

L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. La pré-campagne (septembre - décembre 2021)

Résultats intermédiaires – V.1.0
26 janvier 2021

Claire Sécaïl, chargée de recherche CNRS (Laboratoire Cerlis, Université de Paris)
claire.secaïl@dauphine.psl.fr

PRINCIPAUX RESULTATS

- L'analyse quantitative et qualitative des contenus politiques du programme *Touche pas à mon poste* (C8) depuis septembre 2021 montre un fort déséquilibre de traitement entre les candidats (déclarés et présumés) de l'élection présidentielle 2022 ;
- De septembre à décembre 2021 (pré-campagne), l'analyse quantitative des temps d'antenne/parole montre que l'émission a très largement favorisé les candidats d'extrême droite (52,9 %) et en particulier Éric Zemmour (44,7 %), ce dernier ayant bénéficié d'un traitement de faveur également sur le plan qualitatif (registre de la victimisation / performance, relais direct de messages de propagande, etc.) ;
- TPMP a également installé une vision bipolarisée de la compétition électorale entre Éric Zemmour et Emmanuel Macron. Les autres candidats issus des formations partisans de droite (LR), de gauche (PS, PCF...) et écologistes ont été invisibilisés quantitativement et parfois disqualifiés qualitativement ;
- L'étude de la période de janvier à avril est en cours et permettra de comparer les différences de traitement entre les deux périodes pré-campagne / campagne, ainsi que la façon dont TPMP applique ou non les règles du débat électoral (en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2022).

TABLE DES MATIERES

OBJECTIFS DE RECHERCHE ET METHODOLOGIE

1. POLITISATION D'UNE EMISSION DE DIVERTISSEMENT
2. L'EXTREME DROITE SURMEDIATISEE
3. LA MAJORITE PRESIDENTIELLE : UN BENEFICE MUTUEL
4. LES FIGURES DE LA GAUCHE TRADITIONNELLE, DE L'INVISIBILITE AU DENIGREMENT
5. LES INSOMIS, ROUAGE RELATIONNEL ET FONCTIONNEL
6. LA DROITE FANTOME, EN ANGLE MORT DE LA PRIMAIRE LR

ANNEXE

OBJECTIFS DE RECHERCHE ET METHODOLOGIE

Menée dans le cadre du groupe de travail Médias-Élections¹, cette étude porte sur le traitement de la campagne présidentielle dans les émissions de l'animateur-producteur de C8 Cyril Hanouna, en particulier sur la quotidienne *Touche pas à mon poste (TPMP)*, à laquelle s'ajoute l'hebdomadaire *Balance ton post (BTP)* et les émissions ponctuelles préparées dans le cadre de la campagne électorale (*Face à Baba...*). L'objectif est de repérer la dynamique de la médiatisation de la campagne dans un programme de divertissement pouvant traiter de sujets politiques et de comprendre les modalités de traitement des enjeux de l'élection (candidats, thèmes...) au regard du dispositif de l'émission et des interactions entre les participants (chroniqueurs, animateur, invités).

Lancée le 1^{er} avril 2010 sur la chaîne France 4 et diffusée en deuxième partie de soirée, *Touche pas à mon poste* est à l'origine un *talk-show* hebdomadaire qui réunit chaque semaine des chroniqueurs et des invités pour débattre de l'actualité des médias. En passant sur D8 et en avant-soirée, *TPMP* séduit un public au profil sociologique plutôt jeune et issu des catégories populaires (employés, salariés ou inactifs hors retraités)².

Questions de recherche

Par l'analyse qualitative et quantitative du contenu des émissions, il s'agit d'observer si et comment ce programme peut fonctionner comme :

- **un espace pluraliste** : des règles sont-elles respectées en matière d'équité et d'égalité de traitement sur le temps long de l'élection ?
- **un espace agonistique** : comment se construit la mise en récit de la compétition électorale dans l'émission : quel « casting de la présidentielle » ? Observe-t-on un réductionnisme ou au contraire un élargissement des enjeux de l'élection par rapport à d'autres catégories d'émissions d'information ? Quel rôle des émotions et polémiques ?
- **un espace de communication** : il s'agit de repérer les éventuelles stratégies des candidats pour s'adapter spécifiquement au format/public de Cyril Hanouna (vocabulaire et expressions utilisées, comportements, etc.) et de comprendre en quoi cette émission peut se concevoir comme un outil de promotion des idées / personnes dans le contexte de l'élection (rôle de l'animateur, des chroniqueurs, invités, effets de production...).

Méthodologie

L'analyse porte sur les émissions diffusées entre le lundi 30 août 2021 (rentrée de *TPMP*) et le 22 avril 2022 (fin de la campagne de 2^e tour).

Analyse quantitative. L'analyse quantitative consiste à relever les temps d'antenne consacrés aux candidats, aux familles politiques et à la politique en général dans *TPMP*.

De la semaine 1 à 6, nous n'avons retenu qu'une semaine sur deux (S1, S3, S5) pour l'étude quanti. Il s'agissait de diviser la campagne électorale en 2 périodes pour la collecte de ces données :

1. la précampagne (de septembre à décembre) : 1 semaine sur 2
2. la campagne (de janvier à avril) : toutes les semaines

¹ Créé en 2007 par l'ancien Laboratoire Communication et Politique (CNRS), ce groupe de travail réunit une dizaine de chercheurs / enseignants-chercheurs travaillant sur la médiatisation des campagnes électorales et leur réception par les citoyens.

² Sondage Ifop / *Le Point*, « Profil sociologique des téléspectateurs des émissions de Cyril Hanouna », mai 2021.

Il s'agissait de rationaliser le travail tout en tenant compte d'une forme d'intensification temporelle de la campagne. J'ai cependant changé d'avis à la semaine 6 (début octobre) en constatant que la campagne était déjà intensifiée. Un rattrapage sera fait ultérieurement pour les semaines 2, 4 et 6.

Nous présentons en annexe à la fin de cette étude une explication sur la méthodologie employée pour le comptage des temps de parole et temps d'antenne.

Analyse qualitative. L'analyse qualitative porte sur TOUTES les semaines depuis la S1. Elle consiste à relever les verbatims de toutes les séquences politiques pertinentes afin de pouvoir repérer qualitativement le traitement des candidats.

Working paper

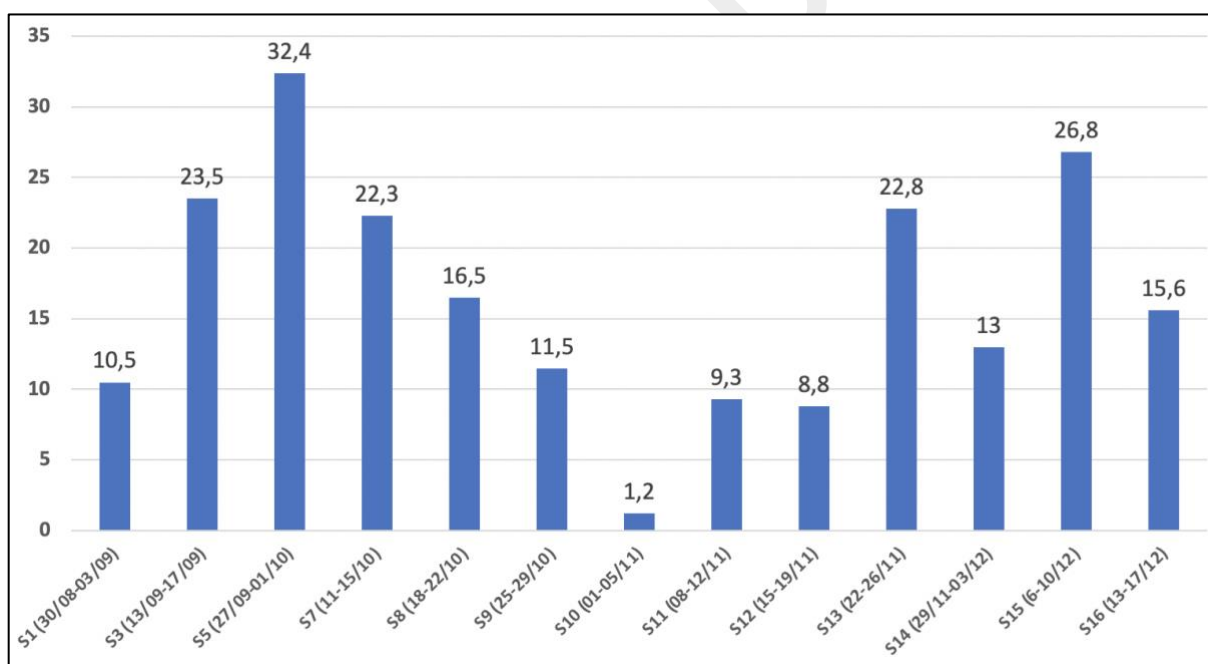
PRINCIPAUX RESULTATS

1. Politisation d'une émission de divertissement

1.1. Importance des sujets politiques

De septembre à décembre 2021, les sujets politiques représentent en moyenne 17 % de *Touche pas à mon poste* (voir Fig. 1) – soit en moyenne 1h30 par semaine - avec des semaines pouvant approcher ou dépasser 30 % (S5, S15), la période des vacances d'automne correspondant *a contrario* à un net reflux des sujets politiques (S9, S10). TPMP, programme prioritairement dédié dès sa création en 2010 à l'actualité des médias, traite désormais de manière non négligeable de l'actualité politique, et plus particulièrement pour ce qui concerne la période observée, de l'actualité électorale. Cet intérêt est d'autant plus avéré que les sujets politiques sont principalement traités dans la dernière heure de l'émission (entre 20h10 et 21h10), alors que les audiences sont les plus fortes : selon Médiamétrie, TPMP réunit entre 1,1 et 1,8 millions de téléspectateurs depuis la rentrée 2021, soit des parts d'audience comprises entre 5,5 et 7,5).

FIGURE 1
Temps d'antenne politique dans TPMP – sept-déc. 2021 (%)



Cet intérêt de l'émission pour les sujets politiques s'observe également à partir de ce qui est abusivement présenté comme des « sondages » diffusés via le compte Twitter de l'émission (@TPMP). Cet outil, qui relève plus d'une consultation libre non représentative de la population nationale (ni même du public) et n'obéissant pas aux méthodes pratiquées par les instituts de sondages, accompagne généralement les sujets les plus importants discutés en plateau durant les rubriques les plus regardées de l'émission (voir Fig. 2). Ces consultations visent à stimuler la participation des publics numériques de l'émission sur les médias sociaux à partir d'un cadrage binaire d'une question (« oui / non », « pour / contre », etc.). L'analyse des tendances des réponses montre que les communautés affinitaires d'extrême droite se surmobilisent dès qu'une question porte sur Éric

Zemmour (forte participation, nombre plus élevé de retweets et de likes, réponses majoritairement favorables).

FIGURE 2

Exemple de consultation TPMP du 27 octobre 2021

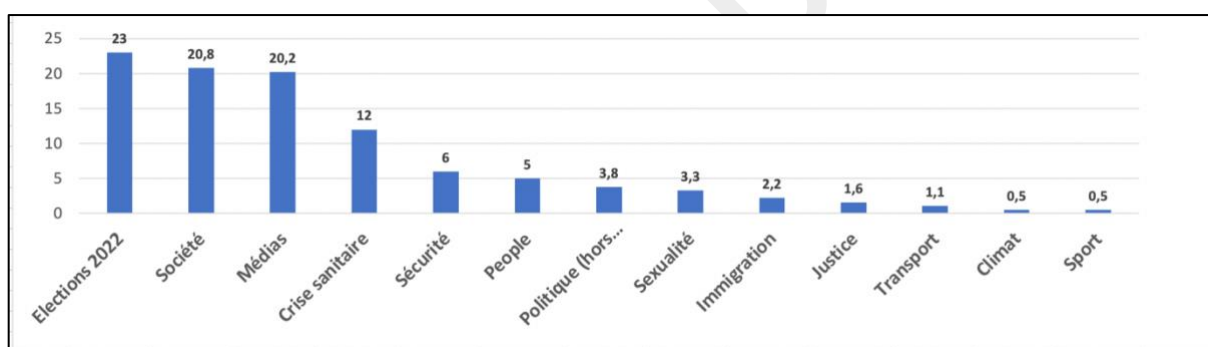
À gauche : résultat diffusé dans l'émission au bout de quelques minutes. À droite : résultat après 24h.



Sur 183 consultations TPMP twittées durant la pré-campagne, 42 (23 %) concernent l'élection présidentielle, qui devient, pour la période observée, le premier thème sondé auprès des twittos de l'émission (**voir Fig. 3**). De septembre à décembre, le créneau thématique de prédilection de TPMP – l'actualité médias – arrive en 3^e position (20,2 %) juste derrière les sujets de société (20,8 %).

FIGURE 3

Thématique des plateaux mis en consultations sur Twitter par TPMP – sept-déc. 2021 (%)



1.2. Mutation de la figure publique de Cyril Hanouna

Si cette politisation de *TPMP* n'est pas nouvelle et s'est effectuée par étapes depuis 2013, date de la première participation d'un responsable politique d'envergure nationale (Jean-Luc Mélenchon) sur le plateau, Cyril Hanouna a montré son intérêt pour le débat électoral lors de la présidentielle 2017 (invitation du candidat Nicolas Dupont-Aignan sur le plateau venu dire sa colère d'être écarté du débat à cinq de TF1 ; happening avec Emmanuel Macron pour la 1000^e de TPMP le 27 avril, entre les deux tours, etc...). Mais c'est surtout à l'occasion de la crise des Gilets jaunes en 2018 que l'animateur-producteur semble avoir clairement voulu jouer un rôle de médiation dans le débat politique en accueillant d'abord plusieurs figures des Gilets jaunes, puis des ministres du gouvernement (Mounir Mahjoubi), avant d'organiser, le 25 janvier 2019, une soirée spéciale de *Balance ton post* intitulée « Gilets jaunes : sortir de la crise » au cours de laquelle des Gilets jaunes exprimaient leurs doléances devant la secrétaire d'État à l'Égalité entre les femmes et les hommes Marlène Schiappa, érigée en coanimatrice de la soirée. L'exécutif a bien compris que, face à l'absence d'un porte-parolat structuré du mouvement, il ne restait plus que la mise en scène d'une parole directe avec les protestataires et que le plateau d'un *talk-show* populaire pouvait fonctionner comme l'un de ces lieux de concertation organisés sous le label du « Grand débat national » lancé le 15 janvier par le chef de l'État.

