

Inhalt

Hans Wagner

Heinz Starkulla jr. – Leben und Werk

Namenszwillinge	11
1. Der Junior	12
2. Der Propagandaforscher	35
3. Im Steinbruch der Propagandatheorie	45

Heinz Starkulla jr.

Propaganda – Begriffe, Typen, Phänomene

Teil I

Propaganda – ein vergifteter Begriff

Begriffsgeschichtliche Vorüberlegungen zur Propagandatheorie

Vorwort	59
1. Vehikel der Wahrheit	61
Der ungeliebte Begriff	61
Zur Herleitung von »Propaganda«	64
De Propaganda fide	66
Wenn Wahrheit auf Wahrheit prallt	74
2. Zwischen Kampfbegriff und politischem Gemeingut	77
Konfessionelle Verschwörungstheorien und ihre Ableger	77
Die Furcht vor den Umtrieben der Propaganda	80
Propaganda zu Fuß, Propaganda der Tat	85
Propaganda als parteipolitisches Alltagsgeschäft	89
3. Euphemismus für Reklame	93
Windiges Reklamewesen	93
... zeugt zweifelhaften Fachbegriff	97
Greifen Sie lieber zur Propaganda!	103
4. Propaganda in den Konflikten der Weltpolitik	109
Abstieg zum Unwort des Jahrhunderts	109
Untiefen im Mainstream	114
Wenn Propagandisten Propagandisten Propagandisten nennen ..	116
Modellfall Kulturpropaganda	131

5. Debakel 1914–1918	135
Begeisterung für Propaganda?	135
Erfolge mit Bumerangeffekt	140
Vergebliche Rettungsversuche	146
6. Der Propaganda-Dolchstoß	157
Vorwurf und Abwehr	157
Vordergrund und Hintergrund	161
»Dolchstoß« und »Vergiftung«	169
Das Chaos der Spaltpropaganda	174
7. Volksaufklärung und Propaganda	189
Von Compiègne nach Versailles	189
Lehren aus der Weltkriegspropaganda?	198
Hitlers hohe Schule, Goebbels' Geschäft	209
Nachwort	231

Teil II

Elemente einer Theorie der (Kriegs-)Propaganda *Sieben Lehrstücke*

1. Propagandatheorie – ein kommunikationswissenschaftliches Problem	237
2. »Wahrheit« und »Lüge« in Publizistik und Propaganda	247
3. Wie entsteht Glaubwürdigkeit in Propagandakampagnen? ...	258
4. Gerücht im Alltag – Gerücht als Waffe	275
5. Wie wirkt Propaganda?	285
6. Desinformation	301
7. Theorie und Typologie der getarnten Propaganda	311