

**Projektgruppe V-Musik,
Institut für Musikwissenschaft / Musikpädagogik
Universität Giessen**

Ekkehard Jost (Projektleiter), Sabine Beck, Thomas Böhm, Bertram Hinz, Arne Kirschenberger, Matthias Labonte, Juliane Lensch, Kai Stefan Lothwesen, Christian Rupp, Volker Spicker, Thomas Witzel

Volkstümliche Musik im Fernsehen

1. Einleitung

1.1 Zur Institution "Projekt-Seminar" als Veranstaltungstypus innerhalb des Studienganges Musikwissenschaft an der Universität Giessen.

Bei unseren "Projekten" für Studierende höherer Semester handelt es sich um zwei- bis dreistündige Veranstaltungen, die über zwei bis drei Semester laufen und unter dem Motto "forschendes Lernen" bzw. "Forschen lernen" stehen. De facto geht es dabei um mehr als nur um Forschung, sondern immer auch um die Vermittlung der Ergebnisse, sei es in Form einer Publikation oder einer Radiosendung oder - wie hier und heute und bereits schon einmal im Rahmen einer ASPM-Tagung - in Form eines kollektiven Referats.

Die Fragestellungen bzw. Themen derartiger Projekte werden in der Regel vom Veranstaltungsleiter vorgegeben, können jedoch im Team modifiziert werden. Alle weiteren Schritte sind dann ohnehin die Angelegenheit des Kollektivs.

Im vorliegenden Fall hatte ich das Thema ursprünglich formuliert als "Kulturelles Rollenspiel im Fernsehen: Untersuchungen zur Ideologie und Ökonomie der volkstümlichen Musik". Von diesem umständlichen, einerseits zu eng und andererseits zu weit gefaßten Titel trennten wir uns später und formulierten schlicht "Volkstümliche Musik im Fernsehen".

1.2 Fragestellung

Im kommentierten Vorlesungsverzeichnis hatte ich das Projekt seinerzeit folgendermaßen vorangekündigt:

"Der von den Medien als 'Volksmusik' deklarierte volkstümliche Schlager, wie er uns allwöchentlich über diverse Fernsehkanäle geboten wird, transportiert nicht nur sich selbst, sondern darüber hinaus eine Reihe von außermusikalischen Botschaften. Ziel dieses Projekt-Seminars ist es herauszufinden, um welche Botschaften es sich dabei handelt und wie, mit welchen musikalischen, verbalen und inszenatorischen Mitteln sie verbreitet werden. Neben inhaltlichen stehen dabei vor allem auch methodische Fragen im Vordergrund: Entwicklung eines Kategoriensystems zur Analyse von Inhalten und Darbietungsweisen; entsprechende Auswertungsverfahren; Möglichkeiten der Systematisierung ... Vor allem aber die Frage: Wie nähern wir uns aus wissenschaftlicher Perspektive einem Gegenstand, der so hochgradig mit Emotionen, Werthaltungen und Vorurteilen besetzt ist? (Vorschlag: In der Haltung von Ethnologen, die sich zum ersten Mal in ihrem Leben mit einer ihnen vollkommen fremden Kultur konfrontiert sehen)".

In einem ersten Schritt ging es also darum, Fernsehsendungen eines bestimmten Genres zu sammeln, zu sichten und unter bestimmten Gesichtspunkten zu analysieren, was wiederum voraussetzte, daß wir uns ein Analyse-instrumentarium entwickelten, das diesen Gesichtspunkten gerecht wurde.

1.3 Stichprobe

Die Materialbeschaffung und -sichtung verlief unsystematisch aber gründlich: Wir nahmen in der Zeit vom Mai bis Dezember 1994 insgesamt 35 Sendungen mit rund 640 Titeln auf. Einer unserer Projektteilnehmer, den wir zu diesem Zweck mit einem HiWi-Vertrag ausstatteten, registrierte und katalogisierte all diese Sendungen einschließlich Titeln und Interpreten. (Über seine seelische Verfassung nach dieser Arbeit gibt es bislang keine exakten Befunde).

Aus der von uns aufgenommenen und gesichteten Gesamtstichprobe von 35 Sendungen wählten wir aus den folgenden vier Serien nach Zufall jeweils drei aus und kamen damit auf eine Stichprobe von 12 Sendungen:

- Die Volkstümliche Hitparade (ZDF) mit Carolin Reiber
- Die Lustigen Musikanten (ZDF) mit Marianne und Michael
- Das Große Wunschkonzert (SAT 1) mit wechselnden Moderatoren
- Die Heimatmelodie (RTL) mit Vater und Tochter Peter und Gerda Steiner

1.4 Forschungsprozeß und -methode

Wir begannen damit, uns ohne Vorabsprachen eine Reihe von Sendungen anzuschauen, wobei jeder für sich und einer oder eine für uns alle protokollierten, was uns auffiel bzw. was an unseren anschließenden Diskussionen festhaltenswert erschien. Es handelt sich dabei also gewissermaßen um eine naive, jedenfalls induktive Zugangsweise. Im Laufe dieses Materialerkundungs-Prozesses, der einige Wochen in Anspruch nahm, begannen wir zu systematisieren, Kategoriensysteme zu entwickeln, die Dimensionen herauszuarbeiten, entlang derer wir zu analysieren gedachten, und Hypothesen zu formulieren, die wir überprüfen wollten.

Im Laufe unseres allmählich voranschreitenden Erkenntnisprozesses wurde deutlich, daß wir dringend einer möglichst klaren Begriffsbildung bedurften, um mit so unscharfen und widersprüchlich verwendeten Termini wie Volksmusik, volkstümliche Musik, volkstümlicher Schlager usw. angemessen umgehen zu können. Angeregt durch Arnold Hausers Unterscheidung von Volkskunst, volkstümlicher Kunst und Massenkunst⁽¹⁾ gelangten wir zu folgendem Definitionsversuch:

- **Volksmusik:** amateurische (meist Instrumental-) Musik aus ländlichen Gebieten, die mehr oder minder zufällig in das Rampenlicht der Medienöffentlichkeit gerät und dort auch entsprechend selten vertreten ist. (Beispiele: Stubenmusiken, Laienchöre, Volkstanzgruppen).
- **Volkstümliche Musik:** Überwiegend amateurische, regional gebundene musikalische Praxis, die bereits vor bzw. außerhalb der Medienöffentlichkeit (um ihrer selbst willen) existiert. Greift Muster der Volksmusik auf, entspricht jedoch nicht deren Produktionsbedingungen. Sie ist zum überwiegenden Teil amateurisch und jedenfalls nicht *ausschließlich* auf den Medienmarkt hin, sondern für das eigene soziale Umfeld produziert. D. h.: Sie ist (anders als die Volksmusik) *beeinflusst* durch die Medien, existiert jedoch (anders als die musikalische Massenkultur) nicht *ausschließlich für* die Medien. Das Repertoire entstammt den verschie-

densten Sphären musikalischer Popularkultur (vom Volkslied über Marschmusik bis zum Evergreen). Interpreten sind meistens Gruppen, häufig vereinsmäßig organisiert (Chöre, Blaskapellen, Instrumentalgruppen, selten Solisten).

- **Volkstümelnde Medienmusik:** Diese begriffliche Neuschöpfung knüpft inhaltlich an Hausers Konzept der "Massenkunst" an, vermeidet jedoch den Begriff, denn er ist für unsere Zwecke nicht genau genug, da er - musikbezogen - beispielsweise auch den "normalen" Schlager oder Popsong einschliesse und gleichzeitig *ein* wichtiges Spezifikum unseres Gegenstands nicht angemessen berücksichtigt: das Volksmusik-artige. Um nun die professionell und quasi-industriell produzierte "volkstümliche" Massen-Musik von der amateurischen und bis zu einem gewissen Grade sozial eingebetteten sinnvoll abzusetzen, bezeichnen wir sie als *volkstümelnde Medienmusik*, denn sie wird *primär* für die Medien produziert.

Die Musik, mit der wir es in unserer Untersuchung zu tun hatten, gehört zum überwiegenden Teil der letztgenannten Kategorie an.

Bereits in einer relativ frühen Phase unserer Arbeit war uns klar geworden, daß eine umfassende und überwiegend quantitative Inhaltsanalyse - womöglich des gesamten aufgenommenen Materials - für uns nicht in Frage kam. Sie wäre vom Aufwand her nicht zu leisten gewesen und - was entscheidender war - sie erschien uns für unsere Fragestellung auch nicht ergiebig. Wir einigten uns somit darauf, auf eine Inhaltsanalyse klassischer Machart zu verzichten und stattdessen eine durch ein wohlgedachtes Kategorien- oder Variablen-system gesteuerte *qualitative Analyse* durchzuführen. Man könnte dies als systematisierte Form eines hermeneutischen Ansatzes auf der Basis einer großen Menge empirischen Materials bezeichnen. Auf alle Fälle ist unser Ansatz eklektisch und - rein wissenschaftstheoretisch gesehen - unrein, womit wir jedoch durchaus zufrieden sind.

(Ekkehard Jost)

2. Die Sendungen

2.1 Überblick und Sendeprofile

in Anpassung an die Form der volkstümelnden Medienmusik birgt die Programmabfolge einer volkstümlichen Musiksendung keine unerwarteten Elemente. So sind z. B. der Einzugs- bzw. Auszugs- marsch fester funktionaler Bestandteil einer Sendung, um Anfang bzw. Ende einzuläuten. Kameraführung, Aneinanderreihung der einzelnen Abschnitte und Moderation sind in einer fast tolpatisch anmutenden Harmonie aufeinander abgestimmt. Es gilt, dem Fernsehzuschauer innerhalb einer behutsam umschmeichelnden Form genügend Abwechslung zu bieten, damit er nicht ab- bzw. umschaltet. Dementsprechend ist der Aufbau einer Sendung in kurze Abschnitte gegliedert. In Fällen, wo ein übergreifendes Thema bzw. Motto vorhanden ist (wie z. B. Weihnachten), erleichtert die plakative Behandlung dieses Themas den Einstieg zu jedem Sendezeitpunkt.

Alle hier untersuchten Sendungen sind auf das sogenannte 'channel-hopping' eingerichtet, wie uns auch Harald Müller, Redaktionsleiter der Unterhaltung im ZDF, in einem Interview bestätigte:

"Ich muß Ihnen ja nicht sagen, wie sich heute ein Fernsehabend abspielt. Es ist ja keiner mehr bereit, sich eine Sendung in Gänze anzuschauen. Man switched nur noch rum, das einzige, was man sich anschaut, sind die Nachrichten, beim Wetterbericht geht man schon weg."⁽²⁾

Die beständige, aber gemäßigte Bewegung des Spannungsbogens im Verlauf einer Sendung spiegelt den diffus wiegenden Rhythmus der meisten volkstümlichen Musikstücke. Und die Art, wie hier Musik, Geschichten, Witze und Urlaubsszenarien zur totalen Unterhaltung vereint werden, erweist sich ohne Frage als sehr erfolgreich, wie aus den Spitzenwerten der Einschaltquoten von ca. 10 Millionen Zuschauern im Jahre 1993 hervorgeht.⁽³⁾

Hinsichtlich der vier Senderreihen, die wir untersucht haben, konnte man bestimmte Typen bzw. Stereotypen der Sendeprofile be-

obachten, die jeweils durch eine moderierende Person bzw. ein Moderationspaar repräsentiert werden.

