

Photo France 2 / C. Russeil

JUSQU'OU VA LA TÉLÉ ?

Un documentaire en deux parties

LE JEU DE LA MORT

LE TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE

france

2



francetélévisions



JUSQU'OU VA LA TÉLÉ ?

Un documentaire en deux parties de **Christophe Nick**
Une production **Yami 2** avec la participation de **France Télévisions pôle France 2**

Directrice de l'unité de programmes documentaires, **Patricia Boutinard Rouelle**
Responsable du pôle documentaires culture et histoire, **Dana Hastier**
Conseillère de programmes, **Anne Roucan**

LE JEU DE LA MORT

LE TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE

LE JEU DE LA MORT

Écrit et produit par **Christophe Nick**

Réalisé par **Thomas Bornot, Gilles Amado & Alain-Michel Blanc**

Producteur exécutif **Thomas Bornot**

Chef monteur **Christophe Bouquet**

Directrice de production du jeu **Brigitte Haegeli**

Production **Antoine Boukobza, Camille Robert, Rebecca Wirth**

Musique originale **Frank Williams, Denis Shuller, Bud**

Musique du jeu **Patrick Chemer**

Décors **Frédéric Clopet**

Documentaliste **Christine Loiseau**

Avec : **Philippe Torretton** (voix off), **Tania Young** (l'animatrice), **Laurent Ledoyen** (Jean-Paul), **Denis Loubaton** (le producteur), **Lucie Jousse** (l'assistante de prod), **Julia Bergasse** (l'assistante plateau), **Hervé** (le chauffeur de salle).

Consultants psychosociologues : **Jean-Léon Beauvois**, professeur des universités, chercheur en psychologie sociale ; **Dominique Oberlé**, maître de conférences en psychologie sociale, Université Paris X ; **Didier Courbet**, directeur de recherches à l'Institut de recherches en sciences de l'information et de la Communication (IRSIC, Pôle méditerranéen de l'ISCC-CNRS) ; **Yves Jeanneret**, professeur en sciences de la communication à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Enseignants-chercheurs : **Olivier Codou**, Université de Nice Sophia Antipolis ; **Julien Intartaglia**, Haute École de gestion de Fribourg (Suisse) ; **Amandine Tonelli**, Institut des sciences de la communication, des médias et du journalisme de Genève & Institut de recherches en sciences de l'information et de la communication d'Aix-Marseille ; **David Vaidis**, Université d'Orléans.

LE TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE

Écrit et produit par **Christophe Nick**

Réalisé par **Jean-Robert Viallet**

Production : **Thomas Bornot, Antoine Boukobza, Rebecca Wirth**

Montage **Scotty Ferguson**

Musique **Tal Zana**

Assistante réalisation **Camille Robert**

Avec : **Bernard Stiegler**, philosophe ; **Yves Jeanneret**, professeur à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse ; **Valérie Patrin-Leclère**, maître de conférences à l'Université Paris 4 (CELSA) et chercheur au laboratoire Langages, logiques, informatique, cognition, communication du CNRS (GRIPIC/LaLICC).

Et la participation de : **Philippe Meirieu**, professeur des universités en sciences de l'éducation ; **Divina Frau-Meigs**, professeur en sociologie des médias et en études américaines à l'Université Paris III ; **Olivier Aïm**, docteur en sciences de l'information et de la communication, maître de conférences au CELSA ; **Pascal Marchand**, professeur de psychologie sociale, LERASS / IUT information & communication, Toulouse.



LE JEU DE LA MORT

Et si la mort en direct devenait un divertissement ? Les dérives de la télé-réalité sont graves. Violences, tortures, humiliations dominent les programmes dans le monde entier. La télévision détient-elle un pouvoir spécial ? Dans les années 60, une expérience psychosociale prouvait que 62 % des individus administraient des chocs électriques extrêmes en obéissant aux ordres d'un scientifique. L'équipe de Christophe Nick a transposé cette expérience à l'univers des jeux télé. 80 Français, un jeu aux règles abjectes. Vont-ils se soumettre aux ordres de Tania Young qui exige qu'ils infligent des chocs électriques à un inconnu. Qui va se soumettre ? Combien oseront désobéir ? Une expérience extrême et une réflexion profonde sur le rôle de la télé aujourd'hui.

RÉSUMÉS

LE TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE

Cruauté, violences psychologiques et sexuelles, humiliations..., la télé-réalité devient folle. Son arrivée au début des années 2000 ouvrait une nouvelle ère dans l'histoire de l'audiovisuel. 50 ans d'archives retracent l'évolution du divertissement : comment la mise en scène de l'intime, dans les années 80, a ouvert un nouveau champ, comment la privatisation des plus grandes chaînes a modifié le rapport au téléspectateur. À l'aide de spécialistes, dont le philosophe Bernard Stiegler, ce réquisitoire démontre comment l'émotion a fait place à l'exacerbation des pulsions les plus destructrices.

PATRICIA BOUTINARD ROUELLE,
Directrice de l'unité de programmes documentaires

Jusqu'où va la télé ? C'est une question qui pèse comme une menace et interpelle régulièrement les responsables de l'audiovisuel. En 2001, *Loft Story* déboulait avec fracas en France et, dans la foulée, les téléspectateurs découvraient une succession de programmes de télé-réalité mettant en valeur la souffrance, l'exclusion, l'humiliation mais aussi le voyeurisme et le narcissisme. Les présidents successifs de France Télévisions s'engagèrent à ne pas investir dans ce type de télévision.

Ces dernières années, avec la surenchère de programmes de plus en plus trash et obscènes sur les écrans de la planète, le débat se fait de plus en plus pressant. La télé devient-elle dangereuse ? Depuis plusieurs années, nous réfléchissons avec Christophe Nick à la manière la plus pertinente d'adapter la célèbre expérience de Milgram sur la capacité de l'homme à se soumettre à une autorité légitime. Lorsque nous avons décidé de mesurer pour la première fois le pouvoir de la télévision, nous n'imaginions pas une seconde que cette expérience de psychologie sociale, reformulée à travers un jeu télévisé, auraient de tels résultats !

Ce documentaire ovni a donc pour but de créer un véritable électrochoc (si je puis dire) et un vrai débat parmi ceux qui pensent et agissent sur la télévision. En mettant l'accent sur les dérives des chaînes commerciales (pour l'essentiel étrangères), cette soirée événementielle pose aussi la question de la place et de la responsabilité culturelle et sociale des chaînes de service public comme contrepouvoir face à la mercantilisation croissante de la télévision.



ENTRETIEN | **CHRISTOPHE NICK**,
auteur et producteur

Journaliste, auteur et réalisateur de nombreux documentaires d'enquête (*L'Affaire des Irlandais de Vincennes, Chroniques de la violence ordinaire, École(s) en France...*), Christophe Nick est également producteur (*Quand la France s'embrase, Racines, Résistance, La Mise à mort du travail...*). Il a écrit plusieurs ouvrages, notamment TF1, *un pouvoir* (avec Pierre Péan) et *Les Trotskystes*, et a été à l'origine du mouvement « Stop la violence » en 1999.

DE LA VIOLENCE AUX NOUVELLES ORGANISATIONS DU TRAVAIL, EN PASSANT PAR L'ÉDUCATION OU LA RÉSISTANCE, VOTRE TRAVAIL DE DOCUMENTARISTE ET DE PRODUCTEUR S'EST ATTACHÉ À QUELQUES-UNES DES ZONES DE FRACTURE DE LA SOCIÉTÉ CONTEMPORAINE. POURQUOI, CETTE FOIS, LA TÉLÉVISION ?

