

Heike Klippel

## »The Art of Programming«

2008

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1364>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Klippel, Heike: »The Art of Programming«. In: Heike Klippel (Hg.): »The art of programming«. *Film, Program und Kontext*. Münster: LIT 2008 (Medien'welten. Braunschweiger Schriften zur Medienkultur), S. 7–17. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1364>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - Share Alike 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0>

## »THE ART OF PROGRAMMING«

»The Art of Programming« ist der Titel eines Interviews mit einem der bekanntesten deutschen Experimentalfilm-Kuratoren, Alf Bold (Noll Brinckmann 1990). Dieses Zitat in der Überschrift setzt die Perspektive darauf, wie im Folgenden die Programm-Thematik verhandelt wird: es geht schwerpunktmäßig um Film- bzw. Kino-Programme als ästhetische Praxis. Damit ist ein spezifischer Ausschnitt aus der Programm-Thematik gesetzt, denn Programme gibt es in einer Vielzahl gesellschaftlicher Kontexte, vom Parteiprogramm bis zum Fernsehprogramm, bei denen Ästhetik nicht unbedingt eine Rolle spielt. Dass der Ausdruck »The Art of Programming« bisweilen auch in der Informatik benutzt wird, zeigt allerdings, dass die funktionsorientierte sequenzielle Zusammenstellung von Einzelementen als Kunst gilt, auch wenn sie mit unsinnlichem Material arbeitet.◀1

›Die funktionsorientierte sequenzielle Zusammenstellung von Einzelementen‹ – kann dieser hässliche Ausdruck umschreiben, was man unter Programm versteht? Auf den Begriff ›Programm‹ im Sinne einer Ankündigung (von Ereignissen/Vorfürungen) oder Absichtserklärungen trifft dies sicher nicht zu, auch nicht auf Programme im Sinne von Warensortimenten (Fertigungsprogramme, Verlagsprogramme etc.), sondern nur auf Programme als organisiertes Geschehen. Computerprogramme können in diesem Sinne verstanden werden; sie adressieren zunächst einmal Maschinen,◀2 aber ein weiterer Bereich der Verwendung des Programmbegriffs bezieht sich auf menschliche Aktivitäten: Sportprogramme, Diätprogramme, Lernprogramme – die Spannweite reicht vom Pferdetraining◀3 bis zur erfolgreichen Lebensführung. ◀4 All diese »20-Punkte-Programme zur Leistungsverbesserung ...« haben aus dem Computerprogramm vielleicht eine Ideologie entwickelt, nicht aber eine Ästhetik. Programm ist hier nicht mehr als eine Abfolge von Aktivitäten, die ein bestimmtes Ziel erreichen sollen, die aber selbst keinen eigenständigen Status haben. Solche Pläne sind einem ›Danach‹ unterstellt und wollen ihre Gegenwart überwinden.

Bei Kultur-/Medien-/Unterhaltungsprogrammen kommen zur Funktionsorientierung und Sequenzialität noch zwei Charakteristika hinzu: ihre Bedeu-

tung liegt in der Gegenwärtigkeit ihrer Dauer, und sie sind in kommunikative Zusammenhänge eingebunden. Theater-, Film- und Rundfunkprogramme sprechen direkt ein Publikum an und dienen nicht allein einem Ergebnis in der Zukunft, sondern sind in sich selbst bereits Ereignisse.

Zentral für solche Programme sind folgende Charakteristika: sie wollen bestimmte Ziele bei den Rezipienten erreichen, sie streben eine die heterogenen Elemente übergreifende Identität an, und sie haben einen zeitlichen Ablauf. Auch Museums- oder Ausstellungsobjekte sind rezipienten- und sinnorientiert angeordnet, aber sie sind räumlich bestimmt; selbst wenn ein eindeutiger Parcours vorgegeben ist, kann man zurückgehen und einzelne Objekte erneut anschauen – in Film-, Fernseh- oder Radioprogrammen ist dies nicht möglich. Wiederholungen können zwar in das Programm aufgenommen werden, aber vom Rezipienten selbst initiierte Wiederholungen gehören nicht dazu. Er kann Sendungen aufzeichnen oder sich DVDs und CDs kaufen und sich einzelne Teile noch einmal anschauen/anhören, aber dies liegt außerhalb des Programms. Wie bedeutsam die Heterogenität oder zumindest Selbständigkeit der Einzelbestandteile ist, zeigt sich darin, dass man auch die Musik in Diskotheken nicht unbedingt als Programm bezeichnen würde, da den Musikstücken offensichtlich nicht der Charakter von Einzel-Ereignissen oder Werken zugesprochen wird.

