

## Age-Inclusive Communication

A resource for developing positive print and online communication products for New Brunswick's older adult population



Whether you are part of a government or social service agency or run a business that supports older adults, this guide can support you in your efforts to communicate clearly and effectively with seniors by providing writing tips for your website, brochures and social media platforms.

According to the 2021 Canadian census, seniors (adults 65 years of age or older) make up 22.8 per cent of New Brunswick's population, and this percentage is expected to rise to 31.3 per cent by 2038. Communicating with older adults presents the same opportunities and challenges as other population segments, and one of the main considerations when communicating with any audience is literacy. In New Brunswick over half of the adult population experiences low literacy skills, and 20 per cent have literacy rates below the national average.

There are techniques you can apply when preparing written communication for seniors to streamline messaging in a dignified and respectful way.

### **Keep it Simple**

The following communication planning tips can be used to inspire increased accessibility when preparing materials for any types of communication with an aging population:

- Use easy-to-read fonts like Lato, Arial, Helvetica or any Sans Serif font and in a size that is easy to read (the recommended font size is anywhere from 12-18, but 13-14 are considered ideal).
- Include an increase/decrease font size option on your website.
- Double space text or use 1.5 spacing.
- Use plain language (short words and short sentences, highlight important information with bullets and use images or diagrams to present ideas and examples).
- Left-justify the body of text.
- Use the active tense. For example, 'The dog chased the squirrel.' vs 'The squirrel was chased by the dog.'
- Avoid using yellow, green/blue, and purple colours in proximity to each other.
- Use high contrast colours. The older eye is less able to see low contrast patterns.
- Avoid using *italics*, all cap LETTERS and underlined text.
- Use patient or client-centered language. For example, instead of 'informal caregiver' use 'family care partner.'
- Transcribe text to audio so that users have the option to listen.
- Ask senior clients for feedback about your written products to see if you've hit the mark in terms of language, style, presentation, and overall effectiveness. Real users are the best judge!
- Aim for a grade 6 readability score. You can check your writing's readability score using Microsoft Word.
- Consider using an age-positive icon from the [Centre for Ageing Better](#). These icons were designed to replace the limited and often stereotypical icons used to depict older adults.
- Reduce the number of drop-down menus.
- Avoid ageist imagery like clasped wrinkly hands or lonely figures sitting on a park bench, which reinforces senior stereotypes of decline, depression, and dependence. Find age-positive imagery using the Centre for Ageing Better 'age-positive image' [library](#).



## Communication respectueuse de tous les âges

Un guide pour favoriser la création de produits de communication imprimés et électroniques accessibles à la population âgée du Nouveau-Brunswick



Que vous fassiez partie d'un organisme gouvernemental ou d'un organisme de services sociaux ou que vous soyez propriétaire d'une entreprise au service des personnes âgées, le présent guide saura appuyer vos efforts visant à communiquer clairement et efficacement avec les personnes âgées. Vous y trouverez des conseils en matière de rédaction pour votre site Web, vos dépliants et vos plateformes de médias sociaux.

Selon le recensement de la population canadienne de 2021, les personnes âgées (adultes âgés de 65 ans et plus) représentent 22,8 % de la population du Nouveau-Brunswick, et ce pourcentage devrait grimper à 31,8 % d'ici 2038. La communication avec les personnes âgées présente les mêmes possibilités et les mêmes difficultés que la communication avec les autres groupes de la population. L'un des principaux points à prendre en considération lorsque l'on communique avec n'importe quel public est la littératie. Au Nouveau-Brunswick, plus de la moitié de la population adulte montre de faibles compétences en littératie et 20 % présentent des taux d'alphabétisation inférieurs à la moyenne nationale.

Il existe plusieurs façons de simplifier la communication écrite destinée aux personnes âgées de sorte à transmettre le message de manière respectueuse et en toute dignité.

## La simplicité avant tout

Les conseils suivants en matière de planification de la communication peuvent être utiles pour améliorer l'accessibilité de tous les types de communication pour la population vieillissante:

- Utilisez des polices de caractère faciles à lire comme Lato, Arial, Helvetica ou toute autre police sans empattement dans une taille lisible (n'importe quelle taille entre 12 et 18 répond aux recommandations, mais les tailles 13 et 14 sont considérées comme idéales).
- Ajoutez sur votre site Web un bouton permettant d'agrandir ou de rapetisser la taille du texte.
- Évitez d'utiliser du jaune, du bleu, du vert et du violet près l'un de l'autre.
- Présentez le texte à double interligne ou à 1.5.
- Utilisez la voix active. Par exemple, dites « Le chien a pourchassé l'écureuil » plutôt que « L'écureuil a été pourchassé par le chien ».
- Utilisez un langage simple (mots courts, phrases courtes, information importante mise en relief à l'aide de puces, images ou diagrammes pour présenter des idées et des exemples).
- Évitez d'écrire en *italique*, en TOUTES MAJUSCULES et en surligné.
- Utilisez un langage axé sur le patient ou le client. Par exemple, au lieu de dire « aidant naturel », dites « partenaire de soins qui fait partie de la famille ».
- Offrez une version audio du texte pour que le public puisse écouter une lecture du texte plutôt que le lire.
- Utilisez des couleurs contrastantes.
- Demandez aux clients âgés leur avis au sujet de votre documentation pour voir si vous faites du bon travail en matière de langage utilisé, de style, de présentation et d'efficacité en général. Ils seront vos meilleurs juges!
- Pensez à utiliser l'une des icônes positives envers l'âge du [Centre for Ageing Better](#) (site en anglais seulement). Ces icônes ont été créées pour remplacer les icônes stéréotypées et limitantes habituellement utilisées pour représenter les personnes âgées.
- Justifiez le texte à la gauche.
- Évitez d'utiliser des images stéréotypées comme celles montrant des mains ridées ou une personne assise seule sur un banc de parc, car leur utilisation constitue une forme d'âgisme et ne fait que renforcer les stéréotypes de déclin, de dépression et de perte d'autonomie associés aux personnes âgées. Parcourez la [bibliothèque](#) d'images positives envers l'âge du Centre for Ageing Better.
- Réduisez le nombre de menus déroulants
- Pour que votre documentation soit la plus compréhensible possible, tâchez de la rédiger à un niveau de lecture de 6<sup>e</sup> année. Vous pouvez vérifier la lisibilité de vos écrits à l'aide de Microsoft Word