Tout d'abord, le sujet n'est pas nouveau pour moi, puisque j'ai publié avec Pierre Péan en 1997 une enquête sur TF1 qui s'attachait à montrer comment sa privatisation avait inauguré de nouvelles conceptions de l'antenne à des fins politiques et idéologiques. Le déclic, cette fois, a eu lieu en deux temps. A l'époque où je préparais *Les Chroniques de la violence ordinaire*, je suis tombé par hasard dans une brocante sur le livre de Stanley Milgram, *La Soumission à l'autorité*. Pour les gens de ma génération, je crois que c'est un livre important, qui pose des questions capitales sur notre modernité. L'expérience qui y est décrite, on l'a étudiée à la fac, on l'a vue dans le film *I comme Icare...* Or au même moment, par hasard également, j'ai découvert le jeu *Le Maillon faible*, diffusé sur TF1, où les candidats doivent gagner non plus en étant

les meilleurs mais en éliminant les autres afin de les empêcher de gagner. J'ai eu la certitude non seulement qu'il y avait là une métaphore de notre époque (pour être un « winner », il faut savoir être une ordure) mais encore qu'un palier était franchi dans le spectacle télévisé. Après des années de mise en scène de l'indécence et du conflit, puis de l'humiliation, l'élimination ouvrait la voie au spectacle de la violence et de la souffrance, et la suite l'a montrée avec la télé-réalité. Pire : la logique du divertissement moderne implique désormais au moins implicitement un frisson morbide. D'où cette hypothèse : il est possible aujourd'hui de concevoir *un jeu télévisé mettant en scène la mort en direct*. Or l'expérience de Milgram fournit un cadre pour en apporter la démonstration.

MAIS C'EST UNE EXPÉRIENCE SCIENTIFIQUE, CONDUITE PAR DES SCIENTIFIQUES...

Effectivement, c'est pourquoi je ne pouvais pas me lancer seul. Il fallait un spécialiste susceptible de cadrer l'expérience. En me documentant, je suis vite tombé sur Jean-Léon Beauvois, c'est un des



grands de la psychologie sociale, en France et dans le monde. Il était méfiant sur la capacité de la télévision à se lancer dans un tel projet, il a pris beaucoup de temps de réflexion, a pesé les conditions scientifiques qui étaient indispensables pour transposer l'expérience de Milgram d'un laboratoire à un plateau de télé, il a contacté des collègues afin de s'entourer d'une équipe, etc. Au printemps 2007, il m'a donné sa réponse : c'était oui. C'était le premier jour du tournage des reconstitutions de Résistance, j'y ai vu un signe : la révolte et la soumission, c'est le pile et face de la même pièce... Patricia Boutinard Rouelle était là, je lui ai dit : « *Je crois que j'ai une idée folle et en plus j'ai l'accord des scientifiques* ». Je lui ai expliqué. Elle a répondu : « *Ça fait dix ans que j'attends ça* ». En deux minutes, le projet était lancé.

COMMENT PASSE-T-ON DE L'IDÉE À LA FORME ?

Le point de départ est le suivant : nous ne sommes plus très loin de la mort en direct, une recherche documentaire dans le musée des horreurs des programmes télévisés planétaires suffit à s'en

convaincre. Pour franchir ce dernier tabou, il faut quatre éléments : des candidats (et pas des psychopathes, des gens tout à fait normaux), un public qui applaudit et encourage, un diffuseur qui ose le programmer et des téléspectateurs qui regardent. Qu'un seul manque et ça ne marche plus. L'expérience de Milgram permettait de tester deux de ces conditions : candidats et public se retrouvent sur un plateau de télé transformé en laboratoire expérimental. Il fallait donc un second film pour valider les deux dernières et tenter de montrer comment l'emprise que possèdent aujourd'hui les chaînes de télévision leur permet de faire regarder à des millions de téléspectateurs des choses insupportables. À partir de là, toute une organisation s'est mise en place. Pour que l'expérience ait une validité, il fallait une équipe de scientifiques. Mais il fallait aussi qu'elle soit crédible. Nous avons donc fait appel à l'un des plus grands réalisateurs d'émissions de divertissements et de grands événements : Gilles Amado. Il a amené avec lui tous ces techniciens que le monde du documentaire ignore : spécialistes du décor, de la musique, de la lumière, etc., et a piloté l'ensemble du dispositif afin que cette expérience soit d'abord une véritable émission de télévision. Il fallait ensuite un animateur. Nous ne voulions pas quelqu'un dont la notoriété pût fausser l'expérimentation (cela aurait pu être la soumission à un personnage plus qu'à la télé), ni d'un inconnu ou d'un acteur. Nous avons choisi Tania Young parce qu'elle est à la fois animatrice (notamment de jeux : elle connaît cette mécanique) et journaliste, qu'elle a du recul, une épaisseur et de la curiosité. Nous avions à ce moment de quoi faire un objet expérimental. Il fallait également construire une dramaturgie. Pour cela, nous avons fait appel à Alain-Michel Blanc, qui est à la fois scénariste de cinéma (1) et documentariste, afin qu'il nous aide pour l'écriture du premier film

et se charge de la partie documentaire *autour* de l'expérience : accueil des candidats, caméras en coulisses, etc. L'ensemble de la réalisation a été coiffée par Thomas Bornot, avec qui je travaille depuis des années. Thomas possède une immense sérénité, une grande culture cinématographique et une incroyable capacité de travail. Il a su unifier tous ces univers. J'ajoute qu'il fallait un chef monteur particulièrement doué pour maîtriser 800 heures de rush, avec des matériaux aussi incompatibles que du jeu télé, des archives, des analyses scientifiques et des infographies. Christophe Bouquet est un maître.

COMMENT LES CANDIDATS ONT-ILS ÉTÉ SÉLECTIONNÉS ?

Selon les critères définis par Jean-Léon Beauvois : 80 candidats de classes moyennes (soit ce qu'on appelle en jargon des catégories socioprofessionnelles B et C, c'est-à-dire en gros de Bac - 2 à Bac + 3), en bonne santé, autant d'hommes que de femmes, trois catégories d'âges... Surtout, condition importante : il ne fallait pas que les personnes soient déjà passées à la télé ou même soient en demande. Évidemment, il était nécessaire qu'elles acceptent d'être filmées. Il ne s'agissait pas d'un panel représentatif de la population française, comme dans un sondage, mais d'un échantillon obéissant aux critères scientifiques de Milgram, afin que les résultats puissent être comparés et éventuellement reproduits à l'identique dans dix ou vingt ans.

QUELLES ÉTAIENT LES GARANTIES DE SÉCURITÉ POUR LES CANDIDATS ?

Vraie question qui nous a obsédés : ces candidats risquent-ils de se retrouver dans un état qui peut les perturber ? Milgram y avait déjà réfléchi. Il n'était évidemment pas question de dire à ces gens : « *Maintenant, débrouillez-vous, on a nos résultats, au revoir et merci* ». Des conditions, et un certain nombre d'étapes, étaient donc nécessaires pour que tout le processus soit borduré. D'abord, un débriefing dès la sortie du plateau, avec deux psychologues, afin de leur expliquer que tout était truqué et les rassurer sur deux points : ils n'avaient pas fait

mal au comédien chargé de jouer l'autre candidat ; ils n'étaient pas des monstres, ils s'étaient comportés à peu près comme tout le monde, d'ailleurs les statistiques, etc. Milgram avait bien vu, déjà, que ce temps de parole et de réconciliation est central, il permet le soulagement, la décompression, même chez ceux qui affirment n'avoir pas cru au jeu. C'est parfois très physique, on s'embrasse... C'est aussi pour les candidats un moment de reconstruction qui se poursuit dans le temps : une semaine après ils recevaient un coup de téléphone pour nous assurer qu'ils allaient bien, puis trois semaines plus tard les premiers résultats, avec un questionnaire. Les retours ont montré que les candidats, comme chez Milgram, étaient, dans leur immense majorité, fiers et contents d'avoir participé à l'expérience. Ils avaient appris des choses sur

eux-mêmes et sur les autres. Nous avons d'ailleurs prévu de les revoir un an après pour réaliser un nouveau documentaire sur la manière dont ils ont vécu cette expérience et ce qu'elle a pu changer pour eux (2).

AU COURS DE L'EXPÉRIENCE, AVEZ-VOUS EU PEUR DE CE QUE VOUS OBTENIEZ ?

Bien sûr. Écrire le synopsis était déjà une épreuve, on a en tous fait des cauchemars. Pendant les quinze jours qu'a duré le tournage du jeu nous avons eu le sentiment d'être confrontés à quelque chose de très lourd, à ce qu'il y a de plus noir dans l'âme humaine, le renoncement au libre arbitre, la soumission à des ordres abjects, un processus d'abandon..., on était en train de regarder ce qu'on préfère généralement ne pas voir. Ces gens qui arrivaient jour après jour, c'était nos frères, nos sœurs, nos parents..., c'était nous ! Et les deux chercheurs qui

étudiaient les réactions du public et des membres de la production ont noté un retournement dès la deuxième journée : tout le monde dans l'équipe n'espérait qu'une chose, voir les gens désobéir. On rêvait de les aider et, quand un candidat arrêta, c'était une explosion de joie.

