

Le Front national forme ses cadres

In: Genèses, 10, 1993. Municipalismes. pp. 136-145.

Citer ce document / Cite this document :

Matonti Frédérique. Le Front national forme ses cadres. In: Genèses, 10, 1993. Municipalismes. pp. 136-145.

doi : 10.3406/genes.1993.1163

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes_1155-3219_1993_num_10_1_1163

Le Front national forme ses cadres

Frédérique Matonti

Le texte qu'on va lire* est un document interne du Front national, vraisemblablement réservé aux «happy few» : la stratégie du FN y est trop exposée en détails, et les thèmes idéologiques trop clairement dévoilés pour que le document soit destiné au simple militant. On peut faire également l'hypothèse qu'il est le fruit des responsables de la propagande du parti groupés autour de Bruno Mégret. Le travail sur l'«image» est bien évidemment le produit des techniques de communication politique. Mais il s'inscrit aussi dans la continuité des recherches en matière de pénétration idéologique et des thèmes de ce qu'on a appelé la «Nouvelle Droite» à la fin des années 70. Le Club de l'Horloge et le GRECE auxquels ont appartenu un certain nombre des dirigeants du FN, aujourd'hui responsables de la propagande, s'étaient alors donné l'objectif de l'emporter sur la gauche par la bataille idéologique.

Dans sa matérialité même, ce texte n'est pourtant pas original. *L'image du Front national* est tout simplement un exemple de ce que tous les «partis de masse» désignent comme un «document de formation». Ne disposant pas ou de manière insuffisante, d'«élites» pour les représenter, ils consacrent une part coûteuse – mais seulement en apparence – de leurs activités à les dégager en leur sein. Dès lors, comme tout document de cet ordre, il est le produit de deux exigences enchâssées : former des militants – ici des cadres susceptibles d'accéder aux médias – et par là même diffuser les idées du parti. L'objectif de prosélytisme est ici crucial, à la mesure de la brutalité du constat : «L'image du Front national n'est pas spécialement bonne. D'abord parce qu'elle est déformée par les médias et la classe politique. Ensuite parce que nous ne faisons pas un effort suffisant pour soigner notre image» mais à la mesure aussi des ambitions : «ses idées [celles du Front national] sont admises par la moitié des Français».

Ce terme de «formation», emprunté au vocabulaire indigène des professionnels de la politique, doit être pris au sens fort. Former un



* Nous remercions Thomas Legrand de nous avoir communiqué ce document (N.D.L.R.).

1. Selon l'expression qui donne son titre au livre de Patrick Champagne : *Faire l'opinion, le nouveau jeu politique*, Éditions de Minuit, 1990.
2. Comme l'a montré Bernard Pudal notamment à propos de l'invention du «cadre thorézien» *Prendre parti. Pour une sociologie historique du PCF*. PFNSP, Paris, 1989
3. L'ensemble de ces notations provient d'un travail de terrain sur le Front national que j'ai mené à divers moments : en 1983-1984, en 1987-1988, et en 1991.

militant ou un cadre, c'est le rendre conforme à l'image qu'un parti souhaite présenter de lui-même, c'est pour ce faire l'imprégner progressivement non seulement des idées du parti, de sa langue au point qu'elle lui devienne «naturelle» mais encore de l'ensemble des dispositions corporelles attendues au point qu'elles paraissent innées. La présentation de soi, la «fabrication» physique et morale du militant, et *a fortiori* du cadre, est d'autant plus centrale dans les stratégies partisans, que la modification de la scène publique s'est déséquilibrée au profit exclusif de la télévision chargée de «faire l'opinion»¹ où les interventions – sauf émissions particulières – sont courtes, et les postures, comme les visages, donnés à voir en gros plan. *L'Image du Front national* ne s'y trompe pas puisque le texte présente dans ses premières pages une auto-justification de son centrage exclusif sur la construction de son image : «Nous sommes entrés dans la civilisation du voyeurisme, où l'apparence compte plus que les réalités, le “look” plus que les idées. [...] Si le discours politique a pour objet de *convaincre*, le rôle de l'image est essentiellement de *séduire*». Il s'agit donc bien d'un document de formation mais d'un type un peu particulier, tel que pourrait en produire – et telle est vraisemblablement en partie son origine – un «conseiller en communication». Dès lors, véritable vade-mecum du cadre Front national en campagne électorale permanente, il s'attache à prescrire en détail le vocabulaire correct, ainsi que la gamme des comportements jusqu'à l'*exis* corporelle – «il vaudra mieux paraître posé, calme, pondéré qu'agité, excité et, pire, véhément» – et l'allure vestimentaire rejetant ainsi le «style boule à zéro, skinhead» comme le «style béret avec brochettes d'insignes et tenues paramilitaires».

