

Guide pour une communication inclusive

CONTEXTE

L'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime (ONUDC) a conscience que le langage a un rôle important à jouer dans la lutte contre les préjugés liés au genre et il encourage le recours à un langage et à une stratégie de communication inclusifs dans toutes les situations. En tant qu'organisme des Nations Unies, l'Office se doit de produire des supports de communication qui soient inclusifs, respectueux de la diversité et équilibrés. C'est à ce prix que l'ONU s'imposera comme chef de file dans la conversation mondiale sur l'égalité des genres et qu'elle répondra aux besoins des femmes et des hommes sur un pied d'égalité, en prenant en compte certains facteurs¹ et les différentes manières d'exprimer le genre des personnes.

- **OBJECTIF** : Représenter de manière équilibrée et inclusive les femmes et les hommes sur les supports de communication, tant en termes de quantité que de qualité, en prenant en compte certains facteurs et les différentes manières d'exprimer le genre des personnes.
- **DÉFINITION** : L'expression « langage et communication inclusifs » renvoie aux éléments linguistiques et visuels qui représentent les femmes et les hommes sur un pied d'égalité en prenant en compte certains facteurs et les différentes manières d'exprimer le genre des personnes, et qui ne véhiculent pas de stéréotypes liés au genre : on évitera donc d'employer des mots ou des images susceptibles d'être compris comme renvoyant à une forme de préjugé, de discrimination, voire de dévalorisation en mettant en avant un sexe ou un genre social plutôt qu'un autre.
- **RAISON** : Une communication tenant compte des questions de genre et employant un langage inclusif va au-delà du « politiquement correct ». Les mots et les images sont la transposition d'attitudes, de comportements et d'idées et ils les influencent. Ils façonnent la perception de la réalité. Une communication inclusive peut aider à lutter contre les stéréotypes liés au genre, encourager le changement social et contribuer à la réalisation de l'égalité des genres et du Programme de développement durable à l'horizon 2030.

COMMENT METTRE LES ORIENTATIONS EN PRATIQUE

I. LANGAGE

Dans de nombreuses langues, on continue d'utiliser le masculin dit « générique » à l'écrit comme à l'oral – c'est-à-dire qu'au pluriel, on emploie par défaut le masculin, même pour désigner un groupe composé d'un seul homme et de plusieurs femmes. En faisant cela, les femmes tendent à être invisibilisées, et plus particulièrement lorsqu'elles occupent une place qui ne s'inscrit pas dans les stéréotypes habituels (femmes médecins, juges ou agents de police, par exemple). Pourtant, on peut trouver dans toutes les langues des solutions et la souplesse nécessaire pour s'exprimer de manière inclusive. Employer un langage inclusif requiert avant tout la volonté de changer ses habitudes, et il est possible d'y arriver en appliquant quelques pratiques de référence, telles que celles présentées ci-après :

¹ Âge, nationalité et statut social, par exemple.

1. Éviter d'employer un langage reflétant un parti pris lié au genre

a) Employer des termes épicènes

Plutôt que	Préférer
Les hommes	L'humanité, le genre humain, les êtres humains
Produit par l'homme	Produit par l'activité humaine, artificiel
Les hommes politiques	La classe politique, les personnalités politiques
Les électeurs	L'électorat, le corps électoral
Le président ou la présidente	La présidence

b) Éviter d'employer des expressions qui trahissent un préjugé lié au genre ou des expressions qui renforcent les stéréotypes, aussi bien négatifs qu'anodins.

Le beau sexe

Le sexe faible/le sexe fort

Elle lance/court/se bat comme une fille.

De manière virile

Oh, ça, c'est un travail de femme.

Les hommes ne peuvent pas comprendre.

c) Lorsque l'on fait référence à une femme et à un homme, il convient de le faire exactement de la même manière : si l'on utilise le prénom, le nom de famille, le titre de civilité ou la profession de l'un(e), il faut en faire autant pour l'autre.

Plutôt que	Préférer
M. Samir Karim et son épouse	M ^{me} Najwa Karim et M. Samir Karim
Le professeur Karim (titre et nom pour un homme) et Hamida (prénom pour une femme) participeront au déjeuner.	Le professeur Karim et la journaliste Abdullah participeront au déjeuner (nom et titre pour les deux).

2. Rendre le genre visible lorsque le contexte s'y prête

a) Employer des doublets, c'est-à-dire employer la forme féminine et la forme masculine pour que les deux genres soient visibles.

Un langage non genré peut parfois « cacher » les femmes et renforcer les stéréotypes. Par exemple, même si le terme « soldats » est employé de manière épicène, rien n'indique qu'il peut également désigner des femmes. Dans un tel cas, il convient d'employer les expressions « femmes soldats » et « hommes soldats ».