- Die **Heimatmelodie** mit Peter und Gerda Steiner repräsentiert ausgelassene Fröhlichkeit. Diese durch Lacherfolg und Bauerntheater geprägte Sendung besteht aus einer Verbindung von Musiksendung und Volks- bzw. volkstümlichem Theater im Stile des *Komödiantenstadls* oder *Stanglwirts*. Die Ausrichtung auf ein stereotypes Sendeprofil läßt sich nicht nur an den Sketchen ablesen, sondern beeinflusst direkt das Musikrepertoire. Neben den allbekannten Interpreten werden Komikerkollegen wie Mike Krüger oder Karl Dall hinzugezogen. Die Musiktexte der Steiners selbst, die durch Titel wie "Lachen ist die beste Medizin" oder "Rendezvous am Kammerfenster" ihr eigenes Image besingen, weisen in die gleiche Richtung.
- Dem entgegen steht Carolin Reiber mit ihrer **Volkstümlichen Hiltparade** für Seriosität. Diese wird nicht nur durch den relativ großen Anteil an "ernsthaften" volkstümlichen Schlagern vermittelt, sondern auch durch Reibers autoritäres Auftreten und die einheitliche Thematik der Sendung, die sich oft an traditionellen Festtagen orientiert. Derartige Themenschwerpunkte, die auch in regional und historisch verwurzelten Sitten und Gebräuchen bestehen können, kommen im Studio zumelst bewußt amateurhaft zur Darstellung und werden durch die Erklärungen des speziell geladenen "Brauchtumexperten" Dr. Metzger aus Freiburg erläutert (z. B. der Rattenfänger von Hameln, der Baron von Münchhausen, der Martinszug oder die "Gautschen" genannte Buchdrucker- taufe). All dies repräsentiert gewissermaßen den "pädagogischen" Teil der Sendung, gleicht jedoch eher einer Geschichten- bzw. Märchenerzählung.
- Als Pendant zu diesem Sendetyp ergibt sich das Sendeprofil der **Lustigen Musikanten**, präsentiert von Marianne und Michael. Dieses Moderationspaar vertritt den Typ des gemäßigten Frohsinns, der regionalen Verbundenheit und Harmonie. Jede Sendung findet an einem anderen, touristisch attraktiven Ort in Deutschland statt oder in besonderen Fällen an Orten im Ausland, die eine besondere Verbundenheit zur deutschen Tradition aufrechterhalten. Die Sendung präsentiert neben den bekannten Stars der volkstümlichen Musik regionale Musik- und Tanzgruppen (Lautenorchester, Chöre, Schützenvereine) sowie - in Zusammenarbeit mit dem Fremdenverkehrsbüro - einen fünfminütigen Werbefilm über die Region und ihre Besonderheiten, der professionell kommentiert wird.
- Beim vierten Sendetyp geht es ebenfalls um die Vorstellung einer touristischen Region des sogenannten deutschsprachigen Raumes, die

gleichzeitig meistens die Herkunftsgegend der moderierenden Interpreten ist. Das **Große Wunschkonzert** zeichnet sich vor allem durch seine billig zusammengeschnittene Produktion aus, wobei neben den touristischen Aspekten vor allem die (vorgeblichen) Wünsche des Publikums 'en bloc' Berücksichtigung finden. Es sind insbesondere diese stereotypen Einspielungen von Zuschauerwünschen und die amateurhafte Moderation, die für die tolpatschige Natürlichkeit dieses Sendetyps sorgen.

Das dargestellte Publikum entspricht ebenso stereotypen Figuren. Das Spektrum reicht vom Kind über die Eltern zu den Großeltern, wobei die letzteren bei weitem die größte Gruppe stellen, versehen mit trachtenähnlicher Ausstattung und einer gewissen gemüthlichen Rundlichkeit. (Die unsichere Übergangsfigur des Teenagers, weder Kind noch Erwachsener, wird generell ausgeklammert). In allen Sendungen wird das Publikum optisch und zum Teil sogar aktiv in die Sendung integriert, vermutlich um die Distanz zum Zuschauer zu verringern und ihm Identifikationsmöglichkeiten zu bieten.

(Sabine Beck)

2.2 Setting und Ausstattung

Aufzeichnungsorte volkstümlicher Musiksendungen sind, wie bei anderen Unterhaltungsshow's auch, zumeist Studios oder mittelgroße, angemietete Hallen. Während des Frühlings und Sommers wird außerdem open-air produziert, wobei in diesen Fällen immer Regionen in Deutschland ausgewählt werden, die hauptsächlich vom Tourismus leben.

Als häufigste Sendeform hat sich eine Kombination beider Typen herausgestellt, bei der eine open-air gedrehte Moderation den Rahmen für die Musikdarbietungen darstellt. Diese sind oft als ältere Studioaufnahmen erkennbar, teilweise handelt es sich auch um Videoclips. Als Beispiel für diese Sendeform können *Das große Wunschkonzert* auf SAT 1, das *Heimatmelodie-Sommerfestival* auf RTL und *Das Beste aus dem Musikantenstadt* der ARD angeführt werden. Die als Wettbewerb präsentierte *Volkstümliche Hitparade* im ZDF und die mit dem Motto "Volkstümliche Unterhaltung mit Hits und Witz" unertitelte reguläre Sendung der *Heimatmelodie* werden immer im Studio produziert

und haben innerhalb des Untersuchungszeitraumes auch keine Änderung in der Ausgestaltung der Räumlichkeiten erfahren, was sicherlich mit dem institutionellen Charakter der Sendungen zusammenhängt.

Allen Sendungen gemein sind die rustikale Möblierung und alpine Panoramen auf Bildwänden im Hintergrund. Dazu kommen aufwendige Blumenarrangements. Das Saalpublikum ist ebenfalls in die Kulisse integriert und wird häufig in lockerer Biergarten-Manier an kleineren Tischen verteilt, vor allem im direkten Umfeld der Moderatoren und Darsteller. Einzig die Sendungen des ZDF (*Volkstümliche Hitparade* und *Lustige Musikanten*) zeigen eine komplette Ausgestaltung des Raumes.

2.3 Filmsprache

Die in der Wahl der Einrichtung auffällige Homogenität zeigt sich auch in der Wahl der verwendeten filmsprachlichen Mittel. Das dramaturgische Spannungsfeld ist zunächst auf die Vermittlung eines Gefühls von Geborgenheit ausgerichtet, was über Identifikationsfixpunkte erreicht wird. Hierbei spielt eine konsequente Moderation eine wichtige Rolle.⁴⁹ Die besondere Benutzung ganz bestimmter filmsprachlicher Mittel zeigt sich ebenfalls bei allen untersuchten Sendungen. Deren auffälligstes Merkmal ist die subjektive Kameraführung.

Weitere Mittel sind:

- Parallel-synchroner Ton, d. h. man sieht die Tonquelle.
- Wenige Schnitte und statt dessen Schwenks als imaginiertes Kopfdrehen.
- Parallele Handlungsachse für hohe Intimität zwischen Akteuren und Zuschauern.
- Normalperspektive, d. h. die ungefähre Kopfhöhe eines Erwachsenen.
- Geschlossene *Mis en scène*, bei der der Bildausschnitt dem Betrachter alle für ihn notwendigen Informationen bietet, um das Geschehene einzuordnen.
- High-key-Ausleuchtung, d. h. ohne scharfe Licht-Schatten-Kontraste.
- Häufige Verwendung folgender Einstellungsgrößen:
 - a) Halbtotale, die stark handlungsbezogen ist und der räumlichen Einordnung dient.

- b) Halbnahe, wobei die dargestellte Person etwa ab dem Knie gezeigt wird. Diese Einstellung hat kommunikative Funktion und richtet die Spannung auf das, was kommt.
- c) Nah, bei der eine Person oberhalb der Gürtellinie gezeigt wird und vom Bildausschnitt her einem direkten Gegenüberstehen des Betrachters entspricht. Sie vermittelt den Eindruck von Intimität und läßt die Mimik bedeutsam werden.⁽⁶⁾

Innerhalb des Spannungsfeldes werden zum Erhalt der Zuschauer- und Aufmerksamkeit reizsteigernde Mittel wie Interviews, TED-Wahl, Sketche, Gäste und viel Tourismuswerbung eingesetzt. Außerdem gibt es sendungsbezogene Werbung, wie z. B. für die CDs, aber auch personenbezogene, wie z. B. für C. Reibers Buch oder P. Steiners Rolle im "Stanglwirt" bei RTL.

2.4 Symbolik

Alle volkstümlichen Musiksendungen benutzen Symbolik, deren markanteste Ausprägung die in den Kulissen enthaltenen alpinen Bilder sind. Nach R. Barthes⁽⁶⁾ beinhaltet der Alpenmythos seit Mitte des 19. Jahrhunderts die bürgerlichen Ideale eines mühevollen Aufstiegs (Berg / Beruf) und den Wunsch nach Freizeit in der freien Natur, was im Hinblick auf das Publikum sicherlich treffend gewählt ist. Die Konzeption der Sendungen scheint also schlüssig. Hinzu kommt eine intensive Nutzung der Farbsymbolik, die sich in einer Bevorzugung der Farben des warmen Spektrums äußert: Rot, das vor allem bei Westen, Schärpen und Tischdecken Verwendung findet, Orange und Gelb dominieren das Bild und sollen Wärme, Wonne und Lebenslust vermitteln.⁽⁷⁾ Als unterstützendes Mittel während der Musikdarbietungen werden die Farben auch in der Beleuchtung benutzt.

Die Kombination von Kulisse, Dramaturgie und Filmsprache zeigt somit eine einheitliche Gestaltung, die umfassend auf die Darstellung von Natürlichkeit und Geborgenheit ausgerichtet ist.⁽⁸⁾

(Arne Kirschenberger)

2.5 Moderation

Betrachtet man die Moderatoren und Moderatorinnen volkstümlicher Musiksendungen, so fällt vor allem bei den Frauen eine

signifikante Uniformität im Erscheinungsbild und Auftreten auf. Kleidung (Dirndl), Frisur (halblang, toupiert) und scheinbares Alter (ca. 45 Jahre) wirken identisch. Die Mimik ist vorwiegend bejahend, meist wird gelächelt. Die Gestik wird sehr sparsam eingesetzt und wirkt brav und zurückhaltend. Die Sprache ist dialektgefärbt (süddeutsch), das Sprechtempo in der Regel hoch mit abwechslungsreichen Intonationskonturen. Trotz dem Alter vermittelt das Auftreten der Frauen ein mädchenhaftes, kokettes Image. Die Männer hingegen treten individueller auf. Einheitlich wirken hier lediglich trachtenähnliche Kostümierung und dialektgefärbte Sprache. Das Alter der Moderatoren hat eine größere Spannweite. Die übrigen Parameter unterscheiden sich ebenfalls erheblich, so daß das Image der Moderatoren vom Partner/Ehemann (Michael, Rudi) bis hin zum senil wirkenden Vater ("Babba" Steiner) reicht.

