

## LES PROPAGANDES ANTI-IMMIGRÉS DU FRONT NATIONAL EN FRANCE DE 2011 À 2017

Asya Qaniaputri, & Airin Miranda

Universitas Indonesia  
qaniaputriasya@gmail.com

### Résumé

Cet article explique des différentes formes de propagande diffusées par Front National, le parti politique d'extrême droite de la France, sur les immigrants en France. Ces différents types de propagande ont été transmis par des expressions verbales et des documents imprimés par leur chef, Marine le Pen, également les partisans et les membres du parti. Les propagandes de Front National visent à influencer et à former les opinions des citoyens français et à les encourager à voter pour le Pen à l'élection présidentielle française de 2017. L'analyse des propagandes seront menées sur la base des sept techniques de propagande de l'Institut de Propagande L'analyse et la fonction du langage de Jakobson. La propagande dont il est question dans cet article débutera à partir de 2011, où Marine le Pen a commencé son leadership à Front National, jusqu'en 2017, où Marine le Pen OÙ Marine Le Pen était l'un des candidats à l'élection présidentielle de 2017. La propagande dans ce cas implique la propagation d'informations sur les immigrants qui sont réellement fausses et représentent en même temps les immigrants comme une menace pour le pays. L'analyse montrera comment Front National et Marine le Pen diffusent leur propagande et l'impact qu'il a sur sa popularité parmi le public et son succès chez les électeurs à travers de multiples élections régionales et finalement les élections présidentielles de 2017.

**Mots clés :** Front National, Immigrants en France, Marine le Pen, Propagande politique.

### INTRODUCTION

Le Front national est le troisième parti politique le plus grand de la France, après le Parti socialiste et les Républicains. Formé en 1972 par Jean-Marie le Pen, ce parti maintient fermement des idéologies extrêmes droites. Le parti pose de fortes valeurs conservatrices (Davies, 2010). L'idéologie est démontrée par l'attitude nationaliste qui donne la priorité à la France au-dessus de tout. Le nationalisme est visible par leur réticence à garder leur adhésion de l'Union européenne et leur refus fort pour l'immigration. Les deux sont considérés comme une menace pour l'identité et la sécurité de France. Dans le monde de la politique française, le Front national est connu comme parti encourageant le gouvernement français à contrôler l'immigration plus fermement. La présence d'immigrants en France sont perçus comme une menace pour la sécurité de la France et ce sujet est devenue l'axe principal du Front National. (Ray, 2017).

Jean-Marie le Pen a été le chef de Front National de 1972 jusqu'à 2011. Pendant sa direction, Jean-Marie le Pen était connu comme un personnage controversé et révélant souvent les commentaires sur l'immigration qui montrent la xénophobie. Ses déclarations donnent le Front national l'image d'un controversé, radicale et effrayant. Pendant sa direction, Jean-Marie le Pen n'a pas hésité à utiliser des mots vifs. Un exemple est "3 millions de chômeurs = 3 millions d'immigrés de trop! La France et les français d'abord!" (Mestre, 2012). De telles déclarations se trouvent dans la campagne des affiches du Front national dans les années 1990. On peut voir dans la déclaration, le Front national a immédiatement mentionné que les immigrants signifient le chômage. En outre, le Front national a également déclaré directement que la France et les ressortissants originaux de la France devraient être priorités. Jean-Marie le Pen a occupé le poste de chef de Front National pour 39 ans. Dans son mandat, il avait suivi les élections présidentielles en 2002. Cette année-là, les Français ont été surpris par son succès au premier tour des élections. Il a finalement avancé au deuxième tour mais il a été vaincu par Jacques Chirac. Au deuxième tour, Chirac a remporté les élections d'une large marge. Chirac a gagné 82,21% et Jean-Marie Le Pen a gagné 17,79%<sup>3</sup>.

La différence de nombre de votes montre que Jean-Marie Le Pen n'a pas réussi à gagner la confiance des Français et ils ne veulent pas être dirigés par Jean-Marie le Pen.

