



HAL
open science

L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. 2. La campagne (janvier-avril 2022)

Claire Sécaïl

► To cite this version:

Claire Sécaïl. L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. 2. La campagne (janvier-avril 2022). Cerlis, Université de Paris. 2022. hal-03884438

HAL Id: hal-03884438

<https://hal.science/hal-03884438v1>

Submitted on 5 Dec 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna.

2. La campagne (1^{er} janvier – 22 avril 2022)

Résultats – V.1.0 – 9 novembre 2022

Claire Sécaïl, chargée de recherche CNRS

Université Paris Cité - Université Sorbonne Nouvelle
CNRS, CERLIS, F-75006 Paris, France
claire.secaïl@u-paris.fr

Ce *working paper* est le deuxième volet de notre étude sur la médiatisation de l'élection présidentielle vue par Cyril Hanouna. Le premier volet, publié le 26 janvier 2022, est téléchargeable : « [L'élection présidentielle 2022 vue par Cyril Hanouna. 1. La pré-campagne \(septembre-décembre 2021\)](#) »

PRINCIPAUX RESULTATS

- L'analyse quantitative et qualitative des contenus politiques du programme *Touche pas à mon poste* (C8) de janvier à avril 2022 montre un fort déséquilibre de traitement persistant entre les candidats de l'élection présidentielle 2022 (dans le sillage de ce que nous avons observé durant la pré-campagne) ;
- De janvier à avril 2022, l'analyse quantitative des temps d'antenne/parole montre que l'émission a largement favorisé les candidats d'extrême droite et toujours en particulier Éric Zemmour ;
- Comme durant la pré-campagne, *TPMP* a maintenu une vision bipolarisée de la compétition électorale entre Éric Zemmour et Emmanuel Macron. Les candidats de droite (LR), de gauche (PS, PCF) et écologistes ont été invisibilisés quantitativement et parfois disqualifiés qualitativement. Si le RN est quantitativement resté derrière Éric Zemmour, il a gagné qualitativement en normalisation ;
- Le cadre de régulation du pluralisme pendant la campagne électorale n'a eu quasiment aucun effet correcteur sur les disparités observées dans *TPMP*, quelle que soit la période concernée (équité, équité renforcée, égalité) ;
- La médiatisation du premier volet de notre étude coïncide avec certains effets qualitatifs sur le mode de traitement du candidat Éric Zemmour (moindre registre de victimisation, léger renforcement du contradictoire de plateau) ;
- Si le diffuseur a absorbé et lissé les fortes disparités entretenues par *TPMP* sur son créneau horaire, C8 a fait preuve d'une insincérité manifeste en ne respectant pas le critère des « conditions de programmation comparables », en particulier pendant la période d'égalité ;
- Notre mesure d'un « effet réel de l'exposition médiatique » montre que Jean-Luc Mélenchon (LFI) a fait l'objet d'un traitement particulièrement désavantageux par C8 durant la période d'égalité ;
- Nous constatons que les modalités d'application actuelles du pluralisme – en particulier le découpage à partir de la période d'équité renforcée en quatre tranches horaire uniformes pour tous les diffuseurs pour respecter la notion essentielle de « conditions de programmation comparable » – ne permettent pas de repérer et de corriger l'insincérité des diffuseurs. Il faudrait pour cela mieux tenir compte de la structuration d'audiences des chaînes ;
- À la vue de ces résultats, nous souhaiterions mieux comprendre les modalités concrètes de contrôle du pluralisme par l'Arcom en période électorale : combien de carottages de contrôle ? Quels diffuseurs ? etc.

Remerciements

Le travail présenté dans ce *working paper* s'est nourri des échanges avec mes collègues du groupe de recherche Média Élections, du laboratoire Cerlis et de l'INA, en particulier Pierre Lefébure, Alexandre Borrell, Anne Jadot, Émilie Roche et Nicolas Hervé. Je les en remercie. Je remercie aussi les journalistes qui m'ont aidé à collecter certaines données.

TABLE DES MATIERES

Introduction : rappel des objectifs de recherche et méthodologie	3
1. Résultats de l'étude quantitative	5
1.1. Effets du cadre réglementaire et de l'actualité sur la part des sujets politiques dans <i>TPMP</i>	5
1.2. Les temps d'antenne dans <i>TPMP</i>	5
1.2.1. Période d'équité (1 ^{er} janvier – 7 mars 2022).....	6
1.2.2. Période d'équité renforcée (8 au 27 mars 2022)	7
1.2.3. Période d'égalité (28 mars – 8 avril 2022).....	8
1.3. Observation contrastée de <i>TPMP</i> avec les données diffuseur transmises par C8 à l'Arcom.....	9
1.3.1. Période d'équité (1 ^{er} janvier – 7 mars 2022).....	10
1.3.2. Période d'équité renforcée (8 au 27 mars 2022)	11
1.3.3. Période d'égalité (28 mars – 8 avril 2022).....	12
1.4. Un pluralisme dévoyé : effet réel de l'exposition médiatique en période d'égalité.....	14
1.4.1. Le lissage des temps d'antenne sur la tranche de soirée (1) : <i>Le 6 à 7</i>	14
1.4.2. Le lissage des temps d'antenne sur la tranche de soirée (2) : <i>le Zapping politique</i>	15
1.4.3. Mesure de l'exposition médiatique réelle des candidats.....	16
2. Résultats de l'étude qualitative.....	20
2.1. Les candidats : des registres narratifs différenciés.....	20
2.1.1. La victimisation.....	21
2.1.2. La performance	27
2.1.3. La scandalisation	33
2.1.4. La normalisation.....	37
2.1.5. Le dénigrement	41
2.1.6. L'invisibilisation	45
2.1.7. Le grotesque.....	45
2.1.8. Conclusion	48
2.2. Le traitement des enjeux de campagne et des événements d'actualité	49
2.2.1. Les principales préoccupations des Français : la cécité de <i>TPMP</i>	49
2.2.2. La lutte contre le réchauffement climatique : dépolitisation d'un enjeu invisible.....	53
2.2.3. Les procès des attentats du 13 Novembre : l'impossible respect des victimes	58
CONCLUSION	63
ANNEXE I - Méthodologie du comptage des temps de parole / d'antenne.....	66
ANNEXE II - Profil des principaux chroniqueurs de <i>TPMP</i> et taux de présence	68
ANNEXE III - Part d'audience de la deuxième partie de <i>TPMP</i> (20h50-21h15) de 09/2021 à 04/2022 (%).....	69
ANNEXE IV - Les modes relationnels de Cyril Hanouna	70

Introduction : rappel des objectifs de recherche et méthodologie

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) et l'émission ponctuelle préparée 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 France 4 et diffusée en deuxième partie de soirée, *Touche pas à mon poste* est à l'origine un *talk-show* hebdomadaire qui réunit 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. Depuis 2018 et la crise des Gilets jaunes, l'émission a évolué en élargissant le champ thématique de ses plateaux et en traitant davantage de sujets de société et de sujets politiques (Fig. 1).

Figure 1 - Caractéristiques du dispositif de TPMP



- Émission de plateau 19h15-21h15
- Présence du public
- Plateau d'une dizaine de chroniqueurs
- Présence d'invité.e.s
- Séquençement : enchaînement de rubriques variées (actualité média, promo d'artistes, sujets de société, sujets politiques)
- Audiences : moyenne 1,5 million de téléspectateurs / 6,5 pda

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 ?
- **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 ?
- **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...).

¹ Créé en 2007 par l'ancien Laboratoire Communication et Politique (CNRS), ce groupe de travail réunit des 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.

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). Nous avons découpé cette période en deux : **la pré-campagne, de septembre à décembre** (sur laquelle porte le premier volet déjà publié de notre étude) et **la campagne, du 1^{er} janvier au 22 avril**, sur laquelle nous nous concentrons dans ce deuxième volet.

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*. 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 (un peu différente de celle de l'autorité de régulation car nous nous plaçons dans un horizon de réception en ne retenant que les critères pertinents du point de vue de l'expérience téléspectatorielle).

Analyse qualitative

L'analyse qualitative consiste à relever les verbatims de toutes les séquences politiques pertinentes afin de pouvoir repérer le traitement des candidats, des thèmes et des événements de campagnes et les modalités d'échanges (registres de discours, cadrage des sujets, interactions en plateaux, etc.).

Ce corpus représente **au total plus de 330 heures de programmes** (320 heures de *TPMP* et une dizaine d'heure de *Face à Baba*).

1. Résultats de l'étude quantitative

1.1. Effets du cadre réglementaire et de l'actualité sur la part des sujets politiques dans TPMP

Pendant la pré-campagne, les sujets politiques occupaient en moyenne 17 % de *Touche pas à mon poste*, soit environ 1h30 d'actualité politique – principalement électorale – sur les 10 heures hebdomadaires qu'offre ce programme sur la tranche stratégique d'avant-soirée (19h15-21h15). C'est davantage que la durée des principaux magazines politiques hebdomadaires de certaines chaînes ou stations (*C politique* sur France 5, *Dimanche en politique* sur France 3, *BFM Politique* sur BFM TV, *Le Grand Jury* de RTL-Le Figaro-LCI, *Questions politiques* sur France inter-Le Monde-France TV). Cela n'a donc rien de négligeable pour une petite chaîne de la TNT dédiée au divertissement et à la fiction.

La place des sujets politiques dans TPMP retombe à 11,4 % au début de la campagne pendant la période d'équité (Fig. 2). L'installation de l'émission politique *Face à Baba*³, qui absorbe une grande partie des efforts fournis par C8 pour couvrir la campagne présidentielle tout en auto-alimentant TPMP en récit promotionnel ou auto-référentiel (« retour sur », « coulisses de »...), est une première explication de ce reflux tendanciel. Mais la guerre en Ukraine, qui domine l'actualité des médias à partir du 24 février, contribue également à réduire la place consacrée à l'actualité strictement électorale, TPMP consacrant quotidiennement pendant les quinze premiers jours de la guerre des plateaux à cet événement décliné selon plusieurs enjeux (sécuritaire, militaire, économique et humanitaire).

Fig. 2 – Part moyenne des sujets politiques dans TPMP du 30 août 2021 au 8 avril 2022

PRÉ-CAMPAGNE 16 semaines	ÉQUITÉ 9 semaines	ÉQUITÉ RENFORCÉE 3 semaines	ÉGALITÉ 2 sem.	ÉGALITÉ 2 sem.
17 %	11,4 %	17,8 %	6,5 %	48,8 %
HORS PÉRIODE ÉLECTORALE	PÉRIODE ÉLECTORALE 1er TOUR			2e T.

La période d'équité renforcée (8 au 28 mars), est marquée par un retour des sujets politiques dans une proportion équivalente à la période de pré-campagne (17,8 %). En revanche, la période d'égalité, qui oblige les diffuseurs à respecter une égalité stricte des temps de parole et d'antenne entre les différents candidats, marque un fort recul (6,5 %) des sujets politiques dans le *talk-show*. Nous y reviendrons. Les sujets politiques atteignent un niveau record dans l'entre-deux-tours en occupant quasiment la moitié du volume horaire de TPMP (il est en effet plus facile d'appliquer les règles du pluralisme en période d'égalité lorsqu'il ne reste plus que deux finalistes).

1.2. Les temps d'antenne dans TPMP

Depuis la rentrée 2021, alors que le débat électoral s'élargit aux candidats progressivement désignés par le biais d'une cooptation ou d'un processus de primaire interne au sein de leur famille politique, TPMP installe au contraire précocement, dès septembre 2021, une vision réductrice de l'offre électorale et renforce une bipolarisation du débat qui favorise l'expression de l'extrême droite (majoritaire avec 53 % des sujets politiques) face à celle de la majorité présidentielle (22,5 %). La compétition électorale mise en récit par TPMP se résume largement à un duel entre deux « non-candidats » : Emmanuel

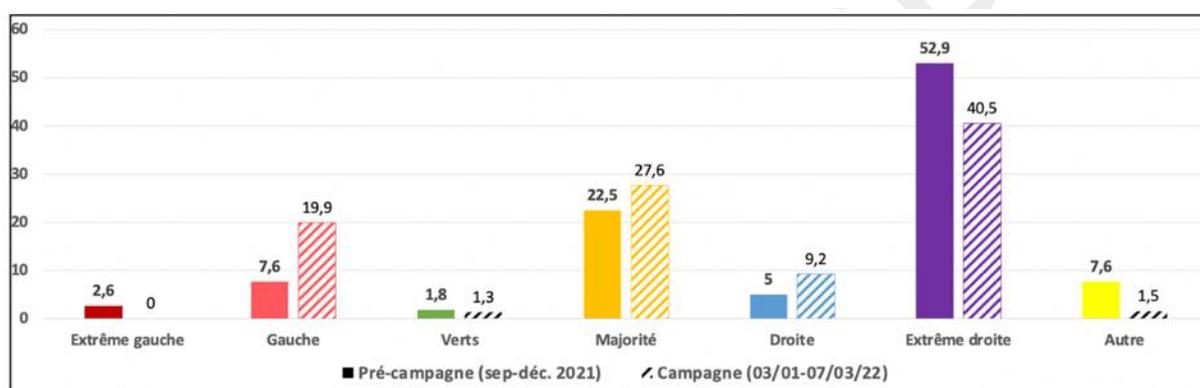
³ Après le *Face à Baba* avec Éric Zemmour diffusé le 16 décembre 2021, trois autres *Face à Baba* sont programmés pendant la campagne : Jean-Luc Mélenchon le 27 janvier 2022 (avec de nouveau Éric Zemmour en principal contradicteur) ; Marine Le Pen le 16 mars 2022 (autres invités politiques : Yannick Jadot, Marlène Schiappa, Jean Messiha) ; Valérie Pécresse le 23 mars (autres invités politiques : Fabien Roussel, Marion Maréchal, Adrien Quatennens).

Macron, qui cherche à profiter de son statut de Président pour retarder son entrée en campagne le plus longtemps possible et Éric Zemmour, qui capte au sein de l'extrême droite 6,5 fois plus de temps d'antenne que Marine Le Pen (45 % pour le premier contre 7 % pour la seconde).

1.2.1. Période d'équité (1^{er} janvier – 7 mars 2022)

L'entrée en campagne à partir du 1^{er} janvier atténue légèrement la forte bipolarisation entre l'extrême droite et la majorité présidentielle (voir Fig. 3). Durant la première période d'équité non renforcée, on voit en effet l'extrême droite refluer (-12,4 points) et la majorité présidentielle augmenter (+5,1 points), réduisant l'écart entre ces deux familles politiques à 12,9 points (contre 30,4 points pendant la pré-campagne).

Fig. 3 – Temps d'antenne par famille politique dans TPMP en période d'équité (01/01 au 07/03) - % du volume horaire des sujets politiques



À gauche, Jean-Luc Mélenchon est le principal bénéficiaire d'un gain de visibilité (+8 points entre la pré-campagne et le début de la campagne pour le candidat LFI ; +2 points pour Anne Hidalgo et Fabien Roussel) en raison de sa participation à *Face à Baba* le 27 janvier, qui alimente plusieurs plateaux de TPMP le jour même et le lendemain (le candidat LFI est cependant contraint de partager une nouvelle fois l'affiche avec Éric Zemmour, lequel n'était pourtant prévu que comme un simple contradicteur⁴). La percée de Valérie Pécresse à droite (+4,2 points) est à double tranchant. Si les chroniqueurs de TPMP saluent le discours de la candidate LR face à Jean-Jacques Bourdin, visé par des accusations d'agression sexuelle, en préambule de l'émission *La France dans les yeux* (BFMTV) diffusée le 18 janvier⁵, ils ne sont pas tendres un mois plus tard lorsque *Libération* révèle la façon dont la primaire Les Républicains a été « entachée de manœuvres frauduleuses visant à gonfler le corps électoral », notamment grâce à « des adhérents morts, fictifs ou fantoches », dont un chien⁶. « Monsieur, comment voulez-vous qu'on fasse confiance à la politique ? », assène Matthieu Delorme au porte-parole de la candidate Othman Nasrou, moins à l'aise pour attaquer l'enquête de *Libération* que pour défendre le discours féministe de sa candidate un mois plus tôt⁷. Toutefois, afin de pouvoir ajouter ces onze minutes de temps de parole/antenne au crédit de la candidate, Cyril Hanouna joue une carte ironique mais conciliante : « Othman il est toujours clair dans ses explications et il va nous expliquer pourquoi un chien a voté ! », « Vous êtes en mesure de nous dire, Othman, qu'une personne décédée ne peut pas voter ? », « Est-ce qu'il y a une possibilité que le vote soit jugé caduc ? ». « Non, pas du tout », tranche Othman Nasrou

⁴ « Retour sur l'incident entre Alexis Corbière et Stanislas Rigault lors de la première de Face à Baba » / « Jean-Luc Mélenchon face à Éric Zemmour : qui a le plus de chance de devenir président » (TPMP, 27/01/2022) ; « Jean-Luc Mélenchon vous a-t-il convaincu hier dans Face à Baba ? » / « Comprenez-vous ceux qui accusent Jean-Luc Mélenchon d'être « anti-flic » ? » (TPMP, 28/01/2022).

⁵ « Valérie Pécresse a-t-elle eu raison de prendre à partie Jean-Jacques Bourdin ? », TPMP, C8, 19/01/2022.

⁶ « Adhérents morts, fictifs ou fantoches : Pécresse victorieuse d'une élection bidon », *Libération*, 23/02/2022.

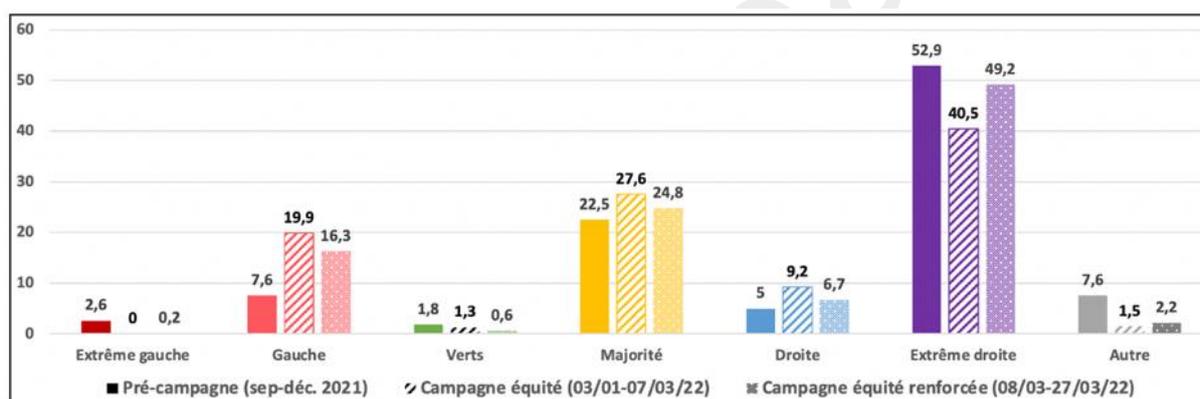
⁷ « Un chien, des morts... La Primaire a-t-elle (vraiment) été truquée ? », TPMP, C8, 23/02/2022.

pour clore cette communication de crise dont Valérie Pécresse se serait bien passée après son meeting raté du 13 février au Zénith de Paris. Les écologistes, déjà très marginalisés pendant la pré-campagne, s’effacent encore (-0,5 points).

1.2.2. Période d’équité renforcée (8 au 27 mars 2022)

La période d’équité renforcée, qui s’ouvre avec la publication au *Journal Officiel* de la liste des douze candidats validés par le Conseil Constitutionnel, oblige les diffuseurs à respecter une répartition équitable des temps de paroles et d’antenne sur des créneaux horaires plus resserrés⁸, afin de respecter la notion de « conditions de programmation comparables ». Cet ajustement du cadre réglementaire n’a pourtant aucun effet correctif sur les fortes disparités observées dans le programme phare de C8, la chaîne se bornant simplement à absorber les iniquités de traitement persistantes des candidats par *TPMP* au sein d’une tranche horaire désormais plus réduite (en l’occurrence le créneau allant de 18 heures à minuit). Durant la période d’équité renforcée, *TPMP* renoue ainsi quasiment avec la configuration de la pré-campagne : une extrême droite en hausse et quasi majoritaire, un léger recul de la majorité, de la gauche et de la droite (voir Fig. 4).

Fig. 4 – Temps d’antenne par famille politique dans *TPMP* en période d’équité renforcée (08-27/03/2022) - % du volume horaire des sujets politiques



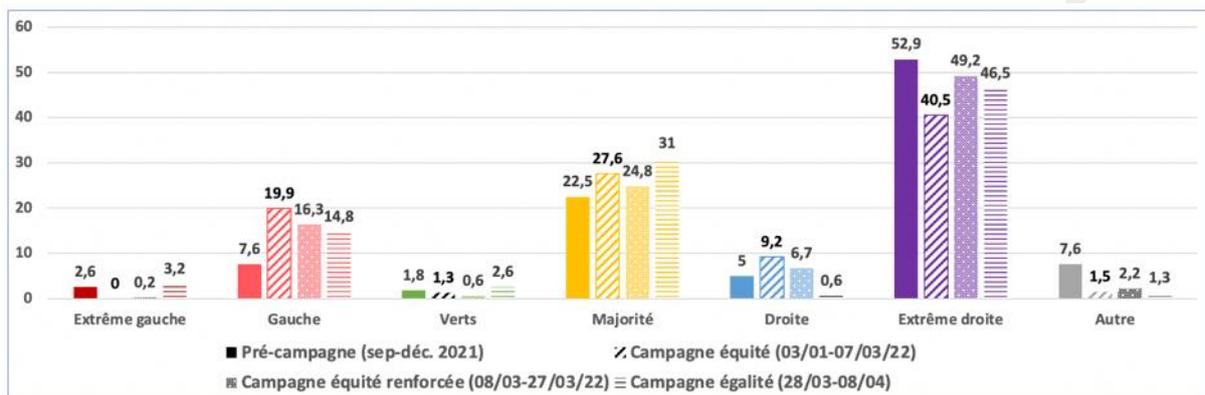
La hausse de l’extrême droite (+8,7 points) profite essentiellement à Éric Zemmour, qui, comme pendant la pré-campagne, continue à capter l’attention par la stratégie de scandalisation et de victimisation (même si, nous le verrons plus loin, la victimisation en tant que registre narratif montre qualitativement ses limites à partir du mois de février). Le 14 mars, Antoine Diers et le journaliste de CNews Gauthier Le Bret reviennent pendant 23 minutes sur l’œuf lancé contre le candidat Reconquête lors de sa visite à Moissac (« Jet d’un œuf sur Éric Zemmour : comprenez-vous ceux qui veulent faire condamner l’auteur ? ») ; le 21 mars, Stanislas Rigault récupère le rôle du zemmourien victime de harcèlement physique et jusqu’alors occupé par le militant Tanguy David (« Stanislas Rigault, porte-parole de "Reconquête" a été agressé dans la rue après son passage dans *TPMP* : il sort du silence », plateau de 23 minutes) ; enfin, le 25 mars, les chroniqueurs commentent l’émission chahutée de Jean-Marc Morandini qui accompagnait Éric Zemmour en visite dans un quartier touché par les conséquences de l’installation d’un camp de fortune pour des personnes toxicomanes au nord de Paris (« Projectiles, interpellations... Émission mouvementée ce matin sur CNews avec Éric Zemmour ! », plateau de 11 minutes). Contrairement à Jean-Luc Mélenchon fin janvier, l’effet du *Face à Baba* avec Marine Le Pen (16 mars) sur les contenus de *TPMP* n’a pas permis à la candidate du RN de rattraper son retard sur son concurrent direct au sein de l’extrême droite.

⁸ Les quatre créneaux retenus par l’Arcom : 0h-6h ; 6h-9h ; 9h-18h ; 18h-0h.

1.2.3. Période d'égalité (28 mars – 8 avril 2022)

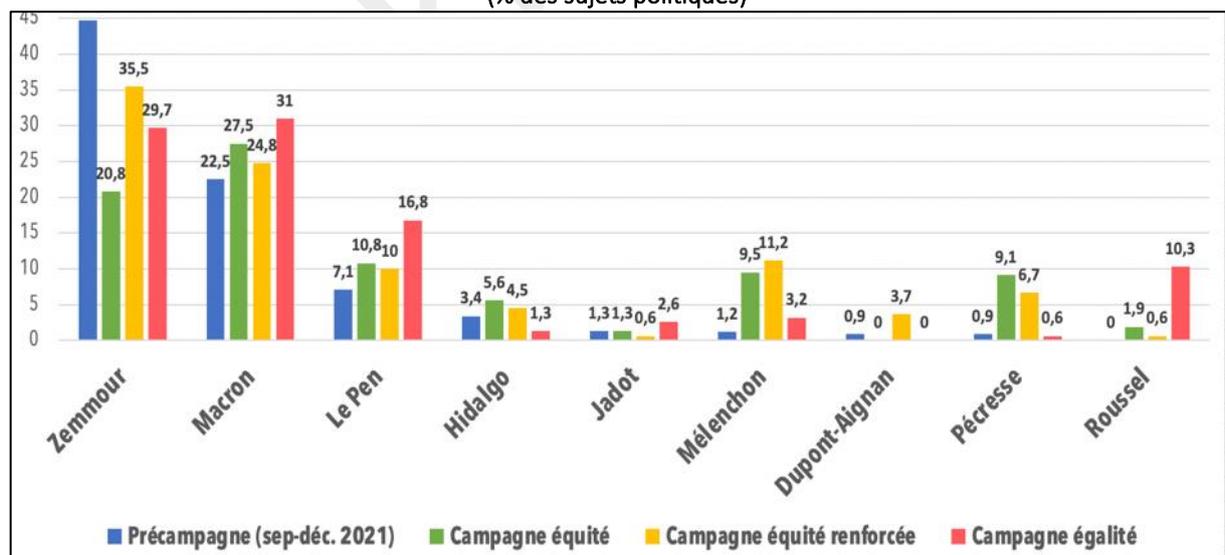
On aurait pu penser que la dernière période de campagne avant le premier tour de stricte égalité des temps de parole et temps d'antenne entre les candidats allait pouvoir corriger les disparités observées des deux périodes d'équité dans le talk-show *TPMP*. Il n'en est rien : au contraire, la domination de l'extrême droite et la bipolarisation persistante extrême droite / majorité est d'autant plus forte que les familles politiques de gauche et de droite ont encore continué à refluer durant les quinze derniers jours qui constituent la période de « campagne officielle » de premier tour (voir Fig. 5).

Fig. 5 – Temps d'antenne par famille politique dans *TPMP* en période d'égalité (28/03 au 08/04/2022) - % du volume horaire des sujets politiques



Rapporté aux candidats (Fig. 6), on mesure la bipolarisation structurelle et durable installée précocement entre Emmanuel Macron et Éric Zemmour, chacun occupant alternativement la première place selon les périodes : à Emmanuel Macron les périodes d'équité et d'égalité, à Éric Zemmour la pré-campagne et la période d'équité renforcée.

Fig. 6 – Récapitulatif des temps consacrés aux principaux candidats dans *TPMP* sur les 3 périodes de campagne (% des sujets politiques)



Il s'agissait d'une de nos hypothèses au commencement de cette recherche : au terme de l'analyse quantitative sur le programme phare de la chaîne C8, il apparaît clairement que le cadre de régulation organisé de manière progressive selon un principe d'équité puis d'égalité n'a eu aucun effet véritable d'un point de vue quantitatif à l'échelle du programme. Si certaines fluctuations d'une sous-période à

l'autre s'expliquent par des faits d'actualités (ex. Guerre russe en Ukraine) ou médiatiques (ex. programmation de l'émission politique *Face à Baba*), les inégalités quantitatives de traitement observées pendant la campagne entre les différentes familles politiques sont globalement les mêmes que celles repérées durant la pré-campagne. Autrement dit, aucune période (pré-campagne, équité, équité renforcée, égalité) ne donne lieu à un traitement conforme aux règles du pluralisme politique telles qu'elles valent plus largement à l'échelle de la programmation du diffuseur (seule échelle valable pour l'Arcom).

1.3. Observation contrastée de TPMP avec les données diffuseur transmises par C8 à l'Arcom

Il convient à présent d'analyser cette périodisation de la campagne électorale à l'échelle, cette fois, des candidats et non des familles politiques, afin de pouvoir rapprocher les données de notre enquête sur TPMP avec les données que le diffuseur C8 communique à l'Arcom au titre de l'application des règles du pluralisme politique en période électorale.

Méthodologie et ancrage théorique. On rappellera au préalable que nos données ne sont pas constituées dans le même objectif ni avec la même méthodologie que les données exigées par le régulateur aux diffuseurs. Si notre analyse de contenu ne prétend pas être une étude de réception, elle n'en oublie pas pour autant l'horizon d'attente des publics en étant guidée par une question de recherche : quelle perception du rapport de force électoral et du pluralisme politique peuvent se faire les téléspectateurs de ce programme d'info-divertissement ? Pour y répondre, nous avons choisi de retenir les critères pertinents dans une logique de réception et d'employer une stratégie d'enquête capable de mesurer « un pluralisme de l'exposition médiatique ». L'autorité de régulation, pour sa part, cherche d'abord à réguler « un pluralisme des prises de parole » en adoptant une approche plus mécaniste et moins ancrée dans l'expérience téléspectatorielle : ainsi, l'examen des données sur l'ensemble d'une grille (ou de longues tranches horaires) ne correspond pas à la façon dont les publics sélectionnent et regardent des programmes spécifiques ; la distinction entre temps de parole et temps d'antenne s'avère également trop technique et n'a pas de pertinence aux yeux des publics.

Différences méthodologiques TPMP / ARCOM

Étude TPMP	ARCOM (période électorale)
Données sur un seul programme de 2h (19h15-21h15)	Donnée diffuseur sur l'ensemble de la grille (C8)
Exposition médiatique (sans distinction temps de parole / temps d'antenne)	Distinction entre temps de parole / temps d'antenne
Étude quantitative : pas de distinction négatif / positif Étude qualitative : analyse des registres narratifs + / -	Parole favorable / neutre au candidat
Pluralisme de l'exposition médiatique	Pluralisme des prises de parole

Nous retenons au contraire les notions éprouvées de mise à l'agenda (*agenda setting*)⁹ et de cadrage (*framing*)¹⁰ pour analyser quantitativement et qualitativement les contenus du programme. Appliqués aux questions politiques et contextes électoraux, ces travaux partent du constat que les électeurs tirent des médias l'essentiel de leurs informations et, sans préjuger les effets réels, qu'ils s'informent en fonction de l'insistance avec laquelle ces médias parlent et rendent compte des sujets ou thèmes débattus pendant la campagne (*agenda setting*) ainsi que la façon dont ces sujets sont formulés et présentés sous un certain angle (*framing*).

⁹ Depuis notamment l'article fondateur de M. Mac Combs et D. Shaw, « The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, n° 36, 1972, p. 176-187.

¹⁰ Citons notamment S. Iyengar, « Framing responsibility for political issues : The case of poverty », *Political Behavior*, n° 12, 1990, p. 19-40 ; *Is anyone responsible ? How television frames political issues*, Chicago, University of Chicago Press, 1991.

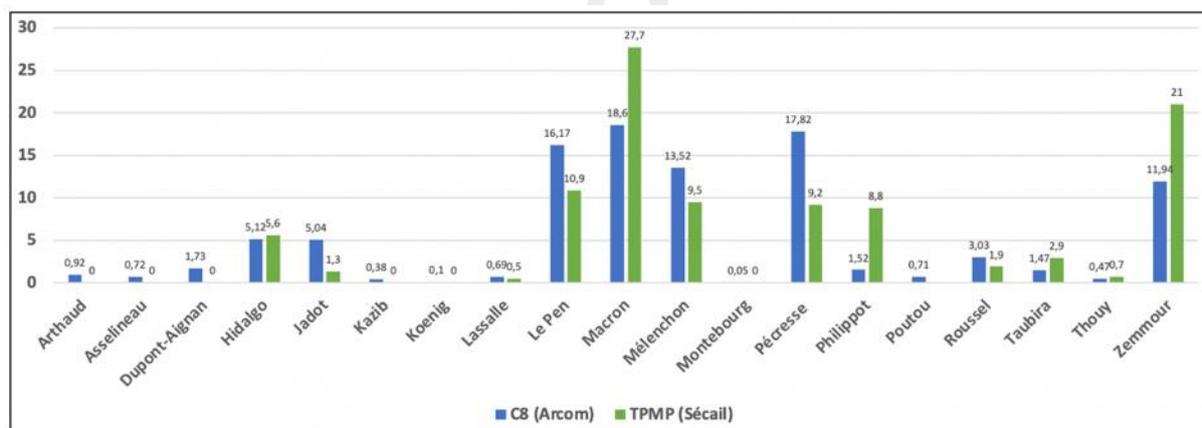
	ACTION DU MEDIA	EFFET POTENTIEL SUR LES PUBLICS
MISE À L'AGENDA [agenda setting]	Un média couvre davantage un sujet...	...ce qui peut conduire les téléspectateurs à considérer ce sujet comme plus important ; ce qui peut, en retour, contribuer à justifier l'attention particulière prêtée à ce sujet
CADRAGE [framing]	Un média formule une question en mettant l'accent sur un aspect jugé pertinent pour l'évaluation...	... ce qui peut conduire les téléspectateurs à penser à la question d'une manière différente, en fonction de ces aspects saillants.