Ces recommandations, répétons-le, ne sont pas en soi surprenantes. La multiplication des conseillers en communication, la recherche systématique des «petites phrases», comme la généralisation des «universités d'été» non seulement à l'ensemble des partis politiques, mais encore à leurs courants, ou tendances – on a

pu l'observer depuis quelques années au sein du Parti socialiste – sont les derniers avatars d'une part de la fabrication de l'unanimité dans les têtes et dans les corps et d'autre part de la recherche du «coup médiatique».

Après en avoir été le précurseur, le Parti communiste s'est sans doute montré le plus expert dans la fabrication de ses représentants². Le réseau concurrent du système scolaire, mais tout autant hiérarchisé et sélectif que lui, que constituent les Écoles du Parti (de l'école élémentaire jusqu'à l'école centrale) autrefois couronnées par l'École de Moscou, en est l'outil le plus opérant.

Aussi l'objectif premier du document : construire un corps homogène de représentants ne permet-il pas encore de dégager la spécificité du document et partant du Front national. Mais si l'on délaisse les objectifs généraux pour considérer le portrait-robot du cadre, on remarque immédiatement l'écart qu'il entend créer entre sa base militante, et *a fortiori* électorale, et ses représentants. On peut dès lors l'opposer nettement au Parti communiste dont le travail de formation et de sélection des cadres consiste à les rendre en tout point semblables à l'image que le Parti a construite de la classe ouvrière.

L'entretien avec des membres du Front national, l'observation d'une fête ou d'un meeting sont loin de livrer l'image que le Front national veut imposer : ni calme, ni hypercorrection grammaticale ou linguistique³. Seule la chasse aux skinheads est menée avec diligence dans les meetings, dès qu'un appareil-photo ou une caméra est à l'horizon, sans doute parce que c'est là, techniquement, service d'ordre aidant, la plus facile et la plus payante des «retouches». Certes les effets combinés de la «formation» et de la méfiance vis à vis du sociologue poussent bien l'enquêté à parsemer son discours des mots appris de la «langue de bois» mais jamais au point de recouvrir totalement son propre discours. Plus encore, les militants les plus anciens ressentent

parfois douloureusement la montée dans la hiérarchie de ces «notables» que le document décrit. C'est le cas par exemple de M., militante d'Occident, puis du Parti des Forces Nouvelles avant d'entrer au Front national en 83, interviewée en Janvier 92 : «Maintenant, disait-elle avec un petit rire, il y a beaucoup de nouveaux qu'arrivent qui... et puis qui veulent se faire une place, qui veulent surtout être... comment vous dire être... rémunérés, être élus...» retraduisant, en dénonciation de l'arrivisme, de manière à le rendre socialement supportable, le malaise qu'elle ressent à se voir représentée et rétrogradée par des notables, elle qui a «connu la misère ». Le document livre ainsi, *sans y prendre garde*, le décalage entre l'objectif affiché du FN : représenter «le peuple», et la sélection réelle de ses élites par l'appareil.

L'enseignement essentiel de ce document n'est pourtant pas encore cette fabrication d'un représentant qui doit se distinguer de ses mandants. En livrant l'art et la manière de la dissimuler, il permet de lire, crûment, toute l'idéologie du Front national, celle précisément que ses contradicteurs tentent vainement – et pour cause – de faire surgir dans l'espace du débat. Comme Chimène face à Rodrigue – «va, je ne te hais point» – le Front national use de la dénégation et de la litote. Et ce sans oublier d'en fournir une justification stratégique : ne pas passer pour ce qu'il est : « on peut affirmer la même chose avec autant de vigueur dans un langage posé et accepté par le grand public. De façon certes caricaturale au lieu de dire : “les bougnoules à la mer” disons qu’“il faut organiser le retour chez eux des immigrés du Tiers monde”». De même lit-on plus loin que : «Certains milieux bien typés ne nous aiment pas. [...] Mais accuser nommément ces milieux, c'est accréditer l'idée que nous serions racistes. [...] Ce qu'il faut, par contre, c'est s'en prendre aux lobbies et aux groupes de pression par le truchement desquels ces milieux interviennent, qu'il s'agisse du MRAP, de la LICRA, de la Ligue des

