

# INHALT

<b>VORWORT .....</b>	<b>1</b>
<b>1. EINLEITUNG .....</b>	<b>3</b>
<b>2. LITERATURSICHTUNG .....</b>	<b>9</b>
<b>3. ABRISS DER ENTSTEHUNGS- UND REZEPTIONSGESCHICHTE DES PLAKATES .....</b>	<b>15</b>
3.1. Vom Anschlag zum Plakat - Ein Begriffs- und Wertewandel .....	15
3.2. Künstlerische Vorläufer .....	26
3.3. Rezeptionsbedingungen des Plakates .....	40
3.3.1. Frankreich .....	41
3.3.2. England und Amerika .....	50
3.3.3. Belgien und Holland .....	54
3.3.4. Österreich .....	57
3.3.5. Deutschland .....	62
<b>4. REZEPTIONSÄSTHETIK - EINE METHODEN- DISKUSSION .....</b>	<b>77</b>
<b>5. DIE WIRKUNGSWEISE DES PLAKATES .....</b>	<b>97</b>
5.1. Der 'implizite Betrachter' im Plakat .....	98
5.2. Die Strukturen der Präsentation im Plakat .....	106
5.2.1. Abstraktion .....	111
5.2.2. Allegorie und Narration .....	143
5.2.3. Demonstration .....	171
5.2.4. Konfrontation .....	195
5.2.5. Identifikation .....	206
<b>6. DAS PLAKAT ALS RESULTAT GRUNDSÄTZLICHEN WANDELS ÄSTHETISCHER WERTE IM 19. JAHRHUNDERT .....</b>	<b>227</b>
6.1. Ästhetik und Funktion - Die zeitgenössische Diskussion .....	228
6.2. Kunsttheoretische Bedingungen rezeptionsästhetischer Kunstauffassung und deren Anwendung beim Plakat ...	259
6.3. Das Plakat - Kunstwerk versus Ware? .....	274

7.	<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>283</b>
8.	<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>288</b>
8.1.	<b>Historische Quellen .....</b>	<b>288</b>
8.2.	<b>Forschungsliteratur .....</b>	<b>295</b>