Au-delà des différences d'objectifs et de méthodes, rapprocher les deux types de données diffuseur/programme permet, d'une part, de souligner le décalage entre la perception d'un pluralisme institutionnel et celle d'un pluralisme expérientiel (c'est-à-dire perçu à l'échelle du téléspectateur) et d'apprécier, d'autre part, la façon dont le diffuseur respecte non pas la loi mais l'esprit de la loi. En d'autres termes, l'approche contrastée met en lumière un enjeu de sincérité du diffuseur qui, dans sa pratique des règles de respect du pluralisme, cherche d'abord à répondre aux objectifs de la loi vis-à-vis de son public plutôt qu'à satisfaire ses propres intérêts.

1.3.1. Période d'équité (1^{er} janvier – 7 mars 2022)

Lorsqu'on juxtapose ces deux types de données pour la première période d'équité, on observe que la chaîne a absorbé et corrigé les importants déséquilibres maintenus sur le créneau d'avant-soirée de TPMP, qui est, rappelons-le, le carrefour d'audience de la chaîne (voir Fig. 7).

Fig. 7 – Temps d'antenne par candidat C8 / TPMP en période d'équité (%)



Sur la période d'équité, l'effet de bipolarisation nettement repérable dans la part des sujets politiques de TPMP (en vert) disparaît dans les données de la chaîne C8 (bleu). Au cours de cette période, Emmanuel Macron devance Éric Zemmour aussi bien sur TPMP que sur C8 : sans doute la chaîne a-t-elle tenu compte de la mise en garde de l'Arcom formulée mi-janvier : lors de son assemblée plénière du 19 janvier, l'autorité de régulation a en effet « constaté sur C8 » pour le quatrième trimestre 2021 « la surexposition de Reconquête et a demandé aux responsables de la chaîne de veiller à une meilleure application du principe de pluralisme¹¹ ». Mais si le reflux est visible sur C8 (11,94 %), il l'est nettement moins, on l'a vu, sur TPMP (21 %). Quand TPMP survisibilise fortement Emmanuel Macron et Éric Zemmour, C8 compense en revanche les temps d'antenne de Valérie Pécresse, Marine Le Pen, Jean-Luc Mélenchon (effet mécanique de sa participation à *Face à Baba* le 27 janvier, le candidat LFI atteint un

¹¹ Décision de l'Arcom, *Examen des temps de paroles des personnalités politiques pour la période du quatrième trimestre 2021*, Assemblée plénière du 19 janvier 2022, publiée le 8 février 2022.

13,52 % qui vaudra à la chaîne une intervention de l'Arcom pour « surexposition¹² ») et, à une moindre échelle, Yannick Jadot et Fabien Roussel. À gauche, Anne Hidalgo et Christiane Taubira doivent leur légère surreprésentation dans *TPMP* au *bashing* dont elles font l'objet, carburant unique des plateaux qui leur sont consacrés par Cyril Hanouna. Nous y reviendrons.

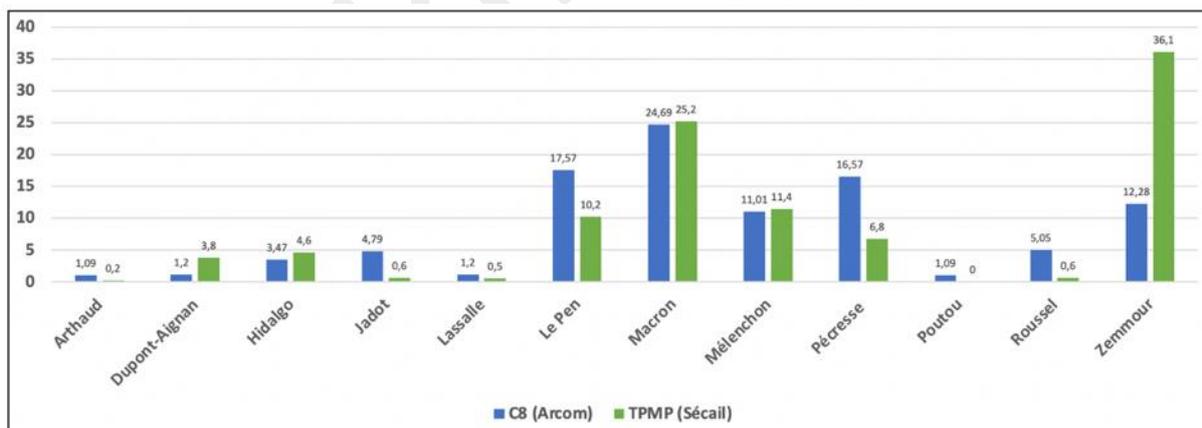
Le cas de Florian Philippot, également surreprésenté dans *TPMP* est différent : si le candidat des Patriotes est invité le 4 janvier pour évoquer la manifestation des anti-vaccins dont il est l'un des promoteurs, il ne reviendra plus dans le *talk-show* qu'après le retrait de sa candidature le 18 février 2022. Non comptabilisé par l'Arcom jusqu'à l'annonce de son soutien à Nicolas Dupont-Aignan (14 mars), *TPMP* continue de lui assurer une visibilité au moment de la guerre russe en Ukraine (« "Les Français ont bien plus à craindre de Macron que de Poutine" : Florian Philippot a-t-il été trop loin ? Il s'explique face à l'équipe ! », 25 février 2022, 21 minutes).

Une partie des disparités entre ces données tient, on l'a dit, à la différence des modes de calcul mais pas seulement : il y a bien eu insertion de programmes de rééquilibrage de la part de la chaîne notamment sous la forme d'un zapping politique nocturne pour compenser les temps de parole des candidat.e.s silencieux et/ou invisibilisés sur le principal créneau d'audience *TPMP* (et plus ponctuellement du seul *Face à Baba* diffusé pendant cette première période).

1.3.2. Période d'équité renforcée (8 au 27 mars 2022)

Pendant la période d'équité renforcée, la comparaison C8/*TPMP* devient plus pertinente puisque la chaîne doit équilibrer des temps d'antenne et de parole selon des découpages horaires plus resserrés, la règle de pluralisme obligeant les éditeurs à respecter la notion de « conditions de programmation comparables » entre les candidats. Les données C8 des graphes suivants sont donc celles de la tranche 18h-0h, qui intègre *TPMP* (voir Fig. 8).

Fig. 8 – Temps d'antenne par candidat C8 / *TPMP* en période d'équité renforcée (% , tranche 18h-0h)



On l'a vu, les trois semaines d'équité renforcée marquent un renforcement de la bipolarisation dans *TPM* (Éric Zemmour repassant devant Emmanuel Macron). En juxtaposant ici les données de C8 pour la tranche 18h-0h, on observe l'effet des *Face à Baba* avec Marine Le Pen (16 mars) et Valérie Pécresse (23 mars) sur l'équilibre global des temps d'antenne au cours de cette période. Les deux numéros de l'émission politique permettent notamment d'atténuer le temps d'antenne d'Éric Zemmour, pourtant ultra-dominant dans le *talk-show*. Yannick Jadot et Fabien Roussel, ayant été invités comme contradicteurs de Marine Le Pen et Valérie Pécresse dans les *Face à Baba* de ces deux candidates, voient

¹² « [L'Arcom] a constaté sur C8, la surexposition en temps de parole et d'antenne de Jean-Luc Mélenchon ». Décision de l'Arcom, *Respect du principe d'équité des temps de parole et d'antenne pour la période du 1^{er} janvier au 7 mars 2022 : interventions et mise en garde*, Assemblée plénière du 10 mars 2022, publiée le 31 mars 2022.

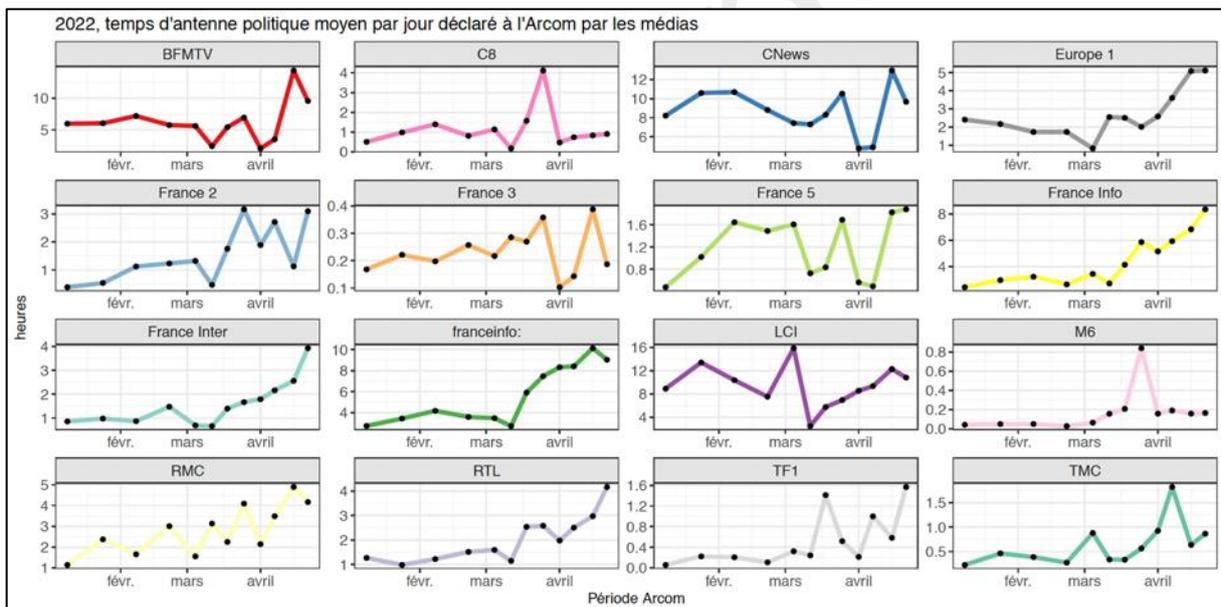
également leur temps d'antenne s'améliorer alors que *TPMP* continue de les invisibiliser complètement depuis la rentrée.

1.3.3. Période d'égalité (28 mars – 8 avril 2022)

Le plus spectaculaire reste toutefois la période d'égalité qui s'ouvre le 28 mars et s'achève le 8 avril. Cette dernière période de campagne avant le premier tour impose que les temps de parole et d'antenne des candidats et de leurs soutiens soient égaux dans les médias audiovisuels (principe défini et précisé par la [loi n°62-1292 du 6 novembre 1962 relative à l'élection du Président de la République au suffrage universel](#)).

Vécue comme une lourde contrainte par les diffuseurs, la période d'égalité est souvent critiquée par les journalistes. Ces derniers jugent nuisible l'application de ce principe qui aboutit, selon eux, à réduire systématiquement la part accordée au débat électoral dans les contenus à quelques jours du vote, c'est-à-dire au moment où l'électeur est particulièrement en demande d'informations pour trancher l'orientation de son vote. En réalité, il n'y a pas d'effet systémique de ce cadre sur l'ensemble des médias audiovisuels mais plutôt des stratégies éditoriales variables d'une chaîne à l'autre, comme le montre le graphe réalisé par Nicolas Hervé à partir de l'ensemble des données communiquées à l'Arcom pour les trois périodes de campagne (voir Fig. 9).

Fig. 9 – Temps d'antenne politique moyen / jour, 1^{er} janvier – 22 avril 2022 (données Arcom) (© Nicolas Hervé)



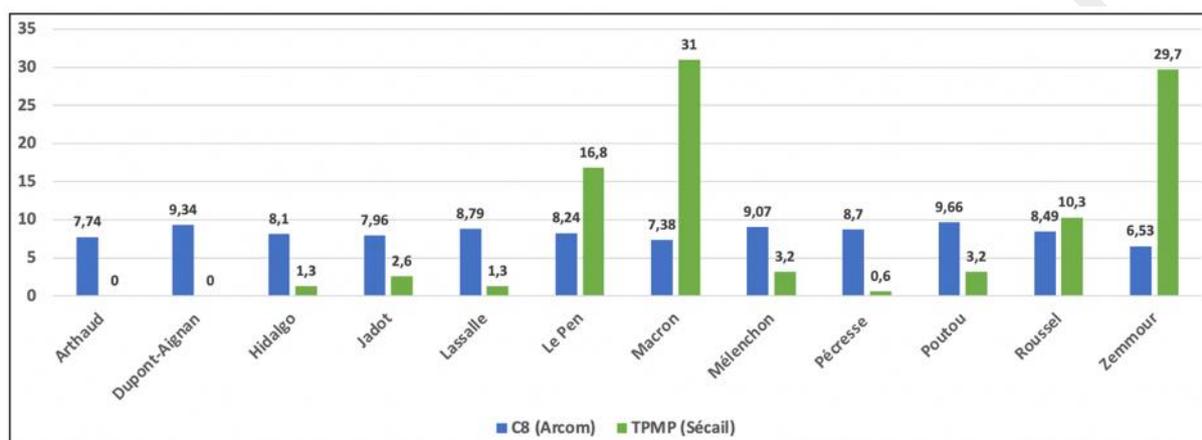
Si un nombre important de diffuseurs choisissent de diminuer drastiquement la place journalière moyenne de l'actualité électorale dans leurs programmes pendant la période d'égalité de la campagne de premier tour (TF1, France 3, France 5, M6, C8, BFMTV, CNews), d'autres choisissent au contraire d'augmenter la couverture de la campagne (TMC, LCI, France Info, franceinfo, France Inter, Europe 1) ou de conserver une part égale ou supérieure à celle observée lors de la période d'équité, renforcée ou non (RTL, RMC, France 2). La campagne de deuxième tour produit une nette augmentation de la place journalière accordée à l'actualité électorale dans les médias qui avaient diminué leur couverture de la campagne (sauf sur C8, M6 et TMC), la règle de stricte égalité étant plus facile à respecter avec deux candidats finalistes.

La chaîne C8 se situe indéniablement dans la première catégorie des diffuseurs ayant préféré réduire drastiquement la place de l'information électorale durant les deux dernières semaines de la campagne

de premier tour. Pour le cas de *TPMP*, on l'a vu, la part des sujets politiques est passée de 17,8 % à 6,5 % du *talk-show* (soit en moyenne 40 minutes par semaine au lieu d'1h47).

Statistiquement, la stricte égalité oblige les diffuseurs à attribuer à chacun des douze candidats un peu plus de 8 % du temps d'antenne et à respecter cet équilibre dans chacune des quatre tranches horaires de programmation. De ce point de vue, C8 a plutôt bien appliqué cette règle dans la tranche 18h-0h (voir Fig. 10). Pourtant, la chaîne a continué à absorber les fortes inégalités de traitement qui persistent dans le seul carrefour d'audience de cette tranche horaire, à savoir le créneau 19h15-21h15 de *TPMP*.

Fig. 10 – Temps d'antenne par candidat C8 / TPMP en période d'égalité (% , tranche 18h-0h)



Même si les volumes concernés sont plus faibles, la bipolarisation écrasante d'Éric Zemmour et Emmanuel Macron (qui occupent à eux deux près de 61 % des sujets politiques) aura dominé jusqu'au bout le traitement de la campagne présidentielle par *TPMP*. Mais ce différentiel de traitement en période d'égalité est d'autant plus anormal qu'il se joue en contradiction avec la dynamique réelle des candidats dans les sondages d'intention de vote. Alors qu'Éric Zemmour se tasse nettement dans les enquêtes depuis le déclenchement de la guerre en Ukraine en perdant près de 5 points selon les instituts¹³, il reste dominant dans *TPMP*, faisant jeu égal avec le candidat-président. Inversement, alors que la dynamique de vote utile fait décoller Jean-Luc Mélenchon, qui gagne à l'inverse 5 points en moyenne sur la même période¹⁴, le leader de la France insoumise disparaît quasiment de l'émission, réduit au même niveau que Philippe Poutou (3,2 %). Pire, C'est durant cette période que l'un des principaux concurrents directs de Jean-Luc Mélenchon, Fabien Roussel, est invité pour la première fois dans *TPMP* : le 30 mars, deux semaines après sa performance face à Valérie Pécresse dans *Face à Baba*, le candidat du parti communiste est l'invité d'un Cyril Hanouna qui le flatte (Fig. 11) :

¹³ Pour Harris Interactive, Éric Zemmour passe de 15,5 % le 21 février à 9,5 % le 4 avril. Pour Ifop Fiducial, il passe de 15 % le 28 février à 10 % le 4 avril. Pour Opinion Way et Elabe, il passe de 14 % le 24 février à 9 % le 5 avril.

¹⁴ Pour Harris Interactive, Jean-Luc Mélenchon passe de 12 % le 21 février à 17 % le 4 avril. Pour Ifop Fiducial, il passe de 10,5 % le 28 février à 15,5 % le 4 avril. Pour Opinion Way, il passe de 11 % le 24 février à 15 % le 5 avril. Pour Elabe, il passe de 11 % le 22 février à 15,5 % le 5 avril.

Figure 11 – Fabien Roussel, invité de TPMP, 13 septembre 2021



Cyril Hanouna : « Fabien, je ne fais pas de politique mais, vous le savez, c'est vrai que je vous aime bien. [...] Je vous le dis franchement, pour moi vous êtes la révélation de cette élection. [...] Si j'étais le prochain président de la République, quel qu'il soit, je vous donnerais un ministère. [...] Je trouve que dans les sondages, vous êtes sous-estimé. »

Invisibiliser d'une part le principal candidat de gauche alors en pleine progression dans les sondages d'intention de vote et, d'autre part, mettre en avant son principal concurrent direct auprès de l'électorat de gauche à quelques jours du premier tour : la combinaison des deux phénomènes dessine une politisation stratégique de la ligne éditoriale de l'émission de divertissement à destination, en particulier, du jeune public mélenchoniste de Cyril Hanouna. Cette politisation reste pour autant imperceptible à travers les seules données diffuseur.

1.4. Un pluralisme dévoyé : effet réel de l'exposition médiatique en période d'égalité

Nous avons essayé de mesurer cette représentation dévoyée du pluralisme pendant la période d'égalité. Pour cela, nous avons dans un premier temps élargi l'étude de contenu à l'ensemble des programmes de la tranche 18h-0h de C8 du 28 mars au 8 avril, afin de repérer dans quels créneaux les autres candidats avaient été exposés.

1.4.1. Le lissage des temps d'antenne sur la tranche de soirée (1) : Le 6 à 7

Une première série de corrections des temps d'antenne de TPMP est réalisée dans la première demi-heure du créneau défini par l'Arcom, entre 18h et 18h30. Cette case est occupée par Le 6 à 7 que produit également Cyril Hanouna et qui, du lundi au jeudi¹⁵, vise à capter et accompagner les publics vers TPMP.

Fig. 12 – Évocation des candidats dans Le 6 à 7 entre le 28 mars et le 8 avril 2022



Du 28 mars au 8 avril, les chroniqueurs du 6 à 7 se plient bon gré mal gré à l'exercice de correction des temps d'antenne (Fig. 12) afin que leur employeur Cyril Hanouna puisse continuer à privilégier des candidats davantage prescripteurs d'audience et/ou conforme à la vision idéologique de Vincent Bolloré. Cachant parfois mal des fous rires, ils font des commentaires de convenance - anecdotiques et souvent autocentrés - pour produire du temps d'antenne tandis que la diffusion d'extraits de meetings ou d'interviews médias des candidats (un « top 10 ») permet d'obtenir à bon compte du temps de parole (cf. exemple de Yannick Jadot en Fig. 13).

¹⁵ Le vendredi, Le 6 à 7 cède la place à *Ouvert à tous*, présenté par Agathe Auproux.

Figure 13 – Le Top 10 de Yannick Jadot, *Le 6 à 7*, 31 mars 2022

Bernard Montiel : C'était très intéressant ce qu'il a dit. Vous êtes écolo, vous ?
Ludivine Retory : Je ne sais pas si je me définirais comme écolo mais j'ai des gestes écologes, comme le tri [...] des ordures.
BM : Moi, dans mon immeuble, je ne peux pas faire le tri !
LR : Ça, c'est pas normal !
BM : [...] Et vos chaussures en plastique, c'est écolo ?
LR : C'est du plastique recyclé ! [rires]
BM : Et vous ?
Jean-Pascal Lacoste : Je ne dirais peut-être pas écolo mais je fais attention. On met les papiers dans la poubelle. [...] Si chacun met déjà les choses dans la poubelle, ce sera déjà un grand pas !

Le 6 à 7 n'offre toutefois pas la même exposition médiatique que le *talk-show* de 19h15 : du 28 mars au 8 avril, les audiences des émissions ont en effet oscillé selon Médiamétrie entre 320 000 et 380 000 téléspectateurs, soit environ cinq fois moins que *TPMP*. Tous les candidats lésés par *TPMP* n'y ont d'ailleurs pas eu accès : si Jean Lassalle (28 mars), Nicolas Dupont-Aignan (29 mars), Philippe Poutou (30 mars), Yannick Jadot (31 mars), Nathalie Arthaud (4 avril), Valérie Pécresse (5 avril), Marine Le Pen (6 avril) et Anne Hidalgo (7 avril) ont eu leur douzaine de minutes de temps d'antenne/parole dans *Le 6 à 7*, Fabien Roussel et Jean-Luc Mélenchon n'ont eu aucune exposition sur ce créneau (mais on l'a vu, quand le candidat du parti communiste a pu profiter d'une invitation dans *TPMP*, celui de la France insoumise y était nettement invisibilisé).

La seule évocation substantielle de Jean-Luc Mélenchon dans *TPMP* est une brève séquence de deux minutes dans la rubrique « Ce qu'il ne fallait pas loucher » du 6 avril, durant laquelle Cyril Hanouna revient brièvement, sans donner la parole à ses chroniqueurs, sur le meeting hologramme du candidat de la France insoumise en montrant la prouesse technologique de ses apparitions et en diffusant un montage parodique pour illustrer le fait que « Mélenchon est partout ». On voit en effet le candidat en *Joséphine ange gardien*, dans une publicité pour un suppositoire et sous les traits d'un rappeur chantant au micro de Skyrock (Fig. 14). Et Cyril Hanouna de conclure cette brève séquence assez peu avantageuse pour le candidat insoumis : « C'était [le rappeur] Yanns, qu'on embrasse ! ». Ce plateau permettra néanmoins à Jean-Luc Mélenchon d'occuper 3,2 % des sujets politiques de *TPMP* durant la période d'égalité (Fig. 10).

Fig. 14 – « Que pensez-vous du meeting de Mélenchon en hologramme », *TPMP*, 6 avril 2022



1.4.2. Le lissage des temps d'antenne sur la tranche de soirée (2) : le Zapping politique

Si ce n'est donc pas dans *Le 6 à 7*, dans quel créneau Jean-Luc Mélenchon, dont le temps de parole et surtout le temps d'antenne sont très déficitaires, a-t-il été exposé pendant la période d'égalité ? Il faut attendre la veille de la fin de la campagne et une heure tardive pour entendre et voir le leader de la France insoumise sur C8, avec le reste des candidats dont les temps sont encore sous le quota. Le

programme est un zapping politique diffusé entre 23h16 et 23h47 (la limite du créneau 18h-0h) préparé par les journalistes politiques de CNews : si Florian Tardif a réalisé un montage composite d'environ 3 minutes sur Fabien Roussel, alliant extraits de meetings du candidat et commentaires du journaliste, Loïc Signor s'est chargé de Jean-Luc Mélenchon et remplit le temps d'antenne de platitudes (Fig. 15). Les deux montages de 3 minutes chacun sont même rediffusés plusieurs fois dans ce *Zap politique* afin d'atteindre le quota recherché pour chaque candidat. Plus marginalement, des propos de Jean Lassalle et Nicolas Dupont-Aignan sont intégrés pour corriger le temps de parole de ces deux candidats. Selon Médiamétrie, moins de 90 000 téléspectateurs ont regardé ce *Zapping politique*, soit quinze fois moins que *TPMP*.

Fig. 15 – L'exposition tardive et nocturne de J-L. Mélenchon dans le *Zap politique* (7 avril 2022, 23h16)



Loïc Signor : C'est la troisième fois que Jean-Luc Mélenchon se présente à l'élection présidentielle. Arrivé quatrième en 2017, à deux points seulement du second tour, le leader de la France insoumise espère cette fois parvenir à franchir ce cap pour ce qui sera, sans doute, sa dernière participation. Son programme, publié sous forme de livre qui s'appelle *L'Avenir en commun*, s'articule autour de cinq grands enjeux qu'il juge majeur : vivre libre et citoyen, s'adapter au système de la nature, unir pour bien vivre, humaniser les personnes et la société et enfin, ordonner le monde.

Si la chaîne C8 a œuvré pour présenter des données statistiques conformes sur le papier aux règles de la période d'égalité, elle est loin d'avoir respecté un pluralisme expérientiel pour le public et un pluralisme réel pour les candidats en évitant que certains d'entre eux ne soient exposés à des horaires désavantageux en termes d'audience.

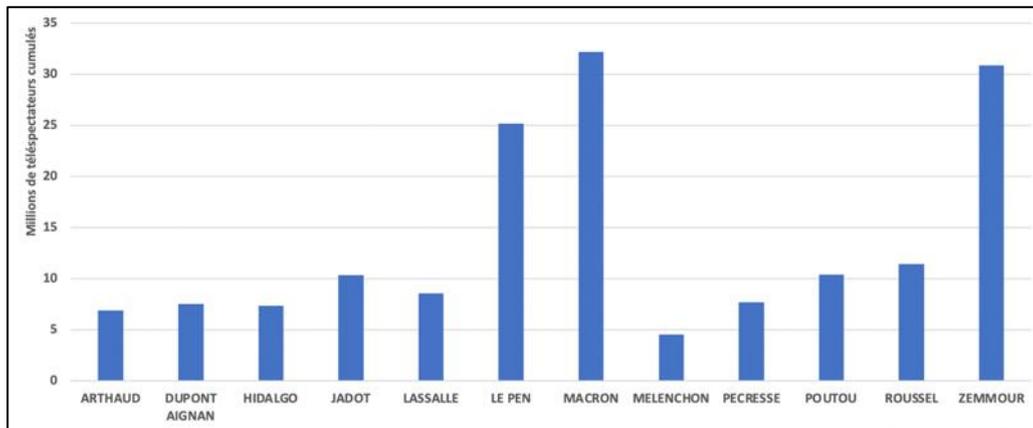
1.4.3. Mesure de l'exposition médiatique réelle des candidats

Pour prendre la mesure du problème, nous avons cherché à calculer quelle serait l'exposition médiatique réelle des candidats en tenant compte de l'audience des tranches dans lesquelles ils/elles apparaissent. Nous avons donc collecté les données Médiamétrie pour les 6 à 7 diffusés entre le 28 mars et le 8 avril ainsi que celles du *Zap politique* du 7 avril sur la tranche 23h15-23h45. Pour *TPMP*, nous avons plutôt fait une moyenne des audiences (relativement stables) entre la première partie (19h50-20h50) et la seconde partie (20h50-21h15) du *talk-show* depuis le 1^{er} janvier 2022 (voir [Annexe III](#)). La formule est donc la suivante :

$$\begin{aligned} & \text{Audience du programme (nombre téléspectateurs) x Temps d'antenne (minutes / candidat)} \\ & = \text{Audience cumulée / candidat (exposition médiatique réelle)} \end{aligned}$$

Nous obtenons ainsi une donnée certes théorique mais représentative du nombre de téléspectateurs cumulés qu'aura potentiellement pu toucher chaque candidat sur l'ensemble de la tranche de soirée. C'est ce que nous appelons l'exposition médiatique réelle, qui renvoie cette fois non pas à l'équilibre interne observé sur un seul programme mais à l'équilibre relevé sur l'ensemble de la tranche. Cette mesure éclaire donc la responsabilité de la chaîne elle-même dans la mise en application des règles du pluralisme. Voici ce que nous obtenons pour la période d'égalité (Fig. 16).

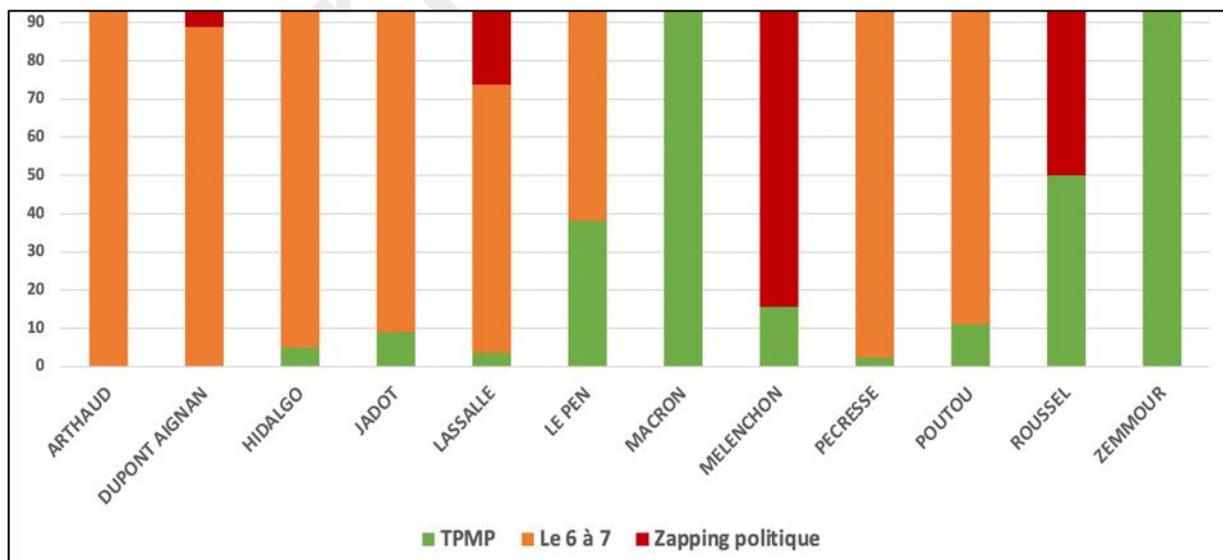
Fig. 16 – Exposition médiatique réelle sur C8 (période d'égalité, tranche 18h-0h, 28 mars – 8 avril 2022)



En clair, au-regard de ce critère pertinent du point de vue du public, on retrouve sur l'ensemble de la tranche le même déséquilibre de traitement des candidats observé sur le programme *TPMP*. En choisissant de diffuser certains candidats à des horaires préjudiciables et de réserver à d'autres le carrefour d'audience d'avant soirée, la chaîne C8 a dévoyé les règles de pluralisme et fait preuve d'une mise en application insincère du principe d'égalité durant les deux dernières semaines de campagne.

Rapporté en pourcentage, on mesure la gradation du différentiel de traitement pour chaque candidat (Fig. 17) : en vert, le programme à forte audience (*TPMP*), en orange, le programme à audience moyenne (le 6 à 7) et en rouge le programme nocturne à faible audience (*Zapping politique*). On retrouve le fort avantage d'exposition dont ont pu bénéficier Emmanuel Macron, Éric Zemmour et dans une moindre mesure Marine Le Pen (exclusivement en vert et orange) ; *a contrario*, on observe « l'exception Mélenchon », seul candidat à avoir majoritairement du rouge, qui a été complètement marginalisé sur la tranche de soirée alors que sa dynamique dans les sondages d'intention de vote rendait sa chance de qualification pour le second tour moins improbable à quelques jours du premier tour.

