



## **ADDENDA SUR TWITTER**

### **ÉCRIRE POUR L'ÉTAT À L'ÈRE DU WEB 2.0**

**L'exemplarité de l'administration publique québécoise  
en matière d'emploi et de qualité de la langue française  
dans les médias sociaux**

par Julie Bérubé  
Janvier 2017

**CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE**

**Québec** 



**ADDENDA SUR TWITTER**

**ÉCRIRE POUR L'ÉTAT À L'ÈRE DU WEB 2.0**

**L'exemplarité de l'administration publique québécoise  
en matière d'emploi et de qualité de la langue française  
dans les médias sociaux**

par Julie Bérubé  
Janvier 2017

**CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA LANGUE FRANÇAISE**

L'auteure tient à remercier Pierre Boutet (président) et Josée Giroux (alors directrice générale) du Conseil supérieur de la langue française de même que Danielle Turcotte (directrice générale des services linguistiques) et Guylaine Cloutier (directrice des travaux terminologiques) de l'Office québécois de la langue française pour leur collaboration.

L'auteure remercie également Lisanne Côté et Martine Germain, réviseuses à l'Office québécois de la langue française, pour leur collaboration aux diverses étapes de recension des écarts.

Dépôt légal — 2017  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada  
ISBN : 978-2-550-76921-7 (version imprimée)  
ISBN : 978-2-550-76922-4 (version PDF)

## TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE 1	
USAGE DE TWITTER ET CONSTITUTION DU CORPUS .....	2
1.1.    USAGE DE TWITTER AU QUÉBEC ET DANS L'ADMINISTRATION PUBLIQUE.....	2
1.2.    MÉTHODOLOGIE ET CONSTITUTION DU CORPUS TWITTER.....	3
CHAPITRE 2	
RECENSION ET CLASSEMENT DES ÉCARTS .....	4
2.1.    RÉPARTITION DES TYPES D'ÉCART PAR CATÉGORIE .....	5
2.1.1. Ponctuation .....	5
2.1.2. Orthographe lexicale .....	7
2.1.3. Typographie .....	8
2.1.4. Syntaxe .....	10
2.1.5. Vocabulaire .....	11
2.1.6. Style .....	11
2.1.7. Coquilles, orthographe grammaticale et structure du texte .....	12
2.2.    PORTRAIT DES ÉCARTS DANS TWITTER.....	12
2.2.1. Classement par catégorie des écarts dans le corpus Twitter .....	13
2.2.2. Classement par catégorie des écarts dans les corpus Facebook, LinkedIn, YouTube et Twitter.....	14
2.3.    CLASSEMENT DES ÉCARTS LES PLUS FRÉQUENTS DANS TWITTER.....	15
2.3.1. Types d'écart les plus fréquents dans Twitter .....	15
2.3.2. Types d'écart les plus fréquents dans les corpus Facebook, LinkedIn, YouTube et Twitter .....	17
CHAPITRE 3	
RELEVÉ DE CERTAINES CARACTÉRISTIQUES .....	19
3.1.    RECOURS À L'ABRÉVIATION.....	20
3.2.    CONTRAİNTE DU MÉDIA.....	20
3.3.    UTILISATION D'UNE ABRÉVIATION OU D'UN SIGNE PARTICULIER À TWITTER .....	21
3.4.    PORTION EN ANGLAIS .....	22
3.5.    ÉCART PAR RAPPORT AUX RECOMMANDATIONS DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE .....	22
3.6.    BINETTE .....	23
3.7.    DIFFÉRENCE ENTRE LES OUVRAGES ET ORTHOGRAPHE RECTIFIÉE .....	23
CONCLUSION.....	25
BIBLIOGRAPHIE .....	28
ANNEXE GRILLE DE CORRECTION.....	30

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 :	Classement des écarts de ponctuation dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte.....	6
Tableau 2 :	Classement des écarts d'orthographe lexicale dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte.....	7
Tableau 3 :	Classement des écarts de typographie dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte.....	9
Tableau 4 :	Classement des écarts de syntaxe dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte.....	10
Tableau 5 :	Classement des écarts dans le corpus Twitter selon la fréquence par catégorie d'écart et par type de texte .....	13
Tableau 6 :	Classement des écarts dans les quatre corpus selon la fréquence et la catégorie d'écart.....	14
Tableau 7 :	Classement des écarts dans le corpus Twitter selon la fréquence ( $\geq 4,0$ %) par type d'écart, toutes catégories confondues, et par type de texte .....	16
Tableau 8 :	Classement des écarts dans les quatre corpus selon la fréquence (+5 %) et le type d'écart, toutes catégories confondues .....	17
Tableau 9 :	Fréquence des caractéristiques recensées dans le corpus Twitter selon le nombre de textes et leur type .....	19
Tableau 10 :	Fréquence des caractéristiques recensées dans les quatre corpus selon le nombre de textes et le corpus .....	19

## LISTE DES ABRÉVIATIONS ET DES SIGLES

BDL	Banque de dépannage linguistique
CEFRIO	Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication
CSLF	Conseil supérieur de la langue française
GDT	<i>Le grand dictionnaire terminologique</i>
Multi	<i>Multidictionnaire de la langue française</i>
OQLF	Office québécois de la langue française
PUFTIC	Politique d'utilisation du français dans les technologies de l'information et des communications



## INTRODUCTION

Le Conseil supérieur de la langue française (CSLF) a mené une étude intitulée *Écrire pour l'État à l'ère du Web 2.0 : l'exemplarité de l'administration publique québécoise en matière d'emploi et de qualité de la langue française dans les médias sociaux*. Elle porte sur des textes diffusés dans trois médias sociaux, soit Facebook, LinkedIn et YouTube. Produite en complément à cette étude et publiée simultanément, la présente publication est un addenda sur un quatrième média social, Twitter. C'est pourquoi sa structure est plus succincte, se limitant à développer les éléments qui apportent un éclairage supplémentaire aux données de l'étude. De cette façon, tout renvoi à une section ou à un chapitre se réfère à ce premier document.

Le **premier chapitre** apporte quelques précisions quant à l'usage de Twitter et présente le corpus à l'étude, y compris la méthodologie utilisée pour le constituer. Le **chapitre deux** se concentre sur l'analyse linguistique du corpus Twitter, c'est-à-dire sur la recension et le classement des écarts, de même que sur les liens possibles entre les résultats de cette analyse pour Twitter, Facebook, LinkedIn et YouTube. Le **chapitre trois** se penche sur certaines caractéristiques relevées en cours de dépouillement, et met en parallèle ces résultats pour les quatre médias sociaux.

## CHAPITRE 1 USAGE DE TWITTER ET CONSTITUTION DU CORPUS

Le premier chapitre de l'étude sur les médias sociaux brosse un portrait sommaire de l'usage du Web et des médias sociaux au Québec, dans la population et au sein de l'administration publique. Il présente aussi un survol des politiques linguistiques en vigueur dans ce contexte. Nous proposons ici un complément d'information sur l'usage de Twitter, pour ensuite expliquer la constitution du corpus de micromessages analysés dans cet addenda.

### 1.1. USAGE DE TWITTER AU QUÉBEC ET DANS L'ADMINISTRATION PUBLIQUE

Lancé en 2006, « Twitter est une plateforme de microblogage et de réseautage social qui permet aux utilisateurs de diffuser de courts messages, appelés *micromessages*, à leurs abonnés, c'est-à-dire aux membres de leur réseau, qui peuvent ensuite retransmettre ces micromessages à leurs propres abonnés » (OQLF, 2016a : 6). Ce réseau est aussi « utilisé pour partager de l'information, faire de la veille et suivre des influenceurs sur un sujet particulier » (*ibid.* : 6), le tout en direct et le plus souvent à chaud (Paoli, 2013 : 38). Le caractère instantané et succinct<sup>1</sup> des textes diffusés sur Twitter en fait un média social à part, notamment sur le plan de l'analyse linguistique. C'est en grande partie pour cette raison que ce média n'avait pas été retenu au moment où l'étude a été amorcée en 2012.

Cela dit, en 2015, selon le CEFRIO<sup>2</sup>, 9,7 % des adultes québécois ont utilisé Twitter, avec un pic de 17,3 % chez les 25 à 34 ans (CEFRIO, 2015 : 4, 11). Son usage mérite par conséquent d'être observé de plus près, y compris celui qu'en fait l'administration publique.

Au moment de constituer le corpus Twitter, en février 2016, 80 des quelque 200 ministères et organismes de l'administration publique québécoise avaient un compte Twitter<sup>3</sup>, soit une proportion d'environ 40 %, et 76 d'entre eux ont diffusé au moins un micromessage au cours de ce mois.

- 
1. Twitter a annoncé en mai 2016 que la limite de 140 caractères par micromessage serait officiellement levée prochainement (Sherman, 2016). Des modifications ont été apportées au décompte des caractères en septembre 2016, mais touchent plutôt les éléments comptabilisés que la limite du nombre de caractères par micromessage, qui demeure fixée à 140 caractères (Wong, 2016).
  2. Le CEFRIO (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication, précédemment Centre francophone d'information des organisations) compile depuis 1987 des données sur « l'appropriation et l'utilisation du numérique » [<http://www.cefrio.qc.ca/cefrio/>].
  3. En date du 5 février 2016, par exemple, on comptait 202 ministères et organismes dans l'administration québécoise, à l'exception des municipalités et des commissions scolaires, dont 104 utilisaient au moins un des cinq médias sociaux suivants : Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn ou le fil RSS. Pour en savoir plus, voir la section Médias sociaux de Portail Québec. [<http://www.gouv.qc.ca/FR/VotreGouvernement/Pages/MinisteresOrganismes.aspx>] et [<http://www.gouv.qc.ca/FR/VotreGouvernement/Pages/M%C3%A9dias%20sociaux.aspx>] (consultés le 5 février 2016)

## 1.2. MÉTHODOLOGIE ET CONSTITUTION DU CORPUS TWITTER

Le corpus Twitter comprend des **publications** et des **interactions**.

Une **publication** est un micromessage destiné aux abonnés du compte Twitter du ministère ou organisme. Seul le texte produit pour Twitter par le ministère ou organisme a été considéré, c'est-à-dire que ce qui figurait sur une image insérée (p. ex. une affiche de campagne de sensibilisation) ou ce qui était rédigé par un tiers a été exclu, le cas échéant. Les micromessages débutant par RT, MT ou .@<sup>4</sup> ont aussi été considérés comme des publications.

