

Fédération allemande des aveugles et malvoyants (Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband e.V.)

Remarque pour la version française : en 2023, la terminologie francophone pour les textes qui décrivent les éléments visuels des images n'est pas encore arrêtée. L'on trouve « texte alternatif », « alternative textuelle », « texte de remplacement » ou « description d'image ». Dans cette fiche pratique, nous utilisons « texte alternatif ».

Décrire les images sur les réseaux sociaux – 4 règles simples

Imagine que tu postes sur les réseaux sociaux le message « Quel fiasco ! » en légende d'une photo. La photo montre une célébrité vêtue d'un pantalon trop serré qui s'est déchiré. Mais cette légende pourrait tout aussi bien commenter la photo d'un joueur de foot qui rate son penalty. Ou la page de couverture d'un projet de loi auquel tu t'opposes. Dès lors, comment une personne aveugle peut-elle se représenter ce qu'il y a sur la photo ? Conclusion :

Si tu publies une photo et que tu ne veux pas exclure les personnes aveugles et malvoyantes, tu dois la décrire.

Cette règle s'applique à chaque photo. Selon un [sondage](#) (en allemand) mené auprès de personnes aveugles et malvoyantes qui utilisent les réseaux sociaux, 69% des personnes interrogées estiment que chaque photo publiée sur Facebook, Twitter ou Instagram devrait comporter une description, y compris les photos « purement décoratives ».

Rédiger un texte alternatif, rien de plus simple !

1. Commencer par le strict nécessaire – dans la première phrase, donner les informations indispensables pour comprendre l'image

(Comment est-ce que je décrirais l'image par téléphone si j'avais peu de temps ?)

2. Ajouter des détails – faire une description plus précise avec des aspects moins importants

(Comment est-ce que je décrirais l'image par téléphone si j'avais peu de temps ?)

3. Veiller à utiliser un langage simple et clair – éviter les mots étrangers

4. S'abstenir de donner son avis sur le contenu

Et une dernière règle très importante : ne pas renoncer à une description par peur de faire faux ! Toute description, quelle qu'elle soit, est utile. Il te suffit de suivre nos quatre règles, et le tour est joué.

Explications

1. Commencer par le strict nécessaire – dans la première phrase, résumer les informations indispensables pour comprendre l'image

Explication : pour reprendre l'exemple ci-dessus, tu écrirais :

- « Prénom Nom » dans un pantalon moulant déchiré.
- Le gardien de but « Prénom Nom » arrête le ballon. Face à lui, le joueur « Prénom Nom » qui a exécuté le tir.
- Capture d'écran d'une page internet portant le titre « Projet de loi XY ».

2. Ajouter des détails – faire une description plus précise avec des aspects moins importants

Explication : les avis divergent en ce qui concerne le degré de détail nécessaire. Notre sondage sur les descriptions d'images révèle que chaque détail est potentiellement intéressant pour quelqu'un. Ainsi, 15% des

personnes interrogées jugent par exemple très important de connaître la couleur ou la longueur des cheveux de la personne qui figure sur l'image. Elles seront donc ravies de disposer d'informations à ce sujet.

3. Veiller à utiliser un langage simple et clair – éviter les mots étrangers

Explication : Peu importe le langage que tu utilises dans tes publications : quand tu décris une image, fais-en sorte qu'un maximum de personnes puissent en comprendre le contenu.

4. S'abstenir de donner son avis sur le contenu

Explication : Dans bien des domaines, les personnes aveugles et malvoyantes ont recours aux descriptions, et elles apprécient de pouvoir se faire leur propre opinion sur ce qui est décrit. Par conséquent, efforce-toi de présenter les choses de manière objective.

Et techniquement, comment je fais ?

Sur Facebook et Instagram, la fonction s'appelle « texte alternatif » alors que Twitter - renommé X - utilise le terme « description ». Clique sur le nom de l'application pour accéder aux instructions sur la description d'images : [Twitter](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [Mastodon](#).

Bon à savoir : Sur Twitter, on reconnaît les publications qui contiennent une description d'image à la mention «ALT» en bas à gauche de l'image. Quand on rédige une publication sur une autre plateforme, on peut écrire #TexteAlternatif à la fin du texte pour signaler que la publication comporte un texte alternatif. Cette information n'est pas utile aux personnes aveugles et malvoyantes, elle est donc destinée aux personnes voyantes et vise notamment à sensibiliser à la description d'images.

Quels sont les autres avantages des textes alternatifs ?

- Les textes alternatifs permettent aussi d'optimiser les résultats des moteurs de recherche (donnez des mots-clés, mais ne négligez pas la description d'images, car les mots-clés ne suffisent pas !)
- le texte s'affiche même si l'image ne s'affiche pas (par ex. si votre débit internet est insuffisant, ou si vous utilisez un navigateur en mode texte).

Conseil pour les sites internet : Il est possible d'insérer des images de sorte qu'elles ne soient pas lues par les programmes de lecture d'écran (Screenreader) – ce qui peut être une option pour les images purement décoratives ou récurrentes.

Informations complémentaires sur la [page dédiée de la Fédération allemande des aveugles et des malvoyants](#) (en allemand).

Le sondage sur les descriptions d'images ainsi que la conception des quatre règles ont été possibles grâce au soutien de l'association Aktion Mensch et de la fondation Hildegard-Scherraus.

Ressource pour les francophones – Ajout du Service Culture inclusive de Pro Infirmis

L'association française de référence Valentin Haüy indique comment rendre accessibles les réseaux sociaux, en particulier Twitter (renommé X), Facebook et LinkedIn. Ses recommandations se recoupent avec celles qui sont présentées dans cette fiche pratique : [Réseaux sociaux](#).