Die Rollenverteilung der Geschlechter ist klar definiert. Die Frauen sind die Vernünftigen, während die Männer eine gewisse Narrenfreiheit genießen. Sie dürfen anzügliche Witze oder Bemerkungen machen, die in der Regel auf Kosten von Frauen, anderen Kulturen und Randgruppen gehen, die nicht zur Klientel der Sendungen gehören. So wären beispielsweise Witze über Behinderte nicht denkbar, während Homosexuelle durchaus eine Zielgruppe für diskriminierende Witzeleien darstellen. Patzer und gegenseitiges "ins Wort fallen" bei Paaren wirken gewollt und untermauern die Rollenverteilung. Somit ist vor allem auf der Ebene der Geschlechter eine Identifikationsmöglichkeit für Zuschauerinnen und Zuschauer gegeben.

Auffällig ist die bescheidene Thematik der Moderation, die sich auf die Bereiche Mann/Frau - Musik/Erfolg - Heimat/Urlaub - Gemeinschaft beschränkt.

Beliebte Themen sind beispielsweise:

- Verlobung, Hochzeit, Nachwuchs
- Erfolge (Siege bei Wettbewerben, goldene Schallplatten, Wechsel ins Profilage, Bühnenjubiläum)
- geographische Herkunft der Interpreten.

Die Rede ist fast ausschließlich von gutaussehenden, gesunden Menschen ("fesche Madeln", "kernige Buam", "schönster Sänger",

"rund samma, g'sund samma"). Krankheit und Krisen werden nur dann zum Thema, wenn sie überwunden sind, so daß sie ins Bild "alles ist/wird gut" passen.

Die Moderation erfüllt innerhalb der Sendung die folgenden Funktionen:

- sie stellt Verbindung zwischen den Programmpunkten her;
- sie bietet geschlechtsspezifische Identifikationsmöglichkeiten für die Zuschauer und Zuschauerinnen;
- sie suggeriert die Vertrautheit einer "großen Familie" für den deutschsprachigen Raum;
- sie wertet die Beiträge durch Verwendung von Superlativen auf;
- sie "heizt" die Stimmung an;
- sie unterhält durch Witze/Sketches und dadurch, daß alle Moderatoren und Moderatorinnen selbst singen;
- sie wirbt für Tonträger, Urlaubsziele, den Sender (privat contra öffentlich-rechtlich) und natürlich für die Sendung selbst.

Insgesamt wird ein Gemeinschaftsgefühl geschaffen und stabilisiert, welches eine deutliche Ausgrenzung Andersartiger mit sich bringt. Die Pseudorealität der Sendungen gaukelt eine schöne, heile Welt vor, in der alles seinen geordneten Weg geht, und die immun gegen negative Einflüsse von außen ist.

(Matthias Labonté)

Ein vermutetes System in bezug auf die Anrede der Interpreten ließ sich nicht bestätigen. Die Anrede "Du" oder "Sie" hängt weder – wie angenommen – mit dem Familienstand des/der Angesprochenen zusammen noch unterscheidet sie Amateure von Profis. Beobachten läßt sich allerdings, daß die Anrede "Du" der Herstellung einer familiären Atmosphäre dient.

Die Unterscheidung von Amateuren und Profis wird weniger durch die direkte Anrede, als vielmehr durch die Art der Ansage verdeutlicht: Die Superlative fallen bei der Ansage der Amateure weg, Profis werden kenntlich gemacht durch Begriffe wie "Karriere", "(welt)berühmt" u.ä.

Genauso wird der Vorapplaus des Publikums nach Ansagen der Interpretinnen und Interpreten durch die Moderation gesteuert:

Durch das Heben der Stimme und die Gestik (Arme heben) wird das Publikum zum Applaudieren animiert. Ein eventueller spontaner, nicht geplanter Vorapplaus wird durch das Einspielen des Playbacks erstickt.

Eine allgemeine Funktion der Moderatorinnen/Moderatoren besteht darin, das "Aushängeschild" der Sendung zu sein. Anders ausgedrückt: Die Person der Moderatorin oder des Moderators repräsentiert die Sendung und die mit ihr verbundenen Werte. Entweder werden dabei zum Konzept einer Sendung passende Moderatorinnen und/oder Moderatoren ausgewählt (etwa Mari- anne und Michael für die *Lustigen Musikanten*) oder die Sendung wird nach der Moderatorin oder dem Moderator konzipiert (etwa *Musikantenstadt* mit Karl Moik).

Bei Sondersendungen (Sommerfestival, Silvestersendung) ebenso wie bei Wunschkonzerten treten Moderatorinnen/Moderatoren in geringerem Maße in Erscheinung oder werden durch Ansagen von Interpretinnen/Interpreten bzw. die Einblendung von Publikumswünschen ersetzt. Vielleicht ist bei dieser Art von Sendungen der besondere Anlaß als "Aufhänger" publikumswirksam genug, um die Moderation als Zugmittel überflüssig erscheinen zu lassen. Insbesondere die Wunschkonzerte werden bereits durch die Publikumswünsche hinreichend legitimiert und bieten dem "einfachen Mann und der einfachen Frau auf der Straße" genügend Identifikationsmöglichkeiten, so daß auch hier auf die Figur der Moderatorin oder des Moderators verzichtet werden kann.

(Juliane Lensch)

3. Interpreten und Interpretinnen

3.1 Besetzungsformen:

Ergebnisse einer Häufigkeitsanalyse

Am häufigsten sind Soloauftritte, gefolgt von einer Besetzung, die wir verkürzt mit dem Schlagwort "Band" bezeichnen wollen: Zu verstehen sind darunter Musikgruppen, die mit Instrumenten auftreten, vornehmlich solchen aus dem Rock/Pop Bereich, aber auch Akkordeon, Trompete u.ä. Den drittgrößten Anteil nehmen

Blas- und Marschkapellen ein, gefolgt von Duos jeglicher Mischung. Seltener zu finden sind Chöre, Tanz- und Trachtengruppen sowie Familien.

- Alter

Bei der Bestimmung des Alters mußten wir von Schätzungen ausgehen. Es gibt eine sehr breite Streuung von ca. 8 bis 80 Jahren, wobei eine klare Häufung bei ca. 40 Jahren +/- 5 bis 10 Jahren zu verzeichnen ist. "Extreme" Altersstufen (z. B. 8 oder 80 Jahre) finden sich nur in größeren Musikgruppen, wie etwa in Chören oder Blas- und Marschkapellen.

- Outfit

Die Kleidung ist bei Frauen, bis auf minimale Ausnahmen, festgelegt auf Kleider, Röcke und Dirndl. Die Männer teilen sich in zwei Gruppen: während die Solisten meist Anzüge und Jacketts in Braun-, Grün-, Grautönen, zum Teil mit Hirschhornknöpfen tragen, finden sich in den Ensembles meist Trachten oder trachtenähnliche Kleidungsstücke.

- Mimik

Abgesehen vom üblichen "Dauerlächeln" besteht die Mimik zumeist in einem bejahenden Nicken in Richtung Kamera. Bei gemischten Duos ist das Austauschen von "verliebten Blicken" zwischen den Duopartnern üblich.

- Gestik

Insgesamt wird eine sehr sparsame Gestik eingesetzt. Meist handelt es sich um eine von uns als "Standardgestik" bezeichnete Form der Bewegung, bei der die Arme (entweder einer oder beide) - ähnlich einer Willkommensgeste - sich öffnend ausgestreckt werden.

- Textausdeutung

Eine gestische Textausdeutung findet bei mehr als der Hälfte aller Gesangstitel statt. Es handelt sich hierbei fast ausschließlich um die gestische Umsetzung der Begriffe "Ich", "Du", "Herz" und "Himmel".

- Image

Unter der Kategorie "Image" protokollierten wir unseren subjektiven Eindruck davon, was von den einzelnen Interpreten dargestellt werden sollte. Hier finden sich Zuordnungen wie der *nette junge Mann*, der *Wunsch-Schwiegersonn*, das *verliebte Paar*, die *glücklich Verheirateten*, das *liebe Kind* und ähnliche.

- Auftreten

Das "Auftreten" eines Darstellenden wurde als "gut" (d. h. eher professionell) oder als "nicht gut" (amateurhaft) bewertet. Ausschlaggebend

waren hier Kriterien wie z. B. die Choreographie (Bewegungen) und das Playbackverhalten (synchron oder nicht).

- Verhältnis: Frau - Mann

Von den auftretenden Personen sind etwa 2/3 Männer und 1/3 Frauen. Doch dominieren die Männer nicht nur quantitativ: Das Verhältnis Frau - Mann entspricht einem althergebrachten, traditionellen Rollenverhalten. Der Mann läßt der Frau dezent den Vortritt; der Mann nimmt sie in den Arm und nicht umgekehrt.

(Thomas Witzel)

3.2 Versuch einer Typologie

Auf der Basis der Systematisierung der Beobachtungsergebnisse wurde der Versuch einer "Typologie des volkstümlichen Interpreten" unternommen. Die Gliederung erfolgte im wesentlichen nach den Merkmalsdimensionen Besetzungsform, (geschätztes) Alter und Outfit. Berücksichtigt wurden auch musikalische Gestaltungsmittel und zentrale textliche Begriffe, die zu einer exakteren Abgrenzung der einzelnen Typen beitrugen. Die von uns so erstellten Interpretentypen bilden keine eindeutig voneinander abgrenzbaren Erscheinungsformen: Überschneidungen und Mischformen sind möglich und werden im folgenden berücksichtigt. Unsere Typologie erhebt also keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Allgemeingültigkeit, dennoch ermöglicht sie eine differenzierte Betrachtung des Gegenstandes.

Insgesamt konnten sieben verschiedene Typen von Interpreten identifiziert werden. Und in den meisten Sendungen sind auch alle sieben vertreten, wobei allerdings Häufungen erkennbar werden, die eine Gewichtung der Typen nahelegen. Wir unterscheiden die ersten drei Haupttypen, die sich als essentielle Bestandteile der volkstümlichen Sendungen darstellen, von den folgenden vier Nebentypen, die deutlich schwächer vertreten sind. Die Darstellung der einzelnen Typen erfolgt nach der Häufigkeit ihres Auftretens in den Sendungen.