L'UN DES ENSEIGNEMENTS DE CETTE EXPÉRIENCE N'EST-IL PAS QU'IL FAUT SE DÉPENDRE DE L'ILLUSIONNISME DE LA TÉLÉRÉALITÉ ET DÉPORTER SON REGARD DES CANDIDATS VERS LE SYSTÈME QUI LES MANIPULE ?

Quelle farce, n'est-ce pas ? La télé-réalité prétend nous offrir un champ de vision intégral, panoptique : on va tout nous montrer donc on verra tout ! Et on ne voit rien. Je m'explique. La télévision, de ses débuts aux années 70 s'est développée sur le modèle de la « fenêtre ouverte sur le monde ». On nous montrait là où nous n'irions jamais. Jusqu'aux premiers pas sur la Lune. C'était aussi une formidable promesse : la culture pour tous, etc. Mais enfin, dès qu'on retirait cette couche culturelle, il restait la main du pouvoir, l'information sous contrôle et la diversion : « *Pensez à autre chose, regardez ailleurs, ne nous emmerdez pas !* » Depuis le début des années 80, avec l'exploitation de l'intime, la télévision est entrée dans une seconde phase. Nous allions explorer notre monde intérieur, invisible. Les documentaires de Daniel Karlin, ou les émissions de Françoise Dolto à la radio, l'ont génialement introduit : l'intime et la distance. Or voilà qu'au milieu des années 80, l'intime est devenu matière à divertissement. On zoome sur la petite larme, on cherche la question qui déstabilise, on exacerbe le conflit. La pulsion



voyeuriste et la pulsion exhibitionniste sont les ingrédients de la télé commerciale des années 90. Or le problème du voyeur est que, plus il voit et plus il est frustré de ne rien voir. On en est aujourd'hui à disséquer des cadavres en public sur Channel 4, à les ouvrir en deux dans *Les Experts* pour aller y voir. La cruauté est la base de nombreux jeux au Japon. Voilà comment la mort en direct est devenue une hypothèse plausible.

VOUS FAISIEZ UN LIEN TOUT À L'HEURE ENTRE CES FILMS ET VOTRE SÉRIE SUR LA RÉSISTANCE. N'Y EN A-T-IL PAS UN, PLUS IMMÉDIAT, AVEC LE CONTENU DE *LA MISE À MORT DU TRAVAIL* ? N'Y A-T-IL PAS UNE « DÉRÉGULATION DE LA TÉLÉVISION » COMME ON PARLE DE DÉRÉGULATION DU CAPITALISME ?

Sans doute, oui. On ne peut pas voir cette scène dans *La Mise à mort du travail* où, chez Carglass, on demande à des candidats à l'embauche de s'éliminer, sans penser au *Maillon faible* diffusé quelques années plus tôt. Un jeu est devenu un modèle de recrutement, parce que la télé rend légitime tous les comportements qu'elle promeut. Si les comportements promus sont avilissants, alors l'avilissement devient très vite une norme. S'en offusquer, c'est être franchement ringard ! Les dirigeants des chaînes qui programment ce type d'émission le savent parfaitement. Depuis les premiers jours de la télé, tous les professionnels savent que la télé modèle les comportements !

À PARTIR DU MOMENT OÙ ON ACCEPTE QUE LA TÉLÉVISION, AU MOINS DANS SA FORME COMMERCIALE, SOIT

SOUmise À DES CRITÈRES INDUSTRIELS ET FINANCIERS, PEUT-ON S'ÉTONNER QU'ELLE FASSE TOUT CE QUI LUI SEMBLE NÉCESSAIRE À SA RÉUSSITE ?

Quand la télé n'était que publique, c'était un monopole d'État qui avait un but : modeler des citoyens. Le pouvoir exécutif décidait de ce que l'on pouvait voir et penser. C'est devenu insupportable, et en même temps culturellement très ambitieux, du temps de Malraux. La logique mitterrandienne — qui était celle d'une grande part des professionnels — a été en 1985 de contourner le problème en créant un secteur privé, en multipliant les chaînes. On pensait que ça marcherait comme pour la presse écrite : la télé serait comme un grand kiosque à journaux, les excès des uns équilibreraient le sérieux des autres, et tout serait dissout dans la masse. C'était une gigantesque illusion, pas seulement par méconnaissance de ce qu'est la concurrence en régime libéral mais surtout par méconnaissance de ce qu'est la nature même de ce média et de son pouvoir. Dès la privatisation de TF1, on a vu les télés, privées comme publiques, s'aligner de manière très étroite. La nécessité absolue d'être dominant oblige les challengers à lutter contre la mort. Surenchère folle dans les années 90. Et puis, ouf, merci à ceux qui dirigeaient le service public en ce temps : refus de suivre le privé dans la télé-réalité. Ce que n'a pas fait la BBC en Grande-Bretagne... C'est un petit miracle commun aux chaînes de service public de la francophonie : en refusant d'entrer dans ce cycle, en 2001, elles ont recréé un espace de diversité, elles ont dû inventer une alternative, faire un autre

pari - d'où les documentaires en prime time, par exemple. Mais la télévision commerciale, elle, s'est condamnée à aller plus loin, d'autant qu'elle est maintenant attaquée par la TNT, des chaînes qui n'ont besoin que de 1 % de parts de marché pour exister. Or 15 chaînes qui font 1 % suffisent à tout déstabiliser. On a vu comment *Loft Story* a été dans le monde une arme pour les chaînes challengers qui manquaient de moyens et voulaient faire des coups. La TNT fera la même chose. Tous les gros producteurs de flux sont en train d'acheter des concepts de jeux japonais basés sur la souffrance et la cruauté. D'ici deux ans, on va les voir pulluler. L'extrémisme télévisé ne fait que commencer.

CERTAINS - NOTAMMENT BERNARD STIEGLER, QUI INTERVIENT DANS VOTRE SECOND FILM - EN APPELLE À BIEN DAVANTAGE QU'UN CONTRE-MODÈLE PUBLIC... C'est là où je m'arrête. Nous avons voulu faire un programme qui permette de poser le débat, comme nous l'avions fait avec *La Mise à mort du travail*. Que faut-il faire ? A mon échelle, à part faire des documentaires, encore des documentaires et toujours des documentaires, je ne sais pas.

(1) Notamment de *Va, vis et deviens* (Radu Mihaileanu, 2005), César du meilleur scénario en 2006.

(2) Il sera diffusé sur France 5.



ENTRETIEN | TANIA YOUNG, animatrice de *La Zone Xtrême*

COMMENT VOUS ÊTES-VOUS RETROUVÉE DANS CE FAUX JEU TERRIFIANT, *LA ZONE XTRÊME* ?

C'est Christophe Nick et Thomas Bornot qui me l'ont proposé. Mon profil correspondait à ce qu'ils recherchaient, c'est-à-dire une personnalité jeune, un peu connue en tant qu'animatrice de jeu mais pas trop, identifiée à France 2. Les candidats et le public pouvaient penser qu'en tant qu'animatrice j'étais prête à animer une émission un peu trash pour lancer ma carrière. Christophe et Thomas, eux, pensaient qu'en tant que journaliste j'aurais le recul et la curiosité nécessaires pour mener à bien cette expérience. Je ne connaissais pas l'expérience de Milgram mais je trouvais constructif de prendre de la distance par rapport à mon métier et au milieu de la télévision. Pourtant, j'ai beaucoup hésité avant d'accepter. L'idée de tromper les gens me gênait. Mais le fait de savoir que les candidats étaient pris en charge par des psychologues après l'expérience et qu'ils avaient toute liberté de refuser d'apparaître à l'image m'a rassurée.

COMMENT VOUS ÊTES-VOUS PRÉPARÉE À JOUER CE RÔLE DE L'ANIMATRICE ?

La production m'a montré le film de l'expérience de Milgram en précisant qu'il fallait que je sois absolument la même personne avec chaque candidat et,

très rapidement, nous nous sommes rendu compte que, pour cela, mes interventions devaient être les plus neutres possible.