Sous la direction de Marine le Pen, le Front national a l'objectif de retirer l'image du Front National en tant que parti extrême, et son objectif est d'établir le Front national comme l'un des principaux partis français qui détenaient effectivement le pouvoir au gouvernement français et gagnaient plus de sièges pour les membres du Front National au gouvernement. (Stephan, 2015). Marine le Pen a cherché à effacer l'image radical du Front National que son père avait construit. Une des façons utilisées par le Front national sous la direction de Marine le Pen pour atteindre cet objectif est de répandre leur idéologie d'une manière plus déguisée (Stephan, 2015). Elle a plusieurs stratégies dans sa campagne présidentielle en 2017 qui lui distinguent de son père. Elle a essayé d'attirer l'attention des Françaises. En tant que femme, elle a réussi à apporter une sensation plus douce au Front national. Elle se targue d'être une femme et comme une mère. En outre, elle a également cherché à attirer l'attention de la communauté juive française, qui avait été blessée par les déclarations de Jean-Marie le Pen plusieurs années auparavant. Elle a tenté d'attirer l'attention des Juifs en déclarant que le Front national n'était pas un ennemi juif, mais le Front national protégerait les Juifs du fondamentalisme islamique (Katz, 2017). En outre, elle observe toujours l'utilisation des mots dans sa campagne. Marine Le Pen a toujours déclaré que ce qu'elle confronte est le radicalisme islamique qui encourage le

---

<sup>3</sup>Élection présidentielle 2002 (page consulté le 5 mai 2017) [en ligne] Adresse URL : <http://www.france-politique.fr/election-presidentielle-2002.htm>

terrorisme, elle n'a jamais dit qu'elle est contre les musulmans. Marine le Pen a déclaré que l'Islam en France peut être «laïcisé par les lumières comme les autres religions». Cela pour montrer que Marine le Pen se montre comme quelqu'un qui n'est pas entièrement anti-islamique (Hausalter, 2016).

Bien que l'image de Front National que Jean-Marie le Pen a construite ont été lissée par Marine le Pen, elle reste centrée sur le même problème, c'est le problème des immigrants. L'agenda politique principal du Front National est de réduire considérablement le nombre d'immigrants clandestins qui viennent en France et soulignent que les immigrants en France doivent s'adapter aux valeurs et modes de vie français et ce n'est pas l'inverse. (Scurtu, 2013).

En présentant l'image comme un parti politique qui détermine de préserver la valeur et l'identité de la France et à sauvegarder la sécurité et le bien-être économique de la société française, le Front national diffuse sa propagande axée sur l'immigration. En politique, la propagande a toujours une influence significative. Un groupe ou une personne se concentre sur un groupe considéré comme menaçant le bien-être et la sécurité du pays et profite de la peur du public pour obtenir la sympathie et le soutien (Bruck et Manzaria, 2017). Sous la direction de Marine le Pen, un certain nombre de publications qui consiste de propagande de cette forme peuvent être trouvées, que ce soit sous forme écrite ou orale. Il est entendu que le Front national a une nouvelle image dans la direction de Marine Le Pen qui a débuté en 2011. La formation de l'image est facilitée par la diffusion de publications, des déclarations imprimées et orales qui mettent l'accent sur les efforts visant à positionner les immigrants comme élément dangereux pour la France.

Cet article vise à démontrer la propagande du Front national contre les immigrants et à discuter et prouver la vérité dans la propagande. Le prochain objectif est de montrer l'influence de la propagande sur le succès du Front National dans le gouvernement français et la popularité croissante du Front National dans la société française. Cet article analyse les publications du Front National sur les immigrants, que ce soit des publications imprimées ou des déclarations orales documentées en 2011 ou l'année du début de Marine Le Pen, jusqu'en 2017 ou la campagne Marine Le Pen en 2013. L'analyse est également limité aux éléments de propagande émergeant dans ces publications et à son influence sur le succès et la popularité du Front National.

## METHODE

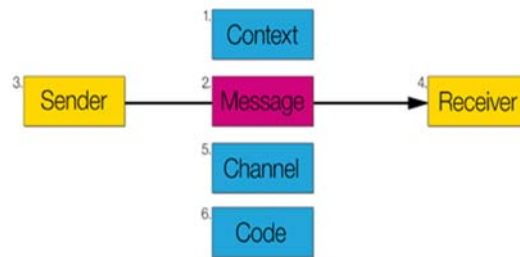
### Techniques de propagande

Selon l'Institute for Propaganda Analysis (1938), la propagande dispose de sept techniques appelées les dispositifs, qui sont souvent utilisés pour transmettre l'objet particulier d'un message. Les sept techniques sont les *name-calling*, *glittering generalities*, *transfer*, *testimonial*, *plain folks*, *card stacking*, et *wagon*. Ces sept techniques outils ont des

