



**HAL**  
open science

# “ TAUTISME ” : AMBIGUÏTÉS DE LA COMMUNICATION AUTOUR DE LA VIOLENCE ROUTIÈRE AU SÉNÉGAL

Marième Pollèle Ndiaye

► **To cite this version:**

Marième Pollèle Ndiaye. “ TAUTISME ” : AMBIGUÏTÉS DE LA COMMUNICATION AUTOUR DE LA VIOLENCE ROUTIÈRE AU SÉNÉGAL. LA VIOLENCE DANS TOUS SES ÉTATS Sous la Direction d’Abdoulaye Élimane KANE, 2016. hal-02524826

**HAL Id: hal-02524826**

**<https://hal.science/hal-02524826>**

Submitted on 6 Jun 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## « Tautisme » : ambigüités de la communication autour de la violence routière au Sénégal

Dr. Marième Pollèle Ndiaye,  
Enseignante-chercheure, Université Gaston Berger, Saint-Louis (Sénégal)  
UFR Civilisations, Religions, Arts et Communication/ Département « Communication »  
[marieme-pollele.ndiaye@ugb.edu.sn](mailto:marieme-pollele.ndiaye@ugb.edu.sn)

Colloque international « La violence dans tous ses états », Université Cheikh Anta Diop de Dakar,  
28-30 janvier 2016 à Dakar (Sénégal)

Janvier 2015, le Ministère des Infrastructures, des Transports terrestres et du Désenclavement (MITTD) révèle des chiffres accablants : de 22000 victimes des accidents de la circulation enregistrées entre 2000 et 2010, on est passé à 15 250 victimes au cours de la seule année 2013. Une inquiétante hausse qui s'est confirmée en 2014 avec 12 547 accidents, lesquels comptabilisent 22 441 victimes et 433 décès.

Septembre 2015, un texte virulent circule sur internet autour de l'indiscipline routière. L'article fait un état des lieux macabre et dénonce l'« incivisme chronique » de certains conducteurs. Dans le même temps, les actions favorables à la sécurité routière se succèdent. La campagne mondiale « *Save the kids lives* »<sup>1</sup> à l'initiative des Nations Unies bat son plein. Elle s'appuie sur des vedettes comme Didier Awadi du groupe légendaire « *Positive Black Soul* » pour sensibiliser la population. L'objectif affiché étant le lancement d'un programme d'éducation routière au Sénégal.

Ces observations m'ont poussé à m'intéresser à la communication autour de la violence routière. Deux remarques en découlent : la première invite à envisager la lutte pour la sécurité routière sous un prisme cosmopolitique (Beck, 2003). D'après cet auteur, nous évoluons dans un « contexte de responsabilité globale, auquel personne ne peut se dérober » (p. 523). La prise de conscience cosmopolitique encourage les acteurs du débat public à parler d'une seule voix dans un espace public mondialisé. On voit ainsi des campagnes pensées à l'échelle mondiale et déclinées ensuite localement comme dans les exemples que je viens de citer.

Pourtant, et c'est la seconde remarque, il me semble que les cas d'accidents relayés via les supports médiatiques témoignent d'un paradoxe qui s'accorde à banaliser la violence et à l'inscrire dans l'agenda politique. Une situation qui participe, à la fois, à faire le succès des campagnes de communication autour des dangers de la route car le public est au courant des ravages causés par l'imprudence routière ; et leur échec à cause de son attitude amorphe. En convoquant des travaux en sciences de l'information et de la communication, notamment ceux de Sfez (2007), je formule l'hypothèse principale selon laquelle nous sommes face à un « tautisme ». Ce concept abscons est la contraction de « tautologie » (procédé rhétorique consistant à répéter la même idée en termes différents) et « autisme » (maladie de l'auto-enfermement où le malade n'éprouve pas le besoin de communiquer avec l'extérieur). Il traduit la prise en compte de la répétition comme synonyme de vérité. Par analogie, la communication sur la sécurité routière semble produire le même effet avec les discours véhiculés dans l'Espace public. Ceux-ci donnent l'impression que les actions de communication déployées sont efficaces et que le public est réceptif aux messages à force de redondance. La réalité semble être tout autre.

Dans ce cadre, s'intéresser à la communication sur la violence routière appelle à convoquer la notion de visibilité. Il s'agit de déterminer les modalités de construction et d'affirmation du

---

<sup>1</sup> Sauver les vies des enfants.

discours au sein de la sphère publique en m'appuyant sur un corpus constitué d'une trentaine de textes repérés sur internet. Du reste, je revendique une approche qualitative avec l'analyse de contenu (Bardet, 2001), laquelle tend à étudier le corpus de référence en intégrant les particularités lexicologiques et rhétoriques des discours. L'analyse de contenu est renforcée par une approche communicationnelle. Celle-ci « interroge le discours et sa mise en visibilité médiatique par les acteurs. [L'étude] cible le potentiel de publicisation de l'objet, les étapes de cette apparition publique et le rôle joué par les acteurs dans cette communication » (Hervé-Bazin, 2010, p.117).

Cette contribution est scindée en deux parties. Dans la première, je commencerai par présenter les éléments intervenant dans l'élaboration et la circulation du discours sur la violence routière. Dans la seconde partie, j'identifierai d'abord les différentes étapes de sa mise en visibilité puis, en me basant sur les conclusions qui précèdent, je discuterai la thèse du « tautisme ».