Fig. 17 – Exposition médiatique réelle sur C8 (égalité, tranche 18h-0h, 28/03-08/04) en % du temps d'antenne



Le 31 mai 2022, dans une interview accordée au *Figaro*, le président de l'Arcom Roch-Olivier Maistre tirait un bilan positif de l'application des règles du pluralisme par les médias audiovisuels pendant la campagne présidentielle 2022 (Fig. 18). Sur la période d'égalité stricte des temps de parole et d'antenne, il applaudissait même un « respect quasi parfait de la règle ». Pourtant, la mission de l'Arcom est bel et bien de vérifier « un respect *effectif* du principe du pluralisme politique par les médias audiovisuels¹⁶ », c'est-à-dire assortir l'approche quantitative – le minutage des temps de parole/antenne – à une considération méticuleuse des contextes de diffusion et d'exposition afin d'empêcher des disparités désavantageuses entre les candidats. En d'autres termes, la stricte méthode du minutage n'est qu'un moyen pour parvenir au pluralisme dont l'effectivité doit rester la seule finalité. Se féliciter de chiffres transmis par les éditeurs – dont on ne sait rien, en tant que chercheur, de la façon dont ils sont contrôlés et vérifiés par le régulateur¹⁷ – est une position basée sur le postulat de la sincérité des éditeurs. Nous avons pu démontrer ici, à partir certes d'un seul cas d'étude, combien, au-delà des chiffres, le principe pouvait être dévoyé par sa mise en application concrète et insincère de la part du diffuseur.

Figure 18 – Interview du président de l'Arcom Roch-Olivier Maistre, *Le Figaro*, 31 mai 2022



Roch-Olivier Maistre : « Dans l'ensemble, les médias ont bien respecté les règles en vigueur. Ces dernières sont contraignantes, mais au final, grâce au dialogue quotidien que l'Arcom a entretenu avec les rédactions, il y a eu peu d'interventions du régulateur. Nous avons prononcé une seule mise en demeure à l'égard d'Europe 1 et six mises en garde envoyées à RTL, BFMTV, France Culture, RMC Découverte, LCI et Europe 1. Le bilan est nettement meilleur qu'en 2017. **Durant la période de stricte égalité des temps de parole et des temps d'antenne, sur les 15 jours précédant le premier tour, nous avons constaté un respect quasi parfait de la règle. »**

En formulant des recommandations et en procédant à un contrôle sans tenir compte des différents types de grilles de programmation selon les chaînes (information continue ; généraliste sans ou avec peu de programmes d'information ; généralistes avec un nombre significatif de programmes d'information) et sans considérer la structuration des audiences par chaîne pour déterminer, à partir de la période d'équité renforcée, un découpage horaire en tranches destiné à faire respecter la notion de « conditions de programmation comparable », l'Arcom n'aura aucune efficacité face à l'insincérité d'un éditeur. Plutôt que d'avoir quatre tranches horaires standards dont on présume qu'elles correspondent aux mêmes structures d'audience d'une chaîne à l'autre et que la structure d'audience est homogène sur l'ensemble de la tranche concernée (c'est le problème majeur de la tranche 18h-0h), il vaudrait mieux raisonner en termes de « carrefours d'audience » et élaborer, pour chaque chaîne, son schéma de découpage horaire adapté et graduel, défini à partir de sa structuration d'audience (données Médiamétrie des mois précédant l'élection présidentielle).

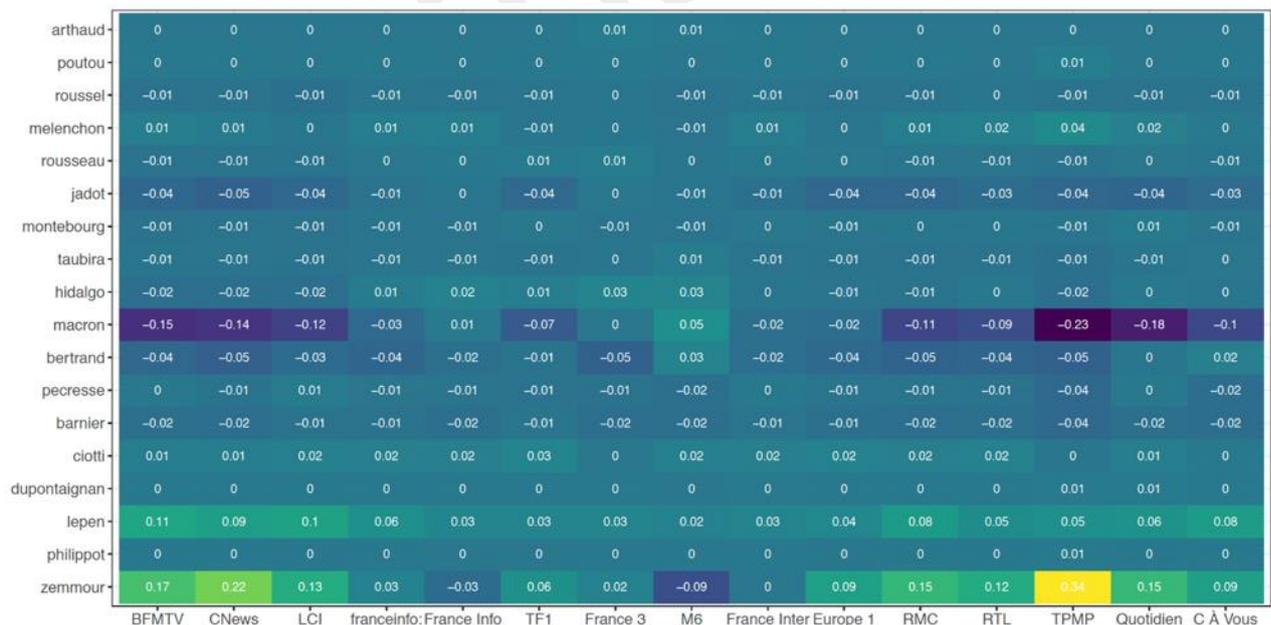
Notre volet quantitatif sur la question du pluralisme de *TPMP* démontre l'extrême-droitisation des temps de parole politique tout au long de l'année électorale. Nous rejoignons ici les conclusions des

¹⁶ *Campagnes électorales : tout savoir sur les règles CSA et CNIL. Pluralisme dans les médias audiovisuels. Règles « Informatique et Libertés »*, CSA/CNIL, 2017, [En ligne].

¹⁷ Ce n'est pas faute d'avoir essayé, avec mes collègues de l'équipe Médias Élection, d'obtenir des entretiens avec des membres de l'Arcom pour comprendre les pratiques de contrôle du régulateur.

chercheurs Julia Cagé, Moritz Hengel, Nicolas Hervé et Camille Urvoy qui ont étudié de manière plus globale les temps de parole des intervenants politiques mais également des éditorialistes sur 22 chaînes de télévision et stations de radios entre 2002 et 2022. Leur principal résultat montre clairement un « effet Bolloré » sur les contenus des médias du groupe : après le changement d'actionnariat, ils ont relevé une augmentation de plus de 20 points de pourcentage du temps de parole des invités d'extrême droite (par rapport à France 2, point de référence sélectionné)¹⁸. Complétant un chaînon entre ces deux niveaux de résultats, l'analyse de Nicolas Hervé sur la médiatisation des candidat.e.s à l'élection présidentielle 2022 dans l'audiovisuel (à partir du traitement algorithmique du nombre de citations des noms de candidats)¹⁹ permet de remettre *TPMP* dans un contexte plus large et de comparer ce programme avec d'autres chaînes. Il ressort de la modélisation obtenue que, une fois gommée l'effet d'actualité propre à chaque candidat.e, il existe une sur-représentation d'Éric Zemmour dans *TPMP* de 34 points de pourcentage (par rapport au point de référence sélectionné) et de 22 points sur CNews et de 17 points sur BFMTV (Fig. 19). Notre analyse qualitative, complémentaire, permet d'expliquer la sous-médiatisation apparente d'Emmanuel Macron dans *TPMP* (23 points de pourcentage en moins par rapport au point de référence sélectionné) : d'abord, le président de la République n'est pas toujours cité par son nom mais par sa fonction (Cyril Hanouna utilise parfois le vocable « le président » ou « le président de la République ») ; surtout, le temps de parole d'Emmanuel Macron dans *TPMP* est d'abord constitué du temps de parole de ses soutiens (membres du gouvernement, députés de la majorité, porte-parole du parti) qui, invités sur le plateau, alimentent le temps d'antenne d'Emmanuel Macron sans que le nom du président-candidat ne soit nécessairement cité. Il est intéressant de noter que le magazine *Quotidien* (TMC), diffusé sur le même créneau que *TPMP*, présente un profil de variabilité de citation semblable à celui de BFMTV (et ne présente donc pas le même niveau d'anomalie que *TPMP*).

Fig. 19 – Variabilité des pourcentages de citation des candidats réalisé par Nicolas Hervé
Modèle linéaire 6 - $\eta_{m,c}$ coeff. Média x candidat (réf. France 2) automne 2021



¹⁸ J. Cagé, M. Hengel, N. Hervé et C. Urvoy, « Hosting Medias Bias : Evidence from the Universe of French Broadcasts, 2002-2020 », CEPR Workshop on Media, Technology, Politics, and Society, 2022. [\[En ligne\]](#) ; « L'Effet Bolloré : de l'écran aux urnes », AOC, 18 mars 2022, [\[En ligne\]](#).

¹⁹ N. Hervé, Médiatisation des candidat.e.s à l'élection présidentielle 2022 dans l'audiovisuel, working paper, 17 mars 2022, [\[En ligne\]](#).

2. Résultats de l'étude qualitative

Dans [le premier volet de notre étude](#) consacré à la période de pré-campagne dans *TPMP*, l'analyse qualitative mettait en lumière les ressorts du traitement fortement différencié des candidats ou des familles politiques : une surmédiatisation de l'extrême droite installée dans les registres narratifs privilégiés de *TPMP* (victimisation, scandalisation), une majorité présidentielle ayant largement contribué à notabiliser Cyril Hanouna dans son rôle d'animateur du débat politique et qui profite, en retour, d'une tribune accommodante pour toucher les catégories populaires et des publics jeunes s'étant détournés du Président de la République ; une invisibilisation des figures de la gauche traditionnelle cantonnée au registre du dénigrement non seulement de leurs idées mais aussi de leur personne ; la contribution ambivalente des responsables LFI à la mise à l'agenda politique de l'extrême droite ; et enfin la marginalisation des familles politiques reléguées à une compétition électorale secondaire du fait d'un calendrier partisan marqué par un processus de primaires (EELV, Les Républicains).

Ces inégalités qualitatives de traitement des candidats ont-elles persisté durant la campagne ? Les règles du débat électoral en matière de pluralisme, en vigueur à partir du 1^{er} janvier 2022, ont-elles permis de corriger les préjugés de cette mise en récit différenciée des candidats ? Dans un premier temps, il s'agit d'analyser la gamme des registres narratifs de nouveau mobilisés dans *TPMP* mais cette fois durant la campagne elle-même, afin de voir comment cette mise en récit, plus ou moins favorable, se distribue selon les candidats. Dans un second temps, nous reviendrons sur le traitement de certains enjeux de campagne et d'événements ayant marqué l'actualité pendant l'année électorale, afin de comprendre la spécificité de l'offre informationnelle de *TPMP*.

2.1. Les candidats : des registres narratifs différenciés

Il convient en premier lieu de présenter de manière synthétique les différentes modalités d'exposition des candidat.e.s dans les émissions de Cyril Hanouna, en d'autres termes de comprendre qui a été présent, représenté ou non représenté de septembre à avril 2022. On observe que peu de candidats sont finalement venus sur le plateau de *TPMP* au cours de la pré-campagne et/ou de la campagne (Fig. 20). Lorsque le *talk-show* choisissait de s'y intéresser, ils ont davantage été représentés (dans la tranche d'avant-soirée de *TPMP* et pour une moitié d'entre eux en soirée avec *Face à Baba*).

Fig. 20 – Présence et représentation des candidats dans les émissions de Cyril Hanouna (sept 2021-avril 2022)

TOUCHE PAS A MON POSTE			FACE À BABA
Candidat.e présent.e	Candidat.e représenté.e	Candidat.e non représenté.e	Présence
Nicolas Dupont-Aignan	Éric Zemmour*	Philippe Poutou	Éric Zemmour
Jean Lassalle	Emmanuel Macron	Nathalie Arthaud	J-L. Mélenchon
J-L. Mélenchon (visio)	Marine Le Pen		Marine Le Pen
Fabien Roussel	Valérie Pécresse		Valérie Pécresse
	Yannick Jadot		Yannick Jadot
	Jean-Luc Mélenchon		Fabien Roussel
	Anne Hidalgo		
	Fabien Roussel		

	Pré-campagne		Campagne		Pré-campagne + Campagne
--	--------------	--	----------	--	-------------------------

* Nous considérons que la diffusion en plateau des vidéos enregistrées pour *TPMP* par Éric Zemmour, parce qu'elle ne permet pas d'interactions, ne peut être considérée comme une « présence » du candidat dans le dispositif *TPMP*.

Emmanuel Macron et Éric Zemmour partagent le fait d'avoir été abondamment représentés sur le plateau de *TPMP* sans y être présents eux-mêmes. Mais le président-candidat se distingue du candidat Reconquête en ce qu'il est le seul, conformément à une stratégie globale vis-à-vis des médias, à ne pas être descendu dans l'arène et à avoir refusé durablement les invitations de Cyril Hanouna, pourtant prêt à lui tailler un *Face à Baba* sur mesure²⁰. Seuls Nicolas Dupont-Aignan et Jean Lassalle, désireux de s'exposer sans craindre d'être relégués, ont maximisé leur présence en plateau en venant au moins une fois dans *TPMP* au cours des deux périodes. Si Jean-Luc Mélenchon a cherché précocement fin septembre 2021 à instaurer un duel avec Éric Zemmour en débriefant (en visio) son face-à-face avec le polémiste d'extrême droite diffusé la veille sur BFMTV, il a laissé ses porte-parole le représenter les mois suivants dans le *talk-show*, se réservant l'émission politique *Face à Baba* fin janvier 2022. Fabien Roussel a opté pour une stratégie d'optimisation de l'espace, présenté ou représenté, et a profité de ses invitations à *TPMP* et *Face à Baba* pour chercher à s'imposer face à ses concurrents directs à gauche pendant la période de campagne. À l'inverse, les liens avec les équipes d'Anne Hidalgo se sont vite rompus : après l'invitation de son représentant Patrick Menucci à l'automne²¹, la candidate n'a plus existé qu'au travers des plateaux où elle n'était ni présente, ni représentée. Marine Le Pen, Valérie Pécresse, Yannick Jadot ont laissé les plateaux de *TPMP* à leurs représentants dès septembre 2021 (dans des volumes variables cependant) mais ont pu profiter d'une exposition dans *Face à Baba* pendant la campagne. Quant à l'absence des deux candidats d'extrême gauche Philippe Poutou et Nathalie Arthaud, c'est plutôt par décision mutuelle : s'ils n'ont été ni présents, ni représentés dans *TPMP* au cours des huit mois écoulés, c'est autant par choix politique de leur part que par désintérêt à leur égard de la part de Cyril Hanouna.

Au cours de la pré-campagne et de la campagne, nous avons identifié sept registres narratifs principaux distribués entre les candidats : trois sont constitutifs de la ligne éditoriale de *TPMP* et peuvent, de ce point de vue, être considérés comme positifs en ce qu'ils contribuent efficacement à la mise à l'agenda des candidats concernés (victimisation, performance, grotesque) ; deux autres registres sont clairement négatifs et révèlent les préjudices de traitement subis par les candidats concernés (dénigrement, invisibilisation) ; les deux autres sont à double tranchant selon qu'ils s'articulent à une plus ou moins grande visibilité du candidat (scandalisation, normalisation).

2.1.1. La victimisation

Le premier registre narratif identifié est celui de la victimisation. La victime est une figure omniprésente dans *TPMP*, convoquée souvent à l'occasion d'un fait divers ou d'un sujet de société. Sa répliquabilité à différentes situations permet de décliner une variété d'objets de « menace » tandis que l'effet d'empathie qu'impose cette figure favorise l'expression des discours de soutien à l'égard de la personne. Sollicitées par la production, les personnes ayant subi des violences sexuelles, du harcèlement scolaire, des agressions physiques, de la maltraitance institutionnelle, etc. acceptent de venir témoigner sur le plateau d'une émission d'info-divertissement parce qu'elles ont besoin de mettre des mots sur leur souffrance et estiment pouvoir trouver un réconfort ou une reconnaissance auprès de la société par le biais de leur exposition médiatique (indépendamment ou en complément d'une procédure judiciaire).

²⁰ Début février, trois semaines avant l'officialisation de la candidature d'Emmanuel Macron, l'animateur de C8 explique au cours du plateau intitulé « Un habitué de l'Élysée explique qu'E. Macron n'aura pas le choix que d'aller chez Cyril Hanouna » : « On espère qu'il va se représenter, qu'il viendra sur le plateau. On est en train de travailler, avant même de le savoir, sur un *Face à Baba Spécial* ». Géraldine Maillet remarque : « Ce n'est pas un traitement de faveur ? ». Cyril Hanouna s'en défend : « C'est le président en fonction de tous les Français, donc forcément j'aimerais plus le voir face à des Français, [...] plutôt que de le mettre face à d'autres candidats comme je peux le faire avec les autres protagonistes. » (*TPMP*, 9 février 2022).

²¹ Nous avons écarté le cas d'Eduardo Rihan-Cypel, venu dans *TPMP* le 8 décembre 2021 et le 1^{er} février 2022 : d'une part parce qu'il n'a jamais cherché à parler au nom de la candidate PS et s'est bien gardé de la défendre (il venait plutôt défendre François Hollande) et, d'autre part, parce qu'il a même officialisé son soutien à Emmanuel Macron le 7 février 2022, quelques jours après son deuxième passage sur le plateau.

La spécificité de *TPMP* dans ce domaine est de proposer dans certains cas une vision malléable de la notion de victime en mettant au même niveau les différentes paroles et en installant une confusion sur la vérité des faits. En effet, par le biais d'une feuilletonisation de l'affaire sur plusieurs jours, la victime et la personne incriminée (ou ses soutiens) pourront occuper la même place sur le plateau et présenter chacun.e *leur* version des faits (souvent accompagnés par leurs avocats s'il y a une judiciarisation du cas). Face à la mécanique binaire d'une « parole contre parole » qui ne repose pas sur un véritable travail de source et de vérification interne (le rappel des éléments factuels par Gilles Verdez au début du plateau conversationnel ne suffit souvent pas à clarifier la partialité des échanges), le public est ballotté dans une lutte d'interprétation que se renvoient les personnes concernées. L'agression de Montgeron était-elle réellement homophobe ? La jeune Anna-Chloé a-t-elle réellement été harcelée pour sa couleur de peau ? Le tiktokeur en crop-top voulait-il faire du buzz ou dénoncer l'intolérance religieuse ? Pierre Menès a-t-il réellement harcelé une serveuse ou était-ce une erreur d'interprétation de la part de la jeune femme ? L'identitaire Thais D'escufon a-t-elle été agressée sexuellement par un étranger ou a-t-elle utilisé cette histoire pour venir dérouler en plateau son discours anti-immigrés ? etc.

Ces sujets étant traités sans souci de privilégier les faits sur les opinions et sans la convocation d'une parole tierce, intermédiaire et non impliquée (institutions, collectivités territoriales, corps intermédiaires, structures sociales), les téléspectateurs peuvent avoir le sentiment de l'abandon d'une autorité publique lente, bureaucratifiée, inefficace, qui laisse les individus seuls face à la cause de leur souffrance et ne cherche ni à trouver ni à punir des coupables. La conséquence de ce dispositif de traitement favorise l'expression d'un populisme pénal appelant à une sévèrisation des sanctions²². Ainsi, le 31 janvier, le chroniqueur Raymond défend-il la peine de mort contre Nordahl Lelandais, accusé du meurtre de la jeune Maëlys. Le lendemain, *TPMP* consacre un plateau à la polémique née des propos du chroniqueur : Eduardo Rihan-Cypel, invité pour l'occasion, fait un laïus sur l'abolition de la peine de mort mais rend surtout un grand service à C8 : « *Merci à vous, Eduardo, d'être venu. En plus on a besoin de temps d'antenne. Si vous avez d'autres potes du PS qui veulent venir, c'est avec plaisir !* », remercie Cyril Hanouna (une semaine plus tard, Eduardo Rihan-Cypel annonce officiellement son soutien au chef de l'État, son temps de parole ne sera plus crédité pour Anne Hidalgo).

Loin de se limiter aux faits divers, la figure de la victime s'est aussi imposée dans le traitement de certains sujets politiques de *TPMP* durant l'année électorale. Dans le premier volet de notre étude, nous avons vu comment ce registre narratif puissant avait largement été mis en œuvre autour d'Éric Zemmour (victime « de censure » de la part du CSA, « d'acharnement » de la presse...) et de ses soutiens (des militants victimes de harcèlement et d'agressions). Pour la période de la campagne, l'analyse qualitative permet de distinguer deux périodes dans l'utilisation de ce registre.

Début janvier, les ressorts de la victimisation autour du candidat Reconquête ne diffèrent pas de la précédente période. Éric Zemmour est toujours en quête de ses parrainages et ses difficultés à engranger les soutiens d'élus menacent son aventure électorale. S'il n'est pas le seul candidat concerné, *TPMP* choisit pourtant de mettre en lumière son seul cas en interpellant le 6 janvier les téléspectateurs : « *Éric Zemmour pourrait ne pas avoir ses parrainages pour 2022, comprenez-vous qu'il parle de "scandale" ?* » Comme à l'époque du bras de fer entre le CSA et Éric Zemmour au sujet du décompte du temps de parole de l'ancien journaliste, Cyril Hanouna endosse un rôle promotionnel en diffusant une vidéo d'Éric Zemmour réalisée « en exclusivité pour *TPMP* ». Assurant la valeur informationnelle du document de propagande, l'animateur ne prend aucune distance avec l'argumentaire et s'approprie même une partie du message qui entre en parfaite résonance avec sa propre inimitié personnelle avec François Hollande (évoquée à plusieurs reprises sur le plateau les semaines précédentes) :

²² Nous rédigeons ce volet au lendemain de la polémique après les propos de Cyril Hanouna dans l'affaire Lola, l'animateur appelant à une justice expéditive contre la meurtrière présumée de la fillette en parlant de « présomption de culpabilité », de « procès immédiat » et de « perpétuité directe ».

« Il nous a fait une vidéo juste pour notre émission. [...] Il a dénoncé une histoire de parrainages absolument folle. Vous allez voir ce qu'il va vous dire dans la vidéo. Il y a de nouvelles révélations ! [...] Je vous dis, tout est très fort. C'est vrai que depuis que François Hollande, qui a dit... père François Hollande a voulu rendre public le nom des maires qui accordent leur signature, eh bien, depuis ça devient très compliqué. »

Et l'animateur de suggérer que son invité du jour, le maire de Momy et soutien d'Éric Zemmour Marc Gairin aurait subi des « pressions » pour le dissuader d'apporter son parrainage. Après la blague de Cyril Hanouna sur le nom des habitants de Momy (« des gens qui ressemblent à Isabelle Morini-Bosc », sous-entendu la chroniqueuse la plus âgée de l'équipe est une momie), Marc Gairin explique finalement n'avoir reçu aucune pression mais peut dénoncer, sans contradicteur, le « scandale démocratique » de l'obligation de transparence des signatures et faire l'éloge de son candidat dont il vante « la capacité d'analyse, la culture et la sincérité ». Mais le clou du plateau est la diffusion intégrale (2mn30) de la vidéo enregistrée quelques minutes plus tôt par l'équipe de campagne d'Éric Zemmour et que Cyril Hanouna « vient de recevoir ». Le candidat y dénonce « le système de parrainage perverti par François Hollande », « les nombreux élus qui subissent des pressions », « une loi qui ne sert plus qu'à museler les candidats qui ne sont pas issus du sérail politique », « un déni démocratique », « une violation du principe d'égalité des candidats » et lance un appel (Fig. 21) :

Figure 21 – Vidéo « exclusive » d'Éric Zemmour pour TPMP, TPMP, 06/01/2022



Éric Zemmour : « Bonsoir Cyril Hanouna et merci de me proposer de réagir dans votre émission TPMP. [...] Je ne serai l'otage de personne et ne participerai à aucune combine politicienne. C'est pourquoi j'en appelle à l'association des maires de France dirigée par David Lisnard [...] : vous devez vous saisir de ce dossier et créer un recueil de signatures qui sera alloué aux candidats crédités d'au moins 5 % des voix dans les derniers sondages. [...] J'appelle dès maintenant les maires de France à parrainer ma candidature et à ne pas laisser des millions de Français se faire voler l'élection présidentielle. [...] »

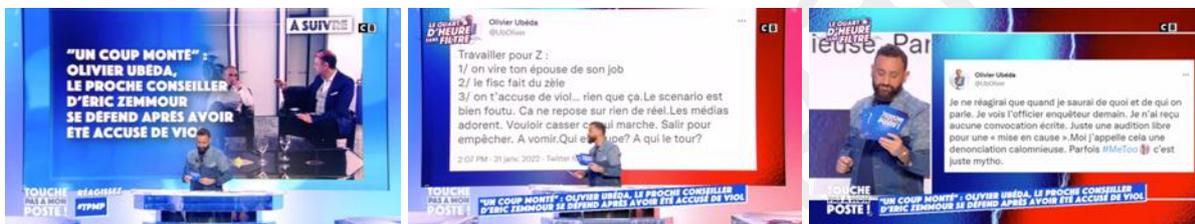
Le cadrage visant à sortir du cas Zemmour en évoquant « le déni de démocratie » fonctionne avec les chroniqueurs. « C'est très très grave, [...] qu'on aime ou qu'on n'aime pas Zemmour », dénonce ainsi l'ex-miss France Delphine Wespiser. La diffusion du résultat de la consultation Twitter à la fin du plateau provoque un second effet d'autorité : « On va voir ce qu'en pensent les téléspectateurs, tiens ! Regardez... "Comprenez-vous qu'[Éric Zemmour] parle de scandale ?" "Oui" à 74 % », tranche Cyril Hanouna en omettant de préciser qu'il ne s'agit pas d'un sondage mais bien d'un outil largement utilisé par les communautés numériques affinitaires d'extrême droite, particulièrement actives et stimulées sur Twitter. Marc Gairin jubile et en profite : après que l'animateur a transformé des militants en « téléspectateurs », le maire de Momy transforme ni vu ni connu les « téléspectateurs » en « électeurs » pour faire pression sur les élus : « Cela devrait parler aux maires ! Ce que vous venez d'afficher comme tableau : 74 % des électeurs sont intéressés pour qu'il y ait un débat ! », conclut-il abusivement (Fig. 22).

Fig. 22 – Éric Zemmour en quête des parrainages, TPMP, 06/06/2022



Le ton de la victimisation connaît des évolutions fin janvier. Le 31 de ce mois, c'est au tour d'un proche du candidat Reconquête de revêtir l'habit de victime. La rubrique « Le Quart d'heure sans filtre » est consacré au « coup monté » contre Olivier Ubéda : « le conseiller d'Éric Zemmour se défend après avoir été accusé de viol ». Sans invité, l'affaire fait l'objet d'un traitement factuel du « *bien entendu présumé innocent* » (Gilles Verdez). Le chroniqueur est chargé de faire le récapitulatif des accusations, puis Cyril Hanouna présente les arguments qu'Olivier Ubéda a diffusés sur Twitter pour sa défense (Fig. 23). Dénonçant un « scénario bien foutu » qui « ne repose sur rien de réel », le conseiller Reconquête rejette la faute sur les médias qui « adorent vouloir casser ce qui marche » : « Parfois, #MeToo, c'est juste mytho ». Mais le ton du plateau est prudent et les chroniqueurs se gardent bien, sur le sujet des violences sexuelles de prendre parti pour le conseiller ou le stagiaire qui accuse ce dernier : « on n'est pas là pour donner notre avis ce soir, on n'a rien ! », dit Cyril Hanouna en interrompant son chroniqueur Guillaume Genton qui remet déjà en question l'idée « d'un coup monté » pour faire tomber Éric Zemmour. Géraldine Maillet semble cependant apprécier qu'Ubéda n'ait pas manqué de réactivité : « Il a tweeté tout de suite, il ne s'est pas muré dans le silence », souligne-t-elle.

Fig. 23 – « Le conseiller d'Éric Zemmour se défend après avoir été accusé de viol », TPMP, 31/01/2022



Le registre de victimisation autour d'Éric Zemmour trouve ici pour la première fois ses limites depuis le début de notre observation de TPMP et marque un tournant de la campagne sur ce mode spécifique de traitement du candidat Reconquête. Est-ce en raison de la sensibilité du thème des violences sexuelles, régulièrement traité dans TPMP (mais de manière variable selon l'identité de la personne accusée²³) ? C'est possible. Mais ce constat coïncide également avec la publication, le 26 janvier, du premier volet de notre étude sur TPMP, dans lequel nous mettions non seulement en évidence la surmédiation de l'extrême droite mais également son inscription dans le registre puissant de la victimisation. Ce 31 janvier, Cyril Hanouna y répond d'ailleurs sans nous citer en défendant les temps d'antenne de C8 et de ses émissions (« il y en a plein qui disent "Oui, il donne plus la parole à untel qu'à untel" »). Mais le lendemain, alors que L'Humanité fait sa une sur « le bouffon au service de l'extrême droite » et que Sonia Devillers y consacre aussi son Instant M sur France Inter, Cyril Hanouna contre-attaque par un « droit de réponse sur l'étude du CNRS » et tente de réparer son image (Fig. 24).

Fig. 24 – Une de L'Humanité (1er février) / « Droit de réponse après l'étude du CNRS » (TPMP, 01/02)



²³ On relève parfois de l'ambiguïté voire de la complaisance lorsqu'il s'agit de personnalités « amies » comme Pierre Ménès ou Ary Abittan (un « ami » de Bernard Montiel, ce dernier expliquant dans un premier temps ne pas vouloir croire les accusations). Dans le cas Nicolas Hulot, si la condamnation est ferme il s'agit aussi de critiquer marginalement les méthodes d'enquêtes d'Élise Lucet (après le reportage d'Envoyé spécial consacré à l'affaire le 25 novembre) et surtout d'épargner Marlène Schiappa et Brigitte Macron (accusé d'avoir couvert le ministre).

À partir de cette date, si l'animateur continue de faire l'agenda thématique du candidat Reconquête (nous le verrons plus loin) et de survaloriser quantitativement son temps d'antenne (nous venons de le voir), il modifie qualitativement sa façon de parler de lui dans le registre victimaire. D'abord, il muscle un peu le contradictoire de ses plateaux lorsqu'il reçoit des représentants d'extrême droite (Reconquête ou RN). Ensuite, pour la première fois depuis la rentrée de septembre, il prononce lui-même le terme d' « extrême droite » à propos d'Éric Zemmour – autre point soulevé dans le premier volet de notre étude – face à Jean Messiha et le maire communiste de Montreuil Patrice Bessac (invité pour expliquer son refus d'autoriser la chaîne BFMTV à tourner dans sa ville une émission politique avec Éric Zemmour). Même si ses chroniqueurs l'utilisent quelques fois (en particulier Guillaume Genton), le vocable « extrême droite » a toujours été absent du discours de l'animateur de C8 depuis la rentrée. Sachant que le qualificatif est également banni dans d'autres médias du groupe Bolloré²⁴, il n'est pas anodin de l'entendre de la bouche de l'animateur ce 3 février.

