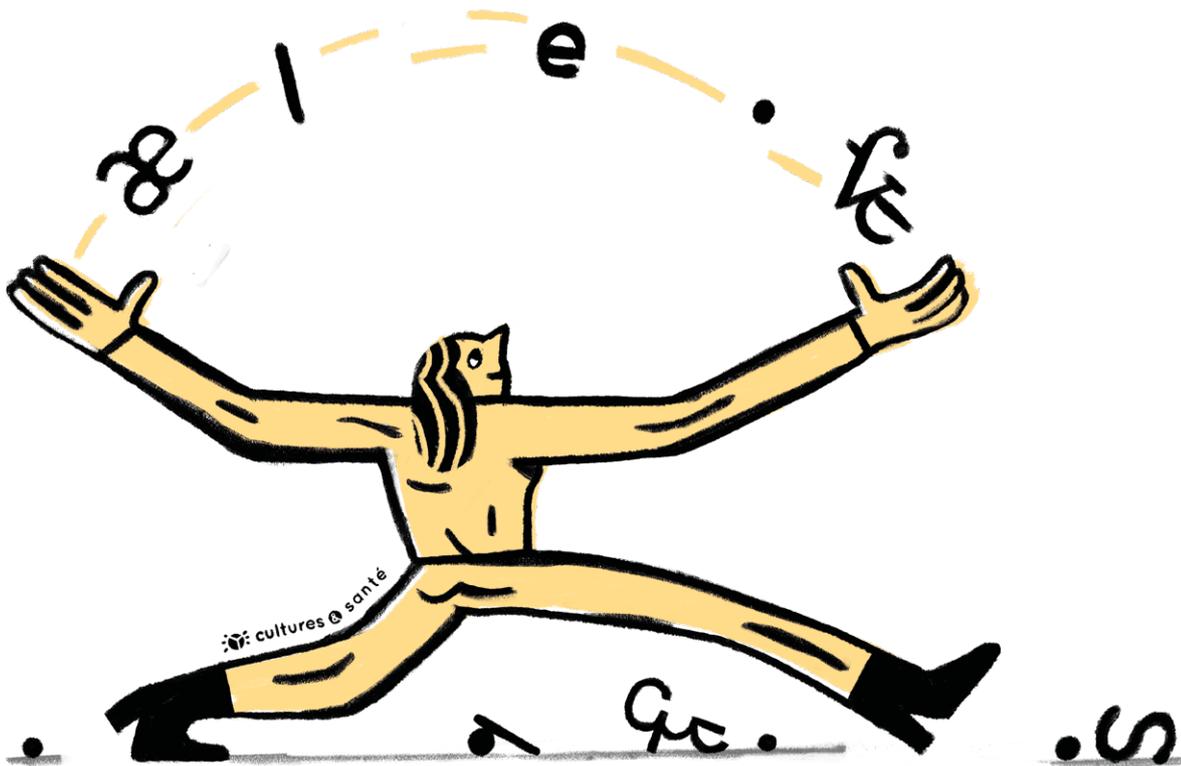


LA COMMUNICATION INCLUSIVE, C'EST BON POUR LA SANTÉ !



En novembre 2020, [Femmes&Santé](#) asbl s'est associée à Laurence Rosier¹ et à [Cultures&Santé](#) pour proposer un atelier sur l'écriture inclusive et la littératie en santé. Celui-ci a suscité un vif intérêt et a semblé répondre à certains questionnements présents dans le secteur associatif : est-ce possible de communiquer de manière inclusive tout en restant accessible à un public maîtrisant difficilement la langue écrite, voire la langue française ? Comment s'y prendre ?

Il nous semblait important de diffuser les éléments de réflexion ayant émergé lors de cet atelier et de partager le point de vue de deux associations de promotion de la santé sur ce sujet. Ce document se présente comme une entrée en matière sur cette question, un premier état des lieux avec quelques propositions d'action et des ressources pour aller

plus loin. Les débats autour du langage inclusif se poursuivent et les pratiques évoluent, ce document ne propose donc pas une réponse univoque et figée.

