

Libre, moi ?



Les animateurs encadrent un parcours à postes qui amène les pionniers à découvrir quelques limites de la liberté humaine et à réfléchir sur l'influence de l'environnement sur les comportements.

Questionnaire individuel

Tu distribues un questionnaire à chaque pionnier qui le complète rapidement de façon anonyme ou pas.

Tu peux également choisir de distribuer celui-ci à la fin d'une réunion en demandant aux pionniers de le rapporter lors de la réunion suivante. Pour les distraits, tu peux leur envoyer un rappel via votre canal numérique préféré (FB, Snapchat, email...).

Tu reprends ensuite les questionnaires. Le staff dépouille très rapidement et ne s'intéresse qu'à une seule question : « Penses-tu que tu serais capable de tuer de sang-froid quelqu'un qui ne t'a rien fait ? ». Vous notez la proportion de scouts qui ont répondu « oui », mais vous conservez ce « score » secret.

Parcours à postes

Les pionniers sont ensuite répartis en petits groupes (4 à 6 personnes max) pour vivre un parcours à postes.

Afin d'éviter l'attente des groupes, tu peux réaliser un parcours en étoile et faire partir tout le monde simultanément : un groupe vers un poste.

À chaque poste :

1. L'animateur explique (en se basant sur une version papier ou vidéo) le déroulement d'une expérience de psychologie sociale.
2. Chaque pionnier répond à une question de type « À votre avis, quelle est la proportion de la population qui a un tel comportement ? » en inscrivant sa réponse sur son bulletin de participation.

Objectif

Alimenter la réflexion sur le thème de la liberté.

Type d'animation

Une animation itinérante, à postes.

Public visé et taille du groupe

Pionniers par petits groupes (4 - 6).

Moment propice

En fin d'après-midi relax, ou en soirée. Eviter les moments d'excitation.

Durée

Environ 45 minutes.

Matériel

- un questionnaire par personne
- de quoi écrire
- un bulletin de participation par personne
- les expériences de psychologie sociale (papier/vidéo)

En annexe

3. L'animateur donne la bonne réponse à la question posée puis fait référence au groupe qu'il accompagne et puis à la section entière. Exemple : si 2/3 des personnes sont capables de donner la mort à quelqu'un qui ne leur a rien fait (cfr expérience de Milgram), ça veut dire que cela fait, pour le groupe de 6 réunis, 4 meurtriers potentiels et pour le poste, x meurtriers potentiels.
4. L'animateur demande les premières réactions des pionniers. Une première discussion peut-être lancée.

Des exemples de postes sont proposés en annexe.

En annexe



Discussion

À la fin du dernier poste, l'animateur accompagne le groupe dans un endroit où séparément, chaque groupe peut discuter avec l'animateur.

Le groupe est invité à discuter des sujets d'expérience à la lumière des résultats.

S'enclenche une discussion qui porte sur le fait qu'une personne ne se limite pas à elle-même, mais que le contexte dans lequel elle se trouve détermine beaucoup de son comportement.

On peut aller plus loin en se demandant dans quelle mesure nous sommes vraiment libres et responsables de ce que nous faisons.

- Si le contexte détermine tant mes actes, suis-je vraiment responsable de ceux-ci ?
- Si on est à ce point déterminé, suis-je libre ?
- Quel est notre espace de liberté ?

Pour aller plus loin

Vous pouvez visionner une conférence de Philip Zimbardo qui essaye d'attirer notre attention sur le fait particulier que chaque être humain peut devenir un jour ou l'autre un monstre ou un héros. Nous possédons tous en nous la capacité de déployer le bien ou de faire du mal.

<https://youtu.be/OsFEV35tWsg>





SENSATION

Fiche N°8

Libre, moi ?

Annexe



Le questionnaire

Construis toi-même ton questionnaire en sélectionnant 6 questions parmi celles-ci. Attention que les deux premières questions doivent impérativement s'y trouver, noyées dans les autres.