processus différents, en commençant par assigner un appel à un groupe particulier ou individuel (appelant), à l'effet du wagon qui est développée parce que quelqu'un voit que d'autres suivent l'idéologie. *Name calling* est l'utilisation d'un surnom pour déposer une personne, un terme ou une idéologie en lui donnant une signification négative. Un exemple de *name-calling* est quand un candidat dans une élection donne un surnom à son adversaire. *Card stacking* est une technique de recherche d'informations et des données pour créer des cas où seul un côté d'un problème peut être vu, tandis que d'autres faits ne sont pas affichés. Un exemple de *card stacking* est lorsque le candidat d'une élection montre la supériorité de son programme, mais ne présente aucun impact négatif. *Testimonial* sont l'une des techniques de propagande les plus couramment utilisées dans lesquelles une personne est déclarée témoigner dans le but de promouvoir un produit particulier, parfois dans le témoignage de la même personne qui vilipendait un autre produit. Un exemple de testimonial est lorsqu'un candidat indique qu'un individu particulier ou un groupe le soutient. Suivant, *Plain folks* est la technique de propagande qui essaie de créer des relations avec des personnes qui vivent dans une société en général. Un exemple de *plain folks* est un candidat qui discute des problèmes économiques rencontrés par la population de la classe moyenne afin que la population sache que le candidat est concerné par leur problème. *Wagon* est une technique de propagande qui invite les gens à suivre ou à choisir quelque chose parce que d'autres l'ont choisi. Un exemple de *wagon* est quand un candidat montre un grand nombre de partisans, appelant ainsi les personnes qui ne l'ont pas soutenu à faire partie de ses partisans. *Le glittering generalities* est l'utilisation de certains termes ou expressions qui attirent l'attention afin de rendre les gens instantanément intéressés et croyants, bien qu'ils ne soient pas soutenus par des informations ou des raisons. Un exemple de *glittering generalities* est quand un candidat suppose que la personne qui le choisit est une personne qui défend le patriotisme et le nationalisme. Suivant, les techniques de *transfer* sont une technique de propagande dans laquelle les personnes, les produits ou les organisations sont associés à une crédibilité bonne ou mauvaise. Un exemple est le cas lorsqu'un candidat s'associe à une personne célèbre.

### **Jakobson Communication Scheme**

Jakobson (1960) a créé un schéma de communication pour montrer comment un message est transmis et le but de ce message. Le schéma de Jakobson montre qu'il existe des facteurs qui influencent la transmission d'un message. Ces facteurs sont *sender* ou émetteur, *code*, *context* ou contexte, *channel* ou canal, *message* et *receiver* ou récepteur. Ces facteurs montrent comment un message est transmis et ce que l'émetteur veut transmettre et son but. L'expéditeur affiche qui publie le message et le contexte montre les informations en dehors du message qui affecte le message. Suivant, le code montre les codes, tels que les symboles ou les mots spécifiques utilisés pour le destinataire du message, acceptent plus le but principal du message. Le canal est le chemin du message délivré par lequel le destinataire reçoit le message adressé par l'émetteur. Voici le schéma de Jakobson :



## RESULTATS ET DISCUSSION

### Front national et propagande anti-immigrés

Depuis le milieu des années 90, «L'islamisation» de la société française a toujours été le centre de la propagande nationale. Le Front National considère que les enseignements religieux islamiques et la culture sont en cours d'expansion en France et que les immigrants sont les responsables de ce problème. La distinction claire entre les valeurs islamiques et la culture française, ainsi que le problème terroriste qui est considéré comme le résultat de la présence d'immigrants rend le Front national de plus en plus mécontent envers l'arrivée des immigrants. Front National pensent que la présence de l'Islam et de ses adeptes peuvent effacer l'identité originale du peuple français. (Ivaldi, 2012).

Plus loin, le Front national considère que les immigrants en France profitent du système de protection sociale grâce à des prestations fournies par le gouvernement. Ensuite, le Front national a supposé que les immigrants rencontrent des emplois français, de sorte que près d'un million d'emplois tombent entre les mains d'immigrants et rendent les citoyens français hors de leur travail. (Stockemer, 2015).

À partir de ces explications, il semble que la propagande déployée par le Front national tourne toujours autour de l'arrivée des immigrants en France, en particulier les immigrants musulmans.

### Propagande par les médias imprimés

*Les Jeunes avec Marine* est l'un des groupes qui soutiennent Marine Le Pen et ils