D'ailleurs, au moment d'écrire ces lignes, un article paru dans *Le Soir*, informait sur un nouveau décret qui pourrait imposer dès le mois de janvier 2022 l'inclusivité dans les communications écrites et orales officielles. L'objectif étant de combiner l'efficacité de la communication (lisibilité, compréhension...) et les exigences en matière d'inclusion des genres, afin de lutter contre les stéréotypes qui reproduisent encore des inégalités².

¹ Laurence Rosier est professeure de linguistique, d'analyse du discours et de didactique du français à l'ULB. Une partie de son travail porte sur les représentations, les clichés linguistiques et l'imaginaire de la langue française.

² Lallemand Alain, *Un décret pour écrire de façon inclusive sans être illisible*, in *Le Soir*, 28 septembre 2021.

QUI SOMMES-NOUS ?

Femmes&Santé asbl soutient une approche féministe de promotion de la santé. Elle coordonne le réseau « Femmes, genre et promotion de la santé » à Bruxelles. Elle soutient l'intégration du genre dans les recherches, les actions et les politiques de santé.

Cultures&Santé est une asbl de promotion de la santé qui vise la réduction des inégalités sociales de santé. Son champ d'expertise inclut notamment la littératie en santé qui désigne l'ensemble des capacités qu'une personne doit déployer pour accéder aux informations pour la santé, les comprendre, les évaluer et les appliquer de manière à maintenir et promouvoir sa santé.

À QUI S'ADRESSE CE DOCUMENT ?

Ce document s'adresse à toute personne qui communique vers un public maîtrisant difficilement l'écrit ou le français et qui souhaite allier inclusivité et accessibilité dans ses communications.

QUE TROUVEREZ-VOUS DANS CE DOCUMENT ?

Ce document propose :

- d'élargir la définition de la communication inclusive, en revenant notamment aux origines du concept d'inclusion ;
- de montrer que son usage et sa généralisation sont producteurs de santé ;
- des trucs et astuces pour améliorer l'accessibilité et l'inclusivité de la communication.

Nous ne nous étendrons pas, dans ce document, sur les arguments en faveur ou en défaveur du langage inclusif qui agitent fréquemment le débat public.

Nous vous conseillons à ce sujet le livre d'Eliane Viennot *Le langage inclusif : pourquoi, comment* dans lequel l'autrice expose les bonnes raisons de débarrasser la langue des normes et des règles masculinistes pour dire et écrire un monde où chacun·e aurait sa place, à égalité.

Qu'est-ce que la communication inclusive ?	3
Communication inclusive et accessible : un levier pour la santé !	4
Comment faire pour communiquer de manière inclusive et accessible ?	6
Reconnaître que nous sommes porteurs et porteuses de normes et de stéréotypes qui transparaissent dans nos communications orales et écrites	6
Articuler le spécifique et le transversal	7
Écouter et questionner les personnes concernées	7
Recourir au langage clair dans ses communications écrites	8
Diversifier les techniques de l'écriture inclusive	8
Conclusion	9
Des ressources pour aller plus loin	10

QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION INCLUSIVE ?

De notre point de vue et si on se réfère à la compréhension historique du terme « inclusion » (voir encadré), **la communication inclusive vise à assurer la représentation d'une diversité de publics minorisés souvent peu pris en compte** : les femmes mais aussi les personnes racisées, non binaires, LGBTQIA+³ et porteuses de handicap.

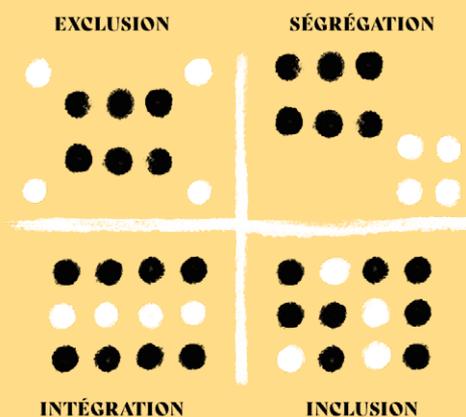
Pourtant aujourd'hui encore, lorsqu'on parle de « communication inclusive », on entend « une communication qui s'adresse aussi bien aux femmes qu'aux hommes ». De plus, les débats dans les pays francophones sont focalisés sur l'écriture inclusive. Celle-ci consiste à proposer des stratégies pour dépasser la règle bien connue et apprise dès l'enfance : « le masculin l'emporte sur le féminin ». Aussi, si vous travaillez avec un public qui a peu ou pas accès à la lecture et l'écriture, vous pourriez penser que la communication inclusive n'est pas adaptée à celui-ci.