- **Penses-tu que tu serais capable de tuer de sang-froid quelqu'un qui ne t'a rien fait ?**
- **Trouves-tu qu'un prof est meilleur s'il (ou elle) est beau (belle) que s'il (ou elle) est moche ?**
- Entoure ta forme préférée : triangle, carré, étoile à 5 branches, rond.
- S'il devait y en avoir une, quelle serait ta lettre fétiche ?
- Parmi les sept péchés capitaux, pour lequel as-tu le plus de tolérance ? La gourmandise - La luxure - L'avarice - L'orgueil (ou la vanité) - L'envie (ou la jalousie) - La paresse - La colère (ou la vengeance)
- La non-assistance à personne en danger, tu trouves cela : Normal - Une bonne chose - Pas terrible, mais bon... - Dégueulasse - Vraiment trop dégueulasse.
- Est-ce que tu penses que X devrait sortir avec Y ? - Oui, ils vont trop bien ensemble ! — Seulement si ça leur chante — Je leur déconseillerais personnellement — Non, surtout pas !
- Tu trouves que les gens de ton âge sont, en moyenne : Très influençables — Plutôt influençables — Plutôt indépendants — Très indépendants
- Te souviens-tu avoir maintenu une position, par exemple dans un débat, alors que tout le groupe soutenait une thèse inverse ?
- Entoure les films que tu as vus :
Django Unchained : <https://youtu.be/K2XjgsfzDrU>
La vie est belle : <https://youtu.be/4MpZyOdx4cs>
La liste de Schindler : <https://youtu.be/gG22XNhtnoY>
- Ton arbre, ce serait plutôt le tilleul, le bouleau, le chêne, le hêtre, le noisetier, le pommier, le noyer, le platane, le charme ou l'orme ?





Les postes

L'expérience de Milgram

Pour l'expérience de Milgram :

Il peut être intéressant de mettre en relation le résultat de l'expérience (2/3) avec la proportion qu'on aura mise en évidence à la fin de la première étape. « *Quand on vous a posé la question à froid, comme ça, seuls 3 pionniers ont dit qu'ils étaient capables de tuer de sang-froid quelqu'un qui ne leur a rien fait. Comme nous ne sommes pas différents des autres êtres humains, il y en a en fait 8 si nous avons un poste composé de 12 personnes. On se fout de savoir si c'est Impala, Margay ou Écureuil. Ce qui est intéressant, c'est de voir que nous nous connaissons bien mal, et que nous sous-estimons ce que les circonstances peuvent nous amener à faire malgré nous.* »

Description de l'expérience :

Imaginez la situation suivante. Recruté par une petite annonce, vous vous présentez au laboratoire. L'expérimentateur ainsi qu'un autre sujet d'une cinquantaine d'années vous y attendent. La recherche, vous déclare-t-on, concerne les effets de la punition sur l'apprentissage. Un des deux participants, l'élève, apprendra des paires de mots. L'autre, le professeur, devra lire à voix haute le premier mot de chaque paire suivi de quatre autres mots. À l'élève d'indiquer lequel des quatre mots appartient à la paire originale. À chaque erreur, le professeur est chargé d'administrer un choc électrique d'intensité croissante. On tire au sort les rôles. Vous vous retrouvez dans le rôle du professeur. Dans un premier temps, vous aidez l'expérimentateur à ligoter l'élève sur une chaise et à lui attacher des électrodes. Installé ensuite dans une autre pièce, vous faites face à un générateur de chocs électriques muni de 30 boutons allant de 15 à 450 volts. Sous les premiers boutons, vous pouvez lire « choc léger ». En bout de rangée, on retrouve par deux fois

un énigmatique label « XXX ». Les quatre labels précédents indiquent clairement « Danger : choc sévère ». Pour avoir une idée de ce que représentent les chocs, vous expérimentez un choc de 45 volts. L'expérience peut débuter ! Après une série de bonnes réponses, l'élève commet une erreur, ce qui vous force à sévir. Vous enfoncez le premier bouton...

À votre avis, à quel moment vous arrêterez-vous ? Quand pensez-vous que vous résisterez aux injonctions de l'expérimentateur vous intimant l'ordre de continuer à envoyer des chocs électriques de plus en plus douloureux ? Quatre commentaires successifs sont d'ailleurs prévus au cas où vous refuseriez d'obtempérer : « Continuez, s'il vous plaît », « L'expérience requiert que vous continuiez », « Il est absolument essentiel que vous continuiez » et « Vous n'avez pas d'autre choix, vous devez continuer ». L'expérience s'arrête lorsque les quatre injonctions ne suffisent pas à vous convaincre de poursuivre ou lorsque le choc maximum est utilisé à trois reprises. À la pression exercée par l'expérimentateur s'opposent les appels de l'élève pour mettre fin à l'expérience. Après des grognements (à partir de 75 volts), l'élève vous crie sa douleur (dès 120 volts). Viennent ensuite de véritables hurlements (à partir de 165 volts). Au bout d'un certain moment (à partir de 345 volts), il ne produit plus aucune réponse.