L'approche de l'élection 2022 n'a fait que conforter Cyril Hanouna dans ce rôle de « médiateur » des enjeux et du « casting » de la présidentielle pour un public peu féru des programmes d'informations traditionnels et des émissions politiques plus classiques. L'animateur le répète d'interviews en interviews :

« [L'élection présidentielle] va se jouer partout [à la télévision] mais je pense aussi que le rendez-vous de TPMP et des autres émissions qu'on prépare peut jouer aussi parce que c'est un autre public. C'est un public qui regarde peu la politique, qui s'y intéresse peu. Moi, je sais que dans mon auditoire, il y a plein de gens qui ne savent pas encore pour qui voter. Même moi je fais partie de ces gens-là aujourd'hui, vous savez. [...] Je suis comme eux. Et c'est vrai qu'on a envie de tâter le terrain, de voir des hommes politiques autrement » (C. Hanouna, Morandini Live, CNews, 30 août 2021)

Un sondage Ifop / *Le Point* réalisé en mai 2021³ dresse en effet un profil sociologique assez cohérent avec ce constat : les programmes de Cyril Hanouna (*Touche pas à mon poste*, *Balance ton post*) ont un taux de pénétration particulièrement important auprès des jeunes (42 % des moins de 35 ans regardent ses émissions, et même 45 % pour les 18-24 ans, ces derniers privilégiant davantage les médias sociaux que les programmes TV traditionnels pour s'informer), des actifs issus des catégories populaires (38 % chez les employés, 40 % chez les ouvriers) ou des inactifs hors retraités (38 %).

Cette mutation du statut de Cyril Hanouna est assez représentative de l'évolution de l'identité publique d'autres animateurs-producteurs depuis la fin des années 1990⁴ : s'emparant de plus en plus des questions de société et des sujets politiques dans un registre personnel et subjectif, ils profitent de leur statut « d'homme moyen » pour s'investir dans des causes et s'attribuer un rôle social auprès des

catégories populaires auxquelles ils ont accès. « Nous voulons donner toutes les clés aux téléspectateurs pour bien comprendre cette campagne et surtout donner envie d'aller voter en 2022 », déclarait Cyril Hanouna en octobre 2021⁵ à propos de l'élection présidentielle et de son inquiétude vis-à-vis du fort taux d'abstention chez les jeunes électeurs (voir Fig. 4).

Le discours de Cyril Hanouna s'auto-instituant un rôle d'animateur du débat politique dans le contexte de l'élection est surtout le produit d'une croyance partagée et alimentée par un large spectre d'acteurs publics. Par stratégie, amitié, ou complaisance, ils sont nombreux à avoir depuis quelques années réévalué le statut d'un clown-animateur mis en garde par le CSA en 2016 pour avoir mis des nouilles dans le slip de l'un de ses chroniqueurs et désormais légitimé dans un rôle de débatteur politique incontournable :



FIGURE 4

TV Magazine, n° 1810, 10-16 octobre 2021

³ Sondage Ifop / *Le Point*, « Profil sociologique des téléspectateurs des émissions de Cyril Hanouna », mai 2021.

⁴ P. Leroux, Ph. Riutort, *La politique sur un plateau. Ce que le divertissement fait à la représentation*, Paris, Puf, 2013.

⁵ « Présidentielle 2022 : Cyril Hanouna s'engage », *TV Magazine Le Parisien*, n° 1810, 10-16 octobre 2021.

« Si vous voulez faire parler d'un sujet politique, il faut mettre Cyril Hanouna dedans » (Marlène Schiappa, #Hashtag, Public Sénat, 30 mars 2019)

« C'est ici, sur ce plateau, que se jouera l'élection présidentielle » (Yann Moix, Balance ton Post, 11 février 2021)

« En 2022, c'est lui qui devrait coprésenter le débat de l'entre-deux-tours de l'élection présidentielle » (Marlène Schiappa, Magazine M, Le Monde, 23 avril 2021).

Si Cyril Hanouna n'est pas l'animateur devenu clown-candidat que le communicant Philippe Moreau-Chevrolet et le dessinateur Morgan Navarro se sont amusés à esquisser dans leur bande dessinée *Le Président* (Les Arènes, 2020, voir Fig. 5), quel animateur de l'élection est-il finalement ? Comment donne-t-il à comprendre les enjeux de la présidentielle 2022 pour son public ? L'analyse des 150 heures du programme TPMP diffusées de septembre à décembre 2021 permet d'observer que, loin des discours autoproclamés par l'animateur et ses chroniqueurs, l'émission de divertissement s'affranchit largement du respect des principes de pluralisme et de contradictoire attendu dans le cadre de l'élection.

FIGURE 5
Extrait *Le Président* (Ph. Moreau-Chevrolet, M. Navarro, Les Arènes, 2020, p. 90)

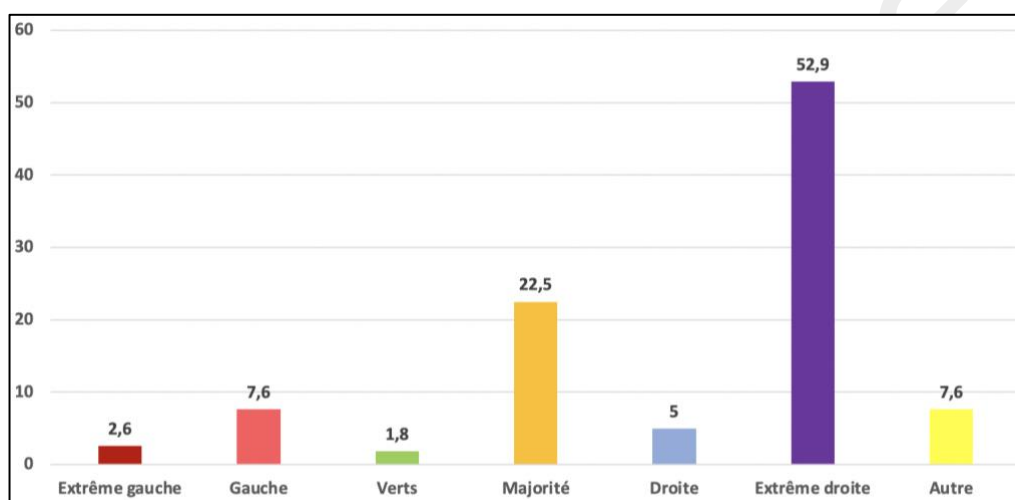


2. L'extrême droite surmédiatisée

2.1. Le traitement de faveur d'Éric Zemmour

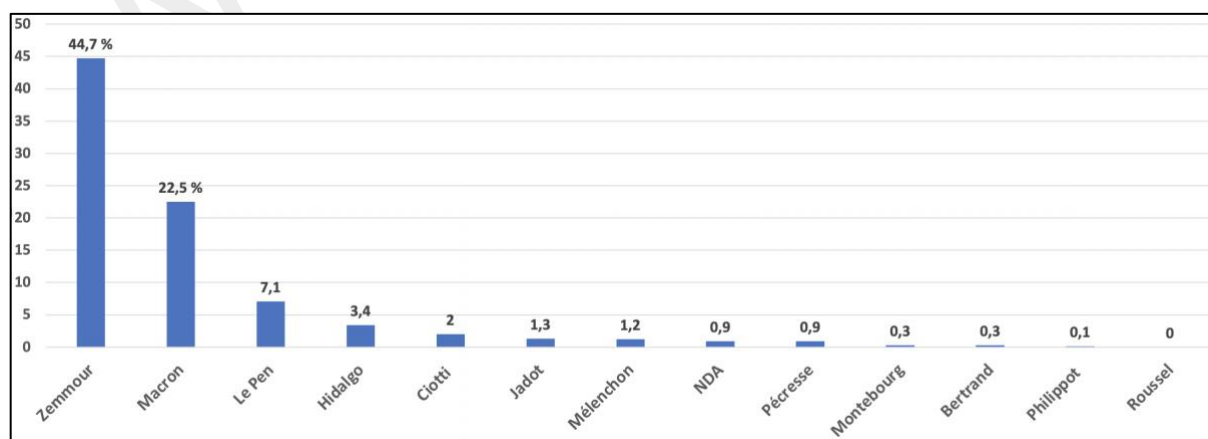
Le résultat le plus frappant lorsque l'on analyse quantitativement la distribution de la parole politique dans *TPMP* est d'observer que l'extrême droite est à elle seule majoritaire (**voir Fig. 6**) : de septembre à décembre, cette sensibilité politique (qui réunit les membres et soutiens d'Éric Zemmour, Marine Le Pen, Florian Philippot ou Nicolas Dupont-Aignan⁶) représente 52,9 % du temps d'antenne politique du *talk-show*, loin devant le temps d'antenne de l'exécutif et du parti de la majorité gouvernementale et ses alliés (22,5 %).

FIGURE 6
Temps d'antenne par famille politique dans TPMP – sept/déc. 2021 (%)



Mais lorsque l'on observe la répartition par candidat au sein de cette famille politique, on constate que cet intérêt pour l'extrême droite ne profite qu'à Éric Zemmour : alors que ce dernier n'officialisera sa candidature que le 30 novembre 2021, il occupe à lui seul 44,7 % du temps d'antenne politique (**voir Fig. 7**). Marine Le Pen recueille 6 fois moins de temps d'antenne que son concurrent direct : avec 7,1 %, elle arrive en 3^e position derrière Emmanuel Macron et sa majorité (22,5 %).

FIGURE 7
Temps d'antenne consacré aux principaux candidats dans TPMP – sept/déc. 2021 (%)



⁶ Nous justifions ce classement par le ralliement de Nicolas Dupont-Aignan à Marine Le Pen dans l'entre-deux-tours de l'élection présidentielle 2017.

Notre résultat rejoint celui de [Nicolas Hervé qui, par la recherche automatique d'occurrence des citations du nom des candidats dans le flux télévisuel](#), montre à quel point *TPMP* (et *CNews*) accorde une place écrasante à l'extrême droite et Éric Zemmour en particulier⁷.

Les consultations Twitter de *TPMP* (**voir Fig. 3**) montrent que sur les 42 sujets relatifs à l'élection présidentielle, 31 concernent un plateau consacré au candidat Zemmour (soit 74 % des thèmes sondés sur l'élection).

Face à cette concurrence, la candidate du RN a cherché dès la fin septembre à regagner de la visibilité médiatique sur les plateaux de Cyril Hanouna, en envoyant des cadres et élus RN (**voir Fig. 8**) : le porte-parole Julien Odoul (14 octobre), le maire Romain Lopez (15 octobre) et surtout le président du RN par intérim Jordan Bardella (venu dans *Balance ton Post* le 30 septembre et dans *TPMP* le 24 novembre). L'enjeu est de toucher le public populaire de *TPMP*, le programme réalisant ses taux de pénétration les plus élevés auprès des électeurs antisystèmes : 33 % des électeurs ayant voté Marine Le Pen au premier tour de la présidentielle 2017 (et 32 % ayant voté Jean-Luc Mélenchon) regardent les émissions de Cyril Hanouna⁸. Ce taux retombe largement avec les électeurs d'Emmanuel Macron (26 %), Benoît Hamon (25 %) et surtout François Fillon (18 %).

FIGURE 8
Julien Odoul (RN) et Jordan Bardella (RN) sur le plateau de TPMP



Mais le traitement de faveur à l'égard du candidat Zemmour prend toute sa dimension lorsque *Touche pas à mon poste* se transforme en simple relais de la parole de celui qui n'est alors pas candidat mais mobilise déjà tous les espaces médiatiques du groupe Bolloré. C'est ce qui arrive par deux fois au cours de la précampagne. Le 9 septembre, Éric Zemmour a préparé une vidéo « exclusive » enregistrée pour *TPMP* afin de dénoncer la décision du CSA de décompter son temps de parole en tant que personnalité politique. Le 13 septembre, dans une nouvelle vidéo enregistrée, il lance un appel aux téléspectateurs de *TPMP* après la décision de *CNews* de finalement le retirer de l'antenne : face au risque de perdre sa surface télévisuelle, l'enjeu est d'élargir l'audience en captant un autre public et en amenant d'autres téléspectateurs que les habitués de *CNews* à le rejoindre sur sa chaîne YouTube (**voir Fig. 9**).

⁷ N. Hervé, *Médiatisation des candidat.e.s à l'élection présidentielle 2022 dans l'audiovisuel*, Working paper, 16 janvier 2022 [en ligne].

⁸ Sondage Ifop / *Le Point*, « Profil sociologique des téléspectateurs des émissions de Cyril Hanouna », mai 2021.

FIGURE 9
Appel d'Éric Zemmour aux téléspectateurs (TPMP, 13 septembre 2021)



Éric Zemmour : « Rejoignez-moi sur ma chaîne YouTube où j'interviendrai régulièrement et je viendrai à votre rencontre à partir de ce vendredi à Toulon. Bonsoir à tous et à très bientôt ! »

Et Cyril Hanouna d'en rajouter dans le caractère promotionnel de l'opération de propagande politique :

« Il a une chaîne YouTube qui va ouvrir dès demain pour parler aux Français. Le concept de sa chaîne sera "A la croisée des chemins", dans laquelle il fera notamment une tournée en France. Vendredi, il sera à Toulon et le lendemain à Nice... Et il chantera [rires] »

Lancée confidentiellement le 8 avril 2021, la chaîne YouTube d'Éric Zemmour gagne vite des abonnés (98 700 le 14 septembre, 159 000 le 19, 200 000 le 28, 221 000 le 4 octobre, etc.) et devient vite un outil essentiel de la pseudo « tournée littéraire » d'un presque candidat en quête d'assurances financières et de soutiens politiques pour poursuivre son aventure électorale.

