

Litlog

Göttinger eMagazin für Literatur - Kultur - Wissenschaft

The Dope Show »systematisch«

Michael Schloss · Thursday, May 13th, 2010

Dass die Systemtheorie weit mehr als trockene Theorie ist und mit einigen interessanten Ansätzen für eine konkrete Analyse aufwartet, führt die Interpretation des Musikvideos zu Marilyn Mansons *The Dope Show* (1998) näher aus.

Von Michael Schloss

II. Die Praxis (siehe auch I. Die Theorie)

»We're all stars now, in the dope show« lauten die eingängigen Zeilen des Refrains der gleichnamigen Singleauskopplung *The Dope Show*, die aus der Feder der amerikanischen Rockformation *Marilyn Manson* stammt. Was im September des Jahres 1998 aus dem Album *Mechanical Animals* ausgekoppelt wurde, beschreibt wohl genau jenes Hoch- und Lebensgefühl, das die Band bis dato erreicht hatte. Und so verwundert es wenig, dass auch das Musikvideo zu *The Dope Show* hinsichtlich seiner Formensprache zu den glamourösesten und unkonventionellsten Inszenierungen der Manson-Ära gehört.

Unter systemtheoretischen Gesichtspunkten kann die visuelle Ausdrucksform eines Videoclips als Kommunikationsangebot eines sozialen Systems angesehen werden, wobei die Differenz zwischen Information und Mitteilung nicht außer Acht gelassen werden kann. Während die Information durch die Beobachtung der Umwelt seitens eines Systems geschaffen wird, handelt es sich bei der Mitteilung um jene Information, die ursprünglich zur Kommunikation ausgewählt wurde und dabei zwangsläufig eine Verfremdung (bspw. durch filmische, inszenatorische Mittel, Metaphern etc.) erfährt, weswegen die Mitteilung diesbezüglich als ausgeformte Version der Information betrachtet werden muss.

Da die Information im konstruktivistischen Sinne aber nicht direkt zugänglich, sondern höchstens rekonstruierbar ist, kann eine Analyse nur von Seiten der Mitteilung erfolgen. Es obliegt somit dem Beobachter die ursprüngliche Aussage/Information anschließend zusammensetzen, wobei die Umwelt des sozialen Systems, aus welcher die Information kreiert wurde, zwangsläufig einbezogen werden muss.

Zwar beeinflusst das Genre des Musikvideos die Wahrnehmung des Rezipienten

zugunsten visueller Elemente, dennoch kommen auch Text und sprachlicher Umsetzung eine bedeutende Funktion innerhalb des Videoclips zu. Denn gerade die Textgestaltung kann in diesem Zusammenhang als wesentliche Information für das soziale System angesehen werden, welches sich mit der Ausarbeitung der optischen Präsentation auseinandersetzt. Folgerichtig darf der Text insbesondere in der späteren Interpretation des Musikvideos zu *The Dope Show* nicht unberücksichtigt gelassen werden.

Innerhalb der Textgestaltung offenbart sich in *The Dope Show* zunächst die typische Manson-Rhetorik. Denn der Songtext besteht für sich genommen mehr aus Aussagen unter gesellschaftsrelevanten Gesichtspunkten als aus einem konkreten Handlungsvorgang. Manson bedient sich dabei als übergeordnetem Sujet der altbewährten ‚Drogen-Thematik‘, wie sie bereits in früheren Songs Verwendung fand, und kombiniert diese in Bezug zu einer zeit- und gesellschaftskritischen Fragestellung.

Die verwendete Motivik kreist dabei immer wieder um das amerikanische Showbusiness und die Plattenindustrie sowie das inhaltsleere Hochleben und Kreieren neuer Stars und Idole. Dagegen spielen die früher stark frequentierten religiösen Motive eine weitgehend untergeordnete Rolle. Jene Umorientierung erfährt auch auf musikalischer Ebene einen hörbaren Niederschlag. Die schnellen Rhythmen typischer Manson-Songs weichen einem deutlich langsameren Stil, der zudem einen auffallend melodischen Charakter aufweist.

Video

Marilyn Manson: *The Dope Show*

Regisseur: Paul Hunter

Drehbuch: Bill Yukich

Marilyn Manson

Seit 1989 führt die Rockformation [Marilyn Manson](#) um den gleichnamigen Leadsänger und Frontmann einen Kampf gegen überkommene Werte- und Moralvorstellungen der amerikanischen Gesellschaft. Mit insgesamt 7 Alben gehört die aus Florida stammende Band zu den erfolgreichsten Vertretern des Nu-Metall-Genres.

