

DAS KREISCHEN IM POP-KONZERT: ZUR ENTSTEHUNG EINER REZEPTIONSFORM UND PATHOLOGISIERUNG VON KONZERTBESUCHERINNEN

Katharina Alexi

Seit Mitte des 20. Jahrhunderts gehört das Kreischen im Konzert fest zum visuellen und auditiven Kanon der Popkultur und ist die stärkste Komponente, wenn es um weibliche »Fanhysterie« geht: 1964 machten sich die Beach Boys auf ihrem Live-Album *Beach Boys Concert* die mitgeschnittenen Jubelschreiwellen von Konzertbesucherinnen zu eigen, 2001 gab der ehemalige Columbia-Präsident Michael Mauldin einer neu gegründeten Künstleragentur den Namen *Scream Star Entertainment*, und 2005 erhält schließlich das Debütalbum von Tokio Hotel den treffenden Titel *Schrei*. Selbst die Popkritik scheint kaum ohne das Bild lautstarker weiblicher Teenager auszukommen. So gab Gunter Reus die journalistische Empfehlung: »Sie [die Popkritik] darf zustimmen und Sympathie bekunden, aber sie darf nicht kreischen« (Reus 1999: 118).

Aus musiksoziologischer Perspektive überrascht daher, dass das Fan-Kreischen als Phänomen bislang nicht ein einziges Mal näher untersucht worden ist. Es fehlen gänzlich Ansätze zur Entstehung eines solchen Publikumsverhaltens – und zur Frage, ob dieses originär überhaupt nur von weiblichen Protagonisten ausging. Dabei unterscheiden sich Massenbegeisterungsphänomene wie die »Beatlemania« ja offensichtlich von früheren Formen der Musikrezeption wie dem gesitteten bürgerlichen Konzertbesuch im 19. Jahrhundert oder dem noch eher tanzdominierten Ausgehen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts.

Dieses Versäumnis soll hier im kleinen Rahmen aufgearbeitet werden. Einleitend wird die beeindruckende historische Tradition des bezahlten Konzert-Jubelns nachgezeichnet. Sie hat sich bei der Analyse von Initialmomenten des Kreischens als Rezeptionsgeste offenbart und soll anhand eini-

ger ihrer wichtigsten Stationen verdeutlicht werden. Wesentlich ist, dass die musikwirtschaftliche Praxis des bezahlten Beifalls ihre Anfänge bereits in der Romantik und nicht erst in der Popmusik nahm. In einem nächsten Schritt wird dann versuchsweise datiert, ab wann sich speziell das Kreischen authentisierte, d.h. sich fortsetzte, als keine finanziellen Anreize mehr im Spiel waren. Mit Babara Ehrenreichs Analysen wird hier vor allem ein geschlechtertheoretischer Erklärungsansatz vorgestellt.

Die Darstellung kreischender junger Frauen setzt in Kulturfeldern überdies einen Hysteriediskurs fort, der in religiösen und wissenschaftlichen Kontexten nahezu obsolet geworden ist. Diese Transformation wird am Schluss des Beitrags behandelt und die Schematisierung weiblicher Fan-Manie anhand des Mythos vom einnässenden weiblichen Teenie-Fan hinterfragt. Zuletzt soll auch der bisher ignorante Habitus der Kulturwissenschaften und Musiksoziologie bei der Frage nach der Entstehung und Durchsetzung des Kreischens im Konzert problematisiert werden.

I: Die Geschichte des bezahlten Beifalls

Dass in Fernsehproduktionen Applaus-Schilder sowie Klatscheinspielungen und Lacher eingesetzt werden, ist längst bekannt, wenn nicht selbstverständlich gewordenes Wissen. Die »Lachkonserve« (»canned laughter«) im Speziellen hat im Zusammenhang mit Robert Pfallers Theorie der Interpassivität bzw. des delegierten Genießens bereits eine kritische Würdigung erfahren (Pfaller 2000, vgl. auch Feustel/Koppo 2011). Weniger geläufig sind dagegen die bezahlten ZuhörerInnen im klassischen und im Pop-Konzert.

Gekaufte Fans: »Mietenthusiasten« und Claqueure

Bezahlter Applaus ist bemerkenswerterweise keine Erfindung der Musikindustrie: Heinrich Heine kritisierte als einer der ersten die enge Verwobenheit von Karriereplanung und westlicher Kunstmusik. 1844 bezeichnete er mehrere ausverkaufte Berliner Auftritte Franz Liszts, die im Jahr 1842 stattgefunden hatten, als »Lisztomanie« (Heine 1844). Er betrieb sogar eine regelrechte Ursachenforschung, um nachzuvollziehen, warum vor allem Frauen wegen des Pianisten so in Erregung gerieten. In seinem Bericht der *Musikalischen Saison 1844* dokumentiert Heine, wie er zunächst ein krankhaftes Delirium für möglich gehalten hatte:

»Ein Arzt, dessen Spezialität weibliche Krankheiten sind, und den ich über den Zauber befragte, den unser Liszt auf sein Publikum ausübt, [...] sprach

dabei allerlei von Magnetismus, Galvanismus, Elektrizität, von der Kontagion in einem schwülen, mit unzähligen Wachskerzen und einigen hundert parfümierten und schwitzenden Menschen angefüllten Saale, von Histrional-epilepsis, von dem Phänomen des Kitzelns, von musikalischen Kanthariden und andern skabrosen Dingen« (ebd.).

Im Bericht folgt allerdings auf dem Fuße, dass diese ärztliche Diagnose zu abenteuerlich sei. Heine verwirft seinen ersten Eindruck und führt die Erfolge Liszts nunmehr auf Organisationskalkül und Zahlungsbereitschaft zurück:

»Es will mich manchmal bedünken, die ganze Hexerei ließe sich dadurch erklären, daß niemand auf dieser Welt seine Successe, oder vielmehr die *Mise en scène* [Inszenierung, d. Verf.] derselben, so gut zu organisieren weiß wie unser Franz Liszt. [...] Die vornehmsten Personen dienen ihm gratis als Kompères, und seine Mietenthusiasten sind musterhaft dressiert« (ebd.).

Daran, dass mit den »Miethenthusiasten« ein gekauftes Publikum gemeint ist, lässt er im Übrigen keine Zweifel. Er nennt die Euphorie insgesamt einen Schwindel und Sekretär Gaetano Belloni den »Generalintendanten« von Liszts Berühmtheit (ebd.). Am überzeugendsten vielleicht bringt Heine dann noch die Anekdote einer Konzertreise an, auf der Liszt und der unbekannte Sänger Giovanni Rubini vereinbart hatten, gemeinsam für anfallende Kosten aufzukommen. Auf der Reise soll Rubini sich schließlich vehement geweigert haben, eine »bedeutende Summe für Lorbeerkränze, Blumenbouquets, Lobgedichte und sonstige Ovationskosten« (ebd.) zu begleichen.

Megan Garber vermutet in ihrem Artikel »A Brief History of Applause«, dass die Tradition des gekauften Applauses ursprünglich bereits auf den französischen Dichter Jean Daurat zurückgeht. Das legt auch der französische Begriff *Claqueur* nahe, der im 19. Jahrhundert bereits in ganz Europa geläufig war (vgl. Garber 2013). Angeblich kaufte Daurat im 16. Jahrhundert mehrere Tickets für die Aufführungen seiner eigenen Stücke und händigte sie an Leute aus, die ihm im Gegenzug ihren Applaus zusagten. Institutionalisiert hat sich die *Claque*¹ aber erst später. Um 1820 gründeten zwei französische Geschäftsleute und Opernstammgäste namens Sauton und Porcher eine Agentur namens *Assurance de succès dramatique*, mit der sie laut Selbstbezeichnung die »Sicherstellung des dramaturgischen Erfolges« (Schaller 1999: 233f.) gegen ein finanzielles Entgelt garantierten (vgl. auch Garber 2013). Schon 1829 veröffentlichte ein französischer Autor namens

1 Als *Claque* wird sowohl die gesamte Gruppe der *Claqueurs* bezeichnet (der Begriff ist vor allem im Theaterwesen noch bekannt) als auch die Praxis des Applaudierens selbst.

Louis Castel außerdem seine 400-seitigen *Memoiren eines Claqueurs* mit dem Untertitel »Die Kunst des Erfolgs« (vgl. Castel 1829).