Une **interaction** est un micromessage d'un ministère ou organisme qui s'adresse explicitement à au moins un abonné. Il s'agit le plus souvent d'une réponse à une demande ou à un commentaire. Ce type de micromessage est précédé de l'en-tête « En réponse à », suivi du pseudonyme de l'abonné (@abonné) auquel on s'adresse. Il va de soi que l'interaction s'inscrit dans une dynamique d'échange. Ici aussi, seul le texte produit pour Twitter par le ministère ou organisme a été considéré.

Comme les textes diffusés sur Twitter sont limités à 140 caractères<sup>5</sup>, il a été possible de recenser l'ensemble des micromessages produits par les ministères et organismes en février 2016. Toutefois, afin d'éviter une surreprésentation de certains ministères et organismes plus actifs que d'autres, un maximum de 42 micromessages par ministère ou organisme a été retenu – ce qui représente la moyenne –, selon une méthode d'échantillonnage probabiliste dite systématique<sup>6</sup>. Les proportions de publications et d'interactions diffusées par chaque ministère ou organisme dans le mois ont été respectées, le cas échéant. De cette façon, le corpus Twitter analysé dans cet addenda compte au total 1 736 micromessages (soit 1 533 publications et 203 interactions), mis en ligne par 76 ministères et organismes entre le 1<sup>er</sup> et le 29 février 2016.

Il importe de signaler qu'à la différence des trois corpus utilisés pour l'étude sur les médias sociaux, le corpus Twitter comprend des textes de l'ensemble des ministères et organismes de l'administration publique québécoise, qu'ils soient soumis ou non aux politiques linguistiques présentées au point 1.4 de l'étude. Mentionnons également que le corpus Twitter a été constitué au moyen de copier-coller.

---

4. Ces abréviations sont expliquées au point 3.3.

5. C'était toujours le cas au moment de constituer le corpus; voir note 1.

6. Voir notamment la section Méthodes d'échantillonnage : échantillonnage systématique de Statistique Canada. [<http://www.statcan.gc.ca/edu/power-pouvoir/ch13/prob/5214899-fra.htm>] (consulté le 15 juin 2016)

## CHAPITRE 2 RECENSION ET CLASSEMENT DES ÉCARTS

La recension des écarts dans le corpus Twitter a été effectuée dans le même esprit que ce qui est décrit en introduction au chapitre 3 de l'étude.

Les mêmes outils ont donc été utilisés pour recenser les écarts, dont les quatre outils développés par l'Office québécois de la langue française (OQLF), soit la Banque de dépannage linguistique (BDL), *Le grand dictionnaire terminologique*<sup>7</sup> (GDT), *Le français au bureau* (7<sup>e</sup> éd.) et la Banque de noms de lieux du Québec (Topos) de la Commission de toponymie. Ces outils consignent la norme de référence pour l'administration publique, conformément aux politiques linguistiques présentées au point 1.4 de l'étude.

Quatre autres outils d'usage courant ont également été mis à contribution pour la recension des écarts, soit *Usito*, *Le petit Robert* numérique (version 5), le *Multidictionnaire de la langue française* (Multi) (6<sup>e</sup> éd.) et Antidote 9 (version 3).

Il est pertinent de rappeler ce qui a guidé le choix des éditions utilisées pour les analyses. Comme dans le cas de l'étude, la recension des écarts dans cet addenda visait en quelque sorte à générer un instantané de la norme en cours au moment où le corpus a été constitué, c'est-à-dire en février 2016. C'est pourquoi, cette fois, des éditions plus récentes du *Français au bureau*, du Multi, du *Petit Robert* numérique et d'Antidote ont été utilisées.

Afin d'assurer un dépouillement efficace, l'équipe de recherche du Conseil supérieur de la langue française (CSLF) a de nouveau fait appel à la Direction des services linguistiques de l'OQLF, qui a offert la collaboration de deux de ses réviseuses. Chaque texte a donc été analysé par deux personnes. La recension des écarts a été faite à l'aide de la même grille de correction<sup>8</sup> que pour l'étude. Quelques modifications mineures seulement ont été apportées à cette grille afin qu'elle tienne compte de certaines particularités de Twitter (voir points 2.1, 3.1 et 3.3).

La grille de correction utilisée a permis de classer les écarts selon neuf grandes catégories, regroupées comme suit : coquilles, orthographe lexicale, orthographe grammaticale, syntaxe, ponctuation, vocabulaire, style, texte et typographie. À noter que chacune de ces grandes catégories est présentée aux points 3.3.1 à 3.3.7 de l'étude, à l'aide d'exemples tirés des corpus Facebook, LinkedIn ou YouTube.

---

7. Précisons que seules les fiches du GDT portant la signature de l'OQLF ont été prises en compte.

8. La grille de correction est reproduite en annexe. Cette grille est largement calquée sur le *Guide d'autocorrection du français écrit* (2<sup>e</sup> éd.) (Guénette, Lépine et Roy, 2004). Lors de l'étude, certaines modifications ont été apportées, la plus importante étant l'ajout d'une catégorie pour consigner les écarts de typographie.

## **2.1. RÉPARTITION DES TYPES D'ÉCART PAR CATÉGORIE**

Ce chapitre donne la répartition des écarts selon leur fréquence, tableaux et exemples à l'appui le cas échéant. Nous verrons ainsi quels écarts sont les plus fréquents dans chaque catégorie (voir point 2.1), puis quelles catégories récoltent les plus grandes proportions d'écarts (voir point 2.2) et, enfin, quels écarts sont les plus fréquents, toutes catégories confondues (voir point 2.3). Lorsque ce sera pertinent, certains liens par rapport à l'analyse linguistique des corpus de l'étude seront faits.

La répartition des écarts de ponctuation, d'orthographe lexicale, de typographie et de syntaxe est l'objet d'une attention particulière, puisque chacune de ces catégories récolte plus de 17 % du total des écarts.

### **2.1.1. Ponctuation**

Cette catégorie regroupe les écarts par rapport aux divers signes de ponctuation (virgule, point, deux-points, point-virgule, point d'interrogation, etc.).

Près du tiers (29,5 %) des écarts du corpus Twitter concernent la ponctuation, et ces écarts sont parmi les plus fréquents du corpus. Le tableau 1 permet de voir quels aspects de la ponctuation posent problème.

**Tableau 1 : Classement des écarts de ponctuation dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte**

Type de texte				Ensemble du corpus Twitter	
Publication		Interaction			
Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%
Virgule	46,6	Virgule	40,4	Virgule	46,1
Point	18,9	Point	28,8	Point	19,7
Autres problèmes ( )	15,1	Deux-points	15,4	Autres problèmes ( )	14,0
Deux-points	10,1	Point d'interrogation	3,8	Deux-points	10,5
Guillemets	3,0	Point-virgule	3,8	Guillemets	2,9
Tiret	2,3	Point d'exclamation	1,9	Tiret	2,2
Point-virgule	1,3	Guillemets	1,9	Point-virgule	1,5
Point d'interrogation	1,0	Majuscule (tête de phrase)	1,9	Point d'interrogation	1,2
Point d'exclamation	0,5	Autres problèmes ( )	1,9	Point d'exclamation	0,6
Crochets	0,5	Points de suspension	0,0	Crochets	0,5
Majuscule (tête de phrase)	0,3	Parenthèses	0,0	Majuscule (tête de phrase)	0,5
Parenthèses	0,2	Crochets	0,0	Parenthèses	0,2
Ponctuation hystérique	0,2	Tiret	0,0	Ponctuation hystérique	0,2
Points de suspension	0,0	Ponctuation hystérique	0,0	Points de suspension	0,0
N = 597 écarts	100,0	N = 52 écarts	100,0	N = 649 écarts	100,0

La majorité des problèmes de ponctuation observés dans le corpus Twitter consiste en un emploi erroné de la virgule (46,1 %), et ce, autant dans les publications (46,6 %) que dans les interactions (40,4 %). D'autres types d'écart – bien que moins fréquents – ont été relevés, soit l'emploi erroné du point (19,7 %) ou des deux-points (10,5 %) de même que d'autres problèmes de ponctuation (14,0 %). La plupart des écarts consignés dans cette dernière sous-catégorie concernent le recours à la barre verticale [|], utilisée par des usagers de Twitter pour introduire une séparation visuelle entre deux énoncés.

Recours à la barre verticale

« Offre de stage | Guide touristique pour le #MuséeJacquesCartier »  
(publication sur Twitter, février 2016)

On remarque que le recours à ce symbole a surtout été relevé dans les publications. Au moment de produire cet addenda, les outils consultés n'attestaient pas cet usage ou l'attestaient sans indiquer quel en était l'emploi approprié. C'est pourquoi il a été comptabilisé comme un écart.

### 2.1.2. Orthographe lexicale

Les écarts par rapport à l'orthographe lexicale concernent la graphie du mot, c'est-à-dire les lettres et les signes diacritiques (accents, tréma et cédille), de même que le trait d'union, l'élision et la casse (majuscule/minuscule).

Un peu plus du quart des écarts (27,0 %), dans le corpus Twitter, porte sur l'orthographe lexicale. Le tableau 2 présente le classement des différents écarts de cette catégorie.