- Vertreter des volkstümlichen Schlagers

Es dominieren die Solisten, darauf folgen die sogenannten "Bands" und die "gemischten Duos" und "Frauenduos" (Männerduos treten hier nicht auf!). Die Altersschätzungen ergaben eine Häufung im Bereich von 25 bis 35 Jahren. Das Outfit der Interpreten ist bestimmt durch trach-

tenähnliche Kleidung. Die "Bands" sind durchweg uniform gekleidet. Die durch das Outfit implizierte geographische Zugehörigkeit der Interpreten ist dichotom: Entweder süddeutsch oder norddeutsch, wobei der Anteil des "Süddeutschen" (eingeschlossen Österreich und Südtirol) eindeutig überwiegt.

- Schlagerinterpreten

Dieser Typus ist eng mit dem vorhergenannten verbunden. Unterschiede sind hier in der Besetzungsform, dem Outfit und der regionalen Zuordnung zu finden: Es treten keine "Frauenduos" und keine "Bands" auf, die Kleidung beinhaltet weniger volkstümliche Merkmale als bei den Vertretern des volkstümlichen Schlagers und ist – geographisch gesehen – eher neutral mit einer leichten Tendenz zum Süden.

- Marschmusikformationen

Die Definition dieses Typus ist eindeutig: Große, uniformierte Besetzungen, mit einem Durchschnittsalter von ca. 50 Jahren, ziehen in Formationen durch das Studio. Ausnahmen bilden hier Gesangsduos (immer gemischt!), die von einer – in diesem Fall nicht umhermarschierenden – Kapelle begleitet werden. Der Schwerpunkt der geographischen Zuordnung ist hier Böhmen (das Egerland!). Regionale Bindungen werden durch Stadtkapellen vermittelt, geographisch Neutrales durch Polizei-, Feuerwehr- und Bundeswehrkapellen.

- Vertreter der "traditionellen" Volksmusik

Häufigste Besetzungsform ist hier ein kleines Ensemble von ca. 3-4 Mitgliedern (die "musizierende Familie"). Das Alter rangiert zwischen 15-55 Jahren. Das Outfit besteht oft aus authentischen Trachten aus dem süddeutschen Raum. Interpreten aus Norddeutschland sind hier seltener vertreten als bei den Interpreten des volkstümlichen Schlagers.

- Stimmungsmusiker

Die Vertreter dieses Typus sind stets männlich. Besetzungsmäßig dominieren Solisten und Duos. "Bands" treten selten in Erscheinung. Das Alter der Interpreten liegt zwischen 35 und 45 Jahren. Im Outfit setzt man sich deutlich von den anderen Typen ab: Vorherrschend sind bunte, auch knallige Farben, "komische" Accessoires (z. B. Baseballkappen) und Kostümierungen (z. B. als Cowboys oder Matrosen), die zugleich für die geographische Identifizierbarkeit sorgen.

- Instrumentalvirtuosen

Die Interpreten dieses Typus treten überwiegend als Solisten in Erscheinung. Eine Ausnahme bildet hier das "gemischte Duo". Altersmäßig ergibt sich eine Streuung von 13 bis 45 Jahren. Die Outfitmerkmale sind ebenfalls breit gefächert: Das Spektrum reicht von Anleihen an Ori-

ginaltrachten bis zu Fantasiekostümen. Das geographische Schwerpunktgewicht liegt auch hier in Süddeutschland.

- Vertreter der musikalischen Hochkultur

Dieser Typus bildet die absolute Randerscheinung. Meist treten Solisten auf, seltener kleinere Ensembles. Das Alter ist aufgrund der geringen Anzahl der Interpreten nicht repräsentativ zu bestimmen. Das Outfit ist unverbindlich: Männer tragen dunkelblaue oder schwarze Anzüge, mitunter sogar Smokings, Frauen oft Abendkleider.

(Kai Stefan Lothwesen)

3.3 Interpretation der Beobachtungen

Durch das Outfit der Interpreten wird ein kommerziell verwertbares Bild entworfen, welches den Bereich der *volkstümlichen Medienmusik* repräsentiert. Oftmals ist der visuelle Eindruck das offensichtlichste und einzige Merkmal, das eine Zuordnung zur volkstümlichen Musik erlaubt. Die Selbstdarstellung der Interpreten stellt mit der Musik und der Sprache zusammen den wichtigsten Bezugspunkt zur idealisierten Welt der Volksmusik dar. Betrachtet man nur die bloße Oberfläche, d. h. das Fernsehbild, fällt die eindimensionale, unterstützende Funktion der Textausdeutung durch Gestik und Mimik der Interpreten auf. Die dargestellten Symbole sind für das einfache Weltbild von Bedeutung.

Die von uns erwähnte Standardgeste und das stereotype Dauerlächeln vermitteln Offenheit und Gemeinschaft. Inwieweit religiöse Assoziationen dabei eine Rolle spielen, kann nur vermutet werden. Die Botschaft erschöpft sich in der Aussage: "Alles ist gut". Anzunehmen ist, daß über das Bild einer "Heilen Welt" hinaus eine Weltanschauung vermittelt wird, in der sich konservative Wertvorstellungen manifestieren. Diese Werte ergeben sich aus der Glorifizierung althergebrachter Normen, deren Einhaltung direkt zur "Heilen Welt" zu führen verspricht. Auffallend ist die Verbindlichkeit dieses Schemas. Neues ist unerwünscht. Die Vorliebe für das Bekannte und Bewährte wird durch die Interpreten unterstrichen: Zum Erwünschten gehören Homogenität und Tradition. Abweichungen dienen allenfalls als individuelle Wiedererkennungsmerkmale einzelner Interpreten.

(Bertram Hinz)

4. Texte

4.1 Einführendes

Bei der Betrachtung volkstümlicher Musik fällt auf, daß der reinen Instrumentalmusik quantitativ nur eine geringe Bedeutung zukommt. Mehr als 75% aller Titel sind Gesangsdarbietungen, deren Texte – so sollte man meinen – Aufschluß darüber geben, was diese Musik auszeichnet und von anderen Musikrichtungen unterscheidet. Vorurteile finden sich zu Hauf: In der Volksmusik werde die Heimat besungen, Traditionspflege betrieben, Gemütlichkeit und Harmonie als Inbegriff der Glückseligkeit gepriesen. Schnell stellt man jedoch fest, daß es "den" Text, quasi als Prototyp aller volkstümlichen Musik, natürlich nicht gibt. Gleichwohl stellt sich die Frage, was volkstümliche Musik auf textlicher Ebene auszeichnet. Gibt es Gemeinsamkeiten in Titelgebung, Inhalt oder Struktur? Auf welche Schlüsselbegriffe läßt sie sich reduzieren? Welche Bilder werden vermittelt? Diese und andere Fragen sollen im Zentrum der nachfolgenden Betrachtung stehen.

4.2 Formale Betrachtung

Wie bei vielen Liedern liegen auch den Musikstücken der volkstümlichen Musik Texte von einfachem Aufbau zugrunde. Der Liedform folgend, lassen sie sich in der Regel auf die Grundform Strophe-Refrain-Strophe-Refrain zurückführen. Diese Grundform kann zwar zuweilen durch Interludien oder Abgesänge in Form einer Refrainverkürzung variiert sein, ist aber in nahezu allen Fällen präsent. Ebenso präsent erscheint das durchgehend jambische Versmaß, das einen fließenden Rhythmus erzeugt. Verhältnismäßig schwache Hebungen, gleichmäßige Pausen und korrespondierende Kommata erzeugen einen einfach strukturierten Vers, der in vielen Fällen sein Pendant in der musikalischen Ausdeutung findet.

Reine Endreime sind im allgemeinen für die Texte typisch. Häufig finden sich zwar unreine Reime, diese lassen aber den Eindruck der Unbeholfenheit aufkommen: Da wird "lieben" mit "vergeben", "Tirol" mit "einmal" oder "Zärtlichkeit" mit "heut" gereimt. Literarisch elegante Reimformen sucht man vergebens. Und wenn der Reim

einmal nicht aufgehen sollte, kann immerhin noch vom Hochdeutschen in den Dialekt gewechselt und das "sagte ich" zum "saget i" apostrophiert werden, damit der Reim mit "Harmonie" glückt. Nur wenige Lieder verzichten ganz auf Reime.

Bei der Betrachtung der Texte und der Titel, die in nahezu allen Fällen aus dem Refrain abgeleitet sind, bemerkt man das Beieinanderstehen von mundartlicher und hochdeutscher Sprache: Je weiter die Entfernung von der Volksmusik und damit die Annäherung an volkstümelnde Medienmusik ausgeprägt ist, desto eher wird auf Mundartlichkeit verzichtet. Die Texte der volkstümelnden Medienmusik können daher bestenfalls als Texte "im Volkston" bezeichnet werden. Das Beieinanderstehen und Vermischen der "Gattungen" gemäß unserer Terminologie zeigt sich im formal-sprachlichen Aufbau recht deutlich, zum Beispiel bei Marianne & Michael. Die beiden Moderatoren der ZDF-Sendung "Lustige Musikanten" präsentieren nicht nur in ihrer Moderation den Dialekt mit dem gerollten Zungen-"R", sondern bleiben diesem auch in vielen ihrer Lieder treu. Die Tatsache, daß sich dann auch in dieser Sendung entsprechend viele Interpreten im Mundartlichen präsentieren, versteht sich fast von selbst. Weit ab vom sprachlichen Jankerl-Image befinden sich dagegen Schlager-Interpreten wie Teddy Parker, Frank Faber oder Karel Gott.

4.3 Zum Inhalt

Wurde bisher der einfach strukturierte Aufbau der Liedtexte beschrieben, so stellt sich nun die Frage nach den Inhalten. Schon bei flüchtiger Betrachtung fallen die Beschreibungen alltäglicher oder bekannter Situationen und Themen auf; die positive Grundstimmung ist allen Liedern gleich. Um einen genaueren Zugriff auf die Texte und die damit verbundenen Inhalte zu bekommen, wurden ausgewählte Musiksendungen einer qualitativen und quantitativen Inhaltsanalyse unterzogen.

Die qualitative Analyse soll zeigen, wie die verschiedenen inhaltlichen Themen verarbeitet und dargestellt werden. Grundlage hierfür bildete ein von Manfred Becker⁽⁹⁾ entwickeltes, für die vorliegende Fragestellung modifiziertes Kategoriensystem.