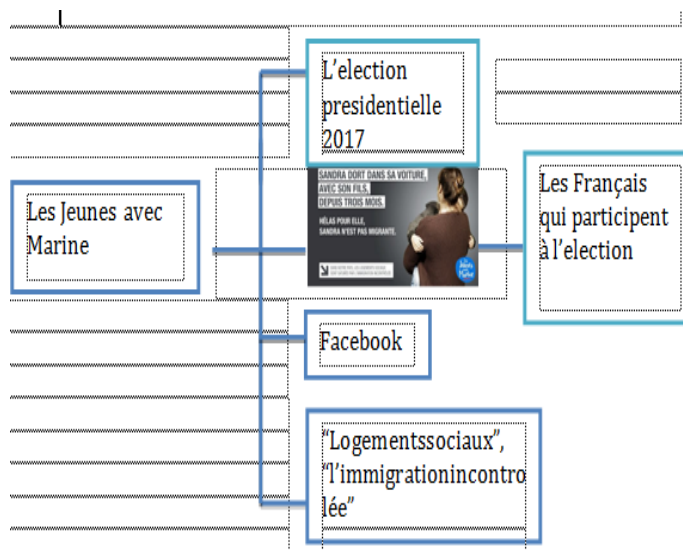
diffusent leur publicité de campagne via le réseau social de Facebook. Le groupe a téléchargé plusieurs affiches présentant des citoyens français autochtones.

Voici un exemple de l'affiche:



Figure 1.1. Affiche de Sandra, une mère

L'affiche montre une femme avec son enfant, avec une description que la femme a dormi dans sa voiture avec son enfant depuis trois mois. Comme l'affiche précédente, les mots "Hélas pour elle, Sandra n'est pas migrante" réapparaissent. Cette affiche implique que Sandra n'est pas un immigrant, Sandra n'a donc pas de maison et dort dans sa voiture, et le gouvernement ne l'aide pas. Au-dessous il est expliqué qu'il réinvente l'idée que les logements sociaux ou les logements subventionnés ont été habités par les immigrants. Avec le schéma de Jakobson, la livraison des messages sera la suivante.



Grâce au schéma, Les Jeunes avec Marine est défini comme un. L'élection présidentielle de 2017 est le contexte, et le émetteur message est transmis via la

chaîne Facebook. «Logements sociaux» et «l'immigration incontrôlée» sont des codes pour attirer l'attention du destinataire du message et capturer le message.

Par le biais du message, Les Jeunes avec Marine voulait dire qu'une femme française et son enfant n'ont pas de maison et qu'ils dorment dans la voiture. La déclaration au bas de l'affiche indique que les logements subventionnés par la France ont été immergés par les immigrants, et ce pourrait être une des raisons pour lesquelles la Française n'a pas de foyer.

Par le biais du logement.gouv, on a appris que le gouvernement français a aidé les résidents français qui avaient du mal à trouver un lieu de vie. L'aide est une urgence pour aider les Français à s'ajuster avant de trouver une résidence permanente. Le gouvernement français fournit une trêve hivernale (une interdiction d'expulsion du locataire avant que le locataire ne trouve une nouvelle résidence). Le gouvernement français a également augmenté le nombre de logements subventionnés depuis 2012 jusqu'à 75 000 unités. En outre, ni les immigrants ni les demandeurs d'asile qui ne possèdent pas les documents appropriés et étant en cours de réglementation qui sont autorisés à accéder au logement subventionné français. Il n'y a que 26% des immigrants qui occupent la maison subventionnée et paient toujours des frais mensuels<sup>4</sup>.

Grâce aux informations obtenues, on peut conclure que Les Jeunes avec Marine réutilisent le *card stacking* et le *plain folks*. Ils réduisent les informations qu'ils souhaitent montrer. En affichant seulement une partie de l'information qu'ils connaissent, on peut voir qu'une mère française souffre et ne reçoit pas d'aide du gouvernement alors que les immigrants en bénéficient. La prochaine technique de propagande identifiée est *plain folks*. Dans cette affiche, le Front national et Les Jeunes avec Marine tentent d'attirer l'attention de citoyens français qui ont des problèmes financiers. Dans ce cas, cette affiche montre une mère et le Front national montrant de la miséricorde à la mère et à son enfant, et montre également que le Front national est préoccupé par le problème.

Les Jeunes Avec Marine apporte des affiches similaires, voici une autre affiche:

---

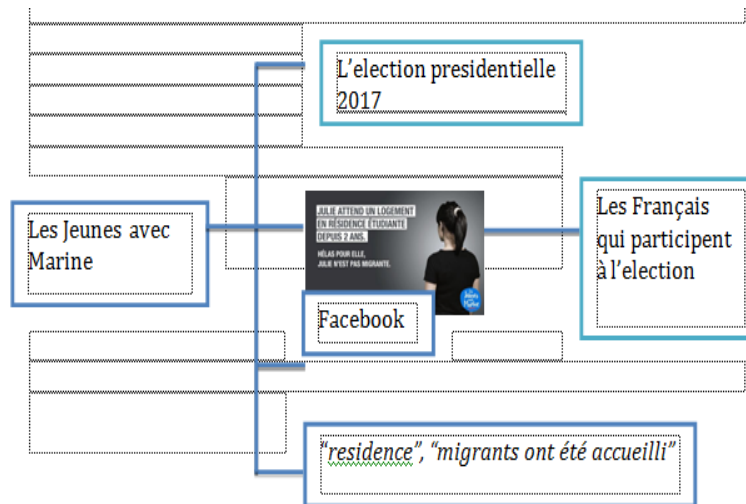
<sup>4</sup>*Demande de logement* Diakses (page consulté le 12 mai 2017) [en ligne] Adresse URL : <http://www.crous-lille.fr/international/demande-de-logement/>