Da ›Programm‹ im Kultur- und Medienbereich eine Bezeichnung für unterschiedliche Praxen und kein Begriff im strengen Sinne ist, können keine klaren Ein- und Ausgrenzungen für all diese Präsentationsformen definiert, sondern nur zentrale gemeinsame Aspekte herausgestellt werden. Dazu gehört die Funktion im Hinblick auf ein Publikum, und fragt man sich nach den ›bestimmten Zielen‹, die bei den Rezipienten erreicht werden sollen, ist das Grundsätzlichste zunächst einmal das, dass sie das Programm akzeptieren und dabei bleiben sollen. Sie sollen nicht abschalten, nicht nach Hause gehen, sondern weiter zuhören, zuschauen, tanzen ... und sobald wie möglich wieder kommen, wieder einschalten. Die aktuelle Attraktion des Publikums ist eine Anforderung, die je nach Dauer des Programms unterschiedlich umgesetzt wird. Ein Fernsehsender, der im Prinzip jederzeit abgeschaltet werden, aber auch sehr lange eingeschaltet bleiben kann, muss mit dieser Problematik anders umgehen als eine zeitlich begrenzte Präsentation, die sich einigermaßen darauf verlassen kann, dass die Zuschauer/innen bis zum Ende sitzen bleiben. Ebenso muss eine Diskothek ein ›Programm‹ machen, das die Besucher über längere Zeit am Ort hält, nicht nur um des Konsums willen, sondern weil das Anknüpfen von Bekanntschaften mit zu den Angeboten gehört und entsprechend Zeit

benötigt. Über ihre direkte Präsenz hinaus aber haben die meisten Programme einen längerfristigen Zukunftsaspekt: Sei es die Kanalbindung im Radio, sei es das Interesse an der Arbeit einer bestimmten Kuratorin – Programme möchten nicht nur vor-schreiben, sondern sich fortschreiben und arbeiten darauf hin, dass ihr Publikum wiederkehrt. Auf welche Weise ein längerfristiges Publikumsinteresse erzielt wird, lässt sich nur mehr oder weniger vage umschreiben. Programme sind erfolgreich, wenn sie ihr Publikum nicht langweilen, aber daraus ergibt sich nicht unbedingt, worin ihr Unterhaltungsmoment besteht, oder ob sie überhaupt ›unterhalten‹ müssen. Ein Aspekt der Publikumsansprache ist die emotionale Dramaturgie oder Affektmodulation eines Programms (vgl. Jost 2002, Eder 2005), die historisch, situativ und je nach Medium oder Ausführungsform unterschiedlich gehandhabt wird. Abwechslung und Überraschung können gewünscht, aber auch abgelehnt werden, die Frustration von Erwartungshaltungen kann eine negative Resonanz finden, genauso aber kann die Erfüllung von Erwartungen langweilen. Sinnliche Intensität, Konfrontation ebenso wie Information oder transparente Strukturen – all dies kann negativ wie auch positiv aufgenommen werden. Zuschauer »vereinfachend als Hedonisten [zu] betrachten, die versuchen, ihren Gefühlszustand mit Hilfe der Medien positiv zu beeinflussen (*Mood Management*) und dabei über begrenzte Ressourcen an Aufmerksamkeit und geistiger Energie verfügen« (Eder 2005, 372), ist nicht unberechtigt, aber sicher eine zu starke Vereinfachung. Ohne solche Bedürfnisse nach positiver affektiver Stimulierung abzuwerten, muss festgehalten werden, dass gerade Programmgestaltungen die kreative Vorstellungskraft und Phantasie der Zuschauer in besonderem Maße aktivieren können, und dass das Publikum oft mehr verlangt als moderate Emotionsbäder. Über dieses »Mehr« kann nur spekuliert werden, es bezieht sich auf ein Unbekanntes, eine neue Erfahrung vielleicht, neue Ideen, ein nicht alltägliches Erleben; es ist aus der Publikumperspektive nur schwer beschreibbar und aus der Veranstalterperspektive sehr schwer kalkulierbar. Ob und in welchem Maße dieses »Mehr« zur Erzielung längerfristiger Wirkungen benötigt wird, ist eine Aufgabe, der sich die Programmproduzenten stellen müssen und die je nach Medium und Anspruch unterschiedlich gelöst wird. Für Filmfestivals z.B., deren Filme nach vorgegebenen Prinzipien ausgewählt und erst danach zu Programmen zusammengestellt werden, kann eine zufrieden stellende Affektmodulation weder zu den Zielsetzungen gehören noch wird sie erwartet. Dennoch wäre es falsch anzunehmen, dass der Anspruch der Zuschauer/innen an Filmfestivals vorwiegend in Informations- und Erkenntnisinteressen besteht; Anregung und Abwechslung von Emotionen und Phantasie gehören ebenso dazu