Das Claqueurswesen entwickelte sich zu diesem Zeitpunkt völlig öffentlich; für seine Dienstleistungen wurde zum Teil per Zeitungsanzeige geworben.² Wie ein Auftrag zustande kam (oder auch nicht), veranschaulichen bislang unbeachtete kuriose Tagebuchaufzeichnungen des Dramatikers Friedrich Hebbel. 1851 berichtet dieser von Wien aus in seinen privaten Notizen vom »Wohlaufschen Brief«. Der Korrespondent Wohlauf hatte Hebbel zunächst auf den neuesten Stand legitimer Aufführungsmanipulation gebracht: »Es ist Sitte, dass das Publikum durch Claqueurs zum Beifall-Klatschen angeregt wird und ich fungiere seit Jahren als Claqueur« (Hebbel 1905: 400). In einer persönlichen Begegnung fand Hebbel den Claqueur allerdings unerträglich aufdringlich; die Episode des Aufeinandertreffens beider liest sich fast bedrohlich:

»Wie er dann des Morgens kam, [...] mir alle mögliche Auskunft erteilte, alle möglichen Menschen blamierte und endlich, als ich ihm höflich dankte, seine Dienste aber ablehnte, Rache schnaubend davon ging. Übrigens war viel damit gewagt, der Erfolg hätte nur etwas weniger durchgreifend sein dürfen, so würde der Bube sich mit seinem Anhang schon Luft zu schaffen gewusst haben, nun wurde er freilich erstickt« (ebd.).

Claqueure wie Wohlauf verstanden sich eben durchaus als Experten ihres Gebiets und boten auch nicht nur eine Form des Applaudierens feil. Ihre Kunden konnten gleich aus einem ganzen Repertoire verschiedenartiger Beifallsbekundungen wählen, vom höflichen Klatschen bis zur übertriebenen Forderung von Zugaben. Schaller gibt einen Überblick über eine solche Angebotsliste eines Claqueurs in Italien:

Schaubild 19: Was kostet Applaus?

Applaus bei Betreten der Bühne (bei einem Herrn)	25 Lire
Applaus bei Betreten der Bühne (bei einer Dame)	15 Lire
Normaler Applaus während der Aufführung, je	10 Lire
Anhaltender Applaus während der Aufführung, je	15 Lire
Noch längerer Applaus	17 Lire
»Bravo!«- und »Bene!«-Zwischenrufe	5 Lire
»Da capo«-Rufe (um jeden Preis)	50 Lire
Stürmische Begeisterung	Preis auf Anfrage

Abbildung 1: Claqueurdienste, übernommen aus Schaller (1999: 234).

² Schaller berichtet von einer solchen Anzeige in der *Musical Times* zu Beginn des 20. Jahrhunderts (vgl. Schaller 1999: 233).

Überliefert sind dementsprechend komplette Systeme der Claque. Für Frankreich und Österreich ist bekannt, dass es differenzierte RollenträgerInnen wie den *Rieur* (Lacher), *Pleureur* (Heuler), *Chatouilleur* (Kitzler) oder *Bisseur* (Zugabe-Forderer) gegeben haben soll.³ In Deutschland vermittelte 1864 der Band *Orchester-Abende* – eine Übersetzung der Memoiren des französischen Komponisten und Musikkritikers Hector Berlioz – ebenfalls eine Übersicht über Claqueursdienste. In harsch-biologistischer deutscher Sprache unterschied der Band folgende Claqueur-»Abarten«, also Dienste der französischen »Römer«, wie die Claqueure angeblich nur genannt würden (vgl. Berlioz 1864: 112-115): Es gäbe modern gekleidete Dandy-Claqueure, die »nur für die Augen« (ebd.: 113) klatschten, enthusiastische laute Claqueure, den würdevollen Claqueur »in Gestalt eines [...] pensionierten Obersten, pocht mit seinem Stock gelassen und mit väterlicher Miene auf den Boden« (ebd.: 114) und sogar Geiger-Claqueure und Paukenschläger. »Der Pauker applaudiert, indem er abwechselnd auf seine Pauken schlägt. Doch passiert das im glücklichen Fall aller zehn Jahre einmal« (ebd.: 115). Zu den Geiger-Claqueuren merkt Berlioz spezifisch an:

»Die Beifallsäußerung ist seltener als die anderen, und in Folge dessen die gesuchtere. Unglücklicherweise sind aber die Götter und Göttinnen der Bühnenwelt durch grausame Enttäuschungen belehrt worden, dass es nicht möglich ist, zu unterscheiden, ob das Applaudieren ironisch oder ernsthaft gemeint sei« (ebd.).

Der Wahrheitsgehalt dieser Systematik muss wohl angezweifelt werden. Interessant ist jedoch, dass Berlioz auch auf die spezifische Rolle weiblicher Claqueure eingeht, über die sich Heine bereits zwanzig Jahre zuvor mokiert hatte. Die »römischen Damen«, die den Künstlern ihre Bouquets zu Füßen werfen, hätten den kostspieligsten Materialverschleiß aller Claqueure, der deswegen auch extra vergolten werden müsse:

»so trägt gewöhnlich der nächste Verwandte, oder intimste Freund des Künstlers, wenn nicht der Künstler selbst, die Unkosten. Man gibt der Blumenwerferin so und soviel für die Blumen und so und soviel für den Enth-

3 Sowohl Garber als auch Philipp Charwath beziehen sich auf diese Systematik, allerdings mit leichten Abweichungen voneinander. Garber führt beispielsweise außer den genannten noch die *Commissaires (officers)* an, »who would learn a play or a piece of music by heart and then call attention to its best parts« (Garber 2013). Hingegen nennt Charwath darüber hinaus die *Connaisseurs* (Kenner, die positive Bemerkungen während der Vorstellungen fallen lassen), die *Chauffeurs* (Heizer, die tagsüber vor den Ankündigungen der Veranstaltungen stehen und diese lauthals loben) sowie die *Tapageurs* (als »Aufsehenmacher« einfach die am heftigsten Applaudierenden) (Charwath 2012: 631f.). Woher die ursprüngliche Systematik stammt, ist unklar.

siasmus, außerdem ist auch noch ein besonderer Mann oder ein gewandtes Kind zu bezahlen, welche [...] die Blumen wieder einsammeln und den Römerinnen [...] zurückbringen, die sie dann zum zweiten Male, ja oft ein drittes Mal wieder benutzen« (ebd.: 114f.).

Frauen hätten in der Rolle der empfindsamen Claqueurin weiterhin auch die Möglichkeit, weinend aufzutreten, »Nervenzufälle« (ebd.) zu bekommen oder ohnmächtig zu werden.

Gekaufte Pop-Fans: »Sinatrics« und Song-Plugger

Mit letzterem Verhalten ist das Kreischen verbunden, das sich Mitte des 20. Jahrhunderts zunehmend im Pop-Konzert verbreitete.⁴ In den 1940er Jahren konnte zunächst Frank Sinatra sein Publikum zum euphorischen Schreien animieren, was Virginmedia.com heute als einen der größten publik gewordenen Rock'n'Roll-Schwindel listet (vgl. Virgin Media o. J.). Die Authentizität von Sinatras Ausnahme-Fans zweifelte schon 1974 der ehemalige Songwriter und PR-Agent Arnold Shaw in seiner Monografie *The Rockin' 50s* an. Als Insider des amerikanischen Musikgeschäfts machte Shaw am Rande die Bemerkung, Sinatra habe »Mitte der 40er Jahre Massenhysterie, Panik und Ohnmachtsanfälle ausgelöst [...], ob dies nun echt war oder von dem Presseagenten George Evans manipuliert worden war« (Shaw 1978: 57).

Neben einem engagierten Artikel in der *Washington Post* (vgl. Barker 1998) hat sich seitdem der Sinatra-Biograf James Kaplan näher mit den unglaubwürdigen Fan-Exzessen befasst, die sich während Sinatras früher Jahre im Musikgeschäft abspielten (vgl. Kaplan 2010: 154-162). Der 27-jährige Sinatra hatte sich im Herbst 1942 gerade aus einem wenig lukrativen Beschäftigungsverhältnis in einem Orchester freigekauft und sollte mit George Evans als Agenten sein erstes Solo-Konzert bestreiten. Die konkreten PR-Instruktionen, wie Sinatra bei diesem Auftritt im New Yorker Paramount-Theater und dann bei weiteren Konzerten seine Stimme einsetzte und andererseits bezahlte Mädchen darauf zu reagieren hatten, belegt Kaplan mit Aussagen der beiden späteren Evans-Klienten Jerry Lewis und Dean Martin. Lewis und Martin berichten von fünf Dollar, die Evans Mädchen gezahlt haben soll, damit diese lautstark an mindestens fünf Shows teilnahmen.⁵ Über

4 Das Blumen-Überreichen als Beifallsgeste siedelte sich dagegen bekanntlich im Bereich der Schlagermusik an.

5 Obwohl dieser Schwindel um kreischende Fans durch solche biografischen Enthüllungen offenbar schon aufgedeckt ist, würde es sich sicher lohnen, möglichst viele audio-visuelle Aufnahmen Sinatras früher Auftritte zu vergleichen, um diesen Erklärungsansatz zu bestätigen oder gegebenenfalls auch zu entkräften.

das Scheinjubeln hinaus wurde eine strategische Sing-and-Repeat-Choreografie zwischen Sänger und Publikum entwickelt. »Evans would read the scores of the songs to see where the screaming should come in [...]«⁶, zitiert Kaplan Jerry Lewis (ebd.: 159), und führt selbst an:

»When Sinatra sang [...] the lyric ›I'm not much to look at, nothin' to see‹, Evans coached one of the girls to yell ›Oh Frankie, yes, you are!‹ On ›Embraceable You‹, Evans told Frank to spread his arms beckoningly on the words ›Come to papa, come to papa, do.‹ The girls would then scream ›Oh, Daddy!‹ After which, Frank would murmur into the mike ›Gee, that's a lot of kids for one fellow‹ [...] « (ebd.).