Figure 1.2. Affiche de Julie, une étudiante

Dans l'affiche, il a expliqué que Julie, une étudiante française s'est installée dans un dortoir étudiant pendant 2 semaines. Comme l'affiche précédente, les mots "Hélas pour elle, Julie n'est pas migrante" réapparaissent. Au bas de l'affiche, il y a une déclaration (À Lille, 80 migrants en été accueillis sur le campus universitaire et logés en centre d'accueil). La déclaration indique que les immigrants rencontrent également la résidence spéciale de l'élève.

Avec le schéma de Jakobson, voici le livraison de message:



Dans le schéma, Les Jeunes avec Marine jouent le rôle d'émetteur, l'élection présidentielle 2017 est le contexte. L'affiche est un message transmis via le canal Facebook. Les codes de message sont "résidence", "migrants ont été accueilli" clarifient le but du message au destinataire du message.

À travers l'affiche, Les Jeunes avec Marine veut montrer que les immigrants sont placés dans des domaines qui devraient être consacrés aux étudiants français. Le



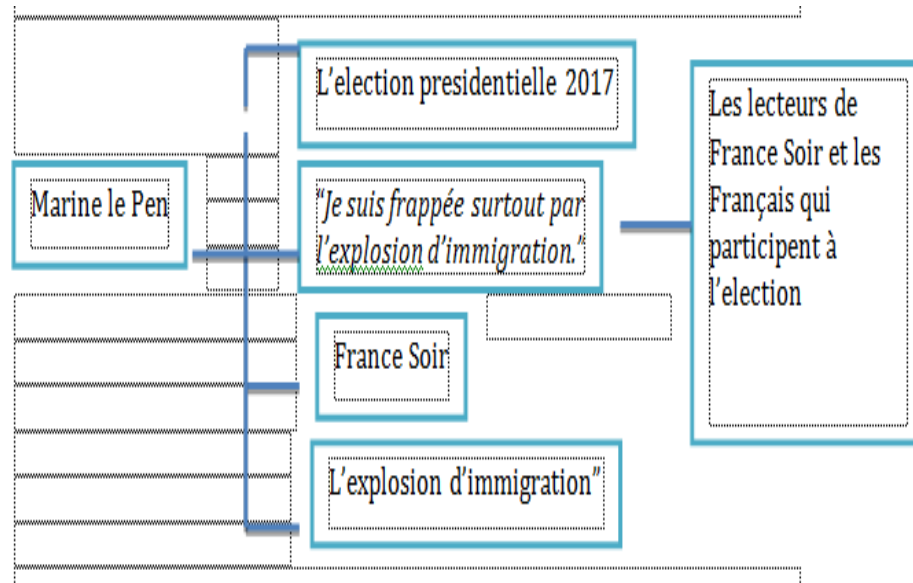
Centre régional des oeuvres universitaires (Crous) indique que la résidence étudiante est ciblée uniquement pour les étudiants qui font les études du BAC + 5. Crous a expliqué que Lille reçoit 160 000 étudiants par an, avec un nombre beaucoup plus petit de résidences, soit 10.175. En outre, Campus France et le gouvernement français fournissent également une aide financière aux étudiants de familles dont le revenu est inférieur à 25 000 par an. Grâce aux informations déjà obtenues, on peut conclure que le gouvernement français priorise toujours les étudiants français et leur donne la priorité (Sénécat, 2017).

Il montre la technique *card stacking*, qui montre aussile système d'enregistrement d'informations qui est sélectif en selectionnant les information. Les Jeunes avec Marine veulent expliquer que le gouvernement français accorde aux immigrés les droits des étudiants français. Cependant, les informations obtenues montrent que le gouvernement français priorise toujours le bien-être des étudiants. En outre, les techniques de propagande de *card stacking* se retrouvent également dans cette affiche. Front National et Les Jeunes avec Marine tentent d'attirer l'attention de citoyens français et, dans ce cas, ils tentent d'attirer l'attention des étudiants. Ils veulent montrer leur préoccupation aux étudiants en rencontrant les problèmes des étudiants avec l'arrivée des immigrants.

