

Mehr als Musik: die sieben Dimensionen des "Eurovision Song Contests"

Wolther, Irving

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wolther, I. (2008). Mehr als Musik: die sieben Dimensionen des "Eurovision Song Contests". In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Die Natur der Gesellschaft: Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006. Teilbd. 1 u. 2* (S. 4896-4905). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-154477>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Mehr als Musik: Die sieben Dimensionen des *Eurovision Song Contests*

Irving Wolther

Der *Eurovision Song Contest* (kurz: *ESC*) ist der weltweit größte Wettbewerb für populäre Musik und mit mehr als 100 Millionen Zuschauern (EBU 2004) das erfolgreichste Fernsehunterhaltungsprogramm in Europa. Jahr für Jahr bewegt dieser Musikwettbewerb die Gemüter der Menschen, wie es ansonsten nur internationale Sportereignisse vermögen.

Ursprünglich wurde der *ESC* von den Europäischen Rundfunkunion (EBU) ins Leben gerufen, um einen jährlich wiederkehrenden Anlass für die Zusammenarbeit der europäischen Fernsehanstalten zu schaffen. Zu diesem Zweck wurde 1955 ein Komponistenwettbewerb nach dem Vorbild des bereits seit 1951 existierenden *San-Remo-Festivals* in Planung gegeben und 1956 im schweizerischen Lugano erstmalig ausgerichtet. Die Belange der Musikindustrie blieben dabei weitgehend unberücksichtigt. Noch heute ist der *Eurovision Song Contest* in erster Linie ein von den Fernsehanstalten inszeniertes Medienereignis und dient erst nachrangig musikökonomischen Zwecken. Der anhaltende Erfolg der Veranstaltung, die neben den Nachrichtenprogrammen zu den traditionsreichsten Sendungen des europäischen Fernsehens zählt, hat allerdings in jüngster Zeit zu vermehrten Kommerzialisierungsbestrebungen der EBU geführt.

Das ritualisierte Medienereignis *ESC*

Der *ESC* ist ein medieninszeniertes (Pseudo-)Medienereignis, wie Helmut Scherer und Daniela Schlütz (2003) in ihrer Arbeit über die deutsche *ESC*-Vorentscheidung 2000 in Anlehnung an Daniel J. Boorstin (1987) definieren. Die Inszenierung verfolgt dabei vor allem das Ziel, eine umfassende Medienberichterstattung hervorzurufen. Dies betrifft nicht nur die Fernsehanstalten als Initiatoren des Wettbewerbs, sondern natürlich auch das Musikbusiness, aber auch politische Vertreter, die auf Pressekonferenzen, Empfängen und Partys die Öffentlichkeit suchen.

Für das Publikum ist der *ESC* zudem ein hochgradig ritualisiertes Medienereignis. Spezifische Charakteristika des Programms haben zu seiner Ritualisierung ge-

führt: die Periodizität des Programms, seine Standardisierung und Unveränderlichkeit, sein Vergangenheitsbezug und nicht zuletzt das Zugehörigkeitsgefühl, dass die Zuschauer durch die Teilnahme an dem Fernsehritual *Eurovision Song Contest* empfinden. Dieses Zugehörigkeitsgefühl basiert in weiten Teilen auf Schemata nationaler und kultureller Identifikation, die für die Wahrnehmung des Programmangebots *Eurovision Song Contest* von entscheidender Bedeutung sind.

Die sieben Dimensionen des *ESC*

Nun besitzt der *Eurovision Song Contest* nicht in allen Ländern einen vergleichbaren Stellenwert. In Schweden beispielsweise erreicht die Übertragung regelmäßig Marktanteile von weit über 50 Prozent. Woher kommt nun dieser unterschiedliche Stellenwert? Um dieser komplexen Frage auf den Grund zu gehen, erweist es sich als sinnvoll, den Wettbewerb in sieben Bedeutungsdimensionen zu zerlegen, die sich aus seiner spezifischen Struktur und Geschichte ergeben.

