

Jürgen Grohs

**Sprachschablonen und Stereotype -
Vergleichende Untersuchung zu Texten
von Schlager und Rockmusik**

Magisterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 1999 GRIN Verlag
ISBN: 9783638238854

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/19848>

Jürgen Grohs

**Sprachschablonen und Stereotype - Vergleichende
Untersuchung zu Texten von Schlager und Rockmusik**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Fachbereich Sprach- und Literaturwissenschaften der
Universität Trier

**Magisterarbeit
im Fach Germanistik (Linguistik)**

**„Sprachschablonen und Stereotype.
Vergleichende Untersuchung zu Texten von
Schlager und Rockmusik“**

Vorgelegt von

Jürgen Grohs

Germanistik/ Psychologie/ BWL

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung in die Thematik	1
2. Beschreibung des Untersuchungsmaterials	8
2.1. Was ist U-Musik ?	8
2.2. Geschichte des Schlagers	10
2.3. Geschichte der deutschsprachigen Rockmusik	17
2.4. Ideologische Konzeptionen der Schlager- und Rockproduktion	27
2.5. Musikalische Dimensionen von Rockmusik und Schlager	29
3. Das außersprachliche Bedingungs- umfeld – Textexterne Kriterien der Klassifikation	36
3.1. Die Textfunktion	36
3.2. Das Kommunikationsmedium	38
3.2.1. Schlager und Rockmusik in den Massenmedien	38
3.2.2. Weitere Präsentationsformen von Schlager und Rock	39
3.3. Die Kommunikationssituation als übergeordnetes Kriterium für die Gestaltung von Texten	41
3.3.1. Heterogenität der Sprache	41
3.3.2. Das Common sense – Prinzip	42
4. Schablonen und Stereotype in Schlager- und Rocktexten – Textinterne Klassifikationskriterien	45
4.1. Band- und Interpretennamen als sprachlicher Kontext	46
4.2. Phonetische Kategorien	48
4.3. Themen und thematische Restriktionen	50

4.4. Lexikalische Kategorien	52
4.5. Semantische Qualität	58
4.6. Syntaktische Unterschiede und thematische Entfaltung	63
4.7. Formale Kriterien	67
4.8. Ergänzende literarisch-ästhetische Kategorien	69
 5. Exemplarische Analysen anhand von Parodie und Imitation	 72
5.1. Schlagerparodien in der Rockmusik	72
5.2. Rockimitationen im Schlager	75
 6. Zusammenfassung	 80
 Anhang:	
Verzeichnis der im Text erwähnten Rock- und Schlagertitel	83
Literaturverzeichnis	86

Meinem Vater

„Ich tue mein Bestes als Saboteur an den geläufigen Wertvorstellungen.“
(David Crosby)

„Wir singen tralala und tanzen hopsassa.“
(Tony Marshall)

1. Einführung in die Thematik

Als im Frühjahr 1998 DIE ÄRZTE mit ihrem Song „Männer sind Schweine“ an die Öffentlichkeit traten, sorgten sie für kontroverse Reaktionen in der Bevölkerung¹. Für kurze Zeit waren dieses Lied und die dahintersteckende Band Gesprächsthema Nr.1. Dies unterstreicht nicht nur die gesellschaftliche Relevanz der Medientextsorte ‘Liedtext’, es zeigt auch, daß offenbar nicht alle Mitglieder einer Sprachgemeinschaft auch wirklich dieselbe Sprache sprechen.

Gerade bei den Rezipienten der Unterhaltungsmusik bestehen unvereinbare Vorstellungen darüber, was guter Geschmack ist. Die Gegensätzlichkeiten konsolidieren sich dabei sowohl in ‘Restriktionen’ als auch in ‘Schablonen’ und ‘Stereotypen’ musikalischer und sprachlicher Art.

Obwohl die in „Männer sind Schweine“ gnadenlos betriebene, öffentliche Ausschachtung eines allgemein bekannten Klischees - da von Männern gesungen - zweifellos selbstironisch zu verstehen ist und die hyperbolisch-eindeutige Darstellung der Thematik nur die humorige Attitüde des Songs unterstützen soll, konnten nicht alle Zeitgenossen darüber lachen. Viele selbsternannte Sittenwächter verlangten Sendeverbot, da ihrer Meinung nach DIE ÄRZTE hier einen Fauxpas gegen anerkannte gesellschaftliche Konventionen begingen (was auch ihre Absicht war²). Der Text dieses Titels verletzt ein „thematisches Tabu“³ öffentlicher Kommunikation: ‘Männer sind Schweine’ als bildlich-gegenständliches sexistisches Klischee mit historischer Dimension⁴ gehört zwar zum semantischen Repertoire jedes erwachsenen Sprachteilnehmers unserer Gesellschaft, zur öffentlich-medialen Explikation ist es aber konventionell genauso wenig zugelassen wie nationale Klischees des Typus ‘Italiener sind Spaghettifresser’ oder ‘Deutsche sind Krautfresser’⁵.