Droits de l'Homme, de SOS Racisme, du CRIF, etc. et constituent la partie émergée du "Parti de l'étranger", ou encore du "lobby pro-immigration". Le document précise encore : «Nous ne devons pas en tant que Front national, nous afficher comme désireux de prendre une revanche sur les révolutionnaires, sur la Résistance ou sur de Gaulle». Comme on le voit et conformément à son objectif : «une main de fer (le discours) dans un gant de velours (l'image)», le Front national ne renonce à aucune des constantes idéologiques de sa tradition politique, tout en les masquant formellement, ce qui constitue incontestablement à la fois l'une de ses seules originalités et l'une des clés de son inscription durable dans le champ politique.

Parvenir à trouver sa place dans l'espace politique, c'est enfin être capable de faire croire – aux militants, à l'électorat, etc. – que le produit FN est différent des autres produits politiques. Cette construction de la différence consiste d'abord à puiser dans le registre de la morale. Les principes de différenciation mis en œuvre par le Front national, et exposés ici, reposent sur une opposition entre les «politiciens» et le FN, opposition qui se décline en termes de valeurs : électoralisme/désintéressement, technocratisme/sens de l'État, affairisme/dévouement. Ces thèmes organisateurs de l'identité publique du FN rencontrent sans difficultés les aspirations de son électorat qui, généralement démunie en capitaux culturels et scolaires, voire en capital économique, appréhende l'univers politique qui l'exclut, non selon ses règles sociales, mais selon un jugement en termes éthiques. On comprend alors que si le document interdit, bien évidemment, l'emploi de tout vocabulaire emprunté à «l'adversaire» marxiste, il rejette également tout vocabulaire «appartenant à l'idéologie des droits de l'homme». Cette thématique est d'abord rejetée parce que, fondée sur la philosophie des Lumières, elle arrache l'individu à son enracinement dans sa communauté naturelle, ce qui est en complète contradiction avec l'idéologie

du FN («nous qui attachons une importance considérable à l'homme enraciné, héritier d'un lignage et héritier d'une culture»). Mais, ensuite, les droits de l'homme sont, pour une bonne part, indifférenciés socialement et politiquement. Dès lors, parce que les droits de l'homme se réfèrent directement à la «morale», et parce qu'ils sont le fondement d'actions concrètes – les «restaus du cœur», les «French doctors» – tout ce qui tourne autour d'eux pourrait séduire une clientèle disposée à juger en termes éthiques, clientèle qu'il s'agit d'attirer au FN. On comprendra alors que le cadre devra non seulement ne jamais parler de «crime contre l'Humanité», ce qui ne surprendra personne, mais qu'il devra encore proscrire de son vocabulaire toute allusion aux «raids humanitaires».

Ce document apparemment simple – un document de formation destiné aux cadres du Front national – permet à la fois de rapprocher le FN des autres entreprises partisans de masse et de l'en distinguer. Comme tous les autres partis de masse, le FN est contraint de fabriquer des notables destinés à porter et à incarner la parole *publique* du FN. Mais tout le processus de formation des cadres du FN, décrit ici, vise à les distinguer – par le vocabulaire et par l'attitude – des mandants qu'ils prétendent représenter.

Comme tout parti qui entend représenter les «petits» contre les «gros», le FN a construit son idéologie sur l'éthique : ce document est aussi la construction de la démarcation entre les «bonnes» et les «mauvaises» valeurs. Une démarcation d'autant plus cruciale que toute valeur pourrait séduire un électorat peu porté à analyser le champ politique en termes sociaux.

Enfin le FN prétend se distinguer radicalement de sa tradition politique pour mieux séduire. Ce que *L'image du Front national* révèle en creux – mais sans fard puisqu'il s'agit d'un document interne – c'est qu'il y est au contraire profondément enraciné, et que cette tradition n'est pas déniée mais simplement masquée pour les besoins de l'entreprise électorale.