**Tableau 2 : Classement des écarts d'orthographe lexicale dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte**

Type de texte				Ensemble du corpus Twitter	
Publication		Interaction			
Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%
Abréviation	39,9	Abréviation	35,3	Abréviation	39,6
Majuscule/minuscule	26,4	Majuscule/minuscule	35,3	Majuscule/minuscule	27,0
Nombre ou signe	17,5	Nombre ou signe	17,6	Nombre ou signe	17,5
Trait d'union	10,7	Coupure du mot	5,9	Trait d'union	9,9
Autres problèmes	1,7	Autres problèmes	5,9	Autres problèmes	2,0
Accent ou tréma	1,5	Accent ou tréma	0,0	Accent ou tréma	1,4
Nom propre	0,9	Cédille	0,0	Nom propre	0,8
Date	0,6	Voyelle	0,0	Date	0,6
Sigle	0,4	Semi-voyelle/consonne	0,0	Coupure du mot	0,6
Élision ou apostrophe	0,2	Consonne	0,0	Sigle	0,4
Coupure du mot	0,2	Homophone lexical	0,0	Élision ou apostrophe	0,2
Cédille	0,0	Élision ou apostrophe	0,0	Cédille	0,0
Voyelle	0,0	Trait d'union	0,0	Voyelle	0,0
Semi-voyelle/consonne	0,0	Date	0,0	Semi-voyelle/consonne	0,0
Consonne	0,0	Sigle	0,0	Consonne	0,0
Homophone lexical	0,0	Jonction	0,0	Homophone lexical	0,0
Jonction	0,0	Division en fin de ligne	0,0	Jonction	0,0
Division en fin de ligne	0,0	Nom propre	0,0	Division en fin de ligne	0,0
Mot étranger	0,0	Mot étranger	0,0	Mot étranger	0,0
Cataclysme	0,0	Cataclysme	0,0	Cataclysme	0,0
<b>N = 469 écarts</b>	<b>100,0</b>	<b>N = 34 écarts</b>	<b>100,0</b>	<b>N = 503 écarts</b>	<b>100,0</b>

L'écart le plus répandu, en orthographe lexicale, est l'emploi d'une abréviation ou d'un symbole fautif; il compte pour deux écarts sur cinq (39,6 %) dans cette catégorie, une proportion tout de même considérable, puisque cette catégorie compte un nombre élevé de sous-catégories – ce qui aurait pu donner lieu à une distribution plus équilibrée. Signalons toutefois que ce n'est pas l'ensemble des abréviations relevées dans le corpus qui ont été considérées comme fautives. Celles répertoriées en tant qu'écart par rapport à l'orthographe lexicale ne sont pas abrégées correctement. Nous verrons au point 3.1 du chapitre suivant, consacré au relevé de diverses caractéristiques qui ne constituent pas des écarts, que la limite de caractères propre à Twitter et la nature même des échanges qui y ont cours portent nombre d'utilisateurs à opter pour les abréviations, les symboles et les sigles attestés.

Cela dit, les écarts par rapport à l'emploi de la minuscule ou de la majuscule (27,0 %) ou à celui des nombres ou des signes mathématiques (17,5 %) arrivent respectivement aux deuxième et troisième rangs. Des emplois inadéquats du trait d'union ont été relevés uniquement dans les publications, dans une proportion équivalant à un écart sur dix (10,7 %). Enfin, signalons que l'omission d'un accent, du tréma ou de la cédille – peu fréquente – n'a pas été relevée comme un écart dans le cas de pseudonymes (précédés du @) ou de mots-clés (précédés du #).

### **2.1.3. Typographie**

Les écarts de typographie couvrent tout ce qui relève du choix et de la mise en forme des caractères du français (y compris les binettes lorsqu'elles sont substituées à la ponctuation requise). Plus du sixième (17,4 %) des écarts du corpus Twitter concerne la typographie. Le classement des différents écarts de cette catégorie est présenté dans le tableau 3.

**Tableau 3 : Classement des écarts de typographie dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte**

Type de texte				Ensemble du corpus Twitter	
Publication		Interaction			
Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%
Espacement	38,4	Espacement	88,2	Espacement	40,6
Tiret/trait d'union	27,9	Binette (ponctuation)	5,9	Tiret/trait d'union	26,7
Saut de ligne	17,8	Mise en relief	5,9	Saut de ligne	17,0
Mise en relief	10,4	Insécable	0,0	Mise en relief	10,2
Ligature	3,6	Choix de guillemets	0,0	Ligature	3,4
Choix de guillemets	1,1	Ligature	0,0	Choix de guillemets	1,0
Insécable	0,5	Énumération	0,0	Insécable	0,5
Binette (ponctuation)	0,3	Tiret/trait d'union	0,0	Binette (ponctuation)	0,5
Énumération	0,0	Ordre des ponctuations	0,0	Énumération	0,0
Ordre des ponctuations	0,0	Saut de ligne	0,0	Ordre des ponctuations	0,0
N = 365 écarts	100,0	N = 17 écarts	100,0	N = 382 écarts	100,0

Les écarts les plus fréquents sont, de loin, ceux qui touchent à l'espacement; ils représentent deux cinquièmes (40,6 %) des écarts liés à la typographie dans le corpus Twitter. On remarque que ce type d'écart est pratiquement le seul relevé en typographie dans les interactions (88,2 %). D'autres écarts typographiques sont relativement répandus dans les publications du corpus, soit la confusion entre le tiret et le trait d'union (27,9 %), et l'omission d'un saut de ligne ou toute autre rupture visuelle (17,8 %). Les écarts relevés dans cette dernière sous-catégorie correspondent le plus souvent à un énoncé incomplet, interrompu par des points de suspension suivis d'une adresse Web.

Saut de ligne ou autre rupture visuelle

« Plus de 50 % des participants de l'émission télé *Virtuose* sont... <http://fb.me/483UPSBLI> » (publication dans Twitter, février 2016)

On note également une certaine proportion de mises en relief inadéquates (10,4 %) dans les publications.

Ici, comme dans l'étude, nombre d'écarts de typographie semblent tributaires du média : bien que disponibles en vertu de la Politique d'utilisation du français dans les technologies de l'information et des communications (PUFTIC) (voir point 1.4.3 de l'étude), des fonctions telles que l'insécabilité ou la mise en relief (p. ex. gras, italique ou souligné) de même que certains signes diacritiques (p. ex. tirets ou chevrons) sont parfois difficilement accessibles – voire tout bonnement inaccessibles – en raison du média social ou de l'appareil utilisé pour rédiger le texte. Il en a été question au point 6.5 de l'étude.

## 2.1.4. Syntaxe

Les écarts liés à la syntaxe concernent les relations entre les mots à l'intérieur d'une phrase. Ces écarts peuvent porter sur un mot ou sur une locution, ou encore sur la construction de la phrase.

Plus d'un écart sur six (17,3 %), dans le corpus Twitter, concerne la syntaxe. Le tableau 4 montre la répartition des 23 types d'écart qui composent cette catégorie.

**Tableau 4 : Classement des écarts de syntaxe dans le corpus Twitter selon la fréquence par type d'écart et par type de texte**

Type de texte				Ensemble du corpus Twitter	
Publication		Interaction			
Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%
Préposition	47,5	Préposition	42,9	Préposition	47,1
Déterminant	25,8	Déterminant	17,1	Déterminant	25,0
Absence d'un mot	20,3	Absence d'un mot	17,1	Absence d'un mot	20,0
Verbe	2,9	Complément du verbe	8,6	Verbe	2,9
Conjonction	1,2	Ellipse fautive	5,7	Complément du verbe	1,8
Complément du verbe	1,2	Verbe	2,9	Conjonction	1,1
Pronom	0,3	Négation/restriction	2,9	Ellipse fautive	0,8
Sujet	0,3	Phrase interrogative	2,9	Pronom	0,3
Ellipse fautive	0,3	Pronom	0,0	Sujet	0,3
Anglicisme syntaxique	0,3	Conjonction	0,0	Négation/restriction	0,3
Complément du nom/adjectif	0,0	Sujet	0,0	Phrase interrogative	0,3
Complément de phrase	0,0	Complément du nom/adjectif	0,0	Anglicisme syntaxique	0,3
Principale	0,0	Complément de phrase	0,0	Complément du nom/adjectif	0,0
Subordonnée complétive	0,0	Principale	0,0	Complément de phrase	0,0
Subordonnée relative	0,0	Subordonnée complétive	0,0	Principale	0,0
Négation/restriction	0,0	Subordonnée relative	0,0	Subordonnée complétive	0,0
Phrase interrogative	0,0	Comparaison/superlatif	0,0	Subordonnée relative	0,0
Comparaison/superlatif	0,0	Mise en relief	0,0	Comparaison/superlatif	0,0
Mise en relief	0,0	Ordre des mots	0,0	Mise en relief	0,0
Ordre des mots	0,0	Coordination	0,0	Ordre des mots	0,0
Coordination	0,0	Intégration des citations	0,0	Coordination	0,0
Intégration des citations	0,0	Anglicisme syntaxique	0,0	Intégration des citations	0,0
Désordre inextricable	0,0	Désordre inextricable	0,0	Désordre inextricable	0,0
N = 345 écarts	100,0	N = 35 écarts	100,0	N = 380 écarts	100,0

Parmi les 380 écarts de ce type qui ont été relevés, ce sont les mauvais choix de préposition (47,1 %) ou de déterminant (25,0 %) ou encore l'absence d'un mot ou d'un groupe de mots dans la phrase (20,0 %) qui sont les plus fréquents.

Par ailleurs, on remarque que les 20 autres types d'écart de syntaxe ont été recensés dans une faible proportion, ce qui tend à indiquer que ces aspects de la syntaxe ne posent pas problème, du moins dans le contexte de cet addenda.

Ainsi que le relève l'étude, on détecte dans cette catégorie des écarts qui pourraient être tributaires du canal utilisé, ici le média social. En effet, la présence d'un hyperlien ou la volonté de demeurer très succinct pourrait expliquer le choix de la formulation.

### **2.1.5. Vocabulaire**

Le vocabulaire touche au contexte d'emploi des mots, et les écarts que rassemble cette catégorie peuvent avoir trait au sens, à la précision, au bon usage, etc. Par exemple, les anglicismes, les barbarismes, les archaïsmes et autres emplois critiqués figurent dans cette catégorie.

Les écarts de vocabulaire représentent un peu moins d'un écart sur vingt (4,6 %) dans le corpus Twitter.

Les trois écarts les plus fréquents en matière de vocabulaire sont les anglicismes (43,1 %) de même que les impropriétés quant au sens des mots (17,6 %) et les néologismes non attestés (17,6 %); ces trois sous-catégories constituent à elles seules les deux tiers des écarts de vocabulaire, alors que la grille en répertorie douze.

### **2.1.6. Style**

Les écarts par rapport au style concernent surtout un mauvais choix de registre, mais peuvent aussi parfois consister en diverses maladroites, comme une inconstance dans la féminisation ou une tournure nuisant à la compréhension.

La recension d'écarts du point de vue du style peut sembler moins objective que pour d'autres catégories; elle l'est parfois. Il demeure toutefois que la vaste majorité des écarts relevés dans cette catégorie concerne le recours à un registre inapproprié. Rappelons que, parmi les questionnements à l'origine de l'étude et de cet addenda, on trouve justement celui de l'équilibre visé entre le ton généralement adopté dans les médias sociaux et celui attendu des personnes qui s'expriment au nom d'un ministère ou organisme (voir chapitre 6 de l'étude).

Dans le corpus Twitter, environ un écart sur trente (3,2 %) touche au style. Le non-respect du registre (98,6 %) représente la presque totalité des écarts liés au style.

### 2.1.7. Coquilles, orthographe grammaticale et structure du texte

La coquille se résume le plus souvent à une erreur de frappe, c'est-à-dire qu'elle découle de l'inattention du rédacteur plutôt que de sa méconnaissance de la langue.