wie Konfrontationen und Skandale, die den Ereigniswert und die Attraktion des Festivals steigern.

Damit ist ein zweiter zentraler Aspekt von Programmen in Kultur und Medien deutlich geworden, nämlich die Spannung zwischen Identität und Heterogenität. Reihensie zu viele ähnliche Elemente, fällt die Spannung ab, versammeln sie zu stark unterschiedliches Material, ist keine Kohärenz mehr erkennbar, und es handelt sich mithin nicht mehr um ein Programm – so könnte man es oberflächlich zusammenfassen. Ein genauerer Blick zeigt allerdings, dass Kohärenz auf verschiedenen Wegen erzeugt werden kann und nicht von Ähnlichkeiten abhängt. Idealerweise entsteht aus abwechslungsreichen, heterogenen Elementen eine übergeordnete Identität, wobei diese vom ›Autor‹ bzw. der veranstaltenden Instanz ebenso wie vom Publikum ausgehen kann. Als Beispiele für zwei sehr weit voneinander entfernte Punkte der Skala können Fernsehsender und Experimentalfilmprogramme herangezogen werden.

Bei Fernsehsendern zeigt das Phänomen der ›Kanaltruede‹, dass die Programme Erwartungshaltungen aufbauen, die zum bevorzugten Einschalten bestimmter Sender führen. »Da offenbar nach wie vor das Programm und sein Image ein ausschlaggebender Faktor für diese Programmauswahl ist, sind alle Veranstalter bestrebt, eben diese Programmmarke zu pflegen« (Hasebrink 2005, 390). Der Sender versucht sich als Instanz zu etablieren, die die Zuschauer mit der Erfüllung bestimmter Bedürfnisse identifizieren und auf die sie sich verlassen. In einem solchen durch Wiederholungen und Ähnlichkeiten gekennzeichneten Kontext können neue Angebote, Änderungen und Modifikationen auf Akzeptanz rechnen, da das Publikum davon ausgeht, dass sie weiterhin die bereits zuvor bedienten Bedürfnisse erfüllen.

Eine ganz andere Programmform bilden Experimentalfilmprogramme. Hier stehen ein/e Kurator/in oder ein Kino nicht für Berechenbares, sondern für Unvorhersehbares ein, so dass die identitätsstiftende Wirkung beim Publikum liegt. Ihre Erwartung an die Programmgestalter ist, dass sie Verbindungslinien und Assoziationen ermöglichen, aber diese werden dann von den Zuschauern geleistet. Ähnliches gilt für Filmfestivals: sie geben feste Rahmen vor, die die Erwartungshaltungen der Zuschauer lenken, und versuchen mit ihrer Programmzusammenstellung, die Eigenaktivität des Publikums zu unterstützen. Ihr Profil besteht in Auswahl- und Kombinationsprinzipien, filmpolitischen Zielsetzungen, bestimmten Programm-Sparten und Schwerpunktsetzungen. Aufgrund der episodischen Ereignisstruktur und der Heterogenität des Gezeigten muss das jeweilige Programm immer wieder neu mit Argumenten und Begründungen im Rahmen justiert werden. Für die Programme von Kulturfestivals, die mit anderen Medien oder Kunstformen arbeiten, gelten vergleich-