Mais l'effet le plus durable est la remise en cause du militant zemmourien comme archétype de la figure victimaire, alors que, d'Antoine Diers à Tanguy David, cette figure avait prospéré sur les plateaux de TPMP durant la pré-campagne. Le 21 février, lorsque Tanguy David revient pour la troisième fois sur le plateau pour se plaindre encore de crachats et d'injures reçus dans le métro (dénoncés dans une énième vidéo sur les réseaux sociaux dont le buzz lui vaut son ticket d'entrée le soir dans TPMP), il ne s'attendait sans doute pas à susciter l'impatience et l'agacement des chroniqueurs. Cyril Hanouna commence par lui expliquer que ceux qui l'agressent sont aussi ceux qui se sentent agressés par Éric Zemmour et dénonce les « termes racistes » utilisés par Tanguy David (« racailles », « sauvages ») « qui [le] dérangent » en tant qu'animateur (rappelons qu'en cas de signalement, l'Arcom examine le comportement plus ou moins réprobateur de l'animateur pour évaluer s'il y a eu un défaut de maîtrise d'antenne, ce que Cyril Hanouna sait pertinemment). Gilles Verdez accuse le militant de « récupération politique ». « On a l'impression que cela vous arrange de mettre cela en scène », reproche à son tour Guillaume Genton. Et contrairement à ses précédentes invitations Tanguy David fait face ce soir-là à un véritable contradicteur : questionné sur le fond des idées par Louis Boyard, soutien de Jean-Luc Mélenchon et autre habitué de TPMP, le militant Reconquête est hésitant, déstabilisé. « Il n'a pas répondu à ma question », jubile sèchement Louis Boyard à l'issue du plateau (Fig. 25).

Fig. 25 – Troisième invitation de Tanguy David dans TPMP, 21/02/2022



²⁴ Lire à ce sujet l'article de Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts « Europe 1, un pied dans l'hécatombe », *Les Jours*, 14 octobre 2021, [En ligne]. Les auteurs racontent comment les journalistes d'Europe 1, radio nouvellement intégrée à la sphère d'influence de Vincent Bolloré, doivent rapidement se plier aux consignes et ne plus accoler le terme « extrême droite » à Éric Zemmour ou Marine Le Pen : « Une journaliste à qui on a demandé un article sur cet important sujet zemmouro-sondager a commis ce crime terrible : dans son papier, qui est déjà en ligne, elle désigne Zemmour comme un « polémiste d'extrême droite ». Un acte de sédition promptement tué dans l'œuf : ni une ni deux le chef du web coupe toutes les occurrences d'« extrême droite » dans l'article. La raison ? Selon ledit chef, Zemmour ne se considère pas comme tel. Éberluée, la journaliste tient bon et refuse qu'on le laisse sans qualificatif. L'affaire remonte avec fracas les échelons hiérarchiques à coups de dialogues surréalistes où la journaliste apprend qu'il ne faut pas non plus accoler extrême droite à Marine Le Pen. Jusqu'au plus haut d'Europe 1. Où un pont, sommé de trancher, a cette idée lumineuse : demander à Laurence Ferrari... L'arbitre des élégances ultradroitnières ayant d'autres Zemmour à fouetter, ce compromis en forme de Yalta est trouvé : « extrême droite » est remplacé par « à la droite de la droite ». On se souvient comment Cyril Hanouna, le 22 novembre, avait demandé à Jordan Florentin si son média « Livre noir » était de « droite-droite ».

Le 7 mars, il revient pour une quatrième fois sur le plateau pour raconter une nouvelle agression : face au rappeur Coco tkt qui l'accuse maladroitement de « *tout inventer pour faire le buzz* », il cherche encore à se victimiser. Mais le chroniqueur Raymond le sermonne : « *La politique, c'est aller parler aux gens. [...] Tu veux faire de la politique mais tu veux pas parler aux gens. Ça marche pas comme ça !* ». Une semaine plus tard, Tanguy David annonce son départ de Reconquête en raison des injures racistes dont il fait l'objet au sein de l'organisation²⁵.

Le 21 mars, quand Stanislas Rigault récupère le rôle victime (« Stanislas Rigault, porte-parole de Reconquête a été agressé dans la rue après son passage dans TPMP : il sort du silence »), il est à son tour malmené par les chroniqueurs qui semblent désormais rodés à l'exercice de la critique formelle : Éric Zemmour se plaint d'être agressé mais il ne porte pas plainte (après la séquence de l'œuf écrasé sur le candidat), souligne Matthieu Delorme pour mettre le candidat face à ses contradictions ; « *On a l'impression que c'est votre seule façon d'exister médiatiquement* », raille encore Guillaume Genton.

On observe qu'une dernière inflexion achève de contrarier le registre de la victimisation autour d'Éric Zemmour. En effet, le 14 février, TPMP inaugure sa nouvelle rubrique « Le Point de campagne », qui se présente comme une pastille d'humour composée de sketches et de montages parodiques pour traiter l'actualité des candidats. Jusqu'alors toujours traité avec sérieux dans TPMP, Éric Zemmour devient pour la première fois l'objet de rires à travers la réinterprétation de ses traits d'images ou de ses événements de campagne. Si la rubrique met ainsi en lumière des tics de langages ou les contre-performances de ces passages dans les médias, elle permet aussi de jouer sur les scénarios fictionnels qui testent sa crédibilité, lui font endosser l'habit présidentiel sous couvert de parodie (Fig. 26). Le 15 février, Éric Zemmour annonce avoir finalement obtenu au moins ses 500 parrainages : sa candidature est sauvée et sa victimisation cesse d'être un carburant de sa médiatisation.

Fig. 26 – « Le point de campagne » d'Éric Zemmour à partir du 14 février dans TPMP



Si Éric Zemmour n'est plus victime, d'autres Éric Zemmour le sont bel et bien. Quand le 15 février, Cyril Hanouna consacre un plateau au coiffeur niçois Éric Zemmour, qui a subi des actes de vandalisme en raison de son homonymie avec le candidat Reconquête (Fig. 27), Cyril Hanouna ne manque pas de diffuser une réaction de soutien du candidat, qui dénonce « *la racaille* » (« Acte de vandalisme dans son

²⁵ « Qui est Tanguy David, tout nouvel ex-membre du parti d'Éric Zemmour », *M Le Magazine*, 16/03/2022, [En ligne].

salon de coiffure, Éric Zemmour témoigne dans *TPMP* ! »). On mesure à quel point l'affaiblissement du registre de la victimisation du candidat est finalement compensé par la mise à l'agenda persistante de thèmes favorables au même candidat (ici la délinquance et l'insécurité). Nous y reviendrons à propos de la médiatisation des thèmes de campagne.

Fig. 27 – « Acte de vandalisme dans son salon de coiffure, É. Zemmour témoigne dans *TPMP* ! », *TPMP*, 15/02



Reste que si les plateaux victimaires autour d'Éric Zemmour et de son entourage ne se déroulent plus aussi facilement pour le camp Reconquête depuis le début février, ils continuent néanmoins d'être programmés par la production de *TPMP*. C'est tout le paradoxe de cette inflexion du registre victimaire qui diversifie le regard porté sur le candidat d'extrême droite mais continue de centraliser ce dernier et produire une mise à l'agenda redoutable en ce qu'elle continue à attirer l'attention des publics sur lui plutôt que d'autres. Il est de toute façon d'autres registres profitables au candidat Reconquête, notamment celui de la performance, registre davantage partagé cette fois.

2.1.2. La performance

La performance est un deuxième registre narratif constitutif de *TPMP*, mobilisé au-delà des seuls sujets politiques. Les chroniqueurs, invités à se prononcer de manière récurrente sur les performances qualitatives (contenus) ou quantitatives (audiences) des programmes audiovisuels, à évaluer les succès et les échecs des personnalités de la vie publique, n'ont eu qu'à adapter leurs critères d'appréciation pour traiter les performances des responsables politiques en général et des candidats à l'élection présidentielle en particulier.

Ce registre a pour effet de mettre en avant la personnalité du candidat plus que ses idées, en lui associant un trait d'image explicatif de son succès et de ses résultats (combativité, compétence, charisme, force, endurance, proximité, sympathie, etc.) ou, le cas échéant, de sa contre-performance (agressivité, fébrilité, inauthenticité, arrogance, incompetence, sornioiserie, etc.). Les candidats interrogés à travers le prisme de la performance gagnent d'une part une surface médiatique en étant au cœur des échanges (mise à l'agenda) ; et d'autre part, peuvent tirer un bénéfice en termes de crédibilité et de notoriété selon la tonalité des échanges et des arguments.

Deux candidats sont plus particulièrement observés sous l'angle de la performance : Éric Zemmour, plutôt pour ses interventions dans des émissions politiques, et Emmanuel Macron, davantage pour ses actions en tant que président de la République que pour ses – rares – apparitions en tant que candidat.

« Tensions, phrases chocs, mesures... Avez-vous aimé l'émission *La France dans les yeux* avec Éric Zemmour sur BFMTV ? », interroge *TPMP* le 10 février. Les experts médias affûtent d'abord leurs arguments préférés sur les audiences : « *Quand tu as fait Zemmour ici, t'as pas fait le même score, selon la tonalité des échanges et des arguments* », flatte Laurent Fontaine en évoquant le *Face à Baba* du 16 décembre (10,5 % de pda contre 4,8 % pour le programme de BFMTV) ; « *C'est le dispositif qui est très froid, très bizarre, [...] il y a un problème avec le dispositif* », observe Guillaume Genton ; « *Il se passait pas grand-chose* », s'est ennuyé Benjamin Castaldi ; « *Quelque chose m'a gêné, c'est le casting. Je m'attendais à voir des vraies gens qui parlent de leur vie quotidienne. Le casting était beaucoup trop*

politisé. [...] Il y avait beaucoup d'hypocrisie, ça oriente », regrette Gilles Verdez. On retrouve ici le réflexe récurrent de critiquer une chaîne concurrente (TPMP ne rate pas une occasion de critiquer les programmes de TF1). Et sinon qu'ont pensé les chroniqueurs du candidat Zemmour ? « Médiatiquement, il a réussi son coup. Il a sorti des mesures concrètes dont les gens vont se souvenir », assure Guillaume Genton. « C'est une star, Cyril ! Qu'on l'aime ou pas, c'est une star. J'adore Bruce Toussaint mais, est-ce que face à Zemmour il ne faut pas une star ? Il a quelque chose de particulier, il est différent, je ne parle pas de politique », vibre encore Gilles Verdez. Seul Laurent Fontaine – qui annoncera son soutien à Emmanuel Macron avant le premier tour – se montre plus offensif en rappelant les condamnations judiciaires du candidat Reconquête : « c'est un délit, pas une opinion », insiste-t-il, ajoutant avoir trouvé Éric Zemmour « monomaniaque » sur l'immigration. Résultat à la question du plateau : cinq panneaux « oui » et quatre « non ». La performance médiatique du candidat est donc saluée et ses idées à peu près oubliées.

Si d'autres candidats accèdent à l'examen de leur performance sur le plateau de TPMP, c'est d'abord et avant tout parce qu'ils font preuve d'une adversité face à Éric Zemmour. Le 11 mars, Cyril Hanouna revient sur le duel de la veille, « Valérie Pécresse VS Éric Zemmour : qui a remporté le match hier soir sur LCI ? », qui est « parti dans tous les sens » : « c'était chaud » (Fig. 28). Géraldine Maillet parle d'une « catastrophe », un débat « inaudible », pour aussitôt saluer son employeur : « Excusez-moi, mais Face à Baba a mis un sacré coup de vieux à ce genre de programme [...] qui ne marche plus. C'est ringard, ça ne prend pas. Nous on veut des détracteurs, des éditorialistes en face qui s'opposent point à point à des programmes. Et là... ». Gilles Verdez n'est pas aussi sévère : « Il y a eu plein de bonnes punchlines, moi ça m'a intéressé. Au moins, c'est dynamique. » Guillaume Genton donne le mot de la fin : « Je voulais dire que, quand même, médiatiquement, le gagnant, c'était Zemmour, parce qu'il a une stratégie très claire. » Yannick Jadot semble mieux se sortir que Valérie Pécresse de son duel avec Éric Zemmour : Cyril Hanouna en reste... baba « Je croyais pas qu'il était... Il y va ! Il est chaud ! Il est sympa. » Avant d'ajouter : « Je lui ai offert une éolienne ».

Fig. 28 – « Valérie Pécresse VS Éric Zemmour : qui a remporté le match hier soir sur LCI ? », TPMP, 11/03/2022



Le registre de la performance concerne également les événements de campagne du candidat Reconquête. Dans le premier volet de notre étude, nous avons vu comment le premier meeting d'Éric Zemmour à Villepinte avait fait l'objet de deux plateaux le lendemain dans TPMP (6 décembre). Le 24 février, dans la rubrique parodique Le Point de campagne, Cyril Hanouna commente la préparation du « gros meeting de 50 000 personnes » : « un peu comme Jean-Marie Bigard avait fait le Stade de France ». Un mois plus tard, il invite Olivier Ubéda, organisateur des événements de campagne d'Éric Zemmour, à raconter le meeting du Trocadéro (Fig. 29), « le plus gros meeting de la campagne avec 100 000 personnes revendiquées par le candidat », annonce l'animateur, avant d'ajouter « Moi, je n'ai pas été compter, je n'ai pas que ça à foutre ». Cyril Hanouna multiplie les commentaires badins en diffusant des extraits du meeting : « Il y a des moyens colossaux, c'est pas les prime d'Hanouna sur C8 », « À la fin, [Éric Zemmour] s'est lâché. Il avait pris huit tablettes de lysopaine [contre le mal de gorge] ». Sur le fond, il souligne « il a voulu parler directement aux musulmans. Il l'assure, il n'est pas raciste ». Olivier Ubéda boit du petit-lait. Le contradictoire est apporté par Laurent Fontaine, qui affiche officiellement son soutien à Emmanuel Macron et revient sur les mensonges du camp Zemmour (« 100 000 personnes, c'est infaisable sur la place du Trocadéro ») et revient sur le « Macron assassin » scandé par la foule mais que, jure Olivier Ubéda, le candidat n'a pas entendu : « la caricature qu'on fait

de cette opération est scandaleuse. [...] Vous allez voir les surprises du 10 avril au soir », promet le conseiller Reconquête.

Fig. 29 – « Décryptage, coulisses, phrases chocs. Retour sur le meeting d'É. Zemmour au Trocadéro », 28/03



Malgré sa bonne relation personnelle avec Cyril Hanouna, le cas de Jean-Luc Mélenchon se situe plutôt dans la catégorie des candidats dont la performance au cours de l'année électorale a d'abord été interrogée dans l'ombre d'Éric Zemmour. Rappelons que le candidat LFI s'était lui-même précocement attribué un rôle d'adversité face à celui qui n'était pas encore candidat et qui venait tout juste d'être comptabilisé par le CSA comme une personnalité politique (*Face à face* sur BFMTV le 23 septembre 2021). Dans le premier volet de notre étude, nous avons vu comment Jean-Luc Mélenchon et les porte-parole LFI étaient devenus un rouage relationnel et fonctionnel des émissions de Cyril Hanouna en étant surtout mobilisés dans un rôle d'interlocuteur sur une thématique de l'adversaire et sans véritablement parvenir à imposer leur propre agenda politique et programmatique. Ce mécanisme n'a guère subi d'évolutions pendant la campagne. Le *Face à Baba* de Jean-Luc Mélenchon du 27 janvier est même la plus spectaculaire illustration de la façon dont un dispositif insincère est parvenu à fragiliser un candidat auquel le premier rôle avait pourtant été promis.

L'évolution du discours de promotion de l'émission politique est éclairante de ce détournement du dispositif. Deux jours avant le *Face à Baba*, la chaîne et Cyril Hanouna mettent encore en scène le face-à-face entre Cyril Hanouna et Jean-Luc Mélenchon, et celui de Jean-Luc Mélenchon avec des « intervenants venus le défier, le contredire ou l'interroger » (communiqué C8 du 4/01). Mais dès le 25 janvier, Cyril Hanouna annonce la participation d'Éric Zemmour, « le seul qui a bien voulu venir se confronter à Jean-Luc Mélenchon pour une deuxième fois. [...] L'émission est très très attendue. Moi aussi j'attends ce deuxième round, [...] d'autant plus que là, dans les sondages, les deux montent. C'est important. » Le 26 janvier, la chaîne ne communique plus que sur ce face-à-face Zemmour/Mélenchon en diffusant des visuels sur les réseaux sociaux (Fig. 30).

Fig. 30 – Communiqué de C8 du 04/01 – TPMP du 25/01 – Visuel de C8 diffusé sur Twitter le 26/01



À une heure du débat le 27 janvier, pour mettre dans l'ambiance du combat de boxe qui s'annonce, Cyril Hanouna revient dans TPMP sur l'incident lors du précédent *Face à Baba*, qui avait opposé Alexis Corbière à Stanislas Rigault (Fig. 31). Face à Stanislas Rigault qui vante le projet « *d'union des droites* » et se félicite du succès des meetings, des audiences TV et de la mobilisation sur les réseaux sociaux de son candidat, le porte-parole insoumis tente d'aller sur le fond des sujets, « *le réel* », notamment l'augmentation des salaires. Mais ce n'est pas ce qui intéresse Cyril Hanouna : « *On ne va pas faire le*

débat avant le débat », coupe-t-il. « L'enjeu, aujourd'hui, c'est d'apaiser le débat public. Et Jean-Luc veut apaiser le débat public », veut croire David Guiraud.

Fig. 31 – « Retour sur l'incident entre A. Corbière et S. Rigault lors de la première de *Face à Baba* », TPMP, 27/01



On connaît la suite. Dès le début de son duel avec le candidat Reconquête, le candidat LFI est amené sur le thème de prédilection de l'adversaire, l'immigration : le ton monte, Jean-Luc Mélenchon se laisse piéger par le jeu des invectives, les échanges s'éternisent, se poursuivent ensuite sur les retraites... Raquel Garrido, présente dans le public, comprend le problème au bout d'une heure et interrompt le duel : « *Ce n'est pas un deuxième Face à Baba spécial Zemmour, c'est un Face à Baba spécial Mélenchon* », s'emporte-t-elle contre Cyril Hanouna, lui rappelant que l'échange avec Éric Zemmour était prévu pour durer vingt minutes, pas une heure. Le lendemain, les médias évoquent une « embuscade médiatique » (*Slate*), « un débat houleux » (*Le Parisien*) loin de l'apaisement évoqué par David Guiraud, « un combat quelque part entre le bac à sable et le ring de catch, mêlant petites phrases, invectives et indignations faciles » (*Marianne*), un candidat insoumis « qui était à cran » (*Libération*) et « a fini par parler comme à un chien (au premier sens du terme) au candidat d'extrême droite » (*20 minutes*), etc. Le lendemain, Jean-Luc Mélenchon est furieux : sur son blog, il exprime son sentiment de « s'être fait manœuvrer » et assure qu'il n'acceptera plus « aucune émission sans garantie sérieuse d'équilibre, quitte à annuler une heure avant ou à quitter un plateau en cours de route. À bon entendeur, salut ! » (Fig. 32).

Figure 32 – [Billet de blog de Jean-Luc Mélenchon](#), 28 janvier 2022



Au lendemain d'une émission qui devait durer deux heures et qui en a duré quatre, on a du mal à disperser les brumes du matin suivant. **Quand une séquence qui devait durer vingt minutes avec Zemmour au lieu de dix par faveur de l'antenne et qui dure pour finir une heure dix, on a du mal à ne pas avoir le sentiment de s'être fait manœuvrer.** [...] Faire d'un grossier raciste un sujet politique à qui on sert une heure de télé en cadeau, voir un ministre de l'Intérieur flatter un corporatisme d'omerta, tout cela est beaucoup. Entendre de bons esprits regretter que le spectacle auquel ils pensaient avoir droit ait été de moins bon goût parce que le ton est monté désolé sur l'incurable conformisme des nantis de la vie. [...] Un soir de janvier un matin qui se lève, dans un retour d'heures glauques de l'histoire de notre pays il faut aller de l'avant, drapeau et musique en tête, et croire dans notre idéal d'une France pour tous. **Et ne plus jamais accepter aucune émission sans garantie sérieuse d'équilibre, quitte à annuler une heure avant ou à quitter un plateau en cours de route. À bon entendeur, salut !**

« Jean-Luc Mélenchon vous a-t-il convaincu hier dans *Face à Baba* ? » : la performance du candidat de la France insoumise est discutée le 28 janvier sur le plateau de TPMP, qui réunit pour l'occasion Éric Naulleau, Alexis Corbière et Bruno Pomard (ex-policier du Raid et chroniqueur régulier de *Balance ton post*). À l'unisson de la presse, les chroniqueurs parlent surtout d'une véritable contre-performance pour Jean-Luc Mélenchon. « *J'ai été très déçue. Je n'ai pas retrouvé le tribun talentueux que je connaissais. Sur la forme, je l'ai trouvé sur la défensive et agressif, insultant. Sur le fond, [...] il n'a parlé*

qu'à sa base » (Valérie Benaïm), « Il a été catastrophique. [...] Il était à bout de souffle » (Géraldine Maillet), « Je l'ai trouvé extrêmement choquant. Il a été insultant, méprisant. J'avais de la sympathie pour Monsieur Mélenchon. Là, je ne l'ai plus » (Bernard Montiel), « Il avait les yeux pleins de haine envers le policier [l'un de ses autres débatteurs] » : sept des neuf chroniqueurs déclarent « ne pas avoir été convaincus » par le candidat. Alexis Corbière cherche à imputer la responsabilité au « format de l'émission, un format où les idées se frottent, cher Cyril Hanouna » : « ça a fait de l'audience surtout ». Moins que le premier numéro avec Éric Zemmour cependant : selon Médiamétrie, en moyenne 1,8 million de téléspectateurs (contre 2,36 millions le 16 décembre avec Éric Zemmour), mais déjà moitié moins à 22h40 après le duel avec le candidat Reconquête (990 000 téléspectateurs). L'orateur LFI ne peut que constater l'échec de l'opération *Face à Baba* et échoue ce soir-là à imposer une grille d'interprétation plus favorable pour son candidat.

Au lendemain de la médiatisation du premier volet de notre étude qui soulignait le rôle contre-productif de la stratégie médiatique des Insoumis, Jordan Bardella explique au maire de Trappes Ali Rabeh, soutien de Jean-Luc Mélenchon, l'intérêt pour le RN de l'enrôlement des insoumis dans la mécanique du *talk-show* : « C'est à cause de vous que je suis invité. Je suis invité souvent et j'aime bien venir », s'amuse-t-il, provocateur. Cyril Hanouna, qui semble abonder ce résultat du premier volet de notre étude, interpelle Ali Rabeh : « Mais s'il vous plaît, faites l'actualité, la France insoumise ! Avec des idées, avec des propositions ! ». Mais la prise de conscience n'a pas lieu si l'on en juge les participations des insoumis à *TPMP* les semaines suivantes : le 21 février, Louis Boyard donne la réplique au militant zemmourien David Tanguy qui fait, lui, l'actualité (malgré l'effritement, on l'a vu, de sa posture de victimisation) ; le 22 mars, Raquel Garrido et Didier Maïsto doivent gérer une communication de crise après les accusations d'antisémitisme de la part des chroniqueurs contre la France insoumise (concernant des caricatures au nez crochu repérées dans le défilé des insoumis) ; quant à la performance du dernier meeting hologramme, elle est réduite, on l'a vu plus haut, à une parodie assez peu flatteuse sur le candidat. Au même moment, le candidat insoumis était progressivement marginalisé jusqu'à la fin de la campagne en termes de temps d'antenne (voir l'analyse quantitative de cette étude).

Il est un autre candidat dont, par un double effet institutionnel et d'actualité, la performance va s'imposer plus que s'interroger : Emmanuel Macron. La première action du chef de l'État à être analysée sous l'angle de ce registre depuis le début de la campagne se déroule autour d'une table, d'une très longue table, « la seule table où t'es obligé de crier pour entendre l'autre », explique le bandeau du plateau de *TPMP* ce 7 février. Analysant l'image spectaculaire de la rencontre entre Vladimir Poutine et Emmanuel Macron en visite au Kremlin, chaque chroniqueur y va de sa petite analyse géopolitique (« Ça illustre les relations glaciales »). Et Géraldine Maillet de souligner que « Macron doit être très content de cette photo » : « Avant de faire une campagne électorale pour la présidentielle, il veut se montrer au même niveau qu'un Poutine, puissant, fort, chef de l'Europe. [...] C'est un signe politique ».

Mais l'éthos performant du « chef » Emmanuel Macron s'impose surtout avec le début de la guerre russe en Ukraine. Sur le plateau, les différents invités qui se succèdent depuis le 24 février pour évoquer différents aspects du conflit, ne manquent pas de souligner les qualités d'Emmanuel Macron. Le 28 février, le Général Dominique Trinquant, ancien chef de la mission militaire française aux Nations Unies et ancien conseiller défense du candidat Emmanuel Macron en 2017, réaffirme son soutien au chef de l'État en essayant d'expliquer la réalité de la menace nucléaire face à des chroniqueurs inquiets (« Faut-il (vraiment) avoir peur de la menace nucléaire lancée par Vladimir Poutine ? »). Le 1er mars, Cyril Hanouna souligne l'engagement personnel d'un président qui doit gérer l'incident causé par les propos de son ministre Bruno Le Maire (qui a parlé de « guerre économique » avec la Russie) et ne compte plus ses heures : « Forcément, Emmanuel Macron a pris les choses en main. Il est bien sûr 24/24 sur le dossier, le président. Je trouve qu'il est sur le coup ! » À propos de l'arme nucléaire, « Nous, on a un président qui est rationnel. Emmanuel Macron, on sait qu'il le fera jamais ! » Sur le plateau, deux

volontaires français ayant décidé « de tout plaquer et partir en guerre en Ukraine » pour contribuer à l'aide humanitaire, font également l'éloge du chef d'État et de ses « *cojones* » (Fig. 33).

Figure 33 – Éloge d'un Chef des Armées, TPMP, 01/03/2022



Mathieu Dos Santos : Monsieur Macron, que j'admire encore plus maintenant... La diplomatie, c'est l'histoire de la France. [...] Ce qu'il fait là, quand Poutine l'appelle et qu'il

Cyril Hanouna : Vous suivez le président de la République depuis la guerre en Ukraine ? vous êtes partisan ?

MDS : Je n'ai pas le temps de faire partie d'un parti politique mais euh...

CH : Il a eu la bonne attitude ?

MDS : Il a eu la bonne attitude. De toute façon il fallait en avoir une. On peut le critiquer mais [...] à sa place... pardon pour l'expression... porter ses *cojones* [couilles en espagnol] et aller au Kremlin lui dire « Arrête tes conneries », je ne connais pas beaucoup... [...] Il y a quand même une tenue à avoir et la France la tient par ce monsieur [désigne Emmanuel Macron à l'écran]

Bernard Montiel : Ce qui est essentiel, c'est de garder un lien avec Poutine. C'est pour ça que Monsieur Macron l'appelle à chaque fois.



Le 3 mars, Cyril Hanouna annonce en direct la déclaration de candidature d'Emmanuel Macron, lisant plusieurs passages de la « lettre » que le chef de l'État a fait diffuser peu avant 20h (Fig. 34). Il enchaîne avec un nouveau plateau sur la situation en Ukraine : « le pire est-il (vraiment) à venir ? », interroge-t-il avec l'ancien diplomate russe Vladimir Fédorovski et Hervé Grandjean, porte-parole du ministère des Armées, venu marteler que « la France n'est pas en guerre » et vanter la stratégie d'Emmanuel Macron : « *C'est le seul leader occidental qui a réussi à conserver un lien avec le Président Poutine* ». Vladimir Fédorovski renchérit :

« Je soutiens énormément... Je suis un soutien inconditionnel de la démarche du président Macron. [...] Il faut avoir un courage extraordinaire pour prendre le téléphone et parler avec [Poutine]. [...] Le seul contact qui reste, c'est le courage du président français qui, je pense aujourd'hui, fait consensus en France. Regardez, il est candidat ! »

Fig. 34 – Déclaration de candidature et éloge d'Emmanuel Macron, TPMP, 03/03



Les traits d'image engrangés par le chef des Armées (courage, virilité, lucidité, rationalité, consensus, rassemblement...) n'ont plus qu'à se glisser naturellement au profit du tout nouveau candidat. « À ce rythme-là où vont les sondages, Emmanuel Macron va passer au premier tour. Il prend 6 points par semaine ! Il va passer au 1er tour, Emmanuel Macron ! [...] J'ai vu ce matin, il est à 28 %. Dans trois semaines, il est à 48 % », s'enflamme déjà Cyril Hanouna le 4 mars. En réalité, l'effet « rally-around-the-flag », transitif puisque la France n'est pas en guerre, sera d'assez courte durée : après le 14 mars, le pic d'Emmanuel Macron dans les sondages d'intentions de vote est atteint (entre 30 et 33 % selon les

instituts) et redescendra à un niveau légèrement supérieur à celui relevé avant le déclenchement de la guerre.

L'évaluation de la gestion de la guerre en Ukraine par le chef de l'État ne comportera finalement qu'un accroc de taille pour les chroniqueurs : l'épisode du sweat à capuche, dont les clichés pris par la photographe de l'Élysée ont été diffusés sur Instagram (Fig. 35). « *C'est du marketing. Il se présente comme un "chef de guerre". C'est de la communication* », s'agace Valérie Benaim. « *La communication, ça me saoule. [...] Je trouve ça ridicule* », rétorque Kelly Vedovelli. Face aux critiques des trois chroniqueurs (le troisième étant Gilles Verdez), les six autres relativisent : « *On ne peut plus rien faire, tout est polémique* » (Benjamin Castaldi), « *Il faut vivre avec son temps* » (Guillaume Genton), « *Tous les présidents font de la communication* » (Géraldine Maillet)...

Fig. 35 – « Comprenez-vous que les gens soient choqués par l'attitude d'E. Macron sur Instagram ? », 15/03



Sur les performances de campagne du candidat Macron, il y aura peu de choses à dire à part une brève mention de l'interview « incisive » de Xavier de Moulins (M6) avec Emmanuel Macron (TPMP, 24 mars) et un plateau plus long, le 4 avril, sur « *le grand meeting d'Emmanuel Macron* » et son « *moment d'émotion, moment d'amour* » (le bisou envoyé à Brigitte), « *un show très mis en scène comme le Super Bowl* » (Guillaume Genton) à moins que cela ne ressemble plus à du « *Johnny Hallyday qui traverse le Stade de France* » (Francesca Antonioti). « *Il aurait mieux fait de débattre avec ceux qui se présentent en face de lui* », critique Géraldine Maillet, fatiguée de ces meetings « *trop longs et ampoulés* ».

Dans le registre narratif de la performance, les chroniqueurs se montrent souvent dans leur élément en considérant d'abord la forme plutôt que le fond. Mais on voit, avec le cas de Jean-Luc Mélenchon, comment l'unanimité d'un jugement vient valider une contre-performance d'un candidat qui, à son tour, pourra produire un effet négatif non seulement sur ses traits d'images mais, au-delà, sur sa réputation et *in fine* la valeur de ses idées.

2.1.3. La scandalisation

Touche pas à mon poste se nourrit du scandale autant qu'il le provoque. Comme les registres de la victimisation et de la performance, celui de la scandalisation est constitutif de la ligne éditoriale de TPMP et s'applique à un large éventail de thématiques (people, médias, fait divers, sujets de société...). Le traitement des sujets politiques n'échappe pas à cette mécanique qui permet souvent de réintroduire des questions de société dans le champ politique (ou l'inverse). Par « registre narratif de la scandalisation », nous entendons le choix éditorial d'opérer un traitement formel (cadrage) sur un fait d'actualité (un propos, un événement, une action) par son identification comme objet d'indignation et d'inciter le public à se positionner moralement par rapport à ce fait.

En analysant les 39 plateaux reposant sur cette logique qui ont été diffusés pendant la campagne de premier tour (Fig. 36), on observe qu'ils concernent prioritairement deux candidats (Emmanuel Macron, 17 plateaux ; Éric Zemmour, 12 plateaux) et secondairement trois autres candidats (Jean-Luc Mélenchon, 9 plateaux ; Marine Le Pen et Valérie Pécresse, chacune 8 plateaux). Qu'ils subissent ou

provoquent l'indignation, ces cinq candidats parviennent à occuper l'attention et en tirent un bénéfice d'exposition (mise à l'agenda) indépendamment des arguments favorables ou défavorables exprimés en plateau.