Für die quantitative Analyse wurde eine Dreiteilung in "Adressaten", "Der Mensch und seine Aktivität" und "Bild des Bestehenden" vorgenommen. Um den interpretatorischen Freiraum möglichst zu beschränken, wurde auf implizit im Text vorhandene Motive keine Rücksicht genommen, wohl aber auf metaphorisch-symbolische, Mehrfachnennungen waren grundsätzlich möglich. Die Analysen wurden zunächst aus den einzelnen Sendungen hergeleitet und dann erst zusammengefaßt, um zu sehen, ob und wie sich die Sendungen der verschiedenen Sender unterscheiden. Die in einer Vorstudie ermittelten Schlüsselbegriffe dienten als Anleitung bei der Aufstellung der beiden Großgruppen "Der Mensch und seine Aktivitäten" und "Bild des Bestehenden":

- Tradition, Brauchtum, Einheit, Ordnung;
- Religiosität, Schicksal, positive Zukunft;
- Musikanten;
- Heimat, verlorene Heimat, Beziehung zur Heimat;
- Seemannsleben, schöne weite Welt;
- Mädchen, Frauen, Damen, Mädchen zur Unterhaltung, Affären mit Mädchen;
- Liebe, "rosarote" Liebe (Frau), Mutterliebe (Mann), Sehnsucht nach Liebe, außereheliche Liebe (Mann);
- männliches Selbstbild;
- Schönheit;
- Realitätsflucht;
- Natur;
- Freiheit (Mann);
- Herz, Gemütlichkeit, Fröhlichkeit, Harmonie, Zufriedenheit, Saufen (Mann).

Quantitative Beschreibung

Abbildung 1 (siehe Seite 49) gibt Auskunft über die aus der Gesamtstichprobe sichtbar werdenden Adressaten der Texte. In dieser Anordnung nach Prozenträngen erkennt man leicht die Tendenz, Verbundenheit und Gemeinschaft demonstrierende Adressaten zu bevorzugen. Dabei stehen die "Ich-Du"-Beziehungen (29%), also die Beziehungen zwischen Sänger und Publikum, und das "Wir" (28%) auf der Liste obenan, gefolgt von "Du" Mensch (20%) und "Ich" Sänger (15%). Vermieden wird auf jeden Fall der direkt angesprochene Adressat "Gott" (0%), das

distanzierende "Ihr" (1%), sowie die vom Publikum sich abwendende Anrede "Du Lied" (1%). Differenzen zwischen den einzelnen Sendungen konnten nicht festgestellt werden.

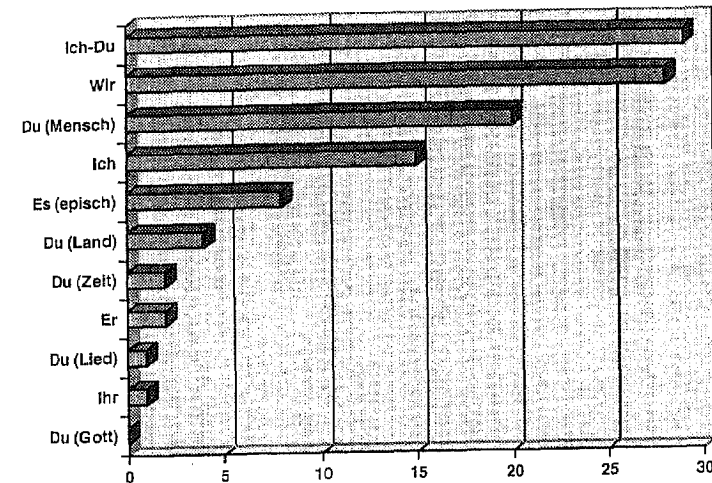


Abb. 1: Adressaten der Texte

Das "Bild des Bestehenden", das generell in den Texten beschrieben wird, scheint die Vorurteile teilweise zu bestätigen: Das "Landleben" (28%) wird am häufigsten besungen, gefolgt von "Heimat" (17%), "Ferne" (14%) und "Tradition/Brauchtum" (13%). Auch hier ergaben sich keine nennenswerten Differenzen zwischen den einzelnen Sendungen (vgl. Abb. 2, Seite 50).

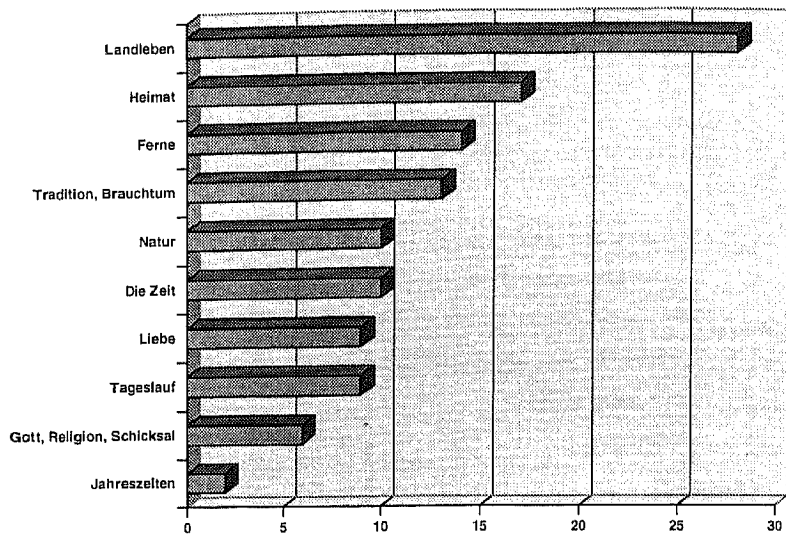


Abb. 2: Das "Bild des Bestehenden" – Textinhalte

Als dritte Motivgruppe erweist sich die Schilderung des Menschen und seiner Aktivitäten. Die Aussagen lassen sich ungefähr mit dem Satz "Diese Welt besteht aus Gemütlichkeit, Harmonie und Liebe" zusammenfassen (siehe Abb. 3, Seite 51).

Die Tatsache, daß die der Volksmusik häufig zugesprochene Realitätsflucht in keinem der Texte zu finden ist, entspringt einer unkritischen, konsumorientierten Haltung der "Macher" und bestätigt somit indirekt ihr Vorhandensein. Alle Fälle, in denen von "Leid und Trauer" gesungen wird, sind – dies ist der Tabelle nicht zu entnehmen – mit der Kategorie "Glück" (und "Abschied" mit "Wiederkehr") gepaart. Auch hier finden sich keine Unterschiede zwischen den einzelnen Sendungen.

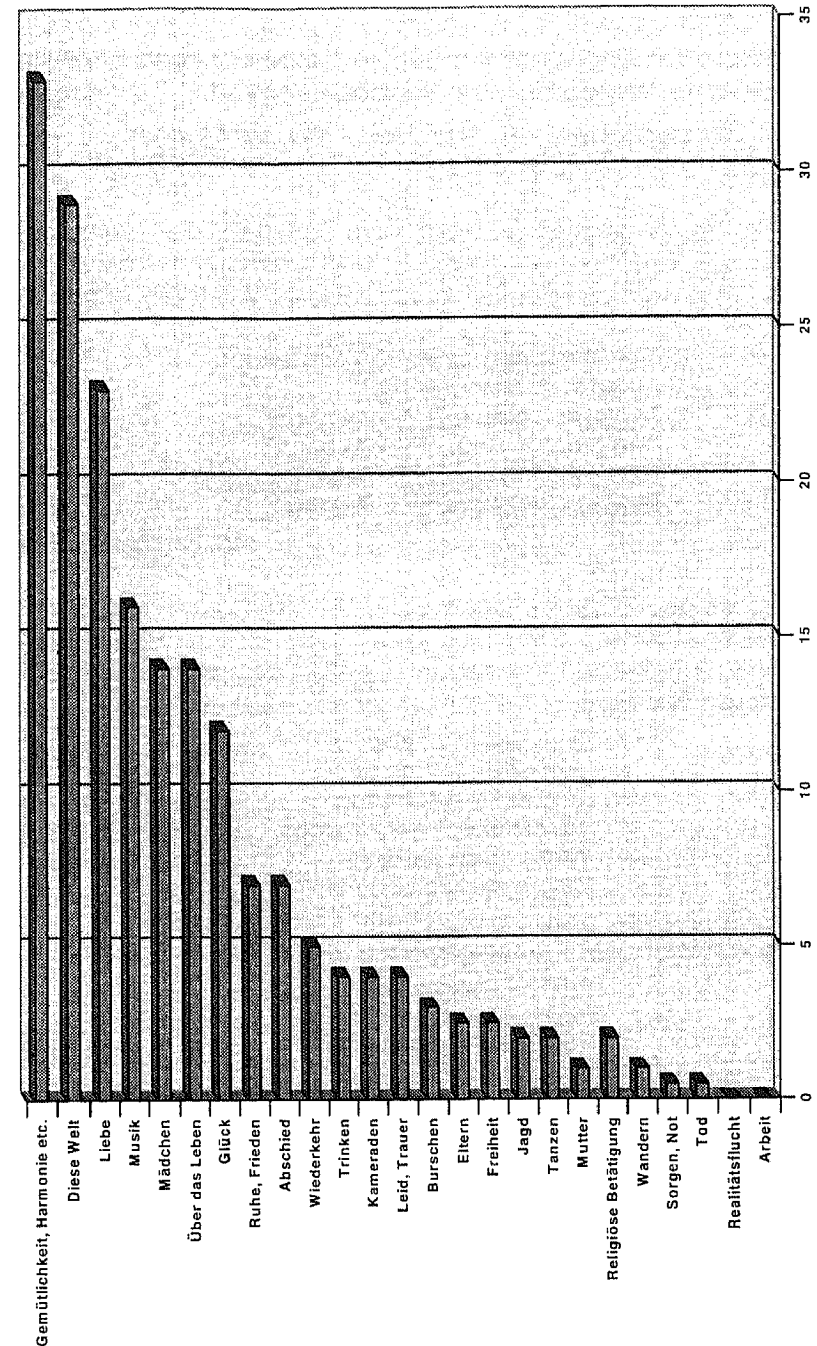


Abb. 3: Der Mensch und seine Aktivitäten

Qualitative Beschreibung

Für die qualitative Analyse wurden die Texte auf ihren Inhalt gemäß sechs herausgearbeiteten Punkten überprüft:

*Bild des Lebens – Bild der Frau – Bild des Mannes –
Bild des Auslandes – Bild der Heimat – Bild der Musik.*

Das *Bild des Lebens* ist geprägt vom Schicksal der Menschen. Meist positiv beschrieben, glücklich und harmonisch verlaufend, ist das Leben ein nicht selbst bestimmbares Wandeln durch die Zeit:

"Die Menschen sahen von den Bergen
Hinab in ihr geliebtes Tal.
Tagtäglich stieg das Wasser höher
Und brachte Haus um Haus zu Fall.
Bald sah man nur noch diesen Kirchturm
Mit dem der Glöckner unterging."

(Kastelruther Spatzen)

Der hier eingeschlagene fatalistische Unterton ist allerdings eher seltener anzutreffen; Gabi Seitz beschreibt ebenso singend wie treffend in "Die kleine Kuckucksuhr" das Bild des Lebens, wie es für die meisten Texte gilt:

"Das Leben zu erleben,
Ihm einen Sinn zu geben
Und jeden neuen Tag
Als ein Geschenk zu sehen,
Mutig, froh und heiter
Durch die Zeit zu gehen."

Oder auch Stefan Woll in seinem Song "An a Wunder hob i glaubt":

"Oft macht man sich Sorgen
wegen Heut' oder Morgen;
Das kann ich verstehen.
Mal geht es bergauf
und dann wieder bergab,
Niemand weiß, wohin."