« Le point médian⁴, tout ça... Je trouve que c'est un débat de personnes privilégiées... C'est illisible. Et en plus, cela complique la lecture pour plein de personnes ! » (Une animatrice socio-culturelle)

Nous sommes convaincues que l'inclusion dans la communication ne passe pas que par l'écriture. **La communication orale** doit également être inclusive : par exemple via les expressions utilisées, les exemples choisis pour parler d'un sujet, les supports audios diffusés... **La communication visuelle** également : par exemple les dessins, les pictogrammes, les images et les vidéos utilisés pour soutenir notre discours.

Petit encart historique :

L'inclusion permet de penser et de promouvoir une société qui accueille la pluralité des existences. L'inclusion est le contraire de l'assimilation qui impose l'abandon d'une partie des identités pour s'adapter à une société uniforme. Le terme inclusion a été revendiqué et utilisé pour la première fois par les personnes en situation de handicap pour remplacer celui d'intégration⁵. L'inclusion renvoie à l'idée d'une participation des personnes, alors que l'intégration désigne une adaptation. L'usage de ce terme s'est ensuite étendu à la lutte contre le sexisme, l'hétérosexisme et aux mouvements LGBTQIA+. L'inclusion vient de l'interculturalisme : chacun·e vient avec sa part culturelle, que nous n'avons pas à mettre de côté.



³ Acronyme pour désigner les personnes lesbiennes, gays, bisexuelles, transgenres, queers, intersexes, asexuelles et plus.

⁴ Le point médian, aussi appelé point du milieu, est une ponctuation utilisée pour séparer des mots ou des parties de mot. En écriture inclusive, il permet d'insérer les formes féminine, masculine et pluriel d'un même terme. Ainsi, l'expression « les salariés et les salariées » s'écrit alors de façon raccourcie « les salarié·e·s » ou avec un seul point par mot, « les salarié·es ».

⁵ Propos tirés de l'atelier sur l'écriture inclusive animé par Laurence Rosier et organisé par Femmes&Santé le 12 novembre 2019.

Au travers de ce document, nous souhaitons déconstruire l'idée qu'une communication inclusive serait forcément inaccessible à certains publics. Certes, certaines stratégies d'écriture inclusive ne conviennent pas aux personnes dys⁶, non-francophones ou encore porteuses d'un handicap⁷. Néanmoins, **la non-accessibilité habituelle de nombreux documents** (courriers des mutuelles, des directions de l'école, de la commune, des administrations...) **est en soi excluante**. Les rendre compréhensibles et lisibles n'est-il pas déjà une manière d'inclure le plus grand nombre ?

Lorsque l'on utilise l'argument du manque d'accessibilité pour certains publics sans les avoir consultés, on risque de les instrumentaliser. De manière générale, gardons à l'esprit que **les personnes pour qui l'écriture et la lecture sont des défis sont rarement consultées ; elles ne forment d'ailleurs pas un groupe homogène**.

⁶ Sous le terme «troubles Dys», on regroupe tous les troubles cognitifs spécifiques et les troubles des apprentissages qu'ils induisent

⁷ [Une « écriture excluante » qui « s'impose par la propagande » : 32 linguistes listent les défauts de l'écriture inclusive.](#)
Marianne – Tribune collective.

COMMUNICATION INCLUSIVE ET ACCESSIBLE : UN LEVIER POUR LA SANTÉ !