Fig. 36 – Plateaux politiques de TPMP en mode scandalisation (1er tour, 01/01-08/04)

DATE	SUJET	CANDIDAT(S) ÉVOQUÉ(S)
03/01	Gim's demande à ses « frères » musulmans de ne plus souhaiter la bonne année : comprenez-vous la polémique ?	Pécresse, Zemmour
03/01	Pour la première semaine de l'année, on se prend la tête à cause... d'un drapeau	Zemmour, Le Pen, Macron
05/01	Affaire de la « bonne année » : comprenez-vous les attaques de Valérie Pécresse contre Gim's	Pécresse, Zemmour
05/01	Emmanuel Macron veut « emmerder » les non-vaccinés : a-t-il manqué de respect aux Français ?	Macron, Le Pen, Mélenchon
12/01	Emmerder », théories du complot, polémiques... Jacques Legros a-t-il été trop loin face à Brigitte Macron dans le JT de 13h ?	Macron
13/01	Révélation : gros clash entre Olivier Véran et Jean-Michel Blanquer, que s'est-il passé ? On vous dit tout !	Macron
18/01	Affaire Jean-Michel Blanquer à Ibiza : est-ce qu'on en fait trop ?	Macron
19/01	Valérie Pécresse a-t-elle eu raison de prendre à partie Jean-Jacques Bourdin ? »	Pécresse
20/01	Accusations contre Jean-Jacques Bourdin : sa femme Anne Nivat tacle Valérie Pécresse	Pécresse
20/01	« Les électeurs du RN ne sont pas tous racistes » ? Comprenez-vous le lynchage contre Matthieu Delorme après ses propos ?	Le Pen
25/01	Comprenez-vous que Gérald Darmanin refuse d'attribuer la nationalité française à Gim's ?	Macron, Pécresse
27/01	Retour sur l'incident entre Alexis Corbière et Stanislas Rigault lors de la première de <i>Face à Baba</i>	Mélenchon, Zemmour
28/01	Comprenez-vous ceux qui accusent Jean-Luc Mélenchon d'être anti-flic ?	Mélenchon
02/02	« République islamique ». Mise en examen pour ses propos sur Trappes, la grande explication de Jordan Bardella face au maire de la ville	Le Pen, Mélenchon
03/02	Jean-Marc Morandini révèle que Jean-Luc Mélenchon refuse de participer à son émission	Mélenchon
03/02	Émission sur BFMTV : comprenez-vous qu'Éric Zemmour ne soit pas le bienvenu à Montreuil ?	Zemmour Roussel
08/02	« Ça va bien se passer, Madame » : Gérald Darmanin a-t-il eu un comportement irrespectueux avec Apolline de Malherbe ?	Macron
10/02	« Moi, les losers, ça ne m'intéresse pas » : la punchline de Rachida Dati fait l'événement !	Pécresse
14/02	« Zemmour fait le juif de service » : Yannick Jadot a-t-il dérapé ?	Jadot, Zemmour
23/02	Un chien, des morts... La Primaire a-t-elle vraiment été truquée	Pécresse
01/03	Jean-Luc Mélenchon et « La France insoumise » accusés d'être pro-Poutine : soutenez-vous les accusations	Mélenchon
11/03	Êtes-vous choqués par ceux qui appellent à ne recevoir que les réfugiés chrétiens en France ?	Zemmour
14/03	Présidentielle : en boycottant certains candidats, TF1 commet-elle une faute grave ?	Dupont-Aignan, Macron
14/03	Coulisses, révélations, explications... Que s'est-il (vraiment) passé avec l'auteur du jet de l'œuf sur Éric Zemmour ?	Zemmour
15/03	Comprenez-vous que les gens soient choqués par l'attitude de d'Emmanuel Macron sur Instagram ?	Macron
16/03	Emmanuel Macron recadre une aide-soignante non vaccinée et fait polémique	Macron
16/03	Valérie Pécresse aspergée de poudre rose par des militants	Pécresse
21/03	Anne Hidalgo a-t-elle vraiment attaqué le couple Macron pour sa différence d'âge ? Nos révélations !	Macron, Hidalgo
21/03	Une caricature au nez crochu d'Emmanuel Macron aperçue lors de la manifestation de Jean-Luc Mélenchon : êtes-vous choqués ?	Mélenchon, Macron
22/03	La France insoumise accusée d'antisémitisme par Valérie, Géraldine et Gilles : leur droit de réponse !	Mélenchon, Macron
23/03	Emmanuel Macron porte-t-il une moumoute ? Il répond à l'incroyable rumeur !	Macron
25/03	Projectiles, interpellations... Émission mouvementée ce matin sur CNews avec Éric Zemmour ! »	Zemmour
28/03	Vidéo de Marine Le Pen agressée en Guadeloupe : faut-il avoir peur de la montée de la violence contre nos politiques ?	Le Pen
28/03	Faut-il interdire la nourriture Casher et Halal ? Retour sur une proposition très commentée	Le Pen
30/03	Menacé et lynché après avoir affiché son soutien au président, Laurent Fontaine, s'exprime dans TPMP	Macron
04/04	Mort de Jérémy Cohen : renversé par un tramway après avoir été tabassé dans la rue, ses proches témoignent	Le Pen, Mélenchon, Zemmour
05/04	Affaire Jérémy Cohen : pensez-vous que les politiques soient sincères dans leur combat ?	Macron, Zemmour
06/04	Le Pen voilée, Macron gilet jaune, Zemmour converti à l'Islam... Condamnez-vous ces affiches parodiques ?	Le Pen, Macron, Zemmour

Les candidats Jean-Luc Mélenchon et Valérie Pécresse semblent plutôt pâtir du scandale et de sa feuilletonnisation par TPMP. Le candidat LFI se voit en effet questionné sur ses positions pro-Poutine

compromettantes (1er mars) ou anti-flic (28 janvier) et accusé d'antisémitisme par plusieurs chroniqueurs après l'utilisation de caricatures au nez crochu d'Emmanuel Macron lors de la marche de la France insoumise, ce qui oblige Raquel Garrido et Didier Maïsto à venir le lendemain pour faire un droit de réponse (21 et 22 mars). Valérie Pécresse est empêtrée début janvier dans la polémique sur les propos communautaristes de l'un de ses soutiens, le rappeur maître Gim's (3, 5 et 25 janvier) et surtout le scandale de la Primaire truquée (23 février). La candidate LR se sort en revanche mieux de l'éclat provoqué par son attitude face à Jean-Jacques Bourdin, accusé d'agression sexuelle. Après avoir entendu le porte-parole Othman Nasrou, les chroniqueurs sont majoritaires (8 contre 5)²⁶ à considérer qu'elle a eu raison de faire son discours introductif contre Jean-Jacques Bourdin : « *Elle ne pouvait pas faire autrement, elle a parlé avec son cœur. C'était un grand moment de télé. C'était parfait !* », applaudit Gilles Verdez ; « *J'ai trouvé que c'était une Masterclass ! Elle était absolument incroyable, percutante* », s'enthousiasme Géraldine Maillet ; « *Ça fait plaisir de voir quelque chose qui n'était pas préparé* », ajoute Kelly Vedovelli.

Emmanuel Macron, Éric Zemmour et Marine Le Pen font plutôt partie des candidats ayant cherché, par leurs propos ou leurs actions, à provoquer la polémique pour attirer l'attention et y gagner une centralité dans le débat public. Le drapeau européen sous l'Arc de Triomphe pour inaugurer la présidence française du Conseil de l'Union européenne, le souhait « d'emmerder » les non-vaccinés, la publication sur Instagram des photos d'un chef de l'État au look décontracté avec son sweat à capuche en pleine guerre en Ukraine ou le recadrage humiliant d'une aide-soignante : ces plateaux permettent à Emmanuel Macron de continuer à agiter sans risque le débat et obligent ses adversaires à ne faire que réagir à ses gestes ou ses paroles.

Si Éric Zemmour provoque davantage le scandale autour de sa personne, que ce soit à l'occasion de ses apparitions médiatiques (*Face à Baba* de C8, *Face à la rue* de CNews, *La France dans les yeux* de BFMTV) ou de ses déplacements houleux (l'affaire de l'œuf jeté), il réussit moins à scandaliser autour de ses thèmes : lorsqu'il le fait, il doit souvent partager l'affiche avec son adversaire directe à l'extrême droite, Marine Le Pen. En effet, la candidate RN s'impose davantage dans un registre de scandalisation construit autour de ses thèmes de prédilections, à savoir les questions identitaires et sécuritaires (le drapeau national, le communautarisme de Maître Gim's, la « République islamique » de Trappes, la nourriture Halal et Casher à Interdire, la violence contre les élus).

Comme nous l'avons vu dans le précédent volet de notre étude sur la pré-campagne, le traitement du scandale en mode favorable ou défavorable (pour le candidat concerné) reste tributaire de la formulation de la question soumise aux chroniqueurs et publics, de la composition du plateau, du choix des invités et de la distribution de la parole. Le 18 janvier, la majorité doit affronter le scandale des vacances de Jean-Michel Blanquer à Ibiza. Mais le cadrage choisi par TPMP ce soir-là vise moins à questionner les agissements du ministre que l'écho médiatique de l'affaire : « est-ce qu'on en fait trop ? » (Fig. 37). En plateau, les chroniqueurs répondent à un enjeu qui détourne en partie du ministre et désamorce ainsi le scandale : face au syndicaliste CGT Benjamin Amar, quatre d'entre eux pensent en effet qu'« *on en fait trop* » et un cinquième rappelle que Jean-Michel Blanquer « *n'est pas dans l'illégalité* ». Cyril Hanouna prend soin de restituer les éléments de langage du cabinet : « *ce n'est pas parce qu'il n'était pas au travail qu'il n'était pas connecté et loin de ce qu'il se passait.* »

²⁶ Les pour : Gilles Verdez, Géraldine Maillet, Kelly Vedovelli, Benjamin Castaldi et Valérie Benaïm. Les contre : Matthieu Delormeau, Guillaume Genton, Thierry Moreau.

Fig. 37 – « Affaire Jean-Michel Blanquer : est-ce qu'on en fait trop ? », TPMP, 18/01/2022



Quelques jours plus tôt, alors que Jean-Michel Blanquer était vivement critiqué pour sa gestion de la crise sanitaire dans les écoles et l'absence de clarification du protocole, Cyril Hanouna avait lui-même pris la défense du ministre face à Nicolas Glière, professeur et membre du collectif Stylo Rouge :

-Cyril Hanouna : *Vous savez qu'il est sympa ? Je lui dirai de venir en face de vous un jour. Il serait capable de venir...*

-Nicolas Glière : *Il pourra répondre de ses mensonges permanents !*

-CH : *Est-ce que c'est des mensonges ou le problème c'est : est-ce qu'il peut faire ce qu'il a vraiment en tête ? C'est compliqué. [...] Jean-Michel Blanquer, que je connais un peu, qui est venu nous voir, il est à l'écoute. Je vous promets que si vous lui parlez... [...] Il est vraiment à l'écoute.*

Le 23 mars, la « rumeur » que le chef de l'État porte une « moumoute » serait plus drôle que gênante si elle ne venait pas accréditer l'idée qu'Emmanuel Macron serait dissimulateur et capable « d'exploiter des êtres humains pour se faire des cheveux » : « c'était une accusation politique » s'indigne Gilles Verdez (Fig. 38). Mais la défense est confiée au « porte-parole de l'Élysée » Bernard Montiel, qui s'empresse de laver l'offense : « Je peux vous dire qu'il n'a pas de moumoute ! [...] Je vais vous dire ce qu'il a, le Président de la République. Il est comme moi : il a les golfes clairs, donc il essaie de les cacher comme moi, vous voyez ? ». Et Matthieu Delorme de rétorquer : « Quand bien même il en aurait une, ce n'est pas une honte ». Guillaume Genton achève le déminage de l'affaire en retournant la charge contre Médiapart, « qui a balancé ça » : « Ça me choque qu'ils sortent ce genre d'info et qu'ils prennent du temps pour le commenter. » L'article était en réalité issu d'un blog hébergé par Médiapart, qui a fini par supprimer le billet²⁷.

Fig. 38 – « Emmanuel Macron porte-t-il une moumoute ? Il répond à l'incroyable rumeur ! », TPMP, 23/03/2022



Construit autour de sujets plus ou moins futiles, on observe que la dynamique du registre de scandalisation a reflué durant les quinze premiers jours de la guerre russe en Ukraine : entre le 23 février et le 11 mars, il disparaît quasiment des sujets politiques, mais revient en force jusqu'à la fin de la campagne de premier tour.

²⁷ « Pourquoi « Mediapart » a-t-il supprimé un billet de blog sur la « moumoute » de Macron ? », *Libération*, 17 mars 2022, [En ligne].

2.1.4. La normalisation

La normalisation constitue un registre narratif en soi lorsqu'elle montre la capacité d'un acteur politique situé aux extrêmes à s'intégrer dans un dispositif médiatique, se fondre dans les pratiques et discours ordinaires sans chercher à jouer sur la distinction vis-à-vis d'une norme établie. Pouvant emprunter les voies de la performance et de la scandalisation, elle en diffère par ses effets visés en cherchant avant tout à faire fructifier les idées du candidat plus qu'à attirer l'attention sur la personne.

Les commentateurs et sondeurs l'ont répété tout au long de la campagne : plus Éric Zemmour entretenait le clivage du débat électoral et de la société française, plus son adversaire directe à l'extrême droite, Marine Le Pen, en tirait par contraste un bénéfice d'image en jouant la carte de la modération. Dans cet objectif, les émissions de Cyril Hanouna se sont avérées un outil efficace pour le RN en offrant à un public populaire le visage souriant et affable d'un parti en quête de dédramatisation.

Pour les publics de *TPMP*, le visage d'une modération apparente de l'extrême droite est d'abord celui de Jordan Bardella. Le président par intérim du Rassemblement national a presque pris ses habitudes depuis la pré-campagne (Fig. 39) : après une première participation dans *Balance ton post* le 30 septembre et un passage bon enfant aux côtés de l'humoriste franco-marocain Booder pour commenter sa performance dans l'émission pourtant houleuse de Jean-Marc Morandini à Lyon, dans le quartier de la Guillotière (« Jordan Bardella vous a-t-il convaincu dans l'émission *Face à la rue* ? », 24 novembre), il revient chaque mois à partir de janvier dans *TPMP*. Le 5 janvier, il critique avec Mathilde Panot (LFI) les propos du chef de l'État sur les non-vaccinés (« Emmanuel Macron qui veut "emmerder" les non-vaccinés : A-t-il manqué de respect aux Français ? ») ; le 2 février, face au maire de Trappes Ali Rabeh, il vient apporter une « grande explication » après avoir parlé de la ville comme d'une « République Islamique » (« Mis en examen pour ses propos sur Trappes, la grande explication de Jordan Bardella ») ; le 17 mars, c'est en mode performance qu'il analyse le *Face à Baba* de sa candidate, diffusé la veille (« Décryptage, coulisses, darkas... : Marine Le Pen a-t-elle réussi son passage dans *Face à Baba* ?). Sa candidate étant qualifiée pour le second tour, il revient le 11 avril pour dénoncer le préjudice qui semble s'abattre sur Marine Le Pen malgré la fragilisation du réflexe républicain (« Comprenez-vous ceux qui appellent au "Tout sauf Le Pen" ? »). Il est de nouveau sur le plateau au dernier jour de la campagne de deuxième tour pour faire, face à Gabriel Attal venu représenter le candidat Macron, un point « bilan et perspectives » (« Emmanuel Macron / Marine Le Pen : qui a fait la meilleure campagne ? Le débat entre Gabriel Attal et Jordan Bardella », 22 avril). Soit au total six participations à *TPMP* en six mois.

Fig. 39 – Jordan Bardella, invité régulier de *TPMP* (24/11, 05/01, 02/02, 17/03, 11/04 et 22/04)



Le relationnel en plateau avec l'animateur et les chroniqueurs est toujours sympathique et chaleureux. Lorsque Booder fait une énième blague à laquelle rit Jordan Bardella, Cyril Hanouna souligne : « *Même Jordan qui rigole, c'est de la bonne télé !* ». Face à Gilles Verdez appliqué à faire la critique formelle de l'émission *Face à la rue* sur CNews (« *un grand moment de télé avec beaucoup de tension mais aussi de l'émotion* », « *vous avez utilisé le mot de "racaille" et moi ça me choque* »), il balaie la remarque de Guillaume Genton offerte sur un plateau :

-Guillaume Genton : *Est-ce que ce ne sont pas vos idées d'extrême droite qui font qu'il y a besoin de police et de CRS ?*

-Jordan Bardella : *Je ne me sens pas d'extrême droite. Mes idées sont partagées par une grande partie de l'opinion.*

Et Jordan Bardella de raconter que Marine Le Pen, voyant son poulain malmené dans l'émission de CNews, l'a appelé « *[le] matin pour savoir si j'étais en vie. [...] Comme ma mère !* », s'amuse-t-il. Le 5 janvier, il défend l'hôpital public à côté de Mathilde Panot tandis que Cyril Hanouna renvoie dos à dos le président du RN et la porte-parole LFI dans leur rôle d'opposition pour mieux défendre Emmanuel Macron : « *Je vous le dis, Jordan et Mathilde, franchement, sur sa démarche sur le vaccin, il [Emmanuel Macron] est à fond dessus. C'est pas un coup de comm', hein Bruno [Bonnell, député LREM] ?* »

Évacuation de la dimension sulfureuse du label d'extrême droite par l'*argumentum ad populum* (« appel au peuple »), sourire de la respectabilité en plateau, humanisation de la candidate par la mise en scène de son image maternelle rassurante, avantage tiré d'une agressivité de l'adversaire insoumis (on a vu comment le registre de la performance ne profite guère à Jean-Luc Mélenchon) : tous les codes de la normalisation du parti et de ses représentants se fondent dans le dispositif hanounesque.

Mais le point d'orgue du processus de normalisation est atteint avec l'entrée en scène de la candidate Marine Le Pen le 16 mars dans le *Face à Baba* dont elle est la principale invitée. C'est la première fois qu'elle accepte l'invitation de Cyril Hanouna. Celle qui, craignant un traquenard, avait toujours refusé les invitations de l'animateur, a pu se réjouir d'une opération d'humanisation : préparée sur le fond des dossiers face à ses contradicteurs, elle est apparue tout sourire, détendue, modérée, allant jusqu'à pousser la chansonnette *La Ballade des gens heureux* à l'issue de l'émission (Fig. 40).

Fig. 40 – Marine Le Pen dans *Face à Baba*, 16/03/2022



Face à Jean Messiha, elle peut faire vibrer la carte de la trahison mais sans chercher, magnanime, à reprocher à son ancien poulain son ralliement à Éric Zemmour. Surtout, sur un plateau complaisant, elle prend l'avantage en affichant son sérieux (comme Éric Zemmour, elle arbore les lunettes de rigueur pour la promotion de l'émission) et sa maîtrise des dossiers : « *Moi je suis allée voir le programme d'Éric*

Zemmour sur l'Islam. Honnêtement, c'est piteux. Il y a six petits points, ça fait un quart de page sur 70 pages du programme ! », s'indigne-t-elle en brandissant le feuillet pour mieux montrer ensuite son propre dossier de plusieurs pages, fruit « de son travail sérieux » : un « projet de loi rédigé », s'enorgueillit-elle sans présenter ce que contient le texte. Cyril Hanouna a le bon réflexe, quelques minutes plus tard, de lui demander « ce qu'il y a dans ce projet de loi » : « C'est un projet de loi qui vise à lutter contre l'idéologie islamiste partout où elle est ». Mais elle n'ira pas beaucoup plus loin dans le détail du texte jugé par certains experts comme « totalitaire » en ce qu'il « veut intervenir dans le culte musulman en bannissant le port du voile de la rue, les services publics et tous les "lieux ouverts au public"²⁸ ».

Pour l'heure, lorsque Jean Messiha fait diffuser l'image d'un selfie entre Marine Le Pen et une jeune fille voilée, la candidate peut tranquillement donner une leçon « d'humanité » à son ex-conseiller : « Je vais te faire comprendre la différence entre lutter contre l'islamisme et s'attaquer à une jeune fille qui ne doit pas avoir plus de 15 ans et qui voulait faire une photo avec moi. Qu'est-ce que tu aurais fait, toi ? Tu lui aurais arraché son voile ? ». Sa relation avec son père est examinée sous un angle *people* par un Cyril Hanouna prévenant : « Vos relations avec votre papa ont toujours été compliquées, on a l'impression que vous avez un mental d'acier. ». Elle répond « douleur » et « solidité ». Face à Baba est un adoucisseur d'image.

Le lendemain, les chroniqueurs applaudissent la double performance : celle de Marine Le Pen (« C'était une masterclass », « Elle était lumineuse, humble », « J'ai vu un poids de la politique qui savait ce qu'elle faisait. Il n'y en a pas un [de ses contradicteurs] qui a été à la hauteur ») et celle de Cyril Hanouna (« Vous, c'était votre meilleure émission »). Ce dernier en profite pour balayer la critique qui l'accuse d'avoir déroulé un tapis rouge à la candidate RN et à banaliser ses idées : citant notamment un article de *L'Obs*²⁹, l'animateur rétorque : « C'est le principe de l'émission ! J'ai pas l'habitude d'inviter les gens pour... [...] si j'ai préparé un gigot, c'est pas pour leur foutre dans la gueule ! » Alors que re-défilent à l'écran les pauses souriantes de sa candidate et une parodie du plateau Messiha-Hanouna-Le Pen, Jordan Bardella, sur le plateau, est aux anges : « Ça lui a permis de toucher un public qui ne s'intéresse pas autant à la politique. » (Fig. 41).

Fig. 41 – « Décryptage, coulisses, darka : retour sur les moments marquants de Face à Baba avec Marine Le Ben », TPMP, 17/03/2022



Ce 17 mars, la chroniqueuse Delphine Wespiser provoque un petit effet sur le plateau en se mettant soudainement à tutoyer Jordan Bardella (« Je pense que tu t'en souviens », lui adresse-t-elle). « Oh mais ils se tutoient, ces deux-là ! C'est quoi, ça ! », s'exclame Cyril Hanouna, toujours attentif aux marques d'une familiarité affective et professionnelle (alors que le vouvoiement est la règle sur le plateau entre l'animateur et ses chroniqueurs). Le président par intérim du RN a su mettre à profit sa socialisation à l'occasion de ses nombreux passages dans *TPMP* pour convaincre certains chroniqueurs : le 13 avril, dans l'entre-deux-tours, alors que les invités du jour (Yassine Belattar et la journaliste *people* anti-macroniste Myriam Palomba) s'opposent pour discuter de la doctrine « Tout sauf Le Pen », l'ancienne

²⁸ « Marine Le Pen : un programme fondamentalement d'extrême droite derrière une image adoucie », *Le Monde*, 31 mars 2022, [En ligne].

²⁹ « "Vous faites plus jeune qu'avant" : Marine Le Pen comme à la maison chez Hanouna », *L'Obs*, 17 mars 2022, [En ligne].

Miss France fait son outing politique (Fig. 42). S'adressant à Yassine Belattar qui appelle à voter Macron et met en garde contre « le nom des Le Pen », elle vient valider l'évacuation du label « extrême droite » : « Attention, ce n'est pas son père. Toi, tu n'es pas tes parents. On n'est pas pareils. Et c'est bien pour ça qu'elle a un peu coupé avec son père. Lui, c'était lui. Elle, c'est quelque chose d'autre. [...] Quand tu la regardes, tu vois qu'elle a travaillé, elle a une forme de bienveillance. [...] Emmanuel Macron a fait son temps. Il avait cinq ans pour montrer ce qu'il pouvait faire. [...] Il y a des gens comme toi qui disent "Surtout pas l'extrême droite !" C'est pas l'extrême droite, c'est le Rassemblement national ! »

Et la chroniqueuse de poursuivre en expliquant que cela lui plairait bien d'avoir « une présidente femme » : « J'aimerais bien une maman des Français, quelqu'un qui rassemble, qui protège, avec une sensibilité de femme ».

Fig. 42 – Outing politique de Delphine Wespiser pour Marine Le Pen, TPMP, 13/04 et 14/04/2022



Raillée sur les réseaux sociaux numériques pour son infantilisation de la figure présidentielle, elle s'explique le lendemain sur le plateau de TPMP, jugée par les chroniqueurs (« "Marine Le Pen : une maman des Français" : comprenez-vous la polémique après les propos de Delphine Wespiser hier dans TPMP »). Si Thierry Moreau, Gilles Verdez et Nicolas Pernikoff soutiennent leur collègue, les six autres (Clément Garin, Guillaume Genton, Géraldine Maillet, Raymond, Valérie Benaïm et Bernard Montiel) la critiquent en tentant de l'emmener sur le terrain des idées de la candidate RN. Mais Cyril Hanouna les interrompt, conformément à sa ligne habituelle : « On ne va pas décortiquer les programmes, là ! ». La militante EELV Pauline Rapilly-Ferniot, qui rejoint le plateau juste après pour raconter les violences subies par le service d'ordre du RN (suite à son happening lors d'une conférence de presse de Marine Le Pen), essaie à son tour de mettre Delphine Wespiser face à ses contradictions en rappelant les positions anti-avortement du RN.

La semaine suivante, Cyril Hanouna explique que, en raison des règles de pluralisme, la chaîne a décidé d'écarter Delphine Wespiser et Bernard Montiel, leurs opinions politiques étant désormais ouvertement connues et leurs propos devant être techniquement comptés comme du temps de parole. Un dernier plateau chronométré est donc organisé le 20 avril (Fig. 43), qui permet à la chroniqueuse d'être beaucoup plus politique dans son argumentation et la défense de ses opinions : « Delphine a préparé des petites fiches », souligne Cyril Hanouna. « Non, c'est juste pour que l'émotion ne prenne pas le pas. J'ai des choses à dire et après je ne m'exprimerai plus jamais en politique », dit celle qui « se sent punie » par la décision de la chaîne et dit « perdre des émissions et de l'argent » pour avoir « utilisé mon droit de liberté de penser et de m'exprimer ». Ayant manifestement travaillé ses éléments de langage le week-end, elle avance tous les arguments de fond utilisés dans d'autres médias par les soutiens de Marine Le Pen (notamment l'évocation du scandale des cabinets de conseil McKinsey).

La feuilletonisation du coming out politique de Delphine Wespiser durant la campagne de deuxième tour contribue à expliquer l'inflation des sujets politiques (48,8 %) dans TPMP durant cette période (Fig. 2), même si la raison principale reste évidemment la simplification opérée par l'élimination de dix candidats pour faire respecter la règle de stricte égalité des temps d'antenne.

Fig. 43 – « Présidentielle : Delphine Wespiser et Bernard Montiel évincés de TPMP : comprenez-vous cette décision, TPMP, 20/04/2022



Si les résultats de notre analyse quantitative montrent que Marine Le Pen n'est pas particulièrement avantagée dans TPMP et reste largement moins exposée que son rival d'extrême droite, on mesure, à travers l'analyse qualitative de l'émission, qu'elle tire un énorme bénéfice de cette exposition qui lui permet de mettre pleinement en œuvre sa stratégie de normalisation.

2.1.5. Le dénigrement

Le dénigrement est le premier des registres aux effets clairement défavorables pour le ou la candidate concerné.e en ce qu'il porte atteinte à l'image ou à la personne par une moquerie répétée, au-delà du ton sarcastique habituel de l'émission. Comme lors de la pré-campagne, ce registre est principalement utilisé pour les candidats de la gauche traditionnelle, à savoir Anne Hidalgo et, nouveauté de la période de campagne, Christiane Taubira qui a remplacé Arnaud Montebourg dans cette fonction. L'usage exclusif de ce registre pour ces deux candidates – par ailleurs réellement fragilisées dans les enquêtes d'intention de vote et par le manque de souffle de leur campagne – produit d'emblée un effet de réputation négatif et la disqualification de leurs idées.

Le 18 janvier, les chroniqueurs reviennent sur « une nouvelle idée de malade » d'Anne Hidalgo : donner 5 000 euros aux personnes de plus de 18 ans. La mesure, mal préparée par la candidate, est aussitôt fustigée : « C'est très sympathique mais c'est un discours totalement délirant ! Comment on va financer ça ? » (Gilles Verdez), « C'est complètement démago » (Guillaume Genton), « Elle veut récupérer le vote des jeunes. [...] C'est réduire les jeunes » (Kelly Vedovelli). Dans le sillage de la pré-campagne, Cyril Hanouna enfonce le clou : « Je n'ai rien contre elle mais elle commence à me peiner ! [...] Quand on commence à dire n'importe quoi, c'est qu'on est dans un désarroi total. Si je peux donner un conseil à Anne... "Anne, prenez un vélo, allez sur les quais et roulez loin, loin, loin !" », assène-t-il en provoquant l'hilarité sur le plateau. Deux jours plus tard, l'animateur s'amuse du « chiffre du jour » : « Anne Hidalgo compte 21 porte-parole », annonce-t-il en réchauffant une blague ressassée lors de la pré-campagne raillant le niveau de la candidate dans sondages d'intentions de vote : « Vous savez comment on l'appelle dans le milieu laitier ? Le yaourt 0 % » (Fig. 44).

Fig. 44 – « Le chiffre du jour : Anne Hidalgo compte... 21 porte-parole », TPMP, 20/01/2022



L'entrée en campagne de Christiane Taubira après sa victoire « Bien + » à la Primaire populaire le 30 janvier, soulage légèrement Anne Hidalgo du dénigrement dont elle fait l'objet. Tout au long du mois de février, la candidate du PS partage ainsi l'affiche du *bashing* avec l'ancienne garde des Sceaux. Dès le 31 janvier, Cyril Hanouna rebondit sur l'actualité du premier week-end de campagne raté de Christiane Taubira, qui a été « *la risée de Twitter* » à cause des publications « *bourrées de fautes* » diffusées par Les Jeunes avec Taubira : « *On dirait que c'est moi qui les avais écrites !* », s'esclaffe l'animateur (Fig. 45). La sanction tombe : « *Elle a une équipe de communication incompétente, [...] elle n'est pas investie dans sa campagne* » (Guillaume Genton), « *Ça prouve son amateurisme* » (Gilles Verdez), « *Les pauvres, ils ne sont pas prêts* », s'amuse Cyril Hanouna, ajoutant alors une autre dimension plus personnelle à la critique : la logique concurrentielle sur le créneau d'avant soirée : « *Elle est deux fois par semaine sur Quotidien, donc on comprend qu'elle ne nous aime pas [rires]. Après, Christiane Taubira, je ne vais pas vous mentir, on ne l'invite pas tous les jours non plus !* ». « *Faut dire que le PS, vous les draguez pas beaucoup non plus* », surenchérit Matthieu Delormeau.

L'intervention catastrophique de Christiane Taubira lors d'un grand oral organisé le 2 février par la Fondation Abbé Pierre sur le mal-logement finit presque par émouvoir Cyril Hanouna : « *La pauvre Christiane Taubira. Je l'ai kiffée parce qu'elle m'a rappelée moi au contrôle d'histoire-géo. [...] Je la kiffe encore plus qu'avant. Elle me ressemble, je la kiffe* », ironise-t-il avant de trancher sèchement « *Non mais vraiment, on ne va pas faire deux heures là-dessus !* » (Fig. 45).

Fig. 45 – Christiane Taubira malmenée dans TPMP (TPMP, 31/01 et 03/02/2022)



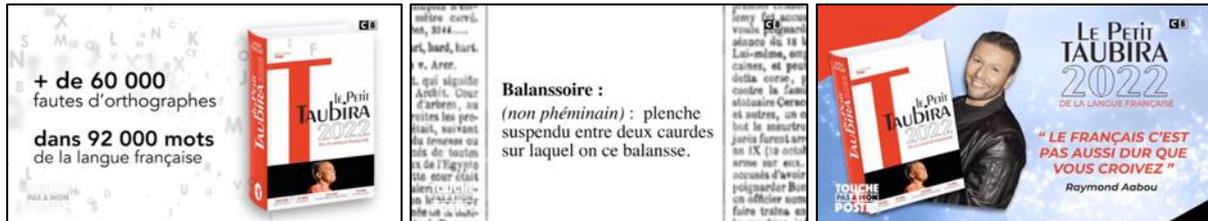
La création, à partir du 14 février, de la rubrique parodique « Le Point de campagne » – séquence de sketches et montages humoristiques sur les candidats de l'élection – va permettre d'exploiter tout le potentiel comique du duo perdant Anne Hidalgo / Christiane Taubira, toujours ramenées à leur faible score dans les sondages (« *Anne Hidalgo et Christiane Taubira, on est à 5 %. On les appelle le Club des Cinq, d'ailleurs* »). La rubrique revient sur le bégaiement de Christiane Taubira sur les questions de mal-logement, révèle « *son petit talent caché* » à la tribune de son meeting à Créteil, où la candidate avait chanté « *Ma France* » de Jean Ferrat (« *Est-ce qu'elle n'aurait pas pu être dans The Voice ?* », s'interroge Cyril Hanouna). Le 16 février, Cyril Hanouna est au regret d'annoncer, visuel à l'appui, que « *la langue française a de nouveau été maltraitée par Christiane Taubira et son équipe sur Twitter* » : « *Si le président Emmanuel Macron a la chance d'avoir une prof de Français avec lui pour tout relire, ce n'est visiblement pas le cas pour Christiane Taubira* ». Et l'animateur de lancer un nouveau jeu « *Le Totobira* », parodie du *Motus* de France 2 (Fig. 46).