Les écarts répertoriés dans la catégorie Orthographe grammaticale concernent pour leur part la morphologie, le genre et le nombre du nom ainsi que l'accord.

Quant à la catégorie Texte, elle regroupe les écarts qui dépassent le cadre de la phrase, c'est-à-dire que l'information est présentée de façon incomplète ou inadéquate, ce qui nuit à la cohésion du texte. Dans le corpus Twitter, elle a notamment permis de recenser le recours à un @, à un # ou à un hyperlien nuisant à la compréhension.

Recours à un # nuisant à la compréhension

« Et excellente nouvelle #ados #innovation ! » (publication sur Twitter, février 2016)

Le relevé d'écarts sur le plan du texte, comme pour l'étude, se limitait aux obstacles évidents à la compréhension. Ce critère illustre bien la distinction entre faute et écart; puisqu'il est question ici d'*exemplarité*, pas seulement de *compétence*.

Les coquilles et les écarts qui relèvent de la structure du texte ou de l'orthographe grammaticale ne sont pas légion dans le corpus Twitter : chacune de ces catégories représente moins de 3 % des écarts relevés. On peut par conséquent en conclure que ces aspects de la langue sont généralement bien maîtrisés par ceux qui communiquent au nom de l'État sur Twitter.

Signalons toutefois que ce n'est pas parce qu'on relève une faible proportion d'écarts dans une **catégorie** que l'ensemble de ses **sous-catégories** est bien maîtrisée. Par exemple, dans le corpus Twitter, les écarts liés à la structure du texte (catégorie) ne sont pas les plus communs, mais le recours à un @, à un # ou à un hyperlien nuisant à la compréhension (sous-catégorie), comme le montre l'exemple ci-dessus, figure au nombre des 20 écarts les plus fréquents.

## 2.2. PORTRAIT DES ÉCARTS DANS TWITTER

Cette section examine la répartition des écarts, cette fois du point de vue plus général des **catégories**. Cela permet de voir quels aspects de la langue sont moins bien maîtrisés dans le corpus Twitter. Les données sont ensuite comparées à celles des corpus Facebook, LinkedIn et YouTube (voir point 3.4 de l'étude).

### 2.2.1. Classement par catégorie des écarts dans le corpus Twitter

Au total, 2 197 écarts ont été recensés dans les 1 736 textes du corpus Twitter, ce qui représente en moyenne 1,27 écart par micromessage. Rappelons que ce corpus est composé de deux types de textes : près de huit sur neuf sont des publications et un peu plus du neuvième, des interactions<sup>9</sup>. Cela dit, les 1 533 publications du corpus Twitter contiennent 2 030 écarts, c'est-à-dire une moyenne de 1,32 écart par micromessage. Quant aux interactions, elles comptent une proportion relativement moindre d'écarts : les 203 interactions comportent un total de 167 écarts, ce qui représente en moyenne 0,82 écart par micromessage.

Le tableau 5 présente un classement des écarts relevés dans ce corpus selon les neuf catégories d'écarts de la grille de correction et selon le type de texte.

**Tableau 5 : Classement des écarts dans le corpus Twitter selon la fréquence par catégorie d'écart et par type de texte**

Type de texte				Ensemble du corpus Twitter	
Publication		Interaction			
Catégorie d'écart	%	Catégorie d'écart	%	Catégorie d'écart	%
Ponctuation	29,4	Ponctuation	31,1	Ponctuation	29,5
Orthographe lexicale	23,1	Syntaxe	21,0	Orthographe lexicale	22,9
Typographie	18,0	Orthographe lexicale	20,4	Typographie	17,4
Syntaxe	17,0	Typographie	10,2	Syntaxe	17,3
Vocabulaire	4,2	Vocabulaire	9,6	Vocabulaire	4,6
Style	3,0	Style	6,0	Style	3,2
Texte	2,7	Coquille	0,6	Texte	2,5
Orthographe grammaticale	1,8	Orthographe grammaticale	0,6	Orthographe grammaticale	1,7
Coquille	0,8	Texte	0,6	Coquille	0,8
N = 2 030 écarts	100,0	N = 167 écarts	100,0	N = 2 197 écarts	100,0

D'emblée, on remarque que quatre des neuf catégories cumulent chacune plus de 15 % des écarts dans l'ensemble du corpus Twitter. Ainsi, les écarts par rapport à la ponctuation, à l'orthographe lexicale, à la typographie et à la syntaxe représentent 87,1 % de l'ensemble des écarts recensés, soit à peu près 7 écarts sur 8. Cette proportion est similaire à celle qu'on observe dans les publications, où 87,5 % des écarts sont répartis dans les quatre mêmes catégories. La donne est quelque peu différente dans les interactions, où ce sont plutôt trois catégories d'écart qui sont proportionnellement plus fréquentes; les écarts par rapport à la ponctuation, à la syntaxe et à l'orthographe lexicale comptent pour près des trois quarts (72,5 %) des

9. Ce qui reflète les proportions de publications et d'interactions diffusées par l'ensemble des ministères et organismes de l'administration publique québécoise en février 2016, comme expliqué au point 1.2 de cet addenda.

écarts dans ce type de texte. On remarque d'ailleurs une proportion plus importante d'écarts de syntaxe dans les interactions. En effet, c'est plus du cinquième des écarts recensés dans les interactions qui touche à la syntaxe (21,0 %).

Par ailleurs, les aspects de la langue qui semblent les mieux maîtrisés, dans l'ensemble du corpus Twitter, sont ceux qui relèvent de l'orthographe grammaticale, c'est-à-dire la morphologie, le genre et le nombre du nom ainsi que l'accord; ce type d'écart représente à peine 1,7 % de l'ensemble des écarts recensés. On remarque aussi une très faible proportion de coquilles, soit 0,8 %.

### 2.2.2. Classement par catégorie des écarts dans les corpus Facebook, LinkedIn, YouTube et Twitter

Il est pertinent de comparer le classement des écarts relevés dans le corpus Twitter, d'une part, et dans les trois corpus de l'étude, d'autre part, par exemple afin de voir si la fréquence varie d'un corpus à l'autre ou si certaines tendances peuvent être dégagées.

Le tableau 6 reprend le classement par catégorie en regroupant les résultats pour les corpus Facebook, LinkedIn, YouTube et Twitter.

**Tableau 6 : Classement des écarts dans les quatre corpus selon la fréquence et la catégorie d'écart**

Corpus 2012-2013						Corpus 2016	
Facebook		LinkedIn		YouTube		Twitter	
Catégorie d'écart	%	Catégorie d'écart	%	Catégorie d'écart	%	Catégorie d'écart	%
Ponctuation	24,3	Vocabulaire	21,6	Ponctuation	20,3	Ponctuation	29,5
Typographie	22,9	Ponctuation	17,9	Vocabulaire	18,0	Orthographe lexicale	22,9
Orthographe lexicale	15,4	Syntaxe	17,3	Orthographe lexicale	16,3	Typographie	17,4
Syntaxe	12,3	Orthographe lexicale	17,0	Typographie	16,0	Syntaxe	17,3
Vocabulaire	10,3	Typographie	14,8	Syntaxe	16,0	Vocabulaire	4,6
Style	5,6	Texte	4,6	Orthographe grammaticale	4,3	Style	3,2
Texte	3,7	Orthographe grammaticale	4,3	Style	3,7	Texte	2,5
Orthographe grammaticale	3,0	Style	1,5	Texte	2,9	Orthographe grammaticale	1,7
Coquille	2,4	Coquille	0,9	Coquille	2,6	Coquille	0,8
N = 4 279 écarts	100,0	N = 324 écarts	100,0	N = 350 écarts	100,0	N = 2 197 écarts	100,0

Tout d'abord, on remarque que le classement, dans les trois premiers corpus, est dominé par cinq catégories – chacune recueillant plus de 10 % des écarts – et par quatre dans le corpus Twitter. Les erreurs de ponctuation sont assez fréquentes dans les quatre corpus (Facebook : 24,3 %, LinkedIn : 17,9 %, YouTube : 20,3 %, Twitter : 29,5 %), bien qu'elles soient proportionnellement plus courantes dans les corpus Twitter et Facebook – où environ le quart des écarts relèvent de cette catégorie –, et un peu moins répandues dans le corpus LinkedIn – où elles arrivent au deuxième rang plutôt qu'au premier. Dans ce dernier corpus, ce sont plutôt les écarts de

vocabulaire (21,6 %) qui arrivent en tête du classement. Le vocabulaire est également l'une des catégories les moins bien maîtrisées dans le corpus YouTube (18,0 %), alors qu'elle arrive plutôt au cinquième rang dans les corpus Facebook (10,3 %) et Twitter (4,6 %). Quant aux écarts de typographie, on observe une tendance inverse, puisqu'ils arrivent au deuxième rang dans le corpus Facebook (22,9 %), alors qu'ils occupent le troisième rang dans le corpus Twitter (17,4 %), le quatrième, dans le corpus YouTube (16,0 %) et le cinquième, dans le corpus LinkedIn (14,8 %). La fréquence des écarts par rapport à l'orthographe lexicale est similaire dans les trois premiers corpus (Facebook : 15,4 %, LinkedIn : 17,0 %, YouTube : 16,3 %), soit environ un écart sur six, mais est proportionnellement plus élevée dans le corpus Twitter (22,9 %), où elle dépasse un écart sur cinq. Enfin, les écarts de syntaxe sont relativement fréquents dans les corpus LinkedIn (17,3 %), YouTube (16,0 %) et Twitter (17,3 %), où ils représentent environ un écart sur six, mais le sont un peu moins dans le corpus Facebook (12,3 %), avec moins d'un écart sur huit.

### **2.3. CLASSEMENT DES ÉCARTS LES PLUS FRÉQUENTS DANS TWITTER**

Les sections précédentes ont permis de voir la répartition des écarts selon les catégories et les sous-catégories de la grille de correction. À présent, voyons un peu plus en détail quels écarts, toutes catégories confondues, sont les plus fréquents dans le corpus Twitter. Ces résultats seront ensuite comparés à ceux obtenus pour les trois corpus analysés dans l'étude.

Comme pour l'étude, ce portrait permet d'aller au-delà des observations concernant les catégories d'écarts, et de voir plus précisément quels écarts reviennent le plus souvent. Ainsi, cette section fournit des indications plus détaillées sur certains points de langue qui pourraient être mieux maîtrisés, une information utile dans le cadre d'une réflexion sur l'exemplarité attendue de l'administration publique, dans les médias sociaux comme ailleurs.

