

Corinna Müller/Harro Segeberg (Hrsg.)

**Kinoöffentlichkeit (1895-1920)**  
**Cinema's Public Sphere (1895-1920)**

Entstehung • Etablierung • Differenzierung  
Emergence • Settlement • Differentiation

**SCHÜREN**

# Inhalt

<i>Corinna Müller/Harro Segeberg</i> ,Öffentlichkeit' und ,Kinoöffentlichkeit'. Zum Hamburger Forschungsprogramm	7
<b>Sektion I Kinoöffentlichkeit in Hamburg und frühe Kinogeschichte in Deutschland</b>	
<i>Joseph Garncarz</i> Öffentliche Räume für Filme. Zur Etablierung der Kinos in Deutschland	32
<i>Pelle Snickars</i> Reading Berlin 1909. ,Medienöffentlichkeit', Daily Press and Mediated Events	44
<i>Jeanpaul Goergen</i> Cinema in the Spotlight. The <i>Lichtspiel</i> -Theaters and the Newspapers in Berlin, September 1913. A Case Study	66
<i>Michael Töteberg</i> Neben dem Operetten-Theater und vis-à-vis Schauspielhaus. Eine Kino-Topographie von Hamburg 1896-1912	87
<i>Corinna Müller</i> Kinoöffentlichkeit in Hamburg um 1913	105
<i>Kaspar Maase</i> Kinderkino: Halbwüchsige, Öffentlichkeiten und kommerzielle Populärkultur im deutschen Kaiserreich	126
<b>Sektion II Kinoöffentlichkeit im internationalen Vergleich</b>	
<i>Guido Convents/Karel Dibbets</i> Verschiedene Welten. Kinokultur in Brüssel und in Amsterdam 1905-1930	150

<i>André van der Velden</i> Cinematic Amusements and Metropolitan Aspirations in Pre-War Rotterdam	157
<i>Werner Michael Schwarz</i> Alltägliche Explosionen. Die Organisation der Großstadt und das frühe Kino am Beispiel Wiens	169
<i>Brigitte Flickinger</i> Der Publikumsmagnet Kino vor 1918 in den Metropolen London und St. Petersburg	176
<i>Judith Thissen</i> The Emergence of Cinema in Jewish New York. How the Movies Came to Rivington Street	196
 Exkurs: Kino und Wissenschaft	
<i>Marina Dahlquist</i> „Swat the Fly”. Educational Films and Health Campaigns 1909-1914	211
 Sektion III Kinoöffentlichkeit außerhalb der Metropolen	
<i>Andrzej Gwóźdź</i> Kinoöffentlichkeit in der Region: Oberschlesien. Nationalpolitische Rahmenbedingungen	227
<i>Martin Loiperdinger</i> Akzente des Lokalen im frühen Kino am Beispiel Trier	236
<i>Mariann Lewinski Sträuli</i> Der Jahrmarkts-Kinematograph als Erfolgsmodell. Historiographische Beiträge aus der Nordostschweiz	247
Autorinnen und Autoren	266

# ‚Öffentlichkeit‘ und ‚Kinoöffentlichkeit‘

## Zum Hamburger Forschungsprogramm

### Zum ‚kritischen‘ Begriff ‚Öffentlichkeit‘ und neuen Perspektiven, ihn zu verstehen

Gegen den Versuch, den Begriff Öffentlichkeit für die Medienforschung fruchtbar zu machen, könnte man einwenden: Gibt es denn ‚Öffentlichkeit‘ überhaupt? Oder muss man sich darunter nicht vielmehr ein virtuelles Konstrukt vorstellen, das Jürgen Habermas<sup>1</sup> entwarf, um die düstere Zerfallsgeschichte „einer einstmals funktionierenden bürgerlich-aufklärerischen Öffentlichkeit, die dann zunehmend zu einem kommerziellen Konsumgut“ wurde<sup>2</sup>, wie den Schattenriss einer längst vergangenen Epoche an die Wand zu projizieren? Immerhin handelt es sich dabei um ein Modell, das im wesentlichen auf Phänomene des 18. Jahrhunderts in Deutschland bezogen ist und sich in anderen nationalen Kulturen und Denkmodellen derart dezidiert weder historisch noch sprachlich wieder findet – um ein Modell also, das (so könnte man folgern) auf deutsche ‚Sonderwege‘ hinweist.

Obwohl solche zugespitzten Fragen nicht nur rhetorisch gemeint sind, sondern zu Recht immer wieder gestellt werden, verhält es sich mit dem Begriff ‚Öffentlichkeit‘ doch nicht so einfach. Denn so umstritten der durch Habermas geprägte Begriff von ‚Öffentlichkeit‘ in seiner provokant widersprüchlichen Bestimmung auch sein mag<sup>3</sup>, so übt er doch noch immer eine große Anziehungskraft aus, wie allein die seit den 1960er Jahren immer lebhafter und kontroverser geführte Diskussion seiner Thesen zeigt. Diese Diskussion spiegelt sich auch in den Beiträgen in diesem Band wieder, die sich mehr oder minder intensiv und auch kontrovers mit dem Begriff ‚Öffentlichkeit‘ und den damit gemeinten Phänomenen auseinandersetzen und sich

1 Jürgen Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt a. M. 1990 (zuerst 1962).

2 Axel Schildt: „Das Jahrhundert der Massenmedien. Ansichten zu einer künftigen Geschichte der Öffentlichkeit“. In: *Geschichte und Gesellschaft*, 27. Jg., 2002, S. 177-206, hier S. 186.

3 Vgl. u. a. Nick Crossley, John Michael Roberts (Hg.): *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere*. Oxford 2004; Jürgen Fohrmann, Arno Orzessek (Hg.): *Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinns*. München 2002, S. 43-51; Pauline Johnson: *Habermas. Rescuing the public sphere*. London, New York 2006

dabei mit dem Problem konfrontiert sehen, das von Habermas geprägte Verständnis des Begriffs mit der Rekonstruktion einer Mediengeschichte in Einklang zu bringen, die für Habermas ganz im Zeichen technischer Massenmedien steht und damit die Verfallsgeschichte seiner genuin literarischen Öffentlichkeit bezeichnet. Vor diesem Hintergrund sei hier nun, in gebotener Kürze, der Versuch zum begriffsgeschichtlichen Brückenschlag über die Jahrhunderte hinweg gewagt.