Da es sich um ein sprachliches Stereotyp handelt, wird es auch von jedermann verstanden und zwar unmittelbar und emotional. Ein Wahrheitsanspruch wird bei einer solchen Äußerung nicht vertreten. Daher erübrigt sich nicht nur jeglicher

¹ vgl. Der Spiegel (1998), S.82

² ebd., S.82f

³ vgl. Feilke(1996), S.85

⁴ Für den Mittelteil des ÄRZTE-Songs wurde eine Textpassage aus dem Hollywood-Film „Manche mögens heiß“ (1959) verwendet, in der das thematisierte Vorurteil zur Sprache kommt: „*Männer? Diese schrecklichen, haarigen Biester, die alles antatschen müssen. U-u- und dabei wollen sie alle nur dasselbe von einem Mädchen.*“ Vgl. auch: „Die Männer sind alle Verbrecher“ von Walter Kollo (1913)

⁵ vgl. dazu auch Eismann (1994)

Kommentar. Jedwede Explikation ist auch verboten, wenn der Klischeecharakter einer solchen Äußerung nicht gefährdet werden soll. DIE ÄRZTE haben aber genau dies unternommen: die eingehende Darstellung der Welt ‘hinter’ der Redewendung und das obendrein in aller Öffentlichkeit und mit anstößigen, sexistischen Feststellungen der Art:

Ein Mann fühlt sich erst dann als Mann,

wenn er es Dir besorgen kann.

und

Für ihn ist Liebe gleich Samenverlust.

Solch sittenwidriges Verhalten ist für DIE ÄRZTE nichts Ungewöhnliches; im Gegenteil: Es ist ein markantes Merkmal ihres musikideologischen Hintergrundes - dem Punkrock⁶. Das besondere an diesem Song ist allerdings, daß auch im Verhältnis Text/Musik eine Grenzüberschreitung begangen wurde, indem die Musik in harmonischer, melodischer und rhythmischer Hinsicht extrem konventionell und damit massenkompatibel gehalten ist. Für formale Textkriterien gilt dies auch: Die Knittelversbauweise des Textes entspricht einem althergebrachten literarischen Klischee, das hier in antithetischer Weise die karikierende Wirkung des Textinhalts unterstreicht. Die augenscheinliche Nähe zur Versdichtung Wilhelm Buschs unterstützt die komische Attitüde⁷.

Somit widerspricht die musikalische und formal-textuelle Ausgestaltung dem Textthema und der ‘Punknorm der Anormalität’, stellt aber gleichzeitig auch die Grundvoraussetzung für den Medieneinsatz dar. Was hier aufeinanderprallt und dennoch in ein und demselben Lied in Einklang gebracht wird, sind zwei grundverschiedene Ideologien der modernen Unterhaltungsmusik – die Ideologien von Schlager und Rockmusik.

Beide Richtungen sind bestrebt, den Rezipienten ein Identifikationsangebot zu unterbreiten, allerdings auf unterschiedliche Art und Weise. Seinen großen ökonomischen Erfolg verdankt „Männer sind Schweine“ seinem universellen Identifikationsangebot⁸, das sowohl Schlager- als auch Rockrezipienten

⁶ Die Aufgabe, die sich Punkbands wie DIE ÄRZTE stellen, ist zu schockieren. In einer Zeit, in der Brutalitäten und sexuelle Perversionen aller Art im Fernsehen schon im Nachmittagsprogramm ‘durchgehechelt’ werden, wird die Erfüllung dieser Funktion immer schwieriger.

⁷ In diesem Sinne steht die Form im Dienste des Inhalts.

⁸ Der Spiegel (1998), S.82: Farin Urlaub, Sänger und Texter des Songs, im Interview: „Feministinnen kaufen die Single, weil sie Männer für Schweine halten, und Männer kaufen sie, weil sie gerne Schweine sein wollen (bzw. zeigen wollen, daß sie über dem Klischee stehen; Anm.: J.G.).“