En réalité, vous êtes le seul véritable sujet de cette expérience. L'élève n'est autre qu'un complice de l'expérimentateur. Il ne subit aucun choc électrique mais connaît son rôle par cœur.

Psychologie sociale, LEYENS, J.-Ph. et V. YZERBYT, Mardaga, Sprimont, 1997, p. 202.

Séquence vidéo qui présente l'expérience de Milgram : <https://youtu.be/FvkvRMXtrAo>





La question

Quel pourcentage des gens va jusqu'au bout de l'expérience ? Autrement dit, combien vont jusqu'à infliger à l'élève une décharge dont ils ont tout lieu de penser qu'elle est fatale ?

La réponse

62,5 % des gens vont jusqu'à tuer de sang-froid quelqu'un qui ne leur a rien fait, simplement

parce qu'une autorité à laquelle ils se soumettent le leur demande.

A noter qu'on obtient des résultats différents quand on modifie des paramètres de l'expérience. Cette proportion augmente si le scientifique est présent dans la salle, s'il porte une blouse blanche. Par contre, il diminue si le « professeur » a un contact physique avec l'« élève », etc. Peu importe ces variantes dans le cadre de notre animation.





L'impact de la beauté

Pour l'expérience sur la beauté :

On peut y mettre en relation, la question sur la beauté des profs. Il est probable que les élèves disent que la beauté du prof ne joue pas sur sa compétence. Il n'empêche que l'expérience montre que les personnes de belle apparence sont inconsciemment créditées de meilleures performances.

Description de l'expérience :

Sous un prétexte quelconque, on a demandé à des étudiants de s'entretenir par téléphone avec des inconnues. Ils disposaient d'une photo de leur interlocutrice. L'étudiant l'ignorait, mais la photo n'avait, en réalité, rien à voir avec la personne à laquelle il téléphonait. On s'est néanmoins rendu compte que si la personne dont il avait la photo, et à laquelle il s'imaginait parler, était jolie, l'étudiant se montrait beaucoup plus aimable que s'il la pensait laide.

Des expériences ont montré que si ce sont des filles qui sont soumises au même traitement, téléphonant à des hommes dont elles pensent avoir la photo, elles ont, elles aussi, tendance à se montrer plus aimables quand elle croient qu'il est beau.

Chez nous, il y a beaucoup de salaires qui sont fixés par des grilles (des barèmes) et qu'on ne discute pas. Aux Etats-Unis, quand on se fait embaucher, on négocie son salaire avec son nouveau patron. Si on négocie bien, on gagnera mieux sa vie que si on n'a pas bien discuté avec lui. On a constaté, en 1971, que les étudiants de grande taille qui quittaient l'université avaient un salaire 12,40 % plus élevé que leurs condisciples s'ils avaient plus de 1,85m. Ils n'ont, en moyenne rien de plus que les autres, sauf le fait d'être grands, mais cela suffit pour avoir un meilleur salaire.

On a aussi interrogé des personnes qui devaient sélectionner entre deux candidats. Les deux candidats avaient la même qualification et pouvaient aussi bien l'un que l'autre convenir au poste. L'un mesurait 1,85m et l'autre 1,5m.

La question

Dans cette dernière expérience, quel pourcentage de sélectionneurs choisirent-ils le plus grand des deux candidats ?

La réponse

72 %. Près de 3 personnes sur 4 alors qu'on aurait dû, a priori, avoir une proportion de 50-50. L'apparence physique joue donc un rôle considérable

Beauté et norme sociale : sommes-nous sous influence ?

www.sciencescom.org/fileadmin/documents/sciencescom/Formations/concours/Annales/2012/Essai_2012_02_M1.pdf

Le culte de la beauté (Émission *Comment ça va bien ?*) : <https://youtu.be/VaD-Z0lxHnI>





L'effet Asch

Huit étudiants font face à un tableau. L'expérimentateur les informe qu'ils vont participer à une expérience destinée à tester leur vue. A 18 reprises, il va déposer deux panneaux à un mètre de distance sur un tableau. Sur le panneau de gauche, on voit une ligne noire. Sur le panneau de droite, on en voit trois, numérotées de 1 à 3, et de longueur clairement différente. Une de ces trois lignes, la 1, la 2 ou la 3 a la même longueur que le trait du panneau de gauche.

