

Roland Hafen (Unkel-Scheuren)

Zur Eskapismus-Funktion in der Rockmusik-Rezeption.  
Ergebnisse einer Befragung jugendlicher Rockkonzertbesucher

1. Zum Kontext: Hedonismus und Eskapismus

Dieser Beitrag ist Teil einer Forschungsstudie, die sich mit hedonistischen Verhaltensweisen jugendlicher Rockkonzertbesucher befaßt.

Hedonismus, eher ein Begriff aus der Philosophiegeschichte (Ruhnau 1974), erfährt seit Mitte der 70er Jahre eine "Renaissance" in der sozialpsychologischen Literatur (u.a. Bonfadelli 1986). Er bezeichnet - mit wechselnder begrifflicher Schärfe im jeweiligen Gebrauch - ein Streben nach und ein extensives Ausleben von Glückszuständen, die in momentanen Lüsten gefunden und empfunden und/oder durch Vermeidung von Unlustserlebnissen perpetuiert werden sollen. Hedonistisches Verhalten ist gekennzeichnet durch starkes bewußtes oder unbewußtes Eingebundensein in die jeweilige Handlung und dauert so lange an, wie der störungsfreie Ablauf und die Intensität des Erlebnisses Lustgewinn garantiert.

Gesellschaftskritische Analysen diagnostizieren heute eine "Zerstörung der grundlegenden Plausibilitätsstrukturen" (Nipkow 1981, 388) in unserer Gesellschaft sowie eine "Disparität" (Baacke 1979, 115) zwischen den Ansprüchen der Gesellschaft und den Möglichkeiten zur Verwirklichung dieser Ansprüche seitens Jugendlicher (vgl. auch Baacke 1984, 1; Baacke/Heitmeyer 1985, 14 ff.). Naumann/Penth (1979, 32) beklagen in diesem Zusammenhang einen durch "menschenfeindlich(e), entwertet(e) Wirklichkeitsbereiche (bedingten) schleichenden Objektverlust", der die Jugendlichen dazu bewegt, sich "verstärkt der symbolischen Bewältigung von Realität" zuzuwenden.

Für unseren Zusammenhang ist von Interesse, ob Rockmusik (hier: das Rockkonzert) "ein symbolisches Medium" ist, das "über 'hedonistische' Vehikel wie Tanz, Bewegung, erhöhtes Körpergefühl" (Baacke 1985b, 167) als Fluchtbürg und als Vermittler von "Sinn" wirksam sein kann. Dabei geht der folgende Beitrag, nach einer kurzen Darstellung des Gesamtzusammenhangs, auf die besondere Art der "Flucht aus der Wirklichkeit in eine selbst aufgebaute Scheinwelt", sprich: "Eskapismus" (Brockhaus 1984, 80) ein.

2. Zur Methode

In 30 Rockkonzerten im Raum Saarbrücken, Nürburgring, Siegen, Rheinland,

Ruhrgebiet wurden 25 Jugendliche per (Gruppen-) Interviews und 500 Jugendliche per Fragebögen zu ihren Erwartungen an das Konzert und zu ihren erfahrenen Erlebnissen nach dem Konzert befragt. Dies geschah vor Ort, d.h. im Konzertsaal/ auf dem open-air-Gelände: Erstens 5 bis 10 Minuten nach dem Einlaß, so daß das Ambiente des Konzertraums bereits eingewirkt hatte; und zweitens an dem Standort, an dem die Rezipienten sich mehr oder weniger bereits "installiert" hatten (z.B. hingesetzt, Getränke bereitgestellt, Decke aufgeschlagen u.a.). Somit ist die kleinstmögliche räumlich-zeitliche Entfernung zwischen vor und nach dem Konzert und demzufolge auch eine unmittelbare Annäherung an den affektiven Zustand der Rezipienten erreicht worden.

Im jeweiligen Konzertraum wurden so weit wie möglich alle Standorte erfaßt, d.h. Bühne, Boxen, Innenraum vor der Bühne, hinterer Innenraum, Mischpult, Sitzplätze rundum bzw. hinterer Innenraum. Die Rücklaufquote der ausgeteilten Fragebögen betrug insgesamt 56,38%, bei den Konzerten von "Europe" (5%) und von Udo Lindenberg (20%) war sie jedoch erheblich geringer.

Der Fragebogen war so konzipiert, daß die Erwartungen an das Konzert (vorher) mit den Erlebnissen während des Konzertes (nachher) in Beziehung gesetzt werden konnten. Die Graphik auf der nächsten Seite gibt die Struktur des Fragebogens wieder.

3. Ergebnisse der Befragung im Überblick

Zur Wahrnehmung der Musik

Die wichtigste musikalische Komponente ist der "Sound". Dieser Begriff ist mit der Bezeichnung "Klang" oder "Qualität der Verstärker-Anlage" (vgl. Kneif 1978, 191) im Verständnis der Rezipienten überhaupt nicht faßbar, sondern steht für das gesamte technische Equipment und den reibungslosen Ablauf der "performance". Abgesehen von seinen akustischen und physiologischen Implikationen verhilft die Unschärfe des Begriffs jenen Rezipienten, die sich mit musikalisch-strukturellen oder instrumental-technischen Eigenarten einer Vorstellung weniger kritisch befassen, zu einem leicht handhabbaren Schlagwort in der Kommentierung des Konzerterlebnisses. "Sound" wertet so das Selbstbewußtsein auf und vermittelt ein Gefühl von Sicherheit, das - im Verbund mit anderen Komponenten - eine wesentliche Bedingung für intensives Konzerterleben darstellt. In diesem Sinne sind die relativ hoch gesetzten Anforderungen an das instrumentale Können der Musiker nicht ausschließlich als kritische Forderung zu sehen, sondern auch als eine (durch

FRAGEBOGENSTRUKTUR

demographische Daten  
(Alter, Geschlecht, Beruf, Beruf der Eltern)

allgemeine Bedingungen  
(Standort, allein/in Gruppe)

vorher

nachher

gewünschte Erlebnisse  
(action, Geborgenheit, "Coolness", Sound im Körper, Träumen, friedl./aggr. Atmosphäre, u.a.)

erfahrene Erlebnisinhalte  
(erlebt in Gruppe, allein, als "Leistung", als "Teil d. Musik", erhöht, Glücksgefühl, u.a.)