COMME S'EST DÉROULÉ LE TOURNAGE ?

Je savais qu'il serait difficile, et cela a été le cas. Surtout les premiers jours. Il fallait que chacun trouve sa place, et nous ne savions pas si l'expérience allait fonctionner. Le rôle que je jouais ne me correspond en rien, jamais je ne pourrais animer un tel jeu, il a donc fallu que je m'accroche. Je savais que la télé a une forte autorité sur les gens, mais pas à ce point ! Quand un candidat montrait des signes de rébellion, j'avais très envie de lui dire « *Vas-y, c'est bien, refuse !* » Mais ce n'était pas mon rôle, je suis donc restée neutre.

QUE RETIREZ-VOUS DE CETTE EXPÉRIENCE ?

Cela a été un travail passionnant et je ne regrette pas d'avoir participé à cette aventure dans laquelle nous étions tous — aussi bien les scientifiques que l'équipe du documentaire ou celle du jeu — très investis. Il s'agit moins d'un procès intenté à la télévision qu'une mise en garde devant un certain type de programmes. Je sais depuis longtemps, en tant que spectatrice, qu'il faut faire le tri à la télévision. Et quant à abuser, en tant qu'animatrice, de mon pouvoir : pour quoi faire ? Cela



n'aurait aucun sens. La télévision peut aussi être un vecteur de culture, de partage et un outil de détente. C'est cette télé là que je défends et que je souhaite incarner.

GILLES AMADO, réalisateur du jeu *La Zone Xtrême*

C'est l'un des réalisateurs les plus connus de la télévision française de ces dernières années, spécialiste des programmes de divertissement sur TF1 et France 2, notamment *Sacrée soirée*, *Les Années Tubes*, *Intervilles*, *Ford Boyard*, *Les Restos du cœur*, *L'École des fans*, etc. Il a également réalisé les retransmissions de nombreux événements comme le défilé du 14-Juillet, le 60^e anniversaire du Débarquement, *La Marche des Géants*, *le Millenium*, les soirées présidentielles, la messe papale aux Invalides, l'investiture de Barack Obama, etc. Il réalise également de nombreuses captations de spectacles (Maurice Béjart, *Notre-Dame de Paris*, *Roméo et Juliette*). Il a enfin signé plusieurs documentaires : *La Laideur se vend mal* (Antenne 2), *Le 11 Septembre et les écrivains new-yorkais* (TF1) ou *L'Enfance volée des Réunionnais de la Creuse* (RFO).



communiqué

L'EXPÉRIENCE DE MILGRAM

VOULEZ-VOUS GAGNER 4
EN ÉCHANGE D'UNE
DE VOTRE TEMPS?



Nous demandons des volontaires
pour une étude sur la mémoire

* Nous sommes prêts à rétribuer cinq cents habitants de New
pour nous permettre d'achever une étude scientifique sur la mé
apprentissage qui se déroulera à l'université de Yale.

* Tout participant recevra 4 dollars (et 50 cents d'indemnité de tra
n échange d'une heure environ de son temps, sans autre obligati
bra de choisir le moment à sa convenance (soirées, jours de semaine

Mais pourquoi les Allemands ont-ils donc obéi aux ordres des nazis ? Comme toute sa génération, Stanley Milgram (1933-1984), chercheur en psychologie sociale à l'université de Yale, s'interroge sur l'ignominie de la soumission humaine engendrée par le nazisme. En 1963, il met au point une expérience en laboratoire destinée à analyser les mécanismes de l'obéissance d'un individu face à une autorité (en l'occurrence, la science) jugée légitime. Y compris lorsque celle-ci dicte des actions contraires à la morale de celui qui les exécute.

Milgram se concentre donc sur la forme la plus pure de soumission : elle s'exerce ici sans arme, ni toute autre forme de menace, et sans relation hiérarchique entre le donneur d'ordres et le sujet étudié.

Des personnes volontaires sont recrutées par le simple biais d'une annonce (voir traduction ci-contre). Il s'agit d'hommes, âgés de 20 à 50 ans, issus de tous milieux, et rémunérés quatre dollars. L'expérience, annoncée comme une étude scientifique sur l'efficacité de la punition dans le processus de mémorisation, consiste officiellement à retenir une liste de mots en une minute. A chaque erreur, un individu attaché à une chaise — en

réalité, un acteur — est censé recevoir une décharge électrique de plus en plus violente (de 15 à 450 volts). Et c'est au questionneur - véritable sujet d'étude - d'activer le simulateur de chocs dans une pièce contiguë, devant un scientifique en blouse grise, représentant officiel de l'autorité. A partir de 75 volts, l'enregistrement d'un premier gémissement est diffusé (l'acteur s'étant évidemment éclipié). L'expression de la douleur monte alors crescendo jusqu'à se transformer en un véritable cri d'agonie puis en un silence inquiétant.

Les résultats tombent, surprenants. Tous les sujets ont accepté de participer, et ont donc validé le principe de l'expérience, pour atteindre les 135 volts. 62,5 % d'entre eux ont mené l'expérience à terme (450 volts). Chacun a toutefois tenté d'y mettre fin, en espérant l'ordre d'arrêter du scientifique mais en restant soumis à son autorité. Une fois parvenus aux derniers stades de l'expérience, ils sont toutefois nombreux à avoir manifesté des signes de nervosité et d'anxiété.

Afin de modifier la situation, et saisir au mieux les véritables moteurs de l'obéissance, y compris sa persistance, Milgram effectua au total 19 variantes de l'expérience (changement de personnel, absence du scientifique, nouvel environnement, ordres contradictoires, etc.). Et si la plupart d'entre elles permettent de conserver le pourcentage d'obéissance de 62,5 %, certaines, comme la proximité de l'individu recevant les chocs ou encore la décrédibilisation de l'autorité, font fortement chuter ce taux.

>> AUTOUR DE MILGRAM

- En 1974, Stanley Milgram publie le livre *Obedience of Authority (La Soumission à l'autorité)*
- L'expérience de Milgram a été mise en scène en 1979 dans le film d'Henri Verneuil, *1 comme Icare*, avec Yves Montand et Roger Planchon.
- Dans son album *So* (sorti en 1986), Peter Gabriel a écrit *We do what we're told (Milgram's 37)* — *Nous faisons ce que l'on nous dit (les 37 de Milgram)* — en référence à l'une des variantes de l'expérience où 37 personnes sur 40 ont administré la décharge maximale.

L'EXPÉRIENCE DE LA ZONE XTRÊME

80 personnes volontaires, n'ayant jamais participé à des jeux télévisés. **0 gain**, seulement un défraiement de 40 euros. **10** jours de tournage (du 14 au 24 avril 2009). **Un public** composé de 100 spectateurs par demi-journée d'enregistrement, soit un total de **2 000 personnes** mises dans la confiance de l'expérience après le premier passage puisqu'elles assistent à 4 enregistrements consécutifs.

1 producteur-comédien qui reçoit le sujet dans son bureau et lui énonce les règles du jeu.

1 animatrice complice, Tania Young, qui endosse le rôle du scientifique de Milgram.

1 candidat comédien, Jean-Paul, censé être attaché et enfermé dans une cabine, invisible à tous.

1 questionneur, véritable sujet de l'expérience, chargé d'actionner le levier à chaque mauvaise réponse de Jean-Paul. **1 minute** pour mémoriser une liste de 27 associations de mots. A chaque mauvaise réponse,

1 punition.

Des chocs électriques répartis en **7 zones d'intensité** sur un pupitre et s'échelonnant de **20 à 460 volts**. A **80 volts**, Jean-Paul laisse entendre sa douleur. Il s'agit d'un enregistrement envoyé par la régie.

A **180 volts**, il veut arrêter l'expérience. A **320 volts**, il refuse de répondre aux questions. A **380 volts**, il ne donne plus signe de vie.

Tania Young dispose de **5 injonctions** (de plus en plus autoritaires) pour forcer les candidats à lui obéir.

1. « *Ne vous laissez pas impressionner. C'est à vous, continuez* »

2. « *La logique du jeu veut que vous continuiez* »

3. « *Nous assumons toutes les conséquences* »

4. « *Dans 10 minutes, Jean-Paul vous remerciera* »

5. « *Vous ne pouvez pas empêcher le candidat de gagner ! Qu'en pense le public ?* »

La première injonction s'avère suffisante dans la majorité des cas pour que le questionneur continue. Si, à la 5^e injonction, il réitère son refus de continuer, il est considéré comme désobéissant, le jeu s'arrête.