A chaque essai, l'expérimentateur demande laquelle des trois lignes du panneau de droite est équivalente à la ligne étalon, celle du panneau de gauche. Les huit étudiants doivent répondre l'un après l'autre, à haute voix, toujours dans le même ordre.

Au premier essai, tout le monde a la même réponse, ainsi qu'au deuxième.

Il se produit ceci d'étrange au troisième essai. La bonne réponse est 2, mais le premier étudiant répond absolument sans hésiter : « 1 », bientôt suivi dans son erreur par le 2^e étudiant, le 3^e, le 4^e, le 5^e et le 6^e. Le 7^e étudiant est embêté, répond « 2 » et cela lui vaut les regards surpris,

voire moqueurs de ses camarades. Le dernier étudiant dit « 1 », comme les premiers. Le 7^e étudiant est mal à l'aise.

Au tour suivant, la réponse est 3, sans hésitation, mais les premiers étudiants, répondent « 1 ». Le 7^e étudiant aussi alors qu'il est convaincu que la bonne réponse est 3.

On poursuit l'expérience. Au total, on aura interrogé 18 fois chaque étudiant et dans 12 cas, la réponse apportée par les 6 premiers étudiants sera la même, mais différera de la bonne réponse, pourtant flagrante, mettant le n°7 devant ce dilemme : donner la même — mauvaise — réponse que les autres, ou bien ne pas faire comme eux pour donner la bonne ?

En vérité, sept des huit étudiants sont des comédiens. Le n°7 est le seul à ne pas être dans la combine. Ce sont ses réactions qui sont étudiées.

Description inspirée de LEYENS, J.-Ph. et V. YZERBYT, Psychologie sociale, Mardaga, Sprimont, 1997, pp. 185-186.



La question

Quelle est la proportion des gens qui, s'ils sont intimement convaincus de leur réponse, la disent tout haut même si tout le groupe en donne une autre ?

La réponse

Une personne sur quatre ne se laisse pas démonter par les autres, et conserve son idée. Une personne sur trois, par contre s'aligne majoritairement sur les réponses qu'elle sait parfaitement inexactes, mais qui lui permettent de ne pas se démarquer des autres. Les autres na-

viguent entre les deux, contentant parfois leur conscience en donnant la réponse qu'ils savent exacte même contre l'avis du groupe, et acceptant parfois de donner une mauvaise réponse pour suivre le groupe.

L'envie de plaire au groupe, de ne pas s'en démarquer est donc extrêmement puissante chez les humains. L'expérience montre ici une situation où la bonne réponse était relativement flagrante. Quand la « bonne réponse » est moins évidente, on a encore plus tendance à ne pas assumer son choix personnel au profit de celui du groupe.



L'effet Asch, présentation vidéo : <https://youtu.be/voTxhO1Qck4>





Comportements prosociaux

On met en place un décor, le long d'une route. Une voiture se trouve sur la bande d'arrêt d'urgence, avec un pneu plat. Une conductrice se trouve à côté du véhicule, attendant qu'une bonne âme lui prête assistance.

La question

Une voiture est en panne ou en situation d'accident le long d'une route. Quel pourcentage de personne s'arrêteront-elles ?

Exploitation

En moyenne, 10 % seulement des gens s'arrêtent. Quand on leur demande pourquoi, ils disent que c'est parce qu'ils ne savent pas quoi faire. Alors, on a essayé une deuxième expérience. On a ajouté, un kilomètre plus loin, une voiture de gendarmes. Les personnes qui pensent ne pas pouvoir intervenir pour l'accident pourront au moins prévenir les gendarmes !

0,6 % des gens préviennent les gendarmes.

Le nombre de personnes qui s'arrêtent pour aider la conductrice au pneu plat est significativement plus élevé si, quelques kilomètres avant, les conducteurs ont pu voir une situation similaire avec un conducteur déjà occupé à assister une conductrice en panne.

