



**HAL**  
open science

# La “ sécurité routière ”, un programme sans risque. La neutralisation d’un problème politique et social à la télévision

Valérie Devillard, Dominique Marchetti

## ► To cite this version:

Valérie Devillard, Dominique Marchetti. La “ sécurité routière ”, un programme sans risque. La neutralisation d’un problème politique et social à la télévision. *Réseaux : communication, technologie, société*, 2008, 147, p. 149-176. 10.3166/Réseaux.147.149-176 . halshs-02379583

**HAL Id: halshs-02379583**

**<https://shs.hal.science/halshs-02379583v1>**

Submitted on 27 Nov 2019

**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.

**LA « SECURITE ROUTIERE », UN  
PROGRAMME SANS RISQUES  
*LA NEUTRALISATION D'UN PROBLEME  
POLITIQUE ET SOCIAL A LA TELEVISION***

Valérie DEVILLARD  
Dominique MARCHETTI

Les sources gouvernementales constituent une part importante de l'information diffusée dans les grands médias. Pourtant, cette information ordinaire, tout particulièrement quand elle concerne les grandes causes nationales (la santé publique, le risque routier, le handicap, etc.) demeure un objet délaissé par les sciences sociales. Celui-ci est souvent traité à travers le prisme d'une discussion devenue classique sur les relations entre les médias et les hommes politiques, l'exercice consistant à dégager les exemples les plus caricaturaux de « connivences », voire de censures manifestes. Ce point de vue alimente ainsi, de façon répétée, les débats circulaires sur l'indépendance des médias et la communication politique.

La coproduction du problème du risque routier par les grands médias généralistes et spécialisés constitue un cas exemplaire pour étudier la production de ce type d'information très peu autonome. Pourtant, elle n'apparaît comme telle puisqu'elle ne fait quasiment pas problème publiquement. La thématique de la sécurité routière est en effet devenue, à partir de la fin des années 1990, un type idéal pour les promoteurs de la communication des institutions étatiques. Par exemple, sauf en cas d'enquête sensible sur un accident ou de critiques sur les usages des outils de répression, elle fait relativement consensus, en tout cas sur le fait que le nombre d'accidents sur les routes doit baisser.

L'analyse statistique proposée ici vise à repérer l'importance prise par cette action publique dans le flux quotidien des programmes télévisuels (hors JT) entre 1995 et 2004<sup>1</sup>, c'est-à-dire dans un contexte politique inédit, alliant des

---

<sup>1</sup> Cette enquête a été réalisée dans le cadre de l'Action concertée incitative (ACI) « Sécurité routière et Société » financée par Ministère délégué à la recherche, l'Institut national de recherche sur les transports et leur sécurité (INRETS) et le Centre national de la recherche scientifique (CNRS). Une division du travail s'est opérée concernant le traitement des chaînes

grandes campagnes nationales de communication et un dispositif législatif de contrôle entendant lutter contre « la violence routière ». La période choisie présente l'avantage de dégager des tendances sur un temps long et de saisir les effets (ou non) des politiques de sécurité routière, notamment depuis 2002, sur la publicisation du problème. Le choix de la périodisation s'explique aussi par l'obligation pratique de réaliser une recherche quantitative à partir d'un matériel relativement homogène constitué par les notices réalisées par les documentalistes de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), celles-ci étant plus complètes à partir de 1995 (voir encadré méthode).

Le premier constat de cette enquête, qui ne revêt bien évidemment pas un caractère inédit<sup>2</sup>, est le poids considérable des « sources officielles » dans la production de l'information sur le risque routier. Le résultat vient contredire les discours trop univoques sur l'affaiblissement des logiques étatiques et politiques au sein de l'univers médiatique.

Second constat : la forte médiatisation récente de la sécurité routière est en grande partie le produit de diffusion des pratiques communicationnelles au sein de l'Etat<sup>3</sup>. Elle témoigne, en effet, de comment, *via* leurs activités de communication, les pouvoirs politiques et certaines administrations contribuent pour une large part à imposer à la sphère médiatique leurs visions du monde et celles de leurs actions. Elles sont héritières, en outre, d'une propagande d'Etat qui, jusque dans les années 1970 en France, est considérée comme une activité illicite et illégitime (rappelant là la période noire de Vichy) dès lors qu'elle se rend visible sous forme de campagnes publicitaires<sup>4</sup>.

Enfin, le dernier constat, qui constitue l'objet central de cet article, est que cette inflation communicationnelle des pouvoirs publics favorise la neutralisation croissante des logiques politiques les plus visibles et partisans<sup>5</sup>. Elle tend à présenter les accidents routiers comme une cause consensuelle, qui s'articule autour de la prise de conscience *a minima* qu'une baisse sensible de « cette hécatombe » est rendue nécessaire. Elle contribue à

---

de télévision entre deux équipes travaillant sur un terrain similaire : pour les journaux télévisés, voir GROSSETÊTE, 2008.

<sup>2</sup> Voir la synthèse d'Erik NEVEU, 2001 : 56-61.

<sup>3</sup> NOLLET : 2006, 2007 et MARCHETTI, dir. : 2008.

<sup>4</sup> GEORGAKAKIS : 2004, OLLIVIER-YANIV : 2000.

<sup>5</sup> BOURDIEU, 2001 : 192.

accroître la perception devenue dominante que c'est une « bonne cause » que les journalistes doivent donc « relayer ». Dès lors, la politique développée depuis 2002 apparaît « naturelle » et « incontestable », comme en témoignent certains programmes des chaînes de télévision. Le caractère omnibus du thème de la « sécurité routière » tend, en effet, à favoriser sa diffusion non seulement dans les journaux télévisés mais, plus largement, dans l'ensemble des programmes des grandes chaînes hertziennes. Ces conclusions rejoignent plusieurs travaux qui insistent sur la dépolitisation et la désocialisation<sup>6</sup> du risque routier, ce qui favorise à la fois sa communication et sa publicisation<sup>7</sup>. Parmi les trois « grands chantiers » décrétés en 2002 par Jacques Chirac, alors président de la République, la « sécurité routière » a d'ailleurs été le plus médiatisé par les journaux d'information des principales chaînes françaises de télévision au début des années 2000<sup>8</sup>.

Le premier apport de ce travail consiste donc à montrer, à travers la construction d'un espace des genres d'émission et des cadrages médiatiques, où et comment les problématiques politiques explicites subsistent. Autrement dit, l'action de l'Etat demeure, dans certains programmes spécifiques généralement animés par des journalistes, explicitement liée à des enjeux internes aux univers politique et bureaucratique. Le second apport est de faire émerger la nette prééminence d'un cadrage individuel et dépolitisé au sens partisan du terme, qui est à la fois le produit du discours politique dominant et des conditions de production des programmes télévisés grand public. Si ce constat est souvent avancé, il est tout d'abord rarement étayé comme ici par des indicateurs objectifs. Ensuite, les données montrent que, depuis l'intensification de la communication en matière de sécurité routière à la fin des années 1990, ce cadrage se diffuse non plus seulement dans des programmes spécialisés s'adressant à des publics restreints mais dans les émissions de grande audience. Enfin et surtout, ce travail donne à voir les différentes logiques à l'œuvre dans ce travail d'individualisation et de dépolitisation selon les types de programmes télévisés.

---

<sup>6</sup> Voir notamment : REIGNER, 2005 ; GALLAND et al., 2006 ; la thèse en cours de Matthieu Grossetête.

<sup>7</sup> Cf. les contributions réunies dans MARCHETTI, 2008.

<sup>8</sup> GROSSETÊTE, 2008.