### **Propagande par interview**

À travers des affiches ci-dessus, les techniques de propagande présentées sont le *card stacking* ou le système d'enregistrement d'informations sélectif. L'affiche voulait simplement montrer des informations qui appuient leur message, c'est-à-dire que les immigrants obtiennent plus d'aide du gouvernement français. Cependant, les faits montrent que les immigrants n'ont pas le droit d'accéder à une assistance du gouvernement français et que le gouvernement français a beaucoup aidé les citoyens français.

Grâce à des interviews avec le site de nouvelles France Soir en 2013, Marine le Pen a déclaré "Je suis frappée surtout par l'explosion de l'immigration". Marine le Pen a déclaré qu'il était surpris par l'éclatement de l'immigration en France. Marine le Pen implique que l'arrivée des immigrants est un phénomène majeur en France, et le nombre d'immigrants augmente toujours. Le message est décrit avec le schéma de communication de Jakobson comme :



Dans le message, Marine le Pen agit comme un émetteur. Ensuite, le message est "Je suis frappée surtout par l'explosion d'immigration". France Soir sert de canal ou de média à canaliser le message. Ensuite, "l'explosion d'immigration" devient le code dans ce message. Grâce au code, les destinataires du message, les lecteurs de France Soir et/ou les Français qui ont voté lors des élections présidentielles de 2012, peuvent comprendre le but du message. Le message vise à informer que la France est un pays qui abrite un grand nombre d'immigrants. En outre, si on relie au contexte de ce message, à savoir l'élection présidentielle française 2012 lorsque Marine le Pen a occupé ses fonctions, on pourrait mieux comprendre le but du message. Le but du message est de si les bénéficiaires conviennent que le nombre d'immigrants en France augmente, et ils ne l'acceptent pas, alors ils devraient choisir Marine le Pen parce qu'il a remarqué le problème.

Avant de juxtaposer les déclarations de le Pen avec les faits, il convient de noter que les termes immigrants et résidents étrangers ne sont pas la même chose. L'étranger est une personne qui n'a pas de citoyenneté française, et un immigrant est un citoyen qui n'a pas la citoyenneté française de naissance. En d'autres termes, les immigrants sont des personnes qui ne sont pas nées en France mais n'excluent pas qu'un immigrant soit un citoyen français. Ainsi, un immigrant peut être un citoyen français ou un résident étranger (Girod, 2012). D'autre part, selon l'INSEE, 3,7 millions de résidents étrangers constituent 5,8% de la population totale de la France. 34% du montant provient de l'Union européenne. En outre, 5,3 millions d'immigrants représentent 8,4% de la population totale de la France<sup>5</sup>.

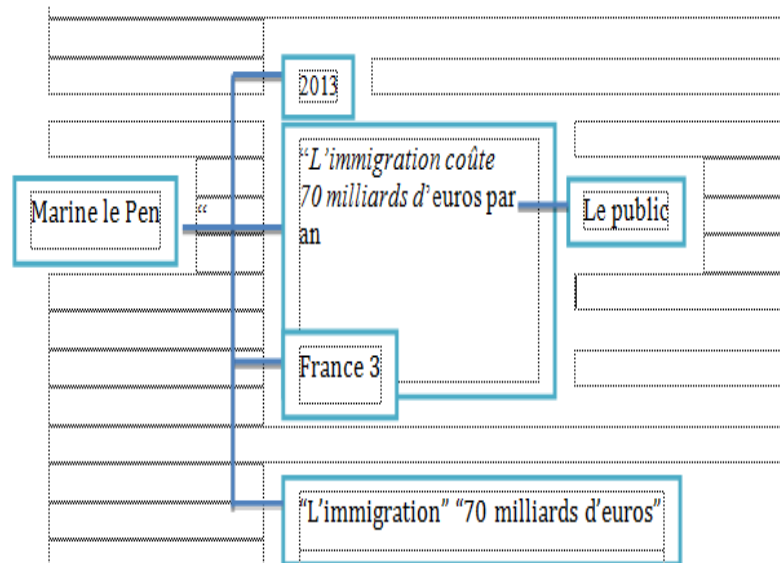
<sup>5</sup>Population & Sociétés, INÉD (2004) (Page consulté le 8 mai 2017) [en ligne] Adresse URL : [https://www.ined.fr/fichier/s\\_rubrique/18778/pop\\_et\\_soc\\_francais\\_397.fr.pdf](https://www.ined.fr/fichier/s_rubrique/18778/pop_et_soc_francais_397.fr.pdf)

Ainsi, par le pourcentage d'immigrants et d'étrangers qui est au-dessous de 10% de la population de France, on peut conclure que le nombre d'immigrants est toujours minoritaire. La technique de propagande est utilisée dans l'interview. Elle est présente dans l'utilisation de certains termes du message de le Pen. Le Pen utilise le mot «d'explosion» pour montrer que le nombre d'immigrants en France augmentent, bien que les données de l'INSEE indiquent que l'immigrant peut également détenir la citoyenneté française. Le mot «explosion» montre qu'il y a une augmentation importante du fait que l'arrivée des immigrants en France. Cependant, il est prouvé que ce n'est même pas une explosion. Le pourcentage d'immigrants de toute la population française est encore inférieur à 10%, ce qui fait de l'immigrant une minorité.