1

La première motivation à rendre sa communication inclusive se situe dans l'attention qu'elle nous amène à porter à **son accessibilité au plus grand nombre**, y compris aux personnes ayant des difficultés avec le français ou la langue écrite. Rendre l'information compréhensible et lisible est un exercice auquel nous sommes peu habitués (voir plus bas) et qui pourtant s'avère nécessaire surtout lorsque les sujets abordés sont liés à la santé ou à ses déterminants.

Par exemple, pensons au courrier invitant les femmes de 50 ans et plus à une mammographie remboursée. Si celui-ci est rédigé de manière claire et qu'il est illustré, cela va permettre à un plus grand nombre de personnes de comprendre les enjeux liés à ce dépistage et à entreprendre les démarches pour se faire dépister. Cela permet de réduire les inégalités sociales de santé qui auraient pu être créées par un manque d'information.

2

La deuxième motivation est de **lutter concrètement contre des inégalités et des discriminations véhiculées et renforcées par une communication grand public**. Ainsi, le sexisme⁸, l'hétérosexisme⁹, le racisme¹⁰, le validisme¹¹, l'âgisme¹² sont profondément inscrits dans notre société et transparaissent notamment dans un certain nombre de supports de communication.

⁸ Le sexisme : attitude discriminatoire fondée sur le sexe ou, par extension, sur le genre d'une personne. Le sexisme est lié aux préjugés et au concept de stéréotype et de rôle de genre qui peut inclure la croyance qu'un sexe ou un genre (généralement masculin) serait intrinsèquement supérieur à l'autre (généralement féminin).

⁹ L'hétérosexisme et la binarité de genre : discriminations et préjugés qui privilégient les personnes hétérosexuelles aux dépens des personnes gays, lesbiennes, bisexuelles, pansexuelles, asexuelles et autres orientations sexuelles minoritaires.

¹⁰ Le racisme : idéologie qui - partant du postulat de l'existence de races biologiques au sein de l'espèce humaine - considère que certaines catégories de personnes (en général, les personnes blanches) sont intrinsèquement supérieures à d'autres (les personnes non-blanches). Ces dernières devenant, par cette idéologie, « racisées ».

¹¹ Le validisme : forme de discrimination, de préjugé ou de traitement défavorable contre les personnes vivant avec un handicap.

¹² L'âgisme : discrimination, ségrégation, mépris fondés sur l'âge.



Par exemple, cette publicité¹³ donne une piètre image de la vieillesse. Face à cette image, assortie de ce slogan, on peut se questionner sur l'impact de cette communication auprès des personnes âgées et sur l'influence que cela aura dans la société, en contribuant à représenter cet âge de la vie négativement alors même qu'il concerne de plus en plus de personnes...

Par ailleurs, les systèmes oppressifs (sexisme, racisme, etc.) génèrent des discriminations qui peuvent générer à leur tour des effets néfastes sur la santé.

« Les expériences de discriminations raciales sont susceptibles de provoquer des symptômes similaires à ceux du stress post-traumatique. L'exposition directe (agressions verbales, physiques) ou indirectes à ces expériences négatives a le pouvoir de déclencher un trauma » (Estelle Depris).¹⁴

Une communication inclusive passe donc par **une attention aux stéréotypes véhiculés et aux discriminations vécues pour ne pas renforcer certaines inégalités déjà présentes.**

3

La troisième motivation est de s'engager dans la **représentativité des minorités**, ce qui est à la fois une manière de soutenir l'accessibilité des informations, mais aussi de travailler les représentations sociales et donc la déconstruction des préjugés et la réduction des discriminations.

Par exemple :

- Des affiches promouvant le « safe sex » représentant uniquement des couples hétérosexuels passent à côté des couples gays et lesbiens. Alors que ces couples ont tout autant besoin d'informations sur la prévention des IST et de l'accès au test de dépistage¹⁵.
- Un photolangage® sur l'alimentation représentant uniquement des personnes blanches d'âge moyen va passer à côté d'autres publics qui ne vont pas se reconnaître.

¹³ Exemple tiré de [l'article](#) Les consommateurs seniors, ces mal-aimés de la publicité, The Conservation, 2020.

¹⁴ Estelle Depris, *Trauma Racial : l'impact du racisme sur la santé mentale*, in: BePax, 21 décembre 2020.