Wer noch nicht gewußt hat, daß "blonde Mäusgen" geküßt, Mädchen zum "Küssen, Träumen und Glücklichein" "gemacht" sind, und die "Rose vom Wörthersee" gleichzeitig die "Schönste

vom Sterncafé" ist, sollte sich der Volksmusik annehmen – so wird nämlich das Bild der Frau in dieser Musiksparte gezeichnet. Ausnahmen: Karel Gotts "Babicka" oder die selten textlich präsen- te "Mutter".

Das *Bild des Mannes* stellt sich in den entsprechenden Klischee- vorstellungen dar: Er säuft "Rum vom Faß", "Wir ham Muskelkraft, a Herz und a Verstand und für die Damen tun wir wirklich aller- hand". Einzig Teddy Parker sorgt sich liebend um seine alte Mutti. Das Alpski-Quintett bringt es in "Stimm ein, schenk ein!" auf den Punkt:

"Wir sitzen froh beisammen,
Nein, heut' bleibt keine allein!
An einem solchen Abend
Kann man nicht traurig sein.
Komm setz dich zu uns 'rüber,
Stimm' ein in uns're Musik
Und dann vergißt du schnell deinen Schmerz.
Versperr' nur nicht dein Herz."

Das *Bild des Auslandes* ist schnell beschrieben, denn "Ausland" ist im Sinne der vorliegenden Texte der Süden, die Tropen, die "weite Welt": Schwarzes Meer, Karrakas, Tromsö. Benachbartes Ausland gibt es nicht und die Länder der Alpen sind ohnehin – wie es in vielen Liedern heißt – "hier": Eben: "Hier in Österreich".

Die *Heimat* ist entsprechend ausgedehnt, da es in nächster Nähe kein Ausland gibt: Kärnten, Wien, San Pedro, Tirol. Und überall ist es schön, so singen Marianne und Michael am Beginn einer jeden Sendung der "Lustigen Musikanten". Da ist man "einfach froh und glücklich hier zuhaus zu sein", auch wenn es der Thüringer Wald ist, und "wenn ich auf hohen Bergen steh' wird mir das Herz so wohl, dann schau ich tief ins Tal hinab, ins schöne Land Tirol." Die dazugehörigen Adjektive: friedlich, verzaubert, lieblich, schön.

Musik wird als Thema zwar selten spezifiziert, hat aber, wird sie doch besungen, den gleichen Zweck wie Heimat (und man könnte hinzufügen: die Natur), "schön" zu sein.

"Ob in Graz, in Linz oder in Wien,
Alle freu'n sich an den Melodien.
Klarinette und Tenor,

Schmelchelt sich sofort ins Ohr.
 Die Kapelle steht in Reih' und Glied,
 Spielt für's Publikum das schönste Lied.
 Blasmusik aus Österreich,
 Die hat Tradition das merkt man gleich.
 Jeder liebt die Musik, jeder findet sie schick."

(Karel Hulinsky)

Und Marianne & Michael singen:

"Da wo gesungen und gelacht wird,
 Ist die Fröhlichkeit zuhaus."

Fazit: Klischeeüberladene, leicht eingängliche Texte bestätigen die von Volksmusikern beschriebene "Abschaltfunktion"; der Klischee-Charakter nimmt mit dem Grad der Medienwirksamkeit und Professionalität tendenziell zu und erweckt den Eindruck eines Baukastenprinzips bei der Gestaltung und Herstellung der Texte.

(Christian Rupp)

5. Volkstümlichkeit in der Musik

Anhand musikalischer Analysen einer Stichprobe aus 39 Sendungen mit rund 600 Titeln aus dem Jahr 1994 und deren systematischer Interpretation haben wir die stiltypischen musikimmanenten Merkmale der Volkstümlichkeit untersucht. Die heute überwiegend verbreitete Form des volkstümlichen Schlagers als Prototyp der volkstümelnden Medienmusik soll dabei im Mittelpunkt stehen, weil er genau diejenigen typischen Merkmale in sich vereinigt (s. Abb. 4, Seite 55), welche die Entwicklung der volkstümlichen Musik in den letzten Jahren kennzeichnet. Fraglich wird bei unserer Untersuchung nicht nur sein, wie sich Volkstümlichkeit musikimmanent manifestiert, sondern auch, ob durch Analyse des musikalischen Teils eines volkstümlichen Musikproduktes Rückschlüsse auf die charakteristischen Merkmale der ökonomischen und ideologischen Funktion dieser Produkte möglich sind.

5.1 Musikalische Analyse

Die Musik des volkstümlichen Schlagers zeichnet sich vor allem durch weitgehende Uniformität der musikalischen Mittel aus. Die

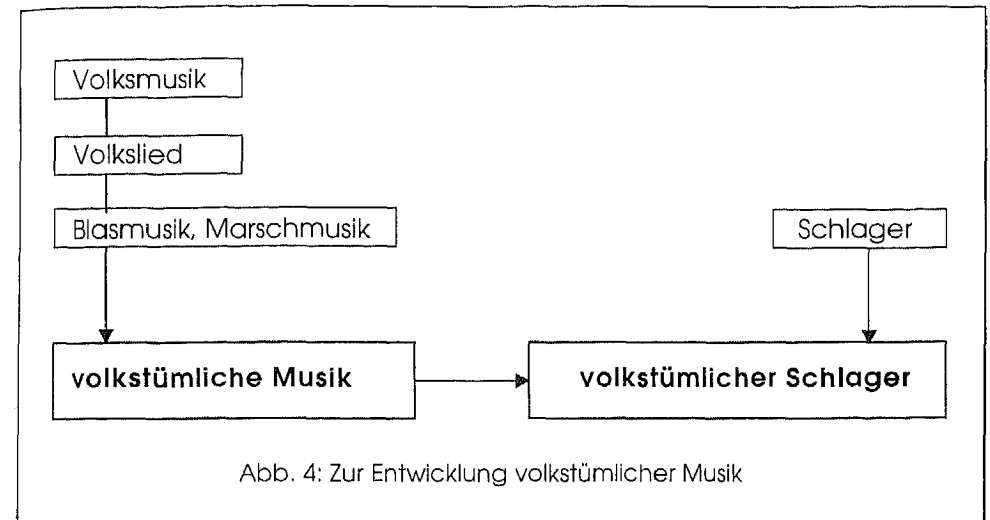


Abb. 4: Zur Entwicklung volkstümlicher Musik

Normierung des Produktionsprozesses erlaubt und erfordert die Normierung der analytischen Mittel. Die Analysen fanden vor allem anhand eines standardisierten Analysebogens statt.

- *Form*: Die Form ist durchgehend periodisch-symmetrisch. Strophe und Refrain (meist 8taktig), oft mit Einleitung und seltener mit Zwischenspiel, sind in Patterns arrangiert, die in einfacher Reihe hintereinandergesetzt sind.⁽¹⁰⁾ Zum Ende wird der Refrain gerne bis zum fade out wiederholt.
- *Struktur / Arrangement*: Ausschließlich homophon und in Patterns (höchstens drei verschiedene) strukturiert, die - wenn überhaupt - nur durch Addition oder Subtraktion von Klanggruppen variiert werden. Das Arrangement ist auffällig einheitlich geprägt. Die verschiedenen Patterns für Refrain und Strophe unterscheiden sich nicht erheblich; wird ein bestimmtes Klischee ausgeformt (etwa durch eine Trompeteneinleitung mit sich anschließendem Polkarhythmus), verändert sich dieser Gestus niemals. Außer dem rhythmischen Teil des Arrangements betont der Baß die Grundtöne, Bläser unterstützen meist die Melodien, umspielen sie oder füllen die Gesangspausen.
- *Metrik / Rhythmik / Tempo*: Es kommen nur die einfachsten Formen zwei- und dreiebigter Metren (2/4, 3/4, 4/4, 6/8 Takt) vor, die Schwerpunkte liegen durchweg auf den betonten Zählzeiten. Auffallend häu-

fig sind rhythmische Patterns der Form, wie sie auch in Personal Keyboards zu finden sind (dies ermöglicht die Reproduktion im Heim- und Alleinunterhalterbereich auf "Knopfdruck"). Vorherrschend ist ein mittleres Tempo (85-100 bpm), Ausnahmen bilden nach oben hin Stimmungs- und Tanzstücke, nach unten hin oft religiös/seriös wirkende Schnulzen.

- *Melodik*: Ambitus und Duktus folgen oft dem "Kinderliedschema": Die eingängige Melodik beschränkt sich auf schrittweises Fortschreiten und Intervallsprünge bis zur Quarte, die, vor allem bei Auftakten, meist zum Sprung auf den Grundton und in die erste Zählzeit dienen. Der Ambitus übersteigt, abgesehen von wenigen Ausnahmen wie z. B. dem Jodeln, eine Oktave nicht. Zweistimmigkeit wird durchgehend in Terzen und Sexten geführt.
- *Harmonik*: Einfachste Kadenzharmonik, meist ausschließlich auf den Hauptfunktionen, herrscht vor, selten wird die Kadenz durch die Hauptfunktionsparallelen erweitert, Alterationen kommen nicht vor. Fast alle Stücke sind in Dur. Auffallend oft wird am Schluß der Stücke, während der Wiederholung des letzten Refrains, eine chromatische Rückung um einen Halbton nach oben vorgenommen. Die Harmonik von Strophe und Refrain muß sich nicht zwingend unterscheiden.
- *Instrumentation*: Die von Mechthild von Schoenebeck getroffene Feststellung, daß der im Hintergrund stets hörbare Synthesizer niemals sichtbar ist und nur akustische Instrumente präsentiert werden⁽¹¹⁾, kann nicht bestätigt werden. Das Keyboard, inzwischen anerkanntes und beliebtes Instrument auch im privaten Bereich, wird meistens gezeigt. Trotzdem stimmen die präsentierten Instrumente, falls neben dem Sänger und der Sängerin Musiker überhaupt sichtbar sind, oft nicht mit dem Klingenden überein. Die Instrumentation des Klingenden unterscheidet sich also von der sichtbaren Instrumentation der Interpreten (Darsteller). Zu grotesken Höhepunkten führt dies, wenn etwa Stephan Mross in seinem Solo zweistimmig Trompete spielt, wenn Instrumentalisten auf der Bühne mimen, was nicht zu hören ist oder nur als (meist nicht sehr authentisch klingende) elektronische Variante (Sample) des zu sehenden Instruments erklingt. Schlagzeug, Baß und Keyboard kommen immer vor, je nach Genre erweitert sich das Instrumentarium, meistens um Bläser (Klarinette, Trompete, vereinzelt Tuba, Saxophon, Posaune) und Akkordeon, seltener durch Gitarren oder Streicher.
- *Sound, Klang*: Der Klang des volkstümlichen Schlagers wird durch die Verwendung überwiegend elektronischer Varianten von Instrumentalklängen sowie deren einheitlicher, variationsarmer und eindimensionaler Klangstruktur dominiert. Zudem ist durchgehend jedes Stück – besonders die Gesangsstimme oder das Melodieinstrument – mit starkem

Hall versehen. Die Melodie- oder Gesangsstimme wird immer stark hervorgehoben. Insgesamt werden mittlere Frequenzen bevorzugt; warmer, halliger Klangmatsch verhindert Eckigkeiten, Höhen und Tiefen. Dynamik findet kaum statt.