Für Sinatras ersten großen Solo-Auftritt mietete Evans außerdem einen Krankenwagen, den er vor dem Theater parken ließ, und im Konzertraum liefen Platzanweiser mit Ammoniak-Flaschen herum, für den Fall, dass Gäste in Ohnmacht fallen sollten. Die Absurdität dieser Vorkehrungen offenbart sich vollständig erst beim Betrachten von Filmaufzeichnungen des berühmten Konzerts, das als »Paramount Riot« in die Musikgeschichte einging: Im Theater zu sehen ist lediglich ein – wie damals üblich – bestuhltes Konzert. Aus dessen Reihen springen tatsächlich zwar einzelne Mädchen wie ferngesteuert auf, hüpfen, schicken Küsse zur Bühne oder machen animierende Tanzbewegungen. Das Gros der Besucherinnen bleibt jedoch sitzen; mehreren von ihnen sieht man den Gewissenskonflikt an, sich ebenfalls erheben zu wollen. Sie deuten ein kurzes Aufspringen an, drücken sich dann aber wieder selbst in den Sitz – ganz so, als ob ihnen bewusst wäre, dass sie sich der sonst eigentlich biedereren Konzertsituation nicht angemessen verhalten würden.⁶

Das gekaufte Publikum der 1940er Jahre war dabei keinesfalls die originäre Erfindung von Evans, welcher zum Start von Sinatras Karriere schon einige Jahre im Musikgeschäft absolviert hatte. Seit der Industrialisierung des populären Schlagers in der Tin Pan Alley-Ära ab circa 1890 kennt die US-amerikanische Musikindustrie das Berufsbild der sogenannten »Song-Pluggers« (vgl. Tilgner 1993: 90-92). Diese waren in ihrer ursprünglichen Funktion Vertreter von Musikverlagen und hatten die Aufgabe, potenziellen Abnehmern neue Kompositionen vorzuspielen. Zum Teil betätigten sich Verleger selber als Song-Pluggers, dem Berufsprofil entsprechend befanden sich aber viele ausgebildete Musiker unter ihnen, nicht selten sogar junge und später prominente Talente wie George Gershwin oder Jerome Kern. Interessenten fanden die Song-Pluggers überall dort, wo Songs aufgeführt wurden: anfangs

6 Der Auftritt kann angeschaut werden unter: http://www.youtube.com/watch?v=Kq_wus1KL6Q.

bei Poloturnieren, in Kaufhäusern, bei Wahlkampfveranstaltungen, an Ausflugsplätzen oder in Zirkussen sowie auch in Saloons, Bordellen, Bars, Theatern und Restaurants (vgl. ebd.: 94; vgl. Ewen 1964: 72). Edward B. Marks, Gründer einer gleichnamigen Verlagsgesellschaft in New York, blickt in seiner Biografie *They All Sang* auf die eigenen aggressiven Verkaufsaktivitäten als Song-Plugger zurück:

»Ich pflegte in einer Woche sechzig Treffpunkte zu besuchen; mein Partner Joe Stern erledigte vierzig. Und mehr als das, wir machten es Woche für Woche [...]. Die Songs wurden dort gestartet, wo der Schnaps floss und die Lust am Singen weckte... Einen Song durchzudrücken hieß: er musste in einer Music Hall von einem beliebten Sänger gesungen werden... [...] Ich kaufte den Musikern Bier und versetzte die Solisten in Stimmung« (Edward B. Marks, zit. n. Tilgner 1993: 91).

»In Stimmung versetzen« hieß hierbei oft nichts anderes als Bestechung (vgl. ebd.: 91f.). Die Verlage ließen den Sängern Gratis-Noten, sogenannte »free professional copies«, zukommen und bemusterten ganze Orchester mit fertigen Arrangements. Sie luden lukrative SängerInnen zum Dinner ein und verschickten Geschenke. Um die Bühnenstars an sich zu binden und konkurrierende Verlagserzeugnisse auszusteichen, führten die Verleger schließlich sogar regelmäßige Zuwendungen ein. Im Zuge dieser »stipends« soll allein 1905 eine halbe Million Dollar an Bühnenstars ausgeschüttet worden sein.

Doch nicht nur MusikerInnen profitierten vom Song-Plugging und beteiligten sich daran. Wolfgang Tilgner hat die Recherchen zu den findigen Verkaufsmaschinen der Tin Pan Alley, die vor allem von David Ewen vorgelegt wurden (vgl. Ewen 1964), um die Erkenntnis über ein zweites Standbein ergänzt; nämlich die ebenso starke Unterwanderung des Publikums. Tilgner führt aus, wie solche Verkaufstechniken allmählich starken Einfluss auf die Bühnenperformances und -ästhetik nahmen. Neben der Erfindung der visuellen Untermalung von Auftritten beschreibt er genau jene Choreografie, die sich in den frühen Sinatra-Konzerten beobachten lässt:

»Methoden, Lieder zu popularisieren, waren nicht ohne künstlerischen Wert. So wurde in den Auftritt eines Sängers ein Partner eingebaut, ein »singing stooge«. Zwischen Star und Stichwortgeber entspann sich an geeigneter Stelle ein Dialog, bei dem der zu »pluggende« Song ausgiebig repetiert wurde. Der »stooge« Harry Von Tilzers war kein geringerer als Irving Berlin« (Tilgner 1993: 92).

Reinhard Flender und Hermann Rauhe zufolge verselbständigte sich das Song-Plugging im Publikum dann durch weitere Fans, die an der lukrativen

»Affektsteigerung der Masse teilhaben« wollten⁷ (Flender/Rauhe 1989: 48). Auf ein Fortleben des Song-Plugging bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts deuten außerdem Recherchen des Journalisten Ernest Havemann aus dem Jahr 1952:

»There are about 600 song-pluggers in the U.S.; they have their own union; they are powerful enough to bar all outsiders; and they command fees up to \$35,000 a year plus unlimited expense accounts. Their job is to persuade the record companies to use songs put out by their publishing houses and the radio station disk jockeys to play the records« (Havemann 1952: 168).

Fest steht, dass das Song-Plugging trotz der Umbrüche im US-amerikanischen Musikgeschäft keinesfalls verloren ging.⁸ Es ist mehr als wahrscheinlich, dass George Evans von dieser Erfolgsmethode der Tin Pan Alley Notiz genommen hatte und auf seinen Zögling Sinatra lediglich übertrug.

II: Datierungs- und Erklärungsansätze für das authentische Kreischen im Pop-Konzert

Wann genau das Kreischen im Pop-Konzert sich im 20. Jahrhundert schließlich ohne finanzielle Anreize zu etablieren begann, lässt sich angesichts hunderter, wenn nicht tausender in Frage kommender Konzerte natürlich nur schwer dezidiert zurückverfolgen. Peter Wicke nutzt in einer allgemeinen Bemerkung die Weiterentwicklung der Veranstaltungstechnik als Hintergrund, um das Phänomen zeitlich einzugrenzen:

»Kreischende Fans [...] waren an der Tagesordnung, seit elektrische Verstärkeranlagen jede Geräuschkulisse übertönten. Oder fast jede, denn die Tatsache, dass die Beatles nach ihrer letzten Amerikatournee im August 1966 live nicht mehr auftraten, war nicht zuletzt dem Umstand geschuldet, dass sie gegen die Lärmkulisse mit der Technik von damals nicht mehr ankamen« (Wicke 2011: 26).

Grundsätzlich außer Acht gelassen werden sollte jedoch auch nicht die Gründung erster großer Konzertclubs. Zunächst waren, wie an Sinatras erstem Solo-Auftritt geschildert, noch viele für damalige Verhältnisse große Konzerte in bestuhlten Theatern und Kinos einberaumt – auch um der kon-

7 Die Autoren stützen ihre Behauptung allerdings leider nicht auf Belege.

8 Noch heute scheint das Song-Plugging nicht obsolet geworden zu sein; es hält sich zumindest als Synonym für Popularisierungsaktivitäten in der Musikindustrie aufrecht. So gebraucht der Musikverleger Eric Beall den Begriff etwa in seinem reißerischen Ratgeber *Making Music Make Money* (vgl. Beall 2004: 143-154).

sumkräftigen Jugend entgegenzukommen, die in den USA Tanzlokale, in welchen Alkohol ausgeschenkt wurde, noch nicht betreten durfte (vgl. ebd.). Dass in den Clubs dann die Stühle weggelassen wurden und sich eine völlig neue räumliche Anordnung der Konzertsituation ergab, mag einen erheblichen Anteil am ausgelasseneren Rezeptionsverhalten der BesucherInnen gehabt haben.