bare Kriterien; aber es erscheint als eine Spezifität von Filmprogrammen, dass das Identitätsmoment in besonderem Maße auf die Seite des Publikums rückt. Filmprogramme profitieren vom Prinzip der Montage, die sich in einer assoziationsstiftenden Rezeption realisiert und filmisches Material, sei es noch so disparat, in strukturellen Zusammenhängen erfasst. Die Bildung von Synthesen zwischen Filmen unterschiedlicher Herkunft, Geschichte und Länge, zwischen verschiedenen Genres und Stilen fordert Gedächtnis und Phantasie der Zuschauer heraus. Entstehen eigene »Filme im Kopf der Zuschauer« (Kluge 1965), so besteht darin ein wichtiges Moment der Selbstbestätigung des Publikums und damit auch für den Erfolg des Programms.

Aus all dem ergibt sich ein drittes wesentliches Moment von Programmen: die Rezeptionslenkung durch den Kontext. Es ist ein Gemeinplatz, dass jede Bedeutungskonstitution kontextabhängig ist, aber Programme machen sich dies in besonderer Weise zunutze. Sie steuern die Wahrnehmung und damit auch die Auswahl von Bedeutungszuschreibungen, wodurch die Wirkungen der Einzelwerke verbessert oder geschmälert, in ihrem Charakter stark modifiziert oder sogar zerstört, oder auch nivelliert und entdifferenziert werden können. Zum Programm gehört dabei mehr als nur die Reihenfolge der einzelnen Elemente, sondern die gesamte Anordnung, vom Profil der Veranstalter über die zeitliche und örtliche Platzierung bis zur Reaktion der übrigen Zuschauer. So wurde z.B. für die Ausstrahlung von Fernsehsendungen festgestellt, dass die gleiche Sendung, in einem anderen Sender ausgestrahlt, andere Publikumsgruppen und -größen erreicht (vgl. Hasebrink 2005, 390). Aus der Tatsache einer solchen einfachen Kontextveränderung kann bereits geschlossen werden, dass auch das Rezeptionserlebnis und die Bedeutungszuweisungen zu diesen Sendungen anders ausfielen.

Für Fernsehsendungen gilt es als gegeben, dass sie prinzipiell kontextabhängig sind und sich entweder gegen andere Angebote behaupten müssen oder von ihnen profitieren und mitschwimmen können. Dennoch werden sie in der Fernsehanalyse oft als Einzelwerke behandelt und ohne Berücksichtigung übergreifender Zusammenhänge interpretiert. Viel stärker noch ist dies bei Filmen der Fall, insbesondere, wenn sie als Werke von künstlerischem Wert gelten. Spielfilme scheinen von Programmbindungen relativ frei zu sein, und Kurzfilme müssen sich nur aus praktischen Gründen Programmierungen unterordnen. Gleichzeitig wissen wir, dass Spielfilme sorgfältig im internationalen Produktionsprogramm platziert werden und dass Zeitpunkt und sequenzielle Verortung der Erst- oder Wieder-Aufführungen die Aufnahme eines Films entscheidend beeinflussen können. Die Programm-Abhängigkeit von Kurzfilmen ist oft noch viel fragiler; jeder kennt das Erlebnis, dass z.B. ein Experimentalfilm, der