Plutôt que	Préférer
Tous les soldats ont répondu non à la question 5 de l'enquête sur l'inclusivité.	Tous les soldats, femmes et hommes, ont répondu non à la question 5 de l'enquête sur l'inclusivité.
Les fonctionnaires sont invités à consulter le service des ressources humaines.	Le ou la fonctionnaire est invité(e) à consulter le service des ressources humaines.
Les candidats doivent envoyer leur dossier avant le 15 du mois.	Les candidates et les candidats doivent envoyer leur dossier avant le 15 du mois.
Les hommes d'affaires	Les femmes et hommes d'affaires

3. Ne pas rendre visible le genre si le contexte s’y prête

a) Privilégier l’emploi de noms collectifs ou abstraits, ou la formule « personne(s) + adjectif ».

Plutôt que	Préférer
Il faut rendre hommage à ceux qui ont perdu la vie.	Il faut rendre hommage aux victimes.
Les sauveteurs	Les secours
Les sinistrés	Les personnes sinistrées

b) Éviter les mots genrés et leur préférer des ellipses ou des constructions impersonnelles, la nominalisation, l’infinitif ou la voix active.

Plutôt que	Préférer
Il incombe à l’employé de signaler tout changement relatif à la situation d’une personne à charge.	Tout changement relatif à la situation d’une personne à charge doit être signalé.
C’est la raison pour laquelle ils sont là.	C’est la raison de leur présence.
Qui peut être candidat ?	Qui peut postuler ?
Vous êtes priés de...	Nous vous prions de...

Liste récapitulative pour communiquer en langage inclusif

- Un terme masculin, comme « le président » ou « le directeur » est-il utilisé pour désigner potentiellement une femme ? Le cas échéant, privilégiez, par exemple, un nom collectif ou abstrait, comme « la présidence » ou « la direction ».
- Est-il vraiment nécessaire de préciser le genre d’une personne ? Si vous parlez, par exemple, d’une « femme architecte », est-il également question d’un « homme architecte » ?
- Retrouve-t-on des stéréotypes liés aux professions ? Évitez d’utiliser systématiquement le même genre pour désigner certaines professions – par exemple, des sages-femmes ou des chercheurs. Essayez au contraire d’aller à l’encontre des stéréotypes en parlant également de maïeuticiens et de chercheuses.
- Employez l’une des stratégies recommandées ci-dessus pour éviter les expressions genrées.

II. ILLUSTRATIONS

La communication est essentielle car elle appelle l’attention sur certaines questions et stimule le changement au niveau local tout en encourageant la transparence et le respect du principe de responsabilité au niveau mondial. Les images, les dessins ainsi que les supports audio et vidéo sont des outils de communication puissants qui peuvent influencer sur la manière de percevoir les choses et sur les comportements, et même conduire à une transformation de la société. Ils jouent un rôle fondamental dans la manière de percevoir le monde, y compris la façon de penser et d’agir. Les partenaires, parties prenantes et bénéficiaires de l’ONUDC sont aussi bien des femmes que des hommes et il est important de les voir, de les entendre et de les traiter sur un pied d’égalité, en prenant en compte certains facteurs et les différentes manières d’exprimer le genre des personnes.

Lorsque vous devez choisir des illustrations pour des ouvrages ou des publications destinées aux médias sociaux, par exemple, posez-vous les questions suivantes :

1. Est-ce que les femmes et les hommes sont visibles et mis en avant sur un pied d'égalité ?



Montrez aussi bien des expertes que des experts, des oratrices que des orateurs, etc.

Engagement en faveur de la parité femmes-hommes dans les panels : la couverture et la communication relatives aux manifestations, par exemple sur un site Web ou sur les médias sociaux, seront toujours illustrées d'images montrant des femmes et des hommes. Les manifestations où il n'y a que des hommes ne seront pas mises en avant.



2. Les images sont-elles inclusives et reflètent-elles la diversité (en termes de capacités différentes, d'âge, de religion, etc.) ?



3. Les femmes sont-elles valorisées ou les images renforcent-elles certains stéréotypes ?

Images renvoyant à des stéréotypes :



Images allant à l'encontre des stéréotypes :



Montrez des femmes et des hommes dans des situations allant à l'encontre des stéréotypes : par exemple, des femmes travaillant dans un domaine scientifique ou engagées dans l'armée, ou bien des hommes s'occupant d'enfants ou effectuant des tâches ménagères.



III. POUR ALLER PLUS LOIN

Parité des sexes

- Stratégie sur la parité des sexes applicable à l'ensemble du système des Nations Unies [ICI](#)
- *Gender-Responsive Assemblies: An Agenda for Concrete Action* (en anglais) [ICI](#)
- Recommandations supplémentaires complétant les lignes directrices pour la création d'un environnement porteur (en anglais) [ICI](#)

Langage inclusif

- Orientations de l'Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (ONU-Femmes) pour une rédaction inclusive [ICI](#)
- Pour l'égalité des sexes dans le langage (UNESCO) [ICI](#)
- Orientations pour un langage inclusif [ANGLAIS](#) [ARABE](#) [CHINOIS](#) [ESPAGNOL](#) [FRANÇAIS](#) [RUSSE](#)