Um tatsächlich den Versuch einer Datierung des Kreischens zu wagen, ist mit Wicke davon auszugehen, dass dieses sich vor 1966 als Rezeptionsgeste durchgesetzt hat. Der Band *Blam! – The Explosion of Pop, Minimalism, and Performance* datiert die »Explosion« des Pop konkret auf die Jahre 1958 bis 1964 (vgl. Haskell 1984), was sich angesichts eines Vergleichs zweier Zeitungsartikel in dieser Spanne als ein nahe liegendes Zeitfenster bestätigt. Im Oktober 1958 berichtete nämlich die *ZEIT* über einen Bill Haley-Auftritt in Hamburg noch wie folgt:

»Zunächst ging es in der Ernst-Merck-Halle noch konzertmäßig zu. Dann fing einzelne Paare an, in den engen Gängen des Saales zu tanzen. Einige Ordner [...] versuchten, die Tanzenden wieder auf ihre Plätze zu drängen. Immer mehr aufgeregte Burschen strömten in die Gänge. Menschenströme flossen wie schreiende Lavaströme nach vorn« (zit. n. Wicke 1998: 203f.).

»Wie schreiende Lavaströme« lässt dabei offen, ob die Bill Haley-Fans tatsächlich schrien; im Zentrum steht die Beschreibung der »ausschreitenden« Pärchen.⁹ Im Vergleich dazu findet fünf Jahre später Phillip Norman deutlichere Worte für ein Konzert der Beatles:

»Girls had screamed for pop stars before, but never, never – as they did at the Beatles' ABC Cambridge concert – hunched into a fetal position, alternatively punching their side, covering their eyes and stuffing handkerchiefs and fists into their mouths. Later, when the curtain had fallen and the last dazed girl had been led through the exits, [...] hundreds of the cinema seats were wringing wet. Many had puddles of urine visible beneath them« (zit. n. Curtis 1987: 137).

Hier besteht nun kein Zweifel mehr an einer lautstarken Masseneuphorie. Die Pärchen sind von der Bildfläche des Konzertraums verschwunden und scheinbar überwiegend durch Konzertgängerinnen abgelöst worden.

Über die Beatles gibt es einen geschlechtertheoretischen Erklärungsansatz, der 1992 durch den Aufsatz »Girls Just Want To Have Fun« von Barbara Ehrenreich et al. initialisiert wurde (vgl. Ehrenreich et al. 1997). Die Autorinnen brachten an, dass das in der »Beatlemania« sichtbar gewordene

9 Eingeräumt werden muss bei diesem Vergleich, dass sich der Durchbruch der Popmusik in Deutschland biederer und langsamer gestaltete als anderenorts.

weibliche Aufbegehren im Nachhinein als frühe Ankündigung feministischer Bewegungen gelesen werden könne.¹⁰ Die Beatles lieferten in den 1960er Jahren tatsächlich als eine der ersten populären männlichen Bands ein Identitätsangebot, welches deutlich von den maskulinen Images und Bühnenperformances der Swing-, Blues- und Rocktradition abwich (vgl. Cura 2009: 106f.). Zum einen war die vierköpfige »clean-cut group« schon unkonventionell, weil sie auf einen Frontsänger verzichtete: »There was no lead singer and back-up band, there was just *the band*« (ebd.: 107). Mit den Beatles ging ein neuer Star-Typus einher, der mit den Medien Fernsehen (sowie »Reality«-Programmen) und Vinyl korrelierte (vgl. Borgstedt 2008: 56). Hatte sich Musikstar-Identitäten in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts noch an die Star-Images der Filmindustrie angelehnt und definierten sich über Glamour, die Skandalisierung des Privatlebens und eine Distanz zu den eigenen Fans (vgl. ebd.: 36-42), so setzte sich ab den 1950er Jahren der Typus des »Jungen/Mädchen von nebenan« durch.¹¹ Dieser stellte sich mit Borgstedt auch durch die »Privatisierung der Rezeption« ein, »die eine persönliche Bindung an den Musiker wesentlich begünstigte« (ebd.: 42). In diesem Kontext ereigneten sich erste Meet & Greets mit MusikerInnen, und Jugendzeitschriften konzipierten ihre Starschnitte und Poster zum Aufhängen in den eigenen vier Wänden.

Das besondere an den Beatles war aber vor allem, dass die Gruppe trotz ihres Spiels mit Informationen und Sehnsüchten nicht »too phallic« (Steven D. Stark, zit. n. Cura 2009: 106) auftrat, sondern sich von den stark sexualisierten Performances des Rock'n'Roll abgrenzte. Visuell prägte die Band mit halblangen Haaren ein neues irritierendes, androgyn-feminines Schönheitsideal (der Gleichförmigkeit) und strahlte weibliche Sensibilität auch in ihrer Musik aus, indem sie als eine der ersten männlichen Pop-Gruppen mit Begeisterung Girl Groups coverten:

»The Beatles' first two albums, *Please, Please Me* and *With the Beatles*, featured covers of girl group songs such as ›Boys‹ and ›Baby It's You‹ (The Shirelles), ›Chains‹ (The Cookies), ›Devil in Her Heart‹ (The Donays), and ›Please Mr. Postman‹ (The Marvelettes). George Martin, the group's record producer,

10 Wesentliche Beiträge zu diesem genderkritischen Ansatz haben weiterhin Steven D. Stark, Martin Goldsmith und Jonathan Gould geliefert, über deren Forschungsergebnisse Kimberly Cura im Aufsatz »She Loves You. The Beatles and Female Fanaticism« einen guten Überblick gibt (vgl. Cura 2009).

11 So bemühte sich der Beatles-Manager Epstein um die Inszenierung seiner Musiker als attraktive Privatpersonen, indem er (wie viele seiner Kollegen) das Privatleben der Band und insbesondere ihre Liebesbeziehungen nach außen hermetisch abschirmte (vgl. Jooß-Bernau 2010: 84).

even noted that the Beatles ›sound[ed] like a male Shirelles‹, with their high voices and heavier concentration on vocals than instrumentation« (ebd.: 108).

In einer Gegenüberstellung von ›She Loves You‹ und dem Dion-Song ›The Wanderer‹ hat Kimberly Cura weiter verdeutlicht, dass die Beatles misogynen Rockstar-Formeln über Bord warfen (vgl. ebd.: 108f.). Hatte Dion noch gesungen: ›I kiss 'em and love 'em 'cause they're all the same‹, hieß es nun ›I think it's only fair / [...] / Apologize to her‹. Die Beatles sangen über Frauen nicht mehr als allzeit verfügbare Trophäen und formulierten Appelle an die männliche Einfühlsamkeit: Dies muss wirklich eine neue Attitüde gewesen sein, hatten zuvor auch Girl Groups wie The Crystals (z.B. mit ihrem Song ›Please Hurt Me‹) sich noch selbst vielmehr einen Freiwild-Status zugeschrieben und diese Haltung ebenso ihren Zuhörerinnen vermittelt.

III: Die Pathologisierung weiblicher Fans als hysterisch

Die Ausstrahlung der Beatles in den 1960ern charakterisiert Steven D. Stark als ›attractively vulnerable‹ (zit. n. ebd.: 106). Eine solche Einschätzung ist für weibliche Fans dagegen bis heute undenkbar geblieben. Auf der Seite des (weiblichen) Publikums gilt Zerbrechlichkeit weniger als attraktiv denn vielmehr peinlich bis sogar krankhaft, wie sich auch in den zum Teil der Medizin entlehnten Termen wie ›Lisztomanie‹ oder ›Beatlemania‹ widerspiegelt. Philip Normans zitierte Passage über weibliche Beatles-Fans ist exemplarisch für den abschätzigen Habitus, mit dem weiblichen Pop-Fans meist begegnet wurde und wird. Sie lässt prototypische Sexismen erkennen, die die Abwertung von Popkultur am Gehalt ihrer jeweiligen Feminisierung messen (vgl. Fritzsche 2010: 239). Bei Norman und vielen anderen verdichtet sich das Szenario des vermeintlich nur weiblichen Kontrollverlusts zu einer akribischen Beobachtung von Körperhaltung, -funktion und Verfassung. Norman notierte, wie eingangs zitiert, dezidiert eine angebliche ›fetal position‹ der Besucherinnen, beobachtete ihr ›punching their side, covering their eyes and stuffing handkerchiefs and fists into their mouths‹ und behauptete zuletzt, Urinpfützen unter den Konzertsitzen wahrgenommen zu haben, welche die ›dazed girls‹ zurückgelassen hätten. Seine Darstellung liest sich dabei ähnlich wie die Einteilung hysterischer Anfälle in vier Phasen, welche ein Jahrhundert zuvor Jean Martin Charcot als einer der Be-

gründer der klinischen Hysterie-Forschung vorgelegt hatte.¹² Charcot meinte, hysterisches Verhalten gliederte sich in folgende Einzelercheinungen:

- 1) Eine »epileptoide Phase«,
- 2) eine Phase großer Bewegungen, in der zum Beispiel der »hysterische Bogen« (*Arc de cercle*) vollführt würde,
- 3) eine Phase der leidenschaftlichen Bewegungen (*Attaques*) mit heftigen auditiven und mimischen Gefühlsäußerungen und
- 4) das terminale Delirium, die abschließende Erschöpfung (vgl. etwa Rabelhofer 2006: 80f.).

