

personne, mais bien les interactions entre un groupe de personnes. D'une seule personne, on dira qu'elle est «sociable».

- **Accès** : capacité de se rendre dans un endroit ou d'obtenir quelque chose. Intensité passagère de certains symptômes pathologiques ou d'un état émotionnel.
- **Excès** : quantité supérieure à la normale.

C'est dans sa seconde acception que le terme «accès» sera le plus souvent confondu avec le mot «excès». Pour faire la différence, demandez-vous si l'état d'intensité que vous souhaitez qualifier est intense et ponctuel ou s'écoule sur une plus longue durée. «Pris d'un accès de bonté, il a consenti à prêter sa Porsche. Ses amis étaient profondément touchés par ses excès de bonté.» Vous voyez la nuance?

- **Classer** : ranger dans un ordre précis.
- **Classifier** : définir un système de classement.

Ces verbes sont régulièrement utilisés comme des synonymes, même s'il existe une nuance fondamentale : la personne qui «classe» organise les choses selon un ordre prédéfini, alors que celle qui «classifie» détermine le système de classement.

- **Infraction** : toute entorse à une règle prédéfinie ou une loi.
- **Effraction** : fait d'entrer dans un lieu fermé sans y avoir été autorisé en forçant une serrure ou une clôture.

Ces deux mots ont la même racine latine, *frangere* (briser). Dans le premier cas, une règle est brisée, alors que dans le second, il s'agit d'une clôture.

- **Conjecture** : hypothèse sans fondement factuel. Par exemple : «Frédéric se perdit dans toutes sortes de conjectures, et il eut envie de s'en retourner là-bas¹.»
- **Conjoncture** : contexte. Par exemple : «Il avait un trop violent désir de revoir la jeune fille pour ne pas profiter de cette conjoncture favorable².»
- **Amoral** : qui ne se sent pas concerné par les standards de moralité. Par exemple : les robots amoraux mettent l'humanité en danger.
- **Immoral** : qui n'est pas moral. Par exemple : «Hans semble charmant et chevaleresque, mais c'est le personnage le plus immoral de *La reine des neiges*.»

- **Personnaliser** : rendre personnel (un endroit, un objet).
- **Personnifier** : représenter une entité abstraite, incarner un concept.

Vous vous rappelez la neuvième règle? Vous devez, sans relâche, penser comme votre lecteur, lui fournir une expérience qui le sert vraiment, lui, et non vous ou votre entreprise. Ce faisant, vous «personnalisez» votre texte, afin de l'adapter aux attentes et aux besoins de votre audience. Et lorsque le PDG de votre entreprise se lance dans une série d'interviews afin de promouvoir le dernier produit imaginé par le département recherche et développement, ce n'est pas lui qui parle (ou pas exactement). À ce moment, il «personnifie» l'entreprise en lui donnant une voix et un visage.

- **Publicitaire** : qui se rapporte à la publicité.
- **Publiciste** : nom suranné désignant un journaliste, mais aussi un avocat spécialisé en droit public. Autrement dit, il est peu probable que vous ayez un jour à l'utiliser. Surtout, ne l'utilisez pas dans le contexte de la rédaction publicitaire.
- **Infliger** : faire subir quelque chose – de généralement pénible – à quelqu'un.
- **Affliger** : accabler, causer une grande peine.

Afin d'éviter d'«affliger» vos lecteurs, ne leur «infligez» pas la lecture de textes saturés d'expressions à la mode, de termes verbeux et abscons (voyez la règle 29). Vous avez compris l'idée.

- **Censé** : qui est supposé. Par exemple, vous êtes censé boucler la rédaction de votre article pour le lancement du nouveau produit demain.
- **Sensé** : rationnel, raisonnable, doué de bon sens. Par exemple, en tant qu'être sensé, vous ferez en sorte d'avoir effectivement bouclé la rédaction de votre article pour demain, sous peine de subir l'ire du directeur du marketing.

