


THÉÂTRE NATIONAL DE MARSEILLE
DIRECTION Macha Makeïeff
SAISON 21/22



11

11 & 12
OCTOBRE

DÉBATS

SEMAINE DE LA POP PHILOSOPHIE

Constellations de la connerie

PRÉSENTÉ PAR LES RENCONTRES PLACE PUBLIQUE

Semaine de la
Pop Philosophie

SEMAINE DE LA POP PHILOSOPHIE

Constellations de la connerie

Une exposition d'idées et de pensées proposée par **Jacques Serrano**, concepteur de la Semaine de la Pop Philosophie, avec la complicité du psychologue et essayiste **Jean-François Marmion**

TARIF A DE 6 À 13€ – PETIT THÉÂTRE – LUN, MAR 19H

Une approche philosophique, sociologique, historique, psychologique et littéraire de la connerie.

« *Une mauvaise fée aux mille visages s'est penchée sur le berceau de l'humanité : la connerie. Elle chemine avec nous, fidèle entre les fidèles, se réinventant au fil des siècles et des cultures. [...] Elle suivra notre espèce jusqu'à la tombe, et la creusera peut-être. Le pire, c'est que nous en sommes plus souvent les complices que les victimes !* » Jean-François Marmion

AU PROGRAMME

LUNDI 11 OCTOBRE - 19h

Psychologie de la connerie en politique

Najat Vallaud-Belkacem, Directrice France de l'ONG ONE, ancienne ministre, **Jean-François Marmion**, psychologue, **Jean-Vincent Holeindre**, professeur de science politique à Université Paris 2 Pathéon Assas et directeur scientifique de l'IRSEM, **Patrick Lemoine**, psychiatre et docteur en neurosciences.

Introduction de Jean-François Marmion

L'approche de cette rencontre ne consiste ni à établir un bêtisier ni une énième entreprise de dénigrement systématique de la politique, mais à un ensemble de réflexions sur la responsabilité des gouvernants, des électeurs et des médias dans les crises de confiance à l'égard du pouvoir qui jalonnent notre histoire et culminent à notre époque.

MARDI 12 OCTOBRE - 19h

Que faire des cons ?

Avec **Maxime Rovere**, philosophe et auteur de *Que faire des cons ?*

« Les cons sont partout, mais aucun philosophe n'en a jusqu'à présent formulé le concept. Ils ont vu en elle un obstacle à la connaissance, ou à l'accomplissement moral, ou à la saine discussion, ou à la vie en commun, sous les formes de ce que les uns et les autres ont appelé l'opinion, les préjugés, l'orgueil, la superstition, l'intolérance, les passions, le dogmatisme, le pédantisme, le nihilisme, etc. Ce faisant, ils ont contribué à éclairer la connerie, bien sûr, sous de nombreux aspects. Mais parce qu'ils l'ont toujours excessivement intellectualisée, il leur a été impossible de l'affronter par l'angle sous lequel elle constitue un authentique problème. Pour dire les choses simplement, le problème n'est pas la connerie, ce sont les cons. En effet, qui peut dire sérieusement qu'on doit les anéantir - à part peut-être les plus dangereux, les pires des cons eux-mêmes ? Une approche philosophique permet de comprendre la connerie tout autrement. Il s'agit d'une maladie extrêmement contagieuse, ou plus exactement, d'une pathologie des interactions, apte à faire déchoir n'importe qui de sa propre intelligence : et c'est ainsi que chacun se retrouve être le con ou la conne d'un autre. Se concentrer sur les interactions est donc le seul moyen de sortir de ces sables mouvants, et d'éviter les désastres dans lesquels il nous arrive à tous de nous naufrager régulièrement. »

Maxime Rovere

La médiaconnerie

Plateau proposé par le **magazine Marianne** avec **Alain Léauthier**, conseiller éditorial Marianne, avec **Isabelle Barbéris**, maître de conférence (HDR) en arts de la scène et chercheuse associée au CNRS.

« La médiacratie est en crise. A quelques exceptions notables près, éventuellement rassurantes, la presse écrite a perdu une partie importante de son lectorat, parti faire son marché d'infos, ou d'infox, ou xe débats, sur les milles sites de la toile. Autrefois quasiment acquise la publicité lui est désormais comptée. Trop coûteux, battu en brèche par la multiplication des chaînes d'info, le grand reportage s'y fait rare, l'enquête au long cours y est devenue un luxe qu'elle s'offre avec parcimonie. Alors nécessité fait loi : à défaut de pouvoir encore prétendre assumer ce qui fit un temps leur grandeur (informer le plus grand nombre, éduquer, prendre en charge les débats de la société) les médias, pour tenter de survivre, font le buzz. Ou du moins s'y essayent, titillés qu'ils sont en permanence par les réseaux sociaux dont c'est le pain quotidien et l'essence même. Composante essentielle du processus démocratique dans les sociétés supposément avancés, elle joue moins qu'avant son rôle de stimulation des consciences. La concentration économique des titres en a réduit la diversité et, sous l'influence des idéologies post-modernes, la police de la pensée y gagne sans cesse du terrain. Si l'Internet rend con, comme il est d'usage de le répéter, les médias ont peut-être leur responsabilité dans cet affaissement de l'intelligence collective. »

Alain Léauthier

PRESSE & COMMUNICATION

Béatrice Duprat 04 96 17 80 34
b.duprat@theatre-lacriee.com

>> Photos libres de droits disponibles
sur www.theatre-lacriee.com

>> Codes accès **espace pro** :
identifiant : presse
mot de passe : saisonlacriee

CONTACTS RELATIONS AVEC LE PUBLIC

Anne-Laure Correnson 04 96 17 80 30
a.correnson@theatre-lacriee.com

Mathilde Chevalley 04 96 17 80 21
m.chevalley@theatre-lacriee.com

Billetterie groupes

Bianca Altazin 04 96 17 80 20
b.altazin@theatre-lacriee.com

RENSEIGNEMENTS RÉSERVATIONS

Aux guichets du mardi au
samedi de 12h à 18h ou par
téléphone au **04 91 54 70 54**

Vente et abonnement
en ligne sur
www.theatre-lacriee.com

RETROUVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX




**In La
Criée**
THÉÂTRE NATIONAL DE MARSEILLE
DIRECTION Macha Makeïeff
SAISON 21/22