## Encadré 1

### Questions de méthode

Les programmes de télévision (hors JT) constituent un corpus exemplaire pour étudier la construction et la diffusion des perceptions dominantes au sein de l'espace médiatique. En raison de la grande variété de leurs genres, mais aussi et surtout des publics auxquels ils s'adressent (ou pensent s'adresser), ils permettent de faire émerger sur une problématique ou une zone géographique donnée un espace des prises de positions publiques. Pour dresser ce type de cartographie à propos de thèmes d'actualité, les chercheurs se focalisent généralement pour diverses raisons sur les contenus des journaux télévisés, des émissions spécialisées (politique, scientifique, etc.)<sup>9</sup>. Cet article tente d'élargir le spectre en restituant la publicisation d'une thématique dans l'ensemble des programmes des grandes chaînes hertziennes à l'exception des journaux d'information.

Les notices de la base de données de l'Inathèque de France résument de manière relativement détaillée le contenu des programmes hors des journaux télévisés. Un premier travail a consisté à interroger cet outil dans la période 1995-2004 à partir d'une série large de mots-clés relatifs à la sécurité routière afin de dresser le corpus. En dépit de ces précautions, il va de soi que cette liste ne peut être considérée comme exhaustive car elle repose en partie sur les choix d'indexation des documentalistes de l'INA. A partir de cette première base, au sein de laquelle on a éliminé les sujets ne concernant pas directement notre objet (par exemple les résultats de compétitions automobiles, les accidents domestiques, les sujets de circulation routière ne concernant pas de manière dominante le risque routier) ou les rediffusions, nous avons doublement codé les 1010 notices restantes<sup>10</sup>. D'une part, celles-ci l'ont été en fonction des genres d'émissions (n=21), de manière à rendre compte de leur grande diversité : commémoration, divertissement, documentaire, émission d'information, fiction, information pratique, différents types de magazines (santé, débat-société, économie, médias,

---

<sup>9</sup> Pour un état de la littérature sur la sociologie des programmes, on pourra se reporter utilement à l'article suivant : FLICHY, PASQUIER, 1997, p. 543-549.

<sup>10</sup> Le corpus a été constitué à partir de mots-clés par Ivan Chupin avec la collaboration de Dominique Marchetti. Après avoir « nettoyé » cette première base des sujets ne correspondant pas directement à la thématique, Valérie Devillard et Dominique Marchetti ont procédé au codage des séquences.

pédagogie, reportage, science, sport, vie quotidienne, voyage-aventure), reality-show, talk-show et diverses émissions thématiques (animaux, politique, religion). Cette grille de codage est bien évidemment très différente des canevas qui ont été adoptés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et Médiamétrie dans la mesure où ils obéissent à d'autres logiques.

D'autre part, nous avons procédé à un codage thématique (n=8)<sup>11</sup> sur le contenu dominant des émissions au sens où tous les sujets, plateaux, interviews, etc. d'une même émission ont donné lieu à une seule occurrence, la primauté revenant aux thèmes qui sont les plus longs dans la durée : la circulation routière, les équipements de sécurité centrés sur le véhicule, les équipements routiers, les faits divers, qui recouvrent l'accident et ses conséquences (récits, témoignages, récits de procès, prévention des secours pour les accidents, relations avec les assureurs), la répression routière, la politique publique nationale et locale, les recours en justice et la prévention des risques routiers. Cette dernière catégorie étant très importante quantitativement à l'issue du premier codage, une série de cinq sous-catégories permettant d'affiner l'analyse a été dégagée : les campagnes publicitaires gouvernementales, les campagnes de sensibilisation et d'action, les conduites à risque sans viser un public particulier (sommolence, médicaments, etc.), les populations et les conduites à risque ciblant certains usagers (selon l'âge, le type de véhicule), les « bons usagers » de la route.

---

<sup>11</sup> Il va de soi que nous ne prétendons pas réaliser à travers le codage des genres et des contenus une analyse de discours. Ce travail statistique, qui a été complété par quelques visionnages et un travail documentaire, vise surtout à mieux saisir la publicisation de la sécurité routière.

## **Les formes explicites de l'omniprésence de l'Etat**

La construction publique de la thématique de la sécurité routière fournit un cas exemplaire de la domination des univers politique et bureaucratique dans la production de l'information grand public. L'analyse statistique de sa diffusion au sein des grandes chaînes de télévision fait apparaître combien les fluctuations récentes de la visibilité du problème sont en partie corrélées aux initiatives des pouvoirs politique et administratif. C'est ainsi que l'évolution de la publicisation du risque routier dans les programmes de télévision présente globalement une courbe ascendante (*cf.* tableau 1) quasi similaire à celle observée dans les journaux télévisés étudiés par Matthieu Grossetête pour la période 1995-2005<sup>12</sup>. La thématique émerge surtout à partir de 1999, le nombre d'occurrences relevées doublant avec l'année précédente (115 contre 56). Après une stabilisation en 2000 et 2001, elle s'accroît très fortement en 2002-2003 avant de retrouver un niveau proche de l'année 1999 en 2004. Ces « temps forts » de 1999 et 2002 sont en large partie liés aux différentes mesures gouvernementales ainsi qu'à un changement de registre des discours politiques : la « grande cause nationale » (« 2000 : année de la sécurité routière ») est devenue entre-temps un « grand chantier » prioritaire présidentiel (allocution de Jacques Chirac du 14 juillet 2002). L'acmé de la publicisation de 2002 résulte d'un processus amorcé dès 1999 par la loi Gayssot, et par une mutation significative de la communication gouvernementale. Si les campagnes publicitaires avaient été intégrées au corpus, le nombre de séquences relevées en 1999 serait encore plus élevé<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Les références concernant les journaux télévisés sont extraites d'un travail de Matthieu Grossetête (GROSSETETE, 2008).

<sup>13</sup> PICARD, 2005.



**Tableau 1. Evolution du nombre de séquences consacrées à la sécurité routière dans les programmes télévisés de six chaînes hertziennes entre 1995 et 2004.**

<b>Années de diffusion/Chaînes</b>	<b>TF1</b>	<b>France 2</b>	<b>France 3</b>	<b>France 5</b>	<b>M6</b>	<b>Arte</b>	<b>Total</b>
1995	7	13	8	23	12	1	64
1996	5	9	7	6	20	1	48
1997	2	15	8	26	34		85
1998	4	4	11	10	25	2	56
1999	16	15	4	20	58	2	115
2000	23	14	8	14	47	2	108
2001	17	19	14	14	46		110
2002	31	22	13	31	55	2	154
2003	22	26	19	14	67	1	149
2004	15	26	18	14	48		121
<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>163</b>	<b>110</b>	<b>172</b>	<b>412</b>	<b>11</b>	<b>1010</b>

La forte hétéronomie de l'espace médiatique à l'égard des activités étatiques et politiques apparaît particulièrement manifeste quand il s'agit de médiatiser de ce qui est présenté explicitement comme « la politique de sécurité routière », c'est-à-dire de détailler un ensemble de mesures gouvernementales et ses effets supposés. Au sein de l'espace des prises de position, ce cadrage politique reste pourtant globalement marginal. Par exemple, 8,3% des occurrences traitent explicitement de la répression routière<sup>14</sup>, tout particulièrement de son renforcement depuis 2002 avec le développement des contrôles, via l'augmentation du nombre des radars. La part de cette problématique dans les programmes est donc sans commune mesure avec l'importance considérable qu'elle a prise dans les journaux télévisés à la même période<sup>15</sup>. De même, la proportion du cadrage « politique publique » (7,6% du total des séquences), qui indique là aussi un effet plus ou moins direct des problématiques des espaces politique et administratif, demeure relativement faible. Enfin, dans le recensement de l'action publique, les explications des risques renvoyant très directement aux aménagements des routes et à la circulation occupent une position encore plus réduite (respectivement 6,1% et 1% de l'ensemble des problématiques).