## **1- La construction et la circulation du discours sur la violence routière**

Dérivé du latin « *visibilis* », le visible traduit ce qui est perçu par l'œil. De là, « mettre en visibilité », revient à faire apparaître, susciter l'intérêt. L'acte est public et réalisé dans la sphère publique. Celle-ci est considérée comme un lieu de représentation, un « théâtre monde » pour citer Goffman (1956). Cet auteur considère le monde comme une scène de théâtre où tous les individus sont des « personnages » qui jouent leur représentation à tour de rôle. Chacun se prépare avant de déployer son jeu sur la scène. Ainsi, chaque acteur construit une identité du visible qu'il expose sur la place publique. En matière de violence routière, l'identité du visible peut renvoyer aux choix opérés par les acteurs quant à l'angle de traitement de la problématique, la forme du message, la manière dont ils souhaitent être perçus par le public. Plus spécifiquement, dans mon étude, j'ai identifié six groupes d'acteurs qui agissent sur internet, ils ne témoignent pas l'intégralité de la circulation de mon objet. Cependant, ils permettent de dévoiler en partie les mécanismes de construction du discours sur la violence routière au Sénégal. Je distingue ainsi :

- une Organisation non gouvernementale (ONG) : Laser international Sénégal spécialisée dans l'éducation et la sensibilisation à la sécurité routière,
- la presse : Le Populaire, L'Observateur, Kolda News, Press Afrik, Le Soleil *online*, Sud quotidien, Senepius.com, Afriquenewsinfo.net, et Enquête +,
- des sites d'informations généralistes : la vie-senegalaise.net, le Dakarois.net et Seneweb,
- des institutions : l'Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD) et la Nouvelle prévention routière sénégalaise (Nprs),
- des associations : la Synergie sénégalaise pour l'éducation et le développement (SYSED) et les Eclaireurs et Eclaireuses du Sénégal,
- et l'Etat : le Ministère des Infrastructures, des Transports terrestres et du Désenclavement avec la direction des transports terrestres particulièrement.

Chaque acteur développe une volonté discursive qui varie selon le but poursuivi et le caractère de publicité des pratiques.

### **1-1 La spécificité des discours**

A partir d'une lecture approfondie du corpus, il ressort une série de champs lexicaux renvoyant aux thématiques récurrentes abordées dans les documents. Ils sont définis comme suit : « la peur et l'insécurité », « le reproche », « la responsabilité », « la promesse », et « l'action ».

Le champ lexical de la peur et de l'insécurité évoque les ravages causés par les accidents de la route et les menaces pesant sur la population avec l'usage d'expressions comme « des organes détachés », « des carnages qui ne servent pas de leçons ». Dans certains textes, l'iconographie participe à illustrer cet état d'esprit. Ainsi, j'observe des images d'accidents horribles où l'on voit des corps sans vie drapés avec des éléments de fortune comme des tapis ou des feuilles de papiers.

Le second champ lexical repéré a trait au reproche. Il est question de stigmatiser les causes de la violence routière, attribuées principalement au facteur humain. Certains accusent « les camions, souvent importés d'occasion » et « pas toujours en bon état » ; d'autres pointent le « laxisme » et « l'indiscipline » des usagers de la route.

Le troisième champ lexical traduit la responsabilité. L'ONG Laser international, le Sysed et l'Etat produisent des discours en ce sens. Concernant les deux premiers acteurs, leur responsabilité se manifeste dans la protection des populations faibles (les jeunes et les enfants) face aux dangers de la route avec des termes tels que « appel aux respects des droits des enfants ». Quant à l'Etat par le biais du Ministère des transports, il développe tout un lexique mettant en exergue le caractère public du problème de la violence routière ; mais aussi l'imputabilité de l'Etat à se saisir du phénomène et à le combattre : le problème « intéresse au plus haut point », « l'Etat prendra toutes ses responsabilités ».

Le quatrième champ est celui de la promesse. L'Etat est le principal émetteur. L'engagement de prendre des mesures concrètes face à une situation préoccupante, caractérise ce champ sémantique. Celui-ci est marqué par les tournures suivantes : « provoquer une réflexion avec les partenaires », « renforcer les dispositions réglementaires » ou encore « améliorer la sécurité des infrastructures ».

Enfin, le dernier champ lexical fait allusion au passage à l'action. Une nouvelle fois, l'unanimité est de mise chez les acteurs qui appellent à la solidarité et à des comportements plus responsables sur les routes. De même, ils mettent en avant les actions exécutées dans cette optique avec les locutions ci-après : « aménagement de passages à niveau sécurisés », « organisation d'une marche dans le centre-ville de Kolda », « lancement de la semaine nationale de prévention routière ».

Par suite, pour nourrir ma réflexion, l'analyse énonciative (Kim, 1997) se révèle utile. Elle m'a permis de relever des traces renvoyant à la présence dans l'énoncé d'un sujet rapportant à savoir le journaliste. Ces traces sont, par moments, faciles à repérer et d'autres fois, elles sont moins manifestes comme dans l'usage de guillemets.

### Les traces discernables

L'énonciateur effectue une opération d'explicitation en rapportant le discours direct et un sous-entendu. Cette opération se caractérise par l'emploi de verbes comme « interroger sur », « faire savoir que », « avoir souligné ». Par exemple : « Mactar Faye, directeur exécutif de la Nprs, pour sa part, a souligné qu'ils ont décidé cette année de varier leur façon de faire les campagnes de sensibilisation ». L'auteur rapporte ici un sous-entendu à savoir que la Nouvelle prévention routière sénégalaise (Nprs) n'obtient pas les résultats escomptés avec ses campagnes de communication, elles deviendraient routinières d'où la nécessité d'explorer de nouvelles voies. Cependant, l'écueil auquel le rapporteur risque de se heurter, c'est que le locuteur original peut toujours nier l'interprétation du contenu implicite. Il revient alors au rapporteur d'en assumer la responsabilité. Du reste, le rapporteur est aussi présent quand il s'exprime en son nom propre. Dans ce cas, l'emploi du pronom personnel « Nous » ou de sa conjugaison particularise ce discours : « Cherchons les coupables », « Osons constater » « Nous étions beaucoup à nous indigner ». Manifestement, l'auteur du discours se sent concerné par la problématique. L'usage du « Nous » est une marque d'engagement fort, il est aussi inclusif.