L'image du Front National

I - Le rôle de l'image

L'image compte autant que les idées

André Breton disait : «C'est par la force des images que, par la suite des temps, pourraient bien s'accomplir les vraies révolutions». Il aurait pu tout aussi bien dire : «en tout temps». Car en tout temps, les mouvements sociaux qui ont marqué leur époque et qui ont triomphé, sont ceux qui ont su le mieux frapper les esprits autant par l'image qu'ils donnaient que par les idées qu'ils apportaient. En politique, l'image compte autant que les idées.

Raymond Ruyer distinguait parmi les nourritures nécessaires à l'homme : les nourritures **matérielles** nécessaires au corps ; **intellectuelles** nécessaires à l'intellect ; **psychiques** nécessaires au sens, au psychisme ; les nourritures psychiques étant justement celles qui correspondent à l'image que l'homme se fait des choses.

Par nourriture psychique, par image, il faut entendre tout ce qui constitue les impressions sensorielles et intellectuelles qui forgent, non pas l'entendement qu'on se fait des choses, mais la vision qu'on en retient. Il ne s'agit plus des idées, mais de la représentation des choses.

Raymond Ruyer pensait plus particulièrement que l'image comptait plus que les idées, dans l'adhésion des hommes. Et c'est vrai que le rituel (la messe en latin), le décor (les cathédrales), la pompe (la solennité), les chants (le grégorien, Bach) contribuaient autant, sinon plus, à la ferveur des croyants, que la simple lecture des livres ou l'annonce de la bonne parole.

Avec le développement des techniques audio-visuelles (photo, radio, télévision, vidéo, cinéma) qui ont décuplé le rôle des impressions sensorielles, nous sommes entrés dans la civilisation du voyeurisme, où l'apparence compte plus que les réalités, le «look» plus que les idées.

Ce qui revient à dire que pour emporter l'adhésion, il ne suffit pas de prôner des idées contre d'autres idées, il faut encore veiller à l'image qu'on donne.

Convaincre et séduire

Si le discours politique a pour objet de **convaincre**, le rôle de l'image est essentiellement de **séduire**.

On peut ainsi très bien convaincre sans séduire. C'est un peu le cas du Front National. Ses idées sont admises par la moitié des Français mais beaucoup pour autant n'acceptent pas de voter pour lui parce que son image a été dénaturée par les campagnes de calomnie et que donc il ne séduit pas assez. Il faut donc à la fois convaincre et séduire, et à cet égard deux erreurs sont à éviter.

La première erreur consiste à faire des concessions sur le fond du discours, à le dénaturer pour améliorer l'image. C'est l'erreur des politiciens. Jacques Chirac a eu beau céder sur le fond et faire toutes sortes de concessions, il a conservé son image d'homme dur et froid, par contre il a perdu son électorat le plus convaincu.

La deuxième erreur est celle de certains milieux extrémistes qui consiste à durcir l'image pour prouver naïvement aux autres la prétendue pureté de ses idées. Cette démarche, qui révèle un manque d'assurance et de maturité politique, conduit à donner une mauvaise image et donc à écarter de ses idées tous ceux qui pourraient y adhérer. On rend hostile celui qui était neutre.

Pour séduire il ne faut donc pas faire de concessions sur le fond, il faut au contraire rester intransigeant dans ses idées mais les présenter à travers l'image que l'on donne de la façon la plus attrayante possible.

Une main de fer (le discours) dans un gant de velours (l'image), voilà l'objectif.

II - Quelle image pour le Front National ?

L'image actuelle du Front National n'est pas spécialement bonne. D'abord parce qu'elle est déformée par les médias et la classe politique. Ensuite parce que nous ne faisons pas un effort suffisant pour soigner notre image.

Quel objectif poursuivre en terme d'image ?

Des hommes de conviction et d'idéal

Nous sommes différents des politiciens qui sont des carriéristes, seulement préoccupés d'électoratisme, des affairistes et des technocrates uniquement préoccupés de gestion. Notre engagement est désintéressé, il s'appuie sur de profondes convictions, sur une éthique et sur le respect des valeurs. D'ailleurs, il faut du courage pour s'engager aujourd'hui au Front National où il n'y a pas beaucoup d'avantages matériels à retirer. Cela permet donc une sélection par l'éthique de nos membres.

Notre Mouvement est différent des partis politiques car contrairement au RPR et à l'UDF, au PS ou au PC, nous faisons passer l'intérêt de la France avant les intérêts d'appareils.

