

Conseils pour rendre le contenu des médias sociaux accessible pendant une situation d'urgence



Contenu écrit



- Écrivez dans un langage simple.
- N'utilisez pas d'émojis.
- Mettez la majuscule à la première lettre de chaque mot lorsque vous utilisez des mots-clés.

Photos et images



- Incluez des textes alternatifs pour toutes les photos et les images.
- N'utilisez pas de formats d'échange graphique (GIF).
- Choisissez des éléments visuels ou des photos ayant un contraste de couleurs élevé (ratio minimal de 4:1).
- Évitez de superposer du texte sur des photos.



Vidéos

- Utilisez des sous-titres codés et la vidéodescription lorsque vous publiez des vidéos.
- Utilisez des sous-titres visibles lorsque vous publiez des vidéos sur Instagram.
- Dans la mesure du possible, ajoutez un lien vers une version Web accessible de l'information que vous partagez sur les médias sociaux.
- Incluez une interprétation en American Sign Language (ASL) et en Langue des signes québécoise (LSQ).

Conseil – pages d'urgence sur les médias sociaux

Créez des pages d'urgence auxquelles des gens, dont un interprète en langue des signes virtuel, peuvent se joindre pour avoir une conversation en temps réel. Par exemple : sur Facebook Live.

Pour plus d'information, consultez notre guide [Lignes directrices en matière de communication accessible pour les organisations pendant la pandémie de COVID-19 et d'autres urgences](#).