Fig. 46 – « Le Point de campagne : le Totobira », TPMP, 16/02/2022



Le 22 février, toujours dans Le Point de campagne, Cyril Hanouna annonce fièrement la parution d'un nouveau dictionnaire aux « éditions TPMP » : « *Comme dans les Avengers, nous avons décidé d'unir nos forces et nos compétences avec les équipes de Christiane Taubira [rires] pour proposer un produit unique, bientôt à la vente* ». « Le Petit Taubira 2022 » et ses « 60 000 fautes d'orthographe » sont plébiscités par le chroniqueur Raymond (souvent lui-même raillé par l'animateur pour ses fautes d'accord) : « *Le Français, c'est pas aussi dur que vous croirez* » (Fig. 47).

Fig. 47 – « Le Point de campagne : Le Petit Taubira », TPMP, 22/02/2022



« *J'espère qu'elles ne vont pas lâcher, ces deux-là [Anne Hidalgo et Christiane Taubira] parce qu'on va se faire chier, sinon* », avait espéré Cyril Hanouna le 16 février. Pourtant, le 2 mars, alors que le Conseil constitutionnel n'a validé que 181 parrainages en sa faveur à trois jours de la date limite, Christiane Taubira annonce le retrait de sa candidature à l'élection présidentielle. Dans TPMP, Anne Hidalgo se retrouve désormais seule dans le registre du dénigrement (avec François Hollande). Le 1er mars, Cyril Hanouna ironise sur le fait que si la candidate du PS « *est en ce moment tournée vers l'avenir de la France* », elle « *n'oublie pas Paris, parce que Paris c'est sa ville, on le rappelle pour ceux qui ne le savent pas* », avant de critiquer l'annonce d'un nouveau système de circulation incompréhensible avec la mise en place de « zones apaisées ». « *On ne comprend pas, ça veut dire que ce n'est pas clair, en fait* », tranche Géraldine Maillet. Mais l'équipe de TPMP est heureuse d'aider à clarifier la mesure en présentant le « Hidalgopoly », un « jeu éducatif [...] lancé par la Mairie de Paris » que deux assistants de production présentent au public (Fig. 48). La nouvelle « connerie » est à peine discutée par les chroniqueurs, fatigués de la gestion de la capitale par Anne Hidalgo et ses équipes.

Fig. 48 – « Le Point de campagne : Le Hidalgopoly », TPMP, 01/03/2022



Le 15 mars, s'ils ne parlent toujours pas de la candidate PS à l'élection présidentielle, les chroniqueurs se lâchent sur la Maire de Paris, qui venait de se réjouir devant la Fédération des industries des équipements pour véhicules que la circulation dans la capitale était meilleure à vélo (« *Surtout, les Parisiens se disent qu'à vélo c'est encore mieux !* »). Cette « vanne » d'Anne Hidalgo n'est pas au goût de Cyril Hanouna, qui explose de colère à l'antenne : « *Le vélo, c'est vrai qu'à 75 ans... Mes parents peuvent prendre leur vélo. Sans déconner, entendre des conneries comme ça ! [...] Elle est folle !* ». « *Elle s'était un peu arrangée et là elle recommence dans ses travers, elle exclut* », s'exaspère Gilles Verdez. « *Elle est tellement déconnectée !* », juge Guillaume Genton.

Dans l'écosystème relationnel de Cyril Hanouna (voir Annexe IV), Anne Hidalgo appartient au relationnel contrarié, qui repose sur la mise en scène surjouée d'un mode conflit/réconciliation ou séduction/détestation avec l'animateur. Le 16 février, Cyril Hanouna évoque ainsi son « *ancienne*

amie » : « elle m'avait invité à prendre un kawa. [...] Pour l'instant, je n'ai pas dit oui, j'ai plutôt dit non ». « Pourtant vous aviez l'air proche », s'enquiert Gilles Verdez. « Ouais bah non », ironise Cyril Hanouna, qui annonce « la mort dans l'âme » que la candidate « ne voudrait pas participer à Face à Baba » : « le seul problème, c'est qu'on ne l'a pas invitée dans Face à Baba. On l'avait invitée dans TPMP ! », pouffe-t-il. Et l'animateur de lancer le montage parodique expliquant la « très bonne raison » qu'a la candidate pour ne pas venir : avec les embouteillages parisiens et les circuits de déviations, « il faudrait donc à Anne Hidalgo 4 mois, 2 semaines, 6 jours et 4 heures pour aller du centre de Paris à Boulogne [les studios de TPMP]. Elle arriverait donc 1 mois après les présidentielles ! » (Fig. 49).

Fig. 49 – « Le Point de campagne », TPMP, 16/02/2022



Mais tout s'éclaircit le lendemain. Les chroniqueurs s'apprêtent à entendre les révélations d'un Cyril Hanouna tout guilleret : « Les chéris, je vous donne des nouvelles de ma relation avec Anne Hidalgo. [...] J'ai l'impression qu'il y a un petit vibe entre Anne Hidalgo et moi ». La raison ? Interviewée à propos de Cyril Hanouna par le chroniqueur people Jordan Deluxe (*L'instant Deluxe*), la candidate avait salué le « très bon animateur » et, s'adressant directement à l'intéressé, avait proposé : « Cher Cyril, je t'invite... ou je vous invite à prendre un petit café, qu'on papote tous les deux » (Fig. 50). Évoquée la veille en mode *bashing* (« le kawa » dont parlait mystérieusement Cyril Hanouna la veille), la séquence provoque désormais un effet « waouh » sur le plateau. Cyril Hanouna accepte officiellement l'invitation (« Anne, c'est avec plaisir que je prendrai ce café. ») et plus encore : « Elle a peut-être fait un pas. Moi, je vais en faire dix !!! "Votez Anne Hidalgo" », exulte-t-il. Les chroniqueurs sont priés d'arrondir les angles : « S'il vous plaît, ne dites pas de mal d'Anne Hidalgo, c'est une nouvelle amie », rétorque-t-il face à Raymond et Benjamin Castaldi, un peu déconcertés par « le sens des priorités » de la candidate qui, en pleine campagne électorale, a préféré répondre Jordan Deluxe plutôt que TPMP. Le café n'ayant pas été consommé, l'animateur lancera son Hidalgo-poly le 1er mars et reprendra son dénigrement ordinaire.

Fig. 50 – La proposition d'Anne Hidalgo à Cyril Hanouna, TPMP, 17/02/2022



Anne Hidalgo et Christiane Taubira ne sont pas les seules candidates raillées dans la rubrique « Le Point de campagne ». Emmanuel Macron, Valérie Pécresse, Éric Zemmour, Marine Le Pen, Jean Lassalle, Fabien Roussel, Jean-Luc Mélenchon... : tous les autres ont droit à leur pastille d'humour plus ou moins avantageuse. Mais les deux candidates de gauche sont les seules à avoir fait l'objet d'une raillerie répétée bien en amont de la création de cette rubrique et à ne pas exister au-delà de ce registre du dénigrement.

Que l'on ne se méprenne pas, l'humour et la dérision constitutifs d'un programme de divertissement comme TPMP sont l'expression d'une liberté éditoriale pleine et entière, légitime et nécessaire. L'usage de ce registre ne poserait donc aucun problème si cela ne venait pas alimenter et mettre à jour, ici, un

traitement qualitativement différencié entre les candidats à l'élection présidentielle, certains étant traités uniquement sur ce mode réputationnel préjudiciable du dénigrement.

2.1.6. L'invisibilisation

Nous avons identifié pour la pré-campagne le registre de l'invisibilisation. Non réductible à une simple dimension quantitative observable à partir du relevé des temps d'antenne et de parole, l'invisibilisation est, en tant que registre narratif dans *TPMP*, une opération discursive de relégation et de marginalisation de certains candidats, alors même que leur actualité peut présenter un caractère saillant et être largement traitée dans d'autres médias. L'invisibilisation est donc d'abord l'expression d'un contraste entre l'offre médiatique générale et le contenu particulier de *TPMP*.

Durant la pré-campagne, ce registre a surtout concerné les candidats issus des processus partidaires, à savoir Yannick Jadot (Primaire écologiste) et Valérie Pécresse (Congrès Les Républicains). Pendant la campagne, si les règles du pluralisme ont pu avoir un effet sur les émissions de Cyril Hanouna, c'est celui d'obliger l'animateur à parler davantage de ces deux candidats, de les intégrer plus directement dans la compétition électorale. On pourrait ajouter également le cas de Fabien Roussel, dont a commencé à parler Cyril Hanouna fin janvier. Pour Valérie Pécresse, les différents plateaux de *TPMP* déjà évoqués dans le registre scandalisation et surtout sa participation en tant qu'invitée principale de *Face à Baba* la sortent de ce registre préjudiciable. Dans le cas de Yannick Jadot, qui a participé en simple contradicteur au *Face à Baba* avec Marine Le Pen, l'invisibilisation n'est pas totalement écartée au regard du faible temps d'antenne du candidat écologiste et la relégation, nous le verrons, des thématiques qu'il porte. Dans le cas de Fabien Roussel, la dynamique depuis janvier joue en sa faveur : entre les propos élogieux bien qu'infantiles de Cyril Hanouna à son égard, le candidat communiste ne cesse de gagner en visibilité avec sa participation au *Face à Baba* du 23 mars de Valérie Pécresse et surtout son invitation dans *TPMP* à quelques jours du premier tour.

À quelques exceptions près, Nathalie Arthaud et Philippe Poutou sont quasiment invisibles dans *TPMP*, (notons seulement le « *tacle viral de Philippe Poutou dans Élysée 2022* » auquel *TPMP* consacra deux minutes le 6 avril). Aucun n'ayant une actualité particulièrement saillante, ces deux candidats n'ont pas véritablement été intégrés à la compétition électorale par *TPMP* et se sont contentés d'exister dans la rubrique parodique Le Point de campagne... après le premier tour (cf. Le Poutouyoutou du « 1 % pourcent, pas suffisant pour être président », Fig. 51).

Fig. 51 – Le Poutouyoutou de Philippe Poutou, *TPMP*, 18/04/2022



2.1.7. Le grotesque

Le grotesque, dernier registre narratif identifié, est paradoxal : anecdotique dans les sujets politiques puisqu'il ne s'applique qu'au seul candidat Jean Lassalle, il est pourtant constitutif de l'ADN de *TPMP* en ce qu'il véhicule un rapport désabusé au politique. En peinture et architecture, le genre grotesque désigne la mise en scène d'une figure ornementale, grossière et fantaisiste (figure animale, humaine ou chimérique), qui vise à produire un effet comique ambivalent, subversif, créateur d'angoisse ou d'édification morale. Appliqué ici à nos sujets politiques, ce motif devient, par délégation à travers le

personnage Jean Lassalle qu'« adore » Cyril Hanouna, l'expression d'un populisme antiparlementaire et anti-système qui correspond au discours et à une partie du public de *TPMP*.

Le 1^{er} décembre, Jean Lassalle est « l'invité surprise » de *TPMP* : arrivant déguisé en motard, il va s'asseoir à côté de l'autre invité du jour déjà installé, le champion du monde MotoGP Fabien Quartararo (Fig. 52). Candidat à l'élection présidentielle depuis le 17 mars 2021, le député des Pyrénées-Atlantiques assure « [bosser] sur la présidentielle » : « *C'est pas facile, mais enfin j'y arrive* », avoue-t-il, bonhomme. Après quelques échanges avec Cyril Hanouna sur la philosophie aristotélicienne, Jean Lassalle évoque son travail parlementaire : « *Les mecs sont sympathiques. On sert pas à grand-chose mais on est sympathiques* », déclare-t-il en provoquant les rires en plateau. En jouant sur la mise en scène d'un soi carnavalesque et en surfant sur le désintéret des citoyens vis-à-vis du cadre et du personnel politique (méfiance et perte d'influence des élus), Jean Lassalle entretient une version nonchalante du discours anti-élite et anti-système, cherchant à tirer de ce populisme spectacle une forme de distinction pour faire corps avec les codes populaires de l'émission (niveau de langage, déguisement loufoque, vannes...).

Figure 52 – « Jean Lassalle est notre invité surprise ! », *TPMP*, 01/12/2021



Cyril Hanouna : Tu bosses beaucoup, Jean ? T'es sur quoi en ce moment ?

Jean Lassalle : Sur la présidentielle. C'est pas facile. Mais enfin, j'y arrive.

CH : T'aimes bien tout ce qui se passe, là ?

JL : Non, j'aime pas tout. Je t'aime toi parce que toi tu t'intéresses à moi. [...] Le très très grand philosophe Aristote avait dit « Celui qui sait faire rire peut éventuellement faire pleurer. » La réciproque n'est pas toujours vraie.

CH : Aristote... Exactement. [...]

Hanouna : Ça se passe bien à l'Assemblée ?

Lassalle : Oh, ça dépend des jours.

Hanouna : Ils sont sympathiques ? Y a une bonne ambiance ?

Lassalle : Les mecs sont sympathiques. On sert pas à grand-chose mais on est sympathiques. [rires]

Hanouna : [...] Tu connais Kim Jong-Un ?

Lassalle : Ah bien sûr.

Le 17 février, le député qui joue sur son image d'homme des territoires ruraux (son slogan : « la France authentique »), annonce avoir ses 500 parrainages. Avec Jean Lassalle, Cyril Hanouna est presque démuné d'arguments face à un candidat qui se charge lui-même de dépolitiser tout débat électoral, toute consistance politique et se contente de faire fructifier le capital-sympathie du personnage clownesque qu'il cherche à vendre aux électeurs. L'animateur n'a plus qu'à applaudir à chaque numéro.

Le 17 mars, Jean Lassalle provoque un *buzz* sur les réseaux sociaux avec une vidéo où on le voit, lors d'un déplacement sur l'île de la Réunion, faire des bises aux passagers ayant accepté de lui donner le fromage de leur plateau-repas : « *Je l'adore ce mec. J'adore Jean Lassalle. Ce gars est magique ! [...] Je trouve ça génial* », s'enthousiasme Cyril Hanouna pour ce numéro de *stand-up* électoral. Quelques jours plus tard, il s'amuse de « l'interview lunaire » du candidat dans le 12/13 de France 3 (Fig. 53). Alors que Jean Lassalle vient d'avouer que « [sa] candidature ne [servait] strictement à rien » et qu'il « faisait semblant d'être candidat », il explique à la journaliste Émilie Tran Nguyen, plus déconcertée qu'amusée, « avoir mis un coup de boule à la presse de ce pays, à la Zidane » : « *tout le monde sait depuis longtemps que la France n'a plus du tout confiance dans ses politiques. [...] C'est vous, maintenant, les journalistes, qui êtes atteints. Plus personne n'a plus confiance en vous non plus.* » Et le candidat de quitter le plateau en passant devant la caméra.

Jean Lassalle est donc ce candidat littéralement hors cadre, qui ne respecte rien du dispositif et livre le fond de sa pensée de manière complètement désinhibée. Fonctionnellement, il est parfaitement en phase avec le présentateur de *TPMP*.

Fig. 53 – « Retour sur l'interview lunaire de Jean Lassalle sur France 3 », *TPMP*, 24/03/2022



Le 10 avril, au premier tour de l'élection présidentielle, Jean Lassalle recueille 3,13 % des suffrages, soit trois fois plus que son score en 2017 (1,21 %). Il dépasse ainsi Fabien Roussel (2,28 %), Nicolas Dupont-Aignan (2,06 %) et Anne Hidalgo (1,74 %). Cette performance lui vaut de revenir sur le plateau de *TPMP* le 12 avril (Fig. 54). Cyril Hanouna le félicite et l'encourage : « *Je suis très content pour toi, tu as fait un très beau score ! [...] T'as fait trois points de plus ! T'imagines, dans cinq ans, si tu fais six fois plus, tu es président ! [...] Je pense que tu es le grand gagnant de cette campagne* ». Mais Jean Lassalle évoque « *une campagne de merde* » en revenant sur son clash avec le journaliste Renaud Dély. Et le député de jouer les grands princes en évoquant ses dons pour le PS, les Verts et LR, dont les candidats n'ont pas atteint le seuil de 5 % des suffrages nécessaires pour bénéficier du meilleur taux de remboursement public de leurs dépenses de campagne : « *Moi, quand j'entends quelqu'un en train de se noyer, j'envoie une bouée.* » Deux jours plus tard, la presse révèle le montant de chaque chèque : 10 euros.

Fig. 54 – « Jean Lassalle se livre dans *TPMP* ! », *TPMP*, 12/04/2022



Comme d'autres personnalités politiques (Marlène Schiappa, Raquel Garrido, Jean Messiha...), Jean Lassalle a réussi à instaurer un mode relationnel personnel (voir [Annexe IV](#)) avec l'animateur de *TPMP* qui repose sur la mise en scène d'une proximité horizontale, authentique et affective (tutoiement, marques verbales et gestuelles). Le 23 septembre 2021, jour de l'anniversaire de Cyril Hanouna, deux personnalités politiques avaient appelé en direct l'animateur pour fêter l'événement : Marlène Schiappa (« *Merci Marlène. Vous êtes un amour, vraiment !* ») et Jean Lassalle, qui a bien compris que les marques d'attention et les flatteries étaient la clé d'accès au plateau de *TPMP* et surtout son Graal : 1,5 million de téléspectateurs plutôt disposés à écouter un discours anti-système et anti-élite (Fig. 55).

Si Jean Lassalle est au débat politique ce que le clown est à l'univers théâtral, à savoir, selon le théoricien du mime Peter Bu, un acteur qui possède parfaitement ses moyens tout en faisant semblant de ne rien maîtriser, il est aussi une figure du genre grotesque en ce qu'il renvoie à un contenu, un monde où l'homme détruit lui-même son appartenance à un projet politique et met en scène sa démotivation et son doute en empruntant les formes et les registres populaires.

Figure 55 – « Anniversaire de Cyril Hanouna : Jean Lassalle en direct au téléphone », *TPMP*, 23/09/2021



Cyril Hanouna : Jean Lassalle ! Oh la la ! Ça me fait très plaisir ! C'est énorme ! Jean, je vous invite quand vous voulez dans l'émission. Ça me fait très plaisir. [...]
Comment ça va Jean Lassalle ?

Jean Lassalle : Ça va très bien ! Vous avez apporté un souffle nouveau à la télévision française !

CH : Merci Jean Lassalle ! Jean, je vous invite quand vous voulez dans l'émission. Ça me ferait très plaisir de vous avoir.

JL : Mais je vais venir. Et bravo encore. Bon anniversaire à vous et toute l'équipe.

CH [après avoir raccroché] : J'adore ce mec ! Lui, c'est un personnage. J'adore. »

Nonobstant une connivence « gagnant-gagnant », Jean Lassalle n'en a pas pour autant récolté une exposition médiatique quantitativement significative (son temps d'antenne de 0,5 % pendant la période d'équité atteignant un maximum de 1,3 % pendant la période d'égalité).

2.1.8. Conclusion

Y a-t-il un moindre préjudice à être invisibilisé ou à être visible à son détriment ? L'examen des registres narratifs utilisés dans les émissions de Cyril Hanouna montre la diversité et la complexité des modalités de représentation du personnel politique par le divertissement³⁰ et met à jour de fortes inégalités de traitement entre les candidats à l'élection présidentielle. C'est en articulant l'approche quantitative et qualitative de l'analyse de contenu que nous pouvons évaluer le caractère bénéfique ou préjudiciable du choix de traitement opéré par l'animateur. Nous proposons de représenter de manière synthétique ce différentiel entre les candidats officiels, classés dans un tableau dans l'ordre décroissant de leur temps d'antenne dans *TPMP* (Fig. 56). La scandalisation et la performance sont les registres les plus équivoques, bénéfiques ou préjudiciables selon des variables liées, on l'a vu, au dispositif (invité, distribution de parole, avis des chroniqueurs). Trois registres ne sont associables qu'à un seul candidat : deux positivement (normalisation / Le Pen ; grotesque / Lassalle) et un négativement (dénigrement / Hidalgo).

Fig. 56 – Registres narratifs de traitement par candidats dans *TPMP*

Candidat (ordre décroissant de volume de temps d'antenne)	Victimisation	Performance	Scandalisation	Normalisation	Dénigrement	Grotesque
Zemmour						
Macron						
Le Pen						
Mélenchon						
Pécresse						
Hidalgo						
Roussel						
Jadot						
Dupont-Aignan						
Lassalle						
Poutou						
Arthaud						



³⁰ P. Leroux, Ph. Riutort, *La politique sur un plateau. Ce que la télévision fait à la représentation*, Paris, Puf, 2013.

2.2. Le traitement des enjeux de campagne et des événements d'actualité

Dans cette deuxième partie de l'analyse qualitative, nous avons choisi de nous intéresser à la façon dont des enjeux de campagne ou événements avaient été traités par TPMP au cours de l'année électorale.

2.2.1. Les principales préoccupations des Français : la cécité de TPMP

Une partie de l'image publique que se construit Cyril Hanouna repose sur l'idée autoproclamée que, contrairement à d'autres animateurs ou journalistes, il serait en phase avec les Français, au plus près de leurs préoccupations et le plus à même de restituer ce qui les inquiète, les amuse, les concerne. En octobre 2021, il sortait son livre *Ce que m'ont dit les Français*, pour couronner le cycle de sa notabilisation en tant qu'animateur du débat politique : « *Vous m'avez demandé de jouer les médiateurs entre vous et les politiques*³¹ ». La question est la suivante : le contenu des thèmes de ses émissions est-il le reflet des principales préoccupations des Français ? Ajoutons une autre question de recherche : pouvons-nous repérer sur C8 l'hypothèse d'une droitisation thématique des enjeux au-delà de la question du déséquilibre des temps d'antenne politique pendant la campagne ?

En avril 2021, la première vague de l'enquête électorale française (ENEF) réalisée par Ipsos pour le Cevipof indique clairement que les Français sont encore et d'abord inquiets par la crise sanitaire, au moment où la 3^e vague amorce tout juste son déclin (Fig. 57).

Fig. 57 – Principales préoccupations des Français - Enquête électorale française 2022 Ipsos/Cevipof, V1 à V9

	Avril 2021	Octobre 2021	Déc. 2021	Janvier 2022	Février 2022	3 Mars 2022	18 mars 2022	28 mars 2022	6 avril 2022
Épidémie de Covid 19	41	19 (-22)	33 (+14)	35 (+2)	18 (-17)	11 (-7)	12 (+1)	11 (-1)	12 (+1)
Pouvoir d'achat	30	41 (+11)	40 (-1)	44 (+4)	52 (+8)	52 (=)	53 (+1)	54 (+1)	54 (=)
Environnement	28	30 (+2)	26 (-4)	28 (+2)	29 (+1)	25 (-4)	26 (+1)	27 (+1)	26 (-1)
Niveau de délinquance	25	27 (+2)	25 (-2)	23 (-2)	23 (=)	16 (-7)	16 (=)	18 (+2)	18 (=)
Système de santé	25	20 (-5)	24 (+4)	29 (+5)	30 (+1)	21 (-9)	22 (+1)	24 (+2)	24 (=)
Immigration	24	29 (+5)	31 (+2)	25 (-6)	28 (+3)	23 (-5)	22 (-1)	24 (+2)	22 (-2)
Déficits publics / dette	19	14 (-5)	12 (-2)	12 (=)	12 (=)	10 (-3)	12 (+2)	12 (=)	13 (+1)
Menace terroriste	17	18 (+1)	14 (-4)	11 (-3)	13 (+2)	13 (=)	10 (-3)	10 (=)	8 (-2)
Taux de chômage	17	12 (-5)	15 (+3)	8 (-7)	9 (-1)	8 (-1)	8 (=)	8 (=)	7 (-1)
Avenir des retraites	16	18 (+2)	13 (-5)	15 (+2)	17 (+2)	13 (-4)	18 (+5)	20 (+2)	19 (-1)
Inégalités sociales	16	21 (+5)	22 (+1)	21 (-1)	22 (+1)	18 (-4)	17 (-1)	18 (+1)	21 (+3)
Guerre en Ukraine	-	-	-	-	-	50	44 (-6)	36 (-8)	33 (-3)

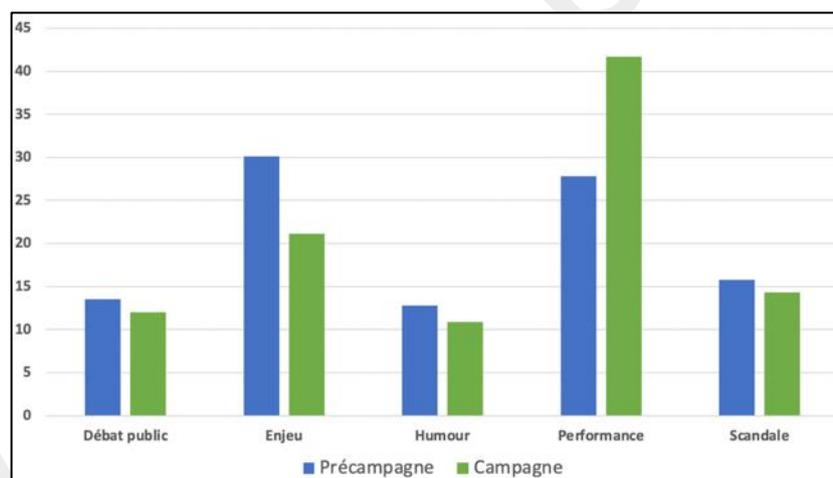
Dès l'automne, cette préoccupation a largement reflué (elle réapparaîtra à un haut niveau en décembre/janvier avant de reculer durablement). Le pouvoir d'achat devient le premier thème de préoccupation des Français dès le mois d'octobre (41 %) et occupera la tête de ce classement sans discontinuer durant toute la campagne et en continuant d'augmenter (surtout à partir du mois de février, avec +8 points), porté par l'inflation durable et les effets indirects de la guerre russe en Ukraine sur les prix et les matières premières. Si l'immigration arrive bel et bien en 3^e position en octobre et décembre, ce thème recule nettement en janvier (-6 points) et se stabilise durant toute la campagne à son niveau d'avril 2021. Quant à la délinquance, elle n'a jamais été dans le trio des principales préoccupations et n'a cessé, durant la campagne de reculer à peu près au même niveau que les inégalités sociales ou de l'avenir des retraites. Une préoccupation plus conjoncturelle fait son entrée en force en mars 2022 : malgré son reflux régulier, la guerre en Ukraine restera jusqu'à la fin de la campagne la deuxième préoccupation des Français. La question du système de santé apparaît au début de la campagne (janvier/février) comme un thème important aux yeux des Français. Mais, si l'on fait exception de la guerre en Ukraine en raison de son aspect conjoncturel, la préoccupation

³¹ C. Hanouna (avec Ch. Barbier), *Ce que m'ont dit les Français*, Paris, Fayard, 2021.

environnementale est, avec le pouvoir d'achat, le sujet le plus régulièrement et fortement cité par les Français : à l'exception des mois de décembre et janvier, il occupera toujours la deuxième ou troisième place (à un niveau plutôt stabilisé pendant la campagne autour de 27 %).

En analysant les sujets politiques de *TPMP* (133 pendant la pré-campagne et 175 durant la campagne), on observe que le traitement de la campagne repose principalement sur deux catégories de mise en récit : les enjeux de campagne et les performances des candidats (Fig. 58). Nous y ajoutons trois autres catégories plus marginales mais chacune ayant sa logique et se trouvant bien développée par *TPMP* (état du débat public, humour, scandale). Si les enjeux représentent la catégorie la plus importante durant la pré-campagne (30 %), l'attention prêtée au « jeu » domine à partir de janvier à un niveau plus prononcé (41,7 %). En d'autres termes, au lieu d'investir de manière croissante les enjeux de campagne à l'approche du premier tour, *TPMP* s'impose au contraire de plus en plus comme un simple lieu d'évaluation des performances politiques et médiatiques des candidats (événements de campagne, passages médias). Les trois autres catégories ont beau être secondaires dans *TPMP*, deux d'entre elles sont des facteurs de droitisation du cadrage des plateaux : le thème « débat public » permet de mobiliser de manière abusive l'idée d'une menace pesant sur la liberté d'expression (afin de justifier ou promouvoir des prises de paroles marginales ou radicales) ; le thème « scandalisation » concentre l'attention autour des comportements subversifs (principalement au bénéfice des candidats Éric Zemmour pendant la pré-campagne et Emmanuel Macron pendant la campagne).

Fig. 58 – Catégories de mise en récit des sujets politiques (sept. 2021 à avril 2022) en %

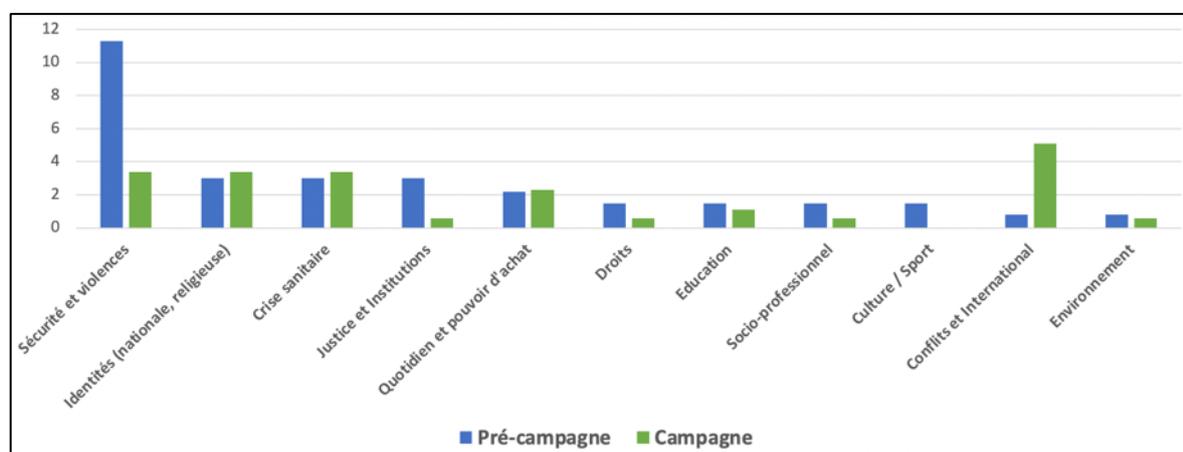


Lorsqu'on observe plus en détail l'éventail des enjeux (Fig. 59), on voit nettement la prédominance des questions sécuritaires et des violences sur les personnes (harcèlement, violences sexuelles) pendant la pré-campagne, souvent associés (aux candidats Éric Zemmour mais également Emmanuel Macron en raison de sa fonction régalienne). Par exemple : « Nouvelle agression d'Emmanuel Macron : le président est-il en danger ? » (27/09, plateau de chroniqueurs), « Agression en pleine classe : les professeurs sont-ils en grand danger ? » (11/10, avec la secrétaire d'État chargée de la jeunesse et de l'engagement Sarah El Haïri), « Agressions à répétition : les banlieues sont-elles devenues incontrôlables ? » (12/10, avec l'influenceuse Juliette Briens, soutien d'Éric Zemmour), « Suppression des allocations pour la famille d'un délinquant : comprenez-vous la décision du maire ? » (15/10, avec le maire RN Romain Lopes – qui soutiendra finalement Éric Zemmour quelques semaines plus tard - et encore Juliette Briens), etc. À cette liste s'ajoutent les nombreux plateaux considérés comme des sujets non politiques selon notre définition³² – donc non comptabilisés dans nos données – mais qui traitent aussi des questions de sécurité (« Harcèlement et violences à l'école : nos enfants sont-ils en danger ? » le 26/10 ; « Guet-

³² Au sens où ils ne sont pas composés par des personnels politiques et/ou des personnalités dont le positionnement politique est explicitement identifiable par les téléspectateurs.

apens, agressions, violence : un policier se confie sur son quotidien » le 29/10 ; « "J'ai cru mourir" : le témoignage bouleversant de Marine, violemment agressée à mains nues et au marteau en pleine rue » le 03/11 ; « Thais d'Escufon, ex-porte-parole de Génération Identitaire, victime d'agression sexuelle : elle sort du silence dans *TPMP* », le 9/12...).