Hinsichtlich der visuellen Präsentation vermag gerade der eigentümliche Stil des von Paul Hunter geschaffenen Videos ins Auge zu stechen. Hunter bedient sich einer stark unterkühlten Optik, indem auf zumeist helle und einander kontrastierende Farbtöne, vorwiegend weiß und pink, zurückgegriffen wird. Sowohl Figuren als auch Inventar und Kulisse sind an ein futuristisches Szenario angelehnt, in dem insbesondere die Figur Omega – ein von Manson verkörperter androgyner Außerirdischer – auffällt.¹

Der zu Beginn einsetzende Bilderschwall aus hellen und dunklen Schnittmustern, über- und notorisch unterbelichteten sowie verschwommenen und extrem nah fokussierten Szenenfolgen inszeniert jenen futuristischen Charakter und führt zugleich Mansons Alter Ego Omega ein, welches sich innerhalb der Zwischenblenden in nahezu schwereloser Optik und Kontrast zu unsicher, ruhelos und labil wirkenden Schritten auf einer hellen Hügellandschaft fortbewegt.

Das äußere Erscheinungsbild Omegas, mit seinem roten Haar auf völlig weißer Statur, wird von zwei nun immer wieder eingeblendeten Gestalten gespiegelt, die ganzkörperlich weiß bedeckt sind und rote Handschuhe tragen. Vor einem futuristischen Gebäude stehend fallen die Figuren durch ihre fremd wirkenden Verhaltensweisen auf, während immer wieder mittels der Überblendung beider Sequenzfolgen zwischen ihnen und Omega gewechselt wird. Durch die Zusammenführung beider Erzählstränge setzt schließlich ein erkennbares Handlungsmoment ein: die Gestalten suchen mit langen Werkzeugen die Figur Omega einzufangen. Mit dem schlagartigen Szenenwechsel sieht der Beobachter die Hauptfigur in einem sterilen Labor auf einer Trage liegen, umgeben von den undefinierten Gestalten, die nun als Wissenschaftler oder Ärzte dargestellt sind.

Ein weiterer radikaler Schnitt zeigt Omega regungslos, mit einem Mund und Brust verbindenden Knebel traktiert, auf der Rückbank einer Stretch-Limousine sitzen. Ihm gegenüber lachende Gestalten: es sind ältere Geschäftsmänner, junge Frauen sowie ein farblich auffälliger, jüngerer Mann. Ins Auge des Beobachters sticht nicht nur der Omega halbherzig angebotene Cocktail, sondern auch ein Coverfoto, das die Hauptfigur abbildet.

Mit einem Szenenwechsel wird dem Beobachter nun eine Bühnenperformance der gesamten Band um Omega dargeboten. Die verwendete hell/dunkle Stilistik weicht dabei einem vielfarbig untermalten Setting. Omega, inzwischen ganz in Rottönen und im Stile einer Glamour-Ikone gehalten, wird von als stereotyp homosexuell stilisierten Sicherheitskräften vor einer heranstürmenden Schar von Fans geschützt. Ein weiterer Cut zeigt die Hauptfigur inmitten einer Masse von Doubles aus Keramik, die von Omega zerstört werden, bevor die Handlung zum Rahmengeschehen, in die anfangs beschriebene Hügellandschaft zurückfindet.

Die Systemtheorie geht zwar davon aus, dass ein Verstehen der eigentlichen Mitteilung seitens Ego eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen von Kommunikation ist, besagt aber weiterhin, dass das inhaltliche Begreifen der Mitteilung als Anschlussprozess der Kommunikation angesehen werden muss.² Dieses Begreifen erfordert nun die Rekonstruktion der ursprünglichen Information durch Ego, die für gewöhnlich in sprachlichen Mitteilungen leichter, in metaphorischen Umschreibungen indes umso schwieriger vollzogen werden kann.

Übertragen auf das luhmannschen Schema von Medium und Form, nach dem ersteres den Rahmen und letzteres die Art und Weise der Gestaltung präsentiert,³ kann insbesondere die visuelle Ausarbeitung und die darin verwendete Farb- und Charakterzeichnung als nennenswerte Information angesehen werden. Diese Gestaltungsprozesse können als Metaphern jener ursprünglichen Information oder

Aussageabsicht gedeutet werden. Ein weiterer Analyseansatz wäre, dass Massenmedien immer einen gesellschaftlichen Bezug aufweisen.

