

14ème législature

Question N° : 11910	De M. Jean-Jacques Candelier (Gauche démocrate et républicaine - Nord)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture et communication		Ministère attributaire > Culture et communication
Rubrique > langue française	Tête d'analyse > défense et usage	Analyse > publicité.
Question publiée au JO le : 27/11/2012 Réponse publiée au JO le : 05/02/2013 page : 1322		

Texte de la question

M. Jean-Jacques Candelier alerte Mme la ministre de la culture et de la communication sur les titres anglo-américains des émissions de télévision ainsi que sur la diffusion de publicités télévisées en anglais, ce qui ne semble pas respecter la Constitution ainsi que la loi française.

Texte de la réponse

L'article 2 de la Constitution dispose en son premier alinéa : « La langue de la République est le français ». L'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, introduit par la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française, impose l'emploi obligatoire du français dans les émissions et les messages publicitaires diffusés par les services de communication audiovisuelle. Saisi de la conformité à la Constitution de la loi du 4 août 1994 précitée, et notamment d'une disposition prohibant le recours à tout terme étranger ou à toute expression étrangère lorsqu'il existe une expression ou un terme français de même sens approuvés dans des conditions prévues par arrêté ministériel, le Conseil constitutionnel a estimé, dans sa décision n° 94-345 DC du 29 juillet 1994, que l'obligation de recours à une terminologie officielle était contraire à la Constitution s'agissant des organismes et services de radiodiffusion sonore ou télévisuelle. Le Conseil constitutionnel considère que le législateur est tenu de concilier le principe posé à l'article 2 de la Constitution relatif à la langue de la République avec la liberté de communication proclamée par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen qui constitue une liberté fondamentale d'autant plus précieuse que son existence est une des garanties essentielles du respect des autres droits et libertés. Le Conseil constitutionnel relève que cette liberté implique « le droit pour chacun de choisir les termes jugés par lui les mieux appropriés à l'expression de sa pensée ; que la langue française évolue, comme toute langue vivante, en intégrant dans le vocabulaire usuel des termes de diverses sources, qu'il s'agisse d'expressions issues de langues régionales, de vocables dits populaires, ou de mots étrangers. ». S'il n'était pas possible de contraindre les médias audiovisuels à utiliser une terminologie officielle, le Conseil constitutionnel estime en revanche qu'il était loisible au législateur d'imposer l'usage de la langue française, ce qui n'exclut pas l'utilisation de traductions. L'utilisation de langues étrangères n'est par conséquent pas bannie. Le législateur a d'ailleurs instauré des exceptions au principe de l'usage obligatoire de la langue française au profit : des oeuvres cinématographiques et audiovisuelles en version originale ; des oeuvres musicales, y compris celles insérées dans des messages publicitaires, dont le texte est en tout ou partie en langue étrangère ; des programmes, parties de programmes ou publicités incluses dans ces derniers qui sont conçus pour être intégralement diffusés en langue étrangère ; des programmes dont la finalité est l'apprentissage d'une langue et les retransmissions de cérémonies culturelles ; des émissions et messages publicitaires accompagnés d'une traduction en français aussi lisible, audible ou intelligible que la présentation en langue étrangère. Les titres

d'émissions, lorsqu'ils sont déposés en tant que marque, ne sont pas soumis aux dispositions de la loi du 4 août 1994. Toutefois, les personnes publiques et les personnes privées chargées d'une mission de service public ne peuvent employer de marques constituées d'un terme étranger, dès lors qu'il existe un terme français équivalent. Les sociétés de l'audiovisuel public ne sont pas soumises à ces dispositions lorsqu'il s'agit de titres d'émissions pour lesquelles les droits de diffusion ont été acquis et dont la conception leur échappe ou lorsque les titres ont été déposés comme marque avant le 7 août 1994. Le législateur a confié à une autorité administrative indépendante, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la mission de veiller à la défense et à l'illustration de la langue et de la culture française dans la communication audiovisuelle. Il est donc responsable de l'application, dans ce secteur, de la loi du 4 août 1994. Les actions menées par le CSA pour assurer le respect de la langue française dans les programmes audiovisuels sont nombreuses. Dans les conventions des principales chaînes de télévision, le CSA a introduit l'obligation de désigner un conseiller qualifié dans le domaine de la langue française. Ces responsables interviennent régulièrement auprès des rédactions pour rappeler les règles relatives au bon usage de la langue française. L'autorité de régulation mène des actions tendant à sensibiliser les diffuseurs à la qualité de la langue française employée. Les termes recommandés par la commission générale de terminologie et de néologie publiés au Journal officiel sont repris dans La lettre du CSA. Le CSA transmet aux diffuseurs les fascicules de terminologie édités par la délégation générale à la langue française et aux langues de France. Il établit également des relevés linguistiques, complétés par les courriers des auditeurs et téléspectateurs. Les incorrections les plus fréquentes ou les plus significatives font chaque mois l'objet d'articles dans La lettre du CSA. Il a également créé sur son site Internet une rubrique consacrée à la langue française qui indique la terminologie recommandée au Journal officiel. Si le CSA est conscient que des progrès peuvent encore être réalisés, ces mesures constituent néanmoins un dispositif efficace propre à assurer le respect de la langue française.