Die mediale Dimension

Beim *Eurovision Song Contest* handelt es sich in erster Linie um eine Fernsehsendung, die vordergründig den Zweck verfolgt, hohe Einschaltquoten zu erzielen. Zur Verwirklichung dieses Ziels bemühen sich die beteiligten Fernsehanstalten um eine publikumsgerechte Gestaltung des Programms sowie um eine entsprechende *Publicity* im Vorfeld. Über die eigentliche Fernsehsendung hinaus bilden Pressekonferenzen, Empfänge und Partys eine parallele *Eurovisionswelt*, die einen eigenständigen Informations- und Berichterstattungswert besitzt.

Wie bereits erwähnt, stand bei der Schöpfung des *ESC* die Zusammenarbeit der öffentlich-rechtlichen Programmanbieter Europas im Vordergrund. Für die *Eurovision*, den Fernsehprogrammaustausch der EBU, ist der Wettbewerb daher fast zu einer Art Synonym geworden. Mittlerweile dient der *ESC* aber nicht mehr nur als Anlass zur Medienkooperation, sondern auch als Instrument zur Demonstration medialer Macht: Mit dem Millionen Euro teuren Medienspektakel zeigen die in der EBU zusammengeschlossenen Fernsehanstalten, zu welchen technischen Höchstleistungen sie in der Lage sind und weisen damit die private Konkurrenz in ihre Schranken.

Da die EBU den Fernsehanstalten bei der Auswahl ihrer Beiträge völlig freie Hand lässt, können diese die Zusammensetzung des nationalen Teilnehmerfeldes mithilfe selbst definierter Ausschlusskriterien aktiv steuern. Je nach Auslegung des

öffentlichen Auftrags geschieht dies mehr oder weniger restriktiv. Um einer Blamage vorzubeugen, nehmen manche Fernsehanstalten selbst Einfluss auf die Bühnenauftritte der von ihnen in den Wettbewerb entsandten Künstler. Nicht zuletzt geht es ihnen dabei um die Wahrung ihres eigenen Ansehens. Dabei wird auf kommerzielle Belange selten Rücksicht genommen, wie die folgende Aussage des ehemaligen Programmdirektors des Hessischen Rundfunks, Hans-Otto Grünefeldt, aus dem Jahr 1970 dokumentiert:

»Es geht nicht darum (...) ein Lied herauszufinden, das etwa kommerziell die größten Chancen hätte (...). Es geht darum, das Lied auszuwählen, das auf (...) diesem speziellen Grand Prix Eurovision für die ARD bestehen kann.« (Böhmer 1970)

Im Gegenzug weckt der *ESC* bei Zuschauern und Medienvertretern bestimmte (historisch gewachsene) Erwartungshaltungen, die von den Fernsehanstalten nicht einfach ignoriert werden können. Vor allem wird der Fernsehanstalt in Ihrer Stellvertreterrolle für das eigene Land eine gewisse nationale Verantwortung zugewiesen. Insofern bleibt ihr trotz aller Einflussmöglichkeiten nur ein vergleichsweise geringer Spielraum für Veränderungen des Programminhalts.

Die musikalische Dimension

Beim *Eurovision Song Contest* handelt es sich um einen Musikwettbewerb, und faktisch bleiben von dem Fernsehereignis *ESC* in erster Linie die gehörten Melodien in Erinnerung. Allerdings wirken sich die mit der Organisation der Fernsehsendung *ESC* verbundenen Zwänge auf die Art der dargebotenen Musik aus (vgl. Wolther 2005). Diese Musik basiert zu einem großen Teil auf anglo-amerikanischen Vorbildern, die aber in den meisten Ländern eine eigene national-kulturelle Prägung verliehen wurde. Wie diese unterschiedlichen populärmusikalischen Erscheinungsformen wahrgenommen werden, hängt wiederum von kulturspezifischen Hörgewohnheiten ab. Insofern ist die Wahrnehmung des Medienangebots *ESC* abhängig von der Wahrnehmung der dargebotenen Musik.

