

Videoclips in de jaren '90:

Een onderzoek naar het maatschappelijk debat



Laura Sie (0212210)
Masterscriptie Film- en Televisiewetenschap
Geesteswetenschappen - Universiteit Utrecht
16-07-2010

Begeleider: Dr. Vincent Crone

Voorwoord

Scriptie. Het woord dat ik op het eind niet meer aan kon horen. Zeker niet toen ik aan mensen vertelde dat ik al bijna - ja, écht bijna! - klaar was. Maar hier is 'ie dan! En ik heb er met meer plezier aan gewerkt dan ik van te voren had gedacht.

Want wie vindt videoclipps niet leuk? Goed, laten we het erop houden dat iedereen wel een mening erover heeft. Ik vind het nog altijd heerlijk om videoclipps te kijken en van MTV naar TMF te zappen en andersom. Maar in dit onderzoek heb ik gekeken naar de discussie omtrent videoclipps en die is zo mogelijk nog interessanter dan videoclipps zelf.

Uiteraard is er in een dankwoord ook nog plek om mensen te bedanken. Die mensen weten natuurlijk wie ze zijn (oké, voor de duidelijkheid: iedereen die met mij het s-woord besproken heeft onder het genot van een kopje koffie of thee), al wil ik een aantal mensen noemen. Mijn ouders en Marvin, die altijd achter mij hebben gestaan. Joost, die mij onderdak geboden heeft en thee en zo. David, die nooit te beroerd was om met mij te sparren over mijn scriptie en zelfs het geheel gelezen heeft. En tot slot wil ik Vincent Crone, mijn begeleider, bedanken. Hij is altijd enthousiast geweest en hij heeft er altijd in geloofd - waar ik soms nog mijn twijfels had - en zodoende ging ik er zelf ook in geloven.

Ik ben blij dat mijn scriptie er is!

Veel plezier met lezen!

Laura Sie

Het maatschappelijke debat in Nederland omtrent videoclip

Met de opkomst van verschillende nieuwe media zouden volgens kenners de oude media uiteindelijk verdwijnen. De radio is nooit verdwenen en ook de televisie staat nog steeds centraal in de huiskamer, al is het exemplaar nu hoogstwaarschijnlijk platter en groter dan ooit. Hetzelfde geldt voor muziekvideoclips. Videoclips zijn nu populairder dan ooit. Op de lijst van de meest populaire filmpjes van YouTube zijn van die tien filmpjes vier officiële videoclips van artiesten¹. Daarnaast heeft Lady Gaga onlangs met slechts drie verschillende videoclips één miljard hits weten te werven.

De videoclip bestaat al sinds de jaren '50 van de vorige eeuw, maar is pas populair geworden sinds MTV ze in de jaren '80 vertoond op televisie. Artiesten kunnen niet zonder een videoclip; het promoot zowel henzelf als het liedje dat een plaats moet scoren in de hitlijsten. Hierdoor is het niet meer dan logisch dat de artiesten er alles aan doen om hun clips op te laten vallen. Ze schuwen daarnaast niet om controversiële onderwerpen in hun clips te verwerken. Dit kunnen beelden van blote vrouwen zijn, maar ook drugs, geweld of religieuze artefacten. In elk geval beelden die als controversieel opgevat kunnen worden voor bepaalde groepen mensen.

Videoclips zijn anno 2010 nog steeds een belangrijk onderdeel van de muziekindustrie. Met het internet heeft de videoclip het ideale medium gevonden om zich te presenteren. Alle videoclips zijn op elk moment te bekijken door iedereen over de hele wereld die beschikking heeft tot het internet. In de jaren '90 waren mensen afhankelijk van televisie en vooral de muziekzenders die de videoclips uitzonden. Er werd uitgekeken naar de première van een videoclip op televisie! Hoewel de videoclip beter tot zijn recht komt op het internet, heeft de videoclip wel zijn populariteit te danken aan de roerige jaren '90: het decennium van de videoclip.

Wat mij het meest interesseert bij onderzoek naar videoclips zijn niet analyses van videoclips, maar hoe erover gesproken werd in die tijd. Hoe heeft het debat zich ontwikkeld hierover? Heeft de videoclip een plaats binnen het medialandschap verworven en zo ja: hoe? Welke thema's komen aan bod en geven een beeld over hoe het debat zich gevormd heeft? Dit zijn allemaal vragen die in dit onderzoek aan de kaak gesteld zullen worden. De onderzoeksvraag die ik hier centraal stel, is als volgt: *Hoe heeft het maatschappelijke debat omtrent videoclips zich ontwikkeld in Nederland in de jaren '90?*

Mijn verwachtingen over de uitkomst van het onderzoek zijn dat er veel clichés over videoclips zijn en dat de media elkaar napraten. Voor mijn gevoel is er in de jaren '90 veel gebeurd rondom videoclips. Dit zorgt voor een spannend onderzoeksveld. Daarnaast denk ik dat de discussie in de jaren '90 niet veel verschilt met de huidige discussie. Ik verwacht dat de discussie over de inhoud en wie er verantwoordelijk is hetzelfde blijft, maar dat de periode wel typisch jaren '90 zal zijn.