Die anscheinend zeitlose und noch immer aktuelle Vorstellung von ‚einer Öffentlichkeit‘ im Kollektivsingular ist nach dem in Deutschland von Habermas mitgeprägten historischen Denkmodell ein politisch besetzter Begriff und meint eine mit emanzipatorischer Aufklärung verbundene politische Macht, eine Instanz, die ‚mit einer Stimme spricht‘ und ihre Interessen gegenüber der Staatsmacht verteidigt.<sup>4</sup> ‚Öffentlichkeit‘ in diesem Sinn hat es zwar realhistorisch gesehen bestenfalls in Ansätzen gegeben, gerade deshalb ist sie aber als eine normative regulative Idee zu betrachten, die als ‚Öffentlichkeit‘ eine Instanz zur Bildung einer *kritisch-emanzipatorischen (Gegen-) Öffentlichkeit* meint (zur Staatsmacht nach Habermas, gegen die Normierungsgewalt massenmedialer Bewusstseinsindustrien nach Negt/Kluge<sup>5</sup>).

Dieses Konzept war es, das den Begriff ‚Öffentlichkeit‘ in Deutschland in der Zeit nach der französischen Revolution für das im deutschsprachigen Raum aufstrebende Bürgertum wie auch für die ‚68er‘-Bewegung des 20. Jahrhunderts interessant machte. Man hoffte im 18. Jahrhundert wie auch um 1968, mit der ‚Macht der Öffentlichkeit‘ neue politische Ordnungen erreichen zu können, wobei man dabei an ‚kritisch-emanzipatorische‘ Gruppierungen dachte, ans gebildete Bürgertum einerseits, an die ‚Massen‘ als potentiell emanzipatorische Kraft andererseits (sei es des Proletariats oder all derer, die sich gegen das ‚Establishment‘ wandten). Jürgen Habermas‘ Studie, die erstmals 1962 erschienen war, fungierte dabei für die ‚68er‘ gewissermaßen als ‚Muse‘, um das emanzipatorische Potential von ‚Öffentlichkeit‘ als Gegenöffentlichkeit mit neuen Inhalten zu versehen und wiederzubeleben.

Diese emanzipatorisch-aufklärerische Tendenz des Begriffs ließ ihn auch außerhalb Deutschlands interessant werden, so dass durch Übersetzungen der Schrift von Jürgen Habermas vor allem im englisch- und französischsprachigen Raum eine lebhaft diskutierte ‚Öffentlichkeit‘ entstand. Die Diskussionen drehten sich dabei vor allem anfangs gleichfalls um Formationen von politischen ‚Gegenöffentlichkeiten‘, ohne diese Tendenz jedoch begrifflich wiederzugeben. Wohl um die ideale, emanzipatorische Konnotation des Habermas‘chen Begriffs zu vermitteln, wurde der Begriff ‚Öffentlichkeit‘ mit Wendungen wie ‚public sphere‘ oder ‚espace publique‘ ins Englische und Französische übertragen. Diese Wendungen trugen wohl am besten dem Anspruch

4 Zur Begriffs- und Ideengeschichte vgl. u.a. Lucian Hölscher: *Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit*. Stuttgart 1979; Peter Uwe Hohendahl (Hg.): *Öffentlichkeit – Geschichte eines kritischen Begriffs*. Stuttgart, Weimar 2000; Bernhard Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*. Mit einem Vorwort von J. Habermas. Frankfurt/M. 2007

5 Oskar Negt, Alexander Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt a. M. 1972.

Rechnung, dass aufstrebende gesellschaftliche Gruppen, die sich als ausgegrenzt verstanden, eine nicht länger zu überhörende publizistische Stimme mit den dazu gehörigen Aktionsräumen im gesellschaftlichen und politischen Leben forderten. So eroberten gesellschaftlich aufstrebende Gruppen im Paris des Jahres 1968 ‚die Straße‘, um sich hier unter dem Motto *Les murs ont la parole* Gehör zu verschaffen.

Übersetzungen wie ‚public sphere‘ oder ‚espace publique‘ gaben dem Begriff ‚Öffentlichkeit‘ damit eine weitere, nunmehr auch räumliche Ausrichtung. Diese räumliche Dimension des Begriffs existierte in Deutschland historisch ebenfalls: Als ‚öffentliche Orte‘ galten alle Areale oder Häuser, die für die vorwiegend bürgerlichen Aktanten der neuen Öffentlichkeit zugänglich waren, wobei es sich vor allem um gewerblich genutzte Orte handelte, wie etwa Marktplätze oder Orte, an denen man Erfrischungen und Unterhaltung geboten bekam, oder auch Häuser wie Theater, Oper und dergleichen. Peter Uwe Hohendahl bezeichnet den Begriff ‚Öffentlichkeit‘ daher als einen doppelsinnig angelegten Begriff, der sowohl „einen empirisch erkennbaren Sachverhalt als auch eine Idee vorstellen“ kann.<sup>6</sup>

Die normative Geltung dieser Idee wurde nicht unerheblich dadurch beeinträchtigt, dass sich ihre mediengeschichtliche Basis spätestens seit dem späten 19. Jahrhundert dramatisch verändern sollte. Spätestens seit dem Aufkommen technischer Massenmedien um 1900 ist unter ‚Öffentlichkeit‘ nicht mehr nur die eine ‚literarische‘ Öffentlichkeit zu verstehen, sondern der Begriff kann nun medial sehr unterschiedlich geprägte Formen von Öffentlichkeit bezeichnen. Daher wurde schon vielfach vorgeschlagen, nicht mehr von ‚einer‘ Öffentlichkeit, gedacht und verbalisiert als normativer Kollektivsingular, zu sprechen, sondern von medialen Teil-‚Öffentlichkeiten‘ mit nurmehr begrenzten Geltungsansprüchen auszugehen.<sup>7</sup> Dies empfiehlt sich, wie die Hamburger Medien- und Öffentlichkeitsforscher Karl Christian Führer, Knut Hickethier und Axel Schildt festhalten, vor allem dann, wenn man zur Herstellung von Öffentlichkeit die dafür jeweils entscheidenden Basis-Medien dieser Medien-Öffentlichkeiten in den Blick nimmt.<sup>8</sup> Die Autoren raten daher dazu, die Öffentlichkeiten der Literatur, des Theaters, Kinos, Radios, Fernsehens oder auch der neuen Medien etc. jeweils für sich zu untersuchen, weil man nicht davon ausgehen könne, dass sie identische Merkmale aufweisen, selbst wenn man Überschneidungen in Rechnung stellt. Diese Feststellungen können jedoch nicht nur für die Öffentlichkeiten der Medien gelten, sondern für den ganzen Bereich der Kultur<sup>9</sup>: für die Öffentlichkeiten des Fußballs, von Kneipen, des

6 Hohendahl: *Öffentlichkeit* (wie Anm. 4), S. 3.

7 Vgl. u. a. Jörg Requate: „Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse“. In: *Geschichte und Gesellschaft*, 25. Jg., 1999, Heft 1, S. 5-32; Karl Christian Führer, Knut Hickethier, Axel Schildt: „Öffentlichkeit – Medien – Geschichte. Konzepte der modernen Öffentlichkeit und Zugänge zu ihrer Erforschung“. In: *Archiv für Sozialgeschichte*, 41. Jg., 2001, S. 2-32; sowie Schildt (wie Anm. 2).