Die musikökonomische Dimension

Festivals und Wettbewerbe gelten allgemein als wichtige Vermarktungsinstrumente für die Musikindustrie. Künstler und Produzenten verfolgen mit ihrer Teilnahme konkrete ökonomische Ziele. Dennoch war die musikökonomische Bedeutung des *ESC* für ein Festival dieser Größenordnung schon immer relativ gering. Dies lag zum einen daran, dass die Fernsehanstalten durch Reglementvorgaben gezielt die

kommerzielle Vereinnahmung ihres Wettbewerbs durch die Schallplattenindustrie verhinderten. Zum anderen führten mangelhaftes Marketing sowie veränderte Markt- und Medienbedingungen dazu, dass das Vermarktungspotenzial des Wettbewerbs häufig ungenutzt verpuffte. Eine Vielzahl von Wettbewerbsbeiträgen gelangte erst gar nicht in den freien Verkauf.

Die politische Dimension

Diese – aus deutscher Sicht weniger naheliegende – Dimension des *ESC* lässt sich in zwei Subdimensionen unterscheiden: Die *externe* politische Dimension treffen wir bei Situationen an, in denen der Wettbewerb für politische Zwecke instrumentalisiert wird (in denen also eine Wirkung von außen nach innen stattfindet). Ein anschauliches Beispiel hierfür bietet der *ESC* 2005 in Kiew, bei dem mit Viktor Juschtschenko erstmals das Staatsoberhaupt des Gastgeberlandes auf die Bühne trat, um der Siegerin einen Sonderpreis der nationalen Regierung zu überreichen.¹

Bei der *internen* politischen Dimension des *ESC* nimmt der Wettbewerb selbst Einfluss auf die politische Agenda (übt also eine Wirkung von innen nach außen aus). So strahlte der italienische Fernsehsender RAI den *ESC* 1974 nicht live aus, weil der Titel des italienischen Beitrags »Si« die Zuschauer im Hinblick auf das am darauf folgenden Tag stattfindende Referendum über eine Beibehaltung des Ehescheidungsverbots hätte beeinflussen können (vgl. Chartitalia 2005 und Feddersen 2002: 138f.).

Die politische Dimension des *Eurovision Song Contests* tritt in den einzelnen Teilnehmerländern unterschiedlich stark in Erscheinung. Welche politische Bedeutung das Medienereignis *ESC* in den einzelnen Ländern besitzt, hängt vorrangig von der Stellung des jeweiligen Landes im internationalen Mächtekonkurrenz ab und seit wann es diese Stellung einnimmt. Gerade für die jungen Staaten des ehemaligen Ostblocks spielt der *ESC* eine wesentliche Rolle zur Überwindung ihrer jahrzehntelangen politischen, wirtschaftlichen aber auch kulturellen Isolation.

Die national-kulturelle Dimension

Eines der wichtigsten Anliegen vieler Länder besteht in der Darstellung ihrer nationaler Eigenheiten. Dabei wird häufig auf eine mehr oder weniger stark stereotypi-

¹ Bei dem überreichten Preis handelt es sich um die Nachbildung eines Brustschmucks skythischer Könige aus 500 Gramm Gold und Edelsteinen. Die Überreichung des Preises ist somit nicht nur als politische Geste, sondern auch als Akt national-kultureller Repräsentation zu werten.

sierte Symbolik zurückgegriffen, deren Bekanntheit in den übrigen Ländern vorausgesetzt wird, so zum Beispiel auf die Nationalfarben und andere nationale Symbole, oft aber auch auf den Namen des eigenen Landes oder der Landeshauptstadt im Liedtitel.

Der Einsatz landestypischer Elemente bei der Gestaltung von Komposition und Darbietung entspringt jedoch nicht zwangsläufig bewussten Überlegungen. Jürgen Habermas (1990: 151) erklärt in diesem Zusammenhang:

»Die Gestalt, zu der wir durch unsere Lebensgeschichte, die Geschichte unseres Milieus, unseres Volkes geworden sind, lässt sich in einer Identitätsbeschreibung nicht loslösen von dem Bild, das wir uns und anderen präsentieren, und nach dem wir von den anderen beurteilt, geachtet und anerkannt werden wollen.«