De methode die ik gebruik in dit onderzoek is grounded theory. Na het lezen van het artikel van Vivian B. Martin was ik geïnspireerd om de grounded theory als methode van onderzoek te

¹ Overzicht Top 10 YouTube clips aller tijden:
http://www.readwriteweb.com/archives/top_10_youtube_videos_of_all_time.php

gebruiken. In “Attending the news” beoogt ze hoe mensen in hun dagelijks leven nieuws bekijken. Ze maakt in haar onderzoek gebruik van grounded theory om de data, krantenberichten en ingezonden brieven, te analyseren en te labelen. Omdat veel onderzoeken waarin grounded theory gebruikt wordt, bestaan uit interviews met mensen in het veld van de psychologie, is dit artikel relevant omdat het onderzoeksveld binnen de mediawetenschap ligt. Ik heb voor mijn onderzoek uitsluitend krantenberichten gebruikt.

De relevante literatuur die ik gelezen heb voor mijn onderzoek is terug te vinden tussen de bevindingen van mijn corpus. Ik heb hiervoor gekozen omdat het goed aansluit bij de bevindingen van de berichtgeving. Voor ik de methode bespreek en het daadwerkelijke onderzoek, beschrijf ik eerst een korte geschiedenis over videoclips in Nederland. Hierdoor zijn de hoofdstukken met de bevindingen beter te lezen, omdat de achtergrondkennis duidelijk is. Vervolgens komt uitgebreid de methode aan bod en het onderzoek en worden de bevindingen en de relevante literatuur in de drie opvolgende hoofdstukken uiteengezet. De thesis wordt op het eind afgesloten met de conclusie en discussie voor mogelijk vervolgonderzoek.

Videoclips: een korte geschiedenis

De geschiedenis van de videoclip gaat terug tot aan het begin van de vorige eeuw². Al zijn de meningen nog altijd verdeeld over wanneer de eerste videoclip gemaakt is. Videoclips zijn korte films op muziek, bedoelt om het werk van artiesten te promoten. Zo waren er video-opnamen met muziek concertregistraties: muziek met beeld. In de tijd van Elvis waren er de rockfilms, maar daarvoor waren er de musicalfilms met sterren als Fred Astaire en Ginger Rogers. In de jaren '60 waren het de Beatles die videoclips maakten die lijken op de huidige videoclips. Ze waren nog eerder dan Queen met hun Bohemian Rhapsody waarvan gezegd wordt dat zij de eersten waren met hun videoclip, omdat deze opgenomen is met een videocamera. Afhankelijk van welke definitie je aan 'videoclip' vastplakt, geeft je een andere geschiedenis. In dit onderzoek is alleen van belang dat het een muziekvideoclip is: een korte film op muziek. Hoe men aan zijn materiaal is gekomen, is niet van belang. De beelden kunnen van concertregistraties zijn, computeranimaties, geschoten beelden in de studio, maar het kunnen ook korte films zijn zoals de videoclip "Thriller" van Michael Jackson.

De grote doorbraak van de videoclip kwam met de komst van MTV, Music Television, in 1981 in de Verenigde Staten³. Pas in 1987 op 1 augustus werd in Nederland MTV gelanceerd. De allereerste videoclip die de lucht in ging, was de clip van Dire Straits "Money for Nothing"⁴. In de clip is de zin "I want my MTV" te horen en dat is lange tijd het motto van MTV geweest. In 1995 (1 mei) kwam TMF, The Music Factory, in Nederland om de strijd aan te gaan met MTV⁵. De strijd om de kijker was begonnen. MTV zette internationaal in, TMF pakte het nationaler aan met Nederlandse VJ's (videojockeys) en veel aandacht voor muziek van eigen bodem. Het sprak de jongeren meer aan en TMF werd populairder dan MTV. Later wordt TMF overgenomen door MTV, maar TMF blijft zoals het was. Een ander muziekstation The Box (het huidige Comedy Central) speelt in de jaren '90 ook een belangrijke rol. Het is het begin van de interactiviteit met televisie. Je kan als kijker zelf bepalen welke clips uitgezonden moeten worden door te bellen naar het station en clips te kiezen⁶.

