



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

défense et usage

Question écrite n° 15032

Texte de la question

Mme Sylvie Andrieux attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur les pratiques de plus en plus fréquentes utilisées par les publicitaires, consistant à émettre des messages sous forme phonétique et négligeant de ce fait tout respect de l'orthographe. Lorsque l'on sait le poids des messages audiovisuels sur les enfants et que l'on sait qu'aujourd'hui 80 000 enfants intègrent la classe de 6e en ne sachant ni lire ni écrire (rapport du haut comité de la santé), l'on peut s'inquiéter des conséquences de telles pratiques sur l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. Elle lui demande donc quelles mesures le ministère envisage pour préserver la pratique de la langue française dans les messages publicitaires.

Texte de la réponse

Le rôle des médias, en particulier à la télévision, est essentiel pour la diffusion de la langue française, puisqu'ils complètent ou concurrencent souvent les structures éducatives, notamment auprès des jeunes et des personnes les plus défavorisées. C'est pourquoi la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française prévoit l'emploi obligatoire du français ou de traductions en français dans tous les messages publicitaires et émissions des services de radio et de télévision, à l'exception des oeuvres cinématographiques et audiovisuelles en version originale, des programmes conçus pour être diffusés en langue étrangère, de ceux dont la finalité est l'apprentissage d'une langue, et des retransmissions de cérémonies culturelles. Elle a, en outre, modifié les obligations inscrites dans la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication afin de renforcer les obligations incombant aux chaînes de radio et de télévision en matière de langue française et de francophonie. Le contrôle de l'application de ces dispositions comme de celles de l'ensemble des textes qui régissent l'audiovisuel est confié au conseil supérieur de l'audiovisuel qui n'a constaté, pour l'année 96-97 aucune infraction à l'obligation d'emploi du français inscrite dans la loi du 4 août, que ce soit dans les messages publicitaires ou dans les programmes. Conformément aux missions du CSA et au cahier des charges des sociétés nationale de programme, la qualité de la langue bénéficie également d'une attention particulière. Ainsi, l'observation linguistique des programmes est effectuée par le CSA qui dispose à cette fin d'une chargée mission, d'un réseau interne de collaborateurs sensibilisés à la défense de notre langue et, selon les mois, de trois à sept observateurs bénévoles, membres de l'association Défense de la langue française. Les relevés linguistiques sont complétés par les nombreux courriers de téléspectateurs et d'auditeurs qui saisissent le conseil. Chaque année, le résultat des observations linguistiques est mentionné dans les bilans que dresse le CSA concernant le respect des obligations imposées aux diffuseurs. Les remarques portent sur les fautes les plus fréquemment relevées à l'antenne, sur la qualité de la langue, notamment dans les programmes pour la jeunesse et dans les sous-titres et inscriptions. En 1997, le CSA et le conseil supérieur de la langue française ont créé un groupe de travail qui examine la possibilité de mettre en place un dispositif de conseil linguistique qui pourrait comprendre des linguistes, des grammairiens, des membres de l'Académie française et des professionnels des médias audiovisuels et de la presse écrite. Pour leur part, certaines chaînes, et notamment TF 1, France 2 et France 3 ainsi que RFI ont désigné un conseiller chargé de la langue française. En ce qui concerne plus précisément les messages publicitaires, le Bureau de vérification de la publicité effectue un

important travail de conseil auprès des annonceurs, agences ou supports concernés par la législation sur la protection des consommateurs. Ainsi, il formule systématiquement des avis, à la demande des régies de télévision, sur tous messages publicitaires avant diffusion. En ce qui concerne les avis définitifs donnés sur films télévisés avant diffusion sur les chaînes hertziennes, le BVP s'est prononcé, pour l'année 1997, sur 9 917 messages dont 552 ont fait l'objet d'une demande de modification. 16 % de ces demandes ont été motivées par la nécessité d'assurer le respect des dispositions de l'article 12 de la loi du 4 août 1994, notamment dans le secteur des disques et des voitures de tourisme. Le département télévision du BVP intervient en cas d'absence de traduction ou de traduction non conforme à la loi, mais aussi pour des fautes d'orthographe, des fautes de français ainsi que certaines abréviations.

Données clés

Auteur : [Mme Sylvie Andrieux](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (7^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 15032

Rubrique : Langue française

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 1er juin 1998, page 2929

Réponse publiée le : 28 septembre 1998, page 5293