dans le cadre de rapports de courtage de connaissances liés à l'initiative *Viellir en santé – Tirer parti des meilleures connaissances* et dans d'autres produits de courtage de connaissances réalisés par le Consortium InterS4<sup>1</sup>. Vous pouvez utiliser toutes les grilles ou seulement celles qui vous intéressent parmi les grilles proposées ci-dessous :

- [Composantes gagnantes des stratégies de modification du comportement chez les personnes âgées](#)
- [Faisabilité, pertinence et pérennité d'un projet destiné aux personnes âgées](#)
- [Stratégies de communication visant les personnes âgées](#)

---

<sup>1</sup> Pour en savoir plus sur les méthodes utilisées ainsi que sur les valeurs et les limites de ces produits, consulter les documents complets :

- Bolduc, E., Jean, E., Lecompte, M.-L., Bourget, M., Poulin, L.-A., Bourque, M., Laprise, S., Gendron, J.-L. Grille de priorisation des projets organisationnels. 2022. Consortium InterS4, <https://consortiuminters4.uqar.ca/>
- Bourget, M., Améliorer les saines habitudes de vie chez les personnes âgées – Stratégies favorables à l'adhésion et à la pérennisation. Novembre 2023, Consortium InterS4, <https://consortiuminters4.uqar.ca/> 92 p.
- Bourget, M., Communiquer de façon efficace avec les personnes âgées – Sensibiliser, soutenir, rallier et autonomiser. Octobre 2023, Consortium InterS4, <https://consortiuminters4.uqar.ca/> 57 p.
- Bourget, M., Tirer profit des meilleures connaissances pour le transport des personnes âgées dans les secteurs ruraux de la Ville de Rouyn-Noranda. Novembre 2023, Consortium InterS4, <https://consortiuminters4.uqar.ca/> 54 p.
- Bourque, M., Jean, E., Bolduc, E. Grille d'analyse du potentiel de succès et de pérennité dans les projets. 2021. Consortium InterS4, <https://consortiuminters4.uqar.ca/>

## Grilles d'autoévaluation de composantes gagnantes des stratégies de modification du comportement

Tableau 1 - Grille d'autoévaluation des composantes gagnantes des stratégies de modification du comportement (Bolduc et Bourget 2023)

CRITÈRES D'ÉVALUATION de composantes gagnantes des stratégies de modification du comportement chez les personnes âgées	OUI	NON	AMÉLIORATIONS POSSIBLES
L'initiative propose des actions et outils concrets et immédiats pour soutenir la réalisation du projet de vie des personnes auxquelles il s'adresse.			
L'initiative aide les personnes à perpétuer et à consolider les aspects les plus appréciés de leur style de vie actuel plutôt que de les inciter à adopter des habitudes entièrement nouvelles. Les changements proposés sont modestes. Par exemple : + Plutôt que de proposer l'adoption d'un régime méditerranéen, il peut être plus payant de viser à augmenter la consommation des fruits et légumes que la personne aime et consomme déjà.			
L'initiative est issue d'une coconstruction de solution avec des personnes âgées.			
L'initiative est conçue de manière à respecter l'indépendance et le libre arbitre des personnes et offre une capacité de contrôle, même modeste sur leur environnement ou sur les événements. Par exemple : + Réchauffer son repas de popote roulante et le prendre en terminant son jeu de patience sur ordinateur plutôt que de le prendre lorsqu'il est servi chaud; + Utiliser un transport au moment qui convient plutôt que d'attendre la route d'autobus du mardi.			
L'initiative utilise l'influence des pairs (personnes semblables ou perçues comme crédibles). Par exemple : + Entraînement sportif animé par une personne du même groupe d'âge; + Échange de recettes santé avec des personnes souffrant de diabète.  <i>À noter : En général, les femmes réagissent davantage aux stratégies de soutien et d'encouragement émotionnel, tandis que les hommes s'investissent plus aisément dans l'échange de connaissances et de trucs.</i>			
L'initiative mise sur les plaisirs les plus susceptibles de soutenir la persévérance requise à la réussite du projet de vie de la personne âgée plutôt que de chercher à convaincre des bienfaits de l'activité. Par exemple : + Bien que prendre une marche permette de contrer les vulnérabilités physiques, mentales et cognitives, c'est le plaisir d'être dans la nature ou de faire des rencontres qui a le plus de chance de motiver la personne à passer à l'action.			
<b>Si l'initiative s'appuie sur des technologies.</b> Les technologies utilisées : + Produisent des résultats tangibles et immédiats (applications qui comptent les pas dans une journée; applications de transport public; applications de suivi de glycémie); + Sont intuitives (les actions à poser sont évidentes à même l'interface); + Répondent au véritable besoin des personnes visées; + Protègent leurs renseignements personnels.			
<b>Si l'initiative s'adresse à des personnes vulnérables :</b> + Elle est conçue de manière à éviter de remettre directement en question les situations d'isolement social et vise plutôt à répondre à des besoins d'accompagnements qui sont bel et bien ressentis et souhaités par les personnes;			

CRITÈRES D'ÉVALUATION de composantes gagnantes des stratégies de modification du comportement chez les personnes âgées	OUI	NON	AMÉLIORATIONS POSSIBLES
+ Elle contribue à consolider le pouvoir décisionnel de la personne à l'aide d'agents de changement carburant à l'écoute véritable et au non-jugement, dans le cadre d'un contexte relationnel empreint de réciprocité (la capacité à se reconnaître ou à trouver écho dans l'autre) et de confiance (l'aisance à s'ouvrir à l'autre) en vue de l'aider à trouver, par elle-même, en cohérence avec sa réalité spécifique et dans le cadre d'une offre de services ciblée et coordonnée, les réponses les plus appropriées à ses attentes/besoins/désirs.			