8 Führer, Hickethier, Schildt: „Öffentlichkeit – Medien – Geschichte“ (wie Anm. 7).

9 Der Kulturbegriff folgt hier einem weiten und wertneutralen Verständnis von Unterhaltungskultur; vgl. Kaspar Maase: *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970*. Frankfurt/M. 2001.

Tourismus oder auch der Vereine, Spielplätze, Kurorte, Volksfeste usw. mitsamt ihren jeweils sehr unterschiedlichen Publikumsschichten oder gar Fangemeinden.

So gesehen drängt sich die Frage auf, weshalb man weiterhin von „Öffentlichkeiten“ und „Teilöffentlichkeiten“ sprechen sollte und nicht vom „Publikum“, das in Komposita wie „Theaterpublikum“, „Kinopublikum“ oder dem „Fußballpublikum“ etc. fester Bestandteil des Sprachgebrauchs ist. Begriffsgeschichtliche Studien zum Gegenstand von „Öffentlichkeit“ beziehen den Begriff des Publikums und dessen Verständnis und semantischen Wandel mit in die Diskussion ein, und auch Jürgen Habermas benutzt den Publikumsbegriff oft zur Erläuterung seines Modells von bürgerlicher Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert.

Ursprünglich waren beide Begriffe fast synonym, entfernten sich dann jedoch von einander, so dass mittlerweile ein deutlicher Unterschied besteht. „Publikum“ meint jetzt ein präsentisch anwesendes Veranstaltungspublikum von an speziellen Angeboten interessierten Individuen<sup>10</sup>: „der Begriff des Publikums [wird] heute durchgehend als ein empirischer Begriff gebraucht [...], der die Situierung einer Gruppe von individuellen Personen gegenüber einem Autor von Kommunikation bezeichnet“<sup>11</sup>. Ein solches „Publikum“ kann man mit entsprechenden Maßnahmen empirisch exakt nach bestimmten Kategorien erfassen, etwa nach Geschlechts- und Alterszugehörigkeit oder sozialer, bildungsbezogener oder regionaler Zuordnung. Solche empirischen Bestandsaufnahmen lassen sich zu heutigen Fernsehsendungen via Einschaltquote, Befragung relativ exakt bestimmen. Die dafür erforderlichen Daten sind in der retrospektiven historischen Kino-Forschung dagegen sehr viel schwieriger zu ermitteln. Schon dies spricht dagegen, die Erforschung des Kinos auf die Erforschung seiner Publikumsschichten zu begrenzen.<sup>12</sup>

Hinzu kommt ein systematischer Gesichtspunkt. Er berücksichtigt, dass das Konzept von Öffentlichkeit, wie es von Habermas geschaffen wurde und im Folgenden weiterentwickelt wird, die Perspektive der Untersuchung nicht auf die Vorstellung eines nur reagierenden Publikums einschränken sollte. Dies wird bereits aus einer Definition des Begriffs aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht deutlich:

Öffentlichkeit bildet ein intermediäres System, dessen politische Funktion in der Aufnahme (Input) und Verarbeitung (Throughput) bestimmter Themen und Meinungen sowie der Vermittlung der aus dieser Verarbeitung entstehen-

10 Publikum: die „Gesamtheit der Zuschauer, Zuhörer einer Veranstaltung [...] die Gesamtheit von Menschen, die an etwas Bestimmtem, bes. an Kunst, Wissenschaft o.Ä. interessiert sind, [...] die Gesamtheit der Gäste, Besucher in einem Lokal, Kur-, Ferienort o.Ä., bzw. die Gesamtheit von Personen, die jmdm. bei etwas zuhören, zusehen.“ (*Duden. Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim u.a. 2001, S. 1253).

11 Hohendahl: *Öffentlichkeit* (wie Anm. 4), S. 3.

12 Dazu Emilie Altenloh: *Zur Soziologie des Kino. Die Kino-Unternehmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher*. Jena 1914 (Diss. Heidelberg 1913; neu Hamburg 1977): Auswertung bei Corinna Müller: *Frühe deutsche Kinematographie. Formale, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen 1907-1912*. Stuttgart, Weimar 1994, S. 200-209; Helmut H. Diederichs: *Frühgeschichte deutscher Filmtheorie. Ihre Entstehung und Entwicklung bis zum Ersten Weltkrieg*. Habil. Frankfurt a. M. 1996 <http://www.soziales.fh-dortmund.de/diederichs/publ/habilita.htm>, S. 227-239.

den öffentlichen Meinungen (Output) einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System besteht.<sup>13</sup>

Diese Begriffsbestimmung zeigt, dass das Phänomen Öffentlichkeit ein ‚System‘ bildet, an dem mehrere Instanzen beteiligt sind, und diese am ‚System‘ Öffentlichkeit beteiligten Instanzen kann man auch mit der klassischen Trias von ‚Produktion‘, ‚Distribution‘ und ‚Rezeption‘ von Medienprodukten beschreiben, wodurch sich die Perspektive einer Untersuchung von Öffentlichkeit auf alle diese Instanzen erweitert und diese dabei zugleich in ein dynamisches Wechselverhältnis versetzt. Damit ist klargestellt, dass der Begriff Öffentlichkeit bereits in seiner Konzentration auf den Bereich der politischen Information nicht einlinig, sondern reziproke Prozesse des Austausches und der Wirkung zwischen Bürger und politischem System bezeichnet. Dem entspricht, dass die Forderung, jeder Rezipient müsse schon als mündiger Leser mindestens auch Mit-Produzent seiner eigenen Auffassungen sein, bereits das Funktionsprinzip literarischer und politischer Zeitschriften um 1800 kennzeichnet. Was die Utopie, dass sich der Leser auch selber „an ein Publikum durch Schriften“ wendet und damit den Gang der öffentlichen Meinung mitbestimmt, in den Worten des soeben zitierten Philosophen Immanuel Kant durchaus einschließt.<sup>14</sup>

