

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
<i>I. Die Erscheinungsform</i>	
1. Deskriptionen und Definitionen von »Bilderbogen«	15
2. Terminologie und Etymologie	19
3. Bilderbogen im publizistischen Kontext	23
4. Erscheinungsbild	
a) Gestaltung	
1. Bild-Text-Relation	25
2. Bilderreihung	28
3. Texte	30
b) Format	32
c) Papier	33
d) Technik	33
e) Kolorierung	38
5. Verhältnis zur Kunst	39
6. Erscheinungsweise	
a) Aktualität	43
b) Kriterien der relativierten Aktualität	
1. Publikationsweise	46
2. Numerierung	47
3. Serien	47
4. Kopien	48
5. Neuauflagen und ökonomische Zirkulation	49
6. Datierung	49
<i>II. Die Kommunikatoren</i>	
1. Zum Ansatz einer Kommunikatorsoziologie	51
2. Verlagsorganisation zwischen Familienbetrieb und Industrialisierung ...	59
3. Betriebsorganisation	
a) Diversifikation und Arbeitsteilung	63
b) Zur Situation nachgeordneter lohnabhängiger Produzenten	
1. Betriebsgrößen	68
2. François Georjin	69
3. Personale Zirkulation	72
4. Texte	74
5. Kolorierung	74
4. Publizität	
a) Verbreitung und Vertrieb	
1. Vertriebsorganisation	75

2. Export	77
3. Mehrsprachigkeit	79
4. Kolportage	81
5. Verbreitung	83
b) Auflage	84
c) Preis	93

III. Der Inhalt

1. Zur Auswahl und Aufbereitung des Materials	96
2. Konkrete Verwendungszwecke	98
3. Religiöse Bilderbogen	102
4. Unterhaltende Bilderbogen	103
5. Pädagogische Bilderbogen	
a) »Formale Erziehung«	105
b) Sozialisation	108
c) Moral	111
6. Aktuelle Bilderbogen	
a) Politisierung: Informationen über Ereignisse – Geschichtsbild und Politik	113
b) Militarisierung: Konstruktion eines militärisch bestimmten Geschichtsprozesses	118
c) Dramatisierung: Sensationalisierung der Geschichte – Katastrophen, Verbrechen, Attentate	131
7. Popularisierung der Herrschenden	
a) Personalisierung des Herrschaftssystems – Personenkult	138
b) Familiarisierung der Herrschenden – offizielle Feste, Geburten, Taufen, Hochzeiten, Begräbnisse	140
8. Propagandistische Bilderbogen – politische Wirkungsmöglichkeiten in Konfliktsituationen	
a) Zwischen Revolution und Restauration (Frankreich)	141
b) Aktivierung der Legende Napoleon als politische Propaganda	144

IV. Die Rezipienten

1. Zum Ansatz einer Reflextheorie	148
2. »Volk« als Rezipientenschaft	
a) Zur Affinität: Kommunikator – Inhalt – Rezipient	153
b) Rezipienten – historische Entwicklung	154
c) »Volk« – pauschale Aussagen in der Literatur	156
d) Bedürfnisse der Rezipienten	157
e) Bildung – intellektuelle Voraussetzungen	158
f) Zur Schichtenspezifizierung: »Volk« – »Bürgertum«	160
g) Soziale Differenzierungen – Berufsgruppen	162
h) Wohnort: Stadt – Land	164

3. Altersspezifische Differenzierung	
a) Zur prinzipiellen Offenheit von Bilderbogen im Hinblick auf Altersgruppen	165
b) Zur historischen Entwicklung der Produktion von Bilderbogen für Kinder	167
c) Inhalte von Bilderbogen für Kinder	172
4. Einflußnahme von Institutionen	177

V. Zur juristischen Konditionierung

1. Zur juristischen Konditionierung von Kommunikation	
a) Über die Bedeutung des sozio-ökonomischen Kontextes für das Kommunikationssystem	180
b) Juristische Bedingungen von Kommunikation	181
c) Vorüberlegungen zu einer Theorie der Zensur	183
2. Materialien zur juristischen Konditionierung von Bilderbogen	
a) Fundstellen – Quellenbeispiele, Hinweise aus der Sekundärliteratur zum Untersuchungsbereich, einschlägige Akten der zuständigen Behörden und Gesetzestexte	185
b) Synopsis einschlägiger Gesetze – Entwicklung des Presserechts als Variable der sozio-historischen Entwicklung	
1. Die Gesetzgebung des Deutschen Bundes als den Mitgliedsländern übergeordnetes Rechtssystem	190
2. Die Landesgesetzgebung am Beispiel Preußens mit Verweisen auf andere Bundesstaaten	195
a) Zensurorganisation in Preußen	204
3. Bilderbogen als Gesetzesobjekt	206
4. Pflichtexemplarrecht	212
5. Prinzipien der Pressegesetzgebung	217
c) Exkurs: Frankreich	219
3. Zensurfälle	
a) Deutsche Staaten	223
b) Frankreich	238

Anhang

Verzeichnis der Abkürzungen	248
Literaturverweise	248
Quellenverzeichnis	
I. Akten	310
II. Bilderbogen: Verlage und Titel	313
Literaturverzeichnis	359
Bildnachweis	375
Abbildungen	379