+

+

Aufmerksamkeit für  
(Technik, Verhalten im Publikum, Texte, Sound, Lightshow, action)

Aufmerksamkeit für  
(offene Fragen: an was gedacht, auf was geachtet, was hat gefallen)

+

+

"obj." Befindlichkeitstest  
STAI (vgl. Laux u.a. 1981)

"obj." Befindlichkeitstest  
STAI (vgl. Laux u.a. 1981)

+

+

Persönlichkeitstest, Kurzfass.

(Szenen-)Sprüche-Bewertung

+

+

Allg. Fragen zum Musikmachen und Musikkonsum

Assoziationsliste zur Beurteilung des Konzerts (Polaritätsprofil)

+

+

Def. von Rockmusik und Angabe von Musikgruppen-Präferenzen

Besonderheiten des Konzerts (offene Frage)



hedonistische Funktionen in der Rockmusik-Rezeption

die immer perfekte Präsentation in den Medien konditionierte) Selbstverständlichkeit zu verstehen. Die Anforderungen an die Akteure auf der Bühne sind jedenfalls hinsichtlich der "Anmache" noch höher (vgl. Rockmusiker 2/87). Im Interview wird dies deutlich:

"Also für mich müssen die Musiker nichts können, die können alles mögliche machen, das ist ziemlich egal, ob die jetzt den richtigen Ton treffen ..., also, wenn einer falsch singt, das ist nicht so gut, aber sonst ... Der muß anmachen, der Typ" (15, w.).

Zum Gruppenerlebnis

91,5 % der Befragten geben an, das Konzert in einer Gruppe zu besuchen. Entsprechend stark fällt auch der Wunsch nach einem "Gruppenerlebnis" aus. Da aus den Interviews und den Ergebnissen der Vorstudie mehr die Anlehnung an die präsent Kleingruppe als an die Gesamtheit der Rockkonzertbesucher abzulesen ist, liegt die Vermutung nahe, daß es sich bei dieser Gruppenorientierung wohl zum Teil um eine narzistische Sehnsucht nach Geborgenheit (vgl. Doepp 1981, 20) handelt, die durch die vorfindbaren Kommunikationsbedingungen mit möglichst geringem Energieaufwand erlebt werden kann. Das Konzerterleben in der Gruppe bewirkt im Vergleich zum Konzerterleben ohne Anlehnung an die Gruppe eine stärkere Beziehung zur Musik, eine stärkere eigene Aktivitätsattribution und ein höheres "Glücksgefühl" nach dem Konzert.

Zum "Involvement"

"Es ist etwas anderes, ob man in ein Rockkonzert geht oder zu Hause eine Platte hört, gesellschaftlich und im Hinblick auf das Selbst" (Hartwig 1980, 80). Unmittelbarkeit der Wahrnehmung und die jeweils besondere Eigenart, von den Befragten meist "Atmosphäre" genannt, sind im allgemeinen die Beweggründe zum Besuch einer Live-Veranstaltung, sei es ein Konzert, ein Fußballspiel oder eine Kunstausstellung. Unverstelltes Hören und Sehen, direkte Animation, fühlbares Ambiente vermitteln im Live-Konzert in besonderem Maße das Gefühl des aktiven Eingebundenseins, des "Involvements".

"Also ich muß sagen, diese Live-Konzerte gefallen mir viel besser, weil die Musiker einen da animieren, so richtig da mitzumachen. Wenn man sieht, wie die voll dabei sind, wie die versuchen, mit Musik versuchen, das dem Publikum da irgendwie nahezubringen, ja, dann kann man eigentlich nicht anders als mitmachen ... Das geht doch so richtig in einen 'rein', so, da

muß man doch richtig mitmachen, ja. Also das find' ich echt toll. Das ist auch viel besser als auf Feten. Da hört man eben nur die Musik, stellt sich zwar was vor, aber bei so'nem Konzert sieht man's halt dann auch irgendwie; da kommen dann noch die Lichteffekte dazu, und dieses laute, das macht auch viel aus" (19, w).

Für diese Art von aktiver Teilnahme und Teilhabe hat sich - relativ genrespezifisch - im Jazz und in der neueren Rockmusik der Begriff "Involvement" etabliert: Ein "von der neueren Pop- und Rockmusik ausgehender Effekt des Aktivierens von Spieler und Publikum, der als ein Qualitätsmerkmal dieser Musik angesehen und oft durch außermusikalische Mittel wie Bild-, Licht-, Raum- und Vibrationswirkungen verstärkt wird" (Brockhaus 1984, 675). "Involvement" entsteht durch die Wirkung "jenes Spannungsfeld(es) ..., das durch die rhythmische Spannung ('beat' gegen 'offbeat') und die emotionale Tongebung ('hot') entsteht. 'Involvement' greift auf Musiker wie Zuhörer in ansteckender Weise über und läßt keine unbeteiligte Haltung gegenüber dem musikalischen Geschehen zu" (Schneider 1978, 92 Anm.).

"Ich mein', wenn Du so zu Hause sitzt, dann ist es irgendwie wie so'ne Kanzel um Dich herum. Da bist nur Du und die Musik. Ende. ... Wenn Du dann da sitzt oder stehst in so'nem Live-Konzert, dann fangen die Leute an zu klatschen, die Leute fangen an, den Chor zu singen, Du singst mit und so. Das ist dann was anderes. Du bist dann praktisch ein Teil von der Musik selber" (22, m).