¹⁵ Nous savons ainsi que l'invisibilité des besoins des femmes lesbiennes en matière de santé sexuelle et reproductive les amène à être davantage sujettes à certaines IST et pourtant souvent écartées du dépistage par les professionnelles de la santé. Cf. gotogyneco.be

CONCLUSION

La santé passe par une communication inclusive et accessible permettant à chacun et chacune de se sentir concernée et représentée. Elle est un moyen de lutter contre les inégalités sociales de santé en rendant les informations compréhensibles et en luttant contre les stéréotypes et les discriminations véhiculées dans la société.

COMMENT FAIRE POUR COMMUNIQUER DE MANIÈRE INCLUSIVE ET ACCESSIBLE ?

Nous avons rassemblé ici des pistes permettant de tendre vers une communication plus inclusive et plus accessible. Les débats autour de cette question se poursuivent et les pratiques évoluant, cette proposition sera donc amenée à être enrichie par nos et vos expériences futures.

> RECONNAITRE QUE NOUS SOMMES PORTEURS ET PORTEUSES DE NORMES ET DE STÉRÉOTYPES QUI TRANSPARAISSENT DANS NOS COMMUNICATIONS ORALES ET ÉCRITES

En tant qu'individu, nous sommes imprégné·es par des **normes sociales** que l'on véhicule, souvent inconsciemment, dans notre communication.

À cela s'ajoutent des **représentations sociales**, autrement dit des manières de voir et d'interpréter le monde, plus ou moins partagées par un groupe.

Lorsque l'on exerce un rôle de communication, **il convient de se décentrer pour questionner ces normes et ces représentations sociales afin de les déconstruire :**

- *Quel est le public auquel je m'adresse ? Qui le compose ? Quelles sont mes représentations sur ce public ?*
- *Quelles sont mes représentations sur le thème de la communication ? Quel est le regard posé par la société en général ?*
- *Comment représenter le thème ou le public visuellement ? Pourquoi ce choix ?*

En outre, il est important de veiller à ce que ces normes et représentations sociales **ne véhiculent pas des stéréotypes** (qui, comme on l'a vu, peuvent renforcer des inégalités et des discriminations existantes).

Prenons, par exemple, une campagne publicitaire montrant des jeunes racisé·es pour parler du chômage ou des addictions. C'est une communication qui cible une minorité et qui a recours à des raccourcis et à un imaginaire collectif stéréotypé. Cela induit ce que ce groupe est censé être ou faire.

Déconstruire nos représentations nécessite d'écouter les personnes concernées, mais aussi de s'informer à leurs sujets et sur le sujet que l'on souhaite traiter.

Les normes sociales sont un ensemble de règles de conduite, plus ou moins explicites, construites et adoptées par une société. Elles reflètent les valeurs dominantes au sein d'un groupe et représentent la loi du plus grand nombre.

> ARTICULER LE SPÉCIFIQUE ET LE TRANSVERSAL

Un écueil, lorsqu'un public spécifique est « rendu visible », est de le réduire à sa spécificité, et dès lors ne pas penser la représentativité de ces publics de manière transversale.

« Nous avons réalisé un outil¹⁶ composé de 78 cartes illustrant autant de déterminants de santé. Dès le départ, nous avons voulu prendre en compte diverses caractéristiques et situations individuelles. Nous avons donc choisi de représenter le handicap au travers d'une carte l'illustrant. En discutant sur la manière d'être plus inclusif dans nos illustrations, une chercheuse en santé publique nous a fait remarquer que, pour réellement inclure les personnes en situation de handicap, il aurait fallu les représenter sur toutes les cartes et dans diverses situations (au travail, à l'école...) »



Carte illustrant les handicaps



Carte illustrant les métiers et représentant un-e juge en situation de handicap

(Roxane, chargée de projets à Cultures&Santé)

Faire l'économie d'une réflexion sur la communication inclusive, c'est potentiellement invisibiliser voire maintenir des groupes de personnes à une place spécifique dans la société.