Zum *Gesang*: "Die Stimmen der Interpreten sind unausgebildete, ungestützte, meist weich klingende 'gerade' Stimmen ohne Vibrato und dynamische Differenzierungsmöglichkeiten. Von Ernst Mosch wird das Postulat kolportiert: 'Unser weicher Gesang muß über dem Saal liegen wie ein Fettague'."⁽¹²⁾

5.2 Genres des volkstümlichen Schlagers

Trotz der offensichtlichen Einfachheit aller musikalischen Äußerungen der volkstümlichen Szene gibt es eindeutig unterschiedliche Genres. Die Produktpalette der in den einschlägigen Sendungen dargebotenen Stücke reicht vom lediglich volkstümlich angehauchten Schlager *für alle* bis hin zu regional verwurzelten traditionellen Formen der Volksmusik.

Die aktuellste, in den Sendungen am häufigsten präsentierte und ökonomisch wohl profitabelste Form zeitgenössischer volkstümlicher Musik ist der *vokale volkstümliche Schlager*. Ihn kennzeichnet, daß er keine – oder nur sehr sporadisch auftretende – musikimmanente volkstümliche Elemente beinhaltet, die ihn vom Schlager unterscheiden. Die Identifikation als volkstümlicher Schlager macht sich demnach vor allem an außermusikalischen Faktoren fest (z.B. Text, Tracht). Beispiele für dieses Genre sind Patrick Lindner, Stefanie Hertel und die Wildecker Herzbuben, deren Hit "Herzlein" musikalisch allerdings nur durch die Trompeteneinleitung als volkstümlich zu charakterisieren ist. Im Gegensatz zum "reinen" Schlager ist die volkstümliche Variante vor allem außermusikalisch geprägt. Trotzdem können etwa Trompetenklänge oder Akkordeons durchaus vorkommen. Die o.g. musikimmanenten Merkmale gelten zwar vor allem für den volkstümlichen Schlager, die meisten von ihnen aber auch für den "normalen" Hitparaden-Schlager. Lediglich die genregerichtete Erweiterung des Instrumentariums um authentische Instrumente und die umfassende Einheitlichkeit in Klang und Struktur könnte den volkstümlichen Schlager noch musikimmanent von seinem normalen Pendant unterscheiden.

Ebenso verbreitet ist das Genre des *volkstümlichen Schlagers* mit (oft süddeutschem) *Regionalkolorit*. Neben dem meist dialektgefärbten Gesang der Interpreten und Interpretinnen werden Assoziationen mit Region vor allem visuell, durch Trachten und spezifische Instrumente bzw. Instrumentenklänge (Akkordeon, Blechbläser, Zither) geschaffen. Im Vergleich zum volkstümlichen Schlager werden aus der Volksmusik tradierte Gestaltungsmittel häufiger adaptiert, so z. B. rhythmisch, durch Verwendung von Polka- oder Länderrhythmen oder im Norden durch Adaptionen von Shanties und Seemannsliedern. Auffallend ist auch, daß sich die kulturelle Identität der deutschen volkstümlichen Musik nicht nur auf deutsche Interpreten beschränkt, sondern über den deutschsprachigen Raum hinaus nach Böhmen, Mähren, Schlesien etc. expandiert. Die Zillertaler Schürzerjäger, denen es mit Ausflügen in Richtung deutscher Rockmusik à la BAP gelungen ist, auch ein junges Publikum für sich zu gewinnen, sind ein Beispiel für volkstümliche Schlager mit *Rock-, Pop-, Country- oder ethnischen Einflüssen*.

Tony Marshall, eigentlich kein Vertreter der volkstümlichen Musik, tritt häufig in volkstümlichen Sendungen auf, und zwar dann, wenn ein *Stimmungsschlager* angesagt ist. Innerhalb der volkstümlichen Schlager sind Peter Steiner, die tschechischen Komödianten Josip und Malek oder Walti und die Valeros Vertreter dieses Genres, das durch ähnliche Merkmale wie etwa der Karnevalsschlager gekennzeichnet ist: lebhafter, oft polkaähnlicher Rhythmus, der zum Mitschunkeln oder -tanzen auffordert, chorische Verstärkung des Refrains, die zum Mitsingen animiert. Das Tempo ist höher als bei dem "normalen" volkstümlichen Schlager.

Remakes und *Medleys* treten in den verschiedensten Formen auf; traditionelles Liedgut, Operettenmelodien, Oldies und Hitausschnitte werden gerne in "neuen Verpackungen", d. h. neuen Arrangements feilgeboten. Anderssprachiges Lied- und Schlagergut wird oft ohne Rücksicht auf dessen Herkunft eingedeutscht. Während die Melodie immer übernommen wird, werden die anderen Parameter den Gepflogenheiten des volkstümlichen Schlagers angepaßt, wobei sogar die Harmonik verändert, sprich vereinfacht wird. Jedes der Genres kennt seine eigenen Medleys, etwa in Form einer Vorstellung der "größten Hits" oder "beliebter Melodien". Sehr beliebt sind zudem *instrumentale volks-*

tümliche Schlager, die oft von jungen Instrumentalisten dargestellt werden.

Manchmal dient volkstümliche Instrumentalmusik der Zurschaustellung besonderer instrumentalmusischer Fertigkeiten, ähnlich der Virtuosenmusik des 19. Jahrhunderts. Traditionelle Blasorchester erweitern im *Blasmusikschlager* ihr vormals meist auf Märsche u.ä. festgelegtes Repertoire um Schlager mit Gesang. Die immer noch marschdurchsetzte Blasmusik tritt dabei zur Begleitung hinter die Melodie des Gesungenen zurück. Diese Entwicklung war bereits in der volkstümlichen Musik zu beobachten.

5.3 Systematische Interpretation der Analyseergebnisse

Wie unsere Analyse der volkstümlichen Schlager als zentraler Kategorie der "Volkstümlichen Medienmusik" vor allem zeigt, variieren die musikalischen Gestaltungsmittel nur wenig, weil die Motivation zur Produktion eines volkstümlichen Schlagers primär profitorientiert ist und sich nur insofern um musikalische Originalität bemüht, als es die notwendige Abgrenzung gegenüber der Konkurrenz erfordert. Die Einfachheit von Form, Struktur, Arrangement, Melodik und Harmonik ist bei allen Genres auffällig.

Instrumentation und Klang weisen auf weitestgehend technisierte Produktionsmittel und einen normierten Produktionsprozeß hin, der zum einen eine reibungslose, billige Massenproduktion gewährleistet und zum anderen verdeutlicht, daß - mit Bezug auf die außermusikalischen Dimensionen der Volkstümlichkeit - die Musik nur einen Teilaspekt eines volkstümlichen Musikproduktes ausmacht, welches im Sinne modernen Marketings jede einzelne seiner Dimensionen im Produktmix vermarktet.

Im Gegensatz dazu war Volksmusik sozial motiviert. Die originäre Volksmusik erscheint zwar auch vereinzelt in den volkstümlichen Sendungen, um ein Licht von Authentizität auf den volkstümlichen Schlager zu werfen, die musikimmanent bei diesem nicht mehr vorhanden ist. Die tradierten musikalischen Gestaltungsmittel der Volksmusik weisen eine größere Vielfalt innerhalb der musikalischen Parameter auf. Technisierung und Normierung des Produktionsprozesses haben in der Volksmusik so gut wie keine Be-

deutung; sie ist vielmehr aus ihrem regionalen, kulturellen und sozialen Hintergrund erwachsen. Die Anlehnung an die Volksmusik erklärt wohl auch den im Vergleich zu ähnlichen Gattungen der populären Musik (z. B. dem Schlager) relativ hohen Anteil an Instrumentalmusik (über 20%) in den volkstümlichen Musiksendungen. Er ist jedoch in seiner volkstümlichen Ausprägung vom volksmusikalischen Original genauso weit entfernt wie sein vokales Pendant (s. Abb. 5).

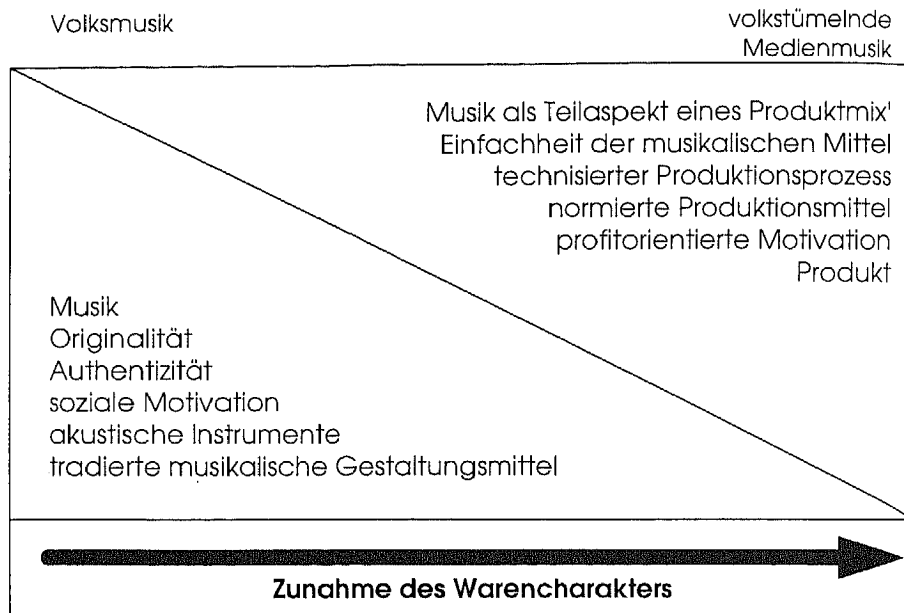


Abb. 5: Systematische Interpretation der Analyseergebnisse

Die Entwicklung von der Volksmusik hin zur volkstümlichen Musik erklärt sich durch Marktteilnahme der Musik mittels der Medien, die weitere Entwicklung zum volkstümlichen Schlager und zur volkstümelnden Medienmusik durch eine *Zunahme des Warencharakters*, der sich musikimmanent durch allgemeine und zunehmende Verflachung vor allem der musikalischen Parameter Harmonik, Struktur, Form, Instrumentation, Klang und Arrangement manifestiert. Die Zunahme des Warencharakters geht zu-

dem einher mit dem Verlust von Authentizität, Originalität und der primären Bedeutung des Musikalischen, welches zum Teilaspekt in einem musikalischen Produktmix wird. Diese Ergebnisse scheinen die These zur Realitätsflucht durch volkstümliche Musik zu erhärten.⁽¹³⁾ Die einfachen Strukturen eines Trivialschemas unterstützen zudem suggestiv eine Regression des Rezipienten. Zugleich veränderte sich die Soziologie der Musiker: Von fest in der sozialen und regionalen Gemeinschaft verankerten einheimischen Musikgruppen mit sozialer Motivation zum Musizieren hin zum einsamen, profitorientierten und normierten Produktionsprozeß mit Synthesizer und Rechner im Studio. In ästhetischer Hinsicht muß zunächst die Reduzierung der Vielfalt in jeder Hinsicht auffallen, damit einhergehend die Anpassung aller möglichen Formen in einen einheitlichen Duktus der Klangästhetik, nämlich der Eingängigkeit.

