

"Que la vérité éclate" : infanticide, corruption, castes... L'émission télé qui expose les tabous de la société indienne

L'émission choc a rassemblé 400 millions de téléspectateurs dès ses débuts, et a permis de récolter 460 000 euros de dons.

Avec Patrick Amey

Atlantico: Lancée le 6 mai, l'émission "Que la vérité éclate" est un véritable succès d'audience et un phénomène de société? Que pensez-vous de son concept ? Est-il révolutionnaire ?

Patrick Amey : En soi, le concept n'est pas nouveau. Il y a ce qu'on peut appeler une mondialisation des formats : c'est l'idée que les formats de différents genre télévisés dépassent les frontières, pour être diffusés dans un pays où ils n'existaient pas. Par exemple, l'émission "[Tout le monde en parle](#)" qui s'est exportée au [Québec](#), avec - toujours - un réaménagement propre à la culture. Donc, pas de surprise au niveau du format.

J'ai remarqué des spécificités dans la mise en scène de l'émission '[Que la vérité éclate](#)'. Le dispositif est classique: un public présent, avec beaucoup de femmes, en tenue classique, traditionnelle. Le public est face à un plateau, face à une scène centrale, en dispositif circulaire. **Cela ressemble furieusement à la première émission de Christophe Dechavanne, "Ciel mon mardi !"** Il utilisait aussi ce dispositif là, très théâtralisé, avec un public parfois sur des gradins surélevés : il y a une grande visibilité du spectateur. **[Aamir Khan](#), présentateur de l'émission indienne, est au centre du dispositif, dans un espace d'échange avec les invités, les témoins, les victimes ou autres, face à lui.** Le contact direct à lieu dans une enceinte, où l'on rend publique une histoire intime, personnelle. Dechavanne jouait aussi avec des petites séquences d'interviews très polémiques, mais rien à voir.

"Que la réalité éclate" est-elle une sorte d'émission télé-réalité ?

Il existe une différence entre les "talk-shows" et les "reality shows". Dans ce dernier, on a un huis clos. On enferme les gens dans des studios, et il n'y a pas de public. L'émission indienne est donc un talk-show.

Que pensez-vous d'Aamir Khan, le présentateur ? C'est une star de cinéma, considérée comme un demi-Dieu en Inde (comme beaucoup d'acteurs indiens tels Shahrukh Khan et Amitabh Bachchan). Que vient-il faire à la télé ?

Il y a un transfert de la célébrité sur l'espace télévisuel. En France, on verrait mal Gérard Depardieu prendre la place d'un animateur dans une émission de télé...il aurait tout à y perdre, sa crédibilité. En Inde, il s'agit d'un rôle mis en place par la culture du pays. J'ai été saisi par Aamir Khan, l'animateur, qui fixait souvent la caméra. **Dans le dispositif, le rapport au téléspectateur est très proche. Khan ne se montre pas fanfaron, il est très compassionnel, très à l'écoute.** Ici ce n'est pas l'acteur qui s'exhibe, c'est plutôt l'acteur introverti, à l'écoute.

Ce type de programme peut-il avoir un impact sur les pouvoirs publics ? Les émissions ont été suivies d'effets politiques.

On l'a déjà noté dans certaines émissions, qui ont un rôle d'intervention dans l'espace public : la télévision peut être un acteur. Ça s'appelle le "[CNN Effect](#)", c'est un phénomène discutable et discuté. Il consiste à considérer qu'une chaîne d'information, mais aussi tout programme de télévision vu par une large audience peuvent modifier les politiques publiques, les actions du gouvernement.

En fait on se rend compte que parfois, justement, la télévision pallie les manques ou les déficits de discussion dans l'espace public. Ainsi les médias prennent le relais de ce qui peut se dire dans la société.

La télévision se met à la place, voire remplace les défaillances des institutions. Ce n'est pas nouveau. On a eu en France des émissions de "reality show", du type "[La nuit des héros](#)" (qui reconstituait des actes de bravoure ordinaire et faisait témoigner les héros), "[Perdu de vue](#)" (où l'on cherchait à retrouver des personnes disparues). Avec l'idée que la télévision pouvait se substituer aux actions publiques. C'est ce qui se passe en Inde.

Ce qui est tabou peut être mis sur la place publique, surtout dans une société tiraillée entre modernité et ce qui

relève de la tradition. Il y a une prise de conscience. On évoque les problèmes sociaux, dont on ne parlait pas.

L'émission recherche la vérité. Alors qu'on véhicule encore une version édulcorée et fautive de la femme - c'est très rassurant pour les tenants des traditions qui ont intérêt à avoir un rapport de domination sur la femme - l'émission bouscule.

Pensez-vous que ce type d'émission peut changer la donne ?

Je suis absolument persuadé de leur pouvoir d'influence. Dès qu'on a affaire à une démocratie qui est attentive à l'opinion publique, le "CNN effect" peut opérer. Je ne dis pas que la télévision est un agent qui mobilise forcément les pouvoirs publics. Cela arrive avec des problèmes qui appartenaient jusqu'alors à la sphère privée, des tabous dont on ne parlait pas, qui restaient dans l'enceinte de la famille. D'ailleurs, Aamir Khan a été sollicité par le ministre de la Santé de l'Etat du Maharashtra pour qu'il anime des campagnes de prévention contre le foeticide sélectif.