#### **2.3.1. Types d'écart les plus fréquents dans Twitter**

Le corpus Twitter, rappelons-le, contient 2 197 écarts, dont 2 030 relevés dans les publications et 167, dans les interactions. La grille de correction utilisée comprend 105 différents types d'écart répartis en 9 catégories (voir annexe). Puisque chaque catégorie est en quelque sorte « dominée » par un type d'écart, on peut se demander comment se présente le classement des écarts les plus fréquents lorsque toutes les catégories sont confondues, classement dont fait état le tableau 7.

**Tableau 7 : Classement des écarts dans le corpus Twitter selon la fréquence (≥ 4,0 %) par type d'écart, toutes catégories<sup>10</sup> confondues, et par type de texte**

Type de texte				Ensemble du corpus Twitter	
Publication		Interaction			
Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%
Virgule (PO)	13,7	Virgule (PO)	12,6	Virgule (PO)	13,6
Abréviation (OL)	9,2	Préposition (SY)	9,0	Abréviation (OL)	9,1
Préposition (SY)	8,1	Point (PO)	9,0	Préposition (SY)	8,1
Espacement (TY)	6,9	Espacement (TY)	9,0	Espacement (TY)	7,1
Majuscule/minuscule (OL)	6,1	Anglicisme (VO)	8,4	Majuscule/minuscule (OL)	6,2
Point (PO)	5,6	Majuscule/minuscule (OL)	7,2	Point (PO)	5,8
Tiret/trait d'union (TY)	5,0	Abréviation (OL)	7,2	Tiret/trait d'union (TY)	4,6
Déterminant (SY)	4,4	Registre (ST)	5,0	Déterminant (SY)	4,3
Nombre ou signe (OL)	4,4	Deux-points (PO)	4,8	Autres problèmes (I) (PO)	4,1
Autres problèmes (I) (PO)	4,0			Nombre ou signe (OL)	4,0
N = 1 369 écarts	67,4	N = 122 écarts	73,1	N = 1 472 écarts	67,0

Un des premiers éléments qu'on peut noter en consultant ce tableau, c'est que la dizaine d'écarts les plus fréquents représente les deux tiers des écarts recensés. En effet, les dix écarts le plus souvent relevés dans le corpus Twitter comptent pour 67,0 % de l'ensemble des écarts; cette proportion est de 67,4 % dans les publications et atteint 73,1 % dans les interactions. On remarque également que ces écarts gravitent autour de quatre catégories, soit la ponctuation, l'orthographe lexicale, la syntaxe et la typographie.

Ce classement par type d'écart, tout comme celui par catégorie présenté plus tôt dans ce chapitre (voir tableau 5), est dominé par les écarts de ponctuation : l'emploi erroné de la virgule est l'écart le plus fréquent du corpus (13,6 %), c'est-à-dire qu'il représente près d'un écart sur sept. Cet écart est un peu moins fréquent dans les interactions (12,6 %), mais il demeure qu'il est le seul dont la fréquence excède 10 %; **il s'agit par conséquent d'un indice clair de la non-maîtrise de cet élément de la langue**, de surcroît chez des personnes dont le métier consiste à communiquer<sup>11</sup>. Deux autres éléments de ponctuation figurent parmi les dix écarts les plus fréquents : l'utilisation erronée du point, qui récolte près de 6 %, ainsi que d'autres problèmes de ponctuation, une sous-catégorie utilisée principalement pour relever le recours à la barre verticale comme séparation visuelle, qui récolte un peu plus de 4 %.

10. Le cas échéant, les neuf catégories sont abrégées entre parenthèses comme suit dans le tableau : coquille (CO), orthographe lexicale (OL), orthographe grammaticale (OG), syntaxe (SY), ponctuation (PO), vocabulaire (VO), style (ST), texte (TE) et typographie (TY).

11. Comme le signalaient à la fois l'étude (voir point 3.5.1) et une étude consacrée à la langue des quotidiens et publiée par le Conseil supérieur de la langue française en mai 2015 (voir Kavanagh et coll., 2015 : 16, 31).

On remarque par ailleurs que trois éléments d'orthographe lexicale figurent parmi les dix écarts les plus fréquents : l'abréviation fautive (9,1 %), l'emploi inadéquat de la majuscule ou de la minuscule (6,2 %) ou encore d'un nombre ou d'un signe mathématique (4,0 %).

En syntaxe, on a relevé une proportion non négligeable d'utilisations erronées de la préposition (8,1 %) et du déterminant (4,3 %). Deux éléments de typographie posent également problème : l'usage inadéquat de l'espacement (7,1 %) et la confusion entre le tiret et le trait d'union (4,6 %).

Notons enfin que les anglicismes critiqués (8,4 %) et le recours à un registre inapproprié (5,0 %) sont un peu plus courants dans les interactions, ce qui pourrait s'expliquer par le caractère nécessairement plus personnalisé et spontané de ces micromessages.

### 2.3.2. Types d'écart les plus fréquents dans les corpus Facebook, LinkedIn, YouTube et Twitter

Un classement des types d'écart a déjà été présenté pour les corpus Facebook, LinkedIn et YouTube dans l'étude (voir point 3.5.4, tableau 14). Le tableau ci-dessous présente, côte à côte, les écarts de ces trois corpus ainsi que ceux du corpus Twitter qui récoltent 5 % ou plus.

**Tableau 8 : Classement des écarts dans les quatre corpus selon la fréquence (+5 %) et le type d'écart, toutes catégories<sup>12</sup> confondues**

Corpus 2012-2013						Corpus 2016	
Facebook		LinkedIn		YouTube		Twitter	
Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%	Type d'écart	%
Virgule (PO)	13,8	Majuscule/minuscule (OL)	9,0	Virgule (PO)	16,6	Virgule (PO)	13,6
Majuscule/minuscule (OL)	8,3	Anglicisme (VO)	8,3	Majuscule/minuscule (OL)	12,0	Abréviation (OL)	9,1
Espacement (TY)	8,1	Complément de phrase (SY)	8,0	Sens du mot (VO)	7,4	Préposition (SY)	8,1
Point (PO)	5,3	Espacement (TY)	6,5	Préposition (SY)	6,0	Espacement (TY)	7,1
		Sens du mot (VO)	5,6	Insécable (TY)	5,1	Majuscule/minuscule (OL)	6,2
		Virgule (PO)	5,2			Point (PO)	5,8
N = 1 519 écarts	35,5	N = 138 écarts	42,6	N = 165 écarts	47,1	N = 1 096 écarts	49,9

12. Le cas échéant, les neuf catégories sont abrégées entre parenthèses comme suit dans le tableau : coquille (CO), orthographe lexicale (OL), orthographe grammaticale (OG), syntaxe (SY), ponctuation (PO), vocabulaire (VO), style (ST), texte (TE) et typographie (TY).

Malgré la variation dans la taille des corpus, certaines observations peuvent être faites en ce qui a trait à la fréquence des écarts. D'abord, on note que les problèmes liés à l'emploi de la virgule figurent à la tête des corpus Facebook (13,8 %), YouTube (16,6 %) et Twitter (13,6 %); par contre, les écarts de ce type sont relativement moins fréquents dans le corpus LinkedIn (5,2 %), où ils occupent le sixième rang. Ce corpus est d'ailleurs le seul pour lequel aucun type d'écart n'atteint une proportion de 10 %. Toujours en ce qui a trait à la ponctuation, l'emploi du point est une source notable d'écarts à la fois dans les corpus Facebook (5,3 %) et Twitter (5,8 %).

En orthographe lexicale, l'emploi de la majuscule ou de la minuscule pose problème dans les quatre corpus (Facebook : 8,3 %, LinkedIn : 9,0 %, YouTube : 12,0 %, Twitter : 6,2 %), où il représente entre un écart sur huit et un écart sur seize.

Du point de vue de la typographie, l'usage inadéquat de l'espacement est relativement fréquent dans les corpus Facebook (8,1 %), LinkedIn (6,5 %) et Twitter (7,1 %), alors que c'est l'insécabilité qui est moins bien maîtrisée dans le corpus YouTube (5,1 %).

Les corpus LinkedIn et YouTube présentent une proportion élevée d'écarts de vocabulaire en ce qui a trait aux anglicismes (LinkedIn : 8,3 %) et aux impropriétés de sens (LinkedIn : 5,6 %, YouTube : 7,4 %).

Enfin, une des particularités du corpus Twitter est la proportion élevée d'abréviations ou de symboles erronés (9,1 %) qu'on y recense, particularité qui s'explique notamment par un recours plus fréquent à ce procédé étant donné la limite de caractères; nous y reviendrons au prochain chapitre (point 3.1). Ce corpus est également celui qui présente la plus grande concentration selon le type d'écart : les six écarts les plus fréquents correspondent à la moitié (49,9 %) des écarts de ce corpus.

### CHAPITRE 3 RELEVÉ DE CERTAINES CARACTÉRISTIQUES

Outre les écarts linguistiques dont il a été question jusqu'à présent, huit caractéristiques ont également été recensées lors du dépouillement du corpus Twitter. Le relevé de ces caractéristiques permet d'étayer davantage la réflexion sur l'usage du français par l'administration publique dans les médias sociaux. Le tableau 9 fait état de la fréquence à laquelle les huit caractéristiques ont été recensées selon le nombre de textes pour le corpus Twitter, en distinguant les deux types de textes qu'on y trouve. Le tableau 10, pour sa part, montre la fréquence des caractéristiques pour les quatre corpus selon le nombre de textes. Ces données sont commentées ci-après, selon les différentes caractéristiques observées.

