

Rainer Dollase
Michael Rüsenberg
Hans J. Stollenwerk

Rock People

oder Die befragte Szene



Fischer
Taschenbuch
Verlag

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	12
1. Rockmusik: von den Machern zu den Konsumenten	15
2. Rockmusik über alles	23
Interesse an Rockmusik (23) – Rockmusik und Jugendkultur (25)	
3. Konsum von Rockmusik	28
Wie lange, wie oft, wie laut? (28) – »Ich kann ohne Musik nicht leben!« (29)	
4. Rockkonzertbesucher: »18 Jahre, männlich, Schüler«	32
Die meisten sind 16 (32) – Rockmusik ist Schüler-Musik (35) – Zusammenhang: Schicht, Geschlecht und Alter (36) – Die Mittelschicht im Rockkonzert (38) – Wie oft ins Konzert? (39) – Strukturiertes Rockpublikum (40)	
5. Gründe für den Konzertbesuch	43
Konzertbesucher sind keine Fans (43) – Warum ins Rockkonzert? (44) – Hauptgrund: Beurteilen! (47) – Gemeinsam in Stimmung kommen (49) – Struktur der Konzertbesuchsgründe (50) – Warum Arbeiter und Lehrlinge ins Konzert gehen (55) – Was Rockmusiker über Konzertbesuchsgründe annehmen (56)	
6. Soziales Ereignis: Rockkonzert	60
Streß für Musiker (60) – Rockmusiker gelöster als Orchestermusiker (61) – »... ein kleines, aber interessiertes Publikum« (64) – Musik für die Musik oder fürs Publikum? (65) – Das Publikum will Massen (66) – Kommunikation = Beifall? (67) – Was spornt Rockmusiker an? (70) – Die »faustdicke Lüge«: Kommunikation im Rockkonzert (72) – Kommunikation und Bühnenshow (74) – Nichtverbale Kommunikation (75) – »Rockmusik ist	

Bummelmusik* (76) – Szenenorientierte und Musikorientierte (77) – Es geht mit und ohne Bühnenshow (79) – »Ihr da oben, wir hier unten« (81) – Auf Erfolg programmiert (84) – Musikalisch-emotionale Kommunikation? (86)

- 7. Ich und die Masse – Konformität des Rockpublikums** 88
 Die Masse, das sind die anderen (89) – Objektive Konformität (92) – Subjektive Konformität (93) – Kenntnis der Mehrheitsmeinung (93) – Schichtunterschiede (94)
- 8. Rockszene – Fakten, Meinungen, Orientierungen** 96
 Subjektives Informationsniveau in Sachen Rock (96) – Stile, Klangmuster, Sounds (98) – Die große Synthese: Rock und Jazz, Folk, Elektronik, Klassik (105) – Rock und Jazz, die beiden feindlichen Brüder? (109) – »... die Popfans der Welt anzutören« – Deutsch-Rock über alles? (113) – Musikalischer Geschmack (119) – Progressive Entwicklung? (127)
- 9. Erleben von Rockmusik** 135
 »Music sounds the way emotion feels« (135) – Musikpsychologie (136) – Das Musikerlebnis der Konsumenten (138) – Das Musikerlebnis der Macher (140) – Altersunterschiede (141) – Gibt es Erlebensunterschiede zwischen Sozialschichten? (142) – Kenner und Nichtkenner (143) – Das Erleben der »Aggressiven« (144)
- 10. Das Rockpublikum und seine Probleme** 148
Ärger und Mißerfolge in Ausbildung oder Beruf (153) – »Einsam in der Masse«: Schwierigkeiten mit den Eltern (155) – Kommunikationsschwierigkeiten und die Folgen-Einsamkeit (158) – Schüchternheit und Kontaktschwierigkeiten (160) – Mangelnde Anerkennung (161) – Streitlust (162)
Depressionen und Lustlosigkeit: Langeweile – nutzlose Freizeit? (164) – Allgemeine Lustlosigkeit (166) – Sorgen um die Zukunft (166) – Niedergeschlagenheit (168) – Mangelndes Selbstvertrauen (169) – Entschlußlosigkeit (171)
Psycho-physische Probleme: Nervosität (171) – Sexuelle Probleme (173) – Krankheit (175) – Alkohol (176) – Drogen (178) – Ursache oder Wirkung? (181) – Rockmusik = Drogenmusik? (182)
Problemstruktur der Berufsgruppen: Schüler und die Leistung (184) – Lehrlinge und die Freizeit (185) – Studenten

und die Kommunikation (185) – Angestellte und der Streß (186) – Was ist mit den Arbeitern los? (187) – Die Probleme der Beamten (188) – Konzertbesucher mit vielen und wenigen Problemen (188)

11. Rockmusik und Massenmedien	190
Informationsquellen für Rockmusik (190) – Kritik der Rockkritik (192)	
12. Rockmusik und Gesellschaftskritik	201
13. Rockpublikum und Berufsprestige	215
Konsumenten und das Prestige (217) – Wie beurteilen es die Rockmusiker? (220) – Die große Übereinstimmung (223) – Fehleinschätzung englischer Rockmusiker (224) – Die Solidarität der Außenseiter (225) – Wer verdient wieviel? (226) – Die totale Überschätzung (228) – Was wird tatsächlich verdient? (231) – Erfolg! Aus der Sicht der Konsumenten und der Macher (237) – Das Management (239)	
14. Berufliche Probleme deutscher Rockmusiker . .	243
Probleme der Arbeit (243) – Motive der Berufswahl deutscher Rockmusiker (247) – Arbeitszufriedenheit (251) – Gruppenleistung Rockmusik (255)	
15. Statt eines Nachwortes – Kommentare der Befragten	259
Literaturverzeichnis	261