"Involvement" wird von den Rockkonzertbesuchern in verschiedenen Qualitäten und Graden angestrebt und erlebt. Es ist ein wichtiger Faktor für die Art und Intensität der Partizipation an den im Rockkonzert vorherrschenden Kommunikationsstrukturen. Am Negativ-Pol dieser Teilnahme am Konzert steht eine "konsumtive" Haltung, die durch ein stärkeres "Einverleiben" ("Sound im Körper spüren") der Musik bei geringerer Aktivität gekennzeichnet ist.

#### 4. Unterschiede im Rezeptionsverhalten

Eine Clusteranalyse über die Variablen, die sich auf die Erwartungen an die "performance" und das eigene Verhalten vor dem Konzert beziehen, erlaubt die Identifikation von vier Gruppen, die sich besonders in den Dimensionen der Aktivität und Realitätsflucht signifikant unterscheiden. Die einzelnen Cluster werden wie folgt klassifiziert: Typ I ist der eher Unbeteiligte (N=163), Typ II der Enthusiast (N=134), Typ III der anfänglich Distanzierte (N=85), Typ IV der Chaot (N=23).

#### Cluster I ("Sound und Anmache")

Für diese Gruppe ist das musikalische Können der Akteure auf der Bühne relativ unwichtig (70%), sowohl Realitätsflucht (9,2%) als auch Verausgaben (7,4%) werden nicht angestrebt, nur "Sound" und "Anmache" (Musiker sollen Publikum mitreißen = 79%) kommen annähernd den Wünschen der anderen Gruppen gleich. Diese passive Haltung der vorwiegend älteren Rezipienten (67% > 20 J.) schlägt sich nach dem Konzert nieder in einer negativeren Gemütsverfassung (65%), einem gesunkenen Zufriedenheitsgrad (von 82% auf 79%) und einem signifikant niedrigeren Glücksgefühl (42%). In dieser Gruppe befinden sich viele Besucher der Konzerte von H. Grönemeyer und auf dem Nürburgring, also eher "mainstream"-Orientierte. Sie stehen quasi auf Beobachterposten - analog dem Gelegenheits-Fußballzuschauer - und spielen in diesem Beitrag eine marginale Rolle.

#### Cluster II ("... als Teil der Musik erlebt")

Die Enthusiasten sind die Jüngeren (71% = 20 J.), und sie sorgen für bzw. garantieren die von allen Rezipienten erwartete Stimmung im Konzert. Wir finden sie eher vorne an der Bühne, sie bleiben "dran", suchen unmittelbares "feeling and vibration", bevorzugen das Stehen. Sie sind am besten über den Sänger/die Gruppe informiert (Vorstudie: 69 %) und verlangen fast alle instrumentales Können der Musiker. Für sie ist ein professionell reibungsloser Ablauf des Konzerts eine Selbstverständlichkeit (sie sind ja auch eifrige Konzertgänger: 65,5% gehen mindestens 4-6 mal pro Jahr in ein Rockkonzert.

"Vor dem Konzert, da denkt man höchstens: hoffentlich wird's auch was, aber das weiß oder glaubt man eigentlich sowieso schon, weil man die Gruppe kennt" (14,w).

Der Wille, der Realität zu entfliehen (41,4 %) und zu träumen (49,2%), ist stark vorhanden, ebenso wie der Wunsch, sich zu verausgaben (40%) und von den Musikern mitgerissen zu werden (95%). Der Cluster besteht zum großen Teil aus open-air (z.B. BAP)-Besuchern und Lindenberg-Hörern, bei denen das Fan-Verhalten durch außergewöhnlichen Starkult gekennzeichnet ist. Die folgenden Äußerungen wurden nach einem Lindenberg-Konzert gemacht und spiegeln in besonderem Maße wider, wie die Identifikation mit dem Star vom einzelnen auf das gesamte Publikum übertragen wird:

"Also mit dem kann man sich vielmehr identifizieren ... man merkt irgendwie, daß der Typ das da total ehrlich meint, der ist total gut drauf. Und irgendwie reißen die Leute einen total mit, weil sie alle auch total gut drauf sind und so ... Ja, die Texte singen alle mit, und das war auch supergut, weil alle wissen den Text. Die tanzen dann immer so zu Hause 'rum und hören sich die Musik so an. Die Platten von dem. Genau wie ich" (14,m).

Die bedingungslose Hingabe dieser 100%-I(de)n(ti)fizierten an das Konzertgeschehen, das totale "Involvement" scheint der Weg zu einem absoluten Intensiv-Erlebnis und zu einer rundweg positiven Gemütsverfassung zu sein. Die eigene Aktivitätsattribution ist die höchste von allen Clustergruppen. 85 % erleben das Konzert mindestens ein wenig, "als ob (sie) selbst ein Teil der Musik gewesen wäre(n)". 78 % haben "geschweh't". In der Vorstudie weist der vergleichbare Cluster als einziger eine signifikant deutliche Senkung des Angstpotentials (STAI) auf. Insgesamt ist in dieser Gruppe das differenzierteste Rezeptionsverhalten festzustellen. Die open-air-Besucher wählen sich aus dem Angebot der Veranstalter ihre "top-acts" aus und versuchen im übrigen "to have a good time" - gemäß dem Wunsch des Stadionssprechers.