**Tableau 9 : Fréquence des caractéristiques recensées dans le corpus Twitter selon le nombre de textes et leur type**

Caractéristique	Type de texte		Ensemble du corpus Twitter
	Publications	Interactions	
Abréviation	12,7 %	5,9 %	11,9 %
Contrainte du média	12,5 %	0,5 %	11,1 %
Particularité de Twitter	5,4 %	4,4 %	5,3 %
Portion en anglais	3,5 %	8,9 %	4,1 %
Écart par rapport à l'OQLF	2,7 %	4,4 %	2,9 %
Binette	1,5 %	3,9 %	1,8 %
Différence entre les ouvrages	0,1 %	2,5 %	0,4 %
Orthographe rectifiée	0,1 %	0,0 %	0,1 %
<b>Nombre de textes</b>	<b>1 533</b>	<b>203</b>	<b>1 736</b>

**Tableau 10 : Fréquence des caractéristiques recensées dans les quatre corpus selon le nombre de textes et le corpus**

Caractéristique	Corpus 2012-2013			Corpus 2016
	Facebook	LinkedIn	YouTube	Twitter
Abréviation				11,9%
Contrainte du média	10,0%	1,3%	1,9%	11,1%
Particularité de Twitter				5,3%
Portion en anglais	2,3%	0,6%	2,5%	4,1%
Écart par rapport à l'OQLF	10,1%	12,9%	5,0%	2,9%
Binette	4,8%	0,0%	0,0%	1,8%
Différence entre les ouvrages	3,2%	1,9%	3,7%	0,4%
Orthographe rectifiée	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Référent d'un autre média social (@, #)	2,4%	5,8%	0,0%	
<b>Nombre de textes</b>	<b>2 041</b>	<b>155</b>	<b>161</b>	<b>1 736</b>

### 3.1. RECOURS À L'ABRÉVIATION

Le recours à l'abréviation est un phénomène courant dans des contextes de rédaction comme l'envoi de textos ou de micromessages, envois qui sont par convention plus succincts que d'autres types de textes. Distincte du sigle, de l'acronyme ou du symbole<sup>13</sup>, « [l']abréviation est la forme réduite d'un mot résultant du retranchement d'une partie des lettres de ce mot<sup>14</sup> ».

Lors des analyses exploratoires du corpus Twitter, il est apparu évident qu'on y recensait une proportion importante d'abréviations, notamment en comparaison à ce qui a pu être observé dans les corpus Facebook, LinkedIn et YouTube analysés dans l'étude (voir chapitre 4 de l'étude).

C'est pourquoi il a été décidé d'ajouter aux caractéristiques recensées les abréviations respectueuses du code – c'est-à-dire celles attestées dans les ouvrages de référence –, mais qui ne sont généralement pas admises dans les contextes de rédaction propres à l'administration publique.

Abréviation (caractéristique)

« Où dormir près du #CUSM? L'Auberge St-Jacques. » (publication sur Twitter, février 2016)

L'abréviation est la caractéristique la plus fréquente dans le corpus Twitter : près d'un micromessage sur huit (11,9 %) en contient, relevé qui inclut une part d'abréviations recensées parmi les écarts d'orthographe lexicale<sup>15</sup> (voir point 2.1.2). C'est dire que les abréviations sont répandues dans ce média social. Il pourrait par conséquent s'avérer pertinent d'envisager de fournir, dans un outil d'aide à la rédaction pour le Web 2.0 dans l'administration publique, une liste d'abréviations admises pour ceux qui écrivent au nom de l'État dans Twitter.

### 3.2. CONTRAINTES DU MÉDIA

Comme pour l'étude, la contrainte du média concerne toute caractéristique qui n'a pu être comptabilisée comme un écart parce que le média ne permet pas l'usage recommandé (voir point 4.2 de l'étude).

---

13. **Sigle** : « suite d'initiales de plusieurs mots qui forme un mot unique », p. ex. *OGM* pour *organisme génétiquement modifié*; **acronyme** : « sigle prononcé comme un mot ordinaire ou un mot formé de syllabes de mots différents », p. ex. *zec* pour *zone d'exploitation contrôlée*; **symbole** : « signe conventionnel, qui peut notamment consister en une ou plusieurs lettres, correspondant à une réalité, à un élément, à une unité de mesure, à une opération, etc. », p. ex. *cm* pour *centimètre*. OQLF (s. d.), « Les types d'abréviations », *Banque de dépannage linguistique*, OQLF, [en ligne]. [[http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit\\_bdl.asp?Th=2&t1=&id=1117](http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?Th=2&t1=&id=1117)] (consulté le 23 septembre 2016)

14. OQLF (s. d.), « Les types d'abréviations », *Banque de dépannage linguistique*, OQLF, [en ligne]. [[http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit\\_bdl.asp?Th=2&t1=&id=1117](http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?Th=2&t1=&id=1117)] (consulté le 23 septembre 2016)

15. À noter que la sous-catégorie en question ne comprend pas que les écarts liés à l'abréviation – elle inclut également ceux liés aux symboles. Par conséquent, les données de ces deux ensembles ne sont pas complémentaires.

La contrainte du média est une caractéristique relativement fréquente dans Twitter, puisqu'elle apparaît dans un texte sur neuf (11,1 %). On observe davantage de contraintes liées au média dans les publications, où l'on en relève dans un texte sur huit (12,5 %). Ce constat renforce l'observation formulée dans l'étude, selon laquelle une adaptation et une uniformisation des procédés de mise en relief recommandés pour la rédaction dans les médias sociaux pourraient être envisagées (voir point 6.5.1 de l'étude).

### 3.3. UTILISATION D'UNE ABRÉVIATION OU D'UN SIGNE PARTICULIER À TWITTER

Dans l'analyse du corpus Twitter, le relevé de l'utilisation d'une abréviation ou d'un signe particulier à Twitter a remplacé celui d'une autre caractéristique dans l'étude, soit le relevé d'un référent d'un autre média social. Cette modification à la grille était nécessaire, puisque, dans les corpus Facebook, LinkedIn et YouTube, le relevé de cette caractéristique concernait les énoncés précédés du symbole @ ou #, c'est-à-dire de référents qui sont le propre de Twitter, mais dont l'usage tend à se répandre, notamment en ligne et dans les textos (voir point 4.5 de l'étude), bien que cette pratique puisse être aussi considérée comme un écart lorsque le caractère @ ou # est source d'interférence dans l'énoncé (voir point 3.3.7 de l'étude).

Ainsi, dans le corpus Twitter, les énoncés précédés seulement de @ ou de # n'ont pas été relevés, puisque ces deux symboles remplissent une fonction langagière de base dans ce média social. Cela dit, le recours à quatre abréviations ou signes (soit RT, MT, ^ et .@) – il en existe d'autres – a par ailleurs été relevé dans un micromessage sur 19 (5,3 %). L'abréviation **RT** provient de l'anglais *retweet* et signale la redistribution d'un micromessage par un abonné (Demyttenaere, 2014). L'abréviation **MT**, quant à elle, est tirée de l'anglais *modified tweet* et signale également la redistribution d'un micromessage, mais qui a été modifié (*ibid.*). L'accent circonflexe [^] suivi d'initiales (p. ex. ^JB) fournit une indication de l'auteur d'un micromessage rédigé pour le compte d'un groupe, ici un ministère ou organisme (Turner, 2013). Enfin, le symbole .@ suivi du pseudonyme d'un abonné est utilisé afin de permettre à tous les abonnés d'un compte Twitter de voir une réponse adressée à un utilisateur (Edelstein, 2011).

Abréviation ou signe particulier à Twitter (^)

« Veuillez vous référer au MTQ pour la voie réservée sur l'autoroute des Laurentides. ^RS » (interaction sur Twitter, février 2016)

Abréviation ou signe particulier à Twitter (RT)

« RT @jdemontreal: Stressés à 18 ans et sereins à 65 ans » (publication sur Twitter, février 2016)

Ce relevé rend compte d'une nécessaire maîtrise de certains codes pour les usagers de Twitter, ce qui n'est pas forcément le cas pour les trois autres médias sociaux examinés dans l'étude. Ces codes sont particuliers à Twitter, c'est-à-dire qu'on ne les trouve pas dans d'autres types d'écrits, mais ne sauraient être considérés comme fautifs.

### **3.4. PORTION EN ANGLAIS**

Ici, comme dans l'étude (voir point 4.6), il s'agit de recenser les portions de texte qui sont rédigées en anglais. Ces portions n'ont pas été considérées dans le relevé des écarts. Le but était de fournir une idée de la présence de l'anglais dans les médias sociaux utilisés par les ministères et organismes.

Environ un texte sur 25 (4,1 %), dans le corpus Twitter, comporte une portion en anglais, ce qui représente le double de ce qui a été relevé dans l'étude pour le corpus Facebook (2,2 %). Cela pourrait s'expliquer par une différence sur le plan méthodologique entre cet addenda et l'étude, puisque cette dernière porte uniquement sur les ministères et organismes tenus de se conformer à la Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration (voir point 1.4.1 de l'étude). De plus, on remarque que la proportion d'anglais est plus élevée dans les interactions (8,9 %) que dans les publications (3,5 %); on pourrait y voir un rapport avec la langue utilisée par le citoyen.

Cela dit, la présence de l'anglais, dans le corpus Twitter comme dans les corpus Facebook, LinkedIn et YouTube, demeure ponctuelle.

### **3.5. ÉCART PAR RAPPORT AUX RECOMMANDATIONS<sup>16</sup> DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE**

Le relevé de cette caractéristique vise à dénombrer la proportion d'usages recommandés *uniquement* dans les outils produits par l'Office québécois de la langue française (OQLF), c'est-à-dire les usages qui sont absents des autres ouvrages de référence consultés ou qui y sont attestés sans être considérés comme des écarts (voir point 4.1 de l'étude).

---

16. Rappelons que les termes *recommander* et *recommandation*, dans cet addenda comme dans l'étude, sont utilisés dans leur sens général, sans implicite d'officialisation (voir point 1.4.4 de l'étude).

L'inobservance d'une recommandation de l'OQLF a été notée dans environ un micromessage sur 35 (2,9 %) dans le corpus Twitter. Cette caractéristique est ainsi relativement moins fréquente dans Twitter que dans Facebook, LinkedIn et YouTube, où de 5,0 % à 12,9 % des textes analysés contiennent un écart par rapport aux recommandations de l'OQLF (voir tableaux 16 et 17 de l'étude). Cet état de fait pourrait notamment s'expliquer par l'écart temporel qui sépare la constitution des deux corpus ou encore par la mise à jour des outils de l'OQLF au cours des dernières années en ce qui a trait au vocabulaire lié aux médias sociaux.

### 3.6. BINETTE

Il s'agit ici de relever la présence des binettes<sup>17</sup> (y compris des émojis<sup>18</sup> ou autres pictogrammes), peu importe que leur emploi constitue un écart ou non. D'ailleurs, presque aucun emploi fautif (0,5 % des écarts de typographie), c'est-à-dire de substitution à la ponctuation requise, n'a été recensé dans le corpus Twitter (voir point 2.1.3). Signalons d'emblée que cela dénote une meilleure intégration de la binette par rapport à ce qui a été observé dans Facebook, où 40,8 % des binettes utilisées l'étaient de façon erronée (voir point 4.3 de l'étude).

