

## Inhalt

|  |     |
|--|-----|
| <i>Vorwort</i> . . . . .   | 9   |
| <i>Zur Zitationsweise und zu den Abbildungen</i> . . . . .       | 11  |
| <i>Einleitung: Das Plakat in der Öffentlichkeit</i> . . . . .    | 13  |
| PROPAGANDA – WORT UND BEDEUTUNG . . . . .                        | 21  |
| <br><b>TEIL I</b>  |     |
| <i>Das politische Plakat als historische Quelle</i> . . . . .    | 27  |
| 1. DAS POLITISCHE PLAKAT ALS PROBLEM: PUBLIZISTISCHE FORSCHUNGEN | 29  |
| 2. DAS POLITISCHE PLAKAT ALS QUELLE FÜR DEN HISTORIKER . . . . . | 40  |
| 3. METHODISCHE ANSÄTZE ZUR ERKLÄRUNG VON BILD-TEXT-PLAKATEN      | 48  |
| <i>Zeichentheorie</i> . . . . .                                  | 49  |
| <i>Informations-Kommunikationstheorie</i> . . . . .              | 53  |
| <i>Werbepsychologie</i> . . . . .                                | 58  |
| 4. TYPEN DES PLAKATS . . . . .                                   | 60  |
| 5. SPRACHE DER POLITIK: LOSUNGEN AUF PLAKATEN . . . . .          | 76  |
| <i>Die Parole in der sowjetischen Propaganda</i> . . . . .       | 81  |
| <i>Wenn Plakate Fragen stellen</i> . . . . .                     | 94  |
| <i>Aussageformen und -zwecke</i> . . . . .                       | 99  |
| 6. DIE AUSSAGEN DER BILDER: ILLUSTRATION, INFORMATION . . . . .  | 103 |
| <i>Repertoire</i> . . . . .                                      | 120 |
| <i>Farbe</i> . . . . .   | 127 |
| <i>Klassifizierung der Bildelemente</i> . . . . .                | 128 |
| <i>Symbole, Attribute</i> . . . . .                              | 144 |
| <i>Fotoplakat und Fotomontage</i> . . . . .                      | 156 |

## TEIL II

### *Plakatpropaganda in europäischer Umbruchzeit –*

|   |         |
|---|---------|
| <i>das Beispiel Rußland/Sowjetunion</i> . . . . .   | 159     |
| 1. AUS DEM WELTKRIEG ÜBER DIE REVOLUTIONEN DES JAHRES 1917 UND<br>DEN BÜRGERKRIEG IN DIE »NEUE ÖKONOMISCHE POLITIK« . . . . . | 171     |
| <i>Weltkrieg und Revolutionen</i> . . . . .   | 171     |
| <i>Plakatpropaganda im Bürgerkrieg</i> . . . . .  | 184     |
| <i>Plakat-Kampagne</i> . . . . .  | 213     |
| <i>Deserteure und Bummelanten</i> . . . . .   | 216     |
| <i>»Neue Ökonomische Politik« und Plakatpropaganda</i> . . . . .  | 242     |
| 2. DIE GROSSEN THEMEN REVOLUTIONÄRER PLAKATPROPAGANDA. . . . .  | 246     |
| <i>Der Führer</i> . . . . .   | 248     |
| <i>Der Feind</i> . . . . .  | 275     |
| <i>Das neue Bild der Frau</i> . . . . .   | 287     |
| <i>Heroismus der Arbeit</i> . . . . .   | 296     |
| 3. ZUR DIDAKTIK DES POLITISCHEN PLAKATS . . . . .   | 301     |
| <br><i>ANHANG</i> . . . . .   | <br>313 |
| <i>BIBLIOGRAPHIE ZUM POLITISCHEN PLAKAT</i> . . . . .   | 314     |