2.2. Victimisation, banalisation, dépolitisation

Le traitement du cas Zemmour est aussi spectaculaire sur le plan qualitatif. Depuis son bras de fer avec le CSA mi-septembre, le registre privilégié pour évoquer Éric Zemmour est celui de la victimisation : à travers l'effet de cadrage – c'est-à-dire la façon dont est formulé un problème ou une question – les sujets de TPMP non seulement centralisent quantitativement le candidat mais le victimisent également en le présentant d'abord comme la cible de multiples attaques physiques (agression dans la rue) ou symboliques (le CSA, la presse people, la bien-pensance)... Éric Zemmour est celui que l'on censure, que l'on cherche à blesser, à faire taire, etc. Il suffit, là encore, de voir comment sont formulées les consultations TPMP sur Twitter (**voir Fig. 10**) : « Éric Zemmour mérite-t-il d'être censuré ? », « Comprenez-vous qu'Éric Zemmour soit retiré de l'antenne ? », « Éric Zemmour agressé : faut-il le protéger davantage ? », « Éric Zemmour en Une de la presse people : est-ce un acharnement ? », etc.

FIGURE 10
Registre narratif des plateaux de TPMP consacrés à Zemmour et consultés sur Twitter (sept.-déc. 2021)

Date	Intitulé du thème	Registre
2021.09.09	Éric Zemmour mérite-t-il d'être censuré ?	Victimisation
2021.09.10	Éric Zemmour vous a-t-il convaincu dans #TPMP ?	Performance
2021.09.13	Laurent Ruquier et Léa Salamé ont-ils réussi leur interview face à Éric Zemmour ?	Performance
2021.09.13	CNews : comprenez-vous qu'Éric Zemmour soit retiré de l'antenne ?	Victimisation
2021.09.14	Éric Zemmour : Soutenez-vous la manifestation devant le CSA ?	Victimisation
2021.09.17	Éric Zemmour grimé en Hitler : doit-on retirer Charline Vanhoenacker de l'antenne ?	Victimisation

2021.09.17	Comprenez-vous les élus qui apportent déjà leur soutien à Éric Zemmour ?	Normalisation
2021.09.21	« C'est une supercherie » : êtes-vous d'accord avec les propos de Jean-Luc Mélenchon sur Éric Zemmour ?	Scandalisation
2021.09.22	Une de Paris Match : La photo d'Éric Zemmour peut-elle détruire ses ambitions présidentielles ?	Victimisation
2021.09.23	Débat événement entre Éric Zemmour et Jean-Luc Mélenchon : qui a été le meilleur ?	Performance
2021.09.27	Éric Zemmour en Une de la presse people : est-ce un acharnement ?	Victimisation
2021.09.27	Éric Zemmour agressé : faut-il le protéger davantage ?	Victimisation
2021.09.28	Le maire de Cabourg a-t-il eu raison d'annuler la venue d'Éric Zemmour dans sa ville ?	Victimisation
2021.09.29	Éric Zemmour est-il en train d'exploser la droite ?	Performance
2021.10.01	Pensez-vous que Yassine Belattar puisse être le candidat Anti-Zemmour ?	Victimisation
2021.10.08	Comprenez-vous que l'on puisse voter pour Éric Zemmour ?	Normalisation
2021.10.20	Êtes-vous choqués qu'Éric Zemmour pointe un fusil sur des journalistes ?	Scandalisation
2021.10.25	Éric Zemmour a-t-il réussi sa visite en banlieue ?	Performance
2021.10.27	Manifestations, boycotts et débordements : Éric Zemmour est-il un danger pour l'ordre public ?	Scandalisation
2021.11.15	Gestion « criminelle » des attentats du 13 Novembre par François Hollande : Éric Zemmour a-t-il été trop loin ?	Scandalisation
2021.11.25	Éric Zemmour : comprenez-vous qu'il porte plainte contre le magazine Closer ?	Victimisation
2021.11.29	Doigt d'honneur à une manifestante : Éric Zemmour a-t-il été trop loin ?	Scandalisation
2021.11.30	Éric Zemmour a-t-il réussi son lancement de campagne ?	Performance
2021.12.01	« Connard ! » : Comprenez-vous la colère d'Éric Zemmour contre Gilles Bouleau ?	Victimisation
2021.12.06	Meeting d'Éric Zemmour : A-t-il réussi le lancement de sa campagne ?	Performance
2021.12.06	Meeting d'Éric Zemmour : Comprenez-vous l'acharnement contre Éric Naulleau ?	Victimisation
2021.12.06	Meeting Éric Zemmour : Êtes-vous choqués par ceux qui justifient les violences contre « SOS Racisme » ?	Scandalisation
2021.12.07	Peut-on tout dire d'un Président de la République ?	Scandalisation
2021.12.13	Êtes-vous d'accord avec le coup de gueule de Nicolas Sarkozy sur les journalistes qui interviewent Zemmour ?	Victimisation

En novembre-décembre, le registre de victimisation concerne moins celui qui est devenu officiellement candidat que ses entourages et ses militants qui peuvent faire l'objet d'insultes et de menaces physiques ou verbales. C'est le cas d'Antoine Diers (Amis d'Éric Zemmour) qui vient se plaindre le 7 décembre sur le plateau des propos tenus hors antenne à son encontre (« Une fin de race » : êtes-vous choqué par les propos de Jean-Paul Rouve contre Antoine Diers, proche d'Éric Zemmour ? »,) ou du militant Tanguy David (**voir Fig. 11**), venu deux fois en quatre jours pour évoquer les menaces reçues sur les médias sociaux suite à son exposition au meeting de Villepinte derrière le candidat à la tribune (« "Le noir derrière Zemmour, c'était moi" : Harcelé et pris pour cible depuis le meeting, Tanguy David témoigne » le 6 décembre ; « Tanguy David, militant d'Éric Zemmour, placé sous protection policière depuis son passage dans *TPMP* : il témoigne », 10 décembre).

FIGURE 11
Victimisation des soutiens d'Éric Zemmour (TPMP, 6, 7 et 10 décembre 2021)



Quand le cadrage ne victimise pas Éric Zemmour, la formulation conduit à mettre en lumière les caractéristiques favorables de sa dynamique sondagière et de ses performances politiques ou médiatiques : « Éric Zemmour est-il en train d'exploser la droite ? » (le 29 septembre, à propos de sa stratégie pour prendre un leadership sur le RN et LR) « Éric Zemmour a-t-il réussi sa visite en banlieue ? » (le 25 octobre, après l'émission de Jean-Marc Morandini à Drancy), « Éric Zemmour a-t-il réussi son lancement de campagne ? » (le 30 novembre après la diffusion de sa vidéo de candidature), etc. Même les chroniqueurs, qui prennent souvent la précaution de dire qu'ils ne partagent pas les idées de l'ancien journaliste, viennent la plupart du temps valider ses performances, contribuant ainsi à crédibiliser sa personne et légitimer sa candidature. Le 25 octobre, les éloges pleuvent pour qualifier sa visite à Drancy, mise en scène par l'équipe de Jean-Marc Morandini :

- « C'était très courageux de sa part » (Guillaume Genton)
- « Il a réussi parce qu'il montre qu'il n'est pas un petit mec du 16^e [...]. C'est le maître des horloges, le producteur de la campagne » (Géraldine Maillet)
- « C'est la séquence politique qui fait rentrer Zemmour de plain-pied dans la campagne » (Valérie Benaïm)



FIGURE 12
Le journaliste G. Le Bret (CNews) minimise le geste d'Éric Zemmour au Milipol (TPMP, 20/10/2021)

D'autres plateaux prennent davantage la forme d'une opération de « damage contrôle » : le 20 octobre, alors que les images de Zemmour pointant des journalistes avec une arme au Salon Milipol ont suscité une vague de réactions indignées jusque chez les professionnels de la presse, Cyril Hanouna a choisi d'inviter un journaliste de CNews, Gauthier Le Bret, qui vient aussitôt euphémiser la portée du geste de Zemmour en parlant d'une « plaisanterie » : « À aucun moment je ne me suis senti en danger ou menacé » (voir Fig. 12), explique-t-il en faisant une interprétation émotionnelle et personnelle d'un geste symbolique et politique contre la presse.

Le choix des invités est donc un critère important pour orienter le débat. En dehors des professionnels issus de la presse people, les journalistes invités à parler de d'Éric

Zemmour sont principalement membres de rédactions partageant des lignes éditoriales ultra-conservatrices et réactionnaires : Julien Torrès (*Valeurs Actuelles*), Jordan Florentin (*Livre Noir*), Gauthier Le Bret (CNews), Élisabeth Levy (*Causeur*), habitués des plateaux de CNews.

Émission de divertissement en rupture avec le cadre journalistique, *TPMP* s’empare de la politique en dépolitisant les enjeux ou en transformant toute question objectivable en question d’opinion, stratégie courante des populismes. Pour le traitement de l’extrême droite, cela se traduit par plusieurs procédés mais aboutit toujours à vider les représentants incarnant cette sensibilité politique de leurs contenus les plus contestables et problématiques sur le plan des valeurs démocratiques.

- 1) **La catégorisation politique.** Le premier procédé observé consiste, pour Cyril Hanouna, à ne pas prononcer le terme d’« extrême droite » à propos de ces invités (alors qu’il parle volontiers de l’« extrême gauche » lorsqu’il invite l’ex-NPA Anasse Kazibe ou le militant antifasciste Raphaël Arnault). Face à Jordan Florentin, journaliste du site *Livre noir* proche d’Éric Zemmour, il demande pudiquement « *Vous êtes de droite ? de gauche ? Vous êtes plutôt à droite-droite, non ?* » ; lorsqu’il reçoit Juliette Briens, soutien d’Éric Zemmour, il ne la présente jamais autrement que comme une « influenceuse patriote », une « influenceuse identitaire », voire une « influenceuse de droite » (**voir Fig. 13**). Même si les chroniqueurs et les invités utilisent régulièrement cette qualification « extrême droite » en plateau, les euphémisations de l’animateur font le jeu de la stratégie des personnalités et militants d’extrême droite eux-mêmes, qui, depuis Jean-Marie Le Pen, ont toujours refusé cette catégorisation sémantique, menaçant de poursuites judiciaires les journalistes qui accoleraient le qualificatif de « parti d’extrême droite » au FN.

FIGURE 13
Juliette Briens, l’influenceuse d’extrême droite régulièrement invitée dans *TPMP*



- 2) **Le choix du relationnel.** Le deuxième procédé consiste à ramener l’enjeu du débat non pas aux idées politiques mais aux qualités relationnelles des personnes. Là encore, Cyril Hanouna vient systématiquement dépolitiser les échanges par des petites plaisanteries ou des remarques aptes à renforcer un capital sympathie. Quand, le 27 septembre, le président de Génération Z Stanislas Rigault explique ironiquement qu’il va voter Benoît Hamon, Cyril Hanouna éclate de rire en lançant un « *Je l’adore* » et « *Il est bon* » sous les applaudissements. Quand, le 15 octobre, Juliette Briens vient dire tout le bien qu’elle pense de la décision du maire RN de Moissac de couper les allocations pour la famille d’un délinquant, et se dit heureuse « *de voir un élu qui a une paire de couilles* » avant de lui serrer la main (**voir Fig. 14**), Cyril Hanouna déclenche une nouvelle hilarité en interpellant « l’influenceuse patriote » : « *Juliette, vous avez un petit crush, j’ai l’impression ?* ». « *Peut-être* », veut bien reconnaître l’intéressée tandis que Romain Lopez, entre gêne et amusement, lance : « *Moi je couche sur le canapé en rentrant...* ». Quand, le 30 novembre, il reçoit pour la énième fois le « *toujours sympathique* » Antoine Diers, l’animateur s’amuse du style dandy de son invité et lui prédit de « *hautes responsabilités dans la campagne* » en tant que « *responsable des moustaches* ». Ce à quoi l’intéressé, souriant de l’effet de ses moustaches à crocs, réplique « *Et des cravates !* »

devant les sourires amusés des chroniqueurs. Dans une interview à *Libération*, l'animateur de C8 reconnaissait : « *Je rends tout le monde sympathique, c'est le seul problème*⁹ ».