Vor diesem Hintergrund impliziert die Übertragung des Begriffs Öffentlichkeit in die Kinoforschung die Hypothese, dass auch der in seiner Wirkung nicht zu bestreitende Einflussfaktor einer industriell organisierten Filmproduktion keineswegs dazu führt, dass die Filmzuschauer auf den Status von mehr oder weniger passiv reagierenden Rezipienten reduziert werden. Die Übertragung des Begriffs Öffentlichkeit geht vielmehr von der Prämisse aus, dass es auch im System ‚Kino‘ zumindest tendenziell rückbezügliche Wirkungsprozesse zu beobachten gibt, etwa dann, wenn die Zuschauer am Ort bestimmte Kinos oder bestimmte Programme und Filme mehr favorisieren oder ablehnen als andere, so dass die Kinos Leitlinien für die Programmgestaltung erhalten. Der Publikumserfolg bestimmter Filme beeinflusst wiederum auch die Filmproduktion, indem diese sich aus kommerziellen Gründen am besonders großen Publikumszuspruch mit orientiert. Man kann zwar nicht annehmen und behaupten (wie es die Filmindustrie zu tun pflegt), dass der Wille des Publikums den entscheidenden Machtfaktor im System ‚Kinoöffentlichkeit‘ ausmacht und dessen Leitlinie bildet – dies anzunehmen wäre naiv –, doch ganz ohne Einfluss ist, wie gesagt, das Kinopublikum nicht. Zwar kann die Filmindustrie das Zuschauerverhalten ihrerseits beeinflussen, indem sie auf bestimmte Filme massiv durch Werbemittel aufmerksam macht und dadurch den Kinobesuch stimuliert, doch Misserfolge groß lancierter

13 Jürgen Gerhards, Friedhelm Neidhardt: „Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze“. In: Stefan Müller-Doohm, Klaus Neumann-Braun (Hg.): *Öffentlichkeit, Kultur, Massenmedien*. Opladen 1991, S. 31-90, hier S. 34-35.

14 Vgl. Immanuel Kant: „Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?“ (1784). Zit. nach ders.: *Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik*. Hg. v. Wilhelm Weichschedel. Darmstadt 1964, S. 56.

amerikanischer ‚Blockbuster‘ in Europa zeigen, dass breite Reklamekampagnen nicht zwangsläufig zum Erfolg führen. Mit anderen Worten: Obwohl die ‚Macht des Publikums‘ auch im System von Kinoöffentlichkeit insgesamt gesehen sicherlich begrenzt ist, bildet sie dennoch einen nicht zu unterschätzenden Einflussfaktor.

Eine daran anknüpfende produktive Übertragung des Begriffs Öffentlichkeit in die Bereiche der ‚Kulturindustrie‘ setzt voraus, dass der Begriff Öffentlichkeit nicht länger, wie in der zitierten Begriffsbestimmung der Soziologen und Kommunikationswissenschaftler Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt geschehen<sup>15</sup>, auf die Bildung einer ‚öffentlichen Meinung‘ bzw. ‚öffentlicher Meinungen‘ im Sinn einer politischen Willensbildung eingeschränkt wird, sondern den Bereich einer vornehmlich auf Unterhaltung fokussierten modernen Medienkultur einschließt. Dafür spricht, dass ein stets nur mit Zeitverzögerung ‚übertragendes‘ Kino auf der einen Seite mit der politischen Informationsvermittlung des auditiven Live-Mediums Hörfunk oder gar des audiovisuellen Live-Mediums Fernsehen strukturell nicht zu konkurrieren vermag, was auf der anderen Seite nicht ausschließt, dass Kino und Printmedien auch in der Informationsvermittlung einen wechselseitig produktiven Medienverbund eingehen konnten.<sup>16</sup> Dabei ist jedoch zu bedenken, dass die anfangs sehr erfolgreich mit dem Monopol des bewegten Bilds arbeitende ‚optische Berichterstattung‘ des frühen Films sich immer als Teil eines Unterhaltungsprogramms verstand, das Information einschloss, sich aber nicht auf diese einschränkte oder diese für sich monopolisieren wollte. Kino konzentrierte sich vielmehr im medialen System für Informationsvermittlung auf die – wie seine Befürworter selbst betonten –,Illustration der Tagespresse‘; die Funktion der politischen Meinungsbildung im eigentlichen Sinn hatte die Presse inne.

Vor diesem Hintergrund können wir die bereits mehrfach erhobene Forderung nach einer auch außerpolitische Bereiche wie zum Beispiel Unterhaltung umfassenden „kulturellen Öffnung des Öffentlichkeitsbegriffs“ nur mit Nachdruck unterstützen.<sup>17</sup> Alles, was im Gegensatz zur zweckgerichteten Information dem Bereich einer in diesem Sinn zweckfreien Unterhaltung angehört, sollte in einen dementsprechend weit gefassten Begriff von kultureller Öffentlichkeit einbezogen werden.<sup>18</sup> Er kann dann alles das mit umfassen, was bereits um 1900 weder der Information noch der Bildung, sondern der diese Bereiche einschließenden Zerstreung eines an

15 Vgl. ähnlich auch Müller-Doohm, Neumann-Braun: *Öffentlichkeit* (wie Anm. 13); Günter Bentele, Manfred Rühl (Hg.): *Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven*. München 1993 (Schriften der DGPK 19); Rudolf Maresch (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit. Positionen, Symptome, Simulationsbrüche*. München 1996; Peter Szyszka (Hg.): *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation*. Opladen 1999.

16 Vgl. hierzu den Beitrag von Pelle Snickars am Beispiel der Berichterstattung über das Erdbeben von Messina (1909) in diesem Band.

17 Vgl. Jörg Requate: „Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse“. In: *Geschichte und Gesellschaft*, Jg. 1999, H. 1, S. 5-32; Hartmut Weßler: *Öffentlichkeit als Prozeß*. Opladen 1999, S. 37.