### Les opérations moins discernables

Le sujet rapporteur utilise les guillemets pour se manifester dans l'énoncé. Les guillemets indiquent, entre autres, le début et la fin d'une citation, la source d'une information, un emprunt étranger, un néologisme, une appréciation comme dans les exemples suivants : « boulimie

financière », « arme de destruction massive », « serial killer ». Dans mon corpus, il apparaît que les guillemets peuvent servir de rempart au rapporteur pour prendre ses distances par rapport au locuteur original. Prenons l'énoncé suivant :

« Il y a une indiscipline telle que je vais demander au gouvernement de renforcer les moyens de contrôle et de présence pour que nous puissions préserver ces vies humaines, (...) », avait déclaré le chef de l'État en février 2014, après l'exacerbation des accidents. Mais, cette promesse de renforcement du contrôle a-t-elle vraiment été tenue?

Dans ce cas, le rapporteur utilise les guillemets pour critiquer l'Etat allant même jusqu'à le tourner en ridicule. Il ne s'agit pas vraiment de rapporter les propos tel quel mais d'ironiser sur la situation. En outre, le lecteur est pris à témoin pour appuyer le raisonnement avec l'usage de la formule interrogative. Pour l'essentiel, on peut retenir que l'emploi des guillemets procure au journaliste une autodéfense. En effet, grâce à sa bivalence, l'emploi des guillemets de citation permet au journaliste d'affirmer sa position tout en se réfugiant derrière l'objectivité reconnue aux guillemets.

### Destinataire et système de référence des discours

En s'appuyant sur le locutoire (contenu de l'énoncé) et l'illocutoire (performativité de l'énoncé) pour parler comme Austin (1955), on peut supposer que le grand public sénégalais est le destinataire des discours véhiculés. De là, lorsque la presse traite de violence routière, il estime que le public se préoccupe de ce phénomène sociétal. La force « instituante » des médias se manifeste alors par la mise à visibilité des cas de violence routière. Ce qui nous renvoie à la théorie de l'agenda (Mc Combs et Shaw, 1972) développée en sciences de l'information et de la communication selon laquelle, les médias mettent à l'ordre du jour un certain nombre de sujets. Ils nous dictent sur quoi il faut porter l'attention mais ne nous disent pas ce qu'il faut en penser. Aussi, il faut noter que le modèle traditionnel de l'émetteur et du récepteur trouve ses limites ici puisque les messages publiés supposent des rapports socioculturels entre récepteur et émetteur avant toute interaction. C'est-à-dire qu'il faut prendre en compte le cadre général de production de l'énoncé pour que la communication puisse fonctionner. Par exemple, dans des textes on parle de « clandos », « ndiaga ndiaye » des spécificités sénégalaises. Il faut savoir que ces appellations renvoient aux transports en commun locaux pour décrypter le message.

En résumé, si chaque lexique dessine les contours visibles dans les discours circulants sur la violence routière et reflète le rôle des acteurs dans sa médiatisation. L'analyse énonciative donne l'opportunité d'observer de plus près la relation que le sujet entretient avec le discours qu'il rapporte. Combinées, ces pratiques discursives traduisent aussi l'identité du visible que les acteurs veulent donner à leurs activités.

### **1-2 Le rôle des acteurs**

A promouvoir et questionner les enjeux de la lutte contre la violence routière, les acteurs vont mettre en exergue une certaine compréhension de la problématique au sein de l'Espace public selon la vision de Habermas (1962). Cet auteur comprend l'Espace public comme un lieu de publicité au sens de rendre public des opinions privées, un lieu d'échanges accessible à tous les citoyens. Pour cette raison, « l'apparence –ce qui est vu et entendu par autrui- constitue la réalité » (Arendt, 1983, p 70). A ce titre, chaque acteur joue un rôle précis.

L'ONG Laser international et la Sysed revendiquent une expertise dans le domaine de l'éducation routière. Elles ont la volonté de protéger, d'initier et de mobiliser les jeunes et les enfants. Toutefois, Laser international se positionne comme un soutien de l'État dans la mise en œuvre de politiques favorables à la question de la sécurité routière. Quand la Sysed braque la focale sur les particularités locales pas toujours visibles dans la sphère publique.

La Nouvelle prévention routière sénégalaise (Nprs) joue le rôle de sentinelle. Elle se manifeste à des moments stratégiques notamment lors des grandes manifestations religieuses pour alerter les populations sur les risques encourus. Contrairement aux instances citées en premier, la Nprs cible l'ensemble des usagers de la route (conducteurs, piétons, agents de sécurité, etc.)

La presse a pour rôle d'informer et de diffuser les messages. Les journalistes se limitent à rapporter les faits bruts, rarement des analyses sont proposées pour éclairer le lecteur dans la compréhension du phénomène. Par ailleurs, la sphère médiatique entre en résonance avec les actions et les discours étatiques.

L'État, pour sa part, affiche le rôle de garant de la sécurité publique et de rassembleur. Le discours officiel perçoit la violence routière comme un problème de santé public ; tout en insistant sur la nécessaire union de toutes les forces vives de la nation pour éradiquer le fléau.