Je enger die Angehörigen einer bestimmten Nation sich also mit ihrer Kultur verbunden fühlen, desto wahrscheinlicher werden sie auch auf spezifische musikalische, textliche und tänzerische Ausdrucksformen ihrer Kultur zurückgreifen. Dies gilt umso stärker für einen Wettbewerb wie den *ESC*, in dem die teilnehmenden Künstler für ihr Land eine konkrete Repräsentationsfunktion übernehmen. Von weitaus größerer Bedeutung als die plakative Zurschaustellung nationaler Symbole ist daher der Einsatz folkloristischer beziehungsweise kulturspezifischer Elemente in Komposition und Darbietung. Mithilfe dieser Gestaltungsmittel soll die kulturelle Diversität des Teilnehmerlandes betont werden. Im Vordergrund steht hier der Wille, etwas »Besonderes« vorzustellen, das sich von den Beiträgen der übrigen Nationen abhebt. Die Darstellung kultureller Diversität spiegelt kulturelle Identität aber nicht nur wider, sondern sie konstruiert sie auch (vgl. Frith 1999: 154). Die Produktion und Reproduktion national-kulturell geprägter Musik ist somit nicht zwangsläufig auf einen bestehenden national-kulturellen Hintergrund zurückzuführen, sondern kann auch dazu dienen, diesen national-kulturellen Hintergrund mithilfe der Musik immer wieder neu zu erschaffen.

Woraus speist sich nun die unterschiedliche national-kulturelle Bedeutung des *ESC*? Reinhard Bendix (1996) definiert als eine wichtige Quelle für national-kulturelles Darstellungsbedürfnis den Unterschied zwischen sogenannten Vorreiter- und Nachzüglerländern. So können anhand des Grades ihrer Demokratisierung und ihrer Wirtschaftsstärke Vorreiterländer ausgemacht werden, denen es die weniger demokratischen und wirtschaftsstarke Länder gleichtun wollen. Das Bewusstsein der Rückständigkeit gegenüber den Vorreitern wird durch Betonung der eigenen Kultur abgemildert, weil diese als Quelle künftiger Stärke angesehen wird.

Weitere Quellen für die national-kulturelle Bedeutung des *ESC* sind kulturelle Minderwertigkeitskomplexe einzelner Nationen (so im Falle von Norwegen und Finnland), Identitätskonstruktionen durch spezifische Darstellungsformen (so im

Falle von Deutschland) oder die Demonstration der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Kulturraum (wie im Falle von Israel).

Die nationalökonomische Dimension

Auch wenn die Ausrichtung des *Eurovision Song Contests* Millionenbeträge verschlingt, gibt es doch kaum ein Land, das sich dieser Aufgabe nicht stellen mag. Die ökonomischen Vorteile, die man sich von der Ausrichtung des Wettbewerbs verspricht, überwiegen offenbar auf lange Sicht die unmittelbaren finanziellen Opfer. Für das irische Fernsehen bedeutete die dreimalige Ausrichtung in Folge eine erhebliche Anstrengung, die jedoch durch einen deutlichen Anstieg der Tourismuszahlen mehr als gerechtfertigt und auch politisch gewürdigt wurde.

Estland und Lettland nutzten im Vorfeld ihres EU-Beitritts ihre Gastgeberrolle, um sich nicht nur als sehenswerte Tourismusziele, sondern auch als attraktive Wissenschafts- und Industriestandorte zu profilieren. Inwieweit sich daraus konkrete ökonomische Vorteile für die betreffenden Länder ergeben haben, kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, doch angesichts der wirtschaftlichen Auswirkungen von internationalen Medienereignissen wie den Olympischen Spielen ist ein nationalökonomischer Nutzen auch von einer *ESC*-Ausrichtung zu erwarten. Die kontinuierlich steigende Anzahl nationaler Sponsoren bei der Ausrichtung des *ESC* lässt ebenfalls auf eine positive ökonomische Auswirkung des Wettbewerbs für die Gastgebernation schließen, wobei die Regelung, dass die ausrichtende Fernsehanstalt die Hälfte der Veranstaltungskosten selbst übernehmen muss, die Einbeziehung von Fremdsponsoren sichtlich begünstigt.

Die kompetitorische Dimension

Wie auch bei sportlichen Wettkämpfen steht ein Sieg und der damit verbundene Prestigeerwerb für Künstler, Produzenten und Nation im Mittelpunkt des *Eurovision Song Contests*. Für das Publikum stellt die Wertung, die immerhin ein Drittel der Sendezeit in Anspruch nimmt, ein zentrales Programmelement dar.