Zoals eerder gesteld is het voor dit onderzoek alleen van belang dat de videoclip een muziekvideoclip is. De kenmerken voor videoclips lopen redelijk uiteen. Het lastige is dat de term videoclip bepaalde associaties opwekt, maar tegelijkertijd ook genre overstijgend wilt zijn. Er zijn talloze verschillende videoclips, maar hoe verschillend deze ook zijn, vaak zijn ze wel herkenbaar als videoclip⁷. Er wordt vaak als kenmerk gegeven dat een videoclip tussen de 3 en 5 minuten duurt, maar er zijn genoeg videoclips die langer duren, zoals de eerdergenoemde "Thriller" van Michael Jackson. Veel van deze 'lange' videoclips hebben een kortere versie, zodat ze nog wel vaak op

2 Geschiedenis videoclips: <http://pbskids.org/wayback/tech1900/music/index.html>

3 MTV in de VS: <http://80music.about.com/od/80sbackgroundcultu2/p/mtvprofile.htm>

4 Dire Straits: http://www.mtvnetworks.nl/index.php?article/30_MTV_Networks

5 TMF: <http://muziek-en-film.infonu.nl/televisie/9590-tmf-awards-nederland.html>

6 The BOX: http://www.nrc.nl/kunst/article1791476.ece/The_Box_maakte_menig_urban_artiest_groot

7 Videoclip genreconventies: <http://www.scribd.com/doc/8305159/Music-Video-Conventions-Version-1>

televisie te zijn. Hoewel Michael Jackson de eerste was met een lange videoclip, nog steeds is dit populair zoals de videoclip van Lady Gaga samen met Beyoncé “Telephone”.

Daarnaast krijgt de videoclip vaak het predikaat 'snel', 'flitsend' en 'jong' op zich geplakt. De videoclip wordt gezien als een kort durend filmpje waarin veel beelden met elkaar afgewisseld worden. Zowel de duur van een clip als de afwisseling van de beelden zorgt ervoor dat je blijft kijken naar de beelden.

Door de zogenoemde snelheid van de beelden, trekt de videoclip vaak jongeren aan. De videoclipcultuur wordt met name een jongerencultuur genoemd. Het is niet per sé zo dat ouderen de snelheid van de videoclip aan kan, maar het zijn vooral de jongeren die de videoclips aantrekken (Ripmeester, 2006). Het is de ultieme jongerencultuur.

Methode

Als onderzoeksmethode heb ik gekozen voor de grounded theory. Deze methode is een omgekeerde onderzoeksmethode. Waar andere onderzoeksmethoden beginnen met de hypothese of onderzoeksvraag, begint de grounded theory bij het corpus. Vervolgens zoek je een bijpassende theorie bij het corpus om jouw bevindingen sterker te maken. Voor dit onderzoek was het vooral handig om eerst met het corpus te beginnen, omdat vooraf moeilijk in te schatten is hoeveel data er geschikt is. Grounded theory is juist door alle vooroordelen en connotaties bij videoclips een erg geschikte methode voor dit onderzoek: het maakt het mogelijk om zonder vooringenomenheid naar de data te kijken en de data voor zich te laten spreken. Naarmate de zoektocht vordert, sluit je bepaald materiaal uit door het stellen van criteria. Op deze wijze kom je uit op een degelijk en compleet corpus waarmee je het onderzoek kan uitvoeren.

Grounded theory is ontstaan vanuit de sociologie waar de vraag naar boven hoe men op systematische wijze het beste gegevens uit onderzoek kan verkrijgen en hoe deze theorie zo goed mogelijk getoetst kan worden (Glaser 1967, 3). Grounded theory geeft je als onderzoeker de vrijheid en de autoriteit om zelfstandig onderzoek te doen (Glaser 1999, 6). Hoewel grounded theory vooral in de sociologie toegepast wordt, is het in dit onderzoek binnen media studies voor mijn onderzoek van toepassing. Binnen de theorie komen zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek voor (Glaser 1967, 15). De kwalitatieve gegevens en de kwantitatieve gegevens zijn te gebruiken voor het toetsen dan wel niet ontwikkelen van een nieuwe theorie. Dit past goed binnen dit onderzoek, waarbij uitgegaan wordt van kwalitatieve gegevens die op kwantitatieve wijze geordend wordt. Bij het ontwikkelen van een nieuwe theorie gaat het niet om de feiten, maar om de begripsmatige categorie (Glaser 1967, 36). Je kent bij het materiaal een label toe. Dit label zegt iets over het bestudeerde materiaal. Hierdoor wordt het mogelijk het materiaal goed te bestuderen, doordat het enigszins vereenvoudigd wordt door de verschillende labels. Aan de hand van de labels ontwikkel je een theorie uit de onderzoeksgegevens. Het levert belangrijke voorspellingen, verklaringen, interpretaties en toepassingen op. Hierdoor kunnen er uitspraken gedaan worden over het onderzochte materiaal. In het geval van mijn onderzoek betekent dit dat er een uitspraak gedaan kan worden over de periode waarin het materiaal onderzocht is. De uitkomst van grounded theory is dat de uitkomst is zoals het is; het is geen uitkomst wat het had moeten zijn of zou moeten zijn (Glaser 1999, 6). Een duidelijkere conclusie op de vraag hoe de videoclip zich heeft ontwikkeld binnen onze maatschappij is bijna niet mogelijk.