Die Transformation alter Hysteriediskurse zum Konzept der »kulturellen« Hysterie

Solche Konzepte der vermeintlich ausschließlich bei Frauen auftretenden, da ursprünglich in der Gebärmutter verorteten psychischen Störung namens Hysterie sind indes bereits seit der Antike vorgelegt worden. Nach einer religiös-mystischen Deutung im Mittelalter, die unter anderem die Ikonen der »ekstatischen Jungfrauen« hervorbrachte, erfuhr Hysterie Ende des 19. Jahrhunderts mittels (pseudo)wissenschaftlicher Ansätze eine Sexualisierung. Als Diagnose erlebte sie zwischen 1880 und 1915 ihre Hochphase. Parallel zur Zahl der diagnostizierten Hysterikerinnen in den Anstalten nahmen in dieser Zeit die teilweise expliziten Darstellungen der »Erkrankten« zu; sie gehören zu den ersten Motiven der Fotografie.

Lange Zeit pathologisierte das Krankheitsbild Hysterie dann selbstbestimmtes weibliches (Sexual-)Verhalten, wurde aber spätestens Mitte des 20. Jahrhunderts als ikonografische Inszenierung dekonstruiert (vgl. etwa Didi-Hubermann 1997). Die *American Psychiatric Society* strich Hysterie 1952 vom offiziellen Index psychischer Krankheiten¹³ und für die psychiatrisch relevanten »hysterischen« Symptome wurde anschließend der neue Begriff der »Konversionsstörung« eingeführt. Interessanterweise soll vor allem der Zeitraum des Ersten Weltkrieges ausschlaggebend für einen »tief-

12 Vergleichbar misogynen Auffassungen existierten allerdings schon vor dem klinisch-pathologischen Konzept der Hysterie. Auch einige Bemerkungen Heines, wie »die Weiber sind immer wie berauscht, wenn Liszt ihnen etwas vorgespielt hat« (Heine 1844), sind so zu bewerten. Hierbei ließ Heine gänzlich die männlichen Claqueure außen vor, als gäbe es sie gar nicht. Dabei war das Claqueurswesen im 19. Jahrhundert den dokumentierten Berichten, Agenturen und Anzeigen zufolge gerade eine überwiegend männliche Profession.

13 Erst 1973 wurde Homosexualität aus dieser Auflistung entfernt und nicht mehr als Krankheit behandelt.

greifenden Bedeutungswandel hinsichtlich des moralischen Verständnisses der klassischen Hysterie« (Schaps 1983: 152) gewesen sein.¹⁴ Im deutschen und französischen Heer waren damals angesichts der erlebten Kriegsgräuere unter Soldaten Massensymptome ausgebrochen,¹⁵ die zunächst schnell als »Rentensucht« kriminalisiert wurden, um nicht von einer männlichen Form der Hysterie sprechen zu müssen. Der Mediziner Adolf von Strümpell hatte bereits 1888 dafür den Begriff der »Begehrungsvorstellungen« geprägt. Als sich keine Lösung für das Problem abzeichnete, sondern sich dieses nur verschlimmerte, wurden schließlich Frauen als »Krankheitsüberträger«¹⁶ beschuldigt, die zur »Verweichlichung« der Invaliden beitragen (Michl 2007: 208). Nicht der Krieg, sondern das empathische weibliche Umfeld wurde verantwortlich gemacht für die zunehmend als Simulation und Willensschwäche abgetanen Leiden der Soldaten. 1917 arbeitete der Arzt und Psychologe Willy Hellpach sogar eine Physiognomie männlicher Hysterie aus, die explizit auf den Vorwurf der »Verweiblichung« rekurrierte. Hellpach konstatierte unter anderem, eines der wesentlichen körperlichen Erkennungsmerkmale wäre der »Feminismus (Weibsamkeit)«, der sich zum Beispiel im hysterischen Lachen äußere, einem »süßliche[n], mädchenhafte[n] Lächeln« (ebd.: 206).

An dieser Stelle muss die Darstellung der damaligen Diskurse um männliche Kriegshysterie enden, um auch auf deren Transformation eingehen zu können. Regina Schaps bemerkte nämlich,

»daß die dramatischen Bilder der Hysterie (>Kriegszitterer<) nach dem Ersten Weltkrieg zunehmend in den Hintergrund traten. [...] Im Gefolge dieses Umwälzungsprozesses wurden die klassischen Symptome der Hysterie [generell] nicht mehr als Krankheit akzeptiert« (Schaps 1983: 153).

Dies bezog das Konzept weiblicher Hysterie ein – in den 1920er Jahren wurden plötzlich kaum mehr Hysterikerinnen diagnostiziert. Das Beobachtungsinteresse an der Frau verschwand allerdings nicht, sondern verlagerte sich

14 Ausführlich dazu siehe Weickmann (1997: 83-107), Lamott (2001: 108-138) und Michl (2007: 185-238).

15 Diese Soldaten waren nicht die ersten Männer, an denen Hysterie diagnostiziert wurde. Bereits 1882 war an der Salpêtrière eine Sektion für männliche Hysterie nach Eisenbahn- und Arbeitsunfällen sowie für die ehemaligen Soldaten des Krieges von 1870/71 eingerichtet worden (vgl. Michl 2007: 192). Bezeichnenderweise erhielten diese Fälle nie Einzug in die fotografische Ikonografie Charcots, der dort forschte und arbeitete.

16 So erklärte der Arzt Gustav Liebermeister Hysterie als Epidemie und das private Umfeld von Soldaten als gefährlichsten Ansteckungsherd, »wo wir nicht nur die Kriegsbeschädigten, sondern auch deren Angehörige, ferner einen großen Teil der weiblichen Bevölkerung und sonst sehr viele Menschen haben, die als Krankheitsüberträger wirken« (zit. n. ebd.).

vielmehr: Wo vorher weibliches Verhalten als krankhaft ausgelegt worden war, galt es jetzt als konsumversessen. Thomas Hecken erklärt diesen Anschlussdiskurs vor allem mit der neuen Präsenz von Frauen im Berufsleben:

»Weil die arbeitstätige junge Frau außerhalb von Haushaltungen, landwirtschaftlichen Betrieben und Textilfabriken ein relativ neues Phänomen darstellt, weil ihre sachlicheren Kleidungs- und Liebesformen ungewohnt anmuten, wird diese Neue Frau mit der aufkommenden Vergnügungsindustrie zusammengedacht« (Hecken 2006: 155).

Dass Weiblichkeit und Kulturindustrie fortan gleichgesetzt wurden, fällt zum Beispiel an der Berichterstattung über neue Jazztänze auf, für die »fast immer Mädchen herhalten müssen« (ebd.: 160). Seit sich das Bild der Frau mit rational organisierten, kapitalistischen Arbeitsabläufen verknüpft hat (vgl. ebd.: 158), ist es weiterhin romantisiert worden – zum Beispiel in einseitigen Sozialstudien, zu denen auch Siegfried Kracauers berühmte Studie *Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino* (1928) gezählt werden muss. Denn weder gingen nur »kleine« Mädchen ins Kino – sonst wäre Deutschland sicherlich nicht in diesen Jahren einer der größten Absatzmärkte der internationalen Filmindustrie geworden – noch verdienten junge Frauen genug, um so oft ins Kino gehen zu können wie ihre männlichen Kollegen. Kracauer sprach dem Arbeitsalltag der weiblichen Angestellten dennoch gönnerhaft jegliche Anstrengung und Probleme ab: »Sie sind hübsch, weil sie Zeit haben, sich zu pflegen, singen zur Arbeit, die keine ist, einen Schlager und werden am Schluss von ihrem reichen Chef oder einem reichen Amerikaner geheiratet« (zit. n. ebd.: 155).¹⁷ Vorübergehend erschien nun jene Form von Weiblichkeit suspekt, die diszipliniert und selbständig in der Gestalt der weiblichen Angestellten auftritt – eben neuerdings zum Teil »untypisch« in Hose und mit Kurzhaarfrisur – und die nicht mehr mit weiblichen Stereotypen wie der Mutterrolle konform geht.