LES CONFUSIONS DU LANGAGE COURANT

- **Deuxième versus second** : Si vous énumérez les éléments d'un ensemble, vous ne pouvez utiliser l'adjectif numéral ordinal «second» que s'il s'agit du deuxième et dernier élément. Alors que si plus de deux éléments existent, vous devez utiliser «deuxième».
- **Achalandé versus approvisionné** : Dire d'un magasin qu'il est bien achalandé ne signifie pas qu'il a beaucoup de produits sur ses rayons, mais qu'il reçoit de nombreux clients. Utilisez «approvisionné» pour décrire l'état des rayonnages d'un point de vente.
- **Basique versus de base** : «Basique» est un adjectif utilisé en chimie afin de qualifier un élément qui a les propriétés d'une base (rappelez-vous vos cours de chimie de lycée). Autrement dit, vous n'expliquerez jamais les notions basiques du marketing de contenu à qui que ce soit. Mais vous pourriez en expliquer les notions de base à votre comité de direction.
- **Conséquent versus important** : Utilisez «conséquent» lorsque vous souhaitez qualifier un comportement ou une pensée logique. Ainsi, une personne conséquente est une personne qui a de la suite dans les idées (oui, c'est un cliché). Ce n'est pas un synonyme d'«important», même si dans le langage familier, les deux sont souvent utilisés indistinctement.
- **À versus chez** : Je vois «à» et «chez» placés au hasard dans les phrases, souvent fautivement, en permanence. Je pense que c'est simplement dû au fait qu'on ne réfléchit pas au contexte avant d'écrire. Alors, allez-vous faire vos courses chez Monoprix ou à Monoprix ? Voici un petit résumé des règles :
 - «Chez» s'utilise lorsque vous vous rendez chez une personne. Par extension, vous l'utiliserez également lorsque vous ne désignez pas un lieu, mais une profession (chez le dentiste, chez le fleuriste). Encore par extension, vous pouvez l'utiliser lorsque vous vous rendez dans une entreprise qui porte le nom de son fondateur ou d'une personne (chez Leclerc, chez Ford).

- «À» s'utilise lorsque vous allez dans un lieu (à l'école, à l'usine, à la gare), mais aussi lorsque vous vous rendez dans une entreprise dont le nom n'est pas lié à celui d'une personne. Et donc, vous allez faire vos courses à Monoprix.

Ce sont les règles, mais il est bon de savoir qu'à l'oral, l'usage est bien plus variable. Lorsque vous êtes en pleine discussion avec des amis, vous n'allez pas vérifier sur Google si une entreprise tient sa raison sociale de son fondateur ou non avant de terminer votre phrase. Mais à l'écrit, vous n'aurez plus aucune excuse.

- **Ceci versus cela** : «Ceci» est utilisé pour montrer une chose proche de la personne qui s'exprime ou pour introduire quelque chose (une énumération ou une déclaration) qui va suivre. Par exemple : «Mes amis, retenez ceci, il n'y a ni mauvaises herbes ni mauvais hommes. Il n'y a que de mauvais cultivateurs», écrivait Victor Hugo, dans *Les Misérables*.

«Cela» a tendance à remplacer «ceci» dans le langage courant, alors que sa signification est différente. Il permet de montrer la chose la plus éloignée de la personne qui parle, mais aussi de faire référence à ce qui a été énoncé avant. Un autre exemple, toujours de Victor Hugo : «Respirer Paris, cela conserve l'âme.»

Vous avez certainement déjà entendu «Ceci n'empêche pas cela» après une longue explication faisant intervenir des arguments contradictoires à première vue. Dans ce cadre, «ceci» désigne ce qui a été énoncé en dernier, alors que «cela» désigne ce qui a été énoncé en premier.

- **En train versus entrain** : Si vous êtes attentif, vous verrez régulièrement le mot «entrain» se glisser dans des phrases par lesquelles l'auteur ne souhaite pas expliquer qu'il effectue une tâche avec joie, mais qu'il est en cours de réalisation de cette tâche. Vous pouvez très bien être «en train» de rédiger votre prochain rapport, ce qui ne signifie pas nécessairement que vous le faites avec «entrain» (gaieté, dynamisme).
- **Hors versus or** : «Hors», qui signifie «en dehors de», est de moins en moins utilisé dans un cadre géographique (hors le pays), il subsiste dans certaines expressions (hors limites, hors sujet, etc.). Il ne doit pas être confondu avec son homophone

«or», une conjonction de coordination qui permet d'articuler les différents éléments d'un raisonnement. Une astuce simple pour décider si vous devez écrire «hors» ou «or» est de remplacer ce terme par «et»: si la phrase reste cohérente, alors vous devez écrire «or».

