

Terms and Conditions

The Library provides access to digitized documents strictly for noncommercial educational, research and private purposes and makes no warranty with regard to their use for other purposes. Some of our collections are protected by copyright. Publication and/or broadcast in any form (including electronic) requires prior written permission from the Library.

Each copy of any part of this document must contain there Terms and Conditions. With the usage of the library's online system to access or download a digitized document you accept there Terms and Conditions.

Reproductions of material on the web site may not be made for or donated to other repositories, nor may be further reproduced without written permission from the Library

For reproduction requests and permissions, please contact us. If citing materials, please give proper attribution of the source.

Imprint:

Director: Mag. Renate Plöchl

Deputy director: Mag. Julian Sagmeister

Owner of medium: Oberösterreichische Landesbibliothek

Publisher: Oberösterreichische Landesbibliothek, 4021 Linz, Schillerplatz 2

Contact:

Email: [landesbibliothek\(at\)ooe.gv.at](mailto:landesbibliothek(at)ooe.gv.at)

Telephone: +43(732) 7720-53100

Träger der Bildpropaganda erwähnten wir die suggestive Werbebezeichnung Abel Faivres «On les aura!»³¹¹, die das Motiv des anfeuernden Soldaten verwertet. Eine Zeichnung Eugène Cadels in der VICTOIRE: «Des canons, des munitions, des picajons!»³¹² erweitert dieses Motiv, indem sie dem auf Krücken gehenden Soldaten einen Bauern gegenüberstellt, der seinen Sparstrumpf mit Goldstücken auf die Kasse bringt: „Der da hat sein Bein gegeben, da ist es wohl das wenigste, daß ich meinen Sparstrumpf leihe ...“

Auch hier hielt man sich von peinlichen Übertreibungen nicht frei. Eine solche ist das Bild desselben Zeichners „Weihnachten 1916“³¹³: Die alliierten Truppen (Franzose, Neger, Engländer, Russe...) grüßen die Krippe, neben der die Jungfrau Maria steht und in der leuchtend eine — Granate liegt: «Le voilà, celui qui va sauver le monde ...» Daß ein derartig verstiegener Gedanke, eine Granate in blasphemischer Weise als Welterlöser zu feiern, überhaupt gedacht werden konnte, ist ein bezeichnendes Symptom für die als Folge der Kriegspychose eingetretene Verworrenheit in den Köpfen mancher Volksführer, zu denen die Propagandisten als Gestalter der öffentlichen Meinung gerechnet werden müssen.

Als nicht unbedeutendes Teilstück der Munitionsbeschaffungspropaganda nennen wir endlich den Werbefeldzug des JOURNAL-Herausgebers Charles Humbert, dessen Leitartikel unter dem Stichwort «Des canons! Des munitions!» manchen Zeichner inspirierten.

2. Negativ.

Zur systematischen Erfassung nach Gesichtspunkten des Inhalts hatten wir den Gesamtkomplex der französischen Bildpropaganda in die beiden großen, meist säuberlich voneinander zu trennenden Sphären der Außenpolitik und der Innenpolitik geschieden und in diesen wiederum den manchmal nicht ganz klaren, weil überschrittenen, aber grundsätzlich nicht zu leugnenden vertikalen Trennungsstrich zwischen positiver Werbung und negativer Agitation gezogen. Wenn auch in den bisher behandelten ersten drei Hauptgruppen gewisse methodische Verschiedenheiten festzustellen waren, so z. B. in der außenpolitischen Agitation der Unterschied zwischen „nationalistischer“ und „demokratischer“ Haltung, so war doch als Endziel stets der Sieg Frankreichs und die Stärkung seiner Widerstandskraft im Auge behalten worden. In der innerpolitischen Agitation dagegen — und das ist als Besonderheit der nun darzustellenden letzten Propagandahauptgruppe festzuhalten — wurde der fundamentale Grundsatz der einheitlichen Zielsetzung teilweise durchbrochen. Hier erweist sich also das Zerr- und Spottbild wegen seiner falschen, weil gruppen-