Ab Mitte des 20. Jahrhunderts vollzieht sich schließlich wieder eine Rückwende zum Bild des weiblichen hysterischen Prototyps. Interessanterweise wird diese ebenfalls von Kommentierungen männlicher »Hysterie« begleitet. Frank Sinatra und Johnnie Ray lassen in dieser Zeit in Interviews verlauten, sie hätten ihre Bühnenperformances zum Teil von der extrem emotionalen Billie Holiday erlernt (vgl. Shaw 1978: 27 u. 62). Speziell über Rays effeminierte Performance wurde seitdem immer wieder viel gelästert, sie ist als »Anatomie des Selbstmitleids« titulierte worden (ebd.: 60) und Ray zog viele (zum Teil sehr regressive) negative Äußerungen für sein nicht ste-

¹⁷ Auch hier fällt die Verbindung von »niederer« Musikkultur« (Schlager) und Weiblichkeit auf.

reotyp männliches Auftreten auf sich.¹⁸ Rays Texte waren dabei durchaus explizit an ein weibliches Publikum gerichtet; so sprach zum Beispiel sein größter Hit »Cry« (1951) Erscheinungsattribute weiblicher Fans an: »Well now, remember sunshine can be found / Behind a cloudy sky / So let your hair down and go right on and cry«. Unterschiede zu den Beatles bestanden eigentlich nur darin, dass Ray zum einen allein und zum anderen völlig humorlos und schwermütig auftrat. Während sich die Beatles mitunter als Polizisten verkleideten, um ihren Fans zu entkommen, wurde selbst Rays 2004 posthum erschienene Single-Collection schließlich noch *Hysteria* genannt, um auch über fünfzig Jahre nach dem Erscheinen von »Cry« die wesentlichen Merkmale seines Images in Erinnerung zu rufen und mit kulturikonischen Einschreibungen zur weiblichen Hysterie zu kokettieren.

Der Fokus auf männliche Hysterie dehnte sich allerdings nie bis zu den männlichen Musikrezipienten aus. Es wurde nicht als hysterische Erscheinung in Erwägung gezogen, dass tausende junge Männer mit ihren Frisuren ihre Stars imitierten – was im Falle der Nachahmung der Beatles eben überwiegend Jungen und junge Männer taten –, und aus den Konzertberichten und -fotografien verschwand das (mitunter ebenfalls kreischende) männliche Poppublikum geradezu. Stattdessen reproduzierten Medien und auch die Mediensoziologie immer wieder weibliche Fan-Stereotype, von denen eines nun abschließend vorgestellt und in seiner Konstruiertheit erkennbar gemacht werden soll.

Der Mythos des einnässenden Teenie-Fans

Philip Normans bereits zitierte Darstellung ausrastender Beatles-Fans ist beispielhaft für das voyeuristische Interesse am Kontrollverlust weiblicher Publika. Dass seine Schilderung mehrere logische Widersprüche aufweist, scheint ihrer Glaubwürdigkeit bislang keinen Abbruch getan zu haben. Es ist zum Beispiel fraglich, wie die Besucherinnen es physiologisch bewältigt haben sollen, reihenweise in Embryonalstellung zu verfallen, ohne dabei den Blick von der Bühne abwenden zu müssen.¹⁹ Viel mehr noch lässt sich die

18 Sie finden sich z.B. bei Hecken (2006: 161), Schaar (1997: 158) und Borgstedt (2008: 44). Ein ähnlicher Diskurs wie bei Ray, nur mit klar homophoben Untertönen und dies vor allem auf Seiten von MusikrezipientInnen, lässt sich auch in Bezug auf Boybands beobachten (vgl. Fritzsche 2010: 242; Hauk 1999).

19 Da viele Konzertfotografien aus dieser Zeit tatsächlich weit aufgerissene Augen und Münder, ausgestreckte Arme und Kreischgesten des weiblichen Publikums dokumentieren, ließe sich auch fragen, warum denn auf ohnehin sensationslüsternen Bildern die angeblich so zahlreichen Mädchen in Embryoposition, die nassen Sitze und überhaupt die »dazed« girls, also die benommenen, taumelnden Besucherinnen fehlen. Wieder und wieder festgehalten wurde lediglich ein

Behauptung der hinterlassenen Urinpfüten hinterfragen.²⁰ Zum einen ist nicht davon auszugehen, dass Norman selbst an den Sitzen gerochen haben mag, um sich zu überzeugen, dass es sich hierbei nicht etwa bloß um verschüttete Getränke handelte. Zudem ist er nicht der einzige, der auf das Bild inkontinenter weiblicher Teenies zurückgriff, um seine Schilderungen zu dramatisieren. Auch Dietmar Kreutzer schrieb:

»Die erotische Fantasie der Schulmädchen schlug Purzelbäume. In den Konzertsälen wurde gekreischt und randaliert. Viele wurden bewusstlos, machten sich nass oder masturbierten. Wenn man P.J. Proby glauben darf, brachen sie sogar die Stuhlbeine ab und traktierten sich damit« (Kreutzer 2005: 17).

Im gleichen Tenor fragt Klaus Janke in der Publikation *Schüler '97* in einem misogynen Vergleich: »Warum sind es immer die jungen Mädchen, die sich bei Popkonzerten die Höschen nass machen, warum keine Mittdreißigerinnen?« (zit. n. Fritzsche 2010: 238). Ebenso hielt Erwin Schaar 1997 im Sammelband *Der Star* das Märchen vom einnässenden weiblichen Fan aufrecht, indem er eine Schilderung des Musikjournalisten Nik Cohn als Tatsachenbericht zitiert. Cohn hatte Mitte der 1960er Jahre nach einem Konzert der Rolling Stones geschrieben:

»Der Saal war leer, ganz und gar verlassen, aber da war dieser eigenartige Geruch. Pisse: Die kleinen Mädchen hatten zu wild gekreischt und sich nass gemacht. Nun, es war ekelhaft. Nein, es war nicht ekelhaft, sondern es war seltsam, das leere Kino und dieser traurig-saure Geruch« (zit. n. Schaar 1997: 125).

Interessant ist, dass auf der anderen Seite auch Schilderungen über Popkonzerte vorliegen, die Uringeruch als Merkmal einer pragmatischen Anti-Ästhetik in der neuen Architektur von Konzertclubs loben (vgl. Jooß-Bernau 2010: 19ff.). So hat sich Lee Childers als Manager mehrerer Punkbands über die Atmosphäre des berühmten Clubs CBGB geäußert:

»Der ganze Laden stank nach Pisse. Der ganze Laden stank wie eine Latrine. Es saßen tatsächlich nur sechs Leute im Publikum, und als die Ramones die Bühne betraten, sagte ich nur: ›O... mein ... Gott!‹ Ich wusste es von der ersten Minute an. Ich wusste, dass ich zuhause und fröhlich und sicher und frei und dass das hier Rock'n'Roll war« (zit. n. ebd.: 22).

kreischendes und insofern geballtes Publikum, dessen Ausdrucksspektrum zwischen Euphorie und Verzweiflung zu schwanken schien.

²⁰ Diese Fragestellung wurde maßgeblich von Bettina Fritzsche inspiriert, die in ihrer Studie *Pop-Fans* bereits einige der auch hier genannten Zitate zusammengestellt hat (vgl. Fritzsche 2011: 36f.).

Eine ähnliche Beschreibung liefert auch der Grateful Dead-Drummer Mickey Hart zur Konzerthalle Fillmore East in New York City: »The Fillmore East had lights, sounds, and a smell – musty, like a gymnasium, that all added to the particular chemistry« (zit. n. ebd.: 26). Sofern (Urin-)Geruch im Konzertraum also nicht zwangsläufig in Verbindung mit weiblichen Fans wahrgenommen wurde, haftet(e) ihm mitunter sogar ein positives Flair an. Dies provoziert die ernüchternde Schlussfolgerung, dass im Pop- und Rockkonzert weniger Gestank als störend wahrgenommen wurde als die Anwesenheit vieler (neuer) Besucherinnen.

