

I N H A L T

| | |
|---|----|
| DEFINITION UND HERKUNFT DES SCHLAGERS | 1 |
| DIE BEDEUTUNG DES SCHLAGERTEXTES | 4 |
| TEIL I | |
| A SCHLAGER ALS WARE | |
| 1. Marktanteile der Firmen, ihr Umsatz und Gewinn | 8 |
| 2. Hilfsmittel zur Werbung für den Schlager | 14 |
| 3. Käufer und Interpret | 22 |
| B SCHLAGER ALS UNTERHALTUNG | |
| Freizeitverhalten, Gedanken und Probleme Jugendlicher | 29 |
| TEIL II | |
| Das Material und seine Handhabung | 34 |
| A FORMAL-SPRACHLICHE UNTERSUCHUNG | |
| 1. Aufbau: Strophe und Refrain | 35 |
| 1.1 Rhythmus und Reim | 39 |
| 2. Fremdsprache | 42 |
| 2.1 Dialekt | 46 |
| 3. Umgangssprache | 49 |
| 3.1 Literatursprache | 51 |

B INHALTLICHE UNTERSUCHUNG

| | |
|-------------------------------|----|
| 1. Der Männername | 55 |
| 1.1 Der Frauenname | 58 |
| 2. Die Orte | 60 |
| 3. Moderne Umwelt | 65 |
| 3.1 Der Beruf | 68 |
| 4. Natur | 75 |
| 5. Das Frauen- und Männerbild | 81 |
| 6. Liebe | 89 |
| 6.1 Sexualität | 92 |
| 6.2 Religion | 96 |
| 7. Lebensregel und Weisheit | 98 |

| | |
|------------|-----|
| C ERGEBNIS | 103 |
|------------|-----|

TEIL III

DIE ANDERE AUSSAGE: POPMUSIK

| | |
|--|-----|
| Gleiche und unterschiedliche Phänomene der englischen Popmusik gegenüber den deutschen Schlagern | 117 |
| Exkurs: Die Übertragung von englischen in deutsche Schlagertexte | 124 |

A NEUE WERTE

| | | |
|-------|---|-----|
| 1. | Alltag | 135 |
| 2. | Liebe | 141 |
| 2.1 | Mädchen | 144 |
| 2.2 | Sexualität | 147 |
| 2.2.1 | Auftritt und Wirkung | 150 |
| 3. | Bewußtseinerweiterung und Weg nach innen: Drogen, Religion | 154 |
| 4. | Mehr Befriedigung, mehr Freiheit | 163 |
| 4.1 | Spaß und Verrücktheit | 165 |
| 4.2 | Aggressivität und Gewalt | 168 |
| X | 5. Festivals | 173 |

| | | |
|---|---|-----|
| X | B KRITISCHE STELLUNGNAHME ZU DEN NEUEN WERTEN DER POPMUSIK | 179 |
|---|---|-----|

| | |
|-------------|-----|
| ANMERKUNGEN | 197 |
|-------------|-----|

| | |
|---------------|-----|
| BIBLIOGRAPHIE | 248 |
|---------------|-----|