18 Knut Hickethier hat hierfür den Begriff der Unterhaltungsöffentlichkeit geprägt; vgl. ders.: „Öffentlichkeit und Öffentlichkeiten“. In: Ders.: *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2003, S. 202-221, hier bes. S. 214.

schnelle Reizwechsel gewöhnten, insbesondere großstädtischen Publikums zugeordnet werden konnte<sup>19</sup> und heute, hundert Jahre später, (nicht ohne medienkritische Polemik) die Vorstellung weithin *zerstreuter* (Medien-)Öffentlichkeiten kennzeichnet.<sup>20</sup>

Daraus lässt sich ein erstes Zwischenresümee ableiten: Nimmt man die bisher erörterten Argumente zusammen, dann spricht vieles dafür, sich nicht länger daran zu stören, dass der Begriff Öffentlichkeit am Beispiel einer im 18. Jahrhundert sich ausbildenden Schrift- und Bildungs-Kultur gewonnen wurde, seine Befürworter daraus die ebenso normative wie exklusive Idee einer an das Medium der Schrift gebundenen kritisch-emanzipatorischen politischen Öffentlichkeit entwickelten und daher überall dort, wo „das Publikum als Hörende und Sehende“ angesprochen wurde, einen Verlust an „Mündigkeit“ feststellen wollten.<sup>21</sup> Statt sich über solche kulturkritische Perhorreszierungen zu echauffieren (oder ihnen immer noch zu folgen), möchten wir mit unserer Erprobung des Begriffs Kino-Öffentlichkeit dazu auffordern, an der reziprok-dynamischen und multifaktorellen Dimension dieses Begriffs festzuhalten und ihn aus seiner überwiegend schriftkulturellen und/oder informationspolitischen Fixierung herauszulösen.

Um hier voranzukommen, ist es – *erstens* – notwendig ‚Kultur‘ nicht länger mit einer bestimmten historischen Schrift- und Bildungskultur gleichzusetzen, sondern mit diesem Begriff die Gesamtheit aller Zeichensysteme und Handlungen anzusprechen, in denen in einer Gesellschaft über Werte, Sozial-Rituale und Sinnzuschreibungen kommuniziert wird. Weiter ist – *zweitens* – festzuhalten, dass der Begriff der Öffentlichkeit nicht an ein bestimmtes Medium gebunden ist, sondern rein heuristisch gesehen lediglich voraussetzt, dass sich zwischen unterschiedlichen *Akteuren* mehr oder weniger verdichtete Prozesse der *Kommunikation* in bestimmten *Räumen* mit Hilfe bestimmter *Medien* ereignen. Hinzu kommt – *drittens* –, dass sich nach dem Ende des Schriftmonopols die Rede von der ‚einen‘ Öffentlichkeit schon aufgrund einer zunehmend diversifizierten Medienwelt verbietet. Woraus sich – *viertens* – folgern lässt, dass Öffentlichkeit überall dort stattfindet, wo *Akteure* in *Räumen* mit Hilfe von *Medien* das herstellen und verdichten, was wir heute *Kommunikation* nennen. Die dazu erforderlichen Räume können (im Kaffeehaus des 18. Jahrhunderts oder im Kino des 20. Jahrhunderts) die physisch existenten Räume einer bestimmten *Veranstaltungsöffentlichkeit* ausmachen oder die medial generierte *Reflexionsöffentlichkeit* eines in einer Zeitung oder in einem Kino über kulturelle Ereignisse oder neue Filmpremieren sich austauschenden Publikums bezeichnen.

Man könnte auch pointieren: Öffentlichkeiten sind ohne Medien gar nicht denkbar, und Öffentlichkeiten sind so gesehen stets als plural verfasste Medien-Teilöffentlichkeiten zu denken. Ob und inwiefern sich aus deren Zusammenwirken so etwas wie eine neue Form von Gesamtöffentlichkeit herausbildet, wäre jeweils im Einzelfall zu prüfen.

19 Vgl. Harro Segeberg: *Literatur im technischen Zeitalter*. Darmstadt 1997, S. 267ff.

20 Vgl. Fohrmann, Orzessek (Hg.): *Zerstreute Öffentlichkeiten* (wie Anm. 3).

21 Vgl. Habermas: *Öffentlichkeit* (wie Anm. 1), S. 187f.

## Warum Kino-Öffentlichkeit?

In einer solchen Perspektive liegt die Bedeutung von Fotografie, Film, Hörfunk und Fernsehen nicht darin, dass mit ihnen Medien überhaupt in die Entstehung und Verdichtung von Öffentlichkeiten eingreifen, sondern darin, dass die damit markierten Prozesse nunmehr von Medien ausgehen, die nicht länger der Handwerks-Technologie einer noch relativ statisch verfassten Vor- bis Frühmoderne angehören; an ihrer Stelle wird jetzt die Maschinen-Technologie einer seit 1800 stetig beschleunigten technisch-industriellen Moderne wirksam. Dieser Zusammenhang macht es verständlich, dass die im frühen 20. Jahrhundert besonders expansiven ‚neuen‘ Medien Phonograph, Grammophon, Telefon, Telegraphie oder (Stumm-)Film zusammen mit der illustrierten Tages- und Wochenpresse der Zeit den Umbau sozialer Hierarchien und Topographien keineswegs nur abbilden, sondern durch die Einbeziehung immer neuer Publikumsschichten selber aktiv mit vorantreiben. Es ist dieses Wechselverhältnis, in dem moderne Massenmedien das mit erzeugen, was den das 20. Jahrhundert prägenden Typus massenmedial verfasster Unterhaltungs-Öffentlichkeiten ausmacht. Kino ist zwar nicht ‚die‘ Medien-Öffentlichkeit, aber doch ein formativer Bestandteil dieser Medien-Öffentlichkeit.

