

Charte pour une communication non discriminante

Le rapport entre le langage et la pensée est étroit. Nommer une chose, c'est lui donner une existence tangible dans notre esprit. Ainsi, les mots que nous utilisons influencent notre manière de penser et de percevoir le monde. Ils peuvent ainsi contribuer à véhiculer des stéréotypes, croyance partagée sur des personnes en fonction de leur genre, leur ethnie, etc., au même titre que les illustrations, images ou vidéos.

Le masculin générique qui consiste à utiliser des formes masculines pour désigner des groupes mixtes ou indéterminés a été imposé au cours du 17^{ème} siècle en France¹. Il est censé être neutre mais les recherches menées en psychologie montrent qu'il invisibilise les femmes et induit des représentations mentales biaisées, favorables aux hommes.

En effet, il a été démontré que l'utilisation du masculin générique n'était pas perçue comme neutre. Lorsque les gens lisent des phrases comportant du masculin générique, ils ou elles ont plus de difficultés à imaginer que des femmes puissent être incluses dans le groupe décrit (Gygax et al. 2012 ; Spinelli, Chevrot & Varnet, 2023 ; Xiao, Strickland & Peperkamp, 2023). Cela est implicite et inconscient comme le démontrent, entre autres, Pesciarelli, Scorolli, et Caciari en 2019. Cela a des conséquences sur la façon dont les femmes sont perçues dans des rôles professionnels ou sociaux. Les recherches montrent par exemple que lorsqu'une offre d'emploi porte la marque du féminin, les femmes s'identifient plus au poste, sont plus motivées pour candidater (Bem & Bem, 1973), ressentent moins de sexisme et d'exclusion que lorsque seul le masculin est utilisé (Rosenberger & Claypool, 2023 ; Stout & Dasgupta, 2011). Plus récemment, l'étude de Tibblin et al. (2023) montre qu'une activité sportive décrite verbalement est perçue comme étant plus féminine lorsqu'elle est rédigée dans une forme inclusive de langage. Enfin dans leur ouvrage « *Le cerveau pense-t-il au masculin ?* », Gygax, Zufferey et Gabriel (2021) argumentent que les pays dont la langue est grammaticalement genrée (comme la France) ont un niveau d'égalité sociétal entre les femmes et les hommes plus faible que les autres pays.

¹ Rappelons que c'est en 1647 que l'un des membres de l'académie française, Claude Favre de Vaugelas, a dit que « le genre masculin étant le plus noble, doit prédominer toutes les fois que le masculin et le féminin se trouvent ensemble ». Un siècle plus tard, le professeur (et futur académicien) Nicolas Beauzée justifie la supériorité du masculin en expliquant que « le genre masculin est réputé plus noble que le féminin à cause de la supériorité du mâle sur la femelle ».

Le langage est donc un vecteur puissant à la fois de reproduction des inégalités de genre et de lutte contre celles-ci. Les mots que nous utilisons et la manière dont nous structurons nos discours peuvent refléter des préjugés sexistes, mais ils peuvent aussi être réinventés pour promouvoir l'égalité. Les efforts pour adopter un langage non discriminant visent à réduire ces biais et à mieux refléter la diversité.

Par conséquent, modifier notre façon de communiquer est un moyen concret de faire progresser l'égalité notamment entre les femmes et les hommes. Une communication non discriminante consiste en une communication, qu'elle soit verbale, illustrée ou imagée, qui garantit l'égalité et respecte la diversité. Elle permet ainsi de lutter contre les stéréotypes.

L'université de Reims Champagne-Ardenne (URCA) souhaite promouvoir cette communication non discriminante par une charte. Cette charte propose des recommandations pour la rédaction des documents de l'URCA (tels que les formulaires administratifs, les offres d'emploi, les délibérations, les courriers, les diaporamas, les documents de communication, etc.) ainsi que pour la conception des visuels (comme les affiches, les pictogrammes, le site web, les vidéos, etc.). Ces recommandations, respectueuses des usages des accords grammaticaux actuels, évitent le masculin générique.

Recommandations :

- Supprimer toute expression sexiste telle que « mademoiselle », « nom de jeune-fille », « chef de famille ».
- Accorder les noms de métiers, titres, grades et fonctions selon le sexe de la personne. Exemples : « Madame la directrice » au lieu de « Madame le directeur » ; « Madame la doyenne » au lieu de « Madame le doyen » ; « Madame la professeure » au lieu de « Madame le professeur ».
- Eviter de communiquer par défaut au masculin en utilisant les noms épicènes (termes neutres tels « les personnels », « la direction ») ou en utilisant des doublets (« candidate et candidat »).
- Utiliser l'ordre alphabétique lors d'une énumération de doublets au féminin et au masculin (« la candidate ou le candidat » ; « celles et ceux »).
- Dans le cas de phrases écrites avec le doublet, il est préférable de positionner le terme féminin en premier pour respecter les usages d'accords grammaticaux actuels. Exemple : « les étudiantes et les étudiants seront formés ».
- Eviter les illustrations, images ou vidéos véhiculant des rôles stéréotypés : couleur douce pour les femmes et froide pour les hommes, activités d'exécution pour les femmes et de décision pour les hommes, femme dans une position statique et homme en action.

Références

- Bem, S. L., & Bem, D. J. (1973). Does Sex-biased Job Advertising "Aid and Abet" Sex Discrimination?1. *Journal of Applied Social Psychology*, 3(1), 6-18. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1973.tb01290.x>
- Gygax, P., Gabriel, U., Lévy, A., Pool, E., Grivel, M. & Pedrazzini, E. (2012). The masculine form and its competing interpretations in French: when linking grammatically masculine role names to female referents is difficult, *Journal of cognitive psychology*, 24, 395-408. <https://doi.org/10.1080/20445911.2011.642858>
- Gygax, P., Zufferey, S., & Gabriel, U. (2021). *Le cerveau pense-t-il au masculin ? Cerveau, langage et représentations sexistes*. Le Robert.
- Pesciarelli, F., Scorolli, C., Cacciari, C. (2019). Neural correlates of the implicit processing of grammatical and stereotypical gender violations: A masked and unmasked priming study, *Biological Psychology*, Volume 146. Doi : [10.1016/j.biopsycho.2019.06.002](https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2019.06.002)
- Spinelli, E., Chevrot, J.-P., & Varnet, L. (2023). Neutral is not fair enough: Testing the efficiency of different language gender-fair strategies. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2023.1256779>
- Rosenberger, E. J., & Claypool, H. M. (2023). The impact of gender-exclusive language on women's anticipated ostracism: A preregistered replication of Stout and Dasgupta (2011). *PLOS ONE*, 18(9), e0290709. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0290709>
- Tibblin, J., Weijer, J. van de, Granfeldt, J., & Gygax, P. (2023). There are more women in joggeur·euses than in joggeurs : On the effects of gender-fair forms on perceived gender ratios in French role nouns. *Journal of French Language Studies*, 33(1), 28-51. <https://doi.org/10.1017/S0959269522000217>
- Stout, J. G., & Dasgupta, N. (2011). When *He* Doesn't Mean *You*: Gender-Exclusive Language as Ostracism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(6), 757-769. <https://doi.org/10.1177/0146167211406434>
- Xiao, H., Strickland, B. & Peperkamp, S. (2023). "How Fair is Gender-Fair Language? Insights from Gender Ratio Estimations in French", *Journal of Language and Social Psychology*, 42(1), 82-106. <https://doi.org/10.1177/0261927X221084643>