### **De l'engagement de M6 aux obligations de service public**

Ces dimensions politique et étatique du risque routier sont cependant inégalement représentées selon les chaînes, notamment en raison des logiques de production des programmes. Sur France 2, la part importante du thème des politiques publiques (17,8%) constitue une spécificité de la chaîne, cette catégorie de classement renvoyant à différentes activités étatiques comme celles des ministères et des collectivités territoriales, mais également au droit des victimes, à la production des statistiques officielles, aux recherches financées par l'État ou encore aux débats sur l'amnistie. Si l'on excepte France 3, où ce cadrage est de 8,7%, ce type de problématique avoisine seulement les 5% sur TF1, France 5 et M6. 21 des 28 éditions de l'interview matinale des *4 vérités* sur France 2 adoptent ainsi cette approche dominante, notamment à l'occasion des entretiens réguliers avec les ministres de l'Équipement et des Transports ainsi qu'avec les délégués nationaux à la sécurité routière ou les porte-parole d'associations de

---

<sup>14</sup> La thématique « Répression routière » rassemble les occurrences sur la politique du gouvernement visant à afficher un renforcement des contrôles : radars, contraventions, permis à point, etc.

<sup>15</sup> GROSSETETE, 2008.

victimes. La prégnance d'une approche plus politique du risque routier sur France 2 apparaît également, comparativement aux chaînes concurrentes, dans la maîtrise plus grande du thème par les journalistes par rapport aux animateurs. La catégorie des programmes d'information au sens large hors journaux télévisés, dont la plupart existent depuis plus d'une décennie, représente un quart de l'ensemble des occurrences « sécurité routière » sur la deuxième chaîne alors que leur part est négligeable, voire nulle sur les autres. Ce constat reflète des résultats plus généraux des études montrant que l'information générale et politique demeure plus présente sur les chaînes de service public<sup>16</sup>. Cette maîtrise journalistique du thème se retrouve également dans les magazines de reportages, qui concentrent 11% des occurrences sur la thématique (n=18), tout particulièrement *Envoyé Spécial* (n=12), les magazines de débat et de société ainsi que, encore plus marginalement, les émissions politiques et les magazines traitant des médias. Ce groupe de programmes organisés par des journalistes représente 41,1% de la diffusion de France 2.

La prégnance du cadrage politique apparaît également sur France 3 à travers la surreprésentation de la thématique sécurité routière dans les émissions politiques (7,3% contre 1,2% sur les autres chaînes). Elle émerge essentiellement dans les émissions relatives au Sénat (*Une semaine sur Public Sénat* reprenant des programmes de cette chaîne thématique et *L'Hebdo du Parlement*) au moment de rendez-vous politiques et institutionnels : lois, journée au Sénat sur le thème, comité interministériel. Ce type d'émissions fait partie, selon l'expression légale, des « obligations de service public » de la chaîne consistant à rendre compte de « l'expression du Parlement ». Un autre signe de la prégnance du cadrage politique est le taux plus élevé que chez ses confrères de la catégorie « politique publique » (8,2%) au sein des programmes. Sur France 5, le prisme politique est plus marginal même si l'arrivée depuis le début des années 2000 du programme quotidien *C dans l'air* (n=13), qui se situe souvent parmi les meilleures audiences de la chaîne, témoigne de la volonté des programmeurs de développer des débats d'actualité.

S'agissant des chaînes privées, la présence explicite de la politique de sécurité routière est moins flagrante et prend surtout des formes différentes sur TF1 et M6. Dans le premier cas, la thématique la plus clairement politique est celle de la répression des conducteurs puisque la Une consacre près de 15% de ses programmes à cette approche, qui occupe une place

---

<sup>16</sup> RICHARD, 2006, p. 82.

résiduelle chez ses concurrents. A l'inverse, la part de la problématique des politiques publiques est l'une des plus faibles de toutes les chaînes. L'émission de seconde partie de soirée de TF1 *Combien ça coûte ?*, animée par Jean-Pierre Pernaut, le directeur adjoint de l'information de TF1 et présentateur d'une édition du journal télévisé, incarne le mélange de ces deux types de cadrage, qui reposent sur une critique générale de l'Etat qu'il a développée par ailleurs dans deux ouvrages aux titres explicites (*L'argent par les fenêtres*, *Attention arnaques !*).

La politique des pouvoirs publics est par exemple mise en cause dans sa conception des équipements routiers et la dimension répressive de ses contrôles. Ainsi, deux « ponts trop bas », le coût de la profusion des ronds-points et plus largement les « gaspillages » dans la politique d'aménagement, la multiplication des panneaux de signalisation dans un village du sud-ouest de la France, le coût des signalisations des sens interdits entendent signaler les impérities réelles ou supposées de l'Etat aménageur. S'agissant du renforcement des contrôles routiers, l'équipe de l'émission pointe du doigt par exemple les usages jugés abusifs des radars (« attention aux flashes »), la manne financière qu'ils représentent, le développement du commerce des détecteurs de radars et raconte la sévérité de la police de la route états-unienne. Le programme *Combien ça coûte ?* se rattache aussi à cette critique des activités étatiques.

S'agissant de M6, sa grille traduit un engagement affiché de la chaîne pour la thématique « sécurité routière », comme en témoigne son importance en valeur (40,8% de la diffusion totale des chaînes) et en volume (n=412). D'ailleurs, ses dirigeants insistent à l'occasion sur les actions mises en œuvre en la matière : « 2002 a aussi été l'occasion pour M6 et ses programmes de s'engager aux côtés d'une grande cause nationale. Cette année, M6 a soutenu les efforts de la Sécurité Routière avec l'objectif de sensibiliser les publics, des plus petits aux plus grands, à la prévention », explique par exemple Thomas Valentin, le directeur des programmes dans le rapport annuel 2002 du groupe M6<sup>17</sup>. Au-delà du traitement dans ses émissions ordinaires, M6 apporte son « soutien à des campagnes de prévention notamment à destination du jeune public », produit des séries animées avec la Sécurité routière<sup>18</sup> et a signé une convention avec l'Etat, qui comprend notamment le relais d'opérations étatiques dans les journaux télévisés de la chaîne. La dimension plus explicitement politique de cet engagement est particulièrement visible dans son émission dominicale, *Zone*

---

<sup>17</sup> M6, 2003, p. 18.

<sup>18</sup> CSA, 2003, respectivement p. 28 et p. 65.

*interdite*, créée en 1993. Depuis 1999 et surtout 2002, ce programme, qui rassemble un large public en début de soirée, traite régulièrement le sujet (n=14), suivant ainsi la publicisation de la cause nationale.

Plusieurs indices témoignent de cette proximité avec la politique de lutte contre l'insécurité routière, qu'il s'agisse de l'évolution dans le temps (4 éditions en 2002 et 4 en 2003) et surtout de la présence régulière de membres du gouvernement ou de fonctionnaires en charge du dossier : des ministres des Transports et de l'Équipement (Jean-Claude Gayssot 1<sup>er</sup> août 2000 ; Gilles de Robien, 10 octobre 2004) et des délégués à la sécurité routière (Isabelle Massin, 29 avril 2001 ; Rémi Heitz, 25 mai 2003). Ce relais de l'action gouvernementale est particulièrement saisissant en 2003 puisque Jean-Pierre Raffarin, le Premier ministre de l'époque, apparaît à deux reprises dans *Zone interdite* pour évoquer ce thème : tout d'abord à l'occasion d'une émission spéciale consacrée à la sécurité routière le 5 janvier 2003 (« 2003 : stop à la violence routière ») et lors de sa « rentrée politique » le 21 septembre 2003 au cours de laquelle il est notamment interrogé sur ce thème. La politique de répression est enfin mise en avant, que ce soit en France avec la mobilisation des forces de police et de gendarmerie au moment des départs en vacances ou des effets positifs de la politique de répression, mais aussi à l'étranger, avec des reportages expliquant « l'efficacité » de la police du Pays de Galles, de la Californian Highway Patrol ou des sanctions délivrées aux jeunes conduisant après avoir bu trop d'alcool aux États-Unis.