9 candidats ont arrêté l'expérience entre **100 et 220 volts**, **7 entre 320 et 420 volts**.

Soit un total de **16 désobéissants** sur les **69 questionneurs** confrontés aux trois variantes provoquant l'obéissance. La première variante de l'expérience, dite « canonique » est la plus proche de celle de Milgram. C'est elle qui permet de comparer les résultats avec Milgram. **32 personnes** l'ont subi.

81 % sont allés jusqu'au bout. Ils étaient **62 %** chez Milgram (taille d'échantillon équivalente). Il s'agit de la variante « C'est une émission-pilote non diffusée à l'antenne et dans laquelle il n'y a rien à gagner ».

Sur ces **69 questionneurs**, **70 %** riront au moins une fois en entendant les cris de douleur, **17 %** tenteront de tricher, **70 %** couvriront au moins une fois les cris. **15 %** affirmeront a posteriori ne pas avoir cru à la situation (un résultat comparable au chiffre obtenu par Milgram).

Dans deux autres variantes (« Tentative d'interruption du jeu à **180 volts** par un membre de l'équipe » et « Annonce que le jeu sera diffusé mais toujours sans rien à gagner »), les taux d'obéissance sont de **72 et 74 %**, soit un résultat similaire à la variante canonique. Chez Milgram, la variante « Tentative d'interruption » entraînait une désobéissance totale. L'emprise de la télévision est donc plus puissante que chez Milgram.

Dans une quatrième variante, Tania Young annonce, à **80 volts**, qu'elle quitte le plateau -le questionneur est le « maître du jeu » - et laisse les questionneurs sans autorité, donc sans ordre de continuer. **72 %** désobéissent. Cette inversion des proportions confirme que les gens ne sont pas sadiques. Quand ils ne reçoivent pas d'ordre, ils refusent de faire souffrir. C'est donc bien leur soumission à l'autorité qui les a fait agir.



ENTRETIEN | JEAN-LÉON BEAUVOIS,
chercheur en psychologie sociale

Jean-Léon Beauvois est professeur des universités à la retraite. Il a enseigné la psychologie sociale à Nancy, Caen, Grenoble et Nice. Il a dirigé plusieurs années *La Revue internationale de psychologie sociale* et a participé à de nombreux comités éditoriaux de revues scientifiques. Il a notamment publié en 1987 avec Robert-Vincent Joule *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* (Presses universitaires de Grenoble, revu et augmenté en 2002) et en 2005 *Les Illusions libérales. Individualisme et pouvoir social* (même éditeur).

QU'EST-CE QUE LA PSYCHOLOGIE SOCIALE ?

C'est une discipline psychologique et à ce titre elle étudie pour en rendre compte des *événements* psychologiques : des *comportements*, des *performances*, des *émotions* ou encore des *jugements*. Sa spécificité est d'étudier ces événements *en tant qu'ils sont tributaires d'un contexte social*. Par exemple, les positions sociales des gens ou l'environnement dans lequel ils agissent. Elle va donc à contre-courant de la tendance très occidentale qu'ont les individus à ignorer ou à nier ce contexte et à se convaincre que leurs actes sont le résultat de leur nature profonde et de leur libre arbitre, le reflet de leur individualité.

PRESQUE 50 ANS APRÈS SA RÉALISATION, QUEL EST LE STATUT DE L'EXPÉRIENCE DE MILGRAM ?

On peut avancer qu'elle est l'une des deux ou trois expériences les plus connues de la psychologie sociale. Elle est tout à fait caractéristique de la démarche que j'ai dite, puisqu'il s'agissait d'étudier un comportement donné (envoyer des décharges électriques à quelqu'un) dans un contexte précis : une relation à une autorité légitime dans le cadre d'un laboratoire de recherches. Enfin, elle est exemplaire pour deux raisons. D'abord, évidemment, ses résultats : plus de 60 % des individus testés obéissent à un scientifique au point d'envoyer jusqu'à 450 volts à un inconnu qui est peut-être mort derrière

une cloison. Cela a surpris et choqué les gens, et Milgram le premier. Ensuite, à cause du fait qu'elle a été reproduite de nombreuses fois avec toujours des résultats comparables. Or, ce qui établit un fait scientifique, c'est sa reproductibilité.

QUEL ÉTAIT LE CONTEXTE DE CETTE EXPÉRIENCE ? QU'EST-CE QUE, AU FOND, MILGRAM AVAIT EN TÊTE ?

Ce qu'il avait en tête, vous vous en doutez, c'était les horreurs nazies et les questions qui agitaient de nombreux philosophes, psychanalystes, etc. Comment cela a-t-il été possible ? Une telle chose peut-elle se reproduire ? Et se reproduire dans nos démocraties ? Spontanément, on a tendance à penser que les actes immondes sont accomplis par des gens immondes. C'est ce qui s'appelle une erreur fondamentale d'attribution. On pense qu'il faut une personnalité particulière pour commettre des horreurs. Stanley Milgram est arrivé avec une problématique très différente : on peut faire faire des choses immondes à des gens tout à fait normaux en les plaçant dans une situation immonde. D'ailleurs, si on change la situation, ça ne marche plus si bien. Pour le prouver, Milgram a imaginé une vingtaine de variantes de son expérience. Il y a la situation « canonique » qui obtient 62,5 % d'obéis-

sance et puis toutes les variantes qui produisent des résultats plus faibles. La plus célèbre est celle qui met en scène un conflit d'autorités dans le labo. Un second scientifique survient en disant : « *Ça va trop loin, il faut tout arrêter !* » Alors, le premier répond : « *Mais non, mais non, on continue* », etc. Résultat : à 165 volts, les gens ont tous désobéi.

COMMENT AVEZ-VOUS ACCUEILLI LA PROPOSITION DE CHRISTOPHE NICK D'INTRODUIRE CETTE EXPÉRIENCE DANS LE MONDE DE LA TÉLÉVISION ?

Christophe Nick m'a d'abord dit : « *J'ai la conviction qu'aujourd'hui le pouvoir n'est plus représenté par la science mais par la télévision. J'aimerais qu'on le démontre.* » J'étais dubitatif pour deux raisons. Primo, je ne croyais pas à cette hypothèse. Pour moi, il fallait une *autorité légitime* pour pousser des gens à envoyer 450 volts, et je ne voyais pas une telle autorité à la télévision. Secundo, est-ce que

ca valait le coup que je me mette à dos la moitié de mes collègues pour tester une telle hypothèse ? Les choses ont évolué sur plusieurs points. Peu à peu, il s'agissait d'un documentaire critique sur la télé-réalité et les émissions de divertissement, c'était un projet sociopolitique qui m'intéressait. Par ailleurs, parmi mes collègues, beaucoup disaient « *Moi, je ne le ferais pas mais ce serait bien que quelqu'un le fasse.* » Dans ces conditions, je me suis dit : si le pays de tous nos ennuis se met à galérer, pourquoi me priver d'une recherche intéressante ? D'autant que Christophe Nick mettait à notre disposition des moyens impensables dans un cadre universitaire.

MAIS IL S'AGISSAIT, ET C'ÉTAIT NOUVEAU, D'UNE ADAPTATION ET NON PLUS D'UNE REPRODUCTION DE MILGRAM...

Effectivement. Je parlais tout à l'heure des reproductions de Milgram : chaque fois, on reprenait le

protocole à l'identique. Le cadre, c'était le labo ; l'autorité, celle des scientifiques. Or, notre point de départ était le suivant : s'il existe effectivement à la télé une source de pouvoir efficace, c'est-à-dire qui a une efficacité *prescriptive*, alors nous allons conserver la structure de l'expérience de Milgram en la transposant et en la faisant fonctionner dans le cadre d'un jeu télévisé. Pour cela, mes collègues et moi avons dressé une liste de critères qui caractérisent et permettent d'analyser une situation dissymétrique de pouvoir. Sur aucun de ces critères on ne peut différencier notre situation de jeu de l'expérience de Milgram. En revanche, on peut la différencier d'autres situations comme celles d'un salarié et de son supérieur, d'un étudiant et de son professeur, d'un curé et de son évêque, etc. Bien sûr, les sujets savaient qu'il ne s'agissait pas d'un jeu réel mais d'un pilote : il était nécessaire qu'il n'y ait pas d'argent à gagner, sinon ça changeait tout. Nous

.../...



avons également défini des variantes à la situation. Par exemple, on leur dit qu'ils vont effectivement passer à l'antenne (mais toujours sans gagner d'argent). Aucune incidence. Ou encore, arrivés à 80 volts, Tania Young leur dit : « *Vous êtes maîtres du jeu, je vous laisse faire, je reviens dans un moment* ». Ici, comme chez Milgram, l'obéissance s'effondre.

