

Communication visuelle inclusive

edi
Équité
Diversité
Inclusion

Astuces pour des communications visuelles plus inclusives et représentatives de la diversité (publicité, photos promotionnelles, affiches, etc.)

1 Faire les bons choix pour promouvoir l'inclusion

- Choisir des images valorisant la diversité de la communauté universitaire et du public visé par le message.
- Privilégier des illustrations authentiques et réalistes, si possible provenant de votre milieu.
- Porter attention au contexte dans lequel les personnes issues de la diversité apparaissent : éviter de les reléguer à un rôle de second plan et de perpétuer des stéréotypes.



Privilégier l'utilisation de banques d'images inclusives, comme [The Gender Spectrum Collection](#) et [TONL](#).



2 Évaluer l'image de votre établissement

À partir d'un échantillonnage des productions visuelles d'un établissement, voici quelques questions à se poser afin d'évaluer les images ou les messages qu'elles véhiculent :

- Qui représente généralement le corps professoral ?
 - La communauté étudiante ?
 - Le domaine de la recherche ?
 - L'excellence et l'innovation ?
- Quelles activités/actions exercent ces personnes dans les images et les vidéos ?
- Quelle place occupe chaque personne dans l'image (avant ou arrière-plan, sujet principal ou secondaire, etc.) ?
- Dans quel environnement figurent-elles ?
- Quelles sont les interactions entre les personnes (position d'autorité, collégialité, vulnérabilité, prestation de service, etc.) ?
- Les images véhiculent-elles une conception réductrice de certains groupes sous-représentés ?
- À quelle fréquence les personnes issues de groupes sous-représentés sont-elles visibles ?

[Références de l'Office québécois de la langue française](#)

[Guide de communication inclusive](#)
Version complète

[Fiches aide-mémoire](#)
Disponibles en ligne