C'est là un phénomène que connaissent bien les gens dont le gagne-pain dépend des pourboires qu'ils reçoivent : ils s'arrangent pour vous faire croire que les clients précédents ont donné des pourboires plantureux, en laissant par exemple dans l'assiette des billets plutôt que des piécettes, enlevées au fur et à mesure. La tactique est efficace car personne n'a envie de passer pour un grippe-sou.

Kitty Genovese

Le 13 mars 1964 à New York, il est 3 heures et demie du matin quand Kitty Genovese laisse sa voiture dans le parking qui jouxte son immeuble et rentre à pied chez elle. Soudain, elle est attaquée par un homme qui essaie de la poignarder. Elle se débat, elle hurle; par deux fois, son assaillant bat en retraite devant la possibilité que les cris aient ameuté les voisins; par deux fois, il revient à la charge et, finalement, Kitty Genovese succombe sous les coups. L'attaque a duré une demi-heure. Lors de l'enquête, on établira que 38 personnes ont vu le meurtre depuis les fenêtres de leur appartement.

La question

Combien de personnes ont-elle prévenu la police ?

La réponse

Aucun de ces témoins n'est intervenu pour aider Kitty Genovese; aucun n'a téléphoné à la police pour la prévenir.

La presse s'est emparée de cette affaire, et on a dit que ces témoins étaient des salauds. Ce ne sont pas des salauds, mais des êtres humains ordinaires. Le drame de Kitty Genovese, c'est d'avoir eu 38 témoins plutôt qu'un seul. S'il n'y a qu'un seul témoin, il réagit, mais quand il y en a beaucoup, les témoins pensent tous qu'un autre réagira.

Un professeur montois a réitéré cette expérience. Un étudiant simulait un malaise et s'écroulait dans un centre commercial. On observait discrètement le comportement des personnes qui étaient témoins de ce malaise. 90 % des gens changent leur itinéraire pour éviter de passer à proximité du lieu où l'étudiant est tombé.

Kitty Genovese : <https://youtu.be/s4dW9Cuk0ss>





La banalité du bien

Un mendiant reçoit deux billets de cinquante roupies - somme relativement conséquente au Népal -, il en donne la moitié à son compagnon d'infortune. Une infirmière épuisée après une nuit de garde éprouvante reste néanmoins quelques heures de plus pour assister un mourant qui part seul. Dans le métro, un Maghrébin percevant l'état d'angoisse d'une voyageuse qu'il ne reverra jamais, lui murmure : « Ne t'inquiète pas, ma fille, ça va passer. » Au terme d'une journée trop remplie, un ingénieur rentre de son bureau et fait cinq cents mètres de plus pour montrer à un étranger perdu dans la capitale le chemin de son hôtel.

On a pu parler de la banalité du mal (Hannah Arendt). Mais l'on pourrait parler aussi de la « banalité du bien », en se représentant les mille et une expressions de solidarité, de prévenance

et d'engagement en faveur du bien d'autrui qui jalonnent nos vies quotidiennes et exercent une influence considérable sur la qualité de la vie sociale. De plus ceux qui accomplissent ces innombrables actes d'entraide et de sollicitude disent généralement qu'il est bien « normal » d'aider son prochain. S'il est justifié d'évoquer cette notion de banalité, c'est aussi parce qu'elle est en quelque sorte silencieuse : le bien de tous les jours est anonyme ; il ne fait pas la une des médias à la manière d'un attentat, d'un crime crapuleux, ou de la libido d'un homme politique. Et, enfin s'il y a banalité c'est encore le signe que nous sommes tous potentiellement capables de faire du bien autour de nous.

L'omniprésence du bénévolat

« L'aide est un acte conforme à la nature. Ne te lasse jamais d'en recevoir ni d'en apporter », disait Marc Aurèle. Entre un cinquième et un tiers de la population européenne, selon le pays concerné, soit plus de 100 millions d'individus, participe à des activités bénévoles. Aux États-Unis, ce chiffre avoisine les 50 % de la population et englobe surtout des femmes et des retraités qui, lorsqu'ils disposent de temps libre, considèrent de leur devoir de rendre service à d'autres membres de la société. Le bénévolat américain est particulièrement développé dans le domaine des arts et contribue au fonctionnement de nombreuses institutions culturelles. Environ 1500 personnes, par exemple, travaillent gratuitement pour le musée des Beaux-arts de Boston. Par ailleurs, les trois quarts des habitants des États-Unis font des dons chaque année à des associations caritatives.