FIGURE 14

Le « petit crush » entre « l'influenceuse patriote » Juliette Briens et le maire RN Romain Lopez



- 3) **L'évacuation du débat d'idées.** Le troisième procédé, proche du précédent qui substitue un enjeu relationnel à un enjeu politique, consiste à valoriser un antagonisme formel et émotionnel plus qu'à promouvoir les arguments de fond du contradictoire, fonction notamment dédiée aux chroniqueurs amenés à donner leur avis sur le plateau. À un élément de langage des invités politiques, Hanouna et ses chroniqueurs opposent principalement des postures affectives et émotionnelles où chacun joue sa partition (l'indigné permanent Gilles Verdez, la générationnelle Kelly Vedovelli, le flegmatique « *porte-parole de l'Élysée* » Bernard Montiel, la chroniqueuse historique Isabelle Morini-Bosc...). Lorsqu'ils interrogent un invité (ce qui n'est pas systématique), les questions formulées portent parfois sur des éléments anecdotiques ou sur du « ressenti ». Mais lorsque les échanges mobilisent des savoirs spécifiques ou sortent du cadrage de la question, Cyril Hanouna laisse passer un propos ou au contraire intervient pour recadrer le débat. Ainsi, lorsque Juliette Briens revient sur les propos d'Éric Zemmour au sujet de Pétain et les Juifs, aucun contradicteur ne réagit à l'énormité de l'invitée : « *Il a voulu dire que grâce à la France libre de Pétain, grâce à Vichy, il y a des juifs qui ont pu s'échapper de France* » (27 octobre). Sur Twitter, des historiens se désespèrent de la formule « La France *libre* de Pétain » mais encore plus de l'absence de réplique sur le plateau. Lorsque le socialiste Patrick Menucci et le maire RN Romain Lopez s'affrontent sur des éléments techniques et juridiques concernant le système d'allocation familiale, Cyril Hanouna les interrompt brutalement :

« *Mais on s'en fout de ça ! Vos trucs avec la préfecture, franchement, je m'en bats les couilles ! Là, on est dans un truc, c'est de l'émotion. Le truc juridique, on n'est pas là-dedans.* » (TPMP, 25 octobre)

Jugée trop aride et ennuyeuse, la valeur informationnelle de l'échange est donc rejetée. Mais que vaut un contradictoire non dirigé dans un objectif de redevabilité et n'obligeant pas vraiment l'interlocuteur à s'expliquer de ses propos ou de ses actions ? La logique d'audience montre les limites des plateaux *TPMP* « où on peut tout dire ».

L'analyse qualitative et quantitative des plateaux politiques de *TPMP* montre un véritable traitement différentiel en faveur de l'extrême droite en général et d'Éric Zemmour en particulier sur la période de septembre à décembre 2021. L'animateur de C8 a non seulement multiplié les invitations de proches soutiens du candidat mais il a également offert un tremplin à des figures de l'extrême droite et de la

⁹ *Libération*, 2 octobre 2021.

mouvance identitaire plus marginales, qui n'avaient pas accès aux chaînes généralistes. Dans le cas de *TPMP*, on observe que ce rôle est tenu en particulier par des jeunes femmes - les « influenceuses » Alice Cordier, Juliette Briens, Thonya, Thaïs d'Escufon... - qui peuvent élargir leur audience au-delà de leurs communautés affinitaires des plates-formes et réseaux sociaux numériques (Instagram, TikTok, YouTube...) ¹⁰ et capter d'autres jeunes mais également d'autres catégories de la population peu politisées.

Si cette mise à disposition de programmes au service de la propagande d'Éric Zemmour pouvait sembler évidente dans le cas de CNews, il était plus hasardeux de parier sur l'enrôlement automatique de Cyril Hanouna dans cet agenda politique et idéologique visant à faire la promotion d'un homme condamné pour provocation à la discrimination raciale et haine religieuse et toujours poursuivi pour provocation à la haine et injure raciale. Rappelons que le nom du programme *Touche pas à mon poste* était un hommage revendiqué à l'association SOS Racisme et son slogan « Touche pas à mon pote »... Mais c'était sans compter sur la « loyauté » du producteur-animateur à l'égard de Vincent Bolloré, avec lequel Cyril Hanouna a signé en 2015 un contrat de 250 millions d'euros sur 5 ans pour rester dans le groupe. Hanouna s'en expliquait en juin 2021 dans *Le Parisien* : « *Nous sommes très liés avec Vincent [Bolloré]* » reconnaît-il avant de souligner le manque de « loyauté » de l'humoriste Sébastien Thoen et du journaliste Stéphane Guy, licenciés du groupe pour avoir commis une parodie de l'émission de Pascal Praud pour le premier et signé une pétition de soutien contre une décision arbitraire portant atteinte à la liberté d'expression pour le second.

« Je n'ai pas du tout suivi l'affaire. Je n'ai même pas regardé la parodie. Je m'entendais très bien avec les deux. Sébastien Thoen, je l'avais même produit sur CStar. Et Stéphane Guy, il faisait très bien son boulot. Après, ils ont fait des erreurs, la loyauté est importante dans un groupe. » (Cyril Hanouna, *Le Parisien*, 19 juin 2021)

Mais l'autre explication tient aux chiffres d'audiences de *TPMP*, qui obsèdent l'animateur. Cyril Hanouna, qui avoue suivre « en direct sur [son] téléphone les tendances à chaud de l'audience, la [sienne] et celles des concurrents, minute par minute ¹¹ » en fait sa force vitale :

« Je n'ai besoin de ces statistiques que pour vérifier mon intuition, car je sens physiquement quand l'audience baisse, je sens les téléspectateurs partir comme si je me vidais de mon sang. Certains ont un don pour prédire la météo ou trouver des sources d'eau potable, le mien est de deviner l'audience de la télé ¹². »

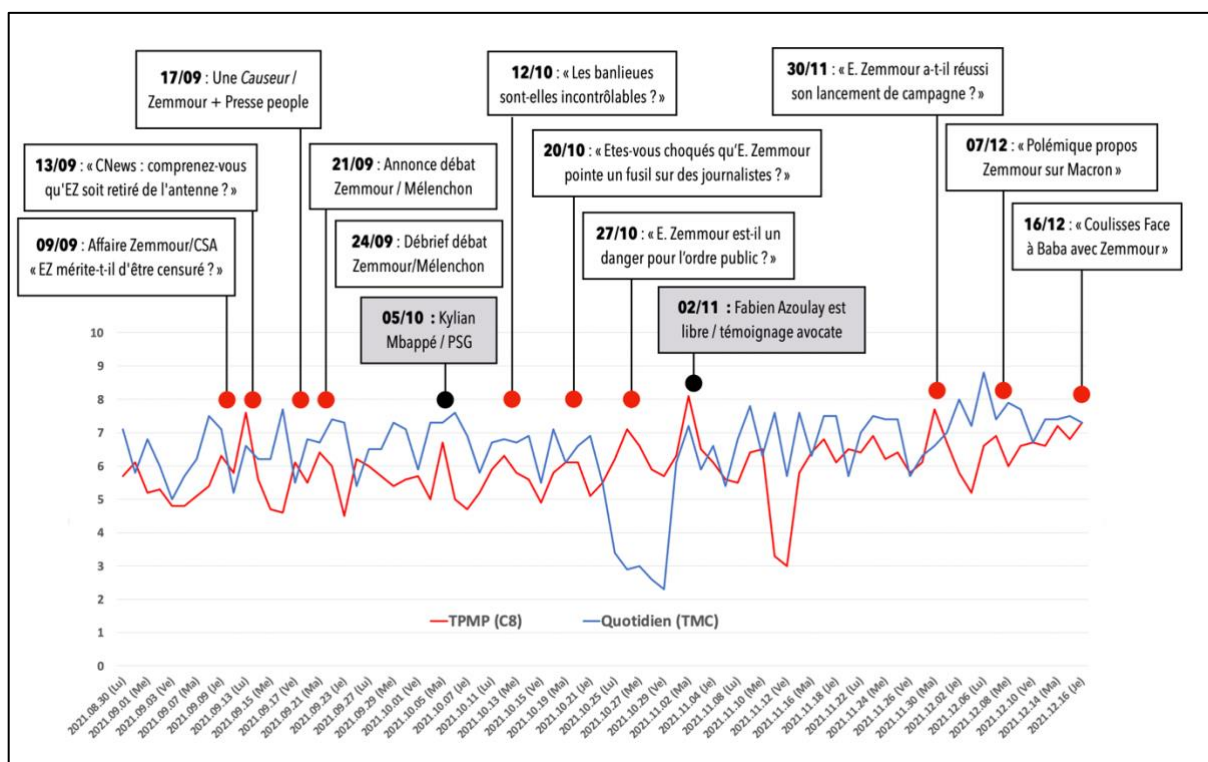
Or, lorsque l'on analyse les résultats d'audience de *TPMP* durant la pré-campagne, on remarque que la majorité des pics d'audience de la saison de la dernière partie de l'émission concernent des plateaux consacrés à l'actualité d'Éric Zemmour (**voir Fig. 15**).

¹⁰ Nicolas Baygert, « Comment l'« alt-right » à la française s'approprie les codes de TikTok, Instagram ou YouTube », *The Conversation*, 8 décembre 2021 [En ligne] <https://theconversation.com/comment-l-alt-right-a-la-francaise-s-approprie-les-codes-de-tiktok-instagram-ou-youtube-173112>

¹¹ C. Hanouna (avec Ch. Barbier), *Ce que m'ont dit les Français*, Paris, Fayard, 2021, p. 21.

¹² Ibid.

FIGURE 15
Part d'audience de *Touche pas à mon poste* (C8) et *Quotidien* (TMC) en sept-déc. 2021



En octobre 2019, alors qu'Éric Zemmour était au cœur d'une nouvelle polémique pour ses propos sur les mineurs isolés sur CNews, le chroniqueur Matthieu Delormeau s'était interrogé : que pensait Vincent Bolloré d'Éric Zemmour ? Cyril Hanouna avait répondu qu'il ne s'en occupait pas¹³.

Peu importe au fond que Cyril Hanouna ne partage pas les idées du candidat d'extrême droite : Éric Zemmour est bel et bien une locomotive pour *Touche pas à mon poste*. Animateur soucieux de sa crédibilité et de sa légitimité, Hanouna est surtout un entrepreneur attaché à la réussite de son business model. Si une « loyauté » le lie moralement à Bolloré, il est aussi par intérêt un allié objectif de l'agenda politique de son patron.

3. La majorité présidentielle : un bénéfice mutuel

Il serait réducteur de limiter la couverture de la pré-campagne électorale dans *TPMP* au traitement de faveur accordé à Éric Zemmour. Au phénomène conjoncturel de la promotion d'un candidat en phase avec les aspirations politiques des dirigeants du groupe s'ajoute celui, plus longuement installé, d'un clientélisme consistant à assurer la promotion des actions du gouvernement et, *in fine*, à favoriser la bipolarisation du débat électoral.

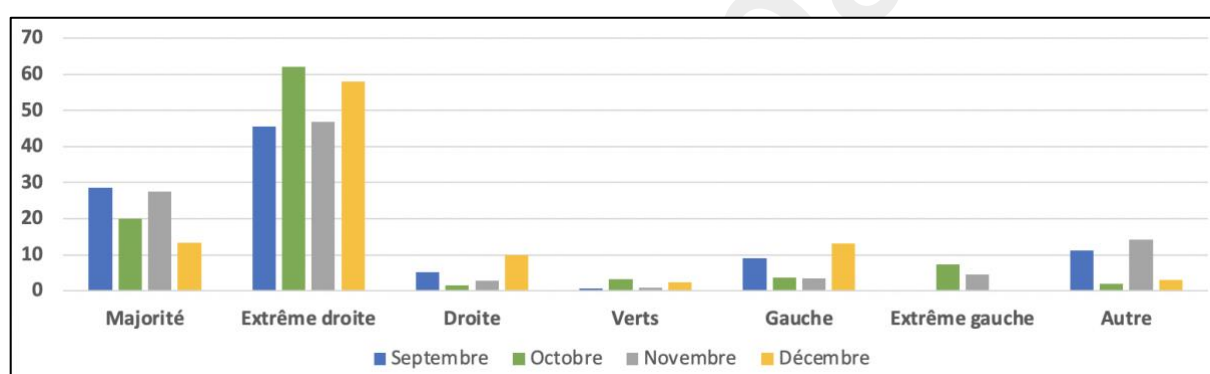
¹³ TPMP, 24 octobre 2019.

3.1. Bipolarisation de la pré-campagne

Durant la pré-campagne, on l'a vu (voir Fig. 6 et 7), le temps d'antenne de l'exécutif et du parti de la majorité gouvernementale représente 22,5 %, derrière celui d'Éric Zemmour (44,7 %) mais surtout loin devant les autres candidats ou familles politiques. Ces chiffres indiquent une bipolarisation précoce de la pré-campagne, réduite pour l'essentiel à un face-à-face distant entre deux non-candidats : Éric Zemmour (officiellement candidat le 30 novembre) et Emmanuel Macron, président sortant n'ayant sans surprise pas officialisé sa candidature durant cette période. Pris dans des processus partisans (les primaires écologistes pour Y. Jadot et S. Rousseau ; le congrès LR pour X. Bertrand et V. Pécresse) ou décrédibilisés par l'émiettement (A. Montebourg, F. Roussel, A. Hidalgo), les autres candidats n'ont pas véritablement accès à la compétition électorale au cours de cette période.

Cette bipolarisation de la pré-campagne s'observe au fil des quatre mois comme un effet de vases communicants entre les deux principales familles politiques qui en tirent un bénéfice (voir Fig. 16) : les mois « creux » de la majorité (octobre et décembre) correspondent aux mois « forts » de l'extrême droite, et inversement.

FIGURE 16
Temps d'antenne mensuel par familles politiques dans TPMP, sept-déc. 2021



3.1. Clientélisme gouvernemental

Si l'analyse quantitative donne l'ordre de grandeur du biais de représentation du rapport de force électoral dans TPMP pendant la pré-campagne, l'analyse qualitative des plateaux politiques de l'émission permet d'observer un phénomène de clientélisme gouvernemental où les acteurs médiatiques et politiques se trouvent unis par une forme de contrat social basé sur la réciprocité et orienté dans une logique utilitariste, c'est-à-dire au fond à un système de don / contre-don¹⁴. En effet, en acceptant de venir dans ses émissions, les ministres apportent à Cyril Hanouna la notabilité et la légitimité qui lui faisaient défaut en tant qu'animateur de la vie politique (savoir-donner) ; inversement, Cyril Hanouna, en déroulant le tapis rouge avec des plateaux avantageusement calibrés pour des personnalités politiques en responsabilité (savoir-recevoir), offre aux discours gouvernementaux un espace, une visibilité et un public jeune et populaire auxquels ils/elles ont difficilement accès (savoir-rendre).