einen starken Eindruck machte, diesen in anders gestalteten Programm-Anordnungen nicht mehr erzeugen konnte, oder dass ein Film, dessen Signifikanz man gering eingeschätzt hätte, ein Lehrfilm z.B., in einem inspirierten Programm eine unerwartete Brisanz entfalten konnte. Damit soll nicht bestritten werden, dass Filme zu Recht einen von äußeren Gegebenheiten unabhängigen Status beanspruchen – diesen zu realisieren, ist aber eine Anforderung an das Programm. Ein ungeneigtes Publikum, durch das zuvor Gezeigte in einer Weise gestimmt, die zum aktuellen Film nicht passt, kann die Aufnahme eines Films selbst bei positiv eingestellten, interessierten Zuschauern in der Gruppe blockieren, und die Qualitäten dieses Films können verloren gehen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Grundproblem von Programmen als mediale oder kulturelle Präsentationsform im Spannungsverhältnis der Einzelbestandteile zur Gesamtkomposition liegt. Die Gesamtkomposition darf allerdings nicht als geschlossene Einheit gesehen werden, denn genau dies bildet nicht die Zielsetzung von Programmen. Weder sollen sie in zusammenhanglose Einzelteile zerfallen noch sollen diese in Vereinheitlichung aufgehen. Davon, wie diese Problematik während des zeitlichen Ablaufs des Programms moderiert wird, sind alle anderen Aspekte des Programms abhängig: die Akzeptanz und Zufriedenheit des Publikums, die Realisierung des Potenzials der einzelnen Beiträge und damit auch die Professionalität der Veranstalter.

Programmgestaltung ist unter anderem deshalb eine Kunst, weil sie beide Schwerpunktsetzungen gleich beachten muss. Bringt sie die einzelnen Beiträge in eine Reihenfolge, die sich an deren Form und Inhalt orientiert, so ist es durchaus möglich, dass das Programm am Publikum vorbeigeht; konzentriert sie sich zu sehr auf kalkulierbare Publikumsinteressen, besteht die Gefahr, dass das Programm verflacht, da ›anstrengende‹ Beiträge nicht aufgenommen und konfrontative Kombinationen vermieden werden – was wiederum zur Folge haben kann, dass das Publikum sich langweilt. Programmarbeit stellt immer ein Risiko dar, denn sie erfordert den Vor-Vollzug dessen, was nicht berechenbar ist, aber im Rahmen des Möglichen liegt.

Die Einschätzung der Publikumsreaktionen arbeitet mit jeweils unterschiedlichen Voraussetzungen. Im Kino hat sie eine lange Tradition, die von den kontinuierlich gespielten Filmprogrammen mit kürzeren Filmen über die Einzelvorstellungen von Spielfilmen mit nur kleinem Bei-Programm bis hin zur Präsentation von Experimentalfilmen im Museumskontext reichen. Während kommerzielle Filmprogramme in die größeren Bögen von Produktionszyklen eingeordnet sind, orientieren sich nicht-kommerzielle Filmprogramme an den Planungsstrukturen, z.B. von Kommunalen Kinos, aber auch an Ereignissen, Ausstellungen und Themenstellungen in anderen kulturellen Bereichen. An-

ders als im Fernsehen, bei dem die zukünftige Programmeinbindung oft bereits bei der Produktion eine Rolle spielt, werden Filme in Abhängigkeit von anderen Kontextvorgaben produziert und erst danach platziert. Die geschickte Zusammenstellung von Filmprogrammen ist eine Profession, die mit einer Vielzahl unterschiedlichster Restriktionen und zum Teil widerspenstigem Material ihr Publikum bedient. Die Möglichkeiten für Kinos, ihre Zuschauer spezifisch zu adressieren, sind im kommerziellen Bereich immer weiter zurückgegangen, und die Programm-Instanz liegt gegenwärtig fast ganz bei der Filmproduktion. Der Gestaltungsspielraum in der kulturellen Filmarbeit ist durch Unterfinanzierung reduziert sowie durch den eingeschränkten Zugang zu historischen Filmkopien, die häufig in schlechtem Zustand sind und nicht mehr verliehen werden können. Mit diesen Problemen haben auch Kuratoren, die nicht fest an eine Institution gebunden sind, zu kämpfen, aber hier sind die Chancen für einen konkreten Publikumsbezug und kreative Synthesen zwischen einzelnen Filmen vielleicht noch am ehesten gegeben. Solche Programme werden meist für einen bestimmten Aufführungskontext entwickelt und können auf diesen abgestimmt werden. Auch wenn es nicht bei einer Präsentation bleibt und die Programme reisen, so werden nicht nur angemessene Aufführungsorte dafür gesucht, sondern sie werden in der Regel von der/dem Kurator/in vorgestellt, womit die Publikumsansprache noch zusätzlich gelenkt werden kann. Festivals bieten diese Art von kuratierten Programmen an, leisten aber immer auch einen Überblick über aktuelle Produktionen (bei historischen Festivals: Restaurierungen oder Neu-Entdeckungen) in einem bestimmten Bereich und sind deshalb häufig gezwungen, sehr heterogenes Material zu Programmen zusammenzufassen. Diese Aufgabe ist oft kaum lösbar, so dass das Murren des Publikums in der Regel zum Festival-Programm dazugehört und den Standardhintergrund für die ›Erfolgsfilme‹ bildet, die von diesem spezifischen Kontext profitieren.