L'Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD) est force de concret. Elle produit des chiffres sur l'insécurité routière, lesquels participent à alimenter les débats.

Les sites d'informations généralistes apparaissent comme des moralisateurs. On y trouve des analyses subjectives, très critiques du phénomène de la violence routière. Allant même jusqu'au sensationnel avec le règne de l'émotion. Les illustrations et descriptions exacerbées des scènes d'accidents en sont la preuve.

Pour conclure cette section, chaque acteur participe au processus de communication sur la violence routière. Chaque acteur occupe une place spéciale dans les étapes de sa mise en visibilité dont il convient désigner les particularités dans les paragraphes qui vont suivre.

## **2- De la mise en visibilité au « Taustisme »**

Les discours sur la sécurité routière portent une dynamique sociale fondamentale qui appelle à changer les comportements et à éviter les drames. A ce titre, il semble pertinent de convoquer le modèle théorique proposé par Felstiner, Abel et Sarat (1981) sur l'émergence et la transformation des litiges en grief dans le contexte juridique. Il est question d'appréhender ici la visibilité comme un mécanisme de transformation. Partant du postulat suivant : « les litiges ne sont pas des choses » mais plutôt « des construits sociaux » (p.41). Les auteurs s'intéressent aux différentes phases dans l'évolution d'une affaire : de la plainte jusqu'à la recherche de compensations. Felstiner et ses collègues distinguent, concrètement, trois étapes : Réaliser, Reprocher et Réclamer.

**Réaliser** : pour révéler les litiges et obtenir des réparations, une « Expérience offensante inaperçue » (Eoi) doit devenir une « Expérience offensante perçue » (Eop). Prenant l'exemple de personnes habitant à proximité d'un site nucléaire, les auteurs expliquent que si ces dernières ignorent être atteintes de cancers à cause de leur exposition, elles seront impassibles. Par contre, à partir du moment où elles réalisent la maladie, le litige émerge. L'acte de réaliser renvoie donc à la reconnaissance de l'affront subi.

**Reprocher** : l'enjeu est de désigner le responsable de l'affront, cela peut être un individu ou une « entité sociale ». Il s'agira ensuite de porter plainte. Felstinger insiste bien sur le fait que la personne doit se sentir blessée et être convaincue que « quelque chose pourrait être fait en réponse à l'offense aussi improbable que soit, politiquement ou sociologiquement, une telle réponse » (p.43).

**Réclamer** : à la suite du grief<sup>2</sup>, la personne va informer l'entité ou la personne identifiée responsable et lui demander « un remède ». Il s'agit de revendiquer des réparations, et cela se fait « à l'aide de la communication ».

---

<sup>2</sup> Pour Felstiner, le grief est la violation des normes et il est remédiable.

En termes de mise en visibilité, cette approche est particulièrement séduisante en tant qu'elle correspond à une construction identitaire. Dans le cadre mon sujet, il s'agit d'insister sur le phénomène de monter en puissance de la visibilité du discours sur la violence routière. Par ailleurs, après Felstiner, Abel et Sarat, je postule qu'après l'étape « réclamer », un « tautisme » peut émerger si le changement espéré n'a pas trouvé un écho favorable.

## 2-1- Réaliser, Reprocher, Réclamer

Le discours des acteurs sur la violence routière suit une certaine logique que je vais exposer à travers les phases : Réaliser, Reprocher, Réclamer.

- Réaliser, un acte qui tend à attirer l'attention sur le phénomène

Dans le discours sur la violence routière, l'acte de **réaliser** correspond au moment où les différents acteurs identifient l'objet blessant à savoir « les accidents de circulation ». Sur le ton de la critique ou de la désolation, les acteurs déplorent la situation dramatique de la violence routière et de ses impacts. L'État s'empare de la question de l'insécurité routière en le qualifiant de « problème public ». « [L]es problèmes publics apparaissent comme tels parce qu'ils sont supposés transformables ou éradicables par une action spécifique des pouvoirs publics » (Gusfield, 2003 cité par Pasquier & Céfaï, 2003, p. 69). En même temps, « la résolution des problèmes publics n'est pas le monopole de l'Etat et de ses représentants » (*ibidem*). Ainsi, dans *Afriquenewsinfo.net*, un représentant de l'Association nationale des personnes accidentées vivant avec un Handicap (Anpavh) témoigne en mettant l'accent sur les ravages irréversibles causés par son accident. En fait, il a perdu l'usage de ses jambes. En partageant son vécu, cette personne ambitionne de sensibiliser le public notamment les conducteurs aux risques routiers.

L'acte de réaliser consiste à faire apparaître, à rendre visible l'injure sur l'Espace public. Il s'agit de voir et de percevoir le phénomène et de le faire apercevoir. L'acte de réaliser passe aussi par la nomination des enjeux de l'offense. Ainsi, dans *Le Soleil online* et *Sud quotidien*, la question du poids économique des accidents de la circulation est soulevée. Ces derniers couteraient à l'Afrique 7,3 milliards de francs CFA par an soit 1,5% du Produit intérieur brut (PIB). Par ailleurs, je note que le discours étatique inscrit la sécurité routière comme une des préoccupations majeures de la communauté internationale. Comme pour dire que ce n'est pas seulement au Sénégal que le problème occupe et préoccupe. Un positionnement qui accentue l'urgence de mener des actions concrètes sur le terrain.

En somme, l'acte de réaliser est une première phase dans la construction de l'argumentaire des discours en appelant à la prise de conscience et à la responsabilisation collective. Il amène aussi à critiquer les responsables identifiés des accidents de circulation.