On a vu comment la politisation des émissions de Cyril Hanouna avec la crise des Gilets jaunes a institué cette mécanique dès l'automne 2018 par le biais de *Balance ton post*, dont les chroniqueurs sont plus rodés au traitement des sujets politiques que ceux de TPMP. Depuis, les membres du gouvernement sont de plus en plus nombreux à accepter désormais d'aller dans *Touche pas à mon poste*, considérée

¹⁴ M. Mauss, « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », *L'Année sociologique*, 1, 1923, p. 30-186.

d'abord comme une émission de divertissement mais dont l'audience est plus forte que *BTP*. Après sa prestation dans *BTP* en janvier 2019, la ministre déléguée en charge de la citoyenneté Marlène Schiappa transforme elle-même l'essai sur le plateau de *TPMP* le 30 novembre 2020, afin de parler du partenariat qu'elle vient de passer avec les dirigeants de l'application Tik Tok pour aider les femmes à porter plainte contre les violences conjugales. Elle revient le 15 mars 2021 – à quelques semaines des élections régionales et départementales – comme grand témoin de l'émission pour commenter les différents sujets d'actualité (sondage sur le racisme en France, suspension du compte Twitter de Mila, meurtre par noyade de la jeune Alisha à Argenteuil...). D'autres lui emboîtent le pas, comme Sophie Cluzel (19 décembre 2019), Gabriel Attal (16 décembre 2020), Agnès Pannier-Runacher (16 mars 2021), Sarah El Hairy (11 octobre 2021), Jean-Baptiste Djebbari (12 octobre 2021), Élisabeth Moreno (23 novembre 2021), etc. Le cas de Jean-Baptiste Djebbari renseigne sur la fluidité des passages entre *BTP* et *TPMP* selon le statut changeant de l'invité : le 27 novembre 2018, il est dans *TPMP* en tant que député pour évoquer son parcours politique et son engagement face à des gilets jaunes ; le 5 décembre 2019, devenu secrétaire d'État aux transports, il préfère aller dans *Balance ton post* pour répondre à la question des violences policières ; mais le 12 octobre 2021, déjà lancé dans la campagne électorale, il revient finalement malgré son statut de ministre dans *TPMP* pour évoquer l'envol du prix du gazole face à Oliv Oliv, « citoyen engagé » et ex gilet jaune anti-macroniste, et surtout faire la promotion de la politique gouvernementale.

L'exemple le plus achevé du clientélisme gouvernemental chez Cyril Hanouna est la venue, le 21 mai 2021, de la ministre du Travail Élisabeth Borne lors d'une émission spéciale de *TPMP* rebaptisée pour l'occasion « 1 jeune, 1 solution », du nom du plan d'action interministériel, lancé par le gouvernement Castex à l'été 2020, qui visait à accompagner, former et faciliter l'entrée dans la vie professionnelle des jeunes. Sur le plateau, la ministre du Travail vante les premiers résultats de son dispositif devant une sélection de jeunes en recherche d'emploi et auxquels sont proposés individuellement des parcours professionnels et des perspectives d'emplois. Mais l'opération ne s'arrête pas là : à la rentrée 2021, C8 annonce la création d'une nouvelle émission produite par Cyril Hanouna, intitulée « 1 jeune 1 solution » et présentée un vendredi sur deux par l'ancienne chroniqueuse de *TPMP* et *BTP* Agathe Auproux :

« Après le succès de l'émission en mai dernier présentée par Cyril Hanouna en présence de la ministre du Travail Élisabeth Borne, Agathe Auproux reprend les commandes afin de pérenniser ce projet et de continuer à aider les jeunes à trouver un emploi. Problèmes d'études, manque d'avenir, incertitudes professionnelles, précarité, les problèmes que rencontre la jeunesse sont nombreux. Ils pourront [...] venir raconter leur vie, leurs histoires. [...] Nous tâcherons de trouver une solution, par l'affiliation à un mentor dans leur domaine, ou avec un emploi ou une formation. » (Communiqué de C8, septembre 2021)

Du plan d'action interministériel à l'émission de coaching, la boucle est bouclée (voir Fig. 17).

FIGURE 17

Visuel du plan d'action « 1jeune1solution.gouv.fr » / Élisabeth Borne dans *TPMP* spécial « 1 jeune 1 solution » / Communiqué de C8 annonçant l'émission « 1 jeune 1 solution »



À l'approche de l'échéance présidentielle 2022, des ministres encore réfractaires cèdent devant l'injonction à occuper le terrain pour défendre le bilan du président presque-candidat à sa réélection. C'est le cas le 14 septembre de Jean-Michel Blanquer, dont le cabinet reconnaît avoir posé des « conditions » pour que le ministre de l'Éducation Nationale accepte de venir dans l'émission : « *pas de pugilat, pas de polémique inutile, rien de grossier*¹⁵ ». Sur le plateau, malgré la circulation du virus et les incohérences du protocole sanitaire en milieu scolaire, le ministre peut tranquillement dérouler les éléments de langage de sa stratégie « École ouverte » présentée dans l'ouvrage paru quelques jours plus tôt¹⁶. Les questions inoffensives des chroniqueurs portent sur du ressenti (le fait d'être à la Une de la presse people) ou des aspects anecdotiques (s'être laissé pousser la barbe, être le « chouchou de Brigitte Macron »). Cyril Hanouna loue pour sa part les qualités du ministre, « un vrai bosseur » qui « essaie de faire du mieux qu'il peut ». À la sortie, l'entourage de Jean-Michel Blanquer est surpris mais ravi : « *On faisait l'émission à reculons, on ne s'attendait pas à ce qu'elle soit aussi paisible*¹⁷ ».

Après Jean-Michel Blanquer, la ministre déléguée chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes Élisabeth Moreno, accueillie par un *check* de Cyril Hanouna, vient présenter le 23 novembre le clip de la nouvelle campagne de prévention contre les violences conjugales (voir Fig. 18). Elle est presque gênée du ton complaisant de l'animateur-producteur à son égard :

FIGURE 18

E. Moreno arrive sur le plateau et fait un check avec Cyril Hanouna (TPMP, 23 novembre 2021)



Cyril Hanouna : « *Ça fait très longtemps que je voulais rencontrer Élisabeth Moreno. Comme je vous le dis souvent, ici on n'est pas à droite, on n'est pas à gauche : on s'en fout ! On voit des personnes : je la trouve – je lui dis – extrêmement talentueuse. [...] On dit que vous êtes peut-être une prochaine présidente ou présidentielle dans quelques années. [...] Il paraît [qu'Emmanuel Macron] a eu un coup de cœur pour vous ! Il dit que vous êtes extrêmement talentueuse, c'est pas un secret. Vous faites partie des ministres qui, dans le gouvernement, il aime exposer parce qu'il trouve que vous vous exprimez extrêmement bien, que vous expliquez bien les choses et que les Français vous comprennent, c'est-à-dire que vous avez un langage... vous n'êtes pas chiantes pour dire la vérité !* »

Quand des membres du gouvernement sont en difficulté, ils peuvent compter sur l'animateur-producteur de C8, toujours prompt à relayer directement ou indirectement leur défense. C'est le cas le 25 novembre de Marlène Schiappa qui, une heure avant la diffusion d'un reportage accablant d'*Envoyé spécial* sur « L'affaire Hulot », appelle en direct Cyril Hanouna pour minimiser le soutien qu'elle avait apporté en 2018 à celui qui était alors un pilier du gouvernement, au moment des premières révélations sur des cas d'agressions sexuelles (voir Fig. 19). C'est le cas encore de Brigitte Macron défendue le lendemain par Cyril Hanouna et le chroniqueur Bernard Montiel dans la même affaire (deux lettres restées sans suite avaient été envoyées à la première dame pour l'alerter de ces cas d'agressions) :

¹⁵ L'Obs, « Cyril Hanouna : 50% pitre, 100% politique », n°2982, 16 décembre 2021.

¹⁶ J.-M. Blanquer, *École ouverte*, Paris, Gallimard, 2021.

¹⁷ L'Obs, « Cyril Hanouna : 50% pitre, 100% politique », n°2982, 16 décembre 2021.

Cyril Hanouna : « Je connais un peu Madame Macron et je vous jure qu'elle est extrêmement sensible à ça, elle essaye de faire bouger les choses.

Bernard Montiel : C'est la première dame qui reçoit le plus de lettres. Ça, franchement, elle ne le savait pas. Elle n'était pas au courant, elle a un cabinet qui gère ça. On ne lui a pas dit. Je peux vous le dire parce qu'elle me l'a dit. »

FIGURE 19

Affaire Hulot : défense de M. Schiappa (25 novembre) et B. Macron (26 novembre) sur le plateau



Le 29 novembre, face à son invité Sandrine Rousseau qui accuse Marlène Schiappa d'avoir protégé Nicolas Hulot lors des premières révélations en 2018, Cyril Hanouna prend la défense de la ministre en dévoilant les canaux de leur communication interpersonnelle en amont des plateaux :

« J'ai la réponse à ça de Marlène Schiappa. Je l'ai eue aujourd'hui par téléphone avant de vous recevoir. C'est vrai que Marlène, elle me dit, dans le timing elle était pas très proche de Nicolas Hulot. elle voit ça, elle essaie, elle fait une première réaction et quand il y a eu beaucoup trop de plaintes elle fait une réaction qui était à la hauteur de... de... des... bah de l'atrocité de tout ce qu'on peut voir et tout ce qu'on peut entendre. » (CH, TPMP, 29/11/2021)

On observe une répartition des rôles : si les ministres sont reçus avec déférence, il appartient aux membres de la majorité présidentielle d'intervenir sur des plateaux plus agonistiques, face à des adversaires politiques pour défendre la politique du gouvernement sur des thématiques diverses ou la figure présidentielle elle-même : la porte-parole En Marche Maud Bregeon face à une syndicaliste RATP après les propos d'Emmanuel Macron sur le temps de travail des Français (13 octobre 2021), le député LREM Bruno Bonnell face à Antoine Diers après les propos cinglants d'Éric Zemmour à l'endroit d'Emmanuel Macron (7 décembre 2021), etc.

Si certaines prises de parole d'Emmanuel Macron sont parfois critiquées par les chroniqueurs (par exemple son clin d'œil aux YouTubeurs MacFly et Carlito dans une vidéo d'hommage à Samuel Paty, le 2 septembre), le Président de la République est protégé par sa position de favori dans les sondages, qui l'exempte de descendre dans l'arène de la campagne électorale. Il peut compter sur la ronde des ministres et des députés sur le plateau de *TPMP*, ainsi que sur les connivences de certains chroniqueurs – Bernard Montiel, baptisé officiellement « porte-parole de l'Élysée » par Cyril Hanouna – pour défendre son bilan politique, ses propos ou ses actions. Une campagne sans en avoir l'air, un cas de figure classique des présidents sortants sous la Ve République.

Au-delà de cette représentation bipolarisée de la compétition électorale, la situation est plus compliquée pour les autres candidats et formations politiques.

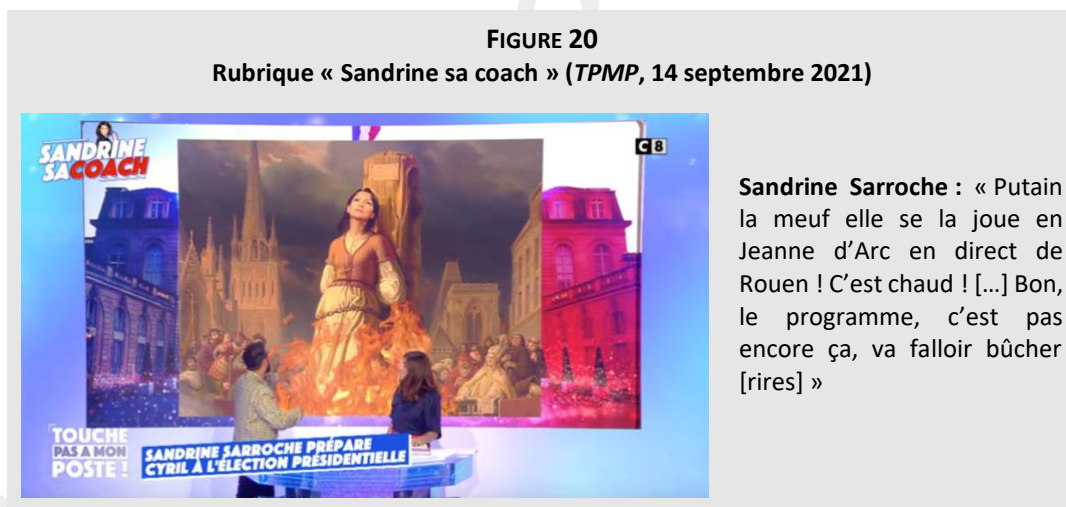
4. Les figures de la gauche traditionnelle, de l'invisibilité au dénigrement

4.1. Le Hidalgo-bashing, un sport de plateau

Représentant 3,4 % du temps consacré aux candidats à la présidentielle dans *TPMP* entre septembre et décembre, Anne Hidalgo occupe la quatrième place, loin derrière Éric Zemmour (44,7 %), Emmanuel Macron (22,5 %) et Marine Le Pen (7,5 %). Ce (modeste) avantage quantitatif de la socialiste par rapport à ses adversaires de gauche comme Fabien Roussel, Yannick Jadot ou Arnaud Montebourg est pourtant trompeur : lorsque l'on observe les séquences qui lui sont consacrées, Anne Hidalgo, qui n'a jamais été présente ou représentée sur le plateau de *TPMP*, est exclusivement traitée sous l'angle de la moquerie, du dénigrement voire des attaques personnelles.