Will man den spezifischen Beitrag des Kinos zu deren Entstehen qualitativ gewichten, dann bietet bereits die kommunikations- und politikwissenschaftliche Forschung durchaus brauchbare methodische Hilfestellungen zum Lichten des potentiellen Dickichts der hier wirksamen Faktoren. So unterscheiden Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt im Zuge ihrer bereits zitierten Untersuchung zu *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit* drei grundlegende Formen von Öffentlichkeit: (1) eine „Encounter-Öffentlichkeit“, die sich bildet, „wenn Menschen heterogener Herkunft mehr oder weniger zufällig aufeinander treffen und miteinander kommunizieren“ wie in Kaffeehäusern oder Salons, (2) eine „Veranstaltungsöffentlichkeit“, wie sie bei öffentlichen Versammlungen oder Veranstaltungen entsteht, und (3) die Öffentlichkeit der Massenmedien.<sup>22</sup>

Diese Unterscheidung ermöglicht eine erste Verortung des Kinos in der Medienöffentlichkeit – auch und gerade in historischer Hinsicht. Denn das Kino – und vor allem das frühe Kino zur Zeit seiner Entstehung – umschließt noch alle diese drei Formen von Öffentlichkeit: als (1) Zufallsversammlung einer miteinander kommunizierenden ‚Encounter-Öffentlichkeit‘ zum Beispiel in einer Kneipe, mit deren Betrieb frühe Kinos nicht selten verbunden waren; auch strukturell gestattete das Medium Stummfilm die Kommunikation untereinander und im Kommentar des Medienangebots (wenigstens zuweilen); als (2) ‚Veranstaltungsöffentlichkeit‘, die allgemein zugänglich war, somit als öffentlicher Ort fungierte und gezielt aufgesucht werden musste, so dass man sich beim Betreten des Kinos zur ‚öffentlichen Person‘ machte; (3) entstand in Film und Kino jedoch auch ein von Anonymität und Vereinzelung geprägtes Massenmedium.

22 Vgl. Gerhards, Neidhardt: „Strukturen und Funktionen“ (wie Anm. 13), S. 50ff.

In dieser Hinsicht fungierte das Kino kulturhistorisch als ein wichtiges Binde- und Zwischenglied zwischen traditionellen und modernen Medien und erfüllte damit eine elementare Mittlerfunktion zwischen beiden: Einerseits war es gekennzeichnet von der Familiarität des (Kneipen-) ‚Kinos um die Ecke‘ und der (Semi-) Privatheit des Kinodunkels, worin es später eine Brücke zu den Individualmedien Radio, Fernsehen, Internet bildete. Andererseits war das Kino ein öffentlicher Ort des ‚Sehens und Gesehen-Werdens‘ und ähnelte darin den traditionellen Foren der Kultur, worunter in diesem Zusammenhang Theater, Musikbühnen, Varietés, politische Versammlungen, Vereinsversammlungen oder Informationsveranstaltungen allgemeiner Art zu verstehen sind.

Die innovative und vermittelnde Funktion des Kinos bestand zunächst einmal darin, dass es anders als die Bühnen keine Umbaupausen für die Einrichtung wechselnder Szenarien der einzelnen Akte und somit kein Foyer benötigte, in das die Zuschauer während der Umbaupausen entlassen wurden. Deshalb führten die ‚Lichtspiel-Theater‘ kulturhistorisch das im bisherigen Sinn dysfunktionale Foyer ein, das nicht länger Versammlungsort, sondern nurmehr Schauobjekt war, das man nach dem Einlass oder zum Verlassen des Kinos durchquerte, das kaum mehr eine soziale Funktion hatte und keiner gesellschaftlichen Kontrolle unterlag. Bereits in dieser Hinsicht fungierte das Kino als kulturhistorische Institution eines Massenmediums, das als öffentliche Instanz eine kontrollfreie Anonymisierung und Individualisierung seines Gebrauchs zuließ und förderte.

Film und Kino bedeuteten darüber hinaus einen ‚harten Einschnitt‘ in der räumlichen Ausdehnung von kultureller Öffentlichkeit: Der Film war das erste visuelle (und später auch audiovisuelle) Medium in der Geschichte, das sich seit 1905/06 mit dem Kino massiv in allen bevölkerungsreichen, ökonomisch interessanten Ansiedlungen ausbreitete und sich in die Lebenswelt der Bewohner drängte – viele Orte in Deutschland, die um 1910 dann drei oder vier Kinos beherbergten, hatten nie ein Theater und auch keine anderen stationären Veranstaltungsmedien besessen. Im Zug der Ausbreitung des Kinos erlebten wiederum die am dichtesten besiedelten und daher für avisierte Massenpublika besonders interessanten Metropolen und Großstädte einen unerwartet schnellen und intensiven Kino-Boom, in dessen Verlauf die Kinos das Stadtbild nachhaltig veränderten:

Es ist da draußen, irgendwo am Ende der Frankfurter Allee. Regenfeucht und trübe geht der Sonnabend zu Ende, die Promenade mitten in der breiten Straße liegt fast ganz im Dunkeln, und nur hier und da werfen die Schaufenster ein grelles gelbes oder rötliches Licht auf die Menschen, die in hastender Müdigkeit von der Arbeit nach Hause eilen. [...] Wie eine Insel liegt nur das Kinotheater da, fröhlich und unbekümmert und alles überschreiend mit seiner Lichtreklame, seinen riesengroßen, grellfarbenen Plakaten.<sup>23</sup>

23 Wilhelm Cremer: „Parsifal. Uraufführung im Kino des Ostens“. In: *Berliner Börsen-Courier*, Nr. 127, 16.3.1913, 2. Beilage, S. 9; zit. n. Jörg Schweinitz (Hg.): *Prolog vor dem Film. Nachdenken über ein neues Medium 1909-1914*. Leipzig 1992, S. 43-46; hier S. 43.

Die Ursachen dafür, dass sich das Kino derart massiv ausbreiten konnte, waren ökonomischer und technischer Natur. In ökonomischer Hinsicht war das Betreiben von Opern-, Theater-, Varieté Bühnen sehr personal- und kostenintensiv, beschränkte deren rentablen Betrieb auf Großstädte und hielt deshalb die Anzahl der genannten Einrichtungen sehr überschaubar, ebenso wie die der gleichfalls aufwendigen und kostenintensiven Panoramen. Die dem Film und Kino wohl am unmittelbarsten verwandten Laterna magica-Schauen entwickelten sich nach dem gegenwärtigen Wissensstand sogar überhaupt nicht zu einem ständigen örtlichen Unterhaltungsangebot. Dies mag zwar auf den ersten Blick erstaunlich erscheinen – waren Laterna magica-Vorführungen doch bereits im ausgehenden 19. Jahrhundert ebenso „industriell“ organisiert wie später das Kino (man denke nur an die Massenfertigung der Bilder oder die institutionalisierte Programmdistribution).