Zunächst auf der Textebene wird als übergeordnetes Rahmenmotiv die gesellschaftliche (Spreng)Kraft der Drogenthematik entwickelt. Sowohl Titel als auch die einleitenden Zeilen (»the drugs, they say / To make us feel so hollow«) greifen das Thema gezielt auf. Der folgende Abschnitt kreist vorwiegend um die Nutzlosigkeit, Selbstbezogenheit und Belanglosigkeit des eigenen Lebens, was sich in den Attributen »vain, narcissistic, shallow« äußert. Der Refrain des Songs, mit den titelgebenden Zeilen »We're all stars now, in the dope show«, kehrt zum Drogenthema zurück.

Vor dem Hintergrund von so prominenten und die US-amerikanische Fernsehwelt bestimmende Sendeformaten wie der »Oprah Winfrey Show« oder »The Tonight Show« spielt der Refrain zugleich auf die amerikanische Populär- und Alltagskultur an. Und zwar entblößend. Denn jene Stars und Fernsehidole werden über die Verbindung zu »dope« deutlich karikiert. Über die Textinhalte werden zudem das Hochleben und schnelle Fallenlassen (»high« - »low«) von Seiten der »„pretty ones« der nordamerikanischen Gesellschaft, derjenigen also, die die Ideale Makellosigkeit und puppengleiche Schönheit verkörpern, angesprochen und in ihrer Oberflächlichkeit und Bigotterie kritisch reflektiert.

Gefühle und Anerkennung gegenüber einem medial konstruierten Subjekt seien an seine Popularität und mediale Präsenz (»when you're on all the covers«) gebunden. Sie könnten bei ausbleibendem Erfolg, so heißt es weiter (»When you're not and they love another«), jederzeit problemlos entzogen werden. Damit wird die Austauschbarkeit vermeintlicher Stars und medialer Phänomene verdeutlicht und auf das drogenähnliche Abhängigkeitsverhältnis aufstrebender Sternchen gegenüber der Kulturindustrie verwiesen.

Dass es zu Beginn heißt: »The drugs, they say, are made in California« ruft nicht nur allerhand klischeebeladener Nebenbedeutungen, die mit dem 31. Bundesstaat der USA verbunden sind, hervor, sondern dient als Betonung der Persiflage: Hollywood sei sogar Gütesiegel für das Produkt Medienmensch, der konsumiert (»We love, your face, we'd really like to sell you.«) und missbraucht werden (Stichwort: drugs) kann.

An der optischen Präsentation des Videos fällt zunächst der hohe Abstraktionsgrad der Darstellung ins Auge, die bezüglich ihres Verfremdungsgrades im luhmannschen Verständnis nur ein Mindestmaß an Realitätsverweisen besitzt. Das androgyne Wesen Omega mit seinem labil wirkenden Äußeren sowie seiner unmenschlich anmutenden Identität kann als Gegenentwurf zum Körperkult amerikanischer Idealvorstellungen gewertet werden. Omega ist ein Fremdkörper. Der Verfremdungseffekt wird auch durch die surreal-verzerrten Figuren, die Landschaft, Architektur und Stilistik hervorgerufen.

Als wesentlicher Verweispunkt zur Realität – der nach Luhmann für fiktionale Unterhaltung zwingend notwendig ist – fungiert hier die Sprache. Wenn Omega dabei zögernd und wankend die Hügel einer kargen Umgebung hinabschreitet und dazu aus dem Off die erste Strophe des Songs erklingt, in der von Drogen und einer inhaltsleeren Existenz die Rede ist, ist dies eine Parallelstruktur aus Text und Bild:

Das Dargestellte, die triste Landschaft, die bis auf Haare und Handschuhe farblosen Figuren, wirken wie die Bilder einer Drogen induzierten Halluzination. Die weißen Gestalten samt Omega dienen nun als beliebige Projektionsflächen, deren Austauschbarkeit durch das Fehlen eindeutiger Merkmale angedeutet wird.