- Reprocher, à la quête de coupables

L'acte de **reprocher** s'inscrit dans la droite ligne de l'acte de réaliser. En effet, une fois que l'on a reconnu l'existence de la blessure, il est naturel que les acteurs critiquent les responsables de l'affront. Dans ce cadre, au sein de la sphère publique, la visibilité de l'objet blessant passe par la mise en exergue des détails sur les causes blessantes.

Les illustrations figurant dans certains textes mettent en scène, dans la majorité des cas, des chocs impliquant des poids lourds ou des véhicules de transports en commun. De fait, les auteurs pointent le rôle joué par ces derniers dans les accidents de circulations. Cela est d'autant plus vrai que dans les textes, l'on évoque « des motos jakarta qui sèment la terreur à kaolack ». Dans un autre registre, *Le Dakarois.net* fait allusion aux « pratiques qui dérangent » notamment celle des

militants politiques, qui réquisitionnent des panneaux de signalisation verticale comme supports d'affichage lors des visites du président de la République dans leur localité. Une pratique dangereuse puisqu'en empêchant la visibilité des signaux routiers, la vie des personnes est menacée. Au-delà de ces remarques, les acteurs sont d'accord pour désigner le facteur humain comme la principale cause des accidents de la circulation. Une position corroborée par les statistiques avancées dans le rapport de l'Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD), lesquelles signalent à 92,8%, les comportements humains à l'origine de l'insécurité routière. L'homme est à la fois victime et coupable de la situation. Ainsi, sont décriés : « le comportement suicidaire des chauffeurs au volant », « l'impolitesse avérée des apprentis », « l'indiscipline des voyageurs ».

En somme, reprocher consiste à déterminer les motifs de l'affront subi et de le faire reconnaître. Dans la mise en visibilité, il y a donc la question de l'identité, de l'appartenance à un groupe. Être visible aux yeux du groupe, c'est une « une lutte pour la reconnaissance » (Honneth, 2000). Selon ce philosophe, malgré les apparences, la société n'est pas qu'une agrégation d'individus égoïstes motivés par la défense de leurs intérêts personnels. Les hommes ont des attentes morales. Ainsi, aborder la question de la sécurité routière peut être l'occasion pour ces acteurs de manifester leur engagement pour une préoccupation sociale. En effet, ne pas relayer ce type d'information, c'est peut-être risquer la disqualification. La disqualification s'entend ici comme symbolique de la sportivité où les joueurs sont disqualifiés s'ils ne respectent pas les règles du jeu. Aussi, en dégageant les causes des accidents de circulation, les acteurs placent leurs discours dans une logique de critique, laquelle au fur et à mesure se mue en critique de la société. Un élément qui aide à revendiquer des solutions au sein de la sphère publique pour remédier à l'insécurité routière et sauver des vies.

- Réclamer, trouver des solutions pour lutter contre la violence routière

En matière de litige judiciaire, après l'étape du reproche, la demande de réparations suit logiquement. **Réclamer**, c'est revendiquer de la visibilité et de la légitimité. Sur la scène publique, chaque acteur ambitionne de légitimer son discours sur la violence routière et de montrer son engagement pour inverser la tendance.

La Nouvelle prévention routière sénégalaise par la voix de son directeur exécutif propose de faire monter les passagers des transports en commun par les côtés afin qu'ils puissent descendre directement sur les trottoirs. Cela est une façon de garantir leur sécurité, selon ses dires. Laser international et la Sysed militent pour l'aménagement de passages à niveau sécurisés pour les enfants sur le chemin des écoles. L'État opte pour des solutions coercitives pour sanctionner les transgressions avec l'instauration d'un permis à point et l'obligation de porter la ceinture de sécurité. Grosso modo, l'idée est de réduire d'au moins 10% le nombre de décès des accidents de la circulation. Ces objectifs s'inscrivent dans le cadre large des objectifs de la décennie d'actions favorables à la sécurité routière (2011-2020) pilotée par l'Organisation des nations unies et lancée dans une centaine de pays. Les solutions sont mondialisées avant d'être adaptées aux particularités locales. C'est le postulat du « penser global, agir local » consubstantiel aux questions de développement durable.

Du reste, la mise en visibilité dans l'étape de réclamation repose essentiellement sur la communication. Elle apparaît comme « une instance unifiante » (Sfez, 2007), « un mode d'accompagnement permanent de l'action publique » (Mégard, 2005, p. 27). En sciences de l'information et de la communication (SIC), la mise en visibilité est un enjeu important. « La communication est ici conçue au service de l'apparition, de l'émergence et du positionnement d'acteurs, individuels et collectifs telle qu'elle se fait dans un contexte marqué par l'anonymat, la banalisation, le bruit et l'hyperconcurrence » (d'Almeida, 2004). Concrètement, en SIC, cette mise en visibilité se révèle dans la sphère médiatique et dans la communication événementielle.



## *La sphère médiatique*

C'est tout d'abord un espace abstrait où les médias bifurquent et interagissent. La sphère médiatique est un lieu de débat et de revendications. C'est aussi le lieu où les messages de communication trouvent leur écho auprès du public-cible.