Eine Erklärung hierfür liefert die technische Handhabung dieses Mediums: Die Laterna magica-Projektion war ein Kunsthandwerk, das mit hohen Anforderungen an den Vorführer verbunden war, der jeden Handgriff während der Vorstellung akkurat beherrschen und die Programmgestaltung genau einstudieren musste. Die Programme ließen sich daher nicht in einem schnellen Rhythmus austauschen, wie es für stationäre Vergnügungsangebote notwendig war. Dies führte dazu, dass die Laterna magica zu einem prädestinierten Betätigungsbereich für reisende Schausteller wurde, die mit einem kleinen Repertoire von Ort zu Ort zogen und auf diese ebenso simple wie ökonomisch ertragreiche Weise statt des Programms das Publikum des Programms austauschten.

In diesem Kontext wird es verständlich, dass die Voraussetzung für eine quantitativ ausgreifende, dauerhafte lokale Präsenz als kollektives visuelles Unterhaltungsmedium erst mit dem Film und dem Kino gegeben war: Auf allen Ebenen ungleich kostengünstiger, ließen sich die Kinoprogramme dank einer äußerst rasch (dem Vorbild der Laterna magica abgeschauten) perfektionierten Distribution sehr viel schneller austauschen, und auch das Betreiben eines Kinos war personalarm, im technischen Betrieb vergleichsweise einfach zu handhaben, kostengünstig und bedurfte zudem keiner allzu großen Vorbildung und Schulung. Dank dieser günstigen Voraussetzungen konnte der Film das erste *Massenmedium* in der Geschichte der Unterhaltungsöffentlichkeit im Sektor der Veranstaltungsöffentlichkeit werden, dem es gelang, bis dahin ungekannte Mengen von Publikumsschichten zu bedienen und durch konkurrenzlos günstige Preis-Leistungs-Angebote für sich zu interessieren und zu gewinnen. Was die illustrierte Presse seit Mitte des 19. Jahrhunderts auf der Ebene der Literatur geleistet hatte – erstmals ein literarisches Publikum zu finden, das (nicht nur im Ausnahmefall des Bestsellers) in die Hunderttausende ging – vollbrachte der Film auf der Ebene der Bildmedien und Veranstaltungsöffentlichkeiten in quantitativ neuer Weise, indem er eine neue kulturelle Öffentlichkeit für Millionen zuvor an der Unterhaltungskultur nicht Beteiligte schuf. Insofern markiert das Kino einen ganz zentralen und impulsgebenden Markstein zur Entstehung dessen, was wir heute unter einer Medienmoderne verstehen.

Schon dieser Exkurs in die Frühgeschichte des Kinos zeigt, wie produktiv es sein kann, den Begriff Öffentlichkeit in die Film- und Kinoforschung hineinzutragen. Denn dann zeigt sich: Das Kino markierte eine wichtige Zäsur in der Kulturgeschichte medialer Öffentlichkeiten deshalb, weil es sich mit seiner extrem schnellen und raumgreifenden Verbreitung massiv ins Alltagsleben der Zeitgenossen drängte und städtische Erscheinungsprofile nachhaltig veränderte. Auch und nicht zuletzt auf diesen Ebenen bildete das Kino radikal neue Formen von Öffentlichkeit aus, die bereits dem Kaiserreich das Antlitz einer wilhelminischen ‚Spaßgesellschaft‘<sup>24</sup> verleihen.

## Dimensionen von Kinoöffentlichkeit

Um solche Erkenntnisprozesse weiter voranzutreiben, schlagen wir vor, Begriff und Sache einer Kinoöffentlichkeit in terminologischer Hinsicht wie folgt zu vermessen. In diesem Sinne meint ‚Kinoöffentlichkeit‘ in unserem Hamburger Projekt:

1. Die Gesamtheit aller topographischen, ökonomischen, programmästhetischen und rezeptionshistorischen Faktoren, die zuerst im Rahmen bereits existierender *Versammlungsöffentlichkeiten* (wie der des Varietés oder des ‚Doms‘) und dann im Rahmen einer eigenen, dauerhaft präsenten *Veranstaltungsöffentlichkeit* des ortsfesten Kinos die Produktion, die Distribution und die Rezeption von Filmen ermöglichen und steuern (also alles, was im engeren Sinn zum ‚Kino‘ im Sinne des französischen Terminus ‚cinéma‘ gehört).
2. Die Gesamtheit aller kulturellen Institutionen, in denen die *Veranstaltungsöffentlichkeiten* des Kinos in der Form einer *reflexiven Begleitöffentlichkeit* kommentiert (Presse), reflektiert (Kinodebatten) und reglementiert (Polizeiberichte, Zensur) werden.
3. Die strategisch anvisierten sowie, insofern sich dies gesichert feststellen lässt, die tatsächlich erreichten Publikumsschichten des Kinos.

Was die im Rahmen dieses Modells zu berücksichtigenden Faktoren angeht, so verbinden wir mit ihrer Auflistung nicht die Vorstellung, eine jede empirische Untersuchung müsse alle diese Faktoren ebenso vollständig wie mit gleicher Ausführlichkeit erheben und auswerten. Wir gehen vielmehr davon aus, dass die Idee eines Zusammenwirkens aller dieser Faktoren in Form einer heuristischen Leithypothese den Horizont konkreter Falluntersuchungen zur Gestalt und Bedeutung einer Kinoöffentlichkeit im Ensemble kultureller Öffentlichkeiten produktiv erweitert. Die Frage, zu welchen dieser Faktoren im Einzelfall recherchiert und ausgewertet werden soll, wird sich an der jeweils zu ermittelnden Quellenlage und am konkreten Forschungsinteresse ausrichten.

24 Bernd Kittlaus 2002 im Internet unter [http://www.single-generation.de/wissenschaft/kaspar\\_maase.htm](http://www.single-generation.de/wissenschaft/kaspar_maase.htm).

Will man auf diese Weise spezielle und allgemeine Forschungsperspektiven miteinander verknüpfen, dann erfordert dies eine genaue Unterscheidung zwischen Aussagen, die sich im Rahmen empirisch gesättigter Einzelstudien auf so exakt wie möglich erhobene Einzelfälle beziehen, und Aussagen, die typologisch verallgemeinern und sich darin als Vorgabe für weitere Forschungen bewähren oder auch nicht bewähren. Aus beidem zusammen kann dann so etwas wie ein Gesamtbild zur Entstehung, Etablierung und Differenzierung von Kinoöffentlichkeit zwischen 1895 und 1920 entstehen.