Dès la rentrée et avant même sa déclaration de candidature, les coups de griffe se multiplient à propos de son bilan en tant que maire de Paris : le 31 août, Jean-Pierre Pernaut, venu faire la promotion de son magazine *Au cœur des régions*, critique sèchement la réduction de la vitesse à 30km/heure et les problèmes de circulation dans les rues de la capitale. Deux semaines plus tard, sa déclaration de candidature est accueillie avec des railleries et critiques : « *Ça restera une date qui restera dans l'Histoire de France ! Peut-être pas longtemps mais ça restera !* » décoche Cyril Hanouna. « *La déclaration était complètement ratée. Ça manque d'émotion, c'est glauque, il n'y a pas d'émotion [...]. C'est décevant* » tranche le chroniqueur Gilles Verdez (*TPMP*, 13.09).

Le 14 septembre, devant un Jean-Michel Blanquer amusé, l'humoriste Sandrine Sarroche raille la déclaration de candidature ratée de la socialiste à Rouen deux jours plus tôt (**voir Fig. 20**) :



Encore créditée début septembre de 7 à 9 % des intentions de vote, la candidate socialiste ne bénéficie d'aucun rebond après sa déclaration du 12 septembre, au contraire : le 23 septembre, dans un sondage Odoxa/L'Obs, Anne Hidalgo ne recueille plus que 4 % des intentions de vote. À l'image des débats consacrés aux programmes TV dont les audiences sont catastrophiques, la contre-performance de la candidate ne fait qu'alimenter les moqueries de la part de l'animateur de C8, qui surfe sur la campagne de déstabilisation #SaccageParis sur les réseaux sociaux :

« *Moi je ne fais pas de politique mais Anne, sans rigoler, 4 % ! Vous savez comment on l'appelle dans les couloirs de la Mairie de Paris ? « Puissance 4 » [rires] Les seuls gilets jaunes qu'elle connaît, Hidalgo, c'est ceux qui font les travaux [rires]* » (CH, *TPMP*, 27.09)

Se défendant de « *tirer sur l'ambulance* », Cyril Hanouna dégrade encore sa candidature mi-octobre en lui attribuant un score qu'aucun institut de sondage n'a alors relevé : « *Quand tu fais 3 % dans les sondages, ça devient compliqué. [...] Tu te dis il y a quand même une merde, une couille dans le potage !* » (TPMP, 12.10). Cette relégation disqualifiante la rend même à peine apte à être reçue dans TPMP, considère l'animateur vexé par le refus de la maire de Paris de se rendre sur son plateau depuis la rentrée : « *[L'invitation tient toujours] mais à 3 %, c'est pas sûr qu'on la prenne non plus ! Elle viendra... dans Le 6 à 7 [NDA : émission produite par Hanouna diffusée juste avant TPMP, de moindre audience]* ».

Le 8 novembre, discutant de l'émission *Ambition intime* de Karine Le Marchand (M6) diffusée la veille et qui dressait le portrait privé de femmes politiques (Le Pen, Hidalgo, Péresse, Dati, Schiappa), l'expert média qu'est Cyril Hanouna en rajoute une couche avec sa « théorie » corrélant audiences et intentions de vote :

« Ça a très bien démarré avec Marine Le Pen et après, le problème, c'est qu'ils ont enchaîné avec Anne Hidalgo. [...] En audience, Anne Hidalgo c'est jamais des embouteillages. [...] En fait, tous ceux qui habitent la région parisienne, ils ont tellement envie de l'insulter toute la journée quand ils sont en voiture qu'ils se disent « Je ne vais pas en plus me la taper le soir à la TV »... [rires] » (CH, TPMP, 08.11)

Quelques jours plus tard, l'annonce de la décision de l'animateur Stéphane Bern de quitter Paris pour déménager dans le Perche fournit l'occasion à l'équipe de TPMP d'en remettre une couche sur la saleté dans la capitale, dont la maire de Paris porte la responsabilité selon Cyril Hanouna :

« Aujourd'hui, dans Paris, vous croisez plus de rats que de voitures, c'est un truc de fou ! Vous êtes tranquillement en train de manger et c'est limite il y a un rat qui vient s'asseoir à la table. Ça c'est la politique d'Hidalgo : [...] elle fait des travaux partout donc les rats ils sortent. Mais qu'ils aillent à l'Hôtel de Ville, sans rigoler ! » (CH, TPMP, 15.11)

Lorsque la chroniqueuse Valérie Benaïm explique que la dégradation de la capitale est aussi une question de responsabilité « collective » et d'« incivilité » des Parisiens, Cyril Hanouna la coupe aussitôt : « *Non, pas du tout, c'est parce qu'il y a des travaux !* », assène-t-il en faisant corps avec les arguments de la campagne #SaccageParis.

Alimenté par son bilan municipal – réduit à des problèmes de circulation, de saleté et de travaux – le procédé de disqualification de la candidate socialiste repose de plus en plus au fil des semaines sur sa faiblesse dans les sondages d'intentions de vote. Le 8 décembre, son appel-surprise en faveur de l'organisation d'une primaire de la gauche entraîne une nouvelle salve de moquerie : « *Créditée de 3 % [...], elle veut faire une primaire toute seule ! C'est la Lorie du gouvernement* », raille l'animateur en faisant référence à la chanteuse populaire des années 2000 et son succès « *Toute seule* ». L'humiliation s'accroît quand la candidate cesse d'être comparée à ses adversaires de gauche pour être rapprochée d'un candidat bateleur : « *J'adore Jean Lassalle et j'espère qu'il va passer devant Anne Hidalgo. [...] C'est bien parti pour* », persifle Hanouna, qui va même jusqu'à craindre un éventuel abandon de la candidate, dont la campagne est une véritable source d'amusement et de divertissement :

« C'est plus marrant si elle est encore là, c'est vrai, sans déconner ! T'as toujours besoin d'un mec qui joue mal dans une équipe. C'est toujours marrant quand il prend un ballon, tu rigoles et tout ! Si elle est plus là, on ne va plus se marrer ! [rires] » (CH, TPMP, 09.12)

Chaque séquence disqualifiant la maire de Paris se termine pourtant par une pirouette compensatoire de la part de Cyril Hanouna. Ôtant systématiquement toute crédibilité politique à la maire-candidate,

l'animateur cherche in fine à pondérer la charge en lui ré-attribuant une qualité relationnelle : Anne Hidalgo serait « *sympa* ».

« *Je n'ai rien contre Hidalgo. Je l'ai rencontrée une fois, elle était super sympa* » (27.09), « *J'espère qu'elle va venir, Anne Hidalgo, qui est paraît-il très sympa !* » (12.09), « *Anne Hidalgo est très sympa dans la vie* » (08.11), « *Il paraît qu'elle est hyper sympa, sans déconner* » (15.11)...

Mais ce bashing ne serait qu'un acharnement s'il ne venait pas occasionnellement résonner avec la gestion calamiteuse de certains dossiers par la maire de Paris. C'est le cas des indemnités des victimes de l'explosion au gaz de la rue de Trévise (12 janvier 2019). Le 24 novembre, Cyril Hanouna accueille Inès, grièvement blessée ce jour-là, et Océane, femme d'un pompier décédé en voulant porter secours aux habitants. Après le récit émouvant du drame par les jeunes femmes et leur douleur d'être ignorée par Anne Hidalgo, Cyril Hanouna politise la question en s'adressant sèchement à la maire de Paris qui n'a pas souhaité venir sur le plateau ou se faire représenter (**voir Fig. 21**) :



La séquence est désastreuse pour la candidate socialiste. Le dénigrement violent dont elle fait l'objet depuis des semaines dans l'émission devient désormais légitime en raison de sa responsabilité personnelle dans la détresse des victimes d'un fait divers. Mettant en scène les valeurs humanistes dans ses discours de campagne, la socialiste est montrée au contraire à travers un visage d'inhumanité.

Du point de vue de la mise en récit, le bashing permanent d'Anne Hidalgo peut être considéré comme l'équivalent fonctionnel inversé de la victimisation récurrente d'Éric Zemmour : un registre narratif puissant, répété et transposable aux différentes actualités des candidats. Il s'agira de comprendre si ce traitement défavorable spécifique au cas d'Anne Hidalgo, très figé dans le discours de Cyril Hanouna pendant la pré-campagne, pourra éventuellement être corrigé après le 1^{er} janvier afin de répondre aux règles de respect du pluralisme et du principe d'équité de traitement entre les différents candidats.

4.2. La gauche façon puzzle

C'est plutôt par leur invisibilisation que se caractérisent deux autres candidats de gauche. À la traîne dans les sondages d'intentions de vote, Arnaud Montebourg et Fabien Roussel sont en effet de véritables figurants de l'élection. La plupart du temps ignorés, ils sont moqués les rares fois où ils parviennent à attirer l'attention. Mais le dénigrement dont ils font l'objet dans *TPMP* tranche avec celui d'Anne Hidalgo en ce qu'il n'est pas récurrent. Dès le 9 septembre, Cyril Hanouna a bien indiqué le sort qu'il entendait réserver au candidat de la « Remontada » : « Non mais Arnaud Montebourg, on n'en parle même pas, frère ! C'est un mec qui va faire 0,2 % ! » :

FIGURE 22

Commentaire des affiches de M. Le Pen et A. Montebourg dans *TPMP* (9 septembre 2021)



Cyril Hanouna : « La Remontada », c'est une farce. Non mais je vous explique : Arnaud Montebourg, c'est pas comme [Marine Le Pen] ! Elle, elle avait quand même une équipe de campagne et tout. Lui, il est allé chez un imprimeur, il lui a donné cent balles et il a fait ça [Rires]. Marine Le Pen, elle a des équipes. L'autre, Montebourg, il a été chez Office Dépôt : « Tu peux me faire une affiche en deux minutes, frérot ? ». Ils lui ont sorti ça. [Rires]. »

Le 28 septembre, il réitère son désintérêt pour le candidat : « *Arnaud Montebourg ? Non, non, non. Il est en train de faire un album Panini* ». Il ne sera quasiment plus question du candidat communiste et celui du « Made in France » jusqu'au lundi 13 décembre. Après la mise en scène d'Arnaud Montebourg appelant tout le week-end les différents candidats de gauche et laissant un message sur leur répondeur pour les inviter à « se parler », *TPMP* interroge les chroniqueurs : « Ridicule ou bon coup de comm' ? » (voir Fig. 23). Après avoir précisé que Fabien Roussel, vu dans le récapitulatif vidéo, « *c'est le candidat du parti communiste* », Cyril Hanouna s'enthousiasme en mode « darka » (« grosse rigolade ») : « *c'est le diner de cons ! Il est incroyable, Arnaud Montebourg ! Franchement, c'est une darka extraordinaire !* ».

Mais avec le tour de parole des chroniqueurs, la séquence « darka » se transforme surtout en révélateur de la situation ridicule dans laquelle est plongé l'ensemble de la gauche :

- « *Il se décrédibilise* » (D. Wespiser)
- « *C'est une parodie [...] pour montrer à quel point la gauche est ridicule* » (M. Delormeau)
- « *C'est une catastrophe pour la gauche* » (B. Castaldi)
- « *C'est un one man show pathétique ! Que dit le peuple de gauche de ça ? Ils passent pour des guignols.* » (G. Maillet)

FIGURE 23

Les appels d'Arnaud Montebourg, entre « darka » et ridicule (*TPMP*, 13 décembre 2021)



4.3. Les écologistes au prisme du scandale

De septembre à décembre, Yannick Jadot représente 1,3 % du temps consacré aux sujets politiques de *TPMP* (voir Fig. 7). Le processus de la primaire écologiste n'a donc guère profité aux candidats de cette famille politique. Abondamment médiatisée par les médias d'information, notamment grâce aux débats organisés du 5 au 24 septembre¹⁸, la primaire n'a suscité qu'indifférence de la part de Cyril Hanouna et de ses chroniqueurs. On retrouve l'effet de la logique réductionniste de *TPMP* qui, parce qu'elle bipolarise la compétition électorale entre les principaux prétendants directs à la fonction (qu'ils soient ou non déclarés), écarte les processus partisans antérieurs visant à départager des candidats à la candidature. Pourtant, la désignation de Yannick Jadot le 28 septembre ne changera rien à son invisibilisation : le résultat du second tour de la primaire écologiste est même passé sous silence dans *TPMP* en raison de la place prise par le feuilleton Zemmour dans la deuxième quinzaine de septembre.

Il faut attendre les nouvelles révélations de l'affaire Hulot, diffusées dans *Envoyé spécial* le 25 novembre (deux mois après la désignation de Yannick Jadot), pour que la famille écologiste se rappelle à la mémoire de Cyril Hanouna et de ses chroniqueurs. Le 29 novembre, Sandrine Rousseau est invitée non pas en tant que membre de l'équipe de campagne du candidat Yannick Jadot mais avant tout pour témoigner des violences sexuelles dont elle a été victime de la part d'un des membres d'EELV (Denis Baupin). Si la campagne est abordée, c'est uniquement à travers les conséquences de l'affaire Hulot sur les entourages du candidat Jadot (polémique autour de la démission du porte-parole Matthieu Orphelin, un ancien proche de Nicolas Hulot).

Cet intérêt de *TPMP* pour la famille écologiste par le biais de la scandalisation sur les violences sexuelles ne permet pas de tirer un bénéfice pour le candidat Jadot, faute de parvenir à cadrer la discussion sur le débat de fond politique et d'attirer l'attention sur des idées ou des éléments du programme des écologistes. Cyril Hanouna avait d'ailleurs annoncé la couleur en insistant comme d'habitude sur l'enjeu relationnel plus que politique de la rencontre avec le « personnage Rousseau » (voir Fig. 24) :

FIGURE 24
Sandrine Rousseau invitée de *TPMP* (29 novembre 2021)



Cyril Hanouna : « Je suis très heureux de rencontrer Sandrine Rousseau. On ne fait pas vraiment de politique, ici. On dit jamais droite, gauche, extrême gauche ou Europe Écologie les Verts. Je l'adore Sandrine. C'est un personnage incroyable. [...] Vous faites partie des personnages qui vont marquer la prochaine campagne présidentielle. Vous êtes excellente, voilà, je voulais vous le dire. »



Sandrine Rousseau : Bah merci...