De selectieprocedure

Voor dit onderzoek heb ik als eerst gekeken welke videoclips ter discussie stonden in Nederland om een beeld te krijgen van het videocliplandschap. Hieruit bleek dat er in verschillende periodes controversiële videoclips gemaakt werden en dat er niet een bepaalde periode was die afweek van de rest. Dit zorgde ervoor dat er niet een direct aanknopingspunt was om verder naar berichtgevingen te zoeken. Voor het onderzoek wilde ik graag alle geschreven artikelen en berichtgevingen over videoclips gebruiken. Ik heb het vervolgens gehouden bij krantenartikelen en

enkele opiniestukken en/of artikelen uit tijdschriften die ik gevonden heb via LexisNexis. Helaas is er geen handige manier om artikelen in tijdschriften te zoeken, omdat tijdschriften geen artikelen indexeren. Ik heb op het zoekwoord 'videoclip' gezocht in de periode 1990 tot en met 1999. Voor deze periode heb ik gekozen, omdat er in deze periode veel gebeurd met 'de videoclip'. Het bevat zowel de opkomst als de ondergang van de videoclip in het Nederlandse medialandschap. Daarnaast zijn de krantenartikelen pas vanaf 1990 gedigitaliseerd.

Van alle hits die het zoekwoord gaven, heb ik zelf de meest relevante berichten gekozen waarna er nog steeds vele overbleven. Mijn overwegingen voor de selectie was als volgt: alle dubbele berichtgeving heb ik gereduceerd tot één bericht over een bepaald onderwerp. Bijvoorbeeld een bericht waarin staat dat een videoclip van Michael Jackson gecensureerd wordt. Daarnaast heb ik alle regionale kranten uit het onderzoek gelaten, omdat deze niet door iedereen in het land gelezen kan worden. Daarbij scheelt het in de hoeveelheid berichten voor het corpus. Berichten waarin niet over videoclips daadwerkelijk gesproken werd, maar alleen ter illustratie gebruikt wordt, staan niet in het corpus. Tot slot hebben de berichten waarin geen duidelijke meningen of citaten in stonden de selectie niet gehaald. Na deze selectie is er een corpus ontstaan waarmee ik het onderzoek kon uitvoeren. Dit corpus bestaat uit 110 berichten en is te vinden in de bijlage.

Analyse

Nu het corpus duidelijk is, ben ik de berichten labels gaan geven. De volgende labels heb ik toegekend aan de verschillende nieuwsberichten (de afkortingen van de labels zijn in de bijlage te vinden):

Videoclip als verschijnsel (VS)

Videoclip als genre (GE)

Videoclip en censuur (CE)

Videoclip en verbeelding (VB)

Videoclip als promotie (PR)

Videoclip als rolmodel (RO)

Videoclip en controverse (CO)

Deze zeven verschillende labels staan ook in relatie tot elkaar; de labels overkoepelen elkaar. Deze labels zijn ontstaan bij het lezen van de berichten. Je moet het bericht kort samenvatten en een overkoepelende term bedenken. In de bijlage is te zien dat er eerst een rij met algemenere termen te lezen is achter elk bericht. In de kolom erna zijn de definitieve labels te lezen. Hieronder volgen de betekenissen van de labels.

'Videoclip als verschijnsel' houdt in dat de videoclip wordt gezien als (nieuw) verschijnsel binnen het medialandschap. In de jaren '90 is het fenomeen videoclip redelijk nieuw. Er is natuurlijk wat bekend uit de Amerika, maar pas in deze periode komen de meeste mensen in aanraking met de videoclip. Veel berichten zullen ingaan op de videoclip als fenomeen, zeker de

berichten uit de eerste helft van het decennium. Daarnaast wordt er bij dit label gekeken naar hoe de videoclip zich verhoudt tegenover andere media.

Het label 'videoclip als genre' houdt in dat er in het bericht iets gezegd wordt over het medium videoclip. De videoclip, een kort filmpje op muziek van 3 tot 5 minuten, met alle specifieke genre kenmerken. De videoclip heeft een scala aan kenmerken. De kranten hebben het onbewust (ook bewust) vaak over de kenmerken van videoclips. Dit levert veel berichten op met het label 'genre'. Het is het breedste label van al deze labels.

'Videoclip en censuur' wordt toegekend aan berichten waarin censuur gepleegd wordt. Dit kan zelfcensuur zijn (als de artiest zelf de originele videoclip aanpast) of censuur die door media instituten of overheidsinstanties opgelegd wordt. In elk geval wordt er iets aangepast in de videoclip of dit nu met een zwart balkje is, een mist over datgene dat niet gezien mag worden of dat er hele scènes of shots gedeleted worden, maakt geen verschil.