### **Un travail de dépolitisation et d'individualisation**

Mais cette construction politique du problème est relativement faible dans l'espace des problématiques dominantes. Elle fait en effet oublier que, si l'on transpose les travaux de Julien Duval (2004) sur le traitement journalistique de l'économie, la publicisation de l'État n'est probablement jamais aussi efficace, s'agissant des retombées médiatiques, qu'elle n'apparaît pas comme trop visible et explicite. Force est de constater que le thème de la « sécurité routière », d'autant plus quand il devient une cause officielle, perd, d'une part, ses aspects politiques les plus explicites et, d'autre part, ses dimensions sociales. Le risque routier devient dès lors, en grande partie, une simple question morale et individuelle alors même que les travaux de sciences sociales montrent l'importance de ses déterminants politiques, économiques et sociaux<sup>19</sup>. Si ces derniers sont absents, c'est parce

---

<sup>19</sup> REIGNER, 2004.

que le discours politique dominant sur le risque routier est en affinité avec les logiques économiques, politiques et sociales de construction des programmes. C'est donc ce processus qu'on voudrait décrire ici en cherchant à comprendre les modalités concrètes de la dépolitisation et de la désocialisation de ce problème, qui constituent bien évidemment une des conditions de sa « réussite » politique et médiatique, qu'elle soit réelle ou supposée.

Le caractère omnibus de la sécurité routière s'exprime à travers son extrême dispersion dans les genres des programmes télévisés (*cf.* tableau 2). En effet, elle est évoquée non seulement dans les programmes dits de stock<sup>20</sup> comme les fictions et les documentaires mais surtout dans les programmes de flux. Autrement dit, c'est un thème transversal, qui est jugé capable de toucher une grande variété de publics. Objet d'une information plutôt spécialisée (cantonnée en 1995 aux magazines thématiques), le thème a investi davantage de programmes plus généralistes à partir de 1999 et des émissions de plus en plus populaires à partir de 2002. Cette tendance exprime l'importance de la diffusion invisible des problématiques étatiques et gouvernementales.

---

<sup>20</sup> Sur cette approche à propos de ce thème, voir DEVILLARD, 2008.

**Tableau 2 : La part de la thématique « sécurité routière » entre 1995 et 2004, selon les principaux genres<sup>21</sup> de programmes des chaînes des chaînes hertziennes de télévision (en %)**

<b>Descripteurs/Chaînes</b>	<b>TF1</b>	<b>France 2</b>	<b>France 3</b>	<b>France 5</b>	<b>M6</b>	<b>Arte</b>	<b>Total</b>
Divertissement	36,6%	14,7%	9,1%	1,2%	0,7%	0,0%	9,0%
Emissions d'information	0,0%	25,8%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	4,4%
Fiction	7,0%	9,2%	8,2%	0,6%	2,7%	18,2%	4,8%
Informations pratiques	3,5%	7,4%	14,5%	11,6%	4,1%	0,0%	6,9%
Magazines de santé	1,4%	3,7%	0,9%	29,1%	0,0%	0,0%	5,8%
Magazines débat-société	3,5%	3,1%	9,1%	12,2%	1,0%	18,2%	4,7%
Magazines médias	2,1%	1,2%	0,0%	3,5%	2,2%	0,0%	2,0%
Magazines pédagogiques	0,0%	1,8%	0,9%	21,5%	0,7%	0,0%	4,4%
Magazines de reportages	12,7%	11,0%	5,5%	2,3%	4,1%	36,4%	6,6%
Magazines scientifiques	0,0%	4,9%	3,6%	7,6%	6,1%	9,1%	5,0%
Magazines sportifs	24,6%	0,6%	2,7%	0,0%	75,5%	0,0%	34,8%
Magazines de vie quotidienne	0,7%	6,1%	25,5%	4,7%	0,0%	0,0%	4,7%
Magazines voyage- aventure	0,0%	0,0%	5,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,7%
Talk-shows	0,7%	6,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	1,2%
Emissions politiques	0,7%	1,8%	7,3%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%

<sup>21</sup> D'autres genres dont la proportion est résiduelle n'ont pas été retenus dans ce tableau.

**Tableau 3 : La part des cadrages de la thématique « sécurité routière » dans les programmes des chaînes des chaînes hertziennes de télévision entre 1995 et 2004**

<b>Cadrages/Chaînes</b>	<b>TF1</b>	<b>France 2</b>	<b>France 3</b>	<b>France 5</b>	<b>M6</b>	<b>Arte</b>	<b>Total</b>
Equipements de sécurité des véhicules	9,9%	8,0%	9,1%	22,1%	33,0%	9,1%	21,0%
Equipements routiers	4,2%	1,8%	7,3%	9,3%	7,0%	0,0%	6,1%
Faits divers	37,3%	30,7%	27,3%	14,0%	10,2%	63,6%	20,4%
Politique publique	4,9%	17,8%	8,2%	4,7%	5,8%	0,0%	7,6%
Recours en justice	0,7%	2,5%	0,9%	1,2%	1,0%	0,0%	1,2%
Circulation routière	0,7%	1,2%	0,9%	2,9%	0,2%	0,0%	1,0%
Répression routière	14,8%	6,1%	4,5%	4,7%	9,2%	18,2%	8,3%
Prévention routière	27,5%	31,9%	41,8%	41,3%	33,5%	9,1%	34,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Du fait de ses multiples dimensions, la sécurité routière peut en effet constituer une entrée possible pour une grande variété de programmes thématiques. Au sein de l'ensemble des grilles des chaînes, le sport est le genre le plus représenté (34,8 %) sur la décade et surtout, quasi exclusivement, les émissions consacrées aux sports mécaniques. Ce volume élevé s'explique essentiellement par la programmation des émissions hebdomadaires *Turbo* et *Warning* sur M6 ainsi que, plus secondairement, par celle d'*Auto-Moto* sur TF1. De manière moins sensible mais non négligeable, la sécurité routière trouve sa place dans d'autres domaines tels que la santé (5,8%) ou les sciences (5%), ces émissions étant essentiellement diffusées sur La Cinquième-France 5 et M6.

Outre ces programmes thématiques, un second pôle important de cet espace des genres est formé par ce qu'on peut appeler, pour créer une catégorie plus large que celles retenues jusque là, les émissions d'information politique et générale au sens large (15,7%). Une grande partie d'entre elles sont installées durablement sur la grille de la période 1995-2004. S'articulant autour de reportages d'actualité (6,6%), de débats de société (4,7%) ou d'information (4,4%), elles s'adressent à un large public, tout particulièrement la première catégorie citée qui est généralement diffusée à des heures de grande écoute en première (*Envoyé spécial* sur France 2, *Zone interdite* sur M6, etc.) et seconde parties de soirée (*Complément d'enquête* sur France 2, *Le Droit de savoir* sur TF1, etc.). La sécurité routière figure en effet au nombre des thèmes ajustés aux objectifs d'audience des chaînes dans la mesure où il est « fédérateur », pour reprendre l'expression récurrente des cadres dirigeants des chaînes. Ainsi, en 2003, selon Médiamétrie, deux éditions de magazines de reportages respectivement diffusées sur TF1 et M6, le *Droit de savoir* (« Français au volant : comportements tous risques ») et *Zone interdite* (« 2003 : Stop à la violence routière »), figuraient parmi les meilleures audiences de ces émissions, la première ayant rassemblé 4,8 millions de personnes et la seconde 5,4 avec 22,1% de part d'audience.

### **Du divertissement aux drames de la route**

La dépolitisation et la désocialisation du risque routier s'opèrent tout d'abord par une conversion du problème sous la forme du divertissement et/ou du fait divers (cf. tableau 3). Une fraction de l'espace des genres télévisés concerne effectivement les programmes de grande diffusion consacrés au divertissement au sens large : les émissions de divertissement proprement

dites (9%), dont la part générale dans les programmes est en pleine expansion durant la période, et, plus marginalement, les fictions (4,8%) dans lesquelles les accidents de la route occupent une position centrale dans les *scenarii*. La sécurité routière peut aussi se décliner très ponctuellement sous forme de jeux télévisés, ce qui avait été le cas dans une émission des années 1970 diffusée sur France 3 (*La bonne conduite*)<sup>22</sup>, cette idée étant reprise par France 2 et M6 au début des années 2000 en *prime time*<sup>23</sup>.