## Grille d'autoévaluation de la faisabilité, de la pertinence et de la pérennité d'un projet

Tableau 2 - Grille d'autoévaluation de la faisabilité, de la pertinence et de la pérennité d'un projet (Bolduc et Bourget 2023)

CRITÈRES D'ÉVALUATION de la faisabilité, de la pertinence et de la pérennité d'un projet destiné aux personnes âgées	OUI	NON	AMÉLIORATIONS POSSIBLES
Le projet est éthique, sécuritaire, socialement acceptable et en accord avec les lois et règlements en vigueur.			
L'initiative a un objectif clair qui répond à un besoin réel.			
L'initiative pourra s'adapter aux besoins et aux désirs des personnes âgées de demain qui présentent un profil socioculturel et des besoins bien différents de ceux des personnes âgées d'aujourd'hui.			
Le résultat souhaité est clairement défini et constitue une retombée significative pour la clientèle cible.			
Le projet est structuré en actions claires et concrètes.			
Des ressources financières, humaines et matérielles suffisantes sont disponibles pour concrétiser et pérenniser l'initiative.			
Un porteur ou une équipe de projet a l'intérêt et la capacité pour concrétiser, gérer et pérenniser l'initiative.			
Les partenaires impliqués ont l'intérêt et la capacité pour contribuer au succès de l'initiative.			
Le projet bénéficie d'une équipe de projet dédiée qui possède ou développe les compétences de ses membres leur permettant d'assumer leur rôle dans le projet.			
Le projet est intégré dans la planification globale de l'organisation qui le porte ou le soutient et s'inscrit dans la vision à long terme de cette organisation.			
Un processus est prévu pour évaluer périodiquement la démarche et réinvestir les apprentissages sous forme d'ajustement et d'amélioration au projet.			
Une stratégie est prévue pour souligner les bons coups afin d'offrir de la reconnaissance aux personnes impliquées.			

## Grille d'autoévaluation des stratégies de communication

Tableau 3 - Grille d'autoévaluation des stratégies de communication (Bolduc et Bourget 2023)

CRITÈRES D'ÉVALUATION des stratégies de communication visant l'adoption de comportements favorable à la santé ou à l'autonomie chez les personnes âgées		OUI	NON	AMÉLIORATIONS POSSIBLES
Communiquer l'essentiel	La stratégie cible les messages les plus importants plutôt que de fournir des informations détaillées sur différentes options et leurs conséquences.			
	Les faits et les preuves qui doivent être présentés sont expliqués et vulgarisés.			
	Les messages concordent avec les besoins, préférences et désirs des personnes ciblées			
Communiquer simplement	Les messages sont formulés avec des phrases et des mots simples et non équivoques en évitant le jargon et les termes ambigus.			
	Les messages s'adressent directement aux personnes en évitant les formulations impersonnelles.			
	Les contenus et les contenants sont allégés (allègement visuel, sonore, lexical, syntaxique, etc.).			
	Des stratégies sont prévues pour transmettre les messages aux personnes qui présentent des difficultés de lecture.			
	Les instructions sont accompagnées de visuels simples et reconnus.			
Communiquer positivement	La stratégie de communication mise sur les émotions positives pour inciter à l'action (les émotions négatives poussent plutôt à l'immobilisme). <sup>2</sup>			
	La stratégie de communication mise sur le plaisir que procure le comportement plutôt que sur ses bienfaits objectifs. Par exemple, on mettra l'accent sur le plaisir d'être en contact avec la nature ou de rencontrer des gens en prenant des marches plutôt que sur l'effet bénéfique de l'exercice sur la santé.			
	La stratégie de communication vante les mérites du comportement, du produit ou du service nouveaux pour perpétuer et consolider les aspects les plus appréciés du style de vie actuel de la personne âgée tout en évitant, précisément, de mettre l'accent sur le caractère nouveau du changement proposé.			
	Le discours et le ton adoptés : + Misent sur la présomption d'autonomie, de discernement et d'indépendance des personnes âgées; + Contribuent à la normalisation du vieillissement tout en combattant l'âgisme; + Promeuvent la diversité (culturelle, géographique, économique, etc.) des personnes âgées.			

<sup>2</sup> Plus encore, les émotions positives l'emportent invariablement sur les faits, peu importe la solidité de leur démonstration.

CRITÈRES D'ÉVALUATION des stratégies de communication visant l'adoption de comportements favorable à la santé ou à l'autonomie chez les personnes âgées		OUI	NON	AMÉLIORATIONS POSSIBLES
	Le cas échéant, la stratégie de communication évite de remettre directement en question la situation d'isolement social des personnes et vise plutôt à répondre à leurs besoins d'accompagnements qui sont bel et bien ressentis et souhaités.			
Choisir les bons messagers	Le message est porté par une personne perçue comme semblable ou crédible par les personnes visées.			
	Si le message est transmis par une personne, celle-ci : <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Utilise un ton rassurant, rassembleur, optimiste, confiant et affirmatif</li> <li>+ Crée un contact visuel direct (regarde dans les yeux)</li> <li>+ Dégage le respect de soi et le respect mutuel</li> <li>+ Valide la compréhension de la personne de temps à autre</li> <li>+ Écoute avec attention et intérêt</li> <li>+ Adapte son registre lexical à celui de la personne</li> <li>+ Parle ouvertement des préférences, besoins et désirs de la personne</li> </ul>			