Hanouna : Et je vous aime pour vos discours et pour vos bourdes aussi, qui sont toujours très drôles. Chez EELV, ça fait longtemps qu'on n'avait pas vu un personnage qui met autant en avant euh... Parce que ça compte aussi, la communication. Il y a beaucoup de gens qui suivent vos aventures, les aventures de Sandrine Rousseau. »

¹⁸ Pour le 1^{er} tour : le 5 septembre (France Inter/Le Monde/FranceInfo), le 8 septembre (LCI), le 10 septembre (Médiapart). Pour le 2^{ème} tour : le 22 septembre (LCI), le 23 septembre (Médiapart), le 24 septembre (BFMTV/RMC).

5. Les Insoumis, rouage relationnel et fonctionnel

Bénéfice de la relation historique entre Jean-Luc Mélenchon et Cyril Hanouna, le traitement des Insoumis déroge au dénigrement du reste de la gauche, mais sans que cela profite réellement durant la pré-campagne à la promotion des idées de cette formation partisane et à la visibilisation de son candidat, en dehors de quelques séquences impliquant Éric Zemmour (donc ambiguë en termes de cadrage interprétatif).

5.1. Jean-Luc Mélenchon : un historique relationnel

Si Jean-Luc Mélenchon a une visibilité à peu près équivalente à celle d'Anne Hidalgo¹⁹ (voir Fig. 7), le candidat LFI se distingue de la socialiste par une grande différence qualitative de traitement, grâce à la relation directe et bonne que l'Insoumis entretient avec l'animateur de *TPMP* depuis une décennie. En effet, Cyril Hanouna n'a jamais oublié que Jean-Luc Mélenchon est le premier à lui avoir accordé du crédit en venant le 30 mai 2013 sur le plateau de son émission de divertissement (voir Fig. 25).

FIGURE 25

Jean-Luc Mélenchon, premier invité politique de *TPMP* (30 mai 2013)



Cyril Hanouna : Déjà, Jean-Luc Mélenchon, je vous dis merci, parce que vous êtes le premier homme politique à avoir répondu positivement à notre invitation dans *Touche pas à mon poste*. Pourquoi vous avez dit oui ?

Jean-Luc Mélenchon [souriant] : Par provocation ?

Hanouna : Ah c'est ça ? Vous voulez me provoquer ? Attention... [rires]

Mélenchon : Non, c'est parce que j'ai observé que les émissions dites « de divertissement » avaient souvent une manière de traiter les invités politiques plus respectueuse que les émissions dites « politiques ». J'ai vu des émissions politiques tourner au spectacle, donc je suis content quand des émissions de spectacle tournent à la politique.

Hanouna : [...] Vous savez, on a une règle ici, c'est qu'on ne parle pas de politique. On parle juste de télévision.

Mélenchon : Mais pourquoi à la fin ? Si vous n'aimez pas ça, il ne faut pas en déguster les autres, mon ami !

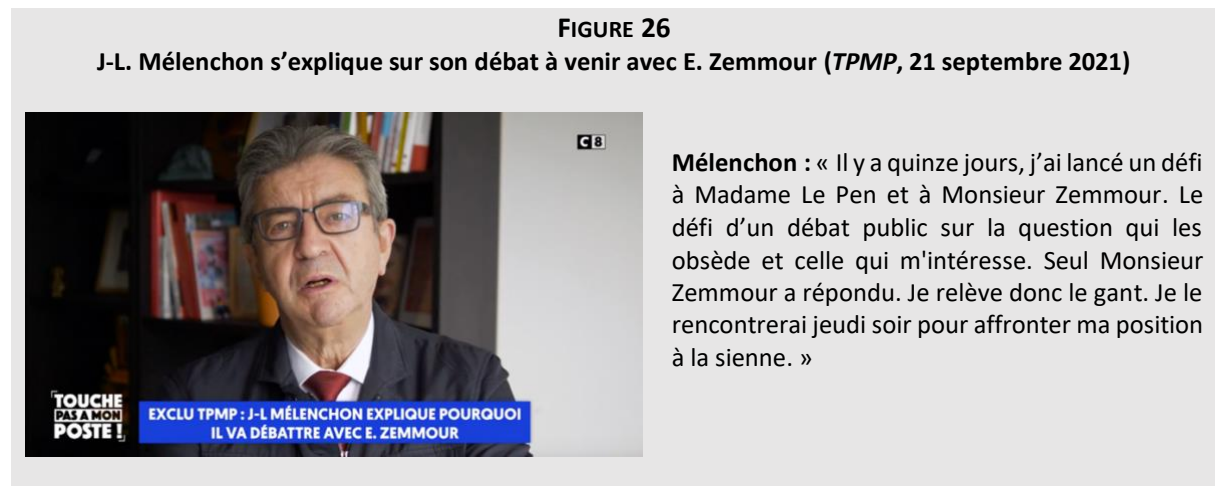
Hanouna : Nan mais nous, on n'y connaît rien.



Le 30 août 2021, venu chez Jean-Marc Morandini pour présenter la rentrée très politique de *TPMP*, Cyril Hanouna redit son attachement au leader de la France insoumise : « *Mélenchon, je l'aime bien, c'est vrai. Humainement, je le dis, c'est quelqu'un que j'adore, c'est quelqu'un qui a une éloquence incroyable. [...] Après, je suis pas d'accord avec lui sur toutes ses idées. Mais c'est quelqu'un qu'humainement j'aime beaucoup il le sait.* ». Et Jean-Luc Mélenchon de lui rendre la politesse quelques jours plus tard : « *Moi je travaille avec les gens loyaux. [...] Parole donnée, parole tenue. J'ai fait deux émissions avec vous. Vous avez toujours été loyal.* » (*TPMP*, 24 septembre 2021)

¹⁹ Le chiffre de 1,2% que nous obtenons pour Jean-Luc Mélenchon devrait en effet être légèrement supérieur avec la réintégration à venir des semaines 2, 4 et 6 dans le corpus quantitatif. La semaine 4 a notamment donné lieu à plusieurs plateaux consacrés au débat TV entre Jean-Luc Mélenchon et Éric Zemmour sur BFMTV le 23 septembre.

Mais force est de constater que si, de septembre à décembre 2021, Jean-Luc Mélenchon parvient à attirer l'attention de *TPMP*, c'est d'abord et avant tout par le truchement du phénomène médiatique Zemmour, et notamment en raison du débat TV organisé sur BFMTV entre les deux hommes. Le 21 septembre, Cyril Hanouna diffuse une vidéo « exclusive *TPMP* » dans laquelle Jean-Luc Mélenchon explique pourquoi il a accepté de débattre avec Éric Zemmour après lui avoir lancé un « défi » (voir Fig. 26) :



Au-delà de la confrontation d'idées, Éric Zemmour et Jean-Luc Mélenchon partagent surtout le même intérêt stratégique de vouloir se renforcer dans leurs propres camps, de chercher à écarter leurs concurrents directs et faire la démonstration devant les téléspectateurs qu'il n'y a que Zemmour à droite et que Mélenchon à gauche.

Au lendemain du débat, Cyril Hanouna revient sur ce moment télévisuel en compagnie de Jean-Luc Mélenchon (au téléphone). Ce dernier se félicite d'abord des audiences du débat de BFMTV et en profite pour régler une nouvelle fois ses comptes avec France 2 (qui inaugurait le même soir *Elysée 2022* avec Valérie Pécresse) : « *Ils ont pris une belle taule. Leur décor on dirait un crématorium* », s'amuse le leader de la France Insoumise, toujours remonté contre « *la propriété privée de la télé gouvernementale* » qu'est devenu, selon lui, le service public. Le débat se poursuit avec une jeune « femme d'affaires » de 21 ans, fan d'Éric Zemmour, qui se dit « *choquée* » par un tweet dans lequel Jean-Luc Mélenchon parle de « *soulever Éric Zemmour* ». Au sujet du lait-fraise siroté dont la vidéo a été diffusée sur TikTok, il avoue tout sourire : « *Je me suis entouré de gens qui aiment bien mettre de l'humour dans tout* ». L'interview se termine par la conclusion un rien abusive de l'intéressé : « *C'est la lutte politique. Je profite par exemple de ma présence sur ce plateau pour avoir fait passer trois-quatre idées.* »

Après la semaine consacrée au débat Mélenchon-Zemmour de BFMTV fin septembre, Jean-Luc Mélenchon disparaît quasiment de *TPMP*. Si le candidat LFI est personnellement bien traité par Cyril Hanouna, il doit souvent partager l'affiche avec une autre personnalité et ne parvient jamais à être centralisé par le cadrage des sujets. Après Éric Zemmour en septembre, c'est avec Marlène Schiappa qu'il doit se répartir le temps d'antenne d'une courte séquence le 6 décembre, consacrée à l'annonce du ralliement du père de la ministre chargée de la Citoyenneté à Jean-Luc Mélenchon (voir Fig. 27).

FIGURE 27



À la fois positif mais ombragé et jamais véritablement mis au service des idées, le paradoxe du traitement du leader de la France insoumise dans *TPMP* se réplique à l'échelle des représentants LFI sur le plateau. Si Jean-Luc Mélenchon reste un rouage relationnel du dispositif de l'émission, les porte-parole LFI ont un rôle beaucoup plus fonctionnel.

5.2. Les représentants LFI, archétypes du contradictoire de plateau

Lorsqu'ils sont invités sur les plateaux politiques de *TPMP*, les représentants Insoumis sont majoritairement là pour apporter la contradiction à une personnalité autour de laquelle est cadré le thème du débat. Le 7 octobre, le porte-parole insoumis David Guiraud est l'invité du plateau « Comprenez-vous que l'on puisse voter Éric Zemmour ? ». Face à Jean Messiha et au rappeur Anyss – le fils du chanteur Khaled tenté de voter Zemmour parce que ce dernier est selon lui « *cohérent* », « *cash* » et a « *une bonne connaissance des quartiers populaires* » - David Guiraud oppose un ton offensif. Comprenant la peur des gens mais ne voyant pas pourquoi Éric Zemmour capterait cet électorat, le porte-parole Jeunesse de LFI ne cherche cependant pas à s'adresser à ce public captif de l'émission, trop occupé par sa joute avec l'ancien porte-parole du RN, qu'il a déjà affronté sur le plateau de *TPMP*²⁰.

Le 18 octobre, une autre porte-parole LFI, Julie Garnier, participe pour la première fois à l'émission, invitée à donner la réplique sur un plateau entièrement consacré aux deux candidats d'extrême droite : d'abord Marine Le Pen, qui fait l'actualité du jour en raison des propos polémiques de l'humoriste Philippe Chevalier (« "Je voterai Marine Le Pen. Je n'ai pas de leçon à recevoir, ma femme est Sénégalaise !" : êtes-vous choqués par la déclaration de Philippe Chevalier ? ») et Éric Zemmour, dont la « tournée littéraire » prend l'allure d'une levée de fonds pour sa probable campagne (« Recettes de livres, cachets TV et dons : êtes-vous choqués par le business d'Éric Zemmour ? »). Face à Élisabeth Lévy (*Causeur*) et le communicant Florian Silnicki, elle joue parfaitement le jeu de l'échange agonistique sans véritablement parvenir, ni même chercher, à promouvoir des idées défendues par son candidat (voir Fig. 28).

²⁰ Le 17 mars 2021, il apporte la contradiction à Jean Messiha pour commenter le happening politique de l'actrice Corinne Masiero à la Cérémonie des Césars ; le 20 avril, il revient face à la militante identitaire Alice Cordier et l'éditorialiste de CNews Guillaume Bigot.

FIGURE 28



Le 6 décembre, David Guiraud est de retour, cette fois face à Éric Naulleau qui était la veille au premier rang du meeting inaugural de la campagne de son « ami » Éric Zemmour, à Villepinte. S'évertuant vigoureusement à mettre celui qui se dit toujours « de gauche » face à ses contradictions, David Guiraud ne cherche pas non plus à décentrer le débat pour promouvoir les idées de son camp. Ce soir-là, Cyril Hanouna choisit de diffuser le résultat de la consultation *TPMP* sur Twitter, dont le score de 65,3 % de répondants disant « ne pas comprendre "l'acharnement contre Naulleau" » permet à ce dernier de triompher : « *Voilà, bonsoir, messieurs-dames ! C'est toujours mieux que le score de la France insoumise !* » (Voir Fig. 29).

FIGURE 29



Mais l'épisode le plus révélateur de la façon dont les représentants LFI contribuent à leur insu à dépolitiser les enjeux des plateaux de *TPMP* est le psycho-drame entre Raquel Garrido et Éric Naulleau qui se déroule le 29 octobre 2021. Depuis la rentrée 2021, les relations sont particulièrement tendues entre les deux chroniqueurs de *Balance ton post* : au-delà de leur opposition politique, Raquel Garrido reproche à Éric Naulleau d'être devenu un « animateur-militant » en assurant la promotion des discours d'Éric Zemmour depuis que Cyril Hanouna lui a confié les rênes de l'émission ; à l'inverse, Éric Naulleau reproche à celle qui a rejoint l'équipe des chroniqueurs *BTP* à la rentrée 2019 de « ne pas respecter les règles du débat » et d'être « la reine du hors-sujet ». Après une énième tension sur le plateau de *BTP*, Cyril Hanouna a donc choisi le terrain de *TPMP* pour « tenter un rabibochage » et « crever l'abcès » : « *J'aime pas voir des gens en antagonisme, moi ça me rend fou ! [...] J'aime pas quand on s'embrouille.* ». Mais sur le plateau, le dialogue de sourds reprend et Laurence Sailliet, ancienne porte-parole Les Républicains devenue également chroniqueuse dans *BTP* et présente exceptionnellement ce jour-là dans *TPMP*, charge à son tour Raquel Garrido : « *Raquel, tu saccages l'émission. [...] tu ne peux pas prendre en otage notre émission à tous* » (voir Fig. 30).