En France, le nombre de bénévoles serait aux alentours de 14 millions, soit un français sur quatre (dont un tiers a plus de soixante ans). Ceux qui consacrent au moins deux heures par semaine à leur activité de solidarité sont un peu plus de 3 millions. En 2004, le bénévolat représentait l'équivalent de 820000 emplois à temps plein. Les bénévoles travaillent presque toujours pour des associations dont la seule raison d'être est de prêter assistance à ceux qui sont dans le besoin. La production de services non marchands par ces bénévoles améliore sans aucun doute le bien-être de tous.

L'engagement solidaire peut aller bien au-delà d'une simple activité de bénévolat. Le volontariat au service de projets et d'organisations humanitaires, notamment, représente un degré d'implication supplémentaire. L'on pourrait remplir des volumes pour témoigner de ceux qui, à tout moment, partout dans le monde, se dédient au service de leur prochain.

*In Plaidoyer pour l'altruisme, la force de la bienveillance,
Matthieu Ricard, Nil éditions, Paris, 2013*





Description

Notre monde est en proie à un curieux paradoxe, d'un côté, il semble que dans nos sociétés occidentales, seul l'égoïsme semble triompher alors que des personnalités comme Nelson Mandela, Gandhi ou encore l'abbé Pierre sont plébiscités aux premiers rangs des personnes les plus célèbres. Des études récentes ont démontrées, que loin de ce que nous laissent penser les médias, notre monde n'est pas obnubilé par la réussite personnelle à tout va, mais qu'un altruisme vrai, non empreint d'égoïsme est possible aujourd'hui. Dans notre monde contemporain, l'altruisme est plus que jamais une nécessité, voire une urgence. Il est aussi une manifestation naturelle de la bonté humaine, dont nous avons tous le potentiel, en dépit des motivations multiples, souvent égoïstes, qui traversent et parfois dominant nos esprits.

La question

Qu'est-ce qui peut nous faire croire que, demain, les humains seront plus altruistes ? Qu'est-ce que l'altruisme ?

La réponse

Voici une interview de Matthieu Ricard pour la revue *Psychologie* durant laquelle il explique ses raisons d'espérer un monde meilleur, plus altruiste.

Vous voyagez à travers le monde, vous voyez la pauvreté, la violence, le capitalisme sauvage : qu'est-ce qui vous fait croire en des lendemains plus altruistes ?

Matthieu Ricard : Un chien qui mord fait plus de mal que cent chiens paisibles. Une minorité d'entreprises égoïstes mais puissantes peuvent exercer une influence délétère. Mais ce qui m'encourage est justement de pouvoir prendre la température intellectuelle dans des domaines tels que l'économie, la psychologie et les sciences, et de constater que, partout, l'intérêt pour les valeurs de coopération progresse. C'est d'entendre Paul Ekman, psychologue qui a consacré toute sa vie aux émotions, me dire : « *Tout ce qui me passionne désormais, c'est de trouver la porte d'entrée pour promouvoir l'altruisme et la compassion dans nos sociétés.* » De lire l'éminent économiste Dennis Snower soutenir que, à côté de la voie de la raison, il faut la « *voie du care* » [« *soin* », ndlr]. De discuter avec le nouveau président de la Banque mondiale, le docteur Jim Yong Kim, et de découvrir un homme intimement convaincu de la nécessité de lutter en faveur de l'environnement et contre les inégalités. De participer à l'élaboration du rapport Attali sur l'économie positive. De me retrouver, avec le professeur de médecine Jon Kabat-Zinn et le neuroscientifique Richard Davidson, à exposer notre vision à des économistes, des généraux et autres proches conseillers de Barack Obama lors d'un récent think tank... Oui, tout cela, ajouté au bourgeonnement de centaines de milliers d'ONG ou d'entreprises telles que la Khan Academy, me fait croire qu'un changement culturel est en cours.



La chaîne de TV ARTE a diffusé il y a quelques temps un documentaire vers un monde altruiste. Voici le teaser de l'émission : <https://youtu.be/PbgXAcBAbic>

Aussi disponible sur ARTE : http://boutique.arte.tv/f10803-vers_un_monde_altruiste

