

Inhalt

Vorwort	13
Einleitung	15
I. Sprache als Propagandainstrument	18
1. Propaganda als Forschungsobjekt	18
1.1 Zur Geschichte des Begriffes „Propaganda“	18
1.2 Begriffsdefinition	23
1.3 Geschichte des Phänomens Propaganda	25
2. Theoretische Modelle von Propaganda	35
2.1 Sprachwissenschaftliche Ansätze	35
2.2 Kommunikationswissenschaftliche Ansätze	42
2.3 Weitere Ansätze	51
3. Propaganda als Konstruktion kollektiver Identität	55
3.1 Der Begriff der kollektiven Identität	55
3.2 Propaganda und kollektive Identität	59
3.3 Elemente der Propaganda	65
3.3.1 <i>Mythen und Historie</i>	65
3.3.2 <i>Rituale</i>	74
3.3.3 <i>Symbole</i>	77
3.3.4 <i>Das Andere – das Fremde – das Feindbild</i>	81
3.3.5 <i>Der Führer – Personalisierung des Kollektivs</i>	86
3.4 Medien der Propaganda	89
4. Sprache als Propagandainstrument	98
4.1 Sprache und soziale Realität	98
4.2 Sprache und Macht	101
4.2.1 <i>Sprache als Instrument der Politik – Sprache als Objekt der Politik</i>	101
4.2.2 <i>Sprache und Politik</i>	103
4.2.3 <i>Sprache als politisches Machtinstrument</i>	106

4.3 Sprache und Identität	111
4.4 Sprache als Instrument der Konstruktion kollektiver Identität	114
4.5 Exkurs: Die Sprache als identitätsstiftender Faktor	121
II. Das Regime von Vichy und seine Propaganda 1940-1944	125
1. Das Regime von Vichy – ein historischer Abriss	125
1.1 Errichtung des Etat Français	125
1.2 Kollaboration und Entmündigung	130
1.3 Das Ende des Etat Français	134
2. Das Regierungssystem des Etat Français	136
2.1 Die Rolle Philippe Pétains	137
2.2 Regierungsstrukturen und -institutionen	138
2.3 Die rechtlichen Grundlagen des Etat Français	142
3. Die Propaganda des Vichy-Regimes	143
3.1 Welche Vichy-Propaganda?	143
3.2 Institutionalisierte Propagandastrukturen	144
3.3 Ideologische Grundzüge der Vichy-Propaganda	151
3.3.1 <i>Feindbilder – das Anti-France</i>	151
3.3.2 <i>Geschichte, Mythen und Rituale</i>	159
3.3.3 <i>Die Symbole des Etat Français</i>	168
3.3.4 <i>Maréchal, nous voilà – Philippe Pétain als Inkarnation Frankreichs</i>	169
3.4 Kollaborationistische Propaganda	175
3.5 Deutsche Propaganda in Frankreich	175
3.6 Die Wirkung der Propaganda – die öffentliche Meinung in Vichy-Frankreich	177
4. Das Regime von Vichy im Licht der historiographischen Forschung	181
III. Textanalysen zur Propaganda des Vichy-Regimes	184
1. Methodische Grundlagen	184
1.1 Wahl der Methode	184
1.2 Zur Besonderheit der Analyse historischer Texte	192
1.3 Methodisches Vorgehen	196

2. Auswahl des Textsamples	206
3. Textanalysen	209
3.1 Resümierende politische Reden: die <i>messages de Noël</i>	
Philippe Pétains	209
3.1.1 <i>Le message de Noël 1940</i>	211
3.1.2 <i>Le message de Noël 1941</i>	225
3.1.3 <i>Le message de Noël 1942</i>	240
3.1.4 <i>Le message de Noël 1943</i>	257
3.1.5 <i>Konklusion</i>	272
3.2 Themenspezifische politische Reden	275
3.2.1 <i>L'appel aux Français du Maréchal Pétain (20. Juni 1940)</i>	276
3.2.2 <i>Le vent mauvais. Message du Maréchal Pétain</i> (12. August 1941)	289
3.2.3 <i>La Relève. Discours de Pierre Laval (22. Juni 1942)</i>	318
3.2.4 <i>Philippe Pétain aux Français (20. August 1944)</i>	337
3.2.5 <i>Konklusion</i>	351
4. Zusammenfassende Betrachtungen	353
4.1 Zur Repräsentativität der Untersuchung	353
4.2 Elemente der Vichy-Propaganda	356
4.2.1 <i>Abgrenzungen und Feindbilder</i>	357
4.2.2 <i>Geschichte – Mythen – Rituale</i>	361
4.2.3 <i>Personalisierungen</i>	371
4.3 <i>Konklusion</i>	374
IV. Bibliographie	379
1. Monographien	379
2. Artikel und Aufsätze	384
3. Online publizierte Texte und Quellen	392