- **À versus de:** Sauf exception (nous y reviendrons), la préposition «de» doit toujours être utilisée pour marquer l'appartenance lorsqu'elle se situe entre deux noms (le site web de Burger King, le blog de Tim Ferriss). Certaines expressions familières utilisent «à» à la place de «de», par exemple «le fils à papa». Vous utiliserez la préposition «à» pour marquer l'appartenance après un verbe (ce blog est à Tim Ferriss) ou avant un pronom (son blog à lui).
- **Sur versus à:** Dans le même ordre d'idées que la confusion à/de, nous avons la confusion sur/à lorsqu'il est question d'un lieu où l'on se rend ou de l'endroit où on vit. N'hésitez plus un seul instant: vous vivez «à» Paris et vous déménagez «à» Nîmes (ou ailleurs). La seule exception à cette règle ne pourrait s'appliquer que si vous vous nommez Jules César et que vous marchez «sur» Massilia avec vos légions. Mais c'est peu probable.
- **Savoir versus pouvoir:** Ces deux verbes, lorsqu'ils sont suivis d'un infinitif, expriment la capacité de faire quelque chose. Jusque-là, ils ne sont donc pas différents, ce qui crée de fréquentes confusions.
 - «Savoir» s'utilise lorsqu'une personne a appris à effectuer une action, sa capacité à la réaliser résulte d'un apprentissage. Vous saurez rédiger une page à propos, par exemple, après avoir consulté la règle 69.
 - Vous devez utiliser «pouvoir» lorsque la capacité à effectuer une action trouve sa source dans les facultés physiques ou mentales du sujet, ou lorsque le contexte lui permet de réaliser cette action (par exemple, si ce n'est pas interdit par la loi). Ainsi, tout le monde «peut» écrire. Mais pour «savoir» écrire, il faut un minimum d'apprentissage et beaucoup d'entraînement pour développer ses muscles d'écriture.

Le contenu de cette fiche a été développé grâce à l'aide du *Bescherelle, L'essentiel*, publié aux éditions Hatier, de la section «Dire, Ne pas dire» du site de l'Académie française et de la «Banque de dépannage linguistique» de l'Office québécois de la langue française. Ce sont trois excellentes ressources si vous cherchez plus d'informations sur l'usage de la langue française.

37

APPRENEZ ENFIN LES MOTS QUE VOUS AVEZ TOUJOURS CONFONDUS AVEC D'AUTRES

Certains mots semblent interchangeables, car ils ont la même sonorité que d'autres ou sont tout simplement régulièrement confondus avec d'autres dans le langage courant. Voici certains des mots les plus mal utilisés dans la création de contenus.

D'abord, nous verrons dix paires de paronymes, ces mots qui semblent interchangeables, car ils ont une sonorité ou une orthographe similaire. Ensuite, nous verrons les confusions linguistiques répandues. Saurez-vous faire la différence? Ou bien, pourrez-vous faire la différence? Ou dois-je reformuler cette phrase afin d'éviter de révéler mon incapacité à déterminer le verbe approprié?

LES PARONYMES

- **Social** : se rapporte à la vie en société et aux liens entre les gens.
- **Sociable** : décrit une personne avenante au contact facile.

Ces adjectifs sont souvent confondus en raison de leur ressemblance, mais aussi parce qu'ils se rapportent tous deux à la vie en société. Pourtant, l'adjectif « social » ne peut pas qualifier une seule

personne, mais bien les interactions entre un groupe de personnes. D'une seule personne, on dira qu'elle est «sociable».

- **Accès** : capacité de se rendre dans un endroit ou d'obtenir quelque chose. Intensité passagère de certains symptômes pathologiques ou d'un état émotionnel.
- **Excès** : quantité supérieure à la normale.

C'est dans sa seconde acception que le terme «accès» sera le plus souvent confondu avec le mot «excès». Pour faire la différence, demandez-vous si l'état d'intensité que vous souhaitez qualifier est intense et ponctuel ou s'écoule sur une plus longue durée. «Pris d'un accès de bonté, il a consenti à prêter sa Porsche. Ses amis étaient profondément touchés par ses excès de bonté.» Vous voyez la nuance?

- **Classer** : ranger dans un ordre précis.
- **Classifier** : définir un système de classement.

Ces verbes sont régulièrement utilisés comme des synonymes, même s'il existe une nuance fondamentale : la personne qui «classe» organise les choses selon un ordre prédéfini, alors que celle qui «classifie» détermine le système de classement.

- **Infraction** : toute entorse à une règle prédéfinie ou une loi.
- **Effraction** : fait d'entrer dans un lieu fermé sans y avoir été autorisé en forçant une serrure ou une clôture.

Ces deux mots ont la même racine latine, *frangere* (briser). Dans le premier cas, une règle est brisée, alors que dans le second, il s'agit d'une clôture.