Ursprünglich handelte es sich beim *ESC* um einen Komponistenwettbewerb, und in den frühen Jahren erschienen nicht Ländernamen, sondern die Titel der einzelnen Lieder auf der Punktetafel. Mit wachsender Teilnehmerzahl musste das Abstimmungsverfahren gestrafft werden, und so wurden stellvertretend für ihre Beiträge die einzelnen Länder bepunktet. Mittlerweile wird die Punktetafel durch Länderflaggen ergänzt und auf diese Weise zusätzlich mit nationaler Symbolik aufgeladen. Durch diese rein formale Veränderung wurde der *ESC* vom Kompo-

nistenwettbewerb zu einem Nationenwettkampf, bei dem die musikalische Dimension gegenüber der politischen und national-kulturellen in den Hintergrund rückte. Verschiedene Studien haben Punktesympathien zwischen einzelnen Ländergruppen ausgemacht, die auf Faktoren wie räumlicher und kultureller Nähe beruhen.

Auch der mittlerweile zur Regel gewordene Vortrag der Wettbewerbsbeiträge in englischen Sprache ist als kompetitorischer Aspekt zu werten. Er erfolgt in den meisten Fällen nur zu dem Zweck, eine bessere Wettbewerbsplatzierung zu erreichen, wie Eva-Maria Klapheck (2004) darlegt. In der Tat scheinen englischsprachige Wettbewerbsbeiträge auf den ersten Blick deutlich erfolgreicher zu sein als nationalsprachige Titel. Zu einem solchen Ergebnis kommen sowohl Wolfgang Schweiger und Hans-Bernd Brosius (2003: 284) als auch Philippe Le Guern (2000). Der Vorteil der englischen Sprache gegenüber der Nationalsprache ist nach dem Wegfall der Sprachenregelung allerdings kaum nachweisbar, da der Erfolg nationalsprachiger Titel im Vergleich zu der Überzahl englischsprachiger Beiträge zwangsläufig geringer sein muss. So kommt Klapheck (2004: 102) zu dem Schluss:

»Die Wahl des Englischen beruht letztlich auf der Vermutung der nationalen Entscheidungsträger, dass das Englische der allgemeinen Sprachvorliebe der ESC-Zuschauer entspricht.«

Die zum Teil haarsträubend schlechte Aussprache des Englischen dürfte eher einen Wettbewerbsnachteil darstellen und ist sicherlich ein weiterer Grund, weshalb der ESC als Popmusikwettbewerb in den anglophonen Ländern nicht ernst genommen wird². Mittlerweile sind daher Länder wie Kroatien und Polen wieder zu einem Vortrag in Landessprache übergegangen.

Untersuchungsansatz

Um die Zusammenhänge zwischen den sieben theoretisch definierten Bedeutungsdimensionen zu untersuchen, wurde im Mai 2004 eine Befragung der 36 Delegationsleiter beim 49. *Eurovision Song Contest* in Istanbul durchgeführt. Die Expertenbefragung wurde mithilfe eines standardisierten Online-Fragebogens in den vier geläufigsten europäischen Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch durchgeführt. In dem Fragebogen waren 32 Statements zu den Bedeutungsdimensionen des *Eurovision Song Contest* enthalten, die von den Befragten mit einer vierstufigen Skala von »Trifft mit Sicherheit zu« bis »Trifft mit Sicherheit nicht zu« bewertet werden konnten. Weitere 14 Statements waren von den Delegationsleitern

² Die kroatische Teilnehmerin von 2002, Vesna Pisarović, führte in einem Interview ihr schlechtes Abschneiden auf die Verwendung der englischen Sprache zurück (vgl. Wally 2004: 17).

der bisherigen Ausrichterländer zu bewerten. Die Antwortmatrix wurde anschließend nach Ländern geordnet und um demografische Angaben (Einwohnerzahl), ökonomische Daten (Bruttoinlandsprodukt), politische Angaben (politisches System, Jahr der Unabhängigkeit), Angaben zum Musikmarkt (Analyse der nationalen Hitparaden) sowie zum nationalen Mediensystem ergänzt.