Grundsätzlich bei Live-Konzerten, besonders aber beim "Open-air", läßt sich ein eigentümliches Kommunikationsverhalten ausmachen, das sich nicht so sehr um Inhaltsvermittlung bemüht, sondern das durch eine starke Betonung des "Beziehungsaspekts" (Watzlawick 1980, 100 ff.) geprägt ist. Diese Beziehung wird aber nicht in einer direkten Sender-Empfänger-Struktur vermittelt, sondern über Symbolverhalten, Symbolsprache und Symbole allgemein, die das ganze Ambiente umspannen. Zu dieser von allen verstandenen und Beziehung schaffenden Symbolik gehört z.B. auch die Gewißheit einer überwiegenden Übereinstimmung des musikalischen Geschmacks, die immer gleiche und somit vertraute Ausstattung des Areals, die relative Uniformität der Motorik und Rückmeldungen über den aktuellen Gefühlszustand beim Gegenüber, die nicht beantwortet werden müssen. Symptomatisch für diese nach Beziehungen trachtende, aber "unverbindliche" Kommunikation ist besonders beim open-air-Konzert das Frisbee-Spiel während der Spiel- und Umbaupausen oder beim Auftritt von weniger interessierenden Gruppen. Kein Fußballspiel, kein Kartenspiel, sondern eine ruhig schwebende, von jedem spielbare, keinen Wettkampf provozierende Wurfscheibe, die über viele Köpfe hinwegschwebt und dann von irgendjemand geschnappt wird. In dieses Bild der abrufbaren "Involvement"-Haltung und der diffusen Suche nach Beziehungen (98,4 % wollen auf das Verhalten im Publikum achten) paßt auch der relativ starke Wunsch nach Realitätsflucht (41,1%: plus: ein wenig = 82,1%) und Traum (49,2%; plus : ein wenig = 88,8), besonders aber das hohe Verlangen, daß "die Gruppe das ehrlich meint, was sie bringt" (92%).

Cluster III ("wenn die Gruppe gut drauf ist, dann ...")

Die dritte Clustergruppe ist die der anfänglich Distanzierten. Dieses Attribut kann man auch durchaus räumlich verstehen, denn der Standort dieser Rezipienten ist meist weiter hinten. Der Wunsch, "das Gehirn mal für ein paar Stunden entlasten" zu können bzw. sich "mal auf ganz andere (als alltägliche) Dinge konzentrieren" zu können, ist zwei- bis dreimal so hoch wie bei den anderen Gruppen (fast 80%). Diesem Wunsch soll zudem eine friedliche Atmosphäre zugute kommen (98%). "Cool bleiben" ist die Devise, verbunden mit dem Vorhaben, sich nicht zu verausgaben (20%). Da der größte Teil dieser Konzertbesucher nur ein- bis dreimal pro Jahr Rockkonzerte besucht, könnte man dieser Gruppe auch das Motto: "Just for fun" zuerkennen.

Ein Item in dem Präferenz-Katalog vor dem Konzert heißt: "Ich möchte hier erleben, daß ich 'Körper und Geist als eine Einheit' empfinde". 67 % der Mitglieder dieses Clusters (plus: ein wenig = 95%, Vergleichsgruppen <30%) scheinen mit diesem Wunsch etwas anfangen zu können. Zumindest für sie liegt die Vermutung nahe, daß hier - mehr als sonst - "ganzheitliche" Wahrnehmung im Sinn der Gestalttheorie (Koffka, Wertheimer, Köhler) vorherrscht und weniger der Versuch einer analytischen Erfassung von Einzelstrukturen. Die jeweils höchsten Dotierungen für die Assoziations-Substantiva "Gefühl", "Harmonie" sind geeignet, diese Mutmaßung zu untermauern. Zudem sind in dieser Gruppe mehr Handwerker und Angestellte bzw. Haupt- und Realschüler vertreten, also mehr praxisbezogene Berufs- und Ausbildungswege. Einer solchen Einstellung (also "just for fun": denken ja, aber nicht nachdenken) entspricht auch die Vorliebe für deutsche Ulk-Rock-Gruppen wie "Rodgau Monotones", "Crackers", "Flatsch", evtl. "Grob-schnitt".

Gerade weil in dieser Gruppe nach dem Konzert in besonderem Maße angegeben wird, das Konzert besonnen erlebt zu haben (63,8%), ist anzunehmen, daß im Rockkonzert - und/oder bei dieser Gruppe in besonderem Maße - eine "andere Art von Wirklichkeit" aufgebaut wird (siehe Abschnitt 5), die man nach dem Konzert auch mehr oder minder bereitwillig wieder verläßt. Ist diese Art von Wahrnehmung erst einmal gefestigt - nicht zuletzt ist da auch die imperative Frage "Are you happy?!" suggestiv wirksam,- kann auch in dieser zunächst kontemplativen Gruppe die Vereinnahmung des Subjekts bzw. der Publikumsmasse durch die besondere Art der "performance" und der Atmosphäre vonstatten gehen. Die Werte für Erlebnisintensität und Glücksgefühl gleichen sich den Werten der Enthusiasten im großen und

ganzen an. Diese Art des Rezeptionsverhaltens kann man in Behnes Terminologie (Behne 1986, Kap. 5.1) "kompensatorisches Hören" ("die Musik soll mich auf andere Gedanken bringen") oder "sentimentales Hören" ("ich werde an Dinge erinnert, die ich früher erlebt habe") nennen. Letzteres findet sich bei einigen älteren Besuchern der Konzerte von Joe Cocker und Wishbone Ash, die wohl mal sehen wollen, ob ihr Mythos aus alten Zeiten noch aufrecht steht oder attraktiv ist. Die Individualität und Kompromißlosigkeit, wie sie Willis in seiner Untersuchung einer Motorrad-Clique für Hardrock-Fans postuliert (Willis 1981), zeigt sich in der anfänglichen Einstellung zum Konzert (siehe folgendes Interview-Zitat), läßt sich aber im Laufe des Konzerts (phänomenologisch) vom Gruppen-Ego überformen.

