

IDÉOLOGIE PAR VOIX/E DE PRESSE

21 avril 2002, pour la première fois de l'histoire des institutions républicaines françaises, un candidat d'extrême droite arrive au second tour d'une élection présidentielle. La campagne électorale a pour thème *l'insécurité*, un thème défendu à l'origine par le Front national. Près de cinq millions de Français ont voté pour Jean-Marie Le Pen.

Le discours de la presse a été le théâtre d'une circulation des représentations du Front national (FN) au moment de la campagne de 2002. Cette circulation a fait exister les idées du parti de l'extrême droite française leur donnant une réalité déterminante. Le champ politique à travers lequel l'opinion publique se détermine s'est trouvé saturé de représentations extrémistes. Ce champ s'en est trouvé idéologiquement conditionné. Dans le discours du FN, l'insécurité est le plus souvent liée à l'immigré qui en est donné comme la cause.

Cet ouvrage met à l'épreuve l'hypothèse d'une présence de l'idéologie du Front national. Il s'appuie sur une théorisation métalinguistique pour y déceler la présence de l'autre idéologique (FN) dans le discours de la presse. Il interroge la socialisation des représentations discursives et renseigne la construction idéologique des discours sociaux.

Fred Hailon est docteur en sciences du langage et chercheur en analyse linguistique de discours. Ancien journaliste professionnel, il a participé à de nombreux colloques internationaux. Son travail scientifique consiste en l'observation des interactions verbales et sociales entre le discours médiatique et l'idéologie politique.



9 782296 140189

ISBN : 978-2-296-14018-9
29 €



IDÉOLOGIE
PAR VOIX/E DE PRESSE

Fred Hailon



Fred Hailon

IDÉOLOGIE PAR VOIX/E DE PRESSE

L'Harmattan