Volkstümlichkeit in der Musik zielt auf das Bedürfnis der Rezipienten, in einer konstruierten Scheinrealität, die im Gegensatz zu einer als feindlich, verwirrend oder unangenehm empfundenen Wirklichkeit steht, Geborgenheit zu erfahren. Durch ihren tatsächlichen oder vorgetäuschten Rückgriff auf traditionelle Musikformen beschwört sie eine nationale, "völkische" oder regionale, verklarte Scheinvergangenheit, nämlich die oft zitierte "gute alte Zeit" herauf. Hier drängen sich weitergehende musiksoziologische und medientheoretische Fragestellungen nach dem Verhältnis von Rezipient und Kommunikator sowie der kausalen Wirkung von Musik in der Gesellschaft auf. Während Volkstümlichkeit in der Musik im 19. Jahrhundert zunächst unter dem Vorzeichen einer gegen die Herrschaft der Aristokratie gerichteten, revolutionär-demokratischen, nationalen Identitätssuche stand, folgt sie heute konservativen und reaktionären Vorstellungen, die sich gegen das bedrohlich wirkende *Fremde* abgrenzen, das allenfalls als exotischer Kitzel mit vereinnahmt wird.

Der immer wieder offen eingeräumte, ja gepredigte Rückzug aus dem durch Arbeit, Sorgen und Nöte bestimmten Alltag in eine Scheinrealität legt es nahe, hier die musiksoziologische These anzuwenden, derzufolge die Musik die jeweils gegenwärtige Gesellschaft negativ, durch entgegengesetzte Merkmale ausdrückt.⁽¹⁴⁾ Dementsprechend steht der komplexen, vom einzelnen nicht

durchschaubaren Massengesellschaft eine Musik gegenüber, deren musikalische Parameter auf einen minimalen Level reduziert wurden. Wenn es jemals eine Musik gab, die das Etikett der "leichten Musik" im Sinne Adornos verdient, so ist es wohl der volkstümliche Schlager. Adorno schreibt:

"Die Standardisierung der leichten Musik ist aber, um ihrer kruden Simplizität willen, nicht sowohl innermusikalisch zu deuten wie soziologisch. Sie zielt auf standardisierte Reaktionen, und ihr Erfolg, zumal der heftige Widerwille ihrer Anhänger gegen das, was anders wäre, bestätigt, daß es ihr gelang. Manipuliert ist das Hören leichter Musik nicht erst von den Interessenten, die sie herstellen und verbreiten, sondern gleichsam von ihr selbst, ihrer immanenten Beschaffenheit. Sie etabliert in ihrem Opfer ein System bedingter Reflexe. Dabei entscheidet nicht einmal der Gegensatz von Primitivem und Differenziertem. Einfachheit an sich ist weder Vorzug noch Mangel. In der Kunstmusik, welche den Namen verdient, aber wäre jegliches Detail, noch das einfachste, es selbst, keines beliebig durch andere zu ersetzen."⁽¹⁵⁾

Bemerkenswert ist hier die Unterscheidung von Einfachheit und Austauschbarkeit, denn tatsächlich werden volkstümliche Schlager aus einem eng begrenzten Pool musikalischer Gestaltungsmittel auf scheinbar beliebige, doch immer stereotype, also austauschbare Weise, im Baukastenverfahren regelrecht zusammengesetzt.

Die Frage, ob ein Produkt wie die volkstümliche Musik nun ihrerseits die gesellschaftliche Realität mitstrukturiert, d. h. dazu beiträgt, konservative Werte und Realitätsflucht zu verbreiten, oder ob sie lediglich einen legitimen Wunsch nach Unterhaltung und Ablenkung verkörpert, läßt sich kaum abschließend beantworten.

Während in älteren, der "kritischen Theorie" verbundenen Ansätzen der Medientheorie die Funktion der Medien als Manipulationsmittel des Kapitals im Vordergrund stand, tritt in jüngeren Ansätzen der Rezipient, wie Hickethier es formuliert, als aktiv Handelnder auf, "der aus dem Angebot auswählt, was er sehen will, weil er sich davon eine Befriedigung seiner Bedürfnisse verspricht."⁽¹⁶⁾ Weiter heißt es: "Dieser Nutzenansatz ('use and gratification approach') setzt jedoch voraus, daß der Rezipient auch tatsächlich zwischen verschiedenen Angeboten wählen kann." Unausgesprochen bleibt hier die Abhängigkeit des tatsächlichen

Angebots vom Kapital (Profitorientierung). Mit den Worten Adornos: "Die Gleichheit des Angebotenen, das alle abnehmen müssen, maskiert sich in der Strenge des allgemeinverbindlichen Stils; die Fiktion des Verhältnisses von Angebot und Nachfrage lebt fort in den fiktiv-individuellen Nuancen."⁽¹⁷⁾ Im Sinne einer negierenden Aussage läßt sich abschließend wohl behaupten, daß der volkstümliche Schlager auf jeden Fall nicht dazu beiträgt, aufklärerische Werte im Bewußtsein seiner Rezipienten zu verankern.

5.4 Zusammenfassung.

Die Analyse zeigte weitestgehende Übereinstimmung mit unseren Hypothesen. Die Tatsache, daß es sich beim Untersuchungsgegenstand um ein Musik-Produkt handelt, vermag dies leicht zu erklären, denn sein Design dient schließlich einzig und ausschließlich dazu, genau jene Botschaften im Markt zu plazieren und die Nachfrage nach ihnen zu befriedigen, die dem Produkt allgemein zugeschrieben und in ihm gesucht werden. Auch zeigt ebendies den Erfolg des Produktdesigns.

Das entscheidendste Ergebnis der Analysen von volkstümlicher Medienmusik scheint uns zu sein, daß – wenn der kulturelle Wertschöpfungsprozeß (Volks-) Musik am Markt teilnimmt und sich so als Produkt für die Masse manifestiert – dies offensichtlich erheblichen Einfluß auf jede Form musikimmanenter und systematischer (psychologischer, soziologischer, akustischer und ästhetischer) Parameter des Erklingenden hat und dies sich vice versa am Klingenden nachweisen läßt, weil die Musik selbst, durch die Produktpolitik zum strategischen Teilaspekt und Unterstützer von Botschaften funktionalisiert, sich im Sinne ihrer ideologischen und ökonomischen Funktion charakteristisch verändert.

Die einfache, standardisierte Gleichförmigkeit der volkstümlichen Musik transportiert – wie die anderen Dimensionen des volkstümlichen Musikproduktes – durch ihre normierten Gestaltungsprinzipien ein entsprechendes Welt- und Wertebild, das Toleranz gegenüber Fremdem und Neuem, Gleichberechtigung aller Menschen, kulturelle Vielfalt, Entwicklung, Emanzipation und Gesundheit nicht fördert und Einfalt, Alkoholkonsum, Unterdrückung, Konservatismus und Hierarchien sowie Alltags- und Problemflucht, bzw. Ver-

drängung und Regression suggestiv unterstützt. Durch die Abhängigkeit der volkstümlichen Musik-Produkte vom Kapital erfüllen diese – neben der Vermittlung des speziellen Welt- und Wertbildes – ihre zunächst nicht offensichtliche ideologische Funktion auch dadurch, daß sie eine Illusion von Realität im Markt erzeugen und so die Subjektivität des Individuums auf die Marktentcheidung reduzieren.⁽¹⁸⁾

(Thomas Böhm und Volker Spicker)

Anmerkungen

- (1) Hauser, Arnold: Soziologie der Kunst, München 1974, 598ff.
- (2) Beck, Sabine, Thomas Böhm u. Christian Rupp: Interview mit Harald Müller vom ZDF am 23.11.1994 in Brilon.
- (3) Die meistgesehene Fernsehsendung "Wetten daß...?" bringt es demgegenüber auf ca. 15 Millionen, vgl. Musikwoche 44 (1993)
- (4) Vgl. Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart 1993, 172-177.
- (5) Vgl. hierzu: Gast, Wolfgang: Film und Literatur. Grundbuch. Einführung in Begriffe und Methoden der Filmanalyse. Frankfurt am Main 1993, sowie: Monaco, James: Film verstehen, Reinbek 1980, 65-228.
- (6) Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Frankfurt am Main 1964, 59-63.
- (7) Vgl. hierzu: Frieling, Heinrich: Farbe hilft verkaufen, Göttingen / Zürich 1980 (3. Auflage), 9-67.
- (8) Heuermann, Hartmut: Medienkultur und Mythen, Reinbek 1994, 274-292.
- (9) Becker, Manfred: Ideologiekritische Untersuchungen zum Repertoire der Chöre im Landkreis Gießen, Examensarbeit Justus Liebig Universität Gießen 1974.
- (10) Mit Patterns meinen wir Formteile, die in der computergestützten Produktion von Musik für sich fertig arrangiert oder eingespielt sind und gegebenenfalls wiederholt oder aneinandergereiht werden.
- (11) Schoenebeck, Mechthild von: Wenn die Heidschnucken sich in die Äuglein gucken. Politische Inhalte des volkstümlichen Schlagers. In: Rösing, Helmut (Hg.): Musik der Skinheads und ein Gegenpart: Die 'Heile Welt' der volkstümlichen Musik (Beiträge zur Populärmusikforschung Bd. 13), Baden-Baden 1994, 18.
- (12) Ebda.
- (13) Vgl. von Schoenebeck, ebda.
- (14) Kneif, Tibor: Musiksoziologie. In: Dahlhaus, Carl (Hg.): Einführung in die systematische Musikwissenschaft, Laaber 1988 (2. Auflage).
- (15) Adorno, Theodor W.: Einleitung in die Musiksoziologie. In Gesammelte Schriften Bd. 14, Frankfurt am Main 1973, 208.
- (16) Hickethier, Knuth: Film- und Fernsehanalyse, Stuttgart 1993, 10f.
- (17) Adorno, Theodor W.: Dissonanzen. In: Gesammelte Schriften, Bd. 14, Frankfurt am Main 1973, 26.
- (18) Vgl. Phleps, Thomas: Musik und Ideologie. In: Bruhn, Herbert, Rolf Oerter u. Helmut Rösing (Hg.): Musikpsychologie – Ein Handbuch, Reinbek 1993, 101.