Mais le thème est surtout présent dans des émissions de divertissement, qui ont pour dénominateur commun, comme les talk-shows, « l'évitement du politique »<sup>24</sup>. La place de l'*infotainment* est particulièrement visible sur TF1 puisque plus d'un tiers des séquences de sécurité routière sont diffusées dans ce genre d'émissions contre 14,7% sur France 2, 9,1% sur France 3, sa part dans les autres chaînes étant résiduelle. Il faut dire que la plupart de ces programmes, animés par des animateurs-producteurs<sup>25</sup>, sont présents depuis de nombreuses années sur la chaîne. Une autre de leur particularité est qu'ils bénéficient de fortes audiences dans leurs tranches horaires respectives, notamment en soirée. Pour prendre les exemples les plus importants, *Sans aucun doute* à plus de vingt reprises, *Combien ça coûte ?* à douze reprises, *Exclusif ce soir* à dix reprises (entre 1999 et 2002 seulement) ont évoqué la sécurité routière. De même, sur France 2, si l'on ajoute les émissions de divertissement et de fiction, près d'un quart des séquences appartiennent à ce type de programmes. Mais c'est surtout l'émission d'humour quotidienne de Laurent Ruquier *On a tout essayé* (n=17), programmée avant 19 h, qui s'est intéressée au sujet à partir de 2002.

Au-delà de l'importance du genre du divertissement et de la fiction, tout du moins sur TF1 et France 2, c'est la prégnance de la « fait-diversification » du thème qui permet de comprendre les logiques de neutralisation des enjeux politiques et sociaux. Le cadrage « faits divers », qui rassemble les séquences consacrées aux récits des accidents de la route emblématiques et de leurs effets ainsi qu'à la parole des « victimes » et de leurs proches, atteint ainsi 20,4% des occurrences, toutes chaînes confondues. L'essentiel de ces séquences se concentrent dans les fictions (22,3%), les programmes

---

<sup>22</sup> BRAY, 2003, p. 81.

<sup>23</sup> Le premier des deux jeux intitulés *Code de la route : le grand examen*, diffusés en 2003/2004, a réalisé la troisième meilleure audience de la chaîne cette année-là, selon Médiamétrie (RICHARD, 2006, p. 102).

<sup>24</sup> NEVEU, 2003.

<sup>25</sup> LOCHARD et SOULAGES, 2003 ; LOCHARD, 2006.

de divertissement (14,6%) et les magazines de reportage (13,6%). On peut ainsi affirmer que plus les émissions sont programmées à des heures de grande écoute, plus la « fait-diversification » du risque routier est importante.

C'est là encore sur TF1 que cette approche est la plus présente (à l'exception d'Arte dont le nombre de séquences n'est pas significatif) puisque sa part s'élève à 37,3% du total des cadrages. Mais la grille est très clivée selon les émissions. Le traitement en termes de faits divers se retrouve essentiellement dans *Exclusif ce soir* et *Sans aucun doute*.

Les occurrences relevées dans *Exclusif ce soir* doivent beaucoup à une actualité liée à des accidents de voiture de vedettes telles que ceux de la princesse Diana et du danseur Patrick Dupond. De même, les séquences de *Sans aucun doute* s'inscrivent dans les récits de drames de la route plus ordinaires, qui fournissent un sujet ajusté aux attentes de son animateur Julien Courbet, habitué des médias populaires puisqu'il présente aussi une émission sur RTL. Par-delà les accidents proprement dits, le cadrage « faits divers » s'articule également autour des « arnaques », notamment celles des assurances, qui constituent la vocation affichée de cette émission : ses responsables « luttent contre les arnaques et les injustices en tout genre », précise ainsi le site Internet de l'émission.

Au-delà des programmes de divertissement, cette problématisation est surtout visible dans les fictions mais aussi dans certains magazines d'information (*Reportages*, *Sept à huit* et *Le droit de savoir*).

A France 2, si la part des faits divers est plus faible que sur TF1, elle représente presque un tiers des cadrages (30,7%), venant en deuxième position dans la hiérarchie des problématiques de la chaîne. Ce traitement est tout particulièrement véhiculé là encore dans des programmes attirant une large audience, qu'il s'agisse des séries de la chaîne (*PJ* depuis 1997, *Central Nuit* depuis 2001, *La kiné* depuis 1998), des courts et longs métrages, mais aussi d'un talk-show (*Ca se discute*) ou d'une émission de reportage (*Envoyé Spécial*). Sur France 3, où les faits divers concernent 27,3% des thématiques, ils sont présents quasiment dans tous les types de programmes. Enfin, sur M6, l'émission dominicale de grande écoute *Zone interdite* développe fortement cette approche, qui représente la moitié des occurrences relevées pour ce programme. La dangerosité des routes, la mise en exergue d'accidents dramatiques et emblématiques, la place accordée aux victimes (souvent des épouses ou des mères de famille), à leurs associations

(Fondation Anne Cellier, la Ligue contre la violence routière) et plus généralement aux effets des accidents à travers par exemple la rééducation caractérisent cette approche. On retrouve la domination des cadrages individualisants et psychologisants, donnant largement la parole à ceux qui ont été touchés par les drames de la route<sup>26</sup> dans quelques fictions et l'émission économique *Capital*.

### **La prévention individuelle et morale**

La prépondérance d'une telle vision dépolitisée, désocialisée et morale du risque routier se retrouve dans les discours que nous avons regroupés dans la catégorie « prévention », qui rassemble 34,4% du total des occurrences (n=347) et se situe en tête de la hiérarchie des cadrages. Renvoyant dans la grande majorité des cas aux actions de sensibilisation sur le terrain, qu'elles soient organisées par l'Etat, les collectivités locales ou des associations, elle participe très fortement à constituer le risque routier en un problème de simple responsabilité individuelle. Par exemple, un grand nombre de séquences ont trait à la formation à la conduite (stages, journée de sensibilisation dans les écoles, etc.), insistant sur les principales règles à respecter, tout particulièrement dans les programmes de sports mécaniques. Deux autres sous cadrages importants vont également dans le même sens. D'un côté, sont mises en exergue une série de situations de conduites risquées (fatigue, alcool, prise de médicaments, vitesse, etc.), qui sont rapportées à un conducteur imaginaire, sans propriétés sociales (16,3%). De l'autre, ces comportements individuels sont liés dans le discours des animateurs ou des journalistes (ce qui représente 10,8% du codage « prévention routière ») à certains groupes plus ou moins clairement désignés, voire même implicitement ou explicitement stigmatisés. Ce cadrage moral et normatif des comportements sociaux ne s'accompagne pas d'une explicitation des facteurs socio-économiques pourtant déterminants dans la formation de ses comportements « à risque »<sup>27</sup>. La responsabilité de la conduite est imputée essentiellement aux comportements individuels considérés (ou non) comme adaptés à la route. Si d'autres populations, notamment « les femmes » ou certains voisins étrangers, sont présentées à

---

<sup>26</sup> Sur ce sujet à propos des programmes hors journaux télévisés, on pourra se reporter à l'ouvrage suivant : MEHL, 1996.

<sup>27</sup> Voir notamment la thèse en cours de Matthieu Grossetête ainsi que l'article de Luc Boltanski (1975).

l'inverse positivement dans leurs pratiques de conduite, elles restent marginales dans le traitement général de la problématique préventive.