Des hommes compétents

On dit souvent que nous soulevons les vrais problèmes mais on ne croit pas à notre capacité de gouverner le pays.

Il faut démontrer que nos idées sont globales et cohérentes, qu'elles sont ordonnées en un véritable projet et que nous avons dans nos rangs les hommes capables de gérer et de gouverner. Nous avons le sens des responsabilités, le sens de l'État et de l'intérêt général. Si nous sommes intransigeants dans nos convictions, nous avons dans la forme la pondération de ceux qui savent mesurer l'impact de leurs décisions et assumer le poids des responsabilités.

Des hommes de qualité

On veut faire croire que nous serions des gens épouvantables : haineux, véhéments, hystériques ou alors paumés, primaires et stupides.

Affirmons-nous tels que nous sommes, dévoués, désireux de servir, assumant des responsabilités de famille et des responsabilités professionnelles, pondérés et sérieux dans notre langage et notre présentation et utilisant la meilleure des armes : l'humour !

Un mouvement nouveau et jeune tourné vers l'avenir

Les idéologies auxquelles se réfèrent la classe politique et l'establishment sont dépassées. Ils n'ont plus de projet ni de programme, ils ne sont plus qu'une force sclérosée, conservatrice, obsédée par la défense du statu quo. Ils ne vivent plus que dans le présent. Nous sommes le seul Mouvement tourné vers l'avenir parce que le seul à répondre aux grands enjeux de demain, le seul à refuser la fatalité, à vouloir changer les choses. Nous sommes les seuls à attirer les jeunes. Nous ne sommes pas la résurgence de mouvements passés mais au contraire l'émergence d'un phénomène entièrement neuf et original.

Un mouvement légitime

En perdant notre représentativité au Parlement, nous avons un peu perdu aux yeux de certains notre légitimité. Les médias par ailleurs font le maximum pour nous enfermer dans la marginalité et l'illégitimité en nous traitant comme un mouvement extrémiste et minoritaire.

Nous devons garder la tête haute et être conscients de notre légitimité, parce que nos thèmes sont majoritaires dans le pays, parce que nous représenterions 30 % de l'opinion si les règles démocratiques étaient respectées, parce que nous sommes les seuls à incarner la volonté populaire bafouée par la nomenklatura politicienne et les lobbies antifrçais.

Chacun doit être conscient de cette parcelle de légitimité qu'il incarne et donc éviter de se comporter en marginal.

Un mouvement conquérant

Nos adversaires laissent croire que le Front National ne serait qu'un feu de paille et que nous ne durerons pas.

Il faut par notre comportement démontrer le contraire. Nous sommes un mouvement en expansion. Le point où nous sommes arrivés n'est pas notre destination finale, nous savons qu'il y a chez nous beaucoup d'imperfections de jeunesse et que nous avons encore beaucoup à faire. Le Front National est un chantier, celui de l'édification d'un très grand mouvement politique.

C'est pourquoi nous ne devons pas avoir une mentalité frileuse et défensive et nous enfermer dans un bunker en maudissant la méchanceté du monde. Il nous faut au contraire être offensifs, aller aux autres pour les amener à nos idées. Il faut être sûr de nous, de notre bon droit, de notre légitimité et de la vigueur de nos convictions.

Il nous faut être conquérants.

III - Les images négatives à éviter

Ne pas associer une image négative au Front National

L'esprit fonctionne plus rapidement selon les associations d'image que selon les enchaînements d'idées. Il faut donc veiller à ne pas associer à une représentation du Front une image négative.

Une affiche pour la peine de mort signée Front National et montrant une photo d'agression ou de sang est très dangereuse car l'association entre le sigle FN et l'image de violence se fera plus vite que le raisonnement selon lequel, pour éviter le crime, il faut la peine de mort demandée par le Front National.

De même, une salle de meeting ringarde ou des documents FN médiocres dans la présentation donneront, avant même l'écoute des orateurs ou la lecture des textes, une image négative du Front National.

Ne pas faire d'évocations négatives

De la même façon, il faut prendre garde, dans le discours, à ne pas s'engager dans des évocations trop longtemps négatives qui finissent par imprégner l'esprit de l'auditeur et qui le laisseront après le discours avec de mauvaises images en tête qu'il associera au Front National.