Grâce à la technique des outils de propagande proposée par The Institute of Propaganda Analysis, il existe une technique dans le message qui s'appelle *glittering generalities*. Cette technique attache un terme à quelque chose qui permet au lecteur d'accepter sans l'examiner d'abord. Dans ce cas, le Pen utilise le mot «d'explosion», ce qui fait que la France est un pays qui connaît d'immenses phénomènes d'immigration.

En 2013, Marine le Pen a déclaré "L'immigration coûte 70 millions d'euros par an" en France 3. Dans le cadre de la citation, Marine le Pen veut montrer que les immigrants mettent un fardeau financier sur la France alors que l'immigration prend des fonds français de 70 milliards d'euros chaque année.

Grâce à cela, le schéma de Jakobson peut être formé comme suit.



Le schéma montre que Marine Le Pen est un émetteur, et le contexte est l'année 2013. En outre, le message « L'immigration nous coûte 70 milliards d'euros » Est-ce le message. France 3 dans le canal et "immigration" et "70 Milliards d'euros" est le code utilisé. Le code est livré au public qui reçoivent le message de comprendre ce qui est dit. Dans ce cas, Marine Le Pen considère que les questions d'immigration touchent l'économie du pays.

Grâce à l'Institut National d'Etudes Démographiques, il est expliqué que les immigrants reçoivent des prestations sous forme d'aide au logement, l'éducation et la vie quotidienne des avantages. Le montant de l'aide est de 47,9 milliards d'euros. En outre, les immigrants contribuent également à l'économie de la France (taxes, à la fois l'impôt sur le développement ou impôt sur le revenu). Ainsi, ils ont reversé 60,3 milliards d'euros au budget de l'état (Amellal, 2012).

La technique de propagande qui est indiquée par le message est la *card stacking*. Le Pen ne donne pas d'information complète, il vient de mettre la gamme de la quantité d'argent utilisée à la question de l'immigration. On peut dire que Le Pen ne montrera que certaines informations qui conviennent à son but pour soutenir son message.

## CONCLUSION

L'analyse de la propagande et de l'information obtenue peut aboutir à une conclusion qui montre, sous la direction de Marine Le Pen, la propagande du Front National de plusieurs façons. Tout d'abord, ils décrivent un problème et est associé à la présence d'immigrants. En second lieu, ils font le choix de l'information qui est ensuite libellé conformément à leurs objectifs à livrer aux destinataires du message. La technique de propagande la plus largement vue est la technique de *card stacking*, *plain folks* dan *glittering generalities*. On peut en conclure que ce sont des techniques les plus efficaces pour le Front national pour transmettre leur propagande. C'est évident dans le processus, Marine Le Pen ou Front national n'a pas utilisé des mots qui sont dégradants, discriminatoires, insultants ou offensives. Ils ne doivent que déclarer certains problèmes qui se sont produits en France, puis l'associer à l'arrivée des immigrants. Ils tentent également d'établir une connection avec des communautés françaises qui éprouvent des difficultés financières et qui tentent de comparaître comme partie qui se soucie des problèmes rencontrés par le peuple français de tous les jours. Ils construisent ces liens en montrant que les immigrants sont une source de leurs problèmes. Ensuite, l'utilisation de mots et de présentation de l'information portée par le Front national a prouvé efficace pour le Front national. L'augmentation du nombre de membres, le nombre de votes et l'opinion publique positive pour le Front national indiquent l'influence de la propagande.