VOUS PARLIEZ DE VOS RÉTICENCES À L'ÉGARD DE L'HYPOTHÈSE DE DÉPART. LES RÉSULTATS DE L'EXPÉRIENCE VOUS ONT-ILS AMENÉ À REVOIR VOTRE POSITION ?

C'est certain. Pourtant, je reste persuadé que la science conserve aujourd'hui tout son pouvoir. Ce qu'on a montré, c'est que la télévision en a également - peut-être davantage, c'est possible. Or, je ne crois pas que l'autorité d'un animateur de télé puisse être dite *légitime* au sens où l'entendait Milgram, qui était un sens proche de celui du sociologue Max Weber. Du pouvoir mais pas de légitimité, qu'est-ce que cela signifie ? Notez que dans *La Zone Xtrême*, comme chez Milgram, le sujet n'est pas *l'obligé* de celui qui donne les ordres, il n'est pas dans la situation d'un ouvrier face à son contremaître, d'un soldat face à son supérieur, etc., sur qui le pouvoir s'exerce par délégation. Le candidat ne fait que passer, il n'appartient pas à la structure. Comment expliquer que ça marche ? Eh bien, il me semble que c'est autre chose que du pouvoir social, et c'est ce qui nous a amenés à reprendre un concept défini par le psychologue social français Robert

Pagès : le concept d'*emprise*. Dans *La Zone Xtrême* — et à mon sens déjà chez Milgram —, ce qui pèse sur l'individu, c'est un système, ce n'est pas une

structure de délégation de pouvoir. Et ce système pèse, certes par ses structures, mais aussi par les valeurs qu'il représente et le poids qu'il a dans votre vie. J'entends valeur au sens que lui donne la psychologie sociale, il ne s'agit pas forcément de grands mots comme la liberté, la charité, etc., mais tout simplement ici de divertissement, d'humour, de jeu, de légèreté...

UN SYSTÈME D'EMPRISE SANS LÉGITIMITÉ ET QUI PÈSE POUTANT SUR LES INDIVIDUS AU POINT DE LEUR FAIRE FAIRE DES CHOSES CRIMINELLES... CELA POSE DES QUESTIONS EN DÉMOCRATIE.

Evoquer la démocratie et la liberté dans cette affaire ne me semble pas être une voie conceptuellement valable. Et ceci pour deux raisons. Primo, la démocratie est un *mode de désignation du personnel politique*, c'est tout. Elle s'arrête aux portes des entreprises, des hôpitaux, des universités, etc. L'idée de démocratie s'est donc déployée dans l'analyse du fait politique, et depuis qu'on parle du pouvoir, on le fait volontiers du seul point de vue des sciences politiques. Mais c'est une erreur considérable. Si on ne peut pas faire faire n'importe quel choix au *citoyen*, il n'en va pas de même pour *ces autres êtres sociaux* que sont les salariés, les étudiants, les infirmières, etc. Le pouvoir demeure hiérarchique, corporatiste, bureaucratique..., autant de variantes des structures de délégation caractérisées par des dissymétries. Secundo, je me demande si l'espèce d'enchantement que produit le mot *démocratie*, et a fortiori l'idée de liberté qu'il implique, n'est pas au fond le meilleur outil d'assujettissement. La psychologie sociale a en effet montré que la *liberté* ne change pas grand-chose aux comportements. En revanche, elle est d'une redoutable efficacité dans les têtes. Quand un individu agit en ayant au préalable été déclaré libre, il ne manque pas de trouver que ce qu'il fait est chouette. Tandis que si on lui fait sentir qu'il n'est pas libre, il fera la même chose mais il trouvera que c'est ennuyeux voire immonde. C'est que l'individu libre est contraint de rationaliser (« *J'ai bien fait d'agir ainsi* ») et d'internaliser (« *Et d'ailleurs, c'est dans ma nature* »). Voilà les conséquences de l'idée de liberté sur quelqu'un qui pourtant se soumet...

REVENONS AUX RÉSULTATS DE VOTRE EXPÉRIENCE. VOUS ONT-ILS ÉTONNÉ ?

81 % d'obéissance, là où Milgram obtenait 62,5 %... J'ai déjà parlé de mes doutes initiaux, c'est dire si j'ai été surpris. Maintenant, il faut être prudent avec ces chiffres. La différence peut être due au hasard dans 1 cas sur 10. Mais on a d'autres raisons qui nous permettent de poser les questions : la télévision aujourd'hui a-t-elle une emprise plus forte sur les individus que la science dans les années 60 ? La société d'aujourd'hui est-elle plus réceptive qu'à l'époque de Milgram à un système d'emprise quel qu'il soit ? Les deux hypothèses ne s'excluent pas. Pourquoi peut-on se poser ces questions ? D'une part, parce que la variante dite du conflit d'autorités qui, comme chez Milgram, devait produire de la désobéissance n'en a pas produit. Une personne de l'équipe de production fait irruption à 180 volts, affolée, et engueule Tania : « *Il faut tout arrêter, on est en train de dérapier* », etc. Cette intervention n'a aucun résultat. D'autre part, parce que la dernière reproduction de l'expérimentation de Milgram, que j'ai déjà évoquée et qui a été publiée en 2009 par Jerry Burger de l'université de Santa Clara, a permis le même constat. Ces indices donnent à penser que, dans ce type de situations, il y a davantage de pouvoir qui s'exerce sur les individus qu'il y a 50 ans. Alors même qu'on nous répète à longueur de journées à la télévision ou à la radio que nous sommes libres. En sorte que, à mon sens, il faut se poser la question suivante : nos médias modernes ne contribuent-ils pas à fabriquer une masse d'un type nouveau, une masse de gens isolés, un agrégat d'individus consommateurs, électeurs ou téléspectateurs, qui se vivent seuls et qui ont même une répugnance à l'égard du collectif et de l'appartenance à un groupe ? Une masse d'individus extrêmement manipulable et, dans certaines situations, particulièrement obéissante...



Bernard Stiegler est philosophe, directeur du département du développement culturel au Centre Georges-Pompidou, où il dirige également l'Institut de recherche et d'innovation (IRI). Il a été directeur de recherche au Collège international de philosophie, professeur et directeur de recherches à l'Université de technologie de Compiègne, directeur général adjoint de l'Institut national de l'audiovisuel (INA) puis directeur de l'Institut de recherche et coordination acoustique/musique (Ircam) jusqu'en 2005.

ENTRETIEN | BERNARD STIEGLER, philosophe

LE FILM « LE TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE » PROUVE QUE LA TÉLÉ MODÈLE NOS COMPORTEMENTS. POURQUOI LE FAIT-ELLE ?

Parce que la télévision est un cas particulier de ce qu'on appelle les industries culturelles : cinéma, radio, Internet, jeux vidéo..., les médias de masse en général. Or toutes ces industries ont une finalité fondamentale. Elle a été définie aux États-Unis vers 1920, au moment où on créait la radio publique avec RCA : *capter l'attention des auditeurs et des spectateurs afin de leur faire adopter des modes de vie.* Cela passe soit par les contenus des programmes eux-mêmes, soit par des discours (notamment dans les journaux d'information), soit plus directement par la publicité, puisque c'est elle qui a financé en partie Hollywood et qu'elle continue à financer entièrement la radio et la télévision privées. Cette finalité (la captation des individus pour leur faire adopter des modes de vie) ne vient pas par hasard. Un homme l'a théorisé : Edward Bernays. Le neveu de Sigmund Freud ! Il connaissait toutes les théories de son oncle. Il arrive aux États-Unis en 1914 et devient conseiller de l'État fédéral. Il fallait convaincre les citoyens américains d'entrer dans la guerre mondiale, ce qu'ils ne voulaient pas. Qu'a dit Bernays ? Si on veut changer le point de vue de la population, il faut s'adresser à son inconscient. C'est là que résident les forces qui nous gouvernent, bien plus puissantes que la morale, l'éducation, etc. Son succès fut tel que les entreprises industrielles se

l'arrachent. Après la première guerre mondiale, les grandes entreprises sont confrontées à un grave problème de surproduction. Bernays leur explique que, pour pousser les gens à consommer, il faut détourner leur désir, qui va spontanément vers leurs enfants, leurs conjoints, leurs parents, etc. Il faut capter ce désir et l'orienter vers la marchandise. Les médias de masse naissants (radio, cinéma) doivent être utilisés pour ça.

