

EXERCICE 1.

Voici à présent les solutions.

- | | |
|---|---|
| 1. Publicité Bouygues | où se trouve |
| 2. Affiche du film <i>Bienvenue chez les Ch'tis</i> | si vous avez aimé |
| 3. Ballon publicitaire | Bon anniversaire |
| 4. Film Agora | l'empire romain vacille |
| 5. Panneau aire de jeux | Interdite aux chiens |
| 6. Publicité Aqualand | Cet été Equipe -toi |
| 7. Publicité Auchan | les fêtes comme vous ne les aviez jamais vues |
| 8. Consigne Sita | positionner les bennes le plus près possible |
| 9. Annonce de soldes | Soldes privés (masculin pluriel) |
| 10. Publicité Direct 8 | (ils)... vous donnent rendez-vous |
| 11. Calculatrice Casio | la remise de 3 euros est incluse |
| 12. Publicité Ford | Venez les essayer |
| 13. Super U | les livres ne sont ni échangés ni remboursés |
| 14. Tag urbain | individu dangereux...réveille -toi |
| 15. Journal télévisé Pujadas | les hivers les plus froids |
| 16. Publicité Leclerc | nous serons toujours les moins chers |
| 17. Affiche journal Le Parisien | le PSG défie Lyon |
| 18. Banderole de manifestation | les retraités veulent être entendus |
| 19. Information Nappe | Nappe anti- taches |
| 20. Panneau publicitaire See and See | Ici l'on se croise 14 000 fois chaque jour |
| 21. Panneau enseigne magasin | Les mille et une coiffures |
| 22. DVD film <i>Moi moche et méchant</i> | avec la voix de Gad Elmaleh |
| 23. Panneau commerce Paillasson | au feu à gauche |
| 24. Consigne jeu vidéo | La connexion a été perdue |
| 25. Calicot sur enseigne magasin | Sacrifice total ou liquidation totale |
| 26. Annonce | tous les lundis en nocturne |
| 27. Panneau d'annonce électronique | la limitation de vitesse... liée ... entraîne des retards |
| 28. Tatouage sur bras | Fuck the system |
| 29. Publicité Relay | sur toutes les lignes |
| 30. Une du journal <i>Libération</i> | 30 % n'excluraient pas de voter Le Pen |
| 31. Panneau indication routière | réservé au transport de fonds |
| 32. Flyer avec slogan pour Fast Food | La pause maligne |

Quels enseignements tirer des exemples ci-dessus ?

Tout d'abord, on peut constater que personne n'est à l'abri de ces erreurs tant les exemples sont issus de multiples sources :

- parfois d'individus qui veulent s'exprimer à titre privé ;
- parfois d'institutions publiques : municipalités, écoles... ;
- parfois d'enseignes commerciales diverses ;
- parfois des médias, qu'ils soient « papier » ou numériques, issus de la presse ou de l'audiovisuel.

Ensuite, on peut observer qu'ils portent sur des erreurs de nature différente :

- invention de mots qui n'existent pas en français ;
- changement de sens par transformation d'un mot en un autre ;
- accords fautifs de verbes, noms ou adjectifs ;
- erreurs d'orthographe à l'intérieur des mots ;
- erreurs de majuscules, d'accents ou de ponctuation.

Dans tous les cas, il serait abusif de conclure que l'on ne comprend pas le message. Celui-ci reste compréhensible car il ne comporte qu'une ou quelques erreurs.

Pourtant, à chaque fois, le lecteur, amusé ou consterné, éprouve la même impression : l'erreur et la négligence décrédibilisent image positive de l'auteur du message, voire invalident parfois le message qu'il voulait faire passer.

- Que penser en effet de l'individu qui fait des erreurs sur ses tags ou ses tatouages ?
- Que penser des institutions publiques qui affichent des messages avec des erreurs, alors que certaines, comme l'école, sont destinées spécifiquement à enseigner la langue ?
- Que penser de l'enseigne qui écrit « Bonne anniversaire » sur des ballons exposés à mille exemplaires dans un centre commercial ou de celle qui fait une erreur dans le nom même de son magasin ?
- Que penser des médias écrits ou audiovisuels dont la communication et les prompteurs laissent passer des erreurs, alors que leur rôle est justement d'être le garant de la justesse et de la correction de l'usage de la langue ?

[*A chaque fois c'est, selon le cas, l'image, de la personne, de l'institution, de l'enseigne, du média, qui se trouve décrédibilisée, au risque d'affecter la relation de confiance avec l'utilisateur ou le client. Ne pas maîtriser les normes écrites, c'est toujours renvoyer une image qui n'est pas à son avantage.*]