Programmgestaltung im Kino kann strikt kommerzielle, aber auch idealistische Interessen verfolgen. Im kommerziellen Bereich ist das Hauptanliegen, das Publikum möglichst oft ins Kino zu bewegen; dies bezog sich in der Frühzeit auf bestimmte Kinos, die einander Konkurrenz machten, und richtet sich in der Multiplex-Gegenwart auf den Kinobesuch allgemein. Daneben gab es immer Initiativen, die Programme unter Zielsetzungen präsentierten, die politische und ästhetische Interessen verfolgen und aus der Konfrontation mit dem Neuen den Wahrnehmungs- und Erfahrungshorizont des Publikums erweitern wollen. Beide Programmziele sind aber miteinander verbunden, denn – wie eingangs gesagt wurde – Publikumsbedürfnisse sind nie klar definiert,



wechseln, und Unterhaltungs- und Erkenntnisinteressen sind meist in unterschiedlichen Gewichtungen miteinander verbunden.

Wenn das Programmieren von Filmen eine ›Kunst‹ genannt werden kann, dann ist es sicher keine elitäre, sondern eine, die auf Genuss abzielt. Die Filmkuratorin Karola Gramann vergleicht ein gelungenes Filmprogramm mit einer Speise oder einer Currymischung, bei der eine kleine Menge eines Gewürzes die Sache charakteristisch färben, sie aber auch verderben kann (Gramann / Schlüpmann 2002, 162). Alf Bold erzählt, dass es für seine Programmarbeit absolut kein Umweg gewesen sei, dass er zunächst als Kellner gearbeitet habe – im Gegenteil. Es habe ihm eine Vorstellung von Stil und Eleganz und Kontakt zum »beau monde« verschafft (Noll Brinkmann 1990, 86/87). Laura Marks wählt die Metapher der *Dinner Party*:

»Prepare your series of courses with subtle attention to sequencing (including appetizers, hearty dishes, palate cleansers, bitter greens, and dessert); this is the curating. Invite your guests with some care to provide conversation partners for the works; this is the audience. Then let the party happen, don't try to control it, and trust that something interesting and satisfying will happen in the course of the evening. The dinner-party model is performative in that it depends on the unfolding of unforeseen events« (Marks 2004, 38/39).

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen wurde versucht, für den vorliegenden Band ein hoffentlich abwechslungsreiches Programm zusammenzustellen. Filmprogramme als Unterhaltung, Kunst und Politik werden aus unterschiedlichen Perspektiven in den Blick genommen, ergänzt durch Seitenblicke auf andere Medien und Programmformen. Die ersten drei Aufsätze thematisieren Geschichte und Gegenwart der Programm-Gestaltung, wobei Schwerpunkte auf historische Phasen gesetzt wurden, für die der Programm-Begriff von besonderer Bedeutung ist. Andrea Haller beschreibt das frühe Kino als ein Programm-Kino, dessen Praxis durch eine intensive Nähe zum Publikum gekennzeichnet war. Christian Hüls bietet einen Überblick über die Programm-Arbeit in der BRD nach dem Zweiten Weltkrieg, von den Filmclubs über die Kommunalen Kinos bis zur selbständigen Kuratoren-Tätigkeit. Stefanie Schulte Strathaus diskutiert Praxen und Probleme der gegenwärtigen kulturell ausgerichteten Programmarbeit zwischen Kino und Ausstellungsraum.