LA TÉLÉVISION SERT À MODIFIER NOS COMPORTEMENTS ?

Toutes les sociétés humaines ont cherché à influencer sur les comportements. Le sorcier, le prêtre ou le pouvoir royal, par exemple, ont été des agents de cette volonté. Ce qui est nouveau, à mon avis, c'est que notre société repose sur l'« infidélisation » du désir. Bernays a parfaitement expliqué qu'après avoir détourné le désir, vers la voiture par exemple, il fallait créer la frustration de l'objet du désir, ce qui permettra de changer de voiture tous les trois ans ! Ce qui est grave, c'est que les moyens mis en œuvre depuis un siècle pour parvenir à ces buts se sont raffinés et massifiés de manière inouïe. Souvenons-nous que la télévision est très récente. En 1950, en France, elle n'existe pas. En 1960, 13 % des ménages français ont un téléviseur, dix



ans plus tard, ils sont 70 % ; aujourd'hui, on doit en être à 99 % et les spectateurs passent en moyenne trois heures et demi par jour devant leur poste. Partout dans le monde, c'est le même phénomène : les Indiens d'Amazonie ont des paraboles, en plein cœur du Sahel, on se réunit sous une tente pour regarder la télévision, etc. Cette captation du désir est donc devenue systématique, massive, mondiale, industrielle. Cela aboutit à un désastre absolu : le désir est maintenant remplacé par la pulsion. Tout ce que l'homme tente de maîtriser depuis qu'il est apparu, ce sont ses pulsions. Et voilà que le système global de modélisation des comportements vise au contraire à exciter les pulsions !

AVEC QUELS EFFETS ?

Tout, simplement la destruction de ce que Freud appelait « l'économie libidinale » et, en fin de compte, la destruction du désir lui-même. L'économie libidinale, qu'est-ce que c'est ? Freud explique que tous les êtres vivants dotés d'un système nerveux ont des *pulsions*. La faim, la soif, l'agressivité, la nécessité de la reproduction de l'espèce, qui commande les comportements sexuels, sont des pulsions. Ce qui caractérise l'être humain, c'est sa capacité de différer la satisfaction de ses pulsions, à les transformer en désir puis en investissement social. C'est ce qui fait par exemple qu'au lieu de sauter sur une femme qu'il désire sexuellement, un homme va lui faire la cour, la demander en mariage, fonder avec elle une famille, etc. Un autre mettra son désir au service de Jésus-Christ, ou dans l'art, le syndicalisme, la science, l'héroïsme guerrier, etc. On voit donc bien que cette « économie libidinale » repose sur des appareils de transformation. Grâce à eux, l'énergie

pulsionnelle peut se « sublimer » en investissement social. Alors, c'est quoi, un appareil de transformation ? L'Église, le Parti ou l'armée... Depuis plus de cent ans, l'école est devenue l'appareil de transformation fondamental. Mais le plus élémentaire est sans doute la famille. Là se joue quelque chose d'essentiel pour la construction de l'identité des enfants et des adolescents : la relation à la fois d'affection et de conflit, que tous les parents connaissent bien. Or le drame, c'est que ces appareils sont court-circuités par les médias de masse ! Et qu'est-ce que cela donne ? Des universitaires américains viennent de montrer qu'en 15 ans, le temps quotidien d'échanges et de discussions au sein d'une famille est passé d'une heure un quart à 35 minutes. Il a diminué de plus de la moitié ! Elle est passée où, la famille ? Explosée. Qu'est-ce qui se passe quand il n'y a plus ce lien ? Très simple : la destruction des appareils de production libidinale délie les pulsions. On les libère, comme dans le mythe de la boîte de Pandore.

MAIS LA TÉLÉ, COMME LE CINÉMA, A TOUJOURS MIS EN SCÈNE CE QUI SORTAIT DE LA BOÎTE DE PANDORE... LE CRIME, LA JALOUSIE, LES PERVERSIONS, TOUTES LES PULSIONS JUSTEMENT !

Quand j'étais enfant, je regardais beaucoup la télévision parce que mon père était chargé de faire les

relevés de programmes. Donc... Bon ! Qu'est-ce qu'on voyait ? Des films édifiants, *sublimatoires*, justement, c'est-à-dire qui proposent des exemples de comportements moraux, héroïques, généreux... C'est typiquement le cas des films de John Ford, par exemple. C'était magnifique, et c'est à la télévision que j'ai découvert toute l'histoire du cinéma. La programmation a radicalement changé aujourd'hui car il n'est plus question de captation sublimatoire de l'attention des gens, mais de captation régressive : on s'adresse à *ce qui reste lorsqu'il n'y a plus de désir*, et ce qui reste c'est la pulsion. Ce n'est plus l'émotion : c'est ce qui la précède.

QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ENTRE ÉMOTION ET PULSION ?

Quand je suis ému, par exemple par une scène pathétique, *je suis transformé*, cela peut m'amener à donner de l'argent pour une grande cause, à prendre une décision, à m'engager, à mener un combat, etc. La pulsion, elle, me fait régresser. D'abord parce que c'est quelque chose d'*immédiat* : le comportement pulsionnel, on le voit à l'œuvre chez les consommateurs en général, c'est tout et *tout de suite*. C'est un comportement infantile : tous les parents vous le diront, élever un enfant, c'est lui apprendre à différer la satisfaction de ses pulsions. Ensuite, c'est quelque chose d'archaïque : ce sont les phénomènes d'explosions de violence que le sociologue français Gustave Le Bon a étudié dans sa *Psychologie des foules*, ces scènes de lynchage, ces moments où l'individu le plus civilisé est happé par un instinct grégaire. Ce sont aussi ces comportements animaux à la fois très

.../...



fondamentaux et très complexes : les bancs de poissons, les troupeaux de bisons..., c'est-à-dire des comportements *mimétiques*. Et c'est de cela qu'il s'agit : la télé est une formidable machine à fabriquer et à reproduire du mimétisme.

C'EST LA TÉLÉ « PULSIONNELLE » QUI PERMET LE FAMEUX « TEMPS DE CERVEAU DISPONIBLE »...

Pourquoi Patrick Le Lay a-t-il fait scandale avec cette histoire de « *temps de cerveau disponible* » ? Même les gens qui n'ont pas pris le temps d'y réfléchir comprennent intuitivement qu'il s'agit de *temps de cerveau sans conscience*. La conscience, on peut l'entendre de deux manières. Primo, cela peut signifier la conscience d'être manipulé et de devoir prendre de la distance par rapport à ce que l'on voit. Secundo, c'est, dans un sens plus spécifique, la *conscience morale*, le sentiment de tomber dans un piège et d'être rendu complice. Vendre du temps de cerveau disponible, c'est donc vendre un temps où le cerveau ne peut ni prendre de la distance, ni avoir de jugement moral. C'est un élément très important dans les phénomènes de manipulation psychologique qui ont été étudiés en anthropologie et que l'on voit à l'œuvre avec la mafia : on rend les gens complices pour mieux les lier et les obliger. Mais, du coup, cela crée également chez ces individus - et c'est capital - un intense sentiment de *culpabilité*. Je ne suis pas en train d'accuser Le Lay ou qui que soit de je ne sais quel complot froidement calculé. Il s'agit davantage — et cela n'exonère personne non plus de ses responsabilités — de processus systémiques et largement aveugles qui travaillent la société. Au fond, on ne comprend rien à l'évolution de la télévision

au cours des quinze dernières années si on ne la relie pas à celle du capitalisme et de la société industrielle au cours de la même période. Le film montre d'ailleurs très bien le lien entre l'évolution du CAC 40 et l'arrivée de la télé-réalité en France... Une société hyper consumériste produit à la fois de l'addiction, du dégoût et de l'instabilité. On ne consomme plus pour trouver du plaisir, puisqu'on en trouve de moins en moins, mais parce que, si on ne consomme pas, on a l'impression de ne plus exister. Mais, en même temps, plus on consomme, moins on a l'impression d'exister ! C'est le cycle infernal de la frustration. Et, tandis que le consommateur devient de plus en plus instable, sur les marchés, l'argent des actionnaires ne cesse de bouger - parce que le consommateur est instable, mais aussi parce que les traders gouvernent maintenant les marchés ! Autrement dit, dans la société de consommation dont la télé est devenue l'organe principal — comme l'Église a pu l'être de la société chrétienne —, les programmes sont *obligés* de solliciter de plus en plus massivement la pulsion. Sinon le système entier se réveille. Mais cette sollicitation se fait au risque même de s'autodétruire...