Omegas Entführung in das laborähnliche Krankenhaus ergibt insofern Sinn, als der englische Ausdruck *drug* nicht allein mit Droge, sondern zugleich als Medikament übersetzt werden kann. Omega wird in dieser Lesart zum Star therapiert und betritt seine aufstrebende Karriere (Limousinenszene). Das Coverbild, die angedeuteten Party- und Drogenexzesse, dargestellten Frauen und Männer spielen auf drei zentrale ‚Werte‘ der kritisierten amerikanischen Medienkultur an: Popularität, Schönheit und Reichtum. Dennoch bleibt Omega durch seine schwarz-weiße Gestalt, seiner Positionierung auf der Rückbank sowie dem nicht angebotenen Cocktail von jener Gesellschaft ausgeschlossen.

Passend zur optischen Präsentation bezeugt auch der Text den vergänglichen Ruhm und den unvermeidlichen Abstieg. In der anschließenden Sequenz wird das letzte Entwicklungsstadium Omegas veranschaulicht, was durch die farbliche Kontrastierung zu den vorhergehenden Szenen verstärkt wird. Sowohl Omega als auch Band und Sicherheitskräfte werden in grellen Farbtönen präsentiert und grenzen sich hierdurch gegenüber den übrigen Figuren, den Fans und Reportern, ab. Von einer weißen zu einer rotfarbenen Gestalt mutiert erscheint Omega. Dennoch bleibt sein androgyner Charakter erhalten, der als Hinweis auf die Beliebigkeit und Austauschbarkeit moderner Medienphänomene gedeutet werden könnte, ihm aber auch als einziges Merkmal zueigen ist.

Hand in Hand mit der Entwicklung Omegas und der farblichen Akzentuierung werden die nach Luhmann notwendigen Realitätsbezüge zunehmend konkretisiert, indem die zu Beginn abstrakte Szenerie sukzessive realistischen Elementen weicht. Das sind insbesondere der mediale Kult, um die mittlerweile populäre Figur Omega, die realer gezeichneten Figuren und eine wesentlich spezifischere Umgebung. Die realitätsnahe Szenerie wird allerdings am Ende des Erzählstranges wieder in die futuristische übergeleitet, in welchem Omega eine Unzahl seiner eigenen Keramikkopien zerschlägt.

In seinen Reproduktionen spiegelt sich das Wesen der technisch reproduzierbaren Unterhaltungsindustrie wider. Scheinbar ohne Innovationen greife sie, so der Tenor, auf immer wieder gleiche Themen und Typen zurück, was die Austauschbarkeit medialer Phänomene unterstreicht. Diese Nachzüchtung geeigneter Rohlinge wird von Omega torpediert, bevor abermals auf die bekannte Hügelandschaft umschwenkt wird. Auch mit der Bilderabfolge wird ein Kreislauf der ständigen Wiederholung umgesetzt. Zugleich besteht die Möglichkeit, Omega als Endpunkt dieser Entwicklung zu deuten. Denn sein Name ist schließlich der letzte Buchstabe des griechischen Alphabets.

Um die teils implizit, teils explizit geführte Gesellschaftskritik eingehender zu gestalten, verwenden sowohl Text als auch Video sogenannte Pressionselemente.⁴ Diese Elemente drängen den Empfänger dazu, das Kommunikationsangebot anzunehmen, statt durch eine Ablehnung der Offerte die Anschlussfähigkeit von

Kommunikation und damit das soziale System der Massenmedien im Allgemeinen zu zerstören. Hierunter fallen nun Aussagen, die zur Zustimmung animieren oder einzig der Provokation dienen.⁵

Neben der Kritik an der massenmedialen Entleerung, die mit einer allseits präsenten Drogenthematik kombiniert wird, lassen sich diesbezüglich gerade die Erscheinung Omegas, als asexuelles androgynes Wesen, oder die Darstellung von Polizisten, die ihre Homosexualität demonstrieren, als Beispiele anführen. Gerade in den fundamentalreligiös geprägten und konservativen Teilen Amerikas stoßen jene Themen weit mehr als in Westeuropa auf offene Ablehnung.

Auf Tabuisierungen wird aufmerksam gemacht, indem *The Dope Show* aktuelle Diskursgegenstände verzerrt und bestimmte Sagbarkeitsschwellen bewusst überschreitet. Somit gelingt es dem Video, sich durch einen provokanten Stil außerhalb jeglicher Moralität zu bewegen und allein durch Dissens genügend Aufmerksamkeit für Anschlusskommunikationen zu erzeugen.⁶ Diese gelungene Selbst-Repräsentation erklärt mitunter den Erfolg, den *The Dope Show* bis heute erreicht hat.

This entry was posted on Thursday, May 13th, 2010 at 9:24 pm and is filed under [Wissenschaft](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.