Fig. 59 – Enjeux traités dans les sujets politiques de *TPMP* (sept. 2021 à avril 2022) en %



Pendant la deuxième période de campagne, la figure de la menace intérieure dans les sujets politiques s'efface quasiment³³ devant celle de la menace extérieure : la guerre en Ukraine qui s'impose comme premier enjeu de campagne des sujets politiques ne fait pas pour autant disparaître le prisme sécuritaire profitable à l'extrême droite et ayant pour effet une droitisant/bipolarisation du débat. Après avoir traité pendant les quinze premiers jours les enjeux militaires, économiques et politiques du conflit, la question de l'accueil des réfugiés ukrainiens réactive les discours identitaires. Si les soutiens d'Éric Zemmour sont un peu moins conviés depuis le début du mois de février – un effet de la médiatisation du premier volet de notre étude ? – ils reviennent début mars pour aider un candidat « miné par le doute » à sortir de « la nette érosion » dans les sondages³⁴ constatée depuis le début du conflit. Le 11 mars, le porte-parole de Reconquête Jean Messiha est l'un des invités du plateau « Êtes-vous choqués par ceux qui appellent à ne recevoir que les réfugiés chrétiens en France ? » au cours duquel il en profite pour dérouler la politique migratoire de son candidat et défendre le principe d'un tri des réfugiés. Le 23 mars, c'est au tour de Juliette Briens de répondre à la question « Comprenez-vous la colère de certains après l'annonce de 100 000 places pour les réfugiés ukrainiens ? » et tenter d'expliquer, face à Yann Moix, qu'il ne fallait pas céder à la « dictature de l'émotion » (Fig. 60).

Fig. 60 – « Comprenez-vous la colère de certains après l'annonce de 100 000 places pour les réfugiés ukrainiens », *TPMP*, 23/03/2022



³³ Pour cette période, nous recensons deux plateaux politiques, majoritairement favorables à Éric Zemmour : « De plus en plus de Français se font justice eux-mêmes : êtes-vous favorable à la "défense excusable" ? » (31/01) et « Affaire Jérémie Cohen : Pensez-vous que les politiques soient sincères dans leur combat ? » (05/04).

³⁴ « Avec la guerre en Ukraine, la campagne d'Éric Zemmour minée par le doute », *Le Monde*, 5 mars 2022.

Que deviennent les questions de pouvoir d'achat et d'environnement qui figurent pourtant au premier rang des principales préoccupations des Français ? Elles semblent complètement échapper à Cyril Hanouna et ses chroniqueurs. La parution du premier volet de mon étude dans laquelle nous avons entre autres montré la surmédiatisation de l'extrême droite dans *TPMP* ayant eu un peu d'écho dans les médias, Cyril Hanouna organise le 1^{er} février un plateau « droit de réponse après l'étude du CNRS sur la place de la politique dans *TPMP* ». Il s'agit non pas de répondre à mes données mais de réparer l'image de l'animateur et de son émission notamment par des étiquetages cherchant à me disqualifier (je serais « politisée », la « honte du CNRS », « bien-pensance », etc.). Tentant d'étayer cet exercice défensif, Géraldine Maillet en vient étrangement à rehiérarchiser les données des enquêtes sur les préoccupations des Français en agrégeant « sécurité » et « immigration » par un procédé d'amalgame tout aussi fallacieux qu'emprunté au discours d'extrême droite mais qui lui permet d'afficher un score cumulé supérieur à la véritable principale préoccupation (pouvoir d'achat) dont *TPMP* ne fait pourtant pas grand cas (Fig. 61) :

Fig. 61 - « Droit de réponse après l'étude du CNRS sur la place de la politique dans *TPMP* », *TPMP*, 01/02



Géraldine Maillet : « Là où je pense qu'elle a tort aussi, c'est que quand on voit les préoccupations des Français, en n° 1 il y a le pouvoir d'achat, c'est 40 % des Français ; en n° 2 il y a l'immigration et en n° 3 c'est la sécurité. Si on cumule la sécurité et l'immigration, on peut le déplorer, [...], il se trouve que c'est en n° 1 en fait, ça fait 45 %. C'est LA préoccupation des Français. Peut-être que ça ne lui plaît pas mais c'est LA préoccupation des Français.

Il vaut mieux passer sur les impensés de ce tour de passe-passe et l'erreur sur le fait que la sécurité n'a jamais occupé le trio des préoccupations et que l'immigration, en février, a largement reflué dans les enquêtes d'opinions (Fig. 56). Reste que la question du pouvoir d'achat des Français n'a toujours pas l'air d'intéresser beaucoup l'équipe de *TPMP*.

Quelques jours plus tard, le thème fait son entrée fracassante sur le plateau, annoncé par un Cyril Hanouna qui ne manque pas d'air : « Le pouvoir d'achat, c'est la priorité n° 1 des Français. Ce n'est pas la sécurité ou l'insécurité, ce n'est pas l'immigration, je vous le dis », assure-t-il devant un beau visuel réalisé à partir d'un sondage Ipsos Sopra-Steria pour France Inter daté du 19 janvier (Fig. 62). Pour honorer ce thème, l'animateur a invité Martial You, le rédacteur en chef du service économie de RTL, qui vient donner ses « dix conseils » et « astuces » pour « éviter d'être à découvert tous les mois ! » comme « faire une liste de courses et s'y tenir », « débrancher les appareils électriques », « utiliser les sites d'achats d'occasion », etc. À la demande d'Hanouna, les chroniqueurs évaluent leurs propres dépenses mensuelles (loyer compris) : un peu moins de 2000 euros pour le livreur Raymond, « plusieurs dizaines de milliers par mois » pour Guillaume Genton, provoquant l'étonnement et les railleries des chroniqueurs, Benjamin Castaldi évoque son ancien découvert de 2,8 millions d'euros. Entre les moqueries et les traits d'humour, Martial You aura néanmoins pu fournir de nombreux conseils aux publics de *TPMP* concernés par ce thème. Cyril Hanouna, qui regarde toujours les réactions en direct sur les réseaux sociaux se félicite : « Il y a beaucoup de gens qui nous regardent qui disent que vous avez apporté énormément de réponses ! ». D'autres moins conciliants auront surtout réagi au train de vie démesuré de Guillaume Genton.

Fig. 62 – « Astuces, économies... Les 10 conseils pour éviter d'être à découvert tous les mois », *TPMP*, 16/02



En s'emparant tardivement (et brièvement) de la principale préoccupation des Français, en continuant à valoriser des discours contestables mais polémiquement rentables sur la crise sanitaire et la vaccination (Florian Philippot, Fabrice Di Vizio, Christian Perronne, Didier Raoult, Oliv Oliv, Myriam Palomba...) alors que l'épidémie de Covid 19 ne cessait de reculer dans les préoccupations des Français, en exagérant les effets d'opinion sur la délinquance et l'immigration, l'animateur du talk-show a manifestement moins cherché à être un médiateur des Français qu'il n'a cédé aux facilités d'une ligne éditoriale façonnée pour augmenter les audiences et optimiser les recettes publicitaires. On le répète, la visée entrepreneuriale de cette ligne éditoriale se double d'une visée politique en ce qu'elle converge avec l'agenda idéologique de l'actionnaire Vincent Bolloré, engagé dans une « guerre culturelle » et une stratégie d'influence par le biais des contenus de son groupe. L'intérêt tardif de l'animateur pour l'enjeu du pouvoir d'achat montre en tout cas que sa proximité avec les catégories populaires est davantage un argument destiné à entretenir son image publique qu'une réalité.

2.2.2. La lutte contre le réchauffement climatique : dépolitisation d'un enjeu invisible

On l'a vu, il est un autre thème important dans les principales préoccupations des Français qui ressort de l'enquête électorale Ipsos/Cevipof : la protection de l'environnement, qui arrive souvent en 2^e ou 3^e position derrière le pouvoir d'achat tout au long de la campagne. Le thème du réchauffement climatique n'est pas absent de *TPMP* mais, conformément à la ligne éditoriale du talk-show, il a souvent été traité par le biais d'anecdotes, de polémiques ou d'un agenda promotionnel. Ainsi, le 12 décembre 2018, l'animatrice Carole Rousseau est l'invitée de Cyril Hanouna pour présenter le documentaire *La planète est-elle vraiment foutue ?* diffusé deux jours plus tard sur C8 et à l'issue duquel elle animera un débat avec diverses personnalités (Yann Arthus-Bertrand, Corinne Lepage, Aurélien Barrau et Aline Aurias). Si le film réalisé par David Mutaner est alarmiste, « manque de cohérence » et « ne révèle rien de nouveau », il a le mérite « d'agrèg[e], condense[r] et montre[r]³⁵ » les effets du réchauffement climatique sous toutes leurs formes. Si la chaîne C8 a donc réellement fait un effort pour traiter le thème, comment le message du documentaire passe-t-il sur le plateau de *TPMP* ? Le débat avec les chroniqueurs vire rapidement à l'anecdotisme autocentré et le thème du réchauffement climatique devient vite le récit des petits gestes quotidiens des chroniqueurs (les rasoirs jetables en plastique de Valérie Benaïm, etc.).

Le 8 mai 2019, *TPMP* revient sur le thème du réchauffement climatique, mais cette fois sous un angle polémique. Cyril Hanouna reçoit ce jour-là Pascal Praud, auquel il offre une belle occasion de se défendre après son clash, la veille, avec la militante écologiste Claire Nouvian sur le plateau de *L'Heure des pros* (Cnews, chaîne du même groupe que C8). Les remarques sexistes et les attaques *ad hominem* (Claire Nouvian traitée de « ridicule », d' « intolérante » et d' « hystérique ») ? Ce n'est pas lui qui a commencé. Les propos climato-sceptiques (souligner que les -3° du matin peuvent remettre en cause l'idée d'un « réchauffement climatique ») ? Il blaguait. Les chroniqueurs se plient volontiers à l'exercice

³⁵ «La planète est-elle (vraiment) foutue ?», le réchauffement climatique pour les nuls », *Libération*, 17 décembre 2018, [En ligne].

de la réparation d'image attendue vis-à-vis d'un animateur du groupe : « Tu m'as convaincu », tranche Isabelle Morini-Bosc à Pascal Praud ; « Moi je connais Pascal Praud. On lui reproche là ce qui fait le sel de son émission. Si [Claire Nouvian] est mauvaise, c'est de sa faute ! », s'indigne Gilles Verdez (Fig. 63). Le traitement de la question climatique n'était évidemment pas le sujet du plateau.

Fig. 63 – Pascal Praud, TPMP, 08/05/2019



Après un plateau avec Yann Arthus-Bertrand autour du documentaire *Legacy* consacré au déclin de la biodiversité mais dont les chroniqueurs saluent surtout le succès d'audience³⁶, le thème se repolitise début 2021, alors que le gouvernement doit préparer un projet de loi à partir des mesures de la Convention citoyenne pour le climat, cette dernière ayant publié son rapport le 26 juin 2020. Le 4 février, à une semaine de la présentation du projet de loi en Conseil des ministres, TPMP se cale sur cet agenda gouvernemental en invitant le climatologue Jean Jouzel, qui a participé aux travaux de la Convention citoyenne (Fig. 64). Revenant sur les récentes inondations en Garonne, le scientifique se montre pourtant peu optimiste : « J'aimerais pouvoir dire que cela ne se reproduira pas mais cela risque au contraire de se reproduire plus fréquemment si on ne fait pas attention au réchauffement climatique ». Et le climatologue de rappeler qu'il « faut respecter les objectifs de la loi » sur la neutralité carbone et s'émouvoir que « nous prenons du retard » sur les objectifs fixés : « il va y avoir un nouveau projet de loi qui va tenir compte [des propositions de la Convention citoyenne] mais malheureusement partiellement », regrette Jean Jouzel. Le message d'alerte sur l'urgence d'agir dans la lutte contre le réchauffement climatique est cette fois passé mais TPMP ne reviendra pas sur les moyens politiques concrets mis en œuvre pour y parvenir et sur le projet de loi du gouvernement, substantiellement vidé des propositions de la Convention³⁷.

Fig. 64 – Jean Jouzel, TPMP, 04/02/2021



Comment la question du réchauffement climatique a-t-elle été traitée pendant la campagne présidentielle 2022 ? Après un été 2021 marqué par des inondations meurtrières en Europe, des incendies destructeurs, des pluies diluviennes à New York, des températures records au Canada, etc. Cyril Hanouna se montre sincèrement préoccupé par ces phénomènes. Dès la rentrée, il choisit d'inviter le climatologue François Gemenne pour aborder ce thème. Le scientifique belge, marqué par les inondations qui ont endeuillé son pays, répond favorablement à l'invitation. « François, qu'est-ce que ça signifie toutes ces inondations, ces feux... Il faut s'inquiéter ? », demande l'animateur (Fig. 65). Le

³⁶ « Images chocs du documentaire *Legacy* hier sur M6 : notre planète est-elle condamnée ? », TPMP, 27 janvier 2021.

³⁷ Sur 146 mesures, seulement 18 sont intégralement reprises ; 78 reprises partiellement, 23 rejetés, 3 font l'objet d'un veto ; 9 sont déjà existantes ; et 15 sont renvoyés à cadre international. Source : « Que sont devenues les propositions de la convention pour le climat, qu'Emmanuel Macron s'était engagé à reprendre « sans filtre » ? », *Le Monde*, 10 février 2021, [En ligne].

scientifique se montre encore plus ferme que Jean Jouzel quelques mois plus tôt, rappelant que les scientifiques ont lancé l’alerte depuis plusieurs décennies, critiquant l’inaction politique et essayant de toucher les publics de *TPMP* en jouant sur la loi de proximité : « *Il va y avoir de plus en plus de phénomènes comme cela et qui vont devenir de plus en plus violents. On le sait depuis trente ans. Mais là, on les a chez nous. Pendant longtemps, on a cru que ces impacts du réchauffement climatique, ça allait être ailleurs, en Afrique, en Asie, loin. [...] Ça veut dire que c’est une sorte de réalité nouvelle à laquelle il va falloir s’habituer.* »

Fig. 65 – François Gemenne, *TPMP*, 03/09/2021



« *Quand on nous parle de petits gestes au quotidien à faire, ça, ça ne change rien, on ne va pas se mentir...* », lance un Cyril Hanouna défaitiste. Pourtant le scientifique se montre plus mobilisateur et soucieux de pointer tous les niveaux de responsabilité face à l’enjeu : « *On ne peut pas dire que cela ne change rien. C’est une condition nécessaire mais pas suffisante. [...] À côté de ça, vous avez les émissions qui sont contrôlées par les gouvernements, les choix industriels.* » Loin de céder au désespoir de la question formulée du plateau « *Est-il trop tard pour sauver la planète ?* », François Gemenne veut donner un message d’espoir pour sortir du risque de l’inaction en rappelant comment l’effet d’opinion joue en faveur de la mise à l’agenda politique : « *Ce n’est pas vrai de dire il est trop tard. Aujourd’hui, le climat est devenu la première préoccupation des Français, devant le chômage, devant la sécurité, devant l’immigration ! Ça veut dire que les politiques vont devoir s’en occuper !* ».

On aurait pu penser que le thème allait revenir en force les mois suivants, dans le contexte du débat électoral. Mais c’était sans compter sur la tendance de *TPMP* à traiter superficiellement des sujets de fond. Le 24 février 2022, Cyril Hanouna en reparle pour la première fois depuis la rentrée de septembre à l’occasion de la nouvelle campagne de Greenpeace visant à mettre l’écologie au cœur de l’élection présidentielle. Intitulée « *20 ans après* », le clip réalisé à partir de la technologie du *deep fake*, fait parler des personnalités qui expriment leurs regrets de ne pas avoir réellement agi pour lutter contre le réchauffement climatique : « *Ils et elles étaient journalistes, femmes ou hommes politiques, au pouvoir ou dans l’opposition* » annonce le clip. Aux côtés d’Emmanuel Macron, de Valérie Pécresse, Marine Le Pen ou François Hollande, on retrouve un Pascal Praud et un Cyril Hanouna vieilliss de deux décennies, dont Greenpeace cherche à souligner les responsabilités dans la non mise à l’agenda médiatique de l’enjeu climatique (Fig. 66).

Mais sur le plateau de *TPMP* le soir même, le message de Greenpeace n’a pas totalement été reçu. D’abord, la séquence avec Pascal Praud est écartée du montage que diffuse *TPMP*. Surtout, l’animateur et ses chroniqueurs désamorcent la lecture politique par la blague ou le commentaire autocentré ou esthétique : « *Je suis un peu rassrah parce que [...] j’espère juste que j’aurai pas cette gueule-là dans vingt ans !* », plaisante Cyril Hanouna. « *C’est extraordinaire ! C’est à la fois visionnaire, critique, c’est tendre quand même car on sent qu’ils sont attachés aux personnages et c’est hyper efficace ! En plus c’est pour les jeunes ! Franchement, c’est magnifique !* », s’enthousiasme Gilles Verdez. « *C’est une super idée. Une forme très impactante qui fait parler du fond* », applaudit Guillaume Genton. Mais le débat de fond sur les responsabilités politiques et médiatiques de l’inaction climatique n’aura pas lieu puisque Cyril Hanouna enchaîne aussitôt avec un autre sujet sur « *Deux jumeaux épousent deux jumelles, leurs enfants respectifs se retrouvent... frères* ».

Figure 66 – Campagne Greenpeace « 20 ans après », 24/02/2022



Pascal Praud : « J’ai donné la parole à des climato-sceptiques sur mon plateau, et alors !? On ne faisait pas une émission scientifique, on faisait du débat. Et un débat, pour moi, c’est de la polémique, c’est du buzz, c’est du spectacle. [...] Soyons honnêtes, le climat c’était pas un sujet pour la télévision ! »



Cyril Hanouna : « Après, si j’avais su le quart de la moitié de ce qui allait nous arriver, j’aurais fait du 24h sur 24h sur l’écologie.

Il faut attendre le 1^{er} avril 2022 pour mesurer le décalage entre le discours et les actes de l’animateur au sujet de l’enjeu climatique. Pourtant, deux jours plus tôt, l’animateur répondait à un twitto qu’il était « *très sensible* » au sujet et allait « *essayer d’organiser* » une soirée spéciale climat. Le tweet de Cyril Hanouna est d’ailleurs rapidement cité par Yannick Jadot, qui en profite pour s’inviter au débat et propose de le déplacer dans une arène moins contrainte par les règles de pluralisme (Fig. 67).

Fig. 67 – Tweet de Cyril Hanouna, 29/03/2022, 22h21 / Tweet de Yannick Jadot, 30/03/2022, 17h27



Le 31 mars, l’ancienne présentatrice météo de BFM TV et de *Thalassa*, Fanny Agostini, très engagée dans la cause environnementale, dévoile sur Twitter la teneur des échanges avec son « *pote Cyril Hanouna* ». Ce dernier se dit « *chaud-bouillant* » pour une spéciale « *biodiversité-climat* » de *TPMP* (Fig. 68). Le résultat, diffusé le lendemain, est un des plus mémorables sabotages d’un sujet par *TPMP*. La séquence du « *Doss du jour* », qui aura duré six minutes chrono, a été calée dans l’émission anniversaire du 1^{er} avril, qui célèbre les douze ans de *TPMP*. Pour l’occasion, une majorité des chroniqueurs récurrents a laissé la place à des personnalités « *hautes en couleur* » : l’ancienne participante de télé-réalité Afida Turner, l’avocat Fabrice Di Vizio, l’ancien agent du KGB Sergueï Jirnov, le « *roi de l’arnaque* » Marco Mouly, l’influenceuse Ruby Nikara connue pour avoir mis en vente l’eau de son bain, la journaliste people Myriam Palomba et le journaliste spécialiste des Royals britanniques Bertrand Deckers. Seuls les habituels Guillaume Genton, Gilles Verdez et Delphine Wespiser sont présents.

Fig. 68 – Tweet de Fanny Agostini, 31/03/2022, 17h45

Confondant météo et climat, Cyril Hanouna ouvre le débat : « Vous l'avez tous remarqué, la météo part en cacahuète total. C'est n'importe quoi [...]. Du coup, certains ont très peur pour le climat et se demandent si la fin du monde n'est pas pour bientôt ! » Afida Turner et Ruby Nikara, décollétés plongeants et nullement intéressées par le sujet, tentent de blaguer sur les aléas de la température : « C'est mon arrivée chez vous à Paris, Cyril », avance la première ; « Cyril, il neige ? Parce que moi j'ai chaud, je comprends pas », minaude la seconde (Fig. 69). Au lieu de recentrer la conversation, l'animateur saisit la balle au bond en demandant à l'influenceuse son style de garçon. Lorsque Ruby désigne Guillaume Genton en face d'elle, Cyril Hanouna enfonce le clou : « c'est vrai qu'il a une Lamborghini rose et un zizi gris ». Le plateau a dérapé et plus rien n'est récupérable. Gilles Verdez tente de revenir au sujet en mode catastrophisme :

« Aucun expert ne peut plus rien prédire ce qui se passera. La banquise fond, hallucinant ! Et ici on a la neige. J'ai l'impression que les continents se déplacent, je suis hyper inquiet. Franchement, ça me panique. »

Fig. 69 – « LA fin du monde est-elle pour bientôt », TPMP, 01/04/2022



Delphine Wespiser tente à son tour de développer ses arguments en proposant de remplacer l'éducation civique par une « éducation écologique » afin d'apprendre aux enfants « les 30 choses à faire » en matière environnementale. Mais lorsqu'elle souligne que les météorologues ont relevé un delta de 40° entre la température qu'il devrait faire en Antarctique à ce moment de l'année (-50°C) et la température constatée (-10°C), Cyril Hanouna lance déjà sa troisième vanne : « C'est énorme ! C'est la culotte d' Afida ! ». Une partie des chroniqueurs plonge dans l'hilarité, tandis que l'autre jette des regards désorientés... Ruby en profite pour remettre une pièce sur son anatomie : « Je ne suis pas très écolo avec ma prothèse [mammaire]... » :

Cyril Hanouna : *Excusez-moi, on ne comprend pas très bien. Quel est le sujet ?*

Ruby : *Parce que c'est du plastique.*

Cyril Hanouna : *Ne vous inquiétez pas, le plastique, c'est fantastique !*

Six minutes après le début du plateau consacré à un sujet à propos duquel l'animateur s'était pourtant dit « très sensible », le feu d'artifice du « Doss du jour » se termine pour laisser place au « Gros Doss » : « Un hypermarché affiche des photos de « voleurs du mois » à l'entrée du magasin : êtes-vous choqués ? ».

Sur l'enjeu climatique, la fin de l'année électorale se clôt sur une dernière séquence redoutable pour le talk-show en ce qu'elle vient contredire crûment la réputation d'une émission prétendument en phase avec la jeunesse. Le 17 juin, Benjamin Castaldi – remplaçant de Cyril Hanouna ce jour-là – reçoit la jeune militante Sasha, du collectif Dernière rénovation. La jeune femme s'était fait remarquer la veille pour son face-à-face tendu avec Apolline de Malherbe sur BFMTV, cette dernière sortant de son rôle d'intervieweuse pour critiquer les méthodes du collectif (notamment le blocage des axes routiers). Dans TPMP, la jeune femme est venue exprimer la détresse d'une génération face à l'inaction climatique de leurs aînés. « Moi, ça me rend folle en fait ! On est en train de parler de toute une génération qui va mourir », interrompt la jeune militante, fatiguée d'entendre le discours des « petits gestes du quotidien » sur le plateau. Les chroniqueurs portent aussitôt la charge contre Sasha en dénonçant l'effet potentiel de son propos sans en interroger le fondement (Fig. 70) :

« Vous êtes extrêmement alarmiste, quand même ! Pensez aux enfants qui nous regardent ! [...] Arrêtez de parler comme ça, c'est ridicule, c'est contre-productif ! » (Bernard Montiel)

« Moi j'ai ma fille qui regarde. Vous êtes en train de dire "Ok, tu vas mourir". On ne veut pas mourir, on ne veut pas faire peur à nos enfants, parce que les enfants, ils sont faits pour être heureux, pas pour pleurer. C'est quoi votre solution pour que moi je dise à ma fille ce soir "Ma chérie, pour que tu sois plus heureuse, tu dois faire ci ou ça" ? Parce que je ne vais pas dire "Tu vas faire la guerre civile", vous voyez ? » (Magali Berdah)

« C'est avec des discours comme ça que vous allez inquiéter les gens » (Jean-Pascal Lacoste)

Fig. 70 – « Prévisions à 50°, records de températures... Y a-t-il urgence à s'inquiéter ? », *TPMP*, 17/06/2022



On l'a dit, s'il est un rôle qu'aime se donner Cyril Hanouna, c'est celui de médiateur auprès des Français en général, et des jeunes en particulier, ces derniers constituant une large partie du public de *Touche pas à mon poste*. L'animateur se targue de pouvoir rendre accessible des sujets d'actualité auprès de cette jeunesse qui se détourne des médias traditionnels et ne regarde plus les journaux télévisés pour s'informer. Pourtant, dans un sondage Ipsos réalisé pour le syndicat La Fage et paru en février 2022³⁸, 32 % des jeunes interrogés plaçaient la protection de l'environnement et la lutte contre le réchauffement climatique dans leurs principales préoccupations (juste derrière le pouvoir d'achat à 33 %). Plus d'un jeune sur deux (57 %) estimait que ses préoccupations n'étaient pas prises en compte. En 2021-2022, *TPMP* a non seulement invisibilisé les représentants de l'écologie politique – comme nous l'avons vu à travers le volet quantitatif de notre étude – mais également la question des enjeux climatiques, celle-ci étant dépolitisée à travers un traitement superficiel du fond et une mise en scène outrancière des modalités d'échange. Le moins que l'on puisse dire, c'est que Cyril Hanouna n'a jamais paru aussi décalé avec les principales préoccupations de la jeunesse que durant cette campagne électorale.

2.2.3. Les procès des attentats du 13 Novembre : l'impossible respect des victimes

Nous ne pouvons achever ce travail sans revenir sur une autre actualité majeure de l'année 2021-2022 : le procès des attentats du 13 novembre. D'une part parce que sa temporalité coïncide presque avec celle de notre terrain d'enquête sur l'année électorale et, d'autre part, parce que nous avons ici l'occasion de croiser ce terrain *TPMP* avec un autre de nos objets d'études, à savoir la médiatisation des attentats.

Alors que Cyril Hanouna prétend souvent parler sur son plateau des sujets qui comptent dans l'actualité et que la victime est une figure omniprésente de *TPMP*, il n'aura finalement quasiment jamais parlé du procès des attentats du 13 novembre depuis son ouverture à la rentrée 2021, ni tenté de mettre à la portée de son public les enjeux de cet événement judiciaire historique par sa durée et son ampleur matérielle, ainsi que ses enjeux de réparation et de mémoire.

³⁸ « Elections 2022 : vers une jeunesse oubliée ? », Enquête Ipsos / Fage, février 2022, [[lire le dossier de presse](#)].

À trois exceptions près, qui s'avèrent éclairantes sur les ressorts de l'émission. La première occasion, diffusée pendant la pré-campagne, est révélatrice de la façon dont TPMP privilégie l'agenda politique d'Éric Zemmour, encore non officiellement candidat et désireux de monétiser sa marque sur un marché de l'attention saturé. Le 15 novembre, Cyril Hanouna revient sur les propos polémiques du pamphlétaire d'extrême droite qui vient de dénoncer la « gestion criminelle » des attentats par François Hollande. Le jour des cérémonies d'hommage aux victimes, Éric Zemmour accuse abusivement l'ancien chef d'État de ne pas avoir « protégé les Français » en laissant les frontières ouvertes. Le non-candidat joue sur l'émotion et la confusion, puisqu'il sait pertinemment que les terroristes responsables des attentats du 13-Novembre n'étaient pas eux-mêmes des migrants, et qu'aucun d'entre eux n'a tenté d'arriver en France en se faisant passer pour tel. « *Éric Zemmour a-t-il été trop loin ?* » demande Cyril Hanouna à ses deux invités, Manuel Valls et Jean Messiha (soutien d'Éric Zemmour). C'est à Manuel Valls que revient l'initiative de saluer l'importance du procès « V13 » avant de rappeler que François Hollande, cité comme témoin par l'association de victimes Life for Paris, venait de témoigner à l'audience du 10 novembre et que lui-même, en tant que premier ministre au moment des faits, s'apprêtait à le faire d'ici quelques mois :

« Toutes les questions [sur la gestion politique des attentats] sont légitimes. D'ailleurs elles sont posées depuis des semaines dans le cadre du procès des attentats du 13 novembre par les avocats des parties civiles [...] et des accusés, puisque nous sommes dans un état de droit, suite à une très longue enquête des juges d'instruction où toutes les informations ont été données. »

Et Manuel Valls de dénoncer « la stratégie » de Zemmour pour « créer la polémique » : « *ce procès appartient [aux victimes] et les victimes n'appartiennent à aucun responsable politique. [Ce qu'il a dit] est à la fois inexact et honteux.* » Ce à quoi Jean Messiha réplique qu'Éric Zemmour « a été factuel, tout simplement. »

La deuxième évocation du procès des attentats du 13 Novembre illustre à quel point le mécanisme d'intéressement de Cyril Hanouna aux sujets d'actualité repose sur un prisme autocentré. Le jeudi 14 avril, pendant l'entre-deux-tours, il choisit de parler du procès au dernier jour de l'interrogatoire de Salah Abdeslam. Le principal accusé a livré sa vérité sur le déroulement des faits la nuit du 13 novembre. Mais Cyril Hanouna préfère ne pas s'attarder sur « ces révélations glaçantes » pour mieux revenir sur un détail : « *A un moment, dans le procès, ils ont parlé de moi, sachez-le. C'est incroyable !* ». Gilles Verdez et Cyril Hanouna apportent des explications sur cet « incroyable » rebondissement du procès : en effet, le nom de l'animateur a été prononcé par l'avocat général lorsque celui-ci a fait la lecture d'un SMS écrit par l'un des accusés, Yassine Atar (Fig. 71). C'est en voyant le tweet de la journaliste de LCI/TF1 restituant ce moment d'audience qu'Hanouna a appris que son nom (tagué deux fois dans le tweet) avait été mentionné et s'est donc intéressé à cette actualité. Il lit à son tour le tweet de la journaliste (qui s'affiche également à l'écran) :

« L'avocat général lit 1 autre sms écrit par Yassine Atar à un ami : « Vous lui parlez de ce 'Youpin' de @CyrilHanouna, c'est une façon de parler ça ?

Atar : « C'est peut-être une mauvaise façon de parler. En plus, je suis fan en plus de @CyrilHanouna. J'en rate pas une »

Fig. 71 – Cyril Hanouna cité au procès des attentats du 13 Novembre, TPMP, 14/04/2022



Gilles Verdez est tout ému : « *C'est incroyable !* » s'exclame-t-il à l'unisson de son patron. Cyril Hanouna rappelle que son nom a également été cité lors du procès de Nordahl Lelandais : « *On est dans tous les procès !* ». Avant de faire une promesse non tenue : « *Ce procès, on le suit, on vous donnera bien sûr des informations dessus.* »

La troisième séquence est révélatrice de la propension de Cyril Hanouna à ne pas vouloir hiérarchiser les paroles entre victimes et accusés, à faire preuve de complaisance à l'égard de personnages douteux et à ignorer le contexte de réception en cédant au moindre buzz. Le 23 mai 2022, alors que le procès V13 entre dans sa dernière ligne droite avec le début des plaidoiries des parties civiles, la production de TPMP annonce dans l'après-midi sur Twitter le sommaire de l'émission du soir : Jawad Bendaoud, « le logeur de Daesh » ayant récemment purgé sa peine de quatre de prison après sa condamnation en appel en 2019, a « décidé de sortir du silence » et sera l'invité de Cyril Hanouna (Fig. 72).