VOUS DITES QUE CETTE TÉLÉ PULSIONNELLE EST AU CŒUR D'UNE SOCIÉTÉ DEVENUE ELLE-MÊME PULSIONNELLE.

Je suis persuadé que la télé-réalité s'adresse à un appareil psychique qui souffre, c'est-à-dire de plus en plus privé de relations sociales, de médiations familiales. Un appareil psychique qui se sent frustré dans son narcissisme et qui finit par devenir masochiste : il veut voir sa propre souffrance à la télévision à travers des gens qui souffrent comme lui, pour y trouver une forme de réassurance dans la contemplation de l'autre. Ça, il me semble que c'est un dispositif de perversion socialement organisé.

Ce processus est profondément « anti-civilisationnel ». Alors, puisque le président de la République en a récemment appelé à Edgar Morin pour repenser la civilisation, eh bien voilà une véritable question de civilisation ! Peut-on laisser la télévision exploiter la pulsion comme un automatisme qui conduit... au crime ? C'est ça, la vraie question de l'identité perdue. Parce que, si les Français ont l'impression d'avoir perdu leur identité, ce n'est pas à cause des Maghrébins, des Africains ou des Asiatiques qui s'installent en France, c'est parce que le marketing les a privés de leur culture, parce que les parents n'ont plus de rapports avec leurs enfants, parce que les professeurs ne peuvent plus concurrencer la télévision, qui capte l'attention des enfants beaucoup plus efficacement qu'eux... Le problème, ce n'est pas la télé en soi, pas plus que l'image ! Des images, il y en a dans la société occidentale depuis très longtemps : la *société des images* apparaît avec le christianisme. Ce qui est radicalement nouveau avec la télévision, c'est que la manipulation de ces images est un pouvoir industriel, c'est-à-dire qu'avec les médias de masse, l'économie gouverne les processus de production de l'imaginaire de la société. C'est grave, c'est central, c'est fondamentalement LE problème. Il est plus qu'urgent de mettre des limites à cela...



**CHRISTOPHE NICK
MICHEL ELTCHANINOFF**

Seul face à un pouvoir
l'individu est l'être le plus manipulable
donc le plus obéissant

L'EXPÉRIENCE EXTRÊME

avec les contributions scientifiques de
Jean-Léon Beauvois, Didier Courbet et Dominique Oberlé

DON QUICHOTTE

>> POURQUOI UN LIVRE ?

Editions Don Quichotte
Parution le 4 mars 2010

Les résultats de l'expérience ont tellement surpris les auteurs comme les scientifiques qu'ils ont entamé à partir de mai 2009 un intense travail de conceptualisation, retardant d'autant la fabrication du documentaire. A l'évidence les théories de Milgram sur la soumission à l'autorité ne suffisent pas à comprendre ce qui se joue dans l'univers particulier de la télévision. Grâce à Dominique Oberlé, les travaux se sont orientés sur les théories de « système d'emprise ». Mais d'où vient cette autorité, cette puissance, cette emprise ? Quelles sont les valeurs qui lui donnent cette légitimité ?

Christophe Nick a donc fait appel à un philosophe, Michel Eltchaninoff, par ailleurs journaliste à *Philosophie Magazine*. Il a rejoint l'équipe scientifique à l'été 2009, lorsque l'ensemble des travaux des chercheurs furent réunis. L'idée d'un livre était lancée, seul support possible pour prolonger la réflexion des téléspectateurs. Il fallait replacer les enseignements à tirer dans l'ensemble des connaissances accumulées par les sciences humaines sur le pouvoir, l'autorité, le totalitarisme, la révolte... Qu'est-ce que cela nous apprend sur l'état de notre société ? Sur l'être humain ?

Avec l'apport des scientifiques, Christophe Nick et Michel Eltchaninoff ont resitué l'expérience dans son contexte, puis ont ouvert de nombreuses pistes : la manipulation des individus dans nos sociétés modernes, l'autorité virale, la foule artificielle que constitue l'ensemble des téléspectateurs, le rôle de la violence dans notre société, la théorie du capitalisme pulsionnel de Bernard Stiegler, la place du marketing dans l'idéologie occidentale. Et, finalement, la fabrication de l'être télé que nous sommes tous devenus.

QUE SONT-ILS DEVENUS ?

france
5

Un film de Thomas Bornot et Christophe Bouquet produit par Christophe Nick. 52 minutes.

Comment les « questionneurs » de *La Zone Xtrême*, le « jeu de la mort », ont-ils vécu l'après-tournage ? Comment leur famille a-t-elle réagi le soir de la diffusion ? Comment leurs collègues les ont-ils interpellés le lendemain, au travail ? Quant aux scientifiques, ils se sont trouvés au cœur d'un débat. Comment Jean-Léon Beauvois y a répondu et l'a vécu ? Le film retrace les mois qui ont suivi la diffusion sur France 2 de la série *Jusqu'où va la télé* ?

Sur France 5, un an après la transposition dans l'univers d'un jeu télévisé du célèbre test de Milgram, deux documentaires reviendront sur la question avec les candidats et les scientifiques qui se sont prêtés à l'expérience.

LA PSYCHOLOGIE SOCIALE

france
5

Un film de Thomas Bornot et Christophe Bouquet produit par Christophe Nick. 52 minutes.

Dans le film *Le Jeu de la mort*, neuf scientifiques mettent au point l'expérience et l'analysent. Ce sont tous des spécialistes de psychologie sociale. Cette discipline cherche à comprendre l'interaction entre la psychologie de l'individu et la sociologie d'une époque, d'un groupe, d'une situation. Leur méthode : l'expérimentation. Outre celle de Milgram sur la soumission, cette discipline a réalisé des dizaines d'autres expériences tout aussi spectaculaires sur le conformisme, le racisme, le harcèlement, la productivité, etc. Ces expériences nous permettent de mieux comprendre le fonctionnement de l'homme en société.



france2.fr

Le site Internet consacré au documentaire *Jusqu'où va la télé ?* proposera de nombreux compléments :

- Des documents issus des archives de l'INA, commentés par Christophe Nick, mettant en perspective les discours sur la télévision émanant des professionnels, des politiques ou des intellectuels et la manière dont ils ont évolué à travers les époques.
- Des interviews de l'auteur du documentaire, des scientifiques ayant participé à l'expérience (film 1) et des intervenants (film 2).
- La mise à disposition gratuite du débat consécutif à la diffusion du premier volet du documentaire.
- Des ressources : bibliographie, filmographie, liens utiles, etc.
- Un forum.



Contact presse :

Audrey Dauman - 01 56 22 46 95

audrey.dauman@francetv.fr

assistée de

Ghislaine Orville - 01 56 22 59 97

Édité par la direction de la communication - février 2010
Directeur de la communication externe : Stéphane Bondoux
Réalisation : Studio France Télévisions
Directeur délégué : Eric Martinet
Responsable du service photo : Violaine Petite
Responsable du service rédaction : Marie-jo Fouillaud
Responsable de la direction artistique : Philippe Baussant
Conception et réalisation : Valérie Meylan
Rédaction : Christophe Kechroud-Gibassier
Photos France 2 : Christophe Russeil / DR
Impression : Expagina

Retrouvez l'intégralité
des photos sur notre serveur Extranet :
<https://pro.france2.fr>
Rubrique Photopress

france2.fr
france5.fr