C'est ainsi qu'il n'est pas bon pour tenter de casser l'accusation de racistes ou de nazis dont nous sommes victimes de parler longuement de racisme et de nazisme. L'auditeur en retiendra que ce sont curieusement dans les réunions du Front National que l'on parle sans arrêt de ces questions-là et c'est cette association d'images qui, à la limite, lui restera en tête plus que les longs raisonnements qui auront été tenus.

De même, les évocations imagées avec force détail des atrocités sanglantes exercées par nos adversaires sont à employer avec précaution pour la même raison, afin d'éviter des associations d'images à notre détriment.

Ne pas faire de références passéistes

Nous sommes un mouvement politique engagé dans un combat très difficile qui concerne l'avenir de notre pays. Nous devons donc nous préoccuper exclusivement en tant que Front National de l'efficacité de ce combat et éviter de prendre parti sans nécessité dans des querelles anciennes de l'histoire de France où nous ne pouvons que raviver des clivages et des oppositions parmi nos électeurs et écarter beaucoup de Français en apparaissant comme un mouvement passéiste ou réactionnaire.

Ces divisions passées concernent la Révolution, la dernière guerre et l'Algérie. Nous ne devons pas en tant que Front National nous afficher comme désireux de prendre une revanche sur les révolutionnaires, sur la résistance ou sur de Gaulle. S'agissant de ces périodes tragiques, évitons d'apparaître comme les nostalgiques de combats perdus. Affirmons-nous comme des hommes d'avenir partisans pour le passé de la réconciliation des Français.

IV - Le vocabulaire

Du choix des mots utilisés dépend l'efficacité du discours politique mais aussi l'image qu'on en donne. Les socialistes et les communistes ont depuis longtemps compris l'importance des mots au point qu'ils ont créé un vocabulaire spécifique, simple et imagé, pour illustrer leur idéologie et pour dénigrer leurs adversaires. A l'inverse, le RPR et l'UDF se signalent par la pauvreté de leur vocabulaire, généralement impersonnel et technocratique, un vocabulaire sans âme, sans colonne vertébrale, qui trahit leur absence de convictions. Dans ce domaine, il convient donc de respecter quelques règles.

Ne pas utiliser le vocabulaire de l'adversaire

L'un des succès des marxistes a été de faire utiliser une partie de leur vocabulaire par leurs adversaires. Chacun de leurs mots étant lourd d'implication idéologique, tout homme politique qui l'utilisait se transformait en militant involontaire du marxisme. Il faut donc ne pas reprendre les termes qui appartiennent au vocabulaire de ceux que nous combattons. Deux types de mots sont à proscrire :

- Les mots appartenant à l'idéologie marxiste
masses, masses laborieuses,
classes, conscience de classe, lutte de classe,
société sans classe,
travailleur,
structures, structures sociales, structurel,
prolétaires, prolétariat,
exploiteur, bourgeois, patron, patronat,
rapports de production,
aliénation,
exploitation de l'homme,
progrès, forces de progrès, progrès social,
- Les mots appartenant à l'idéologie des droits de l'homme
droits de l'homme,
exclus, exclusion,
humanité, genre humain,
crimes contre l'humanité,
humanitaire, raid humanitaire,
conscience universelle,

Ne pas utiliser de termes qui valorisent l'adversaire

Il ne faut naturellement jamais utiliser de termes qui valorisent son adversaire.

C'est ainsi que pour parler des socialistes, il faut éviter de dire, comme le fait le RPR et l'UDF, «la majorité» car c'est accrédi-ter l'idée qu'ils auraient une majorité, ce qui est faux.

Pour le RPR et l'UDF de même, il ne faut pas les qualifier d'«opposition» car ils ne s'opposent pas ; il ne faut pas non plus les désigner du nom de «droite» puisqu'ils trahissent les valeurs de droite, appelons-les droite institutionnelle, ce qui souligne leur appartenance à l'établissement ou plus simplement fausse droite.

Pour désigner des personnalités adverses, il faut éviter de les valoriser en leur donnant leur titre. On ne parlera pas du «Président de la République» sauf si l'on veut souligner sa fonction pour les besoins de la dialectique, sinon on se contentera de dire Monsieur Mitterrand.

Il faut savoir également qu'il y a une gradation de l'ami vers l'ennemi dans la dénomination. On dira (avec le prénom) Jean-Marie Le Pen pour un ami, on dira Monsieur Chirac pour un homme politique éloigné, on dira (sans prénom et sans Monsieur) Marchais pour un ennemi.