L'effet de cette propagande est le succès prouvé Front national dans trois domaines, ce sont l'adhésion, l'opinion publique et les élections. Lors de l'élection présidentielle française 2012, Marine le Pen est venu en troisième position avec un vote de 17,9% au premier tour. Le nombre de votes est le plus grand nombre de

votes qui ne sont jamais obtenus par les représentants de Front National<sup>6</sup>. En outre, lors de l'élection présidentielle de 2017, Marine Le Pen a remporté un vote de 21,3% au premier tour. Bien que Marine Le Pen a perdu au second tour, le nombre de voix qu'elle a obtenu était beaucoup plus élevé que le nombre de votes Jean-Marie Le Pen avait obtenu aux élections présidentielles de 2002. Marine Le Pen a remporté 33,9% des votes ou 10.638.475, ou un tiers des électeurs français votent pour Marine Le Pen. Dans la sélection pour le département et les représentants de l'Union européenne, le Front national a gagné 24.9% et 25.2% des votes. Le sondage a montré que les opinions sur le Front national comme un parti dangereux avaient été réduits de 20% (Stockemer, 2015). La propagande Marine Le Pen a réussi à mettre son parti dans une partie acceptée par la société française dans le cadre de la vie politique du pays.

En Janvier 2011, le Front national a un effectif de 22 000. En 2014, le nombre de membres du Front national a augmenté de plus de 60.000 membres, dont Front National maintenant compte 84.000 personnes en tant que membres. Lors des élections, Marine Le Pen a remporté 18% des voix à l'élection présidentielle générale en 2011. Le nombre de ces voix est le montant le plus élevé jamais obtenu par un candidat du Front national<sup>7</sup>.

#### REFERENCES.

- Amellal, K. (2012). *L'immigration ne coûte rien, elle rapporte!* (page consulte le 9 mai 2017 [en ligne] Adresse URL: [http://www.huffingtonpost.fr/karim-amellal/immigration-france-allemande\\_b\\_1463617.html](http://www.huffingtonpost.fr/karim-amellal/immigration-france-allemande_b_1463617.html))
- Davies, P.(2010). The Front National and Catholicism: from integrisme to Joan of Arc and Clovis. *Religion Compass, Vol. 4, No. 9, p.576-587.*
- Institute for Propaganda Analysis. (1938). *How To Detect Propaganda.* New York: American Association of University Professors
- Ivaldi, G. (2012). *The Front National at 40: The evolution of Europe's radical right* (Page consulte le 29 avril 2017) [en ligne] Adresse URL : [http://www.policy-network.net/pno\\_detail.aspx?ID=4265&title=The+Front+National+at+40%3a+The+evolution+of+Europe%E2%80%99s+radical+right](http://www.policy-network.net/pno_detail.aspx?ID=4265&title=The+Front+National+at+40%3a+The+evolution+of+Europe%E2%80%99s+radical+right)
- Jakobson, R. (1960). Closing statement: linguistics and poetics. *Style in language, p.77-350.*

---

<sup>6</sup>Résultats de l'élection présidentielle 2012 (2012) (page consulté le 4 mai 2017), [en ligne], Adresse URL : [http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Les-resultats/Presidentielles/elecresult\\_PR2012/\(path\)/PR2012/FE.html](http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Les-resultats/Presidentielles/elecresult_PR2012/(path)/PR2012/FE.html)

<sup>7</sup> . Résultats des élections cantonales 2011 (Page consulte le 11 mai 2017) [en ligne] Adresse URL: [http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Lesresultats/Cantoniales/elecresult\\_\\_cantonales\\_2011/\(path\)/cantonales\\_2011/](http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Lesresultats/Cantoniales/elecresult__cantonales_2011/(path)/cantonales_2011/)

- Jowett, G.S. & O'Donnell, V. (2012). *Propaganda and Persuasion*. (Fifth Edition). California: SAGE Publications, Inc
- Mestre, A. (2012). *Le FN n'est plus le même, mais a-t-il vraiment changé ?* (page consulte le 9 mai 2017) [en ligne] Adress URL : [http://www.lemonde.fr/culture/article/2012/09/20/le-front-national-n-est-plus-le-meme-mais-a-t-il-vraiment-change\\_1763234\\_3246.html](http://www.lemonde.fr/culture/article/2012/09/20/le-front-national-n-est-plus-le-meme-mais-a-t-il-vraiment-change_1763234_3246.html)
- Ray, M(2017). *National Front*. (page consulte le 29 avril 2017) [en ligne] Adresse URL: <https://www.britannica.com/topic/National-Front-political-party-France>
- Sénécat, A. (2016). *Les intox du FN sur les « privilèges » des migrants face aux Français*. [http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/07/les-intox-du-fn-sur-les-privileges-des-migrants-face-aux-francais\\_5026857\\_4355770.html](http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/11/07/les-intox-du-fn-sur-les-privileges-des-migrants-face-aux-francais_5026857_4355770.html) (page consulte le 22 Février 2017)
- Stockemer, D. (2015). *The “new” ideology of the Front National (FN) under Marine Le Pen: A slight change with a big impact*. Ottawa: University of Ottawa