Fasst man in diesem Sinne unsere bisherigen Überlegungen, die bis jetzt gewonnenen Ergebnisse des Hamburger Projekts sowie die Beiträge zu diesem Band, die aus einer internationalen Fachkonferenz im Dezember 2003 hervorgegangen sind, in einer Mischung aus Rückblick und Vorausschau zusammen, so lassen sich für eine Gesamtansicht von „Kinoöffentlichkeit“ schon jetzt, mit der gebotenen Vorsicht, die folgenden generalisierenden Annahmen begründen:

1. Gerade wenn man auf das Anregungspotential des Begriffs Öffentlichkeit nicht länger verzichten will, so setzt dies mit Nachdruck voraus, den Begriff Öffentlichkeit kategorial nicht mit dem gleichzusetzen, was sein Mitbegründer Habermas als Modell einer medial wie sozial homogenen Schrift-Öffentlichkeit zum Ausgangspunkt seiner Untersuchungen über den *Strukturwandel der Öffentlichkeit* im 19. und 20. Jahrhundert gemacht hat. Anzustreben ist statt dessen (aus Gründen, die im einzelnen dargelegt wurden) ein kulturell erweiterter Öffentlichkeitsbegriff, der darüber hinaus nicht länger normativ auf die Vorstellung einer kritischen *Informations-Öffentlichkeit* festgelegt ist.
2. Um dies zu leisten, erscheint es als sinnvoll, unter ‚Kultur‘ alle Zeichensysteme und Handlungen zu verstehen, in denen sich eine Gesellschaft über ihre Werte, Normen und sozialen Rituale verständigt, und von ‚Öffentlichkeit‘ überall dort zu sprechen, wo Akteure in bestimmten Räumen mit Hilfe bestimmter Medien eine kommunikative Verständigung über die in ihrer Gesellschaft geltenden Werte, Normen und Sozialrituale anstreben. Ob es sich dabei um Information oder Unterhaltung oder um Bildungs- oder Populär-Kultur handelt, ist im Rahmen einer solchen Vorstellung von *kultureller Öffentlichkeit* erst in zweiter Linie wichtig.
3. In dieser Perspektive liegt (wie sich unsere dazu bereits ausgeführten Überlegungen jetzt generalisieren ließen) die Bedeutung der technischen Massenmedien des 20. Jahrhunderts nicht darin begründet, dass sie die Form einer auf Medien gestützten kulturellen Kommunikation überhaupt erst geschaffen hätten, sondern darin, dass technische Massenmedien eine nur mit ihrer Hilfe herstellbare *Intensivierung* und *Extensivierung* dieser kulturellen Öffentlichkeit möglich gemacht haben. Dies führt dazu, dass (um unsere dazu schon gegebenen Beispiele zu ergänzen) akustische und/oder visuelle Daten in Echtzeit übertragen (Radio, Fernsehen) oder beliebig oft und an wechselnden Orten zugleich reproduziert werden können (Kino); demgegenüber konnten Präsenzmedien wie Theater, Variété oder

Panorama-Rundgemälde in der Regel nur an ihrem jeweiligen *Ausstellungsort* ihr Massenpublikum mit einem vergleichsweise großen Kostenaufwand erreichen.

4. Diese konstitutive Rolle technischer Massenmedien führt dazu, dass sich die Gesamtheit einer bis um 1900 illustrativ angereicherten homogenen Schrift- und Druck-Öffentlichkeit in die Pluralität jeweils unterschiedlicher kultureller Teilöffentlichkeiten zersplittert, und Kino repräsentiert in dieser Perspektive eine wichtige, ausgesprochen dynamische Teilöffentlichkeit in der Pluralität dieser Medienöffentlichkeiten. In ihr kann die Vorstellung von Gesamtöffentlichkeit entweder aus dem Zusammenwirken mehrerer Teilöffentlichkeiten (Radio, Film, Massenpresse, Fernsehen) oder aus dem Integrationsanspruch einer (heutzutage) sich selbst als universal verstehenden neuen Medienöffentlichkeit (Computer, ‚Neue Medien‘) entstehen.
5. Für das 20. Jahrhundert möchten wir für die Herausbildung nunmehr massenmedial geprägter Kulturöffentlichkeiten am Beispiel der Kinoöffentlichkeit, idealtypisch gesprochen, im Folgenden *vier Phasen* unterscheiden, wobei wir davon ausgehen, dass diese Phasen einander in chronologischer Hinsicht keineswegs ablösen oder in aufsteigender Linie aufeinander folgen, sondern einander überlagern oder sich ineinander verschieben können. Insofern meinen wir kein teleologisches EntfaltungsmodeLL, sondern denken eher an im Einzelfall genau auszumessende Gemengelagen aus einander überkreuzenden medialen Neu- und Umschichtungen. In diesem Sinne sprechen wir im folgenden von
  - einer *Phase der Entstehung/Emergenz* im Rahmen bereits etablierter kultureller Öffentlichkeiten (z.B. Varieté, Theater, Jahrmarkt etc.);
  - einer *Phase der Etablierung* autonomer Öffentlichkeiten (in und um mobile und/oder ortsfeste Kinos)
  - eine Phase des Strebens nach *kultureller Akzeptanz* innerhalb *intern ausdifferenzierter* Kino-Öffentlichkeiten (mit Kinoreformbewegung, Kinderkino, ‚Autorenfilm‘ oder Kinodebatte)
  - eine Phase der Neupositionierung von Kinoöffentlichkeit im Rahmen eines neu auszutarierenden *Medienverbunds* aus ‚neuen‘ und ‚alten‘ Öffentlichkeiten .
6. Im Rahmen eines solchen Phasenmodells lassen sich *integrative* von *konfrontativen* sowie *forcierende* von *retardierenden VerlaufsmodeLLen* unterscheiden. Hinzu kommen *metropolitane* und *lokale* Ausprägungen, wobei sich in beiden Bereichen neben *kommerzialiserten* ModelleLLen auch *kommunitäre* und *partizipative* Modelle mitunter überraschend lange behaupteten. In diesem Sinne sprechen die bisher ermittelten Ergebnisse entschieden dafür, dass sich unterschiedliche regionale und soziale Rahmenbedingungen maßgeblich auf die Ausbildung unterschiedlicher VerlaufsmodeLLen auswirkten, so dass sich nicht von einem ‚ehernen Schema‘ sprechen lässt. Unsere Beiträge legen eher den Gedanken an eine Pluralisierung von Kino und Kinogeschichte nahe und dem wäre, in den Grenzen einer monographisch ausgerichteten Sammelpublikation, im folgenden zuzuarbeiten.