La télévision a un autre pouvoir, c'est celui de rendre publics les problèmes jusqu'alors privés. Le problème social devient problème public dès lors que la télévision permet d'en parler. Par exemple, pendant des années, fumer était un choix individuel. Cela ne regardait que les gens à leur domicile. Au bout d'un moment les pouvoirs publics se sont mobilisés autour de cette problématique. Le tabagisme est devenu un problème public.

Et ce type d'émission est-il légitime pour parler de ces choses, selon vous ?

La légitimité dépend de l'audience. Une émission sans audience, à huis clos, est une émission qui n'a pas d'effet. Mais en Inde, tout est démultiplié, une personne sur trois a vu l'émission. Face au présentateur, il y a les réactions du public sur le plateau : des pleurs, des larmes, de l'émotion.

La légitimité tient entre autres à celui qui produit l'émission, et c'est Aamir Khan. Non seulement il produit mais il promeut aussi son émission en la présentant.

En quoi une émission peut-elle changer les mentalités ? Faut-il vraiment choquer pour faire changer les choses ?

Ce n'est pas sûr que l'on puisse profondément changer la mentalité, au niveau national. Historiquement parlant, les mentalités subissent une "poussée d'adrénaline" quand il y a discussion autour des problèmes dans les espaces publics. Le changement peut prendre cinq à dix ans. Il y a des effets de surface, et avec plus de plaintes au tribunal par exemple, le changement peut s'accélérer.

L'émission surfe sur les sujets les plus sensibles de la société indienne. Peut-être pour récolter un maximum d'audience. Est-moralement condamnable ?

C'est très délicat. La même question se pose lors de campagnes de prévention. Dès qu'on veut agir dans le social, il faut forcément travailler l'émotion, la peur, la prévention. Ce n'est jamais clairement défini. Manifestement, l'émission joue sur deux tableaux. Bien évidemment, il y a l'émotion, la compassion, l'identification du public à la victime, c'est très fort. Peut-on mobiliser effectivement des actions ? **A travers cette émission on condamne ceux qui agissent mal. Sur le thème de l'avortement sélectif ? Il y a condamnation morale, mais pas forcément de changement. Dès que l'opinion publique intervient il y a une prise de conscience.**

Après, difficile de dire si la sincérité est forte de la part du producteur, de la [maison de production](#). Ça me fait penser à un animateur-producteur, qui propose une émission ayant une valeur marchande. Les thèmes sont porteurs, et provoquent indignation et colère. Sont-ils vraiment sincères ? Difficile à dire. En tout cas ils ne sont pas pris au hasard. Statut de la femme, castes, corruption... Ils sont soit populistes, soit sensationnels. Mais il y a peut-être de la sincérité.

Aamir Khan, c'est un Jean-Luc Delarue en plus performant. Il prend la posture de quelqu'un qui écoute. Ce n'est pas facile, écouter, c'est le métier le plus difficile du monde. Khan écoute très bien, il est attentif, il a les bons mots, bonnes expressions, et ne se moque jamais.

Pourrait-on avoir une émission du même genre en France ? Serait-ce bénéfique pour notre société ?

Ces émissions là vont exister, et elles ont déjà vu le jour auparavant. Exemple : Dechavanne avec [Ciel Mon Mardi](#) !". Ce principe-là a fait l'objet d'attaques violentes de la part d'autres journalistes, beaucoup la taxaient de sensationnalisme. **Le problème en France, c'est que c'est un pays où l'on met en valeur la parole de l'expert, par tradition.** En France c'est tout ou rien. Celui qu'on appelle le profane peut intervenir comme témoin dans des émissions où il n'y a que ça. La France a par moments essayé de proposer des débats participatifs, comme dans les années 90, ou en 2007, où les candidats politiques devaient affronter un panel de personnes lambda, mais ce ne sont jamais des éditions qui durent.

La France a une tradition d'expertise. Les producteurs des émissions ont segmenté les présences des personnes. **D'un côté on a les émissions people, profanes, et de l'autre des émissions dites sérieuses comme "[C dans l'air](#)" ou encore "[Ripostes](#)", d'expertise politique.** Comme par hasard, ceux qui veulent se voir dans le miroir de la télévision, parler de leur expérience personnelle, de leurs relations pathologiques, se retrouvent dans "*Toute une histoire*"; la télévision leur offre peu d'espace. On ne trouvera pas un François Dupont chez Ruquier. Là-bas ce sera plutôt les hommes politiques et les acteurs. Du coup, cette expression se fera plutôt sur Internet, les sites, la blogosphère. C'est la toile qui prend le relais.

L'émission indienne, elle, est entièrement basée sur le témoignage. Peut-être parce qu'elle a une tradition d'ouverture ? **L'Inde aujourd'hui, c'est nous au milieu des années 90 en France.** Avec la privatisation des chaînes télé, on en est venus à évoquer sexualité, problèmes conjugaux, politique. Vers 1990-95, l'état de notre société le permettait plus. On essayait de mettre en place des modèles, les chiffres de l'audience sont devenus importants. Avant 86, lorsque les chaînes étaient encore publiques, on ne s'en préoccupait pas. Là, les chaînes ont pris des risques. C'est à ce moment là que sont apparues les émissions de télé-psychothérapies ("Psy-show") ou encore les talks-shows polémiques ("Ciel mon mardi"). Ces derniers ont connu beaucoup de critiques. C'était la cacophonie, et il n'y avait pas d'espace de parole harmonieux.

Dans "*Que la vérité éclate*", c'est bien régulé, le plateau est plus discipliné, il y a des séquences interview et des reportages, des séquences-plateau, l'animateur est très efficace.

Propos recueillis par Linh-Lan Dao