Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung –
Literaturlage, Gegenstand und Methode der Untersuchung 11

B. Struktur öffentlicher Kommunikation und ihre Veränderung im 18. Jahrhundert bis zum Vormärz – Öffentlichkeit und Publikum 17

I. Die politischen Forderungen des sich etablierenden Bürgertums an der Wende zum 19. Jahrhundert 21

C. Struktur der Medien öffentlicher Kommunikation und ihre Veränderung am Beispiel der Publikationen Adolf Glaßbrenners

I. Zeitschriften und Zeitungen 25

1. Unterhaltungsblätter im Berlin der dreißiger Jahre 25

a. Glaßbrenners erste publizistische Beiträge 25
a.a. Moritz Gottlieb Saphirs „Berliner Courier" 25
a.b. Eduard Maria Öttingers „Der Berliner Eulenspiegel" 28

b. Adolf Glaßbrenners „Berliner Don Quixote. Unterhaltungsblatt für gebildete Leser" 33
b.a. Politik unter dem Deckmantel der Unterhaltung 37
b.b. ‚Heerschau der Journale' 40

c. Zensurverhältnisse 42

2. Die Zeitschriften zur Zeit des Jungen Deutschland – Das Ende des Kunstzeitalters 43

a. Probleme einer Definition des Mediums Zeitschrift 43

b. Die jungdeutsche Bewegung, ihre ideologischen Hintergründe und ihre Kommunikationsziele 45
b.a. Die Zeitschriften der Jungdeutschen 48

c. ‚Constitutionelle' und ‚Volksblätter' 51

d. Adolf Glaßbrenner im Kontext des Jungen Deutschland 53
d.a. Adolf Glaßbrenners „Das Brennglas. Eine humoristische Zeitschrift" 55
d.b. Beginn der Synthese von Witz, Humor und politischer Botschaft 57

e. Produktions- und Distributionsverhältnisse der Zeitschriftsteller 66
e.a. Die Gesetze des Marktes 68
e.b. Zensur und Konkurrenz 69
e.c. Das Lesepublikum 71
e.d. Die Bedeutung des Verbots von 1835 für die Publizistik der Zeit 73
e.e. Glaßbrenners Zeitschriftenarbeit nach dem Verbot des Jungen Deutschland 74

f. „Die Posaune" in Hannover 76

g. „Der Freimüthige" in Berlin 79

3. Die Zeitschriften des deutschen Vormärz – Politisierung von Dichtung und Publizistik 80

a. Ideologische und politische Hintergründe 80

b. Adolf Glaßbrenner im Exil 83
b.a. ‚Der Staat des Theaters' 86

c. Politische Lyrik 91

d. Friedrich Wilhelm Alexander Helds „Volksvertreter" 93
d.a. ‚Lebendiger Journalismus' 98

e. Die Anfänge des politischen Witzblattes 103

4. Periodika des Revolutionsjahres 1848 in Berlin 104

a. Der Ausbruch der Märzrevolution 104

b. Neue Publikationsorgane als Ausdruck neuer Freiheit 109
b.a. Das politische Witzblatt als wichtigstes periodisches Publikationsmittel 110

c. Adolf Glaßbrenners „Freie Blätter. Illustrirte politisch-humoristische Zeitung" 114
c.a. ‚Einheit und Freiheit' 115
c.b. Anzeichen der Reaktion 118
c.c. Berlin im Zeichen der Bajonette 124

5. Zeitschriften und Zeitungen im Nachmärz bis zur Reichsgründung . 129

a. Produktion und Distribution unter erneuten staatlichen Zwängen 129
a.a. Erneutes Exil 132
a.b. „Jahreszeiten. Hamburger Neue Mode-Zeitung" 133
a.c. „Der Freischütz" in Hamburg 135
a.d. „Asmodi" in Hamburg 141

b. Adolf Glaßbrenners „Ernst Heiter. Deutsche Sonntagszeitung" 144
c. Adolf Glaßbrenners „Phosphor. Humoristische illustrirte Original-Wochenschrift" 153
d. Die Entwicklung der sogenannten Massenpresse 159
e. Adolf Glaßbrenners „Berliner Montags-Zeitung" 161
e.a Adolf Glaßbrenner als Verleger 166
e.b ‚Krieg gegen den Krieg' 167
e.c. Adolf Glaßbrenner bleibt Vormärzler 172

6. Exkurs: Adolf Glaßbrenners Verhältnis zu den Juden 174

II. Broschüren als periodische Publikationsmittel

1. Definition und Erscheinungsbild 175

2. Volkskalender 178
a. Die Tradition des Kalenders 178
b. Adolf Glaßbrenners „Komischer Volkskalender" und „Lustiger Volkskalender" – Vom Vormärz bis zur Bismarckzeit" 181
b.a. Tradition des Mediums und aktuelle Inhalte bestimmen die Form 183
b.b. Der „Komische Volkskalender" als ideologischer Wegbereiter gesellschaftlicher Veränderung 187
b.c. Die unteren Bevölkerungsschichten als Zentralfiguren im „Komischen Volkskalender" 190
b.d. Die Revolution des Jahres 1848 im „Komischen Volkskalender für 1849" 194
b.e. Der „Komische Volkskalender" in den Jahren nach der Revolution 198
b.f. ‚Brüder, es sind trübe Tage' 200
b.g. Die Kalender der Jahre 1858 bis 1867 204
b.h. Die agitatorische Kraft des „Komischen Volkskalenders" läßt nach 206

3. Groschenhefte 212
a. „Berlin, wie es ist und – trinkt" 212
a.a. Die Groschenhefte und ihre Leser 212
a.b. Berliner Charaktere 221
a.c. Lebens- und Arbeitsverhältnisse in den unteren Bevölkerungsschichten 225
a.d. Der Guckkästner als Kommentator seiner Zeit 228

a.e. Jahrmärkte und Feste als Kommunikationsformen 234
a.f. Rentier Buffey, der aufgeklärte Kleinbürger 236
a.g. Theater als Kommunikationsforum 243

4. Exkurs: Das Frauenbild in Glaßbrenners periodischen Publikationen 250

5. Die zentrale Bedeutung der Periodika im Gesamtwerk Glaßbrenners 253

D. Die Kommunikationsstrategie in Glaßbrenners periodischen Publikationen – Dichtung und Publizistik als politisches Kampfmittel

I. Ideologische Hintergründe 261

1. Politische Forderungen des Bürgertums 261
2. Das Volk als zentrales Element gesellschaftlicher Veränderung . . . 263
3. Die Stellung des Schriftstellers in der Gesellschaft 265

II. Inhaltliche und formale Elemente zur Einflußnahme in den periodischen Publikationen Glaßbrenners 274

1. Satire 274
2. Dialekt 283
3. Karikatur 286
4. Wiederkehrende Strukturelemente in Glaßbrenners Periodika 290

III. Adolf Glaßbrenners periodische Publikationen als Medien der politischen Avantgarde 297

Anmerkungen 302
Literaturverzeichnis 354
Bildanhang 367
Register
– Namensregister 389
– Register der Zeitschriften und Zeitungen 397