- **Conjecture** : hypothèse sans fondement factuel. Par exemple : «Frédéric se perdit dans toutes sortes de conjectures, et il eut envie de s'en retourner là-bas¹.»
- **Conjoncture** : contexte. Par exemple : «Il avait un trop violent désir de revoir la jeune fille pour ne pas profiter de cette conjoncture favorable².»
- **Amoral** : qui ne se sent pas concerné par les standards de moralité. Par exemple : les robots amoraux mettent l'humanité en danger.
- **Immoral** : qui n'est pas moral. Par exemple : «Hans semble charmant et chevaleresque, mais c'est le personnage le plus immoral de *La reine des neiges*.»

- **Personnaliser** : rendre personnel (un endroit, un objet).
- **Personnifier** : représenter une entité abstraite, incarner un concept.

Vous vous rappelez la neuvième règle ? Vous devez, sans relâche, penser comme votre lecteur, lui fournir une expérience qui le sert vraiment, lui, et non vous ou votre entreprise. Ce faisant, vous «personnalisez» votre texte, afin de l'adapter aux attentes et aux besoins de votre audience. Et lorsque le PDG de votre entreprise se lance dans une série d'interviews afin de promouvoir le dernier produit imaginé par le département recherche et développement, ce n'est pas lui qui parle (ou pas exactement). À ce moment, il «personnifie» l'entreprise en lui donnant une voix et un visage.

- **Publicitaire** : qui se rapporte à la publicité.
- **Publiciste** : nom suranné désignant un journaliste, mais aussi un avocat spécialisé en droit public. Autrement dit, il est peu probable que vous ayez un jour à l'utiliser. Surtout, ne l'utilisez pas dans le contexte de la rédaction publicitaire.
- **Infliger** : faire subir quelque chose – de généralement pénible – à quelqu'un.
- **Affliger** : accabler, causer une grande peine.

Afin d'éviter d'«affliger» vos lecteurs, ne leur «infligez» pas la lecture de textes saturés d'expressions à la mode, de termes verbeux et abscons (voyez la règle 29). Vous avez compris l'idée.

- **Censé** : qui est supposé. Par exemple, vous êtes censé boucler la rédaction de votre article pour le lancement du nouveau produit demain.
- **Sensé** : rationnel, raisonnable, doué de bon sens. Par exemple, en tant qu'être sensé, vous ferez en sorte d'avoir effectivement bouclé la rédaction de votre article pour demain, sous peine de subir l'ire du directeur du marketing.

LES CONFUSIONS DU LANGAGE COURANT

- **Deuxième versus second** : Si vous énumérez les éléments d'un ensemble, vous ne pouvez utiliser l'adjectif numéral ordinal «second» que s'il s'agit du deuxième et dernier élément. Alors que si plus de deux éléments existent, vous devez utiliser «deuxième».
- **Achalandé versus approvisionné** : Dire d'un magasin qu'il est bien achalandé ne signifie pas qu'il a beaucoup de produits sur ses rayons, mais qu'il reçoit de nombreux clients. Utilisez «approvisionné» pour décrire l'état des rayonnages d'un point de vente.
- **Basique versus de base** : «Basique» est un adjectif utilisé en chimie afin de qualifier un élément qui a les propriétés d'une base (rappelez-vous vos cours de chimie de lycée). Autrement dit, vous n'expliquerez jamais les notions basiques du marketing de contenu à qui que ce soit. Mais vous pourriez en expliquer les notions de base à votre comité de direction.
- **Conséquent versus important** : Utilisez «conséquent» lorsque vous souhaitez qualifier un comportement ou une pensée logique. Ainsi, une personne conséquente est une personne qui a de la suite dans les idées (oui, c'est un cliché). Ce n'est pas un synonyme d'«important», même si dans le langage familier, les deux sont souvent utilisés indistinctement.
- **À versus chez** : Je vois «à» et «chez» placés au hasard dans les phrases, souvent fautivement, en permanence. Je pense que c'est simplement dû au fait qu'on ne réfléchit pas au contexte avant d'écrire. Alors, allez-vous faire vos courses chez Monoprix ou à Monoprix ? Voici un petit résumé des règles :
 - «Chez» s'utilise lorsque vous vous rendez chez une personne. Par extension, vous l'utiliserez également lorsque vous ne désignez pas un lieu, mais une profession (chez le dentiste, chez le fleuriste). Encore par extension, vous pouvez l'utiliser lorsque vous vous rendez dans une entreprise qui porte le nom de son fondateur ou d'une personne (chez Leclerc, chez Ford).

- «À» s'utilise lorsque vous allez dans un lieu (à l'école, à l'usine, à la gare), mais aussi lorsque vous vous rendez dans une entreprise dont le nom n'est pas lié à celui d'une personne. Et donc, vous allez faire vos courses à Monoprix.