Un micromessage sur 55 (1,8 %), dans le corpus Twitter, contient une binette, et leur utilisation est un peu plus fréquente dans les interactions (3,9 %) que dans les publications (1,5 %).

### 3.7. DIFFÉRENCE ENTRE LES OUVRAGES ET ORTHOGRAPHE RECTIFIÉE

Chacune de ces deux caractéristiques a été relevée dans moins de 1 % des micromessages du corpus Twitter; c'est pourquoi elles ne sont pas l'objet d'un développement plus poussé dans cet addenda.

Comme pour l'étude, plusieurs outils ont servi à déterminer quels emplois devaient être considérés comme des écarts dans l'analyse linguistique de cet addenda (voir point 4.4 de l'étude). Le relevé de différences entre les ouvrages est une caractéristique qui rend compte d'une consultation des outils qui ne permet pas de dégager un consensus. Une proportion très faible de micromessages (0,4 %) comporte un emploi pour lequel le traitement n'est pas le même d'un ouvrage à l'autre.

---

17. Pour la distinction entre *binette* et *emoji*, voir le point 6.4 de l'étude, consacré au recours à la binette dans les médias sociaux.

18. Soulignons que le terme *emoji* – tout comme sa graphie accentuée – a fait son entrée dans différents ouvrages de référence en 2016, notamment dans *Le grand dictionnaire terminologique*, *Le petit Robert* et *Antidote*.

Les graphies rectifiées qui figurent dans la liste diffusée par la BDL de l'OQLF figuraient également parmi les caractéristiques à relever lors de l'analyse linguistique du corpus Twitter, mais à peu près aucune n'a été recensée (0,1 %). Ce résultat est similaire à ce qui a pu être observé dans les corpus Facebook, LinkedIn et YouTube, où moins de dix textes (0,3 %) comptent des rectifications de l'orthographe (voir point 4.7 de l'étude).

Ce tour d'horizon de diverses caractéristiques relevées dans le corpus Twitter a permis de constater que, comme dans le corpus Facebook, on relève une contrainte du média dans au moins un texte sur dix. Par contre, le corpus Twitter compte une proportion un peu plus élevée de textes en anglais que les trois autres corpus, mais cette utilisation de l'anglais a été relevée surtout dans les interactions. Parmi les particularités du corpus Twitter, on note le recours à l'abréviation, qui est probablement tributaire de la limite de 140 caractères propre à ce média social. Enfin, on recense des proportions plus faibles d'écarts par rapport à l'OQLF et de différences entre les ouvrages de même que de recours aux binettes; l'usage des binettes est par ailleurs moins fréquent dans Twitter que dans Facebook et on recense également moins d'écarts dans Twitter par rapport à leur utilisation.

## CONCLUSION

Le présent addenda sur l'utilisation de Twitter par l'administration publique a cherché à mesurer la qualité de la langue dans un quatrième média social, dans le but de compléter les analyses sur Facebook, LinkedIn et YouTube présentées dans l'étude *Écrire pour l'État à l'ère du Web 2.0 : l'exemplarité de l'administration publique québécoise en matière d'emploi et de qualité de la langue française dans les médias sociaux*.

Cet addenda étant bref, un résumé des observations présentées pour chacun des éléments analysés aux chapitres 2 et 3 ne semble pas nécessaire. Il est apparu pertinent de s'en tenir plutôt à deux éléments pour cette conclusion. D'abord, nous proposons une synthèse des nouvelles observations qu'a permis l'examen du corpus Twitter de même qu'un retour sur les recoupements possibles avec l'analyse linguistique des corpus Facebook, LinkedIn et YouTube examinés dans l'étude. Ensuite, nous passons à un rappel ciblé des propositions tirées de la conclusion générale de l'étude qui trouvent un écho dans cet addenda ainsi que des particularités qui méritent d'en être dégagées.

### SYNTHÈSE DE L'ANALYSE LINGUISTIQUE DES QUATRE CORPUS

L'étude, rappelons-le, a été consacrée à l'analyse linguistique de plus de 2 300 textes publiés par l'administration publique en 2012-2013 dans Facebook, LinkedIn et YouTube; cet addenda se penche pour sa part sur plus de 1 700 micromessages diffusés par celle-ci en 2016 dans Twitter.

#### Écarts

En tout et pour tout, 4 953 écarts ont été recensés dans les 2 357 textes tirés de Facebook, LinkedIn et YouTube, ce qui représente une moyenne de 2,1 écarts par texte. Pour ce qui est de Twitter, 2 197 écarts ont été recensés dans les 1 736 micromessages analysés, ce qui donne une moyenne de 1,27 écart par micromessage. Cela ne signifie pas pour autant que la proportion d'écarts est plus élevée dans les trois premiers corpus, puisqu'il faut se rappeler que la longueur des textes varie de quelques lignes à une page-écran (voir point 3.2 de l'étude), comparativement aux micromessages de Twitter, qui comptent un maximum de 140 caractères.

Cela dit, voici ce qui ressort des résultats en ce qui a trait aux catégories et aux types d'écart répertoriés.

L'analyse linguistique du corpus Twitter révèle que quatre catégories, c'est-à-dire la ponctuation (29,5 %), l'orthographe lexicale (22,9 %), la typographie (17,4 %) et la syntaxe (17,3 %), récoltent chacune plus du sixième des écarts, pour totaliser 87,1 % de l'ensemble des écarts recensés, soit environ 7 écarts sur 8. Par ailleurs, certains aspects de la langue semblent assez bien maîtrisés dans le corpus Twitter; c'est le cas de l'orthographe grammaticale (1,7 %) et des coquilles (0,8 %), catégories pour lesquelles on recense une très faible proportion d'écarts.

Dans les trois corpus de l'étude, le classement est plutôt dominé par cinq catégories, chacune recueillant plus du dixième des écarts. Les erreurs de ponctuation sont assez fréquentes dans les quatre corpus, bien qu'elles soient proportionnellement plus courantes dans les corpus Twitter (29,5 %) et Facebook (24,3 %). Dans le corpus LinkedIn, ce sont plutôt les écarts de vocabulaire (21,6 %) qui arrivent en tête du classement; il s'agit également de l'une des catégories les moins bien maîtrisées dans le corpus YouTube (18,0 %). Quant aux écarts de typographie, ils arrivent au deuxième rang dans le corpus Facebook (22,9 %) et au troisième dans le corpus Twitter (17,4 %). La fréquence des écarts par rapport à l'orthographe lexicale est similaire dans les corpus Facebook (15,4 %), LinkedIn (17,0 %) et YouTube (16,3 %), soit environ un écart sur six, mais est proportionnellement plus élevée dans le corpus Twitter (22,9 %), où elle dépasse un écart sur cinq. Enfin, les écarts de syntaxe sont relativement fréquents dans les corpus LinkedIn, YouTube et Twitter, où ils représentent environ un écart sur six.

Pour ce qui est des types d'écart, l'analyse du corpus Twitter révèle que la dizaine d'écarts les plus fréquents représente 67,0 % de l'ensemble des écarts recensés. L'emploi erroné de la virgule est l'écart le plus fréquent de ce corpus (13,6 %), c'est-à-dire qu'il représente près d'un écart sur sept. Ce type d'écart figure également en tête du classement des corpus Facebook (13,8 %) et YouTube (16,6 %).

L'emploi de la majuscule ou de la minuscule pose problème dans les quatre corpus, où il représente entre un écart sur huit et un écart sur seize. L'usage inadéquat de l'espacement est relativement fréquent dans les corpus Facebook (8,1 %), LinkedIn (6,5 %) et Twitter (7,1 %), alors que c'est l'inséabilité qui est moins bien maîtrisée dans le corpus YouTube (5,1 %).

Le corpus Twitter, enfin, a la particularité de compter une proportion élevée d'abréviations ou de symboles erronés (9,1 %), particularité qui s'explique probablement par le recours plus fréquent à ce procédé en raison de la limite de 140 caractères par micromessage.

## **Caractéristiques**

Passons maintenant aux principaux constats qui se dégagent du chapitre 3, consacré au relevé de diverses caractéristiques propres aux médias sociaux.

Le recours à l'abréviation, encore une fois, est le propre du corpus Twitter, où l'on en recense dans près d'un micromessage sur huit. Ce corpus compte également une proportion un peu plus élevée de textes en anglais que les trois autres corpus, mais cette utilisation de l'anglais a été relevée surtout dans les interactions avec les citoyens. On a en outre relevé une contrainte du média – c'est-à-dire une incompatibilité entre le média utilisé et l'usage recommandé – dans au moins un texte sur dix, et ce, à la fois dans les corpus Twitter et Facebook. Les binettes, les écarts par rapport à l'OQLF et les différences entre les ouvrages ont pour leur part été recensés dans une plus faible proportion dans le corpus Twitter que dans le corpus Facebook.

## **RETOUR SUR QUELQUES ÉLÉMENTS DE RÉFLEXION**

La conclusion de l'étude insiste sur le fait que certaines manœuvres (p. ex. les procédés de mise en relief, le recours à l'insécable ou au tiret) sont difficiles, voire impossibles à réaliser dans les médias sociaux, et soulève également que l'usage recommandé (p. ex. le choix du registre ou l'écriture des nombres en chiffres ou en lettres) n'est pas toujours adapté aux situations de communication caractéristiques des médias sociaux.

Qu'en est-il pour l'addenda? Ces constats trouvent écho dans l'examen du corpus Twitter, et se voient même renforcés sur quelques points, notamment en ce qui a trait au recours à des abréviations ou à l'écriture des nombres en chiffres – pour ne nommer que ces deux exemples –, qui répondent à une contrainte du média. Il semble évident que ces deux façons de faire répondent à des impératifs de communication propres aux médias sociaux et qu'elles ne sauraient être systématiquement considérées comme des écarts attribuables à une méconnaissance de la langue. L'utilisation des médias sociaux ne saurait non plus dédouaner ceux qui écrivent au nom de l'État de leur devoir d'exemplarité par rapport à la langue française. Comme tout moyen de communication adopté par l'État, l'usage des médias sociaux mérite un encadrement approprié, dans le respect des codes qui leur sont propres, mais aussi avec le souci constant de diffuser un français à la fois actuel et exemplaire.

Les médias sociaux sont des outils utiles qui permettent un rapprochement entre l'État et les citoyens. Ce rapprochement ne saurait se faire au détriment d'une langue de qualité, tout comme on ne saurait ignorer les codes qui en font – justement – des médias *sociaux*.