Cette dernière est particulièrement présente en volume sur M6, qui rassemble 39,8% des séquences de la catégorie « prévention ». C'est notamment parce que les deux programmes de sports mécaniques *Turbo* et *Warning* favorisent ce type de cadrages. Une grande série de séquences visent ainsi à prévenir les parents des conditions de sécurité des enfants dans les bus scolaires, dans leurs trajets (« Le trajet domicile école des enfants », « Sécurité routière et trajet scolaire : le pédibus », « La route et les enfants ») et leurs sorties en boîtes de nuit (un sujet a été par exemple consacré à l'opération « Capitaine de soirée »). Pour ceux qui ont des enfants en âge de conduire un véhicule à deux ou quatre roues, *Turbo* et *Warning* livrent des conseils d'achat (« Dis, papa, tu peux m'acheter un scooter ? ») ou de prévention des accidents de cyclomoteurs.

Mais cette prévention individuelle du risque ne concerne pas uniquement les jeunes. En effet, les deux émissions analysent les facteurs de risque les plus fréquemment cités dans les médias : l'alcool, la vitesse, la fatigue, la prise de médicaments, le téléphone portable. Par-delà ces exemples, *Turbo* et *Warning* se distinguent des émissions généralistes au moins de deux manières. Tout d'abord, les risques sont rarement rattachés à des populations du fait de leur âge (les personnes âgées montrées du doigt dans une étude médicale) ou de leur métier (les livreurs de pizzas par exemple). Ensuite, les solutions de réduction des risques, même si elles ne sont bien évidemment pas souvent explicites, ont moins trait à la stigmatisation de groupes ou de pratiques dites à risque qu'à la formation à la conduite elle-même. Ainsi, nombre de reportages évoquent les stages d'apprentissage, de perfectionnement et de remise à niveau ou bien abordent les réformes successives du permis de conduire, une enquête étant intitulée par exemple « Ce qui ne va plus dans le permis de conduire ». De même, des conseils de conduite sont donnés pour faire face aux mauvaises conditions météorologiques (la glace, la neige et la pluie), au tracé des routes (« le danger des virages » pour reprendre le titre d'une séquence) ou faire un bon usage de son véhicule (« Comment bien freiner »).

Dans les programmes de reportages d'information de plus large audience comme *Zone interdite*, la prévention s'appuie en revanche sur des discours moralisants de stigmatisation des conduites et des conducteurs dits « à risque ». Sont tout particulièrement visés les adolescents, quand ils conduisent sous l'emprise du cannabis (« fumer ou conduire »), lorsqu'ils se

livrent à des courses sur des parkings ou des routes peu empruntées (« Les fous de vitesse ») ou quand ils circulent à deux roues (« la folie sur deux roues ») ; Ensuite, les conducteurs de poids lourds (« Camion : l'arme fatale »), les motards<sup>28</sup>, les individus conduisant sans permis (une émission était intitulée explicitement « Les nouveaux hors-la-loi de la route ») sont aussi perçus comme des « catégories à risque ». Plus largement, ce sont enfin les comportements des automobilistes lambda (« Au volant, chacun pour soi » et « La voiture rend-elle fou ? »), qui sont perçus comme dangereux.

La Cinquième, rebaptisée France 5 au début de l'année 2002, qui accorde une part conséquente à la sécurité routière (17% de la totalité des séquences), se classant à la deuxième place derrière M6, est également très portée à relayer ce discours individuel et désocialisé. Par ses obligations contractuelles avec l'Etat, la chaîne possède une programmation très spécifique, favorisant notamment cet aspect préventif qui représente 41,3% des cadrages de la chaîne. Ses objectifs de développement de la connaissance expliquent que la ventilation par genre de la thématique « sécurité routière » s'articule autour d'une série de programmes éducatifs spécialisés et généralistes : des magazines de santé (29,1%), pédagogiques (21,5%), des émissions de débat-société (12,2%) et scientifiques (7,6%).

Dans la première grande catégorie, se trouvent largement en tête *Le Journal de la santé* entre 1998 et 2004 (n=36), qui est diffusé quotidiennement en matinée, et plus secondairement *Le Magazine de la santé* entre 2000 et 2004 (n=8), un magazine programmé chaque semaine entre 18 h et 19 h<sup>29</sup> qui traite de sujets liés à la sécurité routière. Au sein de ces émissions d'éducation à la santé et de prévention, l'essentiel des cadrages portent sur la prévention routière individuelle (43,2%). Ainsi, sont là encore abondamment traités les facteurs de risque pour la conduite (l'âge, l'alcool, les effets de la prise de médicaments, etc.), les réflexes de sécurité avant de prendre le volant ou d'urgence en cas d'accident. Cette prévention rejoint souvent l'actualité des initiatives publiques institutionnelles, qu'il s'agisse de recherches ou plus souvent d'actions de prévention. La présence importante de la prévention routière dans les magazines pédagogiques est beaucoup plus dispersée compte tenu de la diversité du genre et des transformations

---

<sup>28</sup> Le sujet « chauffards sur deux roues » fit d'ailleurs réagir la Fédération française des motards en colère qui demanda un droit de réponse)

<sup>29</sup> Depuis septembre 2004, le second est devenu *Le Magazine de la santé au quotidien*, qui est à l'antenne en début d'après-midi et est toujours animé par une journaliste et un médecin.

importantes de la grille de cette jeune chaîne. Selon les années de diffusion, elle se trouve essentiellement à la fois au sein *des Maternelles*, une émission s'adressant essentiellement aux parents, des programmes matinaux éducatifs pour des jeunes publics tels que *Dédalus*, *Galilée*, qui est coproduit par le CNDP, ou encore *Les enfants de John*, un magazine mêlant fiction et reportages diffusé en fin d'après-midi.

En volume, France 2 se situe en troisième position derrière M6 et France 5 dans le classement des chaînes ayant le plus recours aux problématiques préventives, qui représentent 31,9% des cadrages de la chaîne devant de justesse les faits divers. S'opposent donc sur France 2, d'un côté, les fictions où les faits divers dominent et, de l'autre, des émissions de divertissement où, contrairement à celles de TF1, prévalent les problématiques de prévention routière. Par exemple, l'émission *On a tout essayé*, la plus significative de ce type de programmes, se fait elle aussi le relais des actions de prévention impulsées par l'Etat (« Semaine de la sécurité routière », « Semaine de la courtoisie au volant », l'opération « Capitaine de soirée », visant à reconduire des jeunes à la sortie de boîtes de nuit), voire par une association comme celle de l'ancien pilote automobile Bernard Darniche. Elle fait également intervenir des professionnels autour de la formation à la conduite, tout en traitant des pratiques à risque incarnées lors de deux émissions par les individus roulant sans permis et les personnes âgées.

Si la catégorie « prévention » représente peu de séquences en volume (n=46) sur France 3, elle occupe une place préférentielle en valeur (41,3% des programmes) comparativement aux autres chaînes. Celle-ci s'explique dans une large mesure par la programmation de deux magazines de vie quotidienne (*C'est mieux ensemble* et *Un jour en France*). La première chaîne accorde également une place à la prévention routière (27,5%) dans une grande variété de programmes, tout particulièrement l'émission sur les sports mécaniques *Auto-Moto* et les rendez-vous de divertissement. Cette proportion demeure cependant inférieure de plusieurs points à celles de ses concurrentes.

### **Un problème technique et pratique**

Une autre manière de neutraliser les dimensions politiques et collectives du risque routier est de le constituer en un problème technique et matériel. En effet, le second cadrage télévisuel dominant a trait à la prévention cette fois-ci par l'usage des équipements de sécurité des véhicules. Son importance (21% du total, n=212), qui peut paraître *a priori* surprenante, résulte très

largement de la part élevée des émissions consacrées aux sports mécaniques dans les comptages. 59% des cadrages sur le sujet proviennent des émissions sportives, le reste étant disséminé dans les autres genres comme les programmes sur la science (10,8%), l'information pratique (10,4%), la santé (5,7%), etc. Les préoccupations face aux risques de la route sont ici ciblées non pas sur les pratiques individuelles des conducteurs mais davantage sur la valorisation des recherches et des performances technologiques des constructeurs en matière de sûreté des véhicules. On retrouve là des logiques décrites par Julien Duval à propos de la presse automobile<sup>30</sup>. Ces programmes, qui consacrent une partie de leur temps aux essais de véhicules, remplissent une fonction de réassurance pour les acheteurs, la sécurité faisant partie de ce processus. Là encore, le choix de la sûreté est implicitement posé comme individuel et sans rapport avec des conditions économiques et sociales des individus.