En matière de sécurité routière, plusieurs discours s'entrecroisent dans la sphère médiatique. Les différentes campagnes de communication à l'initiative des ONG comme Laser international avec la campagne « Zéro enfant tué sur les routes » se révèlent. Il y a aussi les actions des associations comme les Eclaireurs et Eclaireuses du Sénégal qui apportent leur pierre à l'édifice en proposant des séances d'éducation routière à des écoles élémentaires à Dakar. Sans compter, les campagnes de communication publique. Souvent, elles sont des déclinaisons des campagnes internationales, je l'ai déjà évoqué plus haut avec « Save the kids live ». Cela ne veut pas dire que les initiatives locales n'existent pas, loin de là. Dans la sphère médiatique, ces démarches semblent bénéficier tout simplement d'une visibilité moindre. Je pense à la journée nationale de sensibilisation aux dangers de la route. Par ailleurs, à côté de la sphère médiatique, le second lieu d'expression de la visibilité est la communication événementielle.

## *La communication événementielle*

A côté de l'événement médiatique, il y donc l'événement communicationnel. L'événement est envisagé comme un outil au service de la communication. C'est le fait de mettre en place une action ponctuelle pour donner de la visibilité à une organisation ou à une marque. A titre illustratif, le ministère des transports a fait de l'événementiel une des caractéristiques de sa communication. Ainsi, à la veille des grandes célébrations religieuses : Tabaski, Korité, Gamou, Magal, etc., des campagnes de sensibilisation sont systématiquement menées pour alerter le public sur la récurrence des accidents en ces périodes.

Pour conclure, chaque acteur participe à la construction de la mise en visibilité du discours sur la violence routière avec les étapes réaliser, reprocher et réclamer. Précisément, en évoquant l'expérience blessante, en faisant des reproches et en exigeant la réparation de l'injure. De là, le discours produit en devenant visible participe à rendre, les acteurs visibles à leur tour.

A présent, dans la dernière partie, je vais mettre en lumière les ambiguïtés de la communication sur la violence routière en m'appuyant sur la métaphore du « tautisme » de Sfez (2007).

## **2-2- Du visible à l'invisible ou le paradoxe de la communication sur la violence routière**

La multiplication des discours appelant à la responsabilisation collective face à l'insécurité routière au lieu de renforcer la visibilité du phénomène tend à le rendre paradoxalement invisible. Dérivé de la même racine que visible, « *invisibilis* », l'invisible est ce qui n'est pas perçu par la vue. Il renvoie à un phénomène qui n'est pas matériel.

Dès l'antiquité, Platon oppose le monde du visible à celui de la raison. Pour lui, le monde du visible est le monde sensible, c'est le monde de l'illusion. Alors que le monde de l'invisible, c'est le monde intelligible, le monde des idées. Quelques siècles plus tard, Merleau-Ponty (1964) défend le principe du primat du sensible sur l'intelligible en présentant le corps comme une condition de l'expérience du visible. Pour ce philosophe, les apparitions relèvent du sens. Elles suivent une logique nous incitant à nous questionner sur l'origine du phénomène jusqu'à sa manifestation comme objet du sens commun. En effet, dit-il,

« Il est vrai à la fois que le monde est ce que nous voyons et que, pourtant, il nous faut apprendre à le voir. En ce sens d'abord que nous devons évaluer par le savoir cette vision, en prendre possession, dire ce que c'est que nous et ce que c'est que

voir, faire donc comme si nous n'en savions rien, comme si nous avions-là dessus tout à apprendre » (1964, p.18).

En d'autres termes, il faut apprendre à voir et pour bien percevoir, l'individu doit décrypter le langage en face de lui pour faire la différence entre le monde du visible et le monde de l'invisible. Le langage est appréhendé ici en tant que faculté d'expression humaine et en tant que manière de communication spécifique à un groupe social. De là, il permet la mise en visibilité de ce qui est perçu.

En matière de violence routière, s'il apparaît que les étapes « réaliser » et « reprocher » recueillent les faveurs du public qui partagent le diagnostic. On peut le constater à l'occasion des reportages diffusés à la télévision ou à la radio où la parole est donnée aux usagers de la route. La phase « réclamer », quant à elle, est sujette à discussion car les revendications des acteurs de la médiatisation du discours n'ont pas conduit au changement tant souhaité : la baisse de la mortalité routière. Cela aboutit à une situation anxieuse qui fait osciller le discours sur la violence routière entre visibilité et invisibilité, je nomme cet état « tautisme » (Sfez, 2007).

- La « communication confondante »

Dans son ouvrage « *La communication* » publiée en 2007 aux presses universitaires de France, Lucien Sfez s'adonne à une critique de l'omniprésence de la communication dans la société, car dit-il, « on ne parle jamais autant de communication que dans une société qui ne sait plus communiquer avec elle-même » (p.5). A cette fin, l'auteur convoque trois métaphores « fondatrices » de la communication car traduisant l'évolution du phénomène au sein de la société.

*Représenter ou la machine.* La préposition « avec » caractérise cette étape. C'est la « métaphore de la machine à communiquer avec le monde » (p.17). Sfez définit la machine comme un support des tâches humaines. La communication est limitée ici à une fonction strictement instrumentale. Elle sert à transmettre des informations utiles dans un contexte précis. Dit autrement, la communication est représentative. Elle implique un sujet distant et maîtrisant sa machine. Le représentant possède ainsi donc le pouvoir car il est l'unique garant de l'objectivité du message puisque le représenté (ou récepteur) est passif. Appliqué à mon sujet, l'idée est de miser principalement sur un discours faisant appel à la raison pour inciter le public à être prudent sur les routes. En période de Magal, il s'agirait de faire passer le message suivant : « faites attention sur les routes, car l'année dernière, il y a eu tant de victimes durant cette période, les pompiers sont intervenus sur tant d'accidents ».