In den sich daran anschließenden Interviews werden Künstler/innen und Kurator/inn/en vorgestellt, deren Praxis jeweils repräsentativ für einen bestimmten Ansatz in der Programmgestaltung ist. Die Filmemacherin Birgit Hein ist Mitbegründerin von XSCREEN, der Ende der 60er Jahre gegründeten ersten Kino-Initiative für den unabhängigen Film, die sich für den Experimental- und

Underground-Film einsetzte, damit immer wieder Provokationen und Turbulenzen erzeugte und die Rezeption des experimentellen Films in der BRD nachhaltig beeinflusste. Karola Gramann verbindet in ihren Programmen experimentelle und Unterhaltungs-Filme quer durch die Filmgeschichte. Sie arbeitet vor dem Hintergrund der feministischen Filmarbeit und der neueren Filmgeschichte und hat ein dezidiertes Interesse an der Freisetzung von Phantasie und Kreativität in der Filmwahrnehmung des Publikums. Einen anders gewichteten Ansatz vertritt Florian Wüst, für den zeitgeschichtliche und politische Anliegen den Schwerpunkt der Programmarbeit bilden. Während für Wüst die kuratorische Tätigkeit fast gleichberechtigt neben seiner künstlerischen Arbeit steht, kommen mit Bernhard Schreiner, Günther Zehetner und Karl Kels drei von Peter Kubelka beeinflusste Filmemacher zu Wort, die sich der Programmarbeit mit wechselnder Intensität widmen. Beim Gespräch mit Schreiner und Zehetner werden vor allem die Erfahrungen mit der Filmpräsentation im Kunst- und Ausstellungsbereich thematisiert, während im Interview mit Karl Kels die Frage nach Strategien im Umgang mit der Beeinflussung der eigenen Werke durch Programmkontexte im Vordergrund steht.

Nachdem in den Interviews Kunst und Politik in der zeitgenössischen Film-Programm-Arbeit thematisiert wurden, bewegen wir uns im nächsten Teil aus dem Kino heraus in andere mediale Umgebungen und Programmformen. Kirstin Bergmann thematisiert in einem kurzen Beitrag einen Randbereich der Aufführungspraxis von Filmen, das MobMov. In diesen spontanen mobilen Vorführungen wird zwar mit DVD gearbeitet, aber gleichzeitig etwas von einer verlorenen Lebendigkeit der Kinokultur in die Gegenwart geholt. Nicht nur die gezielte Adressierung ihres Publikums ist charakteristisch für diese Drive-ins, sondern zum Programm gehört immer auch die Eroberung urbaner Räume. Rolf F. Nohr beschreibt in seinem Beitrag die Auflösung der traditionellen Programmvorstellungen im Fernsehen, das nicht mehr von der Produzentenseite her als Komposition von Einzelelementen gesehen werden kann, sondern aus der Perspektive der Rezeption einen Fluss bildet, der nicht durch einzelne Sendeformate, sondern durch ereignishaft Inseln im Strom strukturiert wird. Am Rande des Programmbegriffs liegt auch die Praxis der DJs in Diskotheken; hier dominieren der Flow und die ganz direkte körperliche Ansprache des Publikums, während die Distinktion und Sinnhaftigkeit der Einzelelemente kaum eine Rolle spielt. Am Beispiel des DJings lässt sich insbesondere die Thematik der Affektmodulation diskutieren, die wiederum für alle Programmformen relevant ist. Philipp Preuß und Björn Bischof vergleichen die DJ-Praxis mit der Programmierung von Kurzfilmen und Musikvideos und ergänzen dies durch

ein Interview mit Jessica Manstetten, die die Musikvideoprogramme der Kurzfilmtage Oberhausen kuratiert.

