

**Touche pas à mon
peuple**

Claire Sécaïl

Seuil Libelle

Alerter. Informer. Questionner. Libelle a vocation à accueillir les textes courts d'auteur-e-s engagé-e-s, creusant l'information et devançant les polémiques. La collection veut pallier l'érosion du débat public en proposant des réponses argumentées et rapides aux prises de position souvent trop tranchées. Un espace de liberté pour les essayistes, d'information et de nuance pour les lectrices et lecteurs.

ISBN 978-2-02-154473-2

© Éditions du Seuil, janvier 2024

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

www.seuil.com

Touche pas à mon peuple

Claire Sécaïl

« Télé-populisme. Les dangers du système Hanouna », titrait *L'Obs* en novembre 2022. Pourquoi le terme « populiste », généralement attribué à des idées ou des personnalités politiques, se retrouve-t-il associé à un animateur TV sans fonction politique ni ambition électorale ? Peut-être parce que Cyril Hanouna a parfaitement compris une dimension essentielle du travail politique qu'il pratique au quotidien par le biais de son émission « Touche pas à mon poste » (« TPMP ») : capter et structurer l'imaginaire populaire afin d'y puiser une autorité et une légitimité.

Vision du monde plus ou moins théorisée, le populisme prétend que « la société se divise en deux camps homogènes et antagonistes, le "peuple pur" et l'"élite corrompue" » et considère la politique

comme l'« expression de la volonté générale du peuple¹ ». Il se distingue donc de la démagogie, qui consiste juste à flatter le peuple pour en rechercher l'adhésion. Si Cyril Hanouna est démagogue, il gagne ses galons populistes en adhérant à la conception duale d'un monde clivé verticalement entre élite et peuple, l'élite étant constituée comme adversaire de ce peuple au nom duquel l'animateur prétend parler.

Dans son ouvrage paru en 2021, on trouve, sous la plume de l'éditorialiste Christophe Barbier, la vision polarisée de la politique et le rôle avantageux que l'animateur s'attribue : « De La France insoumise au Rassemblement national, les extrémistes se répartissent à l'horizontale ; je veux pour ma part connecter les extrémistes de la verticale, des élites aux plus démunis, de ceux qui savent à ceux qui doutent, des citoyens qui n'ont jamais raté un scrutin à ceux qui ne sont même plus inscrits sur les listes électorales². » Cette présentation de soi en réconciliateur n'a pas grand-chose à voir avec ce que produisent réellement ses émissions mais elle recycle la vision binaire du monde social véhiculée à l'antenne.

Lors de sa création sur le service public en 2010, « TPMP » était une émission de télévision sur la

télévision ; aujourd'hui, elle s'impose comme un magazine de société, traitant des sujets parfois graves de l'actualité au prisme des codes du divertissement. Les émissions de Cyril Hanouna s'inscrivent dans l'histoire des programmes d'« infotainment » qui, depuis la fin des années 1990, sont devenus des lieux de représentation de la politique³. Il s'agissait d'en revivifier l'évocation hors du cadre journalistique suspecté de contribuer au désintérêt des citoyens pour la chose publique.

Mais devant 1,7 million de téléspectateurs réunis en moyenne chaque soir, « TPMP » participe surtout à la mise en tension de la société en montrant une caricature de ses clivages, dévoie les fondements de la démocratie d'opinion en sapant les règles du débat, et assure le triomphe du ressentiment (le « bon sens populaire ») sans chercher – à de rares exceptions – à expliquer des causalités. La réconciliation attendue des antagonismes est une illusion et le peuple convoqué n'est que figuré par la rhétorique dont jouent l'animateur et ses chroniqueurs pour en convaincre le public.