## BIBLIOGRAPHIE

(N. B. : Pour une bibliographie plus complète sur les médias sociaux et leur usage dans l'administration publique québécoise, le lecteur est invité à consulter la bibliographie de l'étude.)

CEFRIO (2015), *Les médias sociaux, une plus forte présence dans le processus d'achat des Québécois*, enquête NETendances 2015, vol. 6, n° 1, juillet, [en ligne]. [<http://www.cefrio.qc.ca/media/uploader/FasciculeNETendances2015-MdiasSociaux-Versionfinale.pdf>] (consulté le 3 novembre 2015)

COMMISSION DE TOPONYMIE DU QUÉBEC (2016), *Banque de noms de lieux du Québec* [Topos], [en ligne]. [<http://www.toponymie.gouv.qc.ca/CT/toposweb/recherche.aspx>]

DEMYTTENAERE, Valérie (2014), « Le vocabulaire Twitter », *Gimme Social Web* [blogue], 22 juillet, [en ligne]. [<http://www.gimmesocialweb.fr/le-vocabulaire-twitter/>] (consulté le 8 juillet 2016)

DRUIDE INFORMATIQUE (2016), *Antidote 9*, v3, Montréal, *Druide*.

EDELSTEIN, Matt (2011), "So What Does Dot (Period) Mean In Front of Some Twitter Replies (.@)", *shoqvalue.com*, 24 janvier, [en ligne]. [<http://shoqvalue.com/what-does-dot-atsign-mean-on-twitter/>] (consulté le 26 septembre 2016)

GUÉNETTE, Louise, François LÉPINE et Renée-Lise ROY (2004), *Guide d'autocorrection du français écrit : le français tout compris*, 2<sup>e</sup> édition, Montréal, Éditions du Renouveau Pédagogique inc. (ERPI).

GUILLOTON, Noëlle, et Hélène CAJOLET-LAGANIÈRE (2014), *Le français au bureau*, 7<sup>e</sup> édition revue et augmentée par Martine Germain et Noëlle Guilloton, Québec, Les Publications du Québec.

KAVANAGH, Éric, Caroline MARCOUX, Isabelle PARÉ et Renée-Lise ROY (2015), *Étude sur la qualité de la langue dans six quotidiens québécois publiés de 2010 à 2013*, Québec, Conseil supérieur de la langue française.

OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE (OQLF) (2016a), *Les médias sociaux et la Charte de la langue française : guide pratique à l'intention des entreprises*, Montréal, OQLF, [en ligne]. [<http://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/guide-medias-sociaux.pdf>] (consulté le 1<sup>er</sup> avril 2016)

OQLF (2016b), *Le grand dictionnaire terminologique*, [en ligne]. [[www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca](http://www.gdt.oqlf.gouv.qc.ca)]

OQLF (2016c), *Banque de dépannage linguistique*, [en ligne]. [<http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html>]

- PAOLI, Juliette (2013), *Le grand guide des médias sociaux*, vol. 1, n° 1, Publications Charron & Cie inc., 11 octobre.
- Petit Robert (Le)*, version numérique, version 5, millésime 2017, Paris, Dictionnaires Le Robert.
- SHERMAN, Todd (2016), “Coming soon: express even more in 140 characters”, *Twitter Blog*, 24 mai, [en ligne]. [<https://blog.twitter.com/express-even-more-in-140-characters>] (consulté le 16 août 2016)
- TURNER, Amy-Mae (2013), “The Complete Guide to Twitter Lingo”, *Mashable*, 19 juillet, [en ligne]. [<http://mashable.com/2013/07/19/twitter-lingo-guide/#YyLr3tNy0GqE>] (consulté le 26 septembre 2016)
- Usito* (2016), Sherbrooke, Éditions Delisme, [en ligne].
- VILLERS, Marie-Éva de (2015), *Multidictionnaire de la langue française*, 6<sup>e</sup> édition, Montréal, Québec Amérique.
- WONG, Julia Carrie (2016), “Twitter’s new tweets: videos, photos, gifs won’t count toward 140 characters”, *The Guardian*, 19 septembre, [en ligne]. [<https://www.theguardian.com/technology/2016/sep/19/twitter-character-limit-video-photo-gif>] (consulté le 22 septembre 2016)

## **ANNEXE GRILLE DE CORRECTION**

### **ÉCARTS**

#### **COQUILLES (CO)**

CO.1 Coquilles et autres accidents graphiques

#### **ORTHOGRAPHE LEXICALE (OL)**

OL.1 Erreur portant sur les accents et le tréma  
OL.2 Erreur relative à l'emploi de la cédille  
OL.3 Erreur portant sur les voyelles  
OL.4 Erreur relative à la transcription des semi-voyelles (ou semi-consonnes)  
OL.5 Erreur portant sur les consonnes  
OL.6 Erreur portant sur les homophones lexicaux  
OL.7 Erreur portant sur les majuscules et les minuscules  
OL.8 Erreur relative à l'élision et à l'emploi de l'apostrophe  
OL.9 Erreur relative à l'emploi du trait d'union  
OL.10 Erreur relative à l'emploi des nombres et des signes mathématiques  
OL.11 Erreur relative aux abréviations et aux unités de mesure  
OL.12 Erreur relative à l'écriture des dates  
OL.13 Erreur relative à l'écriture des sigles  
OL.14 Jonction indue de deux mots  
OL.15 Coupure fautive de mot  
OL.16 Mauvaise division de mot en fin de ligne  
OL.17 Erreurs sur l'orthographe des noms propres  
OL.18 Erreurs sur l'orthographe des mots étrangers  
OL.19 Cataclysme orthographique  
OL.20 Autres cas (ex. : graphies tronquées)

#### **ORTHOGRAPHE GRAMMATICALE (OG)**

OG.1 Conjugaison  
OG.2 Participe présent, adjectif participe et adjectif  
OG.3 Variation morphologique des noms  
OG.4 Variation morphologique des adjectifs  
OG.5 Forme du déterminant  
OG.6 Forme du pronom  
OG.7 Barbarisme grammatical  
OG.8 Homophones grammaticaux  
OG.9 Erreur sur le genre du nom  
OG.10 Erreur sur le nombre du nom  
OG.11 Accord du nom  
OG.12 Accord de l'adjectif  
OG.13 Accord du déterminant  
OG.14 Accord du pronom  
OG.15 Invariabilité de l'adverbe

OG.16	Accord du verbe avec le sujet
OG.17	Accord du participe passé
OG.18	Erreur liée à l'invariabilité du participe présent

### **SYNTAXE (SY)**

SY.1	Emploi du déterminant
SY.2	Emploi du pronom
SY.3	Emploi du verbe
SY.4	Emploi de la préposition
SY.5	Emploi de la conjonction
SY.6	Erreur liée au sujet
SY.7	Erreur liée aux compléments du verbe
SY.8	Erreur liée au complément du nom ou de l'adjectif
SY.9	Erreur liée au complément de phrase
SY.10	Erreur liée à la principale
SY.11	Erreur liée à la subordonnée complétive
SY.12	Erreur liée à la subordonnée relative
SY.13	Erreur liée à la négation ou à la restriction
SY.14	Erreur liée à la phrase interrogative
SY.15	Erreur liée à la comparaison et au superlatif
SY.16	Erreur liée à la mise en relief
SY.17	Erreur liée à l'ordre des mots ou des groupes de mots
SY.18	Ellipse fautive
SY.19	Erreur liée à la coordination (énumération incohérente)
SY.20	Erreur liée à l'intégration des citations
SY.21	Anglicisme syntaxique
SY.22	Absence d'un mot ou d'un groupe de mots dans la phrase
SY.23	Désordre syntaxique inextricable

### **PONCTUATION (PO)**

PO.1	Le point
PO.2	Le point d'interrogation
PO.3	Le point d'exclamation
PO.4	Les points de suspension
PO.5	La virgule
PO.6	Le deux-points
PO.7	Le point-virgule
PO.8	Les parenthèses
PO.9	Les crochets
PO.10	Le tiret
PO.11	Les guillemets
PO.12	Omission de la majuscule en tête de phrase
PO.13	Ponctuation hystérique
PO.14	Autres problèmes de ponctuation (ex. : barre verticale)

## **VOCABULAIRE (VO)**

VO.1	Sens du mot ou de l'expression
VO.2	Mot ou expression manquant de précision
VO.3	Incompatibilité sémantique entre deux mots ou expressions
VO.4	Termes inutiles ou redondance
VO.5	Barbarisme
VO.6	Altération d'une expression figée
VO.7	Anglicisme
VO.8	Terme vieilli ou archaïsme
VO.9	Jargon
VO.10	Autres cas (ex. : erreur par rapport à la dénomination)
VO.11	Emploi critiqué
VO.12	Néologisme non attesté dans les ouvrages de référence

## **STYLE (ST)**

ST.1	Niveau de langue
ST.2	Image boiteuse
ST.3	Maladresses diverses (ex. : inconstance dans la féminisation)

## **TEXTE (TE)**

TE.1	Référence anaphorique
TE.2	Incohérence dans l'emploi des temps
TE.3	Usage inadéquat du sigle
TE.4	Recours à un @, à un # ou à un hyperlien nuisant à la compréhension

## **TYPOGRAPHIE (TY)**

TY.1	Espacement
TY.2	Omission de l'insécable
TY.3	Guillemets (mauvais signe)
TY.4	Omission de la ligature
TY.5	Énumération (ponctuation absente ou inadéquate)
TY.6	Confusion entre le tiret et le trait d'union
TY.7	Ordre des signes de ponctuation
TY.8	Binette substituée à une ponctuation régulière
TY.9	Saut de ligne ou autre rupture visuelle
TY.10	Mise en relief inadéquate ou inexistante

## CARACTÉRISTIQUES

Abrév.	Recours à l'abréviation
Média	Contrainte du média
Twitter	Utilisation d'une abréviation ou d'un signe particulier à Twitter
Anglais	Portion en anglais
Écart OQLF	Écart par rapport aux recommandations de l'OQLF (BDL, GDT, FAB, Topos)
Binette	Binette, émoji ou autre pictogramme
Diff.	Différence entre les ouvrages
OR	Orthographe rectifiée

*Conseil supérieur  
de la langue  
française*

Québec 

800, place D'Youville, 13<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 3P4  
Téléphone : 418 643-2740  
Télécopieur : 418 644-7654  
Courriel : [cslf@cslf.gouv.qc.ca](mailto:cslf@cslf.gouv.qc.ca)

[www.cslf.gouv.qc.ca](http://www.cslf.gouv.qc.ca)