

BERND R. GRUSCHKA

Der gelenkte Buchmarkt

Die amerikanische Kommunikationspolitik in Bayern und der Aufstieg des Verlages Kurt Desch 1945 bis 1950

Inhalt

0	Einleitung	3	2.1.2	Die Organisation der amerikanischen Kommunikationskontrolle	46
1	Theorie buchmedialer Kommunikation	5	2.2	Buchpolitik als Bestandteil der Kommunikationskontrolle	49
1.1	Buchmediale Kommunikation in systemtheoretischer Perspektive	7	2.2.1	Literatursoziologische Prämissen	49
1.1.1	Kommunikation und soziale Systeme	8	2.2.2	Die empirische Leserforschung der ICD	52
1.1.2	Der Unterschied zwischen sprech- und schriftsprachlicher Kommunikation	14	2.2.3	Die Aufgaben der Buchpolitik	55
1.1.3	Gedruckte Bücher als Kommunikations- medien	17	2.2.4	Die personelle Entnazifizierung des buchmedialen Systems	56
1.1.4	Das Verlagswesen als selbstreflexives Handlungssystem	26	2.3	Die Kontrolle buchmedialer Kommunikation in Bayern	58
1.1.5	Die Umweltrelationen eines Verlages und seine interne Struktur	28	2.3.1	Das Generalverbot buchwirtschaftlichen Handelns im Militärgesetz 191	58
1.1.6	Der Verlag als Produzent medialisierter Literatur	30	2.3.2	Die Registrierung der Druckereien und des vertreibenden Buchhandels	59
1.2	Zur Theorie der Kontrolle buchmedialer Kommunikation	32	2.3.3	Die Nachzensur der im Sortiment angebotenen Bücher	61
1.2.1	Die Kontrolle buchmedialer Kommuni- kation als kommunikative Operation	32	2.3.4	Die Lizenzierung und Zensur des Verlagsbuchhandels	67
1.2.2	Reflexivität und Kommunikations- kontrolle	33	2.4	Produktionslenkende Maßnahmen im Verlagsbuchhandel	74
1.3	Zusammenfassung der Ausgangsthesen ...	36	2.4.1	Verlagsprogramm und Lizenzierung	74
1.3.1	Der hypothetische Zusammenhang zwischen der amerikanischen Kommuni- kationskontrolle und der Entwicklung des Verlages Kurt Desch	37	2.4.2	Das Papierzuteilungsverfahren	75
1.3.2	Untersuchungsfragen	37	2.4.3	Anweisungen zur Lenkung der Buchproduktion	77
2	Die amerikanische Buchpolitik	38	2.5	Der Buchhandel der amerikanischen Regierungsbehörden	79
2.1	Die Konzeption der amerikanischen Kommunikationskontrolle	38	2.5.1	Die amerikanischen Buchimporte	79
2.1.1	Die militärischen und politischen Ziele der Kommunikationskontrolle	39	2.5.2	Die Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften- produktion der ICD	82
			2.5.3	Das amerikanische Übersetzungs- programm	83
			2.6	Wirkungen der amerikanischen Buchpolitik auf das Verlagswesen	85

3	Der Aufstieg des Verlages Kurt Desch	85	3.3.4	Die Übernahme von Verlagsrechten und Beständen des Verlages Albert Langen / Georg Müller	139
3.1	Die Lizenzierung Kurt Deschs	86	3.4	Verlegerische Praxis und amerikanische Buchhandelspolitik	144
3.1.1	Kurt Deschs Rolle im Arbeitsausschuß für den Bayerischen Buchhandel	86	3.4.1	Die Personalsektion des Verlages und die amerikanischen Vorschriften	145
3.1.2	Kurt Deschs berufliche Laufbahn bis zum Zweiten Weltkrieg	92	3.4.2	Die Öffentlichkeitsarbeit des Verlages ..	151
3.1.3	Die Geschichte des Zinnen-Verlages	97	3.4.3	Das Selbstverständnis des Verlegers gegenüber dem Sortimentsbuchhandel .	158
3.1.4	Das Lizenzierungsverfahren	110	3.5	Die Betriebsentwicklung bis 1950	162
3.2	Die Verlagsproduktion und die amerikanische Umerziehungspolitik	114	3.5.1	Buchpreise und Umsätze bis zur Währungsreform	163
3.2.1	Das Verlagsprogramm im Winter 1945/46	115	3.5.2	Verlagswirtschaftliche Anpassungen an die sogenannte »Buchkrise«	168
3.2.2	Ernst Wiechert im Verlag Kurt Desch ...	117	3.5.3	Veränderungen im Verlagsprogramm nach der Währungsreform	171
3.2.3	Die Thematisierung des Nationalsozialismus in der übrigen Verlagsprodukten	124	4	Zusammenfassung	175
3.2.4	Die Lyrikanthologie »De profundis«	126	5	Quellen- und Literaturverzeichnis	176
3.3	Die materielle Unterstützung Kurt Deschs durch die ICD	130		Register	182
3.3.1	Die Vermittlung von Verlagsräumen	130			
3.3.2	Die Versorgung des Verlages mit Papier	131			
3.3.3	Kurt Desch als Treuhänder für nicht-lizenzierte Bühnenverleger.....	136			