*Exprimer ou l'organisme.* La préposition « dans » l'emporte. « L'homme est jeté dans le monde technique qui devient sa nature » (p.18). L'homme ne contrôle plus la machine, il s'adapte à elle. En SIC, des auteurs comme Winkin (1981) avec son modèle l'orchestre traduisent cette appréhension du monde. L'idée de Winkin est la suivante : la communication s'auto-organise, la distinction entre émetteur actif et récepteur passif n'est plus valable, car le sujet a conscience de son intersubjectivité.

« Ce modèle de la communication n'est pas fondé sur l'image du téléphone ou du ping-pong -un émetteur envoie un message à un récepteur, qui devient à son tour émetteur-, mais sur la métaphore de l'orchestre (...). Mais dans ce vaste orchestre culture, il n'y a ni chef, ni partition. Chacun joue en s'accordant sur l'autre » (Winkin, 1981, 1996 cité par Sfez, 2007, p.64).

Rapporté au sujet, l'information discursive cède la place à l'image. Les images d'accidents de circulation sont privilégiées au long discours afin de capter l'attention du public. En outre, ce dernier n'est pas passif, il entre dans l'interaction en s'identifiant à la situation.

**Confondre ou le tautisme.** La communication représentative et la communication expressive ne sont plus complémentaires, elles s'identifient l'une à l'autre : « on prend le représenter pour l'exprimer et l'exprimer pour le représenter : communication confondante » (p.88). Une confusion baptisée « tautisme » par Sfez. Le « tautisme » est la fusion de deux termes : « autisme » et « tautologie ». L'autisme est une maladie de l'auto-enfermement ou l'individu n'éprouve pas le besoin de communiquer sa pensée à autrui ni de se conformer à celle des autres (p. 90). La tautologie désigne toute « proposition identique dont le sujet et le prédicat sont un seul et même concept » (*Ibidem*).

On a tendance à accepter comme réalités de premier ordre, des réalités de second ordre créées par les émetteurs ou des réalités de troisième ordre « formées par des récepteurs » (p.89). L'auteur prend l'exemple de la visite du Pape Jean-Paul II en Pologne diffusée dans toutes les chaînes télévisées du monde. « Les familles réunies autour du poste ont communiqué à l'envie » mais en imagination seulement car elles n'étaient pas physiquement sur place. « Le spectateur croit maîtriser le monde en représentation en s'exprimant en famille. Il n'est jamais qu'un élément recevant des ondes lumineuses qu'il prend pour la réalité même » (p.96). Appliqué au sujet qui m'occupe, l'histoire du chauffeur de taxi qui avait emprunté la passerelle réservée aux piétons pendant la saison hivernale à Dakar, est un bel exemple. Tout est parti d'une photo publiée sur les réseaux sociaux. Les organes de presse ont ensuite repris l'information et la population s'est indignée en découvrant les fameux clichés. Chacun y allait de son commentaire et pourtant, la grande majorité n'était pas présente sur les lieux de l'incident. De plus, l'affaire a dépassé nos frontières puisque l'information a été reprise par des médias internationaux comme France 24. Une situation qui a amené le Ministre des transports à s'exprimer et à condamner le geste malheureux en disant que ce comportement incivique avait terni l'image du Sénégal.

Par ailleurs, parler de « tautisme » consiste également à prendre la répétition comme valeur de vérité. En fait, pour Sfez, nous avons tendance à considérer comme étant exacte une information reprise par plusieurs médias, ce qui n'est pas forcément le cas. Prenons le cas de Massata Faye qui s'est fait passer, au cours de l'année 2015, pour le directeur général de *Facebook* Afrique francophone auprès de la presse et des institutions sénégalaises. Il a même été reçu par l'ambassadeur des Etats-Unis au Sénégal. On apprendra plus tard, que ce personnage était un usurpateur.

Les sujets sont ainsi donc prisonniers de la « communication organique » avec un « autisme totalisant par lequel nous sommes dilués dans l'absolu du monde, faute de nous être séparés de lui pour le comprendre » (p.96-97). Il y a un brouillage des frontières entre le dedans et le dehors. La technique l'emporte sur l'homme ; le sujet existe seulement par le biais de l'objet technique, la préposition « par » domine, l'homme n'existe que par la technique.

On retient en résumé, que la communication est devenue « tautistique » car il y a une confusion entre l'émetteur et le récepteur du message. La communication est définie par son contexte qui devient indissociable du récepteur. « La communication organise le corps du récepteur et le structure comme sujet second d'une réalité seconde. Ce n'est plus un sujet classique, c'est un support médié » (p.95).

Dans la pratique, la communication sur la violence routière est définie par son contexte : la récurrence des accidents de circulation. A chaque fois qu'un drame surgit, les images nous touchent, nous émeuvent alors qu'elles sont le fruit d'une réalité secondaire. C'est-à-dire que nous ne sommes pas physiquement témoins des incidents mais on fait comme si. Pas étonnant, dès lors, de constater l'échec des campagnes de sensibilisation sur la sécurité routière car le représentatif du phénomène de violence routière est confondu avec l'expressif.