Ergebnisse

Im Zuge der Befragung konnte Bendix' Vorreiter-Nachzügler-Theorie bestätigt werden. Die Fernsehanstalten in »Nachzüglerstaaten« mit geringem Bruttoinlandsprodukt und junger demokratischer Tradition weisen gegenüber den Fernsehanstalten in »Vorreiternationen« einige charakteristische Unterschiede auf: Zunächst einmal sind sie deutlich stärker an einer Ausrichtung des *ESC* interessiert. Zu diesem Zweck wären sie auch dazu bereit, das Budget für ihre übrigen Unterhaltungsprogramme zu kürzen. Sie berichten in ihrem laufenden Programm umfangreicher über den *ESC*. Und schließlich – und das ist besonders interessant – sehen sie im *ESC* verstärkt ein Mittel zur Präsentation ihrer nationalen Kultur.

Warum aber wird gerade der *Eurovision Song Contest* für national-kulturelle Repräsentationszwecke genutzt? Bereits Theodor W. Adorno (1968: 36) stellt im Zusammenhang mit der identifikatorischen Funktion von Unterhaltungsmusik fest: »Die Wirkung von Schlagern, genau vielleicht ihre soziale Rolle, wird man umschreiben dürfen als die von Schemata der Identifikation (...)«, und wenn John Fiske und John Hartley (1985: 129) zu Recht behaupten: »When we watch a popular television programme we are, among other things, asserting our commonality with the other members of our culture«, kann es eigentlich kein besseres Medienangebot als den *Eurovision Song Contest* geben, um national-kulturelle Identität zu fördern. Somit dürfte die national-kulturelle Identifikation mit dem Beitrag des eigenen Landes den Schlüssel für den anhaltenden Erfolg des Wettbewerbs darstellen.

Die Gesamtanalyse der erhobenen Daten zeigt, wie komplex die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bedeutungsdimensionen des *ESC* sind. So wirkt sich die nationalökonomische Dimension auf die politische Entscheidungssituation aus, von der wiederum die Medien berührt werden. Mediale und politische Rahmenbedingungen wiederum bedingen ein bestimmtes national-kulturelles Klima, von dem Musik und Musikökonomie geprägt sind. Umgekehrt sind politische und mediale Systeme vor einem bestehenden national-kulturellen Hintergrund entstanden. Die Identifikation mit diesem national-kulturellen Hintergrund bedingt den hohen Stellenwert, den die national-kulturelle Dimension innerhalb dieses komplexen

Beziehungsgeflechts einnimmt. Die Wechselbeziehungen zwischen den einzelnen Bedeutungsdimensionen sind in Abbildung 1 schematisch dargestellt.

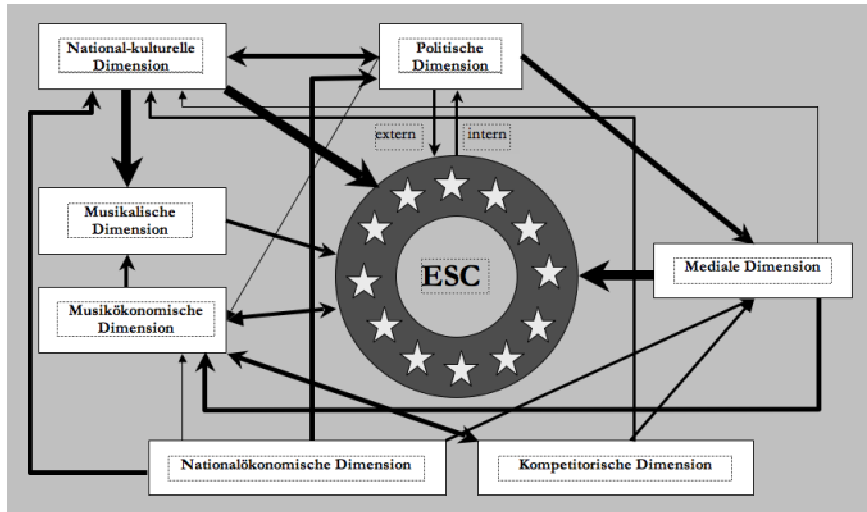


Abbildung 1: Die sieben Bedeutungsdimensionen des ESC

(Quelle: Wolther 2006: 229)