La prégnance du point de vue techniciste doit beaucoup à deux émissions de M6, *Turbo* et *Warning*, puisqu'elles représentent 75,7% du total des séquences de la chaîne (n=312). Ce score élevé tient tout d'abord à la présence durable de ces programmes diffusés le week-end entre 19 h et 20 h. En effet, *Turbo*, créée en 1987, constitue l'une des plus anciennes émissions de la chaîne et *Warning* est apparue depuis 1996. Leur périodicité hebdomadaire explique ensuite l'omniprésence de la thématique. Ces émissions incarnent la prévalence des problématiques centrées sur les équipements de sécurité des véhicules, qui représentent 33% des occurrences relevées sur M6 contre moins de 10% sur les autres chaînes si l'on excepte La Cinquième-France 5 (22,1%). S'agissant des programmes *Turbo* et *Warning*, la part de ce cadrage s'élève à 36,7% (n=114) contre 35,4% pour celui touchant à la prévention routière (n=110), les autres problématiques étant en dessous de 10%.

En ce sens, les perceptions dominantes de la prévention techniciste de M6 se distinguent de celles de La Cinquième-France 5<sup>31</sup> qui, *via* ses émissions de santé diffusées en journée, captent une audience plus féminine et plus inactive. En effet, la sixième chaîne s'adresse tendanciellement dans ces émissions du week-end sur les sports mécaniques à un public probablement fortement masculin composé d'actifs, voire d'élèves ou d'étudiants en cours

---

<sup>30</sup> DUVAL, 2008 : 164-166.

<sup>31</sup> Olivier Donnat (1998, p. 133) explique qu'une partie de l'audience de La Cinquième est constituée à ses débuts de « forts consommateurs de télévision, qui regardent d'autres chaînes et peuvent éprouver un fort sentiment d'attachement à la télévision ».



de scolarité<sup>32</sup> auquel elle propose des conseils de prévention s'appuyant essentiellement sur la nécessité de posséder des véhicules sûrs. Si une fraction d'entre elles s'intéresse aux équipements des véhicules de forte puissance et haut de gamme comme les 4X4 ou les cabriolets par exemple, le reste traite surtout des automobiles et des véhicules à deux roues les plus vendus. Ainsi, une série de reportages concernant la sécurité, perçue du point de vue des pères de famille et de leurs enfants, comme le montrent ces titres d'enquêtes et de reportages : « L'enfant et l'automobile », « Les nouvelles réglementations de transport d'enfants en autocar », « Ceintures de sécurité pour femmes enceintes », « Les sièges auto pour bébés », etc. Dans la logique commerciale de la nouveauté technologique promue par les constructeurs, la majorité des séquences de sécurité routière suggèrent de se doter des derniers matériels protégeant le conducteur d'une automobile ou d'un véhicule à deux roues en cas d'accidents. Les appellations des sujets sont là aussi très significatives en évoquant la « nouvelle génération d'airbag », les « nouveaux équipements pour une meilleure sécurité », « l'appui tête actif », le « régulateur de vitesse » ou le « système Lavia, limiteur de vitesse », etc. Plus secondairement, la sécurité des véhicules renvoie à l'ensemble des matériels et de leur entretien comme la surveillance de l'état des pneus, par exemple. Enfin, les équipements de sécurité sont promus à travers les recherches sur les véhicules, qu'il s'agisse d'un crash-test, d'« un pneu intelligent à l'essai » ou de la simulation d'accidents virtuels grâce à des techniques de pointe. On retrouve ces dimensions dans le magazine scientifique bihebdomadaire *E=mc<sup>2</sup>*, diffusé depuis 1991<sup>33</sup>, qui s'adresse notamment à de jeunes publics sur le thème « comment ça marche ? ». Ce traitement technologique des questions de sécurité routière vise à faire découvrir certains matériels.

Sur La Cinquième-France 5, cette dimension individuelle et matérielle de la prévention passe aussi par ce même usage des équipements de sécurité des

---

<sup>32</sup> Faut de données statistiques précises sur les émissions elles-mêmes, on s'appuie ici sur deux types d'études. Une enquête de l'INSEE de 2003 portant sur les émissions sportives explique que ce type de programmes rassemblent beaucoup plus des hommes (73% d'entre deux déclarent en avoir regardé) et en termes de PCS, des ouvriers (63%), des étudiants ou des élèves (60%), des professions intermédiaires (56%) ainsi que des cadres et artisans commerçants, professions intellectuelles supérieures (54% dans les deux cas) (COULANGEON, 2005, p. 30) ; La seconde repose sur les données portant sur la décomposition des audiences selon les périodes de la journée (EUROSTAF, 2001, p. 100).

<sup>33</sup> Sa spécificité est que certaines de ses éditions sont diffusées dans la tranche 20 h-21 h et rassemblent entre 5 et 6% de l'audience, soit le taux le plus élevé des émissions de ce genre : voir « Science et télévision : état des lieux », *La Lettre du CSA*, 139 - Avril 2001

véhicules (25% du total des problématiques) automobiles ou des deux-roues. Elle renvoie probablement en partie à l'intérêt réel ou supposé des téléspectatrices, qui représentait 57,8% de l'audience de la chaîne<sup>34</sup>, pour ces mesures de sécurité mais aussi pour prévenir les dangers concernant leurs enfants ou petits-enfants en âge de conduire des deux-roues ou une voiture. Enfin, la transformation de la sécurité routière en un sujet omnibus s'opère plus marginalement à travers une série d'émissions ayant des visées d'informations service (6,9%) ou dans les magazines traitant de la « vie quotidienne » (4,7%). France 3 se distingue ainsi par une présence plus forte que chez ses concurrents de la thématique sécurité routière dans ce type d'émissions, qu'il s'agisse des informations pratiques (15,5% des séquences de la chaîne) et, plus largement, de la vie quotidienne (25,5% contre 4,7% sur les autres télévisions). La présence de la sécurité routière dans les magazines de vie quotidienne se répartit dans deux émissions matinales *Un Jour en France* (n=12) entre 1995 et 2001 et *C'est mieux ensemble* (n=16) entre 2002 et 2004. De même, deux programmes d'information pratique *Consomag*, réalisé par l'Institut national de la consommation dans la tranche stratégique 20h-20h30, et *Parole d'Expert*, après 13 h 30, représente la totalité de la part de la thématique sur France 3.

La Cinquième-France 5 favorise également ce point de vue pratique visant à rendre service aux téléspectateurs, comme en témoigne la présence du thème dans ces mêmes programmes d'informations pratiques (11,6%) et, plus marginalement, dans les magazines de vie quotidienne (4,7%). L'information service était surtout délivrée dans *Le journal du temps*, un court programme quotidien diffusé tôt le matin ou avant 19 h et consacré à la météorologie entre 1995 et 1997.