Dans le représentatif, il y a la rhétorique du chiffre, les récits des cas d'accidents ou des incivilités routières constatées sur le territoire. Dans la communication expressive, les acteurs

mettent en scène des images déconcertantes qui font office de preuve puisqu'elles heurtent la sensibilité. Aussi, des actions de communication sont lancées pour stimuler la prise de conscience collective. Les acteurs revendiquent, critiquent, réclament et à force de répéter leur message sur la sphère publique, la communication devient confuse. Par exemple, l'Etat multiplie les déclarations et les promesses en s'appuyant sur les médias au lieu de renforcer le contact direct avec les populations cibles. Les enjeux nationaux sont internationalisés avec la décennie d'actions pour la sécurité routière sous la houlette des Nations unies. Preuve en est, l'ONG Laser international, à la suite d'une marche organisée avec des enfants pour la défense de leur droit à la sécurité routière, avait promis de faire remonter les doléances au Ministre des transports. L'idée était que celui-ci porte ces conclusions à la dernière conférence mondiale sur la sécurité routière qui s'est tenue au Brésil en novembre 2015. Dans ce contexte, « La communication meurt par excès de communication et s'achève dans une interminable agonie de spirales » (Sfez, 2007, p.20). Le discours s'inscrit dans une boucle, il passe du visible à l'invisible et inversement. Il est visible avec l'événement médiatique et avec la communication événementielle, je l'ai déjà évoquée, caractéristique de la communication publique. Il devient invisible le reste du temps, la violence routière s'inscrit dans le quotidien des sujets, elle devient banalisée. Des événements extraordinaires deviennent ordinaires. Combien de fois n'a-t-on pas entendu des cas d'accidents mortels dans l'année ? A l'arrivée, les attitudes ne changent pas, les comportements ne suivent pas. Nous sommes face à une « prise de conscience théorique » du risque pour citer Ulrich Beck (2001). La prise de conscience théorique du risque désigne cette perception objective mais abstraite d'un risque toujours probable. Ainsi, comme l'observent Fisher, O'Connor et Bord (1998, p. 79) : le fait d'admettre son inquiétude au sujet d'un problème spécifique, ne veut pas forcément dire qu'il nous occupe. Sandman (2009), spécialiste américain de la communication des risques, distingue « l'agenda de l'inquiétude » et « l'agenda de l'action » car « personne n'a le temps, ni l'énergie d'affronter tous les problèmes qui se présentent au quotidien, un choix est donc nécessaire ».

A l'heure où l'on note que la temporalité des citoyens diffère celle de l'Etat qui diffère à son tour des temporalités des associations, des ONG et de la presse, il y a une déconnexion entre les discours mobilisateurs favorables à la sécurité routière et les actions de communication annoncées pour faire face. On peut s'interroger alors sur la place de la dimension temporelle dans le traitement des questions de violence routière. Penser le temps, le rythme des actions est un défi à relever par les acteurs s'ils veulent mobiliser efficacement les populations dans la lutte contre la violence routière.

## **Conclusion**

Le discours en faveur de la sécurité routière ou contre la violence routière selon la rhétorique consacrée, est perçu comme un levier de changement profond. A ce titre, les acteurs élaborent et projettent leurs arguments sur internet. Les discours suivent alors une logique thématique et communicationnelle pour atteindre la visibilité. Le modèle du Réaliser, Reprocher, Réclamer de Felstiner, Abel et Sarat (1981) a permis de cerner ce processus. Nonobstant, l'analyse a pointé les paradoxes de la communication sur la violence routière située à cheval entre le visible et l'invisible, le représentatif et l'expressif. En définitive, cette étude partielle sur le discours construit de la violence routière, ouvre la réflexion sur la force instituante de la communauté internationale. L'injonction sécuritaire dictée par l'Organisation des Nations unies (ONU) incite l'Etat sénégalais à véhiculer des messages « anonymes » parce ne s'adaptant pas aux particularités territoriales. Il serait intéressant à l'avenir de se pencher sur le rôle de la communication publique dans le processus de réappropriation du discours internationalisé.

## Références

- Arendt, H.** (1983). *La condition de l'homme moderne*. Paris : Calmann Kroz, traduit par G. Fradier, 1983 (1961).
- Austin, J-L.** (1955). *How to do with words: The William James Lectures Delivered in Harvard University*. Paris : Broché.
- Bardet, L.** (2001). *L'analyse de contenu*. Paris : PUF.
- D'almeida, N.** (2000). « Introduction à la problématique de la visibilité », Travaux du GRIPIC, CELSA, groupe « visibilité », 23 février 2000.
- Diedhiou, A.** (2015). « Les chiffres poignants de 2014 : 12544 accidents causent 22441 victimes dont 433 décès ». Repéré le 25/11/15 à <http://www.igfm.sn/les-chiffres-poignants-de-2014-12-547-accidents-causent-22-441-victimes-dont-433-morts/>.
- Felstiner, W. L. F., Abel, R. L., Sarat, A.,** (1991), « L'émergence et la transformation des litiges : réaliser, reprocher, réclamer », *Politix*, n 16, pp. 41-54. Repéré le 10/12/15 à [10.3406/polix.1991.1477](http://10.3406/polix.1991.1477)
- Herve-Bazin, C.** (2010). *Femme, Eau et Développement durable: de l'invisible au visible*. (Th. Doctorat, PARIS IV Sorbonne- CELSA, Paris). Repéré le 03/11/11 à <http://celinehervebazin.files.wordpress.com/2011/07/these-celine-herve-bazin-juin-2010.pdf>.
- Kim, S.** (1997). *Benveniste et le paradigme de l'énonciation*. Repéré le 5/01/16 à <http://linx.revues.org/1051>.
- Pasquier, D. & Céfaï, D.** (2003). *Les sens du public. Publics politiques, publiques médiatiques*. Paris : PUF.
- Sandman, P.** (2009). *Climate Change Risk Communication: The Problem of Psychological Denial*. Repéré le 11/02/11 à <http://www.psandman.com/col/climate.htm>.
- Wikipedia.** *Mise sur agenda*. Repéré le 03/10/15 à [https://fr.wikipedia.org/wiki/Mise\\_sur\\_agenda](https://fr.wikipedia.org/wiki/Mise_sur_agenda).