

Michael Schilling

Bildpublizistik der frühen Neuzeit

Aufgaben und Leistungen
des illustrierten Flugblatts in Deutschland
bis um 1700

Max Niemeyer Verlag
Tübingen 1990



Inhalt

Vorwort	VII
Einleitung	1
1. Das Flugblatt als Ware	11
1.1. Der Handel mit Flugblättern	12
1.1.1. Die Herstellung	12
1.1.2. Der Vertrieb	26
1.1.3. Die Käufer	40
1.2. Die marktgerechte Gestaltung der Flugblätter	53
1.2.1. Aufmachung	53
1.2.2. Bildgestaltung	62
1.2.3. Textgestaltung	75
2. Das Flugblatt als Nachrichtenmedium	91
2.1. Historische Voraussetzungen	91
2.2. Das Flugblatt im Vergleich mit anderen Nachrichtenmedien	104
2.3. Der Informationswert des Flugblatts nach zeitgenössischer Einschätzung	115
2.3.1. Flugblätter als Quellen naturkundlicher und historiographischer Kompendien	116
2.3.2. Der Vorwurf der Lüge und Übertreibung	125
3. Das Flugblatt als Werbeträger	141
4. Das Flugblatt als Mittel der Politik	154
4.1. Die politische Zensur	154
4.2. Politische Interessen der Reichsstädte im Spiegel der Bildpublizistik	170
4.3. Das Flugblatt als Medium der Auflehnung	187
5. Das Flugblatt im Prozeß frühneuzeitlicher Vergesellschaftung	201
5.1. Die moralische Zensur	201
5.2. Flugblätter und die <i>Erhaltung guter Policey</i>	214
5.3. Entlastung von sozialen Zwängen	231

6. Das Flugblatt im Dienst christlicher Seelsorge	246
6.1. Flugblatt und Katechese	246
6.2. Flugblatt und Erbauung	256
7. Das Flugblatt als ›Kunststück‹	266
7.1. Flugblatt und bildende Kunst	266
7.2. Flugblatt und Literatur	282
7.3. Das Flugblatt als Sammlungsgegenstand	299
Abkürzungsverzeichnis	313
Literaturverzeichnis	315
1. Flugblätter	315
2. Sonstige Quellen	345
3. Forschung	348
Anhang I: Abdruck archivalischer Quellen	359
Anhang II: Abbildungen	397
Abbildungsnachweise	484
Register	485
1. Personen	485
2. Sachen	493