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der *Eurovision Song Contest* eine Fernsehsendung mit einem ausgesprochen hohen national-kulturellen Repräsentationspotenzial ist, das von den Programmgestaltern erkannt und aktiv genutzt wird. Dies gilt verstärkt für Fernsehanstalten, die ganz oder teilweise durch staatliche oder politische Institutionen finanziert werden, was vorwiegend in Staaten der Fall ist, die im Sinne von Bendix als Nachzüglerstaaten definiert werden können. Ein Ende des daraus resultierenden »Kampfes der Kulturen« ist nicht abzusehen, da die Aufteilung zwischen Vorreitern und Nachzüglern nicht statisch ist, sondern einem kontinuierlichen Wandlungsprozess unterliegt.

Literatur

- Adorno, Theodor W. (1968), *Einleitung in die Musiksoziologie*, Frankfurt a.M.
- Bendix, Reinhard (1996), »Strukturgeschichtliche Voraussetzungen der nationalen und kulturellen Identität in der Neuzeit«, in: Giesen, Bernhard (Hg.), *Nationale und kulturelle Identität. Studien zur Entwicklung des kollektiven Bewusstseins in der Neuzeit*, Frankfurt a.M., S. 39–55.
- Björnberg, Alf (1987), *En liten sång som alla andra. Melodifestivalen 1959–1983*, Göteborg.
- Böhmer, Ekkehard (Regie) (1970), *Ein Lied für Amsterdam. Deutsche Vorentscheidung zum Grand Prix Eurovision de la Chanson 1970*, Frankfurt a.M.
- Boorstin, Daniel J. (1987), *Das Image: Der Amerikanische Traum*, Reinbek.
- Chartitalia (2005), *Gigliola Cinquetti: Sì e Referendum*, in: <http://chartitalia.blogspot.com/2005/06/gigliola-cinquetti-s-e-referendum.html> (7. Juli 2005).
- EBU (2004), *Eurovision 2004*, in: http://www.ebu.ch/en/union/news/2004/tcm_6-12072.php (10. Februar 2005).
- Fiske, John & Hartley, John (1985), *Reading television*, London/New York.
- Frith, Simon (1999), »Musik und Identität«, in: Jan Engelmann (Hg.), *Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies-Reader*, Frankfurt am Main und New York, S. 149–169.
- Habermas, Jürgen (1990), »Grenzen des Neohistorismus«, in: *Die nachholende Revolution. Kleine politische Schriften VII*, Frankfurt a.M.
- Klapheck, Eva-Maria (2004), *Die Sprachenwahl beim Eurovision Song Contest und ihre Auswirkungen und Konsequenzen Untersuchung zum Zeitraum 1999–2004*, unveröffentlichte Masterarbeit, Duisburg.
- Le Guern, Philippe (2000), *From national pride to global kitsch: The Eurovision Song Contest*, in: <http://wjfms.ncl.ac.uk/leguWJ.htm> (15. Oktober 2003).
- Scherer, Helmut/Schlütz, Daniela (2003), *Das inszenierte Medienereignis. Die verschiedenen Wirklichkeiten der Vorauswahl zum Eurovision Song Contest in Hannover 2001*, Köln.
- Schweiger, Wolfgang/Brosius, Hans-Bernd (2003), »Eurovision Song Contest – Beeinflussen Nachrichtenfaktoren die Punktevergabe durch das Publikum?«, *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Jg. 51, H. 2, S. 271–294.
- Thorsson, Leif (1999), *Melodifestivalen genom tiderna*, Stockholm.
- Wally, Manfred (2004), »Im Interview: Vesna Pisarović«, *Reflections*, S. 16f.
- Wolther, Irving (2005), »Musikwettbewerb vs. Wettbewerbsmusik – Das Dilemma des Eurovision Song Contests«, in: Helms, Dietrich/Phleps, & Thomas (Hg.), *Keiner wird gewinnen*, Bielefeld, S. 101–111.
- Wolther, Irving (2006), *Kampf der Kulturen. Der Eurovision Song Contest als Mittel national-kultureller Repräsentation*, Würzburg.