Fazit

»Selbstverständlich fällt zuerst an den Frauen Standardisierung und Künstlichkeit auf, nicht an den Männern, als seien diese kein Teil des großen städtischen Publikums«, hat Hecken (2006: 155) über die Jazzgirls der 1920er Jahre geschrieben. Dies sollte heute kein Forschungshabitus mehr sein. Die Eroberung des Pop-Konzerts durch weibliche Fans ist bislang nicht mit der nötigen Objektivität gewürdigt worden. Ins Blickfeld der Forschung sind weibliche Pop-Fans vor allem erst in den 1990er Jahren mit den Boygroups geraten, also gut dreißig Jahre zu spät. Möglicherweise haben aber bereits die frühen Jugendstudien der Cultural Studies den Blick auf exzessive Konzertbesucherinnen als ein ernstzunehmendes Publikum verstellt. So sehr sie Gender-Bewusstsein proklamierten, erweckten etwa Angela McRobbie und Jenny Garber in den 1970er Jahren den Eindruck, weibliche Pop-Fankultur sei bis dato bloß eine »Kultur der eigenen vier Wände« (McRobbie/Garber 1979: 224) gewesen. Differenzfeministischen Ansätzen folgend, betonten McRobbie und Garber, dass »Mädchen ihr Geld anders ausgaben als Jungen« (ebd.: 223), was angesichts damaliger verschiedener Lohnniveaus auch nicht abgestritten werden soll. Beide würdigten in *Girls and Subcultures*²¹ allerdings zum Beispiel die Massen weiblicher Beatles-Fans mit keiner Erwähnung, sondern fokussierten (die von ihnen mit wenig Sympathie bedachten, da aus der Mittelschicht stammenden) Hippie-Mädchen und zeichneten diese als tranig und sanftmütig. Dass selbst in zeitnahen genderbewussten Studien kein Wort über die abertausenden lautstarken weiblichen Fans in den Konzerthallen verloren wurde, ist schon bemerkenswert.

Jüngere Forschungen sind direkt dazu übergegangen, und zwar durchaus in Anlehnung an McRobbie, weibliche Pop-Fans als aktive Rezipientinnen zu

21 Hier wird sich auf die deutschsprachige Übersetzung des Aufsatzes bezogen.

verteidigen. Bettina Fritzsche beispielsweise nimmt in ihrer empirisch gestützten Studie *Pop-Fans*, deren erste Auflage 2003 erschien, die Aktivitäten junger Anhängerinnen von Boy- und Girl Groups als performative Akte der Medienaneignung im Sinne Judith Butlers und John Fiskes in Schutz. Wie Hecken hält Fritzsche die Darstellung weiblicher Pop-Fans als hysterisch für fragwürdig und kritisiert, wenn auch eher am Rande, die »Commonsense-Ansichten über ›hysterische Fans‹« (Fritzsche 2011: 283, vgl. auch 269). Hecken hat außerdem auf die Kontinuität verwiesen, mit der junge Musikrezipientinnen von Beobachtungsinteressen belagert werden, seit sie als Konsumentinnen und Berufstätige vermehrt in der Öffentlichkeit sichtbar geworden sind. Er erklärt somit das Bild hysterischer Besucherinnen vorrangig mit einer unverhältnismäßigen Berichterstattung, die seit rund sechzig Jahren auch das Kreisch-Phänomen übertreibt.

Dass diese Impulse notwendig und aufschlussreich dafür sind, den Mythos hysterisch kreischender weiblicher Teenie-Fans zu hinterfragen, soll nicht infrage gestellt werden. Was allerdings noch nicht gelungen ist, ist die Verknüpfung musiksoziologischer und genderkritischer Perspektiven. Es ist deutlich geworden, dass sich ab den frühen 1960er Jahren das massive Kreischen, Schreien und Jubeln tatsächlich als authentisches²² Rezeptionsverhalten durchzusetzen begann. Als Phänomen ist es daher nicht allein zu relativieren bzw. gar zu nivellieren, sondern sollte als tiefgreifender Umbruch sozialer Konventionen im Konzertraum begriffen werden, der sich nicht ohne weiteres eingestellt haben kann.²³ Das Kreischen verweist auf die spezifische neue Präsenz eines zunehmend weiblichen Publikums, zu dem sich zahlreiche weitere Fragen ergeben: Gingen Mädchen etwa vermehrt in Konzerte, statt sich Plattenspieler zu kaufen (was sie ebenfalls taten), weil sie sich diese Form der Rezeption eher leisten konnten?²⁴ Welches Selbstverständnis hatten diese ersten in der Öffentlichkeit zügellos auftretenden

22 Wenn auch dieses als kulturelle Geste erlernt worden sein mag und sich aus der Ikonografie und Überlieferung des ursprünglich inszenierten Beifallsverhaltens gespeist haben mag.

23 Schon aus konzerthistorischen Gesichtspunkten wäre hierzu eine weitere Untersuchung lohnenswert, denn Jugendliche bildeten in den 1960er Jahren erstmals ein konzentriertes Publikum und näherten sich – trotz aller Rebellionsfantasien – paradoxerweise mehr denn je einer kontemplativen Musikaufnahme an, wie sie in der Konzerttradition der bürgerlichen Erwachsenen üblich ist. Mitte des 20. Jahrhunderts sollte sich, wie einleitend bereits angesprochen, auch die Tendenz manifestieren, dass im Jugendkonzert das Tanzen zu Popmusik allmählich dem Musik-Gucken wich.

24 Viele Studien sind am Rande schon auf das damals niedrigere Einkommen weiblicher Pop-Fans eingegangen (vgl. etwa Siegfried 2008). Auch McRobbie weist darauf hin, meint aber, »wichtiger« als diese Lohnunterschiede sei, dass Mädchen ihr Geld (quasi per se) anders nützten (McRobbie/Garber 1979:223.)

Konzertbesucherinnen? Waren sie sich ihres devianten Verhaltens bewusst, blendeten sie Konsequenzen aus oder erfuhren sie womöglich auch soziale Sanktionen? Und was ist eigentlich mit den männlichen Pop-Fans, die natürlich ebenfalls Konzerte der Beatles und anderer Bands besuchten: Stimmt sie in das Kreischen mit ein oder grenzten sie sich davon ab?²⁵

Die Musiksoziologie hat bislang keine Beiträge zur Entwicklung des Pop-Konzertes vorgelegt. Sie beschränkt sich fast ausschließlich darauf, das klassische Konzert als Raum der Musikrezeption ergründet zu haben.²⁶ Vielleicht ermöglicht dieser Beitrag zu erkennen, dass das Kreischen eben nicht bloß eine Rezeptionsform des 20. und 21. Jahrhunderts ist, sondern seine Ursprünge bereits im bezahlten Beifall eben genau der klassischen Musik hatte. Dies würde – ohne dass dies im Fokus des vorliegenden Beitrags gestanden hätte – auch die althergebrachte Konstruktion einer Dichotomie von U- und E- Musik weiter relativieren. Dass kreischenden Pop-Fans als spezifischem Publikum in der Forschung noch nicht ernsthaft begegnet worden ist, liegt mit Sicherheit zum Teil daran, dass die Musiksoziologie Pop-Konzerte als Forschungsgegenstand nach wie vor geradezu verkennt: Diese Vorbehalte gilt es künftig weiter abzubauen.

25 Würde man sich auch hier auf den kulturellen Bilderkanon des 20. Jahrhunderts als visuelles Gedächtnis verlassen, müsste man davon ausgehen, dass es von Ende der 1950er bis Mitte der 1960er Jahre nahezu keine männlichen Pop-Fans gegeben habe, erst recht nicht in Form eines Massenpublikums. Vielleicht erst mit Woodstock erfolgte diesbezüglich ein ästhetischer Bruch: Auf den Wiesen und Hügeln sitzen nun plötzlich mehr junge Männer als Frauen.

26 Vgl. etwa Tröndle 2011, Küster 1993, Salmen 1988. Die wenigen überhaupt vorhandenen Beiträge zum Pop-Konzert sind weder kulturwissenschaftlich noch musiksoziologisch motiviert: meist sind sie als kulturwirtschaftliche Ratgeber für Fragen des Eventmanagements oder -rechts konzipiert. Die Literatur zu Fanphänomena hält mitunter zwar genderspezifische Ansätze bereit, kann aber nur selten einen übergeordneten theoretischen Kontext vorweisen. Sie bezieht sich entweder allgemein auf Musikfans in Abgrenzung zu Fußball- oder Filmstarfans, oder es werden nur die Anhängerschaften eines bestimmten Genres, Formats oder eines/r MusikerIn behandelt.