### **Un engagement « neutre »**

L'engagement plus ou moins explicite de certains cadres dirigeants, animateurs et journalistes des grandes chaînes de télévision pourrait fournir un autre exemple de la neutralisation des logiques politiques et sociales s'agissant du risque routier. Celui-ci a fortement contribué à la diffusion des catégories de perception dominantes qui imputent des responsabilités et promeuvent des solutions essentiellement individuelles. Un tel soutien de l'action étatique et gouvernementale n'est bien évidemment pas spécifique

---

<sup>34</sup> « Les dix ans du succès pour France 5 », *Toutelatélé.com*, 13 décembre 2004 ([http://www.toutelatele.com/article.php?id\\_article=4124](http://www.toutelatele.com/article.php?id_article=4124)).

aux chaînes de télévision puisque, par exemple, des journalistes de presse écrite et de radio – indépendant pour l'un, rattachés au service politique du *Parisien* et à la direction de France-Info pour les deux autres – ont eu cette démarche dans des ouvrages grand public qu'ils ont écrits ou co-écrits et qui portent sur « le scandale de l'insécurité routière »<sup>35</sup>, « la délinquance routière »<sup>36</sup> et « la barbarie routière »<sup>37</sup>. L'engagement de Robert Namias, directeur de l'information de TF1, à la présidence du Conseil national de la sécurité routière au début des années 2000 n'est pas non plus anodin pour comprendre le fort intérêt médiatique pour cette « nouvelle » cause. Les agents de la production audiovisuelle - producteurs, programmeurs, animateurs et journalistes spécialisés en vulgarisation scientifique et médicale, en sport mécanique, etc. – se sont en effet transformés d'autant plus aisément en entrepreneurs de cette cause morale et consensuelle, qu'elle est le produit d'une information publique à faible coût et qu'elle peut nourrir le flot des émissions de plateaux, à saison régulière, constituant un « marronnier » parmi d'autres. Pourtant, la question de leur engagement aux côtés de l'Etat et des pouvoirs politiques n'est jamais posée parce que le risque routier a été construit comme un problème ni politique, ni social, du fait des logiques de fonctionnement des univers politique et médiatique. Du même coup, on comprend mieux pourquoi supporter une telle cause n'apparaît pas comme un acte partisan comme c'est le cas dans d'autres domaines de l'actualité (les conflits sociaux, les problèmes d'immigration, etc.).

---

<sup>35</sup> COLLARD et LACAN, 2001.

<sup>36</sup> HOUCARD, 2003.

<sup>37</sup> VIARD et DELANNOY, 2002.

## REFERENCES

- BOLTANSKI L. (1975), « Les usages sociaux de l'automobile : concurrence pour l'espace et accidents », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1 (2), 25-49.
- BOURDIEU P. (2001), *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, Seuil, coll. « Points ».
- BRAY V. (2003), *La politique publique de sécurité routière. De la fabrication aux réajustements d'une grande cause nationale*, Lille, Mémoire pour le Diplôme d'Etudes Approfondies en Science Politique, IEP.
- COLLARD J. et LACAN J.-F. (2001), *Le scandale de l'insécurité routière*, Paris : Albin Michel.
- CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL (2003), *Bilan de la société privée M6. Année 2002*, Paris, coll. « Les bilans du CSA ».
- COULANGEON P. (2005), *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La découverte, coll. « Repères ».
- DAGNAUD M. (2006), *Les artisans de l'imaginaire. Comment la télévision fabrique la culture de masse*, Paris, Armand Colin.
- DANARD B. et LE CHAMPION R. (2005), *Les programmes audiovisuels*, Paris, La découverte, coll. « Repères ».
- DEVILLARD V. (2008), « La montée de l'insécurité routière dans les programmes télévisuels entre 1995 et 2004. Le cas des programmes hors journaux télévisés » in Marchetti D., (dir.), *Communication et médiatisation de l'Etat. La politique invisible*, Grenoble, PUG, coll. « Communication, médias et sociétés », p. 53-72.
- DONNAT O. (1998), *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, La documentation française.
- DUVAL J. (2008), « La critique (intéressée) d'une politique. La sécurité routière dans la presse automobile », in Marchetti D., (dir.), *Communication et médiatisation de l'Etat. La politique invisible*, Grenoble, PUG, p. 157-184.
- EUROSTAF (2001), *Les marchés de la production audiovisuelle en France et en Europe. Volume 2 – Faits et commentaires*, Paris, Eurostaf.
- FLICHY P. et PASQUIER D. (1997), « Introduction », *Réseaux*, Recueil d'articles, p. 543-565.
- GALLAND J.-P., GILBERT C., HENRY E., LINHARDT D. (2006), « La sécurité routière : une vision restrictive, un système sans pilote ? », dans C. Gilbert (dir.), *Recherche et sécurité routière. Pour une action publique renouvelée*, Grenoble : GO3 du PREDIT, MSH Alpes, p. 15-30.
- GEORGAKAKIS D. (2004), *La République contre la propagande. Aux origines perdues de la communication d'Etat en France (1917-1940)*, Paris, Economica.
- GROSSETETE M. (2008), « L'Etat conducteur. La circulation de la 'sécurité routière' dans les journaux télévisés français », in Marchetti D., (dir.), *Communication et médiatisation de l'Etat. La politique invisible*, Grenoble, PUG, p. 23-52.
- HOGGART R. (1970), *La Culture du pauvre : étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, Paris, Minuit, coll. « Le sens commun ».

- HOUCARD B. (2003), *Délinquance routière. Vers la fin du scandale ?*, Paris, Milan.
- LA LETTRE DU CSA (2001), « Science et télévision : état des lieux », 139.
- LOCHARD G. et SOULAGES J-C. (2003), « La parole publique à la télévision. Du logos à l'éthos », *Réseaux*, 118, p. 65-94.
- LOCHARD G. (dir.) (2006), *Les débats publics dans les télévisions européennes*, Paris : L'harmattan, coll. « Communication et civilisation ».
- M6 (2003), *Le groupe M6. 30 avril 2003*, Paris, M6.
- MARCHETTI D. (dir.) (2008), *Communication et médiatisation de l'Etat. La politique invisible*, Grenoble, PUG.
- MEHL D. (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris, Seuil.
- NEVEU E. (2001), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 1<sup>ère</sup> édition.
- NEVEU E. (2003), « De l'art (et du coût) d'éviter la politique. La démocratie du talk-show version française (Ardisson, Fogiel, Drucker) », *Réseaux*, 118, p. 95-134.
- NOLLET J. (2006), « Les communicateurs de ministère entre champs bureaucratique et journalistique », dans I. Chupin et J. Nollet (dir.), *Journalisme et dépendances*, Paris, L'Harmattan, 161-185.
- NOLLET J. (2007), « L'économie journalistique de l'action publique. Les ressorts sociaux de la dépendance aux médias des politiques de sécurité sanitaire des aliments », Toulouse, Congrès de l'Association française de science politique, table ronde n°4.
- OLLIVIER-YANIV, C. (2000), *L'état communicant*, Paris : PUF.
- PICARD C. (2005), « Figures d'accident : les campagnes sociales en faveur de la sécurité routière, 1952-2000 », Lyon : journée d'études *Images et représentations de l'insécurité routière*, ENS Lyon, consultable sur le site [http://conduites-urbaines.ens-lsh.fr/IMG/pdf/CPicard\\_FigureAccident\\_14nov2005.pdf](http://conduites-urbaines.ens-lsh.fr/IMG/pdf/CPicard_FigureAccident_14nov2005.pdf)
- REIGNER H. (2004), « La territorialisation de l'enjeu 'sécurité routière' : vers un basculement de référentiel ? », *Espaces et Sociétés*, 118, p. 23-41.
- REIGNER H. (2005), « L'idéologie anonyme d'un objet dépolitisé : la sécurité routière », *Sciences de la société*, 65, p. 125-141.
- RICHARD D. (dir.) (2006), *Rapport d'information sur les missions du service public de l'audiovisuel et l'offre de programmes*, Paris, Assemblée nationale, Commission des affaires culturelles, familiales et sociales, 1<sup>er</sup> mars.
- SOCIETE GENERALE DE PRESSE (2002), *Biographies de l'audiovisuel*, Paris, SGP.
- VIARD J. et DELANNOY P. (2002), *Contre la barbarie routière*, Paris : Editions de l'Aube/France-Info.