Ce populisme hanounesque présente-t-il un risque pour la démocratie ? Une étude consacrée à la télévision italienne⁴ montre, à partir de

données agrégées, que les téléspectateurs exposés précocement aux chaînes de Silvio Berlusconi présentaient à l'âge adulte une moindre sophistication sur le plan cognitif (niveau de calcul, alphabétisation) et civique (moindre intérêt pour la politique, faible engagement associatif ou partisan). Les jeunes publics des programmes commerciaux du réseau Mediaset tendent à devenir des adultes plus réceptifs aux rhétoriques populistes (Forza Italia, Mouvement 5 Étoiles). Nous ne disposons pas d'étude de réception sur les publics de Cyril Hanouna mais, comme pour les divertissements berlusconiens, l'animateur touche des jeunes souvent éloignés des programmes d'information traditionnels. Le risque de l'exposition précoce et répétée à ses émissions reste donc une question pertinente.

Loin de renforcer une culture du peuple, l'agora hanounesque, incarnation d'une vision sélective de la culture populaire, empêche au contraire la constitution du peuple comme entité saine, au-delà des individus qui la déclinent en plateau. Car, pour Cyril Hanouna, le devenir politique des expressions populaires comptera toujours moins que leur force télégénique saisie dans l'instant à l'échelle des individus.

Pour le citoyen, le danger n'est pas d'être diverti mais d'être mal informé. En dévoyant les principes les plus élémentaires du débat public et en s'abritant derrière l'excuse du divertissement, le populisme hanounesque est bel et bien une entreprise de désinformation qui sape les termes de la conversation sociale et menace par extension les fondations de la démocratie. Pour sortir de la sidération provoquée à chaque polémique, il faut comprendre le système de valeurs façonné par l'animateur à travers ses émissions.

Un dispositif médiatique du populisme

« TPMP », c'est d'abord une émission de plateau en direct, avec sa scénographie, sa dramaturgie et sa façon d'être habitée par un monde social qui, de l'animateur aux chroniqueurs en passant par le public, sert une mécanique bien huilée. Espace symbolique fait d'usages, de pratiques et de croyances, ce dispositif produit une identité télévisuelle qui se moule parfaitement dans les trois principales composantes du populisme : le public, érigé chaque soir en figuration du peuple ; l'animateur, édifié en représentant de ce peuple ;

et le plateau, dont les règles simplificatrices réalisent le système dual populiste.

Le public, appel au peuple

Le public est au cœur du dispositif hanounesque. Il en est même *le* cœur, à en croire l'animateur : « Je sens physiquement quand l'audience baisse, je sens les téléspectateurs partir comme si je me vidais de mon sang⁵. » Un public médiatique est un ensemble de personnes qui ne partagent pas forcément le même espace physique mais sont unies par un imaginaire commun formulé pour exister en tant que communauté⁶. Dans le vocable de Cyril Hanouna, cette communauté imaginée s'incarne à travers trois acceptions : l'audience, notion quantitative et désincarnée ; les téléspectateurs, notion expérientielle ; le « populaire », notion abstraite mais stratégique.

Sans lien avec la mécanique populiste, les deux premières dimensions quantitative et expérientielle du public sont omniprésentes et s'articulent régulièrement dans le discours d'un Cyril Hanouna obsédé par ses audiences. Grâce à une application sur son téléphone, il suit en direct les

données chiffrées de ses émissions et n'hésite pas à abréger ou prolonger une séquence selon sa performance. À l'antenne ou sur Twitter (devenu X), il se gargarise des bons résultats pour en remercier toujours le public, comme dans un système de gratification. Le week-end, « Baba » cultive davantage la dimension relationnelle par des messages d'amour à « [ses] chéris », exprimant le manque et l'impatience des retrouvailles. L'existence de la communauté imaginée du public-peuple repose sur la mise en scène du sentiment d'appartenance et sa réciprocité.

Cette communauté passe notamment par des distinctions catégorielles d'âge et de milieux socio-économiques. S'il n'existe aucune étude de réception pour comprendre les usages des téléspectateurs de « TPMP », deux sondages récents renseignent leur profil géopolitique⁷. L'animateur fidélise des catégories populaires pas ou peu diplômées (ouvriers, employés, artisans, commerçants, femmes au foyer, inactifs). Même si « TPMP » n'est pas le seul *talkshow* à pouvoir se targuer d'attirer un public jeune, Cyril Hanouna est populaire auprès des moins de 35 ans (45 % des 18-24 ans et 42 % des 25-35 ans regardent ses émissions) qui sont aussi les plus assidus.

