

# Langage accessible pour les communications externes



Rendez votre message accessible pour votre public cible et faites en sorte qu'il soit compris par toutes les personnes composant ce public

**Le temps est venu de faire passer votre message pour que tout le monde le comprenne! Suivez ces lignes directrices pour que votre message atteigne tout le monde. « Un langage accessible » est un langage que tout le monde comprend!**

Pour commencer, rappelez-vous que « **tout le monde** » inclut les gens possédant des niveaux d'alphabétisation et de scolarisation différents et des gens pour qui la langue que vous utilisez n'est pas leur langue maternelle, soit celle qu'ils connaissent le mieux.

**Donc, lorsque vous créez votre message :**

**1. Assurez-vous que vos idées sont claires :** mettez les points clés en caractères gras, utilisez des titres avec une police de caractère simple et grande, insérez des blancs pour réduire l'encombrement et la confusion.

**2. Utilisez un visuel simple** (photos, illustrations, symboles, graphiques) **avec des mots pertinents** qui leur donne davantage de sens et de signification.

**3. Choisissez un visuel qui saura toucher votre public cible ou un large éventail de la société.** Utilisez le filtre d'image de diversité culturelle et d'inclusion d'Olympiques spéciaux Canada.

**4. Choisissez des mots qui n'ont qu'un seul sens lequel est clair** (ex. : utilisez « liste de bénévoles » et non pas « bassin » ou « banque de bénévoles »).

**5. Faites des phrases courtes et simples** (par opposition à « Rédigez des phrases brèves et simples en évitant les structures de phrase complexes et les mots multisyllabiques. » Une personne avec un niveau de compréhension de lecture de troisième année peut comprendre la première phrase en caractères gras de ce paragraphe. La deuxième phrase plus complexe entre guillemets qui transmet un message similaire nécessite que la personne possède un niveau de compréhension de lecture supérieur à la douzième année). **Vous pouvez voir à quel niveau correspond votre texte (indice du niveau de langue Flesch-Kincaid) en vérifiant l'« indice de lisibilité » dans Word ou sur [www.readabilityformulas.com](http://www.readabilityformulas.com). Plus le niveau de votre texte est bas, plus nombreux seront les gens qui vont pouvoir comprendre votre message.**

**6. Pensez à vos locuteurs de langue seconde et traduisez** vos écrits dans la langue maternelle de votre public cible (le simple fait de traduire le titre est déjà mieux que de ne rien traduire du tout si les coûts de la traduction sont trop élevés).

**7. Faites vérifier vos écrits par une personne de votre public ou de votre groupe culturel cible.** Afin d'être bien informé sur le plan culturel, demandez-lui d'examiner vos mots, vos symboles, vos couleurs et vos termes.

**8. Faites vérifier votre présentation orale par une personne de votre public ou de votre groupe culturel cible et recrutez un interprète parlant la langue de la majorité lors d'événements.** Favoriser la possibilité d'utiliser les interprètes bénévoles et/ou les services gratuits, tout en assurant la confidentialité.

**9. Diffusez le message!** Utilisez des copies papier, de la promotion en personne, des appels téléphoniques, de même que des options en ligne et des courriels pour communiquer avec votre public. Ce ne sont pas tous les gens qui ont accès à un ordinateur ou qui savent comment s'en servir.

Pour plus d'information, veuillez consulter le document source « *Inclusive and Accessible Language Guidelines* » en communiquant avec [info@specialolympics.ca](mailto:info@specialolympics.ca)