Ne pas utiliser le jargon abstrait

C'est aussi parce qu'elle abuse d'un vocabulaire impersonnel, parce qu'administratif et technocratique, que la classe politique a déclenché un profond ennui et qu'elle ne séduit plus les Français. Il est ainsi devenu courant d'entendre parler de la France et des Français comme s'il s'agissait d'une entreprise et de ses salariés ou d'une administration et de ses administrés. Parler ainsi c'est faire disparaître les notions de peuple et de citoyenneté, en réduisant «le politique» à l'économie et à la gestion. Non seulement ce vocabulaire traduit donc les erreurs idéologiques de la classe politique, mais il renforce la distance entre le peuple et le pouvoir. Aussi pour parler de la France on ne dira pas «ce pays» mais «notre pays». Pour parler des Français, on ne dira pas «les administrés», «les assurés sociaux», «les ressortissants français» mais «nos concitoyens», «les citoyens français» etc. On ne parlera pas de «la gestion de ce pays» mais «du gouvernement de la France». On ne parlera pas de «l'hexagone» mais de «la Nation française» ou du «peuple français». On ne parlera pas des «foyers fiscaux» mais de la «fiscalité des familles» etc.

Créer notre propre vocabulaire

Il faut ici distinguer trois catégories de mots à s'approprier : ceux qu'il faut substituer au vocabulaire de l'adversaire, ceux qu'il faut utiliser pour des raisons tactiques et ceux qui doivent illustrer notre discours politique.

• Les mots à substituer à ceux de l'adversaire

Aux mots confisqués par l'adversaire et qui sont devenus autant de symboles, soit du bien «les travailleurs», soit du mal «les patrons», il faut substituer un autre vocabulaire.

Voici quelques exemples de mots à substituer

les masses	le peuple
les classes	les catégories socio-professionnelles
les travailleurs	les Français actifs, qui travaillent
les luttes	le combat
les conquêtes sociales	les avantages sociaux
le sens de l'histoire	l'avenir, les aléas de l'histoire, le destin historique
les structures sociales	le tissu social
les patrons	les employeurs, les chefs d'entreprise,
la normalisation	la répression,
les possédants	les propriétaires,
la neutralité	la finlandisation,
les forces de progrès	les forces de l'avenir,
l'exécution des otages (les mauvais)	l'assassinat des otages,
les mouvements de libération	les mouvements terroristes,
les droits de l'homme	les droits de l'homme et du citoyen,

• Les mots qu'il faut utiliser pour des raisons tactiques

Voici quelques exemples

La majorité	les socialistes
l'opposition	la fausse opposition
la droite RPR-UDF	la fausse droite
les hommes politiques	les politiciens, la nomenklatura politicienne
le PS, le PC, le RPR et l'UDF	l'établissement
l'extrême droite (FN)	la vraie droite, la droite nationale
le Parti Communiste	le parti stalinien
les communistes français	les derniers staliniens
les milieux pro-immigrationnistes	le parti de l'étranger,
SOS Racisme, LICRA, MRAP, etc...	les lobbies de l'immigration

• Les mots qui doivent illustrer notre discours, nos idées

Aucun mot n'est innocent. On peut même dire que les mots sont des armes, parce que derrière chaque mot se cache un arrière-plan idéologique et politique. Les mots empruntés à une langue étrangère comme l'anglais, par exemple, amplifient le pouvoir attractif de «l'American way of life» sur la culture européenne.

De nos jours, il est devenu courant d'utiliser le terme «d'individus» pour parler des hommes. Or «l'individu», c'est l'homme dépersonnalisé, déshumanisé, l'étalon indifférencié du collectivisme marxiste, de la social-démocratie et du libéralisme économique. Au sens étymologique, le terme «individualisme» est synonyme d'égoïsme. Pour nous qui attachons une importance considérable à l'homme enraciné, héritier d'un lignage et héritier d'une culture, ce terme est à bannir. Il convient évidemment de ne pas l'utiliser et de le remplacer par les mots «homme» ou «personne» qui correspondent mieux à nos idées. Il en est de même pour bien d'autres mots.