FIGURE 30



Raquel Garrido quittera finalement le *talk-show* du jeudi soir, faisant le constat amer d'avoir perdu l'arbitrage non seulement sur le plan personnel contre Éric Naulleau, mais également sur le plan politique face à la stratégie de promotion des idées du candidat Zemmour sur les chaînes du groupe Bolloré :

« Clairement, [Éric Naulleau] est en mission commandée pour Éric Zemmour. J'ai été gênée sur la façon de gérer ce problème. Au début, j'ai essayé de ne pas faire trop de clash, de ne pas dire le fond de ma pensée. Ensuite, c'en est arrivé au niveau des injures [...]. Aujourd'hui, Éric Naulleau devrait être décompté pour Zemmour par le CSA et je ne pense pas qu'il soit normal qu'il anime *Balance ton post*. » (RG, France Inter, *L'instant M*, 11 janvier 2022)

Le camp des Insoumis a donc bel et bien réussi à s'intégrer dans l'économie relationnelle des émissions de Cyril Hanouna (*Balance ton post*, *Touche pas à mon poste*). Mais si Jean-Luc Mélenchon et les cadres insoumis ont pu en tirer un bénéfice en termes de visibilité, l'observation de leur contribution sur la période de la pré-campagne montre les limites de cette stratégie en termes de bénéfice politique. Réduit à un rouage fonctionnel alimentant la promotion d'Éric Zemmour, ils ont aussi sur-évalué leur capacité à mener la bataille des idées sur un dispositif ayant pour effet une dépolitisation permanente des enjeux.

6. La droite fantôme, en angle mort de la primaire LR

Avec les écologistes, la droite (c'est-à-dire Les Républicains et leurs alliés centristes) est la famille politique la plus invisibilisée dans *TPMP* au regard de son poids politique : de septembre à décembre, elle ne représente que 5 % du temps d'antenne (**voir Fig. 6**). Comme les écologistes, le processus de primaire – une course de *poneys* en marge de la course de *chevaux* dans le système de représentation politique de la campagne présidentielle selon Cyril Hanouna – a largement desservi les candidats LR à la candidature 2022. Deux séquences montrent à quel point la logique de visibilisation de cette famille politique repose sur des caractéristiques spécifiques du dispositif de *TPMP*.

La première caractéristique est le fonctionnement autoréférentiel d'une émission avant tout centrée sur le monde des médias. Le 15 novembre, ce principe permet à Valérie Pécresse d'émerger véritablement pour la première fois dans *TPMP*. La veille sur BFM, la candidate avait participé avec ses adversaires au deuxième débat TV de la primaire interne. Lors des échanges, elle avait dénoncé l'irresponsabilité de Cyril Hanouna qui avait invité le 8 novembre sur le plateau de *TPMP* les membres du gang des Dalton : « On vit dans une société de totale impunité. Est-ce que vous avez vu, cette semaine, les Dalton de Lyon chez Cyril Hanouna [...] venir faire la promotion de leurs rodéos sauvages qui mettent en danger des vies sur le périphérique à Lyon ? [...] ils viennent narguer l'état en prime time à la télé ! »

Flatté d'être cité mais vexé d'être critiqué, Cyril Hanouna riposte en reléguant le statut de celle qui n'a pas encore été désignée candidate et peut donc encore potentiellement disparaître de la course de chevaux qu'est la compétition électorale (voir Fig. 31) :

FIGURE 31
Quand Valérie Pécresse est évoquée par Cyril Hanouna (TPMP, 15 novembre 2021)



Cyril Hanouna : Tu crois que j'ai regardé ça ? Qu'est-ce que j'en ai à foutre ? Elle a parlé du passage sur les Dalton sur TPMP. Qu'est-ce que j'en ai à foutre ? C'est très sympa mais je regarderai qui gagne et puis c'est tout, voilà ! [...] Moi, j'en n'ai rien à carrer de ce que disent les gens. J'invite qui je veux ! »

Isabelle Morini-Bosc : C'est un hommage en même temps : tous les politiques parlent [de nous] »

La deuxième caractéristique est plus conjoncturellement liée à la façon dont TPMP a choisi de centraliser le candidat Éric Zemmour dans le débat politique (pour les raisons évoquées plus haut). Le 8 décembre, alors que Valérie Pécresse est depuis quatre jours la candidate officielle des Républicains et qu'un sondage Elabe pour BFMTV / L'Express la hisse à 20 % des intentions de vote au premier tour de l'élection, la donnant même victorieuse au deuxième tour contre Emmanuel Macron (52-48 %), Cyril Hanouna déroule le tapis rouge à... Éric Ciotti. La raison ? Il s'agit de savoir ce que compte désormais faire le finaliste malheureux : « va-t-il rejoindre Éric Zemmour ? », cherche à savoir Cyril Hanouna (voir Fig. 32). « C'est vrai que vous êtes l'homme fort du moment. Tout le monde ne parle que de vous. On dit que c'est vous qui allez faire basculer la prochaine élection présidentielle », glisse-t-il à son invité.

FIGURE 32



Mais tout au long des 24 minutes du plateau, Éric Ciotti ne s'écartera pas de sa ligne légitimiste en réaffirmant un ethos de loyauté habilement retourné contre un autre adversaire désigné : « Je suis un homme de fidélité. Le problème de la politique, c'est l'insincérité. [...] Pour moi, le macronisme c'est l'absence d'idées. »

Il faudra attendre le début de la période de campagne électorale après le 1^{er} janvier 2022 pour voir des proches de Valérie Pécresse être invités dans TPMP (par ex. son porte-parole Othman Nasrou, invité le 18 janvier après le discours remarqué de la candidate face à un Jean-Jacques Bourdin visé par une plainte pour agression sexuelle).

SUITES DE L'ENQUETE

L'analyse se poursuit selon la même méthode pour la période électorale du 01/01 au 22/04/2022 :

- On pourra établir des comparaisons entre les deux périodes afin d'observer si / comment le cadre réglementaire prévu par le régulateur modifie quantitativement et qualitativement le traitement de l'élection (dispositif, discours...). Comment ces règles sont-elles ou non respectées par des équipes de production étrangères aux contenus d'information issus des rédactions ? Ce cadre réglementaire permet-il de corriger le fort déséquilibre de traitement entre les différents candidats constaté sur la période de septembre à décembre 2021 ? ;
- L'analyse des données sur le pluralisme transmises par C8 à l'Arcom permettra de comparer les différentes méthodologies de comptage des temps d'antenne / de parole (entre celle utilisée pour l'enquête et celles définies par le régulateur) ;
- Nous ferons une analyse spécifique des émissions conçues pour l'élection (un seul numéro de *Face à Baba* a été diffusé avant la période électorale) ;
- Dans le cadre du groupe de travail Média-Election, nous ferons également une analyse de l'usage des sondages dans l'émission (en vue d'une analyse comparée sur des corpus médias de différentes natures visant à éclairer les usages journalistiques et médiatiques des sondages) ;

ANNEXE

Méthodologie du comptage des temps de parole / d'antenne

L'objectif est de restituer au mieux par l'analyse quantitative la façon dont le dispositif de l'émission donne à comprendre les enjeux de l'élection. Il s'agit donc de compter les temps de parole et d'antenne des différents intervenants des plateaux politiques en tenant compte des modalités d'interaction et des effets de production : cadrage des thématiques, capacité des contradicteurs invités à décadrer à leur avantage une question centrée sur leur adversaire et exposer leurs propres idées politiques (pas simplement à réagir aux propos de leur interlocuteur), capacité des chroniqueurs récurrents à s'affranchir du cadrage imposé, rôle du contexte plus large (historique des émissions) et des effets de l'actualité pouvant éclairer certains propos, etc.

Cette méthode, différente des règles plus mécanistes de l'Arcom (ex CSA), permet de penser de manière plus fine l'économie sociale et discursive des contenus médiatiques. Reste que la difficulté méthodologique est réelle. Le comptage s'applique différemment selon les configurations de plateaux. Nous en avons identifié quatre types :

1. Cas n° 1 : Quand le politique s'invite sur un plateau non politique

Le principe consiste non pas à sélectionner toute la séquence mais à décompter uniquement le temps consacré aux figures politiques au cours du plateau.

Exemple : TPMP du 28 septembre 2021 (rubrique « Le Gros Doss »)

Thème : « Bernard Tapie : comprenez-vous que le documentaire sur C8 soit rejeté par la famille ? »



Invitée :

-Sophie TAPIE, fille de Bernard Tapie

Elle est venue faire la promotion de son CD, dont une chanson d'hommage à son père (qui décèdera le 3/10) et réagit (négativement) au documentaire de C8 consacré à son père.

Séquence politique : Cyril Hanouna évoque Bernard Tapie comme une « bête politique » et revient sur son face-à-face musclé avec Éric Zemmour. Une archive de l'émission *Éric & Naulleau* (Paris Première), datée de 2016, est diffusée, puis commentées par les chroniqueurs de TPMP.

=> 2 minutes attribuées à Éric Zemmour.

2. Cas n° 2 : Les plateaux mixtes entre « politiques » et « non politiques »

Dans la mesure où le cadrage du thème centralise une personnalité politique et que l'invité non politique ne fait que réagir aux propos de son contradicteur sans chercher à se positionner lui-même politiquement ou exprimer un soutien politique à un candidat, toute la séquence est jugée profitable à la personnalité politique centrée par le cadrage.

Exemple : TPMP du 26 novembre 2021 (rubrique « Le Gros Doss »)

Thème « Le magazine *Closer* a-t-il bien fait de révéler l'info sur la grossesse de la conseillère d'Éric Zemmour ? »



Invités : Stanislas RIGAUT, président de « Générations Z » ; Benjamin DARGENT, rédacteur en chef du magazine *Closer*

Séquence politique : Ensemble de la séquence (26mn)

Principe du comptage : Le temps de parole de S. Rigault est attribué à Zemmour ; celui de Dargent et des chroniqueurs est également attribué à Zemmour car pas d'opposition politique et cadrage favorable à Zemmour

=> Rigault : 14mn attribuées à Zemmour

=> Dargent : 12mn attribuées à Zemmour

3. Cas n° 3 : Les plateaux d'invités politiques multiples

Pour les plateaux réunissent plusieurs invités politiques, le principe est alors d'attribuer à chaque participant un temps de parole et de ne pas forcément compter celui des chroniqueurs (qui interviennent de fait moins lorsque les invités sont nombreux).

Exemple : TPMP du 12 octobre 2021 (rubrique « Le Gros Doss »)

Thème : « Agressions à répétition : les banlieues sont-elles devenues incontrôlables ? »



Invités : Alexandre LANGLOIS, candidat citoyen à la présidentielle ; Aurélien TACHÉ, député Les Nouveaux démocrates ; Nicolas DUPONT-AIGNAN, président Debout la France, candidat ; Juliette BRIENS, influenceuse patriote (pro-Zemmour)

Séquence politique : Ensemble de la séquence

Comptage :

=> Langlois : 4mn attribuées à « Autre candidat »

=> Taché : 2mn attribuées « autre politique »

=> Dupont-Aignan : 6mn attribuées à « Dupont-Aignan »

=> Briens : 3mn attribuées à « Zemmour »

4. Cas n° 4 : Les plateaux politiques dont le positionnement est mal identifiable

Certains invités ont un profil politique mal identifiable, soit parce qu'ils s'évertuent à ne pas expliciter leur positionnement, soit parce que la production n'explicite pas elle-même leur statut. C'est la configuration la plus rare mais également celle dont la grille d'analyse est la plus compliquée à définir et appliquer. Il faut arriver à restituer ce que produit le dispositif (le temps consacré au sujet) mais en tenant compte de la façon dont les publics sont informés de ce qui est présenté et par qui. Le rôle des chroniqueurs peut s'avérer crucial dans le rôle de « décodeurs » des profils politiques.

Exemple : TPMP du 22 novembre 2021 (rubrique « Le Doss du jour »)

Thème 1 : « Un journaliste explique avoir été séquestré et agressé par Yassine Belattar : il témoigne »
Thème 2 : « Accusé d'avoir séquestré et agressé un journaliste, Yassine Belattar lui répond dans TPMP »



Invités (ils se succèdent, pour des raisons judiciaires)

Plateau 1 : J. FLORENTIN, journaliste du *Livre Noir*

Plateau 2 : Y. BALATTAR, humoriste [candidat déclaré anti-Zemmour]

Séquence politique et Principe de comptage :

Le comptage aurait pu s'appliquer au regard du temps de parole des 2 invités successifs : Florentin 28 mn ; Belattar 12 mn

MAIS Florentin n'est pas identifié comme acteur politique avant l'intervention des chroniqueurs Guillaume Genton et Benjamin Castaldi à la 19^e minute, qui l'associent à l'extrême droite et à Éric Zemmour. DONC son temps de parole, qui consiste à démontrer que Belattar est un acteur politique, est attribué à Belattar jusqu'à la 19^e minute.

INVERSEMENT, à partir des interventions de Genton/Castaldi, Florentin est lui-même identifié comme un acteur politique pour le reste de son plateau (9mn) ; le plateau suivant avec Belattar (12mn), qui dénonce une opération politique par un site proche d'Éric Zemmour, poursuit ce cadrage.

Comptage

=> Belattar : 19mn attribuées à « autre candidat » (début de l'interview de Florentin)

=> Zemmour : 21mn attribuées à « Zemmour » (les 9 dernières minutes de l'interview de Florentin désormais identifié comme pro-Zemmour par le public après le « décodage » des 2 chroniqueurs + 12mn Belattar)