Mettre en œuvre l'inclusivité devra parfois se faire en plusieurs étapes, dès lors qu'on a identifié la discrimination vécue, la non-représentativité du public ou la non-accessibilité de la communication :

- Développer des supports spécifiques à destination d'un public ou sur une thématique spécifique, avec l'écueil de maintenir la personne dans un rôle déterminé (exemple : une brochure sur la mobilité mettant en scène des personnes à mobilité réduite).
- Inclure ce public transversalement dans certains supports, avec l'écueil que la thématique pourrait être diluée (exemple : une brochure sur un tout autre sujet mettant en scène des personnes à mobilité réduite).

Le changement des pratiques de communication peut avoir des impacts dans d'autres pratiques (et vice versa). Par exemple, en réalisant davantage de communication à l'égard des femmes dans un service particulièrement utilisé par des hommes, vous pourriez peut-être augmenter la fréquentation des femmes et vous retrouver face à la nécessité d'adapter vos services à de nouvelles demandes. Et vice versa, l'augmentation de la fréquentation des femmes peut amener à devoir développer de nouvelles formes de communication.

> ÉCOUTER ET QUESTIONNER LES PERSONNES CONCERNÉES

En tant qu'animateur·rice ou formateur·rice, pour répondre à la question de l'utilisation de la communication inclusive avec le public, **questionnez-le à ce sujet-là**. Par exemple, à partir de différentes affiches d'invitation à des événements utilisant

¹⁶ Enjeux Santé, Cultures&Santé, 2019.

ou non une communication inclusive, demandez au groupe : *Comprenez-vous ces affiches ? Qu'est-ce qui vous étonne ? À quoi sert le point présent dans les mots ? Vous sentez-vous concerné-es par les images utilisées ?* Ouvrir ce débat pourrait en outre permettre de faire une transition vers un échange sur les différents systèmes discriminatoires mentionnés précédemment lors d'une animation collective.

> RECOURIR AU LANGAGE CLAIR DANS SES COMMUNICATIONS ÉCRITES

L'école nous apprend à écrire de manière littéraire, en recourant à des synonymes, des métaphores ou à des mots compliqués, en construisant de belles et longues phrases. Utiliser le langage clair nécessite un réajustement de ses habitudes. Suivre une petite formation ou effectuer des exercices pratiques peut y contribuer.

Constatez par vous-même ! Copiez un extrait d'un texte écrit par vos soins et collez le dans l'outil en ligne « [Scolarius](#) »¹⁷. Quel score obtenez-vous ? Quel niveau d'étude est requis pour comprendre votre texte ? Cette expérience vous permettra de vous rendre compte qu'écrire pour être compréhensible par le plus grand nombre n'est pas évident.

La méthode « facile à lire et à comprendre » ([FALC](#)) élaborée dans le cadre d'un projet européen propose des règles pour aider les rédacteurs et rédactrices de documents à rendre l'information facile à lire et à comprendre initialement pour les personnes déficientes intellectuelles (mais aussi pour le plus grand nombre).

[La Fiche Lisa 1 éditée par Cultures&Santé](#) rassemble des recommandations pour des écrits lisibles et compréhensibles.

> DIVERSIFIER LES TECHNIQUES DE L'ÉCRITURE INCLUSIVE

Comme énoncé précédemment, le langage inclusif ne se limite pas à l'utilisation du **point médian**. D'autres techniques peuvent être utilisées. Celles-ci vont dépendre du public auquel vous vous adressez, du sujet discuté et du contexte de communication. Nous ne rédigerons pas un compte rendu de réunion interne de la même manière qu'une brochure d'information sur les droits des femmes.

Voici d'autres techniques pour rendre vos communications orales et écrites inclusives :

- Avoir recours à des dénominations neutres en utilisant des expressions ou des noms collectifs : ***la communauté étudiante, l'équipe, le staff, la police, le corps médical, la direction...***
- Utiliser des mots épiciques (des mots neutres, non-genrés) : ***un prénom comme Dominique, les scientifiques, les linguistes, les élèves...***
- Employer le déterminant ou le pronom adéquat : ***le bourgmestre / la bourgmestre ; le médecin / la médecin...***
- Utiliser ou inventer des nouveaux mots : ***« celleux » remplace celles/ceux ; « iel-s » remplace il/elle et ils/elles ; « toustes » remplace tous et toutes, « autaire » pour auteur/autrice, « animateurice » pour animateur et animatrice...***

¹⁷ Cet outil n'est pas parfait, notamment car il se base sur des niveaux d'études mais il a le mérite de faire prendre conscience de la complexité des textes écrits.