"Also ich bin eigentlich keine Puppe von denen (den Musikern, d. Verf.). Vielleicht eher, wenn ich 'ne Gruppe net kenn, dann stell' ich mich dahin un' hör' mir dat erstmal an un' geb' danach mein Urteil ab, un' wenn ich 'ne Gruppe kenne un' weiß, wie die Musik von denen 'rüberkommt, dann geh' ich mit der Einstellung darein ... Ich geh' auch schon mal zu fremden Gruppen wie heute, un' dann hab' ich mir die ersten Stücke angehört und dann war ich voll dabei, weil die Gruppe echt gut war. Un' die Leute waren echt gut drauf. Und wenn ich die Gruppe schon vorher kenne, dann gehe ich mit der Einstellung darein: Fangt an, ich bin direkt dabei! So ungefähr" (18,m).

#### Cluster IV ("... die Sau 'rauslassen")

Anders als in der Vorstudie, wo die Chaoten nur die "Extremform" der Enthusiasten zu sein schien, lassen sich ähnliche Parallelen nur in Bezug auf die "Involvement"-Dimension (z.B. Items "verausgaben" und "Erregung") feststellen. Ansonsten fällt die Interpretation des Antwortmusters schwer. "Cool bleiben" ist absolut nicht erwünscht (ein wenig = 8%). Die Musiker sollen mitreißen (91,4%), auch wenn sie nicht so viel können müssen (73,9%). Diese Jugendlichen wollen sich verausgaben (74%) und "die Sau 'raus lassen" (Vorstudie: 75%). Geradezu frappant unterscheidet sich die Gruppe in ihren Wünschen nach friedlicher bzw. aggressiver Stimmung von den anderen Gruppen. 61% wollen überhaupt keine friedliche Stimmung (gegenüber sonst 80 bis 90%) und 30,4% wünschen sich eine aggressive Atmosphäre (plus: ein wenig = 74%). Alle anderen Gruppen bewegen sich bei diesem Item im 0%-Bereich. Nach dem Konzert können diese Jugendlichen sehr wohl - im Gegensatz zu den Enthusiasten - unterscheiden, ob sie aktiv waren (78,9%) oder etwas geleistet haben (47%). So ist gerade bei den Chaoten die auszumachende Gemütssteigerung als relativ kurzlebige zu vermuten, wie der gleichbleibend niedrige Zufriedenheitsgrad und die einzige signifikante Erhöhung

des STAI zeigt. Trotz der Nullangaben bei "cool" und "besonnen" scheinen also Traum und Wirklichkeit am bewußtesten unterschieden, Realität also wohl in noch "greifbarster Ferne" anzusiedeln zu sein. Hierfür sprechen auch die Assoziativ-Bewertungen von "Kampf", "Härte", wenig "Gefühl", und sicherlich auch die Tatsache, daß der in den Augen der Befragten wenig interessierende oder nutzbringende, eher "nervende" Fragebogen zu 20% weniger vollständig ausgefüllt worden ist. Wer sich seiner Frustration dennoch in Trance entledigen will, muß dann schon in den Bereich der Ekstase entfliehen, sei es durch Selbst- oder Fremd-Anstachelung, Drogen oder auch Lichteffekte (höchste Wertung aller 4 Cluster). Die favorisierten Gruppen (P.I.L., Iggy Pop, Heavy Metal) bemühen sich jedenfalls, Wirklichkeit in ihren Vorstellungen zu persiflieren, zu fragmentieren oder gar zu negieren. Wahrscheinlich kommen sie in der Clustergruppe IV am besten den Individuen am nächsten, deren Identitäten sich aus vorwiegend medial apperzipierten Fragmenten zusammensetzen; die zerstückelte, unwirkliche Welt der Video-Clips und "bricolage"-Techniken (Brake 1981) in der Mode weisen auf die Existenz oder Ausbildung eines solchen fragmentarischen Bewußtseins in unserer Gesellschaft hin (vgl. Luther 1985, 339 ff.).

Zusammenfassend kann man sagen, daß die Anlehnung an die Gruppe und das Vorhaben, sich zu "involvieren", ein intensiveres Verhältnis zur Musik und einen als besonders positiv erfahrenen Gemütszustand zur Folge hat. Umgekehrt hat eine eher passive Konsumtion des Konzerts eine niedrigere Erlebnisintensität zur Folge.

Obersteigerte Aktivität führt wohl eher zu einer subjektiven kathartischen Entladung, kann aber den allgemeinen Gemütszustand des Rezipienten nicht positiv beeinflussen.

Die Flucht in eine Traumwelt muß sozusagen am Eingang schon abgemachte Sache sein, um das Konzert illusionsreich und enttäuschungsarm zu gestalten. Die intervenierende Variable Konzertverlauf ist relativ unwichtig (weil fast immer perfekt), die intervenierende Variable Persönlichkeit macht mit den oben erwähnten Verhaltensmöglichkeiten die Zugehörigkeit zu einem der Cluster, sprich: zu einem bestimmten Rezeptionsmuster aus.

## 5. Traum oder Wirklichkeit? - Der Mikrokosmos Rockkonzert

"Also ich kann insgesamt bei Musik vielleicht nicht so mitgehen. Ich weiß nicht, da hab' ich irgendwie nicht so die, die Lossagung so von den anderen Sachen" (18,w).

Diese eher untypische Äußerung einer Konzertbesucherin hebt eine Einstellung hervor, die eigentlich mit dem abgerissenen Kontrollabschnitt der Eintrittskarte vor der Türe bleiben müßte, weil sonst der Weg zu einem hedonistischen Erlebnis im Konzert versperrt bleibt oder zumindest behindert wird. Diese "Lossagung" wird im Idealfall von folgenden Momenten konstituiert:

- dem Gefühl der Unabhängigkeit von fremden Moral- und Verhaltensvorschriften;
- dem Gefühl einer positiven Gleichgestimmtheit im Publikum;
- von (oberflächlich-)gestaltförmigem Erleben des Konzerts;
- dem Gefühl von Sicherheit.