Ce sont les règles, mais il est bon de savoir qu'à l'oral, l'usage est bien plus variable. Lorsque vous êtes en pleine discussion avec des amis, vous n'allez pas vérifier sur Google si une entreprise tient sa raison sociale de son fondateur ou non avant de terminer votre phrase. Mais à l'écrit, vous n'aurez plus aucune excuse.

- **Ceci versus cela** : «Ceci» est utilisé pour montrer une chose proche de la personne qui s'exprime ou pour introduire quelque chose (une énumération ou une déclaration) qui va suivre. Par exemple : «Mes amis, retenez ceci, il n'y a ni mauvaises herbes ni mauvais hommes. Il n'y a que de mauvais cultivateurs», écrivait Victor Hugo, dans *Les Misérables*.

«Cela» a tendance à remplacer «ceci» dans le langage courant, alors que sa signification est différente. Il permet de montrer la chose la plus éloignée de la personne qui parle, mais aussi de faire référence à ce qui a été énoncé avant. Un autre exemple, toujours de Victor Hugo : «Respirer Paris, cela conserve l'âme.»

Vous avez certainement déjà entendu «Ceci n'empêche pas cela» après une longue explication faisant intervenir des arguments contradictoires à première vue. Dans ce cadre, «ceci» désigne ce qui a été énoncé en dernier, alors que «cela» désigne ce qui a été énoncé en premier.

- **En train versus entrain** : Si vous êtes attentif, vous verrez régulièrement le mot «entrain» se glisser dans des phrases par lesquelles l'auteur ne souhaite pas expliquer qu'il effectue une tâche avec joie, mais qu'il est en cours de réalisation de cette tâche. Vous pouvez très bien être «en train» de rédiger votre prochain rapport, ce qui ne signifie pas nécessairement que vous le faites avec «entrain» (gaieté, dynamisme).
- **Hors versus or** : «Hors», qui signifie «en dehors de», est de moins en moins utilisé dans un cadre géographique (hors le pays), il subsiste dans certaines expressions (hors limites, hors sujet, etc.). Il ne doit pas être confondu avec son homophone

«or», une conjonction de coordination qui permet d'articuler les différents éléments d'un raisonnement. Une astuce simple pour décider si vous devez écrire «hors» ou «or» est de remplacer ce terme par «et»: si la phrase reste cohérente, alors vous devez écrire «or».

- **À versus de:** Sauf exception (nous y reviendrons), la préposition «de» doit toujours être utilisée pour marquer l'appartenance lorsqu'elle se situe entre deux noms (le site web de Burger King, le blog de Tim Ferriss). Certaines expressions familières utilisent «à» à la place de «de», par exemple «le fils à papa». Vous utiliserez la préposition «à» pour marquer l'appartenance après un verbe (ce blog est à Tim Ferriss) ou avant un pronom (son blog à lui).
- **Sur versus à:** Dans le même ordre d'idées que la confusion à/de, nous avons la confusion sur/à lorsqu'il est question d'un lieu où l'on se rend ou de l'endroit où on vit. N'hésitez plus un seul instant: vous vivez «à» Paris et vous déménagez «à» Nîmes (ou ailleurs). La seule exception à cette règle ne pourrait s'appliquer que si vous vous nommez Jules César et que vous marchez «sur» Massilia avec vos légions. Mais c'est peu probable.
- **Savoir versus pouvoir:** Ces deux verbes, lorsqu'ils sont suivis d'un infinitif, expriment la capacité de faire quelque chose. Jusque-là, ils ne sont donc pas différents, ce qui crée de fréquentes confusions.
 - «Savoir» s'utilise lorsqu'une personne a appris à effectuer une action, sa capacité à la réaliser résulte d'un apprentissage. Vous saurez rédiger une page à propos, par exemple, après avoir consulté la règle 69.
 - Vous devez utiliser «pouvoir» lorsque la capacité à effectuer une action trouve sa source dans les facultés physiques ou mentales du sujet, ou lorsque le contexte lui permet de réaliser cette action (par exemple, si ce n'est pas interdit par la loi). Ainsi, tout le monde «peut» écrire. Mais pour «savoir» écrire, il faut un minimum d'apprentissage et beaucoup d'entraînement pour développer ses muscles d'écriture.

Le contenu de cette fiche a été développé grâce à l'aide du *Bescherelle, L'essentiel*, publié aux éditions Hatier, de la section «Dire, Ne pas dire» du site de l'Académie française et de la «Banque de dépannage linguistique» de l'Office québécois de la langue française. Ce sont trois excellentes ressources si vous cherchez plus d'informations sur l'usage de la langue française.