- Proposer des abréviations : « **anim.** » pour les **animateurs et animatrices** ; « **interloc.** » pour **interlocuteurs/rices** ; « **étud.** » pour **étudiants et étudiantes**.
- Reformuler pour éviter les mots variables : « **les détenteurs d'une carte AMU** » devient « **Si vous posséder une carte AMU...** ».
- Décliner le mot masculin et le mot féminin (double flexion) : **Bonjour à tous et à toutes ; Chers auditeurs, chères auditrices...**
- Utiliser l'accord de proximité (le dernier mot donne l'accord) : **Les étudiants et les étudiantes sont bienveillantes...**
- Privilégier le féminin à chaque fois que cela s'y prête par exemple quand le sujet est majoritairement féminin (dans un groupe de 9 femmes et 1 homme).
- Inventer ou utiliser une nouvelle typographie.¹⁸

savants!
les a heureuses?
transformée

Et surtout alterner les techniques et varier les usages. Il faut défier les normes et libérer notre créativité en faveur d'une meilleure compréhension et d'une meilleure inclusion !

¹⁸ Gender fluid, typographie inclusive : genderfluid.space

CONCLUSION



A travers ce texte, nous avons souhaité partager le résultat d'une réflexion menée lors d'un atelier organisé en novembre 2020 par deux asbl et une linguiste soucieuses de rendre les communications écrites et orales à la fois inclusives et accessibles. Et ce, dans le but de donner une place à chacun-e dans la communication, de contribuer à réduire les inégalités produites par des systèmes discriminatoires et de favoriser l'accès à toutes aux informations pour la santé.

Comme nous l'avons montré, il est possible de mettre en place beaucoup de choses, à commencer par la consultation des publics concernés par nos communications et la formation des professionnel·les aux techniques du langage clair.

Les débats sur le langage inclusif sont loin d'être finis et les techniques utilisées évoluent encore et se réinventent sans cesse. Restons donc ouvert·es et à l'affût, laissons-nous surprendre, faisons-nous confiance...

DES RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

Haddad Raphaël,

Manuel d'écriture inclusive,
2016

[www.univ-tlse3.fr/medias/fichier/manuel-decri-
ture_1482308453426-pdf](http://www.univ-tlse3.fr/medias/fichier/manuel-decri-
ture_1482308453426-pdf)

Le Floch Marina,

Pour une communication non genrée,
article de blog,
2021

[www.lebruitdesimages.com/pour-une-communica-
tion-non-genree](http://www.lebruitdesimages.com/pour-une-communica-
tion-non-genree)

Lessard Michaël et Zaccour Suzanne,

*Manuel de grammaire non sexiste :
Le masculin ne l'emporte plus !,*
2018

Moynat Julie,

*Écriture inclusive au point médian et accessibilité :
avançons vers des solutions,*
article de blog,
2019

lelutinduweb.fr/ecriture-inclusive-accessibilite-solutions

Vervier Anne,

*L'écriture inclusive est-elle compatible avec
un texte clair et convivial ? Propositions pédagogiques
pour la rédaction professionnelle,*
article de blog,
2018

[droitsquotidiens.be/fr/system/files/vervier_ecriture_incl_et_
lisibilite-aprbr_2018.09.01_article.pdf](http://droitsquotidiens.be/fr/system/files/vervier_ecriture_incl_et_
lisibilite-aprbr_2018.09.01_article.pdf)

Rabatel Alain et Laurence Rosier (coord.),

Les défis de l'écriture inclusive, Le discours et la langue,
Revue de linguistique française, tome 11.1,
Louvain-la-Neuve, EME éditions, 2019, 187 p.