"dat man gar nicht mehr, in keinem Bruchteil von 'ner Sekunde an den Alltags zurückdenkt, sich ganz genau nur auf die Musik konzentriert und - wie gesagt - einfach mal an gar nix denken, einfach nur so irgendwie in den Träumen zu hängen" (18,m).

"... das so'n bißchen allein sein für sich. Das ist einem wirklich dermaßen egal, was die alle machen, sondern das, was ich im Moment mache, mit der Musik sich im Takt bewegen, klatschen, ob springen oder auch mal in die Knie gehen oder sowas. Das, was ich für mich jetzt mache. Diese Aktion, in der Art und Weise, in der ich für mich entscheide, was ich tun kann, ohne daß sich irgendjemand darum kümmert" (18,m).

Als weitere wesentliche Bedingungen für den Aufenthalt im Konzert wird in Gesprächen häufig der Wegfall von "Denkzwang" (14,w) erachtet. Dazu soll die Gewißheit kommen, "daß die Gruppe das ehrlich meint, was sie bringt" (76%) - was immer das auch heißen mag. Diese Gewißheit wird durch die Beurteilung der Konzerte als ziemlich "vertraut" vervollkommenet. Dieser "mittlere Grad von Vertrautheit" (Berlyne 1974, 42 ff.) und ein kluges "performance"-Arrangement vom meist beschwerlichen (Beck 1985) und somit spannungssteigernden Einlaß über das erste Riff bei verdunkelter Bühne bis zum letzten Nebel- und Spoteinsatz bilden die Grundlage für eine optimale Aktivierung der Fans.

Bezüglich der Präsenz im Konzertraum muß man einen Unterschied zu allen anderen musikalischen Genres feststellen: Die Leute sind nicht im Rockkonzert, um 1 Std., 59 min. bei einem 2-stündigen Konzert dem Sänger an den Lippen zu kleben, d.h. permanent ihr Hör- und Augenmerk auf eine möglichst vollständige Erfassung des Geschehens auf der Bühne zu richten, geschweige denn, selbiges einem kogni-

tiven Strukturierungsprozeß oder einer Etikettierung ("labeling", s. Schachter 1964, 76) des zugehörigen affektiven Zustands zu unterziehen. In jedem Interview tritt deutlich zutage, daß Musikdarbietung alleine nicht ein Konzert ausmacht, und daß die Distanz zum Alltagsleben im Vergleich zu anderen (Musik-)Veranstaltungen frappanter erlebt und gesucht wird. Das gesamte Sensorium wird sowie so schon nicht nur durch die "performance" beansprucht, sondern auch durch eine Fülle sonstiger Sinnesreizungen; u.a. wird am Eingang zum Konzertraum ein Kommunikationsvertrag eingegangen, der andere Paragraphen enthält, als sie für Kommunikation und Massenkommunikation per definitionem gefordert sind (vgl. Koszyk/Pruys 1981, 122 ff. und 176 ff.). Spengler verdeutlicht das: "Der durchschnittliche Rockhörer neigt also weder zur Abkapselung noch zur Kommunikationsverweigerung oder zur Flucht in drogenähnliche Zustände. Seine Kommunikation findet dagegen statt in der relativen Abgeschirmtheit jugendlicher Teilkulturen und entspricht dort nicht überall den Maßstäben traditioneller Kommunikationsvorstellungen." (Spengler 1985, 188).

Ein Rockkonzert erfüllt eigentlich alle Bedingungen, die an Kommunikation und Massenkommunikation gleichermaßen gestellt werden (vgl. Bergler/Six 1979, 12 u. 36 ff.), ist aber nicht auf eine der beiden Kommunikationsformen festlegbar, was an dem eigentümlichen Verhältnis von Sender und Empfänger liegt: Der Sender braucht die Rückkopplung des Empfängers, der Empfänger die Aufforderung dazu vom Sender. Beides wird nicht explizit ausgedrückt, steht aber permanent im Raum. Wie bereits erwähnt, steht im Rockkonzert der Beziehungsaspekt im Vordergrund der Kommunikation, und zwar nicht nur zwischen Musikern und Publikum (erstere sind eher für die "Initialzuwendung" verantwortlich), sondern auch im Publikum untereinander. Man ist sich beim Eintritt in den Konzertraum im klaren darüber, daß Beziehungen ohne Konsequenzen und ohne Verbindlichkeiten geschaffen werden, wenn man überhaupt von "schaffen" sprechen kann. Im übrigen ist "Freude angesagt", Willenskraft bzw. ein als Bürde verstandener permanenter Zwang seitens der Umwelt zu Entscheidungen wird im Rockkonzert gegen eine kurze Phase der Willensfreiheit eingetauscht. Damit ist weder Abwesenheit von Willen gemeint, noch die grenzenlose Möglichkeit zur Willensdurchsetzung (dafür läuft zuviel gemeinsam ab), sondern ein Sich-gehen-lassen unter dem kanalisiertem "common sense" der Rockhörer, dem kleinsten gemeinsamen Nenner zwischen Erlaubtem und Unerlaubtem, moralisch Annehmbarem und Verwerflichem, reflexionsmäßig Machbarem und Nötigem. Vor allem ist im Rockkonzert das hedonistische Element der Momentbezogenheit vorherrschend. Rückschau und Planung sind eliminiert. Die permanent auf das Ge-

hirn einfallenden Signale kommen über das Ultra-Kurzzeitgedächtnis nicht hinaus, es sei denn, sie werden zwischenzeitlich abgerufen (Highlights, die Bewunderung evozieren, vgl. Vester 1980, S. 43-68).