Voici quelques exemples

individu	homme, personne
société	communauté
collectif	communautaire
la collectivité	le peuple
l'universalisme	le cosmopolitisme, le mondialisme,
l'humanité	les peuples
la gestion de la France	le gouvernement de la France
l'entreprise France	la Nation française

les droits de l'homme	les droits et les devoirs du citoyen
l'égalité	l'égalité des droits, des chances
l'égalitarisme	le nivellement
l'administration	la bureaucratie
les syndicats	les féodalités syndicales

V - LE COMPORTEMENT

Ne pas faire de complexe de persécution

Il est incontestable que le Front National est victime d'un ostracisme de la part de ses adversaires et qu'il fait l'objet d'une attitude systématique d'exclusion de la part de l'établissement.

Pour autant, il faut prendre garde de ne pas faire de complexe de persécution et de ne pas voir des attitudes hostiles partout ou d'interpréter toute attitude agressive dont on peut faire l'objet à titre personnel comme motivée par son engagement au Front National.

Voir l'hostilité partout autour de soi déclenche l'agressivité et par voie de conséquence, l'isolement et le rejet. En se croyant persécuté on finit par se mettre soi-même dans un ghetto.

Il faut plutôt feindre de ne pas sentir l'hostilité car on n'imagine pas que puisse exister de l'hostilité quand on est sûr de soi, de son bon droit et de la justesse de ses opinions.

C'est ce comportement serein et confiant qui désarmera l'hostilité et l'agressivité.

Ne pas tomber dans la mythomanie

Certains milieux bien typés ne nous aiment pas. Ces milieux jouent souvent un rôle considérable, tant pour la prise de décision politique qu'ils influencent, que pour les attaques qui sont portées contre nous. Ils constituent des groupes de pression et de subornation d'autant plus redoutables qu'ils ne sont pas perçus comme tels par la population et d'autant plus antidémocratiques qu'ils s'emploient à faire barrage à la volonté populaire et au suffrage universel. Il convient d'être conscient et informé de cette réalité. Mais accuser nommément ces milieux, c'est accréditer l'idée que nous serions racistes, c'est nous marquer ou c'est taper dans le vide puisque certains de ces milieux ne sont, en l'état actuel des choses, que peu connus des Français. Autrement dit, c'est tactiquement mauvais, et cela détériore notre image. Ce qu'il faut, par contre, c'est s'en prendre aux lobbies et aux groupes de pression par le truchement desquels ces milieux interviennent, qu'il s'agisse du MRAP, de la LICRA, de la Ligue des Droits de l'Homme, de SOS Racisme, du CRIF, etc. et constituent la partie émergée du «Parti de l'étranger», ou encore du «lobby pro-immigration».

Ne pas utiliser de propos outranciers

Pour séduire il faut d'abord éviter de faire peur et de créer un sentiment de répulsion. Or dans notre société soft et craintive, les propos excessifs inquiètent et provoquent la méfiance ou le rejet dans une large partie de la population. Il est donc essentiel lorsque l'on s'exprime en public, d'éviter les propos outranciers et vulgaires. On peut affirmer la même chose avec autant de vigueur dans un langage posé et accepté par le grand public. De façon certes caricaturale, au lieu de dire «les bougnoules à la mer», disons qu'il faut «organiser le retour chez eux des immigrés du Tiers monde».

Adopter un style valorisant

Le style des hommes fait aussi l'image d'un mouvement.

Le style vestimentaire est révélateur de la personnalité et des idées d'un homme. Les gauchistes portaient les cheveux longs, histoire d'exprimer leur refus de la société de consommation. Les socialistes se laissaient pousser la barbe, façon de rappeler leur attachement à leurs ancêtres marxistes et anarchistes. Et plus les groupes sont marginaux, plus les tenues deviennent excentriques. On comprend donc qu'il vaut mieux écarter certaines formes vestimentaires, du moins à l'échelon des responsabilités. Ainsi le style boule à zéro, skinhead, loubard enferme dans la marginalité. Il durcit l'image, il fait peur. Le style béret avec brochette d'insignes et tenue paramilitaire confère une image de mouvement d'avant-guerre. En dehors des cérémonies d'anciens combattants, il doit être également évité.

Quant à l'attitude générale, il vaudra mieux paraître posé, calme, pondéré qu'agité, excité et pire véhément ; il sera préférable de paraître décontracté qu'anxieux, sérieux que rigolard, plein d'humour qu'agressif ou haineux.