Politiquement, les publics de « TPMP » votent plutôt pour les partis mobilisant la rhétorique anti-système : en 2017, ils constituent 33 % des électeurs de Marine Le Pen et 32 % de Jean-Luc Mélenchon (contre 26 % de ceux d’Emmanuel Macron, 25 % de Benoît Hamon et 18 % de François Fillon). Si en 2022, Cyril Hanouna a surperformé auprès des électeurs du RN (29 % de cet électorat regardent les émissions de l’animateur, soit 5,7 points de plus que le score national de la candidate) et LFI (27 %, soit +5 points), il a également conquis les électeurs d’Éric Zemmour, dont 10 % regardent ses émissions (soit +2,9 points). L’électorat d’Emmanuel Macron est le troisième plus important réservoir des publics de Cyril Hanouna (19 %) mais ce score est une sous-performance pour le candidat (-8,5 points). Expert de la composition de son public, Cyril Hanouna multiplie les adresses ciblées à destination des sous-catégories les plus valorisantes pour revendiquer un statut de modèle (« On est énormément regardés par des jeunes [...] qui parfois ne savent plus trop où ils en sont et peuvent faire tout et n’importe quoi », 23 mai 2022).

Mais la notion la plus stratégique du public hanounesque reste sa dimension « populaire ». Pour qui convoite une place dans le débat politique, cette

acception permet de métamorphoser un public en peuple et transformer l'arène médiatique en agora démocratique. « "TPMP" représente une culture populaire, il ne faut pas prendre une posture d'intellectuel pour en parler alors que les gens regardent pour se détendre. Attaquer une émission populaire, c'est un mépris du peuple. Et entre le peuple et les élites, je choisis toujours le peuple », explique Gilles Verdez⁸. Résumons ce glissement sémantique : authentifier que l'on est populaire auprès du public permet de se réclamer du peuple, cette figure polysémique et plurielle qui, en retour, offre une légitimité à celui qui entend peser dans le débat. Dans cet imaginaire, le public-peuple guidé par le bon sens et l'intérêt commun a forcément raison : critiquer l'émission revient à dénigrer ce public, donc le peuple.

Si l'animateur de C8 se réfère au « peuple » dans son livre, il n'emploie guère lui-même le terme à l'antenne, laissant ce vocable à des chroniqueurs comme Gilles Verdez ou Karim Zeribi. Car Cyril Hanouna sait que la télévision se peuple d'abord par l'image, les récits, les émotions, c'est-à-dire des visages et des témoignages. Il préfère donc se concentrer sur la relation « authentique » qu'il établit avec ses invités : le Gilet jaune combatif, la

jeune fille agressée, la mère courage d'un enfant harcelé, etc. Réduites à leur prénom et à leur histoire édifiante, ces figures du peuple se présentent, vivantes et incarnées, au public qui leur ressemble.

L'animateur, représentant du peuple et chef de bande

Dans le phénomène populiste, le peuple opposé à l'élite est dépendant d'une figure chargée de le représenter et de porter ses revendications : le leader. Stéréotype de l'homme fort, le leader charismatique hérite ainsi d'une double fonction : mobiliser des masses et diriger une organisation partisane conçue comme cadre de cette mobilisation. La transposition de ce schéma politique au dispositif télévisuel est aisée : le chef de parti fait place à l'animateur tout-puissant, la masse devient la communauté représentée et imaginée du public et l'organisation partisane s'incarne dans la bande de chroniqueurs réunis en plateau. Placé au cœur de la mécanique, l'animateur peut alors mettre en scène ses attributs personnels – à bien des égards semblables à ceux de certaines figures populistes des démocraties libérales – et