Im Rockkonzert geht es nicht ausdrücklich um die Suche nach Möglichkeiten des Identitätsaufbaus (Liede/Ziehe 1982). Sondern: Hier finden (fast) alle Jugendlichen auf dem Teppich des oben beschriebenen Minimalkonsenses einen Freiraum, der dem (noch) nicht in festen Bahnen verlaufenden Verhalten ohne Angst vor Repressionen und Enttäuschungen Platz bietet. "Rock ist mehr als Musik. Er leistet die Schaffung eines jugendeigenen Milieus" (Baacke 1985, 20). Das Milieu wird benutzt, nicht um auszuprobieren, sondern um zu tun, also nicht aus Gründen der Identitätssuche, sondern aus Lust an einem kurzzeitigen anderen Identitätszustand, der - zu Beginn des Konzerts etabliert - ohne besondere Reflexion für einige Stunden das Handlungsrepertoire in sonst versperrten Bereichen erweitert. Beispiele dafür sind die vorbehaltlose Freundlichkeit zu jedermann; Zweckentfremdung von Kleidung als Fahne, Stirnband, Schweiß Tuch, Sitzunterlage; bedenkenlose Abfallproduktion; Schreien, Krachmachen, intensives Verausgaben u.a.m.:

"Ja, man kommt da eben hin und sagt sich dann: jetzt kannst Du mal so richtig ... es ist ja keiner da, der Dich beobachtet" (14,w).

So lautet die Hypothese, die diesem Beitrag zugrunde liegt, folgendermaßen: Das Rockkonzert fördert den Aufbau einer imaginären Scheinwelt mittels eines Kommunikationsverhaltens, bei dem es weniger um Bewußtseinsänderung als statisches Ergebnis eines abgeschlossenen Kommunikationsprozesses geht, als eher um eine momentane Umstellung der Bewußtseinsstruktur, die nicht auf ein Verstehen von semantisch aufschlüsselbaren Botschaften aus ist, sondern Beziehungen erfahren und verteilen will, und zwar auf einer Stufe, die kognitive Filigranarbeit vermeidet.

## 6. Übergreifende Erkenntnisse

Aggression, weniger in der Fachliteratur (Hollstein 1979, 184 ff.) als in Boulevard-Presse und Medien als Image von Rock-Fans (und -Stars) hochgespielt, ist unter jugendlichen Konzertbesuchern insgesamt unerwünscht: 88,7% wünschen überhaupt keine aggressive Stimmung. Es gibt viele Phänomene, die dem außenstehenden Beobachter fremd und von daher aggressionsbeladen oder -fördernd vorkommen können; tatsächlich aber ist das Verhalten der jugendlichen Rockkonzertbesucher mit an-

deren Attributen wie etwa "froh, happy, überspannt, euphorisch, unkompliziert, oberflächlich, autistisch, vulgär, unkonventionell, unangepaßt, kreativ" sehr viel charakteristischer zu beschreiben. Ein bißchen Power machen - das wollen Jugendliche allemal. Dieser Wunsch wird zum einen genährt durch eine von der Konsumgesellschaft geforderte Haltung, die zu ihrem Erhalt - neben Arbeitsmoral - Hedonismus und schnellen Verbrauch benötigt (Hollstein 1983, 79), zum anderen durch immer weniger Möglichkeiten, "eine lebensperspektivisch wirksame Arbeits- und Leistungsorientierung aufzubauen" (Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit 1983, 93). Letzteres kann durch körperliche Leistung und totales Eingebundensein in das Geschehen beim Rockkonzert für einige Augenblicke kompensiert werden (vgl. Shell Studie 11, 1985, 22 ff.).

Rockkonzerte nehmen unter den vielfältigen Möglichkeiten zur aktiven oder passiven Teilnahme an (Vergnügungs-)Veranstaltungen eine Sonderstellung ein: Es gibt kein vergleichbares Betätigungsfeld und keine Veranstaltungsform, die das gesamte Sensorium mit einer solch umfassenden Fülle und Intensität beansprucht wie ein Rockkonzert: von der Motorik (Leistungs- Sport) über die emotionale Erregung (TV-/Kino-"Reißer") und die auditive "Umarmung" (Jahrmarkt) bis hin zur visuellen Inanspruchnahme (Feuerwerk) und zu einem eigentümlichen, allseits gegenwärtigen Geruch (Sportschweiß, Moschus-Parfum, Affinität zu Drogen), von der Beanspruchung der Haut (Sonnenbaden) und des Kehlkopfes (Grölen) ganz zu schweigen.

Was Live/Life, also Leben im Augenblick ist, wird im Text von "Live is Life" der Gruppe "Opus" angedeutet.

Every minute of an hour, don't think about a rest,  
Then you all get the power, you all get the best.  
When everyone gives everything and every song everybody sings.  
Then it's live ...  
Live is Life, when the feeling of the people  
Is the feeling of the band.