Die beiden letzten Beiträge des Bandes führen wieder zurück ins Kino, nicht aber ins Filmprogramm. Sie arbeiten mit einem erweiterten Programmbegriff im Sinne einer Lenkung der Filmrezeption durch Kontextualisierung. Anhand der Analyse von Begleitmaterialien zu Filmaufführungen liefert Florian Krautkrämer einen Beitrag zur Kritik des Begriffs des filmischen Texts. Anke Zechners Artikel führt über die direkte Programmatik hinaus in das Ungreifbare, Flüchtige des Geruchs und zeigt, wie dieser in der Filmwahrnehmung Gestalt gewinnen und als programmierendes Element wirksam werden kann.

## Anmerkungen

- 01** ▶ Hier und auch im Folgenden wird davon ausgegangen, dass Programme sich aus distinkten Einzelementen zusammensetzen. Dies ist angesichts der Geschichte des Programms und des Mediums Kino, das in diesem Band im Zentrum steht, angemessen, gilt aber inzwischen nicht mehr als selbstverständlich. Das Fernsehen wird immer wieder beispielhaft für die Auflösung von Programmstrukturen ins Feld geführt – so etwa im Beitrag Rolf F. Nohrs im vorliegenden Band. Joachim Paech sieht in der Auflösung des Programmbegriffs im Fernsehen und in den neuen Medien eine programmatische Entwicklung für die Überwindung der Moderne mit ihren strukturierten Sinnvorgaben. Vgl. Paech / Schreitmüller / Ziemer (1999), darin insbesondere der Beitrag von Joachim Paech, *Das ›Programm der Moderne‹ und dessen postmoderne Auflösungen: Vom Werk zum Text zu Multimedia*, S. 13-39.
- 02** ▶ Zu dem Problem, inwieweit die so programmierten Maschinen als Programme für menschliches Handeln gesehen werden können, vgl. Winkler 2005.
- 03** ▶ Z.B. Krämer, Monika (2007) *Pferde erfolgreich motivieren*. Mit dem 8-Punkte-Programm zur optimalen Leistung. Stuttgart: Kosmos.
- 04** ▶ Z.B. Marquardt, Matthias (2007) *Warum Laufen erfolgreich macht und Grünkernbratlinge nicht*. Gesund, glücklich und erfolgreich mit dem 16-Wochen-Programm von Natural Running. Hamburg: Spomedis.

## Literatur

**Eder, Jens** (2005) Vom Wechselbad der Gefühle zum Strom der Stimmungen. Affektive Aspekte audiovisueller Programme. In: Fischer 2005, S. 371-385.

**Fischer, Ludwig** (Hg.) (2005) Programm und Programmatik. Kultur- und medienwissenschaftliche Analysen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

**Gramann, Karola / Schlüpmann, Heide** (2002) Die Kunst des Filmezeigens – Kurzfilm und frühes Kino in der universitären Lehre. In: Kinematographen-Programme, KINTop 11, S. 159-164.

**Hasebrink, Uwe** (2005) Die Beziehung zwischen Programm und Publikum als Emanzipationsprozess. In: Fischer 2005, S. 386-399.

**Jost, François** (2002) Die Programmierung des Zuschauers. In: Kintop Nr. 11, S. 35-47.

**Kluge, Alexander** (1965) Die Utopie Film. In: Film Nr. 2, S. 11-13.

**Marks, Laura U.** (2004) The Ethical Presenter, or How to Have Good Arguments over Dinner. In: The Moving Image 4,1, S. 34-47.

**Noll Brinkmann, Christine** (1990) The Art of Programming. An Interview With Alf Bold, July 1989. In: Millennium Film Journal Nr. 23/24, S. 86-100.

**Paech, Joachim / Schreitmüller, Andreas / Ziemer, Albrecht (Hg.)** (1999) Strukturwandel medialer Programme. Vom Fernsehen zu Multimedia. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

**Winkler, Hartmut** (2005) Programm. Eine Überlegung zu Macht und Ohnmacht im Universum der Schrift. In: Fischer 2005, S. 63-73.