Literatur

- Barker, Karlyn (1998). »Masterful Singer, Chorus of Praise.« In: *Washington Post* vom 16. Mai, <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/style/longterm/sinatra/obit.htm> (Zugriff: 13.6.2013).
- Beall, Eric (2004). *Making Music Make Money. An Insider's Guide to Becoming Your Own Music Publisher*. Boston: Berklee Press.
- Berlioz, Hector (1864). *Orchester-Abende. Musikalische Novellen und Genrebilder*. Leipzig: Heinze.
- Borgstedt, Silke (2008). *Der Musik-Star. Vergleichende Imageanalysen von Alfred Brendel, Stefanie Hertel und Robbie Williams*. Bielefeld: Transcript.
- Castel, Louis (1829). *Mémoires d'un claqueur. Contenant la théorie et la pratique de l'art des succès*. Paris: Constant-Chantpie.
- Charwath, Philipp (2012). *Wien ist anders – ist Wien anders?* O.A.: epubli.
- Cura, Kimberly (2009). »She Loves You«. *The Beatles and Female Fanaticism*.« In: *Nota Bene. Canadian Undergraduate Journal of Musicology*. Bd.2. Nr. 1, S. 104-113.
- Curtis, Jim (1987). *Rock Eras. Interpretations of Music & Society 1954-1984*. Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press.
- Didi-Hubermann, Georges (1997). *Die Erfindung der Hysterie. Die photographische Klinik von Jean-Martin Charcot*. München: Fink.
- Ehrenreich, Barbara et. al (1997). »Beatlemania. A Sexually Defiant Consumer Subculture?« In: *The Subcultures Reader*. Hg. v. Ken Gelder und Sarah Thornton. London: Routledge, S. 523-536.
- Ewen, David (1964). *The Life and Death of Tin Pan Alley*. New York: Junk & Wagnalls.
- Feustel, Robert / Koppo, Nico (Hg.) (2011). *Wir sind nie aktiv gewesen. Interpassivität zwischen Kunst- und Gesellschaftskritik*. Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Flender, Reinhard / Rauhe, Herman (1989). *Popmusik. Aspekte ihrer Geschichte, Funktionen, Wirkung und Ästhetik*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Fritzsche, Bettina (2011). *Pop-Fans. Studie einer Mädchenkultur*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fritzsche, Bettina (2010). »Fans und Gender.« In: *Fans. Soziologische Perspektiven*. Hg. v. Jochen Roose, Mike S. Schäfer und Thomas Schmidt-Lux. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 229-248.
- Garber, Megan (2013). »A Brief History of Applause, the »Big Data« of the Ancient World.« In: *The Atlantic*, <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/03/a-brief-history-of-applause-the-big-data-of-the-ancient-world/274014/> (Zugriff: 13.6.13).
- Haskell, Barbara (1984). *Blam! The Explosion of Pop, Minimalism, and Performance 1958-1964*. New York: Whitney Museum of American Art.
- Hauk, John (1999). *Boygroups! Teenager, Tränen, Träume*. Berlin: Schwarzkopf.
- Havemann, Ernest (1952). »The Fine Art of the Hit Tune.« In: *Life Magazine* vom 8. Dezember, S. 163-166; online unter: <http://books.google.de/books?id=tVIEAAAAMBAJ&pg=PA163&dq=the+fine+art+of+the+hit+tune+ernest&hl=de&sa=X&ei=q6rRUZLJF4nnsaN-oHYDw&ved=0CDIQ6AEwAA#v=onepage&q=the%20fine%20art%20of%20the%20hit%20tune%20ernest&f=false> (Zugriff: 13.6.13).

- Hebbel, Friedrich (1905). *Sämtliche Werke. Historisch-kritische Ausgabe*. Besorgt von Richard Maria Werner, Abt. 2. Tagebücher, Bd. 2. Berlin: Behr.
- Hecken, Thomas (2006). *Populäre Kultur*. Mit einem Anhang »Girl und Popkultur«. Bochum: Posth.
- Heine, Heinrich (1844). »Musikalische Saison 1844. Erster Bericht.« In: ders. *Sämtliche Schriften V. Lutetia*, <http://gutenberg.spiegel.de/buch/372/9> (Zugriff: 13.6.13).
- Jooß-Bernau, Christian (2010). *Das Pop-Konzert als para-theatrale Form. Seine Varianten und seine Bedingungen im kulturell-öffentlichen Raum*. Berlin: de Gruyter.
- Kaplan, James (2010). *Frank. The Voice*. New York: Doubleday.
- Kreutzer, Dietmar (2005). *RockStar. Sexobjekt Mann in der Musik*. Berlin: Quer-Verlag.
- Küster, Konrad (1993). *Das Konzert. Form und Forum der Virtuosität*. Kassel: Bärenreiter.
- Lamott, Franziska (2001). *Die vermessene Frau. Hysterien um 1900*. München: Fink.
- Lewis, Lisa A. (Hg.) (1992). *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London, New York: Routledge.
- McRobbie, Angela / Garber, Jenny (1979). »Mädchen in den Subkulturen.« In: *Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen*. Hg. v. John Clarke und Axel Honneth. Frankfurt/M.: Syndikat, S. 217-237.
- Michl, Susanne (2007). *Im Dienste des »Volkskörpers«*. *Deutsche und französische Ärzte im Ersten Weltkrieg*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Neitzert, Lutz (2011). »Bravo, Applaus, Chapeau & Claque – Der Bürger spendet Beifall.« In: *Musik-Kontexte. Festschrift für Hanns-Werner Heister*. Bd. 2. Hg. v. Thomas Phleps und Wieland Reich. Münster: Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat, S. 591-602.
- Neuhoff, Hans (2008). »Konzertpublika. Sozialstruktur, Mentalitäten, Geschmacksprofile.« In: *miz.org*, http://www.miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/03_KonzerteMusiktheater/neuhoff.pdf (Zugriff: 13.6.2013).
- Pfaller, Robert (Hg.) (2000). *Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen*. Wien: Springer.
- Rabelhofer, Bettina (2006). *Symptom, Sexualität, Trauma. Kohärenzlinien des Ästhetischen um 1900*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Reus, Gunter (1999). *Ressort. Feuilleton. Kulturjournalismus für Massenmedien*. Konstanz: UVK.
- Rhein, Stefanie (2010). »Musikpublikum und Musikpublikumsforschung.« In: *Das Kulturpublikum. Fragestellungen und Befunde der empirischen Forschung*. Hg. v. Patrick Glogner und Patrick S. Föhl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 153-194.
- Salmen, Walter (1988). *Das Konzert. Eine Kulturgeschichte*. München: Beck.
- Schaar, Erwin (1997). »Erziehung zur Mündigkeit?« In: *Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung*. Hg. v. Werner Faulstich und Helmut Korte. München: Fink, S. 125-135.
- Schaller, Beat (1999). *Die Macht der Psyche*. München: Wirtschaftsverlag.
- Schaps, Regina (1983). *Hysterie und Weiblichkeit. Wissenschaftsmythen über die Frau*. Frankfurt/M.: Campus.
- Schmidt-Lux, Thomas (2010). »Geschichte der Fans.« In: *Fans. Soziologische Perspektiven*. Hg. v. Jochen Roose, Mike S. Schäfer und Thomas Schmidt-Lux. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 47-68.

- Shaw, Arnold (1978). *Rock'n'Roll. Die Stars, die Musik und die Mythen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Siegfried, Detlef (2008). *Time Is on My Side. Konsum und Politik in der westdeutschen Jugendkultur der 60er Jahre*. Göttingen: Wallstein.
- Tilgner, Wolfgang (1993). *Psalmen, Pop und Punk. Populäre Musik in den USA*. Berlin: Henschel.
- Tröndle, Martin (Hg.) (2011). *Das Konzert. Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*. Bielefeld: Transcript.
- Virgin Media (o. J.). »Great Rock'n'Roll Swindles. Frank Sinatra and His Screaming Fans«, <http://www.virginmedia.com/music/features/greatest-rock-n-roll-swindles.php?page=4> (Zugriff: 13.6.2013).
- Weickmann, Dorion (1997). *Rebellion der Sinne. Hysterie – ein Krankheitsbild als Spiegel der Geschlechterordnung (1880-1920)*. Frankfurt/M., New York: Campus.
- Weiss, Stefan (2011). »Another Clue for You All. Wie die Beatles-Fans das Zuhören lernten.« In: *Musik und Popularität. Aspekte zu einer Kulturgeschichte zwischen 1500 und heute*. Hg. v. Sabine Meine und Nina Noeske. Waxmann: Münster, S. 231-246.
- Wicke, Peter (1998). *Von Mozart zu Madonna. Eine Kulturgeschichte der Popmusik*. Leipzig, Frankfurt/M.: Kiepenheuer/Suhrkamp.
- Wicke, Peter (2011). *Rock und Pop. Von Elvis bis Lady Gaga*. München: Beck.

Abstract

This article discusses the pathologization of female pop fans and pleads for recognizing screaming as a specific mode of music reception among others. It traces the tradition of paid applause, starting from the Romantic era when claqueurs performed applause in theatres and concerts, via Tin Pan Alley and Frank Sinatra's first concerts, to The Beatles. Feminist gender theorist Barbara Ehrenreich and others explain fans' noise by the proceeding feminisation of music at that time. Based on this, screaming could finally become one of the most typical gestures of pop music reception. Since then, fan screaming has been the main evident to characterize »fan hysteria« or »fan mania«. These discourses are put into question: Narrations about teen girl fans supposedly wetting themselves need to be understood as misogynous narrations and sexual fantasies, often written in a disparaging language, rather than accurate depictions of these concerts.