Fig. 72 – Tweet de la production annonçant la venue de Jawad Bendaoud, TPMP, 23/05/2022



Les réactions indignées sont immédiates : face aux nombreuses victimes ou anonymes exprimant sur les médias sociaux leur désarroi et leur colère face à cette décision de dérouler le tapis rouge à une personne accusée pour recel de malfaiteurs terroristes (Fig. 73), TPMP rétropédale et finit par renoncer à inviter Jawad Bendaoud.

Fig. 73 – Tweets de victimes des attentats du 13 novembre, 23/05/2022



Le tweet de l'après-midi est supprimé, remplacé par un second sur le choix de déprogrammation et – chose assez rare – un tweet de Cyril Hanouna en personne, qui tente de se justifier avant de promettre des explications sur son plateau le soir même : « *Jawad Bendaoud devait être invité dans TPMP ce soir.*

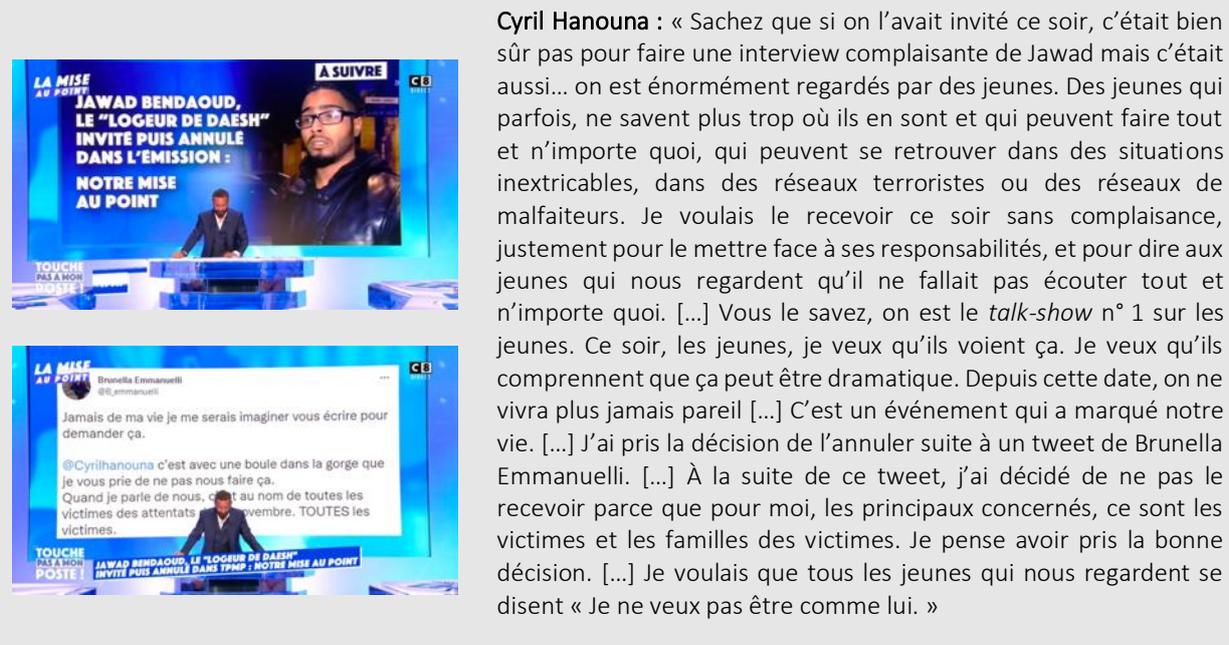
Dans un cas comme celui-là, seul l'avis des victimes compte. J'ai donc pris la décision d'annuler l'interview » (Fig. 74).

Fig. 74 – Tweets annonçant l'annulation de l'invitation de Jawad Bendaoud, TPMP, 23/05/2022



Mais l'image personnelle de l'animateur est atteinte et, comme à chaque fois dans cette situation, la mise au point annoncée est d'abord une opération de restauration d'image. Sur le plateau, Cyril Hanouna mobilise ainsi l'un de ses arguments récurrents : s'érigeant en médiateur auprès des jeunes, il se défend d'avoir voulu faire une interview de complaisance avec le condamné et prétend, au contraire, avoir voulu dissuader une jeunesse un peu paumée d'être fascinée par des contre-modèles (Fig. 75).

Figure 75 – La mise au point après l'annulation de l'invitation de J. Bendaoud dans TPMP, TPMP, 23/05/2022



Cyril Hanouna : « Sachez que si on l'avait invité ce soir, c'était bien sûr pas pour faire une interview complaisante de Jawad mais c'était aussi... on est énormément regardés par des jeunes. Des jeunes qui parfois, ne savent plus trop où ils en sont et qui peuvent faire tout et n'importe quoi, qui peuvent se retrouver dans des situations inextricables, dans des réseaux terroristes ou des réseaux de malfaiteurs. Je voulais le recevoir ce soir sans complaisance, justement pour le mettre face à ses responsabilités, et pour dire aux jeunes qui nous regardent qu'il ne fallait pas écouter tout et n'importe quoi. [...] Vous le savez, on est le *talk-show* n° 1 sur les jeunes. Ce soir, les jeunes, je veux qu'ils voient ça. Je veux qu'ils comprennent que ça peut être dramatique. Depuis cette date, on ne vivra plus jamais pareil [...] C'est un événement qui a marqué notre vie. [...] J'ai pris la décision de l'annuler suite à un tweet de Brunella Emmanuelli. [...] À la suite de ce tweet, j'ai décidé de ne pas le recevoir parce que pour moi, les principaux concernés, ce sont les victimes et les familles des victimes. Je pense avoir pris la bonne décision. [...] Je voulais que tous les jeunes qui nous regardent se disent « Je ne veux pas être comme lui. »

L'animateur obsédé par les audiences et les tendances sur les réseaux sociaux s'efface donc pour imposer le récit de soi vertueux du « grand frère » protecteur et proche de son jeune public. S'agentifiant favorablement la prise de responsabilité (« *J'ai pris la décision d'annuler* », « *Je pense avoir pris la bonne décision* »), il évite d'avoir à interroger son absence de discernement originel : avoir eu l'idée d'inviter Jawad Bendaoud au moment symbolique du début des plaidoiries et alors qu'il n'a jamais consacré de plateau aux victimes du 13 Novembre depuis l'ouverture du procès. L'analyse de contenu montre que son intérêt pour ce procès n'est jamais passé par une considération pour les victimes et que V13 était d'abord une opportunité ayant permis de dérouler d'autres récits (polémiques Zemmour, promotion de soi...).

De plus, l'argumentaire de Cyril Hanouna repose sur l'effet de croyance de sa réelle capacité à apporter la contradiction à son invité, à mettre ce dernier en situation d'avoir à rendre des comptes pour le jeune public (objectif visé par Hanouna dans sa mise au point) et à ne pas offrir une simple vitrine médiatique

à l'intéressé. Or rien n'est moins sûr dans ce postulat si l'on en juge par les plateaux reposant sur cette mécanique de centralisation d'un invité condamné ou susceptible de poursuites pénales. Qu'il s'agisse des Dalton ou du « gifleur » d'Emmanuel Macron, la capacité effective de Cyril Hanouna à mettre l'invité face à ses responsabilités s'est toujours heurtée à la personnalité récalcitrante de son invité incapable de se remettre en cause et ravi de profiter d'une exposition médiatique à une heure de grande écoute et malgré les indignations pour la forme des chroniqueurs. L'humoriste Alex Vizorek consacra d'ailleurs son billet d'humour le lendemain dans la matinale de France Inter à pointer cette mécanique à rebours de l'autofiction de Cyril Hanouna : « *On a donc évité un salaud de plus dans ce programme qui a une petite tendance à les accumuler dès qu'il y a un moyen de faire un peu de buzz sur leur dos. Hanouna il invite un peu n'importe qui chez lui, ce qui lui fait un point commun avec Jawad.*³⁹ »

³⁹ « Touche pas à mon compost », Le billet d'Alex Vizorek, France Inter, 8h55, 24 mai 2022.

CONCLUSION

« Nous voulons donner toutes les clés aux téléspectateurs pour bien comprendre cette campagne et surtout donner envie d'aller voter en 2022⁴⁰ », expliquait Cyril Hanouna à l'automne 2021. Une chose est sûre à l'issue de cette immersion devant 330 heures du programme phare de C8 durant cette année électorale : il existe un gouffre entre l'image publique idéalisée que se construit Cyril Hanouna et le contenu réel de son émission conversationnelle, ce qu'il donne précisément à voir à son public. Autour de l'enjeu démocratique majeur que représente l'élection présidentielle, le « médiateur des Français » n'aura présenté qu'une vision étriquée des thèmes de campagne et un rapport faussé de la compétition électorale.

Cyril Hanouna profite de l'hybridité de son programme, revendiquant de faire de l'information lorsqu'il veut entretenir sa crédibilité en tant qu'animateur du débat politique, se réfugiant derrière le divertissement pour se défendre de « ne jamais faire de politique ». Sous couvert d'information, il a surtout fait l'agenda politique de certains candidats – Emmanuel Macron et Éric Zemmour – et assuré la promotion et la banalisation des discours d'extrême droite à une heure de grande écoute⁴¹. Sous couvert de divertissement, il aura surtout cultivé un rire de disqualification et de marginalisation à l'endroit d'autres candidats et de leurs idées. « Il se vit comme le porte-parole d'une certaine France⁴² », analysait un cadre de Canal+. Mais la France de Cyril Hanouna est une construction subjective et sélective façonnée pour faire fonctionner un dispositif médiatique basé sur l'exacerbation des conflits et la vision d'une société incapable de se penser autrement que par la polarisation et le conflit des positions. La France de Cyril Hanouna est donc bien une mise en tension permanente de la société par la mise en scène de positions antagonistes et la silenciation de positions modérées. Sa contribution à l'extrême-droitisation et à la réduction du débat public est donc réelle, comme en témoigne aussi bien notre analyse quantitative que qualitative des contenus de *TPMP*.

Lorsqu'en 1991 le chercheur Shanto Iyengar avait étudié la perception de la pauvreté auprès d'un échantillon de téléspectateurs, il avait montré à quel point le « cadrage médiatique » – c'est-à-dire la façon de formuler une question ou un problème – poussait les citoyens à privilégier certains schémas de causalité entre les faits : nourri de statistiques et de données institutionnelles, le *cadrage thématique* incitait les publics à percevoir la dimension collective et structurelle du problème de pauvreté (« la société doit faire quelque chose ») ; à l'inverse, le *cadrage épisodique*, constitué de récits de vie ou de portraits, conduisait plutôt les téléspectateurs à identifier une responsabilité personnelle de la pauvreté (« c'est de sa faute »)⁴³. Ce qui frappe, dans *TPMP* lorsqu'un sujet est évoqué, c'est l'importance du cadrage épisodique du problème et l'inexistence du cadrage thématique autour des enjeux ayant pourtant, en cette année électorale, occupé l'actualité et les préoccupations des Français (lutte contre le réchauffement climatique, pouvoir d'achat...). Marquée par un prisme autocentré sur la figure de l'animateur et de ses chroniqueurs et par une évacuation de toute dimension institutionnelle de la parole d'individus d'abord et avant tout considérés dans leur dimension relationnelle, la mécanique *TPMP* empêche la société de se percevoir et de se penser, n'offrant qu'une vision à la fois tragique et ludique d'elle-même.

⁴⁰ « Présidentielle 2022 : Cyril Hanouna s'engage », *TV Magazine Le Parisien*, n° 1810, 10-16 octobre 2021.

⁴¹ Rappelons que nous n'avons quantifié que les sujets politiques de *TPMP* alors que d'autres plateaux consacrés à des sujets de société assuraient simultanément la visibilisation de figures identitaires et réactionnaires (« influenceurs patriotes, ultra catholique...) qui, déconfinées de l'arène de leurs réseaux sociaux numériques, ont pu grâce à cet exposition télévisuelle capter d'autres publics moins directement politisés.

⁴² « Cyril Hanouna et sa télé-vision pour la France », *Télérama*, n° 3742, 29 septembre 2021.

⁴³ S. Iyengar, « Framing responsibility for political issues : The case of poverty », *Political Behavior*, n° 12, 1990, p. 19-40 ; *Is anyone responsible ? How television frames political issues*, Chicago, University of Chicago Press, 1991.

« *Ici, on donne la parole à tout le monde* », répète à l'envi l'animateur, qui donne surtout la parole à quelques-uns. « *Ici, on peut tout dire* », prêche celui qui coupe la parole sèchement à ses chroniqueurs ou invités dès qu'un propos ne lui convient pas et qui sous-entend surtout faussement qu'ailleurs, on ne peut plus rien dire. Comment ne pas voir ici la vieille antienne répandue dans les médias du groupe Canal+ détenu par Vincent Bolloré, antienne que l'animateur pourtant non dénué de talent a fait sienne par intérêt entrepreneurial, loyauté corporatiste et fidélité managériale. Comme Rupert Murdoch s'est reposé sur le *Sun* et le *Times* pour promouvoir et faire prospérer ses idées ultra-conservatrices dans la société britannique des années 1980⁴⁴, Vincent Bolloré a C8 et CNews pour mener sa « guerre culturelle » et exercer son influence sur les publics mais également les dirigeants politiques des années 2010. De ce point de vue, l'actionnaire milliardaire doit une fière chandelle aux artisans de la notabilisation de Cyril Hanouna qui, de Marlène Schiappa à Jean-Michel Blanquer, de Jean-Luc Mélenchon à Gabriel Attal, ont fait fructifier la valeur de l'animateur dans le débat public médiatique, au point de le rendre soi-disant incontournable en tant qu'animateur politique.

« *Je ne crois pas que les téléspectateurs soient des débiles. Ceux qui les prennent pour des débiles sont déconnectés de la réalité* », répète encore le même Cyril Hanouna dès que pointe la moindre remarque négative à son sujet. Prenant à partie sa communauté de fans, il renvoie les observateurs à leur statut de « donneurs de leçon » et toute critique à de la « jalousie ». En réalité, ces vexations sont le carburant d'un populisme et d'un anti-intellectualisme convoqués pour mieux renvoyer la charge et écarter toute remise en question de son rôle contestable dans le débat public, alors même que les critiques croissantes contre ses émissions sont loin d'être l'apanage d'« habitués du Café de Flore » et sont partagées par une large partie de la population (à en juger les milliers de signalements à l'Arcom à chaque dérapage). N'est-ce pas avoir soi-même une faible estime de son public que d'avouer, dans l'entre-deux-tours de la présidentielle, ne pas avoir traité le scandale des cabinets de conseil McKinsey parce que « *c'était un sujet extrêmement technique* » ? « *On ne trouvait pas ça populaire, on est une émission extrêmement populaire* » se bornait-il à justifier (TPMP, 20 avril 2022). Il reste à faire une étude de réception sur les publics téléspectatoriels et numériques⁴⁵ de Cyril Hanouna pour comprendre comment, selon leurs particularités socio-démographiques et politiques, les téléspectateurs et twittos perçoivent le contenu de ses émissions et adhèrent plus ou moins aux discours et au système de valeurs qui y sont véhiculés⁴⁶.

Au-delà du cas de Cyril Hanouna, cette étude pose aussi la responsabilité de l'autorité de régulation face à un diffuseur insincère qui pratique, on l'a vu, un pluralisme dévoyé, en toute impunité. Il faut souligner ici que nous ignorons tout des méthodes de contrôle concrètes des données diffuseur par l'Arcom en période électorale. Cet aspect faisait pourtant partie des questions de recherche que nous nous posions avec mes collègues du groupe de travail Médias Élections du CERLIS. Malgré nos relances, l'Arcom n'a pas répondu à notre demande au moment où nous rédigeons ce deuxième *working paper* sur notre terrain d'étude. Le 2 novembre 2022, le régulateur publiait son *Rapport sur les campagnes électorales 2022 : élection à la présidence de la République et élections législatives*⁴⁷ dans lequel on ne trouve aucune précision sur le nombre et la fréquence des carottages de contrôle des temps d'antenne transmis par les diffuseurs.

⁴⁴ A lire l'excellente biographie de David Colon, *Rupert Murdoch, l'empereur des médias qui manipule le monde*, Paris, Tallandier, 2022.

⁴⁵ Citons ici l'une des rares études à ce sujet : S. Jehel, « Quelle réflexivité sur les espaces polémiques de Twitter ? Inscire sa trace et s'engager dans des conversations autour des talk-shows *On n'est pas couché* et *Touche pas à mon poste* », *Les Cahiers du numérique*, vol. 14, n° 3-4, 2018, p. 77-105, [En ligne].

⁴⁶ Une étude récente a montré qu'en demandant à des téléspectateurs réguliers d'un média partisan (Fox News) de regarder un média transversal (CNN) pendant un mois à la place, cela permettait d'observer chez ces téléspectateurs une meilleure compréhension de l'actualité et une modération de leurs attitudes vis-à-vis de certains sujets (violences policières, crise Covid). Voir D. Broockman, J. Kalla, « The Impacts of Selective Partisan Media Exposure : A Field Experiment with Fox News Viewers », OSF Preprints, 1^{er} avril. 2022, [En ligne].

⁴⁷ Arcom, *Rapport sur les campagnes électorales 2022 : élection à la présidence de la République et élections législatives*, 2 novembre 2022, [En ligne].

Pire, il y a de quoi s'interroger en voyant que, parmi les propositions avancées par le régulateur pour « adapter la régulation de ce scrutin aux mutations des moyens modernes de communication », figure la recommandation de « réexaminer les modalités d'application des dispositions garantissant des conditions de programmation comparables aux candidats » et de « rechercher les moyens d'en assouplir les contraintes » pour répondre aux « difficultés rencontrées par les éditeurs pour respecter les principes d'équité et d'égalité ». Nous avons précisément démontré que s'il fallait revoir la notion cruciale de « conditions de programmation comparables », ce n'était certainement pas pour « l'assouplir » mais pour améliorer sa mise en application concrète afin de garantir l'efficacité de ce principe du point de vue des publics. Le principe de pluralisme n'est pas une enjolivure de notre Constitution : face au « confort » des éditeurs ou à l'esprit de concession du régulateur, seul doit compter l'effectivité d'un pluralisme expérientiel, c'est-à-dire au plus près des perceptions des citoyens.

Laissons le mot de la fin à Cyril Hanouna, qui s'autocongratulait le 25 avril, au lendemain de la réélection d'Emmanuel Macron, d'avoir « donné la parole à tout le monde dans nos émissions » et de ne pas vouloir stigmatiser « les douze millions de personnes qui ont voté Marine Le Pen », qui sont « juste des gens qui ont envie qu'on les entende et qu'on les écoute » :

« Tous les gens qui contestent le vote, qui vont essayer de faire des actions, je pense vraiment que c'est pas la bonne solution. Au contraire, il faut qu'on essaye vraiment d'être tous ensemble maintenant [...], qu'on soit tous dans la même direction pour pouvoir avancer. [...] C'est pas en étant les uns contre les autres qu'on va faire avancer le pays ».

Dans la même direction, certes, mais pas trop. Pourvu qu'on continue à s'échapper sur un plateau...

Bibliographie sélective

- D. Broockman, J. Kalla, « The Impacts of Selective Partisan Media Exposure : A Field Experiment with Fox News Viewers », OSF Preprints, 1^{er} avril. 2022, [\[En ligne\]](#).
- J. Cagé, M. Hengel, N. Hervé et C. Urvoy, « Hosting Medias Bias : Evidence from the Universe of French Broadcasts, 2002-2020 », CEPR Workshop on Media, Technology, Politics, and Society, 2022. [\[En ligne\]](#) ; « L'Effet Bolloré : de l'écran aux urnes », AOC, 18 mars 2022, [\[En ligne\]](#).
- M. Burger, J. Jacquin, R. Micheli, *La parole politique en confrontation dans les médias*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2011.
- R. Chiche, *Cyril Hanouna, le bouffon qui devint roi*, Paris, L'Archipel, 2017.
- S. Encel, *Ce n'est pas que d'la télé ! Ce que dit le système Hanouna dit de la France*, Paris, David Reinhard Editions, 2021.
- R. Garrigos, I. Robert, *Comment Vincent Bolloré a mangé Canal+*, Paris, Seuil, 2016.
- N. Hervé, « Médiatisation des candidat.e.s à l'élection présidentielle 2022 dans l'audiovisuel », working paper, 17 mars 2022, [\[En ligne\]](#).
- S. Jehel, « Quelle réflexivité sur les espaces polémiques de Twitter ? Inscire sa trace et s'engager dans des conversations autour des talk-shows *On n'est pas couché* et *Touche pas à mon poste* », *Les Cahiers du numérique*, vol. 14, n° 3-4, 2018, p. 77-105, [\[En ligne\]](#).
- S. Jehel, « Stéréotypie, stigmatisation et bouc émissaire au cœur des dispositifs médiatiques contemporains. L'exemple de *TPMP* », in R. Casanova, F-M. Noguès (dir.), *Bouc émissaire. Interroger le concept, le localiser en contextes*, Villeneuve d'Ascq, PUS, 2018.
- A. Le Foulgoc, *Politique et télévision. Extension du domaine politique*, Bry-sur-Marne, INA Editions, 2010.
- P. Leroux, Ph. Riutort, *La politique sur un plateau. Ce que la télévision fait à la représentation*, Paris, Puf, 2013.
- M. Slavitch, « Avec les fanzouzes dans la file d'attente de *Face à Baba* », *La Revue des médias*, 24 janvier 2022, [\[En ligne\]](#).
- V. Spies, « Les réseaux sociaux, une simple vitrine pour les émissions TV politiques », *La Revue des médias*, 26 janvier 2017, [\[En ligne\]](#).
- « La politique saisie par le divertissement », *Réseaux*, vol. n° 118, 2003, [\[En ligne\]](#). Coordination : Éric Neveu.
- « Les mutations télévisées des campagnes électorales », *Télévision*, n° 8, 2017, [\[En ligne\]](#). Coord. : P. Leroux, P. Riutort.
- « Campagnes politiques, tribunes médiatiques », *Le Temps des médias. Revue d'histoire*, n°7, 2006, [\[En ligne\]](#). Coord. : C. Delporte, I. Veyrat-Masson.
- « Spectacularisation du politique », *Recherches en communication*, vol. 24, 2005, [\[En ligne\]](#). Coord. : Marc Lits.

ANNEXE I - 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 grosseur de la conseillère d'Éric Zemmour ? »



Invités : Stanislas RIGAULT, 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 « 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'explique 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)

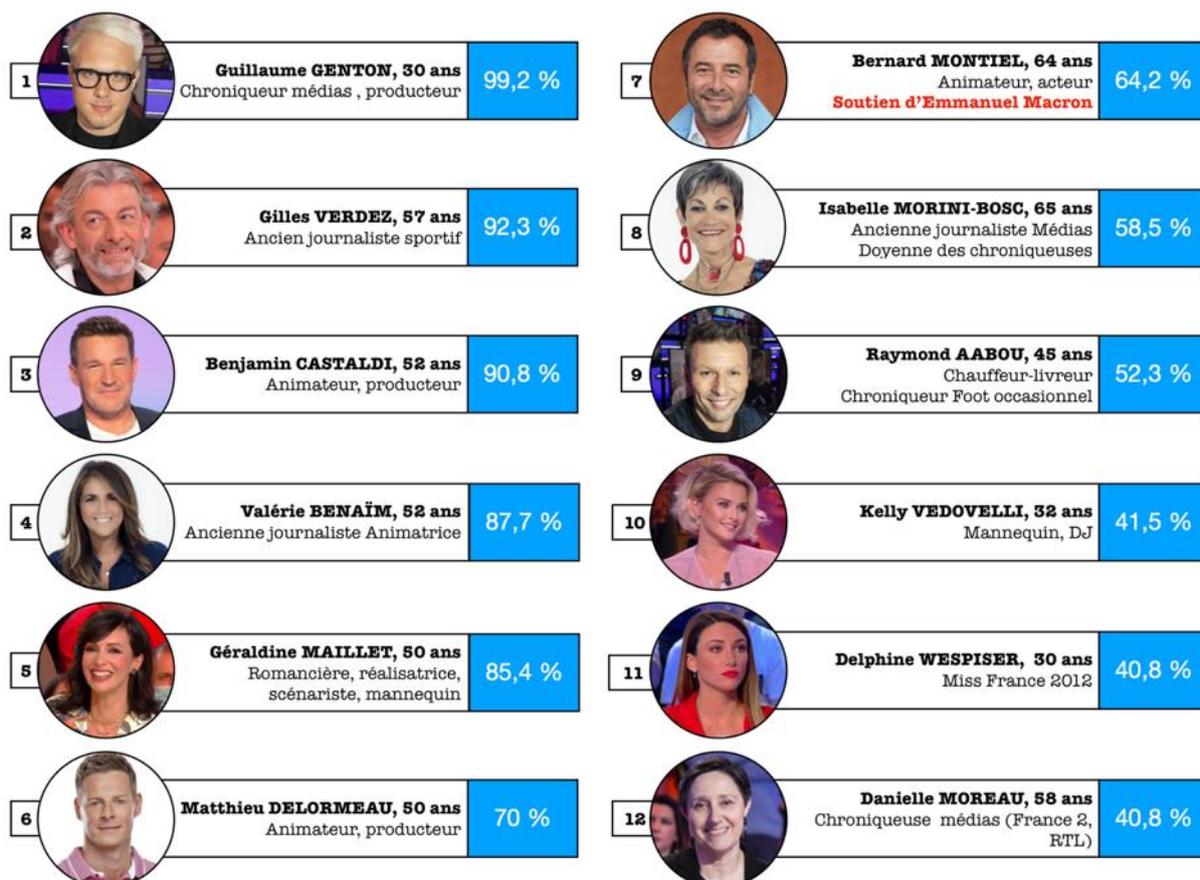
=> Zemmour : 21mn attribuées à « Zemmour » (les 9 dernières minutes de l'interview de Florentin désormais identifié comme pro-Zemmour par le public après le « décodage » des 2 chroniqueurs + 12mn Belattar)

ANNEXE II - Profil des principaux chroniqueurs de TPMP et taux de présence

Nous présentons ici le profil des chroniqueurs les plus réguliers de TPMP au cours des huit mois de campagne (septembre 2021 à avril 2022). La plupart sont issus du monde des médias (animation, journalisme, production). Tout au long de la campagne, un seul des chroniqueurs réguliers de TPMP a été politiquement étiqueté : Bernard Montiel, souvent appelé pour plaisanter « porte-parole de l'Élysée » par Cyril Hanouna, n'a jamais caché son soutien à Emmanuel Macron. Précisons que l'étiquette politique individuelle n'est pas la variable explicative la plus pertinente pour apprécier les interactions entre les chroniqueurs sur le plateau et qu'il importe surtout de comprendre comment ils parviennent à produire des effets de sens et dessiner un système de valeur au travers des sujets traités.

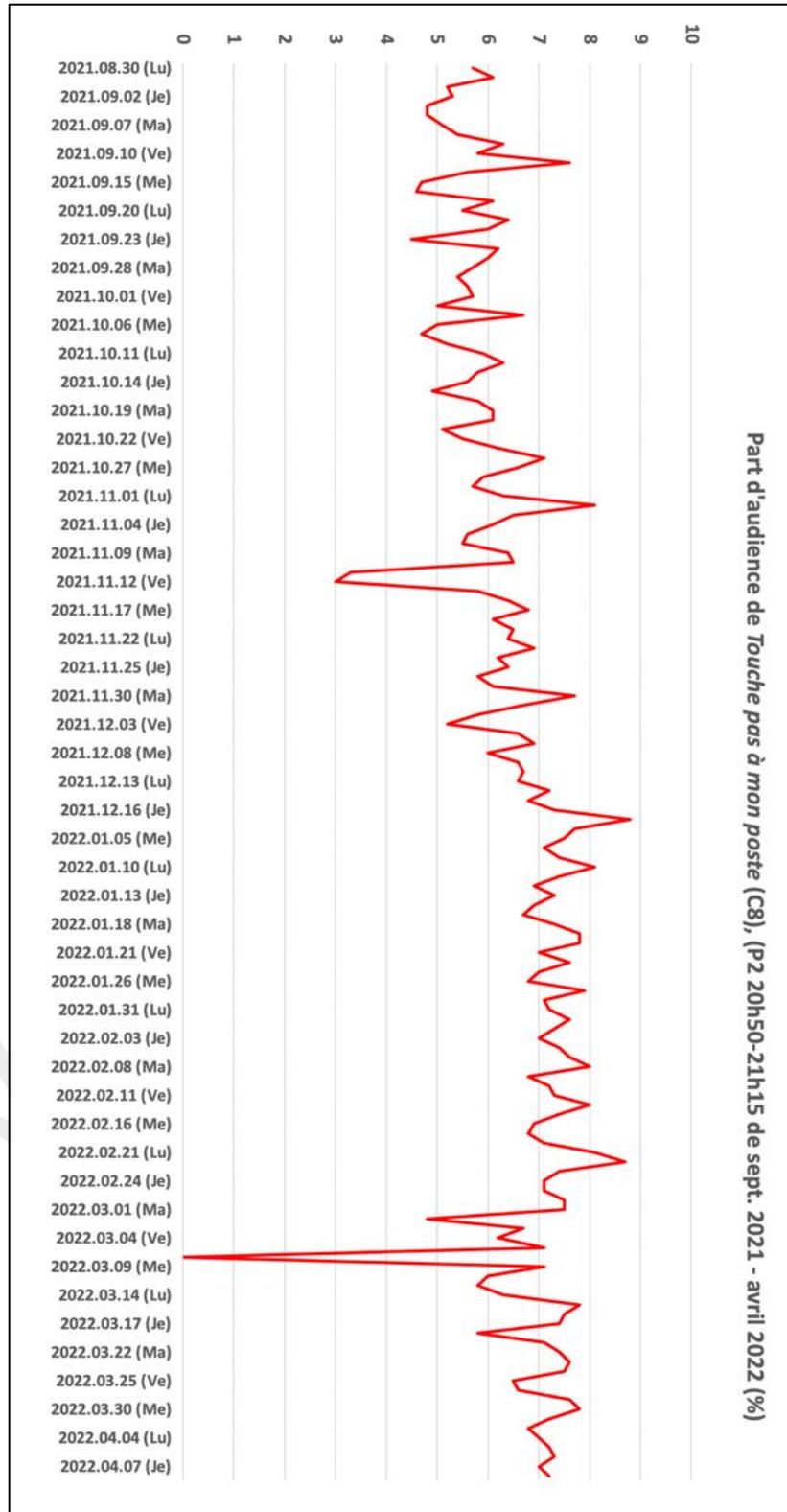
Au lendemain du 1^{er} tour, Cyril Hanouna a essayé de deviner le vote de ses chroniqueurs : Gilles Verdez dit avoir voté pour Fabien Roussel, Benjamin Castaldi n'a pas démenti lorsque l'animateur a avancé le nom d'Emmanuel Macron. Surtout, Delphine Wespiser a provoqué de nombreuses réactions en révélant avoir voté pour Marine Le Pen.

Le pourcentage indique le taux de présence de chaque chroniqueur sur l'ensemble des émissions de la période observée.



ANNEXE III - Part d'audience de la deuxième partie de TPMP (20h50-21h15) de 09/2021 à 04/2022 (%)

NB : Le creux du 8 mars correspond à une panne technique ayant obligé C8 à interrompre l'émission



ANNEXE IV - Les modes relationnels de Cyril Hanouna

1. RELATIONNEL CONTRARIÉ

Mise en scène surjouée d'un relationnel inexistant en mode Conflit/Réconciliation ou Séduction/Détestation

Personnalités concernées : Anne Hidalgo, Christiane Taubira, François Hollande, Arnaud Montebourg



2. RELATIONNEL FONCTIONNEL

Mise en scène en mode « retrouvailles connaissances » et « performance »

Personnalités concernées : les invités réguliers (influenceurs identitaires, représentants insoumis, députés LREM)



3. RELATIONNEL PERSONNEL

Mise en scène d'une proximité horizontale, authentique et affective (tutoiement, marques verbales et gestuelles d'affection)

Personnalités concernées : Marlène Schiappa, Jean Lassalle, Jean-Luc Mélenchon, Raquel Garrido, Jean Messiha



4. RELATIONNEL ETIQUETTE

Mise en scène d'un relationnel conservant une distance sociale et institutionnelle, mais humanisé et plaisant

Personnalités concernées : Emmanuel Macron, Éric Zemmour, Jean-Michel Blanquer, Manuel Valls, Marine Le Pen