## Literatur

- Baacke, D.: "An den Zauber glauben, der die Freiheit bringt". Pop- und Rockmusik und Jugendkulturen. Fünfzehn kondensierte Aussagen. In: Bastian, H.G. (Hg.): Musikpädagogische Forschung, Bd. 6, Laaber 1985a, S. 17-34.
- Jugendkulturen und Popmusik. In: Baacke, D./Heitmeyer, W.: Neue Widersprüche, Weinheim-München 1985b, S. 154-174.
- Jugendliche sind nicht kalkulierbar. In: Das Parlament 34 (1984), 21, S. 1-2.
- Baacke, D./Heitmeyer, W.: Neue Widersprüche. Zur Notwendigkeit einer integrierten Jugendtheorie. In: dies. (Hg.): Neue Widersprüche. Jugendliche in den achtziger Jahren, Weinheim-München 1985, S. 7-23.
- Beck, M.: Der wahre Fan erträgt, sonst wäre er keiner. Anmerkungen zu Open-Air-Festivals in Nürnberg und München. In: NMZ 4/1985, S. 14.
- Behne, K.-E.: Hörertypologien. Zur Psychologie des jugendlichen Musikgeschmacks, Regensburg 1986.
- Bergler, R./Six, U.: Psychologie des Fernsehens, Bern 1979.
- Berlyne, D.E.: Konflikt, Erregung, Neugier. Zur Psychologie der kognitiven Motivation, Stuttgart 1974.
- Brake, M.: Soziologie der jugendlichen Subkulturen, New York 1981.
- Bonfadelli, H. u.a.: Jugend und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann Stiftung, Frankfurt 1986.
- Brockhaus, Der Neue, 2. Bd., Wiesbaden 7/1984, S. 80 (Eskapismus), S. 675 (Involvement).
- Brockhaus, Wahrig Deutsches Wörterbuch, 2. Bd., Wiesbaden 1981, S. 600 (Eskapismus).
- Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit (Hg.): Die verunsicherte Generation. Jugend und Wertewandel. Ein Bericht des SINUS-Instituts, Opladen 1983.
- Döpfner, M.O.C./Garms, T.: NDW-Kunst oder Mode? Frankfurt 1984.
- Döpp, H.J.: Narziß - Ein neuer Sozialisationstyp? In: Häsing, H./Stubenrauch, H./Ziehe, T.: Narziß - Ein neuer Sozialisationstypus? Bensheim 4/1981, S. 19-35.
- Dollase, R./Rüsenberg, M./Stollenwerk, H.J.: Rock People oder die befragte Szene, Frankfurt 1974.
- Allright ... Yeah? Manuskript zu einer vierteiligen Sendereihe zur Sozialpsychologie der Rockszene, WDR III, Köln 1975/76.
- Ehrenfels, C.v.: Über "Gestaltqualitäten". In: Vierteljahresschrift für wissenschaftliche Philosophie 14 (1890), S. 249-292.
- Fröhlich, W.D./Drever, J.: dtv-Wörterbuch zur Psychologie, München 13/1981, S. 286 (Regression).
- Hartwig, H.: Jugendkultur. Ästhetische Praxis in der Pubertät, Hamburg 1980.

- Hollstein, W.: Auftauchen und Abtauchen. In: Naumann, M./Penth, B. (Hg.): Living in a Rock'n'Roll fantasy, Berlin 1979, S. 177-189.
- Die gespaltene Generation. Jugendliche zwischen Aufbruch und Anpassung, Berlin-Bonn 1983.
- Hussing, U.: Rockmusik und Identität. In: deutsche jugend 7/1982, S. 311-321.
- Inglehart, R.: The Silent Revolution, Princeton, N.J. 1977.
- Kmiecik, P.: Wertstrukturen und Wertewandel in der BRD, Göttingen 1976.
- Kneif, T.: Sachlexikon Rockmusik, Hamburg 1978.
- Koffka, K.: Beiträge zur Psychologie der Gestalt, Bd. I, Leipzig 1919.
- Kohut, H.: Narzißmus, Frankfurt 3/1981.
- Koszyk, K./Pruys, K.H.: Handbuch der Massenkommunikation, München 1981.
- Laux, L./Glanzmann, P./Schaffner, P./Spielberger, D.: Das State-Trait-Angstinventar, Weinheim 1970/1981.
- Lieberg, G.: Die Stellung der griechischen Philosophie zur Lust. In: Gymnasium. Zeitschrift für Kultur der Antike und humanistische Bildung, 66 (1959), S. 130.
- Liede, M./Ziehe, T.: Hunger nach Intensität. Ein Gespräch über den Musikkonsum in der Jugend. In: deutsche jugend 7/1982, S. 303-310.
- Luther, H.: Identität und Fragment. In: Theologica Practica 20 (1985), S. 339-349.
- Mill, J.S.: Utilitarianism, London 1910.
- Naumann, M./Penth, B.: I've always been looking for something I could never find. In: dies. (Hg.): Living in a Rock'n'Roll fantasy, Berlin 1979, S. 13-49.
- Nipkow, K.E.: Neue Religiosität, gesellschaftlicher Wandel und die Situation der Jugendlichen. In: Zeitschrift für Pädagogik 3/1981, S. 379-402.
- Peinemann, S.B.: Die Wut, die Du im Bauch hast, Hamburg 1980.
- Pöppel, E.: Lust und Schmerz, Berlin 1982.
- Rockmusiker 2/87. Verbandsnachrichten des Deutschen Rockmusikerverbandes e.V., Lüneburg 1987.
- Ruhnau, J.: Hedonismus. In: Ritter, J. (Hg.): Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bd. 3, Basel-Stuttgart 1984, S. 1024-1026.
- Salzinger, H.: Rock Power oder Wie musikalisch ist die Revolution?, Frankfurt 1972.
- Sandner, W.: Popmusik als Lebensgefühl. Sei cool Mann! In: Psychologie heute 3/1980, S. 64-71.
- Schubö, W./Ohlinger, H.M.: SPSS, Handbuch der Programmversion 2, Stuttgart-New York 1984.

Shell-Jugendwerk: Jugendliche und Erwachsene '85. Generationen im Vergleich,  
Bd. 2: Freizeit und Jugendkultur (Konzeption: A. Fischer), Opladen 1985.

Siegel, S.: Nichtparametrische statistische Methoden, Frankfurt 1976.

Vester, F.: Denken, Lernen, Vergessen, Stuttgart 6/1980.

Watzlawick, P./Beavin, J.: Einige formale Aspekte der Kommunikation. In: Watzla-  
wick, P./Weakland, J. (Hg.): Interaktion, Bern-Stuttgart 1980, S. 95-110.

Wertheimer, M.: Produktives Denken, Frankfurt 1957.

Willis, P.: Profane Culture, Frankfurt 1981.

Ziehe, T.: Pubertät und Narzißmus, Frankfurt 4/1981.