Binnen het genre 'videoclip' valt ook regelmatig de term kunst. 'Videoclip en verbeelding' is het label dat geplaatst wordt bij berichten over de videoclip als kunstuiting. Ook berichten waar enigszins gerefereerd wordt naar kunst krijgen dit label.

Videoclips zijn van oorsprong promotievideo's geweest voor muzikanten. De berichten waarin gesteld wordt dat videoclips ingezet worden als middel om een bepaald onderwerp onder de aandacht te brengen of als het duidelijk wordt dat videoclips op promotionele wijze gebruikt worden, krijgen het label 'videoclip als promotie'.

Het label 'videoclip als rolmodel' wordt toegekend aan berichten waarin de videoclip een voorbeeldfunctie heeft. Dit zijn alle berichten waarin statements te vinden zijn met daarin claims over ethische kwesties: wat is goed en wat is slecht? Wat gaat te ver en wat is nog wel toegestaan? Berichten waarin ethische kwesties bekritiseerd worden en waarbij de verantwoordelijkheid van die voorbeeldfunctie bij iets of iemand gelegd wordt, krijgen dit label.

Onder het laatste label 'videoclip en controversé' vallen alle berichten waarin enige mate van controversé in te vinden is. Controversé is een breed begrip en ligt dichtbij het label 'rolmodel'. Het verschil is dat het bij controversé om het provoceren gaat. Dus ook alle berichten waarin statements met provocaties te lezen zijn, krijgen dit label.

Al deze labels hebben een grote overlap met elkaar. Toch is het de moeite waard om deze labels apart te benoemen. Elk label benoemt net een ander kenmerk of maakt deel uit van de belangrijke thema's die terugkeren bij onderzoek naar de berichtgeving. Zo lijkt het alsof 'videoclip als genre' en 'videoclip als verschijnsel' bij de uiteenzetting van de labels bijna hetzelfde zijn, maar het zijn eigenlijk twee aparte labels die samen wel vaak voorkomen. Het label 'genre' komt zo vaak voor, dat dit bijna een overkoepelende term wordt. Het label 'videoclip en controversé' lijkt ook erg op de label 'videoclip als rolmodel'. In werkelijkheid komen deze twee labels vaak samen, omdat de term controversé vaak een negatieve connotatie heeft waardoor het samen gaat met het de voorbeeldfunctie van de videoclip. Al is dat in dit geval een negatieve voorbeeldfunctie. In elk geval heeft bijna geen enkel bericht enkel en alleen één label. Uitzonderingen daargelaten natuurlijk.

Label	Hoe vaak komt het voor?
verschijnsel	5
genre	9
censuur	3
verbeelding	1
promotie	5
rolmodel	1
controverse	4
verschijnsel, controverse	1
verschijnsel, genre	24
verschijnsel, genre, verbeelding	2
verschijnsel, genre, controverse	1
verschijnsel, rolmodel, promotie	1
verschijnsel, rolmodel, censuur	1
genre, rolmodel	2
genre, promotie	3
genre, verbeelding	1
genre, rolmodel, controverse	4
genre, controverse	6
genre, promotie, rolmodel	1
censuur, rolmodel	2
censuur, controverse	7
censuur, controverse, promotie	1
censuur, controverse, rolmodel	8
verbeelding, controverse	1
promotie, rolmodel	3
promotie, controverse	1
rolmodel, controverse	12

Hierboven staat in de tabel welke combinaties er zijn en hoe vaak ze voorkomen. In de top 5 komen de volgende combinaties het meest voor: ‘verschijnsel’ in combinatie met ‘genre’, 24 keer. ‘Controverse’ en ‘rolmodel’ kwamen 12 keer voor en ‘genre’ los komt 9 keer voor, de combinatie ‘controverse’, ‘rolmodel’ en ‘censuur’ kwam 8 keer voor. Tot slot komen ‘controverse’ met ‘censuur’ 7 keer voor.

Hieruit kan ik op maken dat het label ‘genre’ (33 keer) het meest voorkomt. ‘Controverse’ (27 keer) volgt en ‘verschijnsel’ (24 keer) komt daarna.

Er wordt in de berichten het meest gesproken over 'videoclip als genre'. Alle kenmerken van videoclips worden het meest aangehaald in de berichten en geven statements over videoclips. In combinatie met het label verschijnsel, wordt het beeld over videoclips meer volledig. De plaats van de videoclip binnen het medialandschap wordt daarmee ook duidelijk.

Op een goede tweede plek staat 'controversie' in combinatie met 'rolmodel'. Deze twee komen vaak voor samen, schijnbaar omdat controversie vaak gepaard gaat met een voorbeeldfunctie. Als iets controversieel is, geeft het daarmee niet het goede voorbeeld. Omgekeerd komt niet zo vaak voor. Er is meestal alleen kritiek als het controversiële een slecht voorbeeld geeft aan de kijkers van de videoclip.

Ten slotte telt 'genre' alleen als label mee voor de derde plek in dit geheel. Dit zijn de berichten waarin alleen de kenmerken van videoclips naar boven komen.

Ik heb besloten om de drie meest voorkomende thema's verder uiteen te zetten en toe te lichten. Op deze manier ontstaat er een theorie over de meest voorkomende thema's. Het is interessant om alle thema's te bespreken, maar als het maar een enkele keer voorkomt, wordt het minder relevant voor mijn onderzoek. Het blijkt dat in de bovenstaande top 3, de nummer 1 (genre en verschijnsel) en nummer 3 (genre) veel op elkaar lijken. Daarom heb ik ervoor gekozen om het thema 'censuur' in combinatie met 'controversie' en 'rolmodel' verder uiteen te zetten. Censuur is naar mijn idee een belangrijk thema bij onderzoek naar videoclips. Het komt regelmatig terug. Daarnaast komt het label 'genre' al uitgebreid aan bod bij het eerste besproken thema.

Genre en verschijnsel

De meeste berichtgeving binnen het corpus hebben als thema 'genre en verschijnsel'. Dat dit thema het meest voorkomt, is niet vreemd. 'Genre' komt 53 keer voor (bijna de helft van de berichten) en 'verschijnsel' komt 35 keer voor. Er staat dus in de meeste berichtgeving wat er onder videoclips verstaan wordt en welke specifieke 'genre' kenmerken ze hebben. In combinatie met 'verschijnsel' betekent dit dat er in bredere zin gekeken kan worden naar de plaats van de videoclip binnen ons medialandschap. Wat is die plek van de videoclip binnen onze maatschappij nu precies? En wat is onze definitie van de videoclip?

In dit hoofdstuk heb ik eerst alle berichtgeving met de desbetreffende labels vergeleken met elkaar en onderverdeeld in verschillende onderwerpen. Deze onderwerpen komen één voor één aan bod met tot slot een korte samenvatting van dit thema.

Snelle videoclips

In de berichtgeving komen veel clichés over videoclips naar voren. Zo wordt er vaak gesproken over "snelheid", "veel beeldinformatie in korte tijd" en "razendsnelle flitsbeelden". Ook worden videoclips nog "altijd geassocieerd met snel gemonteerde filmpjes" en de kijkers worden gebombardeerd tot de clichématige term "de zapgeneratie". Een bericht beweert zelfs "dat de mens haast schizofreen moet zijn om tegenwoordig alle snelle beelden op de televisie te kunnen volgen" en dat "in de toekomst waarschijnlijk alle programma's er uit zien als videoclips". Videoclips zouden "snel en makkelijk verteerbaar" zijn, omdat men anders verveeld raakt en verder zapt naar een ander net. Om de aandacht te houden van de kijker geven "de beeldwisselingen een hoop lichtflikker". Als de blik eenmaal is opgevangen, dan moet de het beeld zo lang mogelijk worden vastgehouden. Vele artiesten "wiebelen en springen voor een non-stop bewegende camera. MTV is een onafgebroken verleidingsact". De media zijn niet mals in hun mening over 'de videoclip' en spreken elkaar ook telkens na. Maar de bewoordingen geven wel weer hoe de videoclip gezien wordt en wat ongeveer als definitie van videoclips gezien wordt. Een kort filmpje met veel beeldwisselingen, waardoor men hoopt de aandacht vast te houden. De videoclip wordt gezien als een nieuw medium waarbij het kenmerk "snel" hoogtij viert.

Daarnaast is de inhoud bij videoclips ondergeschikt aan de vorm. "Het ritme van de montage, het tempo en de atmosfeer van de bewegingen in de plaatjes, de openheid en de kleur van de beelden - het verbond tussen beeld en geluid wordt op een veel abstracter niveau gesloten". De videoclip hoeft niet een verhaal te vertellen. Dit is te zien aan danceclips waarin alleen felgekleurde beelden te zien zijn of de beelden worden alleen in een bepaald ritme gemonteerd. Ook is er "met de opkomst van de videoclip is een nieuwe taal ontstaan. De videoclip is een nieuwe vorm van melodrama, met een voorliefde van het groteske, het absurde, het wonderbaarlijke en het extravagante. Elk gevoel of verlangen wordt zo excessief mogelijk verbeeld en daardoor, min of meer per ongeluk, geparodieerd". Bij uitstek is de videoclip het perfecte medium om in paar minuten statements te maken. Hoewel dit niet een verhaal hoeft te zijn, hebben veel videoclips wel een doel. Dit kan zijn om iets duidelijk te maken, een ideologie uit te dragen of simpelweg te

provoceren. Een bijkomstigheid van de videoclip waar graag gebruik van wordt gemaakt door artiesten en platenmaatschappijen.

Tot slot is de videoclip niet altijd positief benaderd. Op een gegeven moment heerste de opvatting dat als je “creaties ‘MTV-achtig’ werden genoemd”, je “geen compliment” kreeg. Er werd zelfs gesteld dat “het snelle imago van MTV synoniem blijkt met de karikatuur van de yup uit de jaren tachtig”. De negatieve toon over de videoclip lijkt gezet.

Videoclip als middel

Vaak wordt de videoclip als middel ingezet bij voorlichting over seks, agressie en geweld. Er worden vele videoclips gemaakt om jongeren in te lichten. Zelfs de politiek zet de videoclip in om nieuwe doelgroepen aan te spreken. Dit geeft aan de videoclip wel degelijk populair is. Daarnaast is er ook informatie over de videoclip. Zo heeft bijvoorbeeld Pax Christi meegewerkt aan een boek hierover. “We zullen ons intensiever moeten bezighouden met dat geweld in onze samenleving”. “Het boek geeft ouders en opvoeders praktische tips hoe ze kunnen omgaan met agressie en geweld dat hun kinderen bereikt via tv-series, videoclips, computerspelletjes en oorlogsspeelgoed”. Wederom krijgt de videoclip een negatieve benadering. Er zou te veel agressie en geweld in videoclips zitten.

Videoclip en kunst

De videoclip wordt vaak in één adem genoemd met kunst. In de berichtgeving vind je ook terug dat er maar “op weinig plaatsen in de filmindustrie zoveel ruimte bestaat voor experimenten als in de wereld van de videoclip”. In zekere zin is dit waar, juist doordat de videoclip een kortdurend filmpje is, waarbij de aandachtsspanne kort is, geeft het (video)kunst de kans zich te profileren.

Daarnaast oefenen “videoclips een enorme invloed uit op mode, reclame, film en zelfs de beeldende kunst” en het maakt niet uit of ze “‘hoge’ of ‘lage’ cultuur vormen”. Alle vormen van kunst hebben een grote invloed op de populaire stromingen. Adam Curry, eerste VJ (videojockey) van MTV in de Verenigde Staten, stelt dat de videoclip een revolutie in de kunst teweeg heeft gebracht. “We denken dat high en low culture tegenwoordig volledig in elkaar zijn opgegaan, en inderdaad, een videoclip is vaak interessanter dan een kunstvideo. De popcultuur levert werk dat veel machtiger is dan kunst, en in potentie is het net zo puur en oprecht als kunstuitingen. Helaas wordt dat werk slechts zelden op die manier gebruikt en wordt het meestal ingezet voor commercieel gebruik. Daarmee gaat de oprechtheid verloren”. Hoewel de videoclip veel invloed heeft op de mode, reclame en film, is de kunst ondergeschikt aan de videoclip. De kunst moet hierin kleur bekennen. Zoals Curry zegt, heeft de commercie daar afbreuk aan gedaan. Hoewel kunst vaak gelinieerd wordt aan de videoclip, heeft de kunstvideo het niet gered ten opzichte van de videoclip met kunst erin vertoond.

Curry stelt daarbij dat “we niet meer kunnen leven zonder de korte film van tussen de drie en zes minuten. Die is bepalend geworden voor hoe wij tegen het leven aankijken, hoe onze kinderen zich gedragen, hoe artiesten zich uiten”. De videoclip heeft ons blijkbaar goed bereikt in de huiskamer juist door de verschillende eigenschappen van de videoclip. De korte duur, de vele beeldwisselingen en de samenkomst van verschillende stromingen als mode, reclame en film.

Ook de televisie is drastisch veranderd volgens Curry “Je mocht geen harde knip maken midden in iemands spraak. Dat kan nu allemaal wel dankzij de clip”. De videoclip heeft er aan bijgedragen hoe televisie er tegenwoordig uitziet. Veel beeldwisselingen, gesponsorde televisie en veel programma’s zijn makkelijk verteerbaar.

Videoclips en seks

Hoe clichématig ook, videoclips worden stelselmatig gelinkt aan seks. Eerder gingen seks en macht al samen in de popmuziek. Met de komst van de videoclip wordt seks, op verschillende manieren, als middel gebruikt om de aandacht van de kijkers te behouden. Zo mocht Robbie Williams niet in zijn eigen videoclip optreden, omdat men hem 'te dik' vond voor zijn doelgroep. “In de video vindt een sexy jongeman een perfecte sexy jonge vrouw. (...) De Amerikaanse platenbazen, zo zegt men, waren niet onder de indruk van de originele Engelse video, waarin Robbie ook de liefdesscènes vertolkt”. Op deze manier delft Williams het onderspit en wordt er alleen aan de kijkcijfers en de populariteit van de videoclip gedacht. Meer over videoclips en seks is een later hoofdstuk te lezen waar controverser, waar seks vaak mee te maken heeft, uitgebreid besproken.

Videoclip en de popcultuur

Er wordt in de berichtgeving vaak gesproken over de betekenis van de videoclip voor de popgeschiedenis. De videoclip heeft de televisie beïnvloed, maar in eerste instantie werd de videoclip pas een succes door het televisietijdperk. Het is een belangrijk medium geweest om de videoclip in te zetten.

“De videoclip is uit nood geboren” en “het was geen creatieve opwelling”, want in feite was de videoclip een marketing-instrument voor de platenverkoop. Zo heeft de videoclip ervoor gezorgd dat een programma zoals Toppop het niet meer redde. In 1998 valt het doek voor Toppop. Volgens Ad Visser, het gezicht van 15 jaar Toppop, was het eerdere succes te verklaren doordat “artiesten dichterbij kwamen”. Door de opkomst van de videoclip wilden artiesten niet zomaar op komen draven om hun single te promoten.

Met de komst van MTV in 1981 breekt de videoclip definitief door en zijn ze beiden onlosmakelijk met elkaar verbonden. Jongeren maken deel uit van deze popcultuur en zouden door het kijken van videoclips “een zeer korte aandachtsspanne” hebben. Tevens is de popcultuur waar de videoclip een onderdeel van is één van de meest invloedrijke culturen rond 1995 in Nederland. De videoclip is een belangrijk onderdeel van het medialandschap in Nederland op dat moment. Het is dan ook niet zo vreemd dat er veel ophef was, toen MTV misschien verwijderd zou worden van de kabel. “MTV mag niet zomaar verdwijnen. MTV maakt deel uit van de cultuur”. Dat er hier ook waarde aan werd gehecht is wel te zien aan hoe vaak dit statement terugkeert in de berichtgeving.

MTV werd gezien als de “‘uitvinder’ van de muziektelvisie” en blijft “ondanks de groeiende concurrentie de trendsetter in popland”. Er waren veranderingen te zien in de programmering van MTV, maar de videoclips vormen nog altijd de basis. “MTV staat voor meer dan snelle beeldwisselingen en slecht in beeld gebrachte presentatoren”. Er waren nu ook een aantal live programma’s te zien. Hoewel dat een vernieuwende aanvulling is op de programmering, is het

belangrijkste dat in 1995 nog altijd elke internationale popmuzikant zijn nieuwste videoclip in première laat gaan op MTV. De MTV Awards worden de Oscars van de muzikwereld.

Als “trendsetter” komt MTV in 1998 met M2. Dit is een zender waar kijkers invloed kunnen uitoefenen op de programmering door telefonisch hun voorkeur voor videoclips te geven. Op deze manier probeert MTV een nieuw publiek te bereiken dat laat afweten bij de mainstream-uitzendingen van MTV. Hierdoor wordt de videoclip langzaam maar zeker “publiek eigendom”. De videoclip is van iedereen.

MTV en TMF

In 1996 komt TMF in Nederland op de kabel. Hierdoor ontstaat er een concurrentiestrijd tussen de twee muziekzenders. TMF blijkt uiteindelijk aan het langste eind te trekken en is veruit het populairst. “De jeugd schakelt massaal over op het nieuwe station TMF, dat muziek en presentatoren van eigen bodem brengt”. De moderne jeugd zou zich meer oriënteren op nationale waarden. De “internationalisering van de jeugd” waar eerder door MTV over gesproken zou later wel weer belangrijk worden. Toch neemt TMF de rol van MTV over. Zo zijn de jongens van Strakk (eendagsvliegen) in augustus 1997 ontdekt en is een maand later de videoclip te zien op TMF. Dit geeft aan dat TMF een belangrijke rol speelde voor beginnende nationale artiesten in 1997. MTV had in 1996 nog niets betekend voor de Nederlandse popmuziek. Andersom geldt hetzelfde, omdat er alleen internationale artiesten te zien zijn op de zender. Dit in tegenstelling tot TMF die aandacht besteedde aan de muziek van eigen bodem.

MTV verdwijnt in 1996 in Amsterdam van de kabel. Eerder ontstond er al lichte aversie tegen MTV. “Het snelle imago van MTV synoniem met de karikatuur van de yup uit de jaren tachtig” en “wie andermans creaties tegenwoordig 'MTV-achtig' noemt, geeft geen compliment”. Daarnaast was er nog The Box, een interactief station, dat de gaten opvulde die TMF niet had. Door de verdwijning van MTV, wordt TMF steeds populairder en heeft de zender een grote invloed binnen het medialandschap in Nederland. “Wie vijf jaar geleden had voorspeld dat MTV voorbij zou worden gestreefd door nationale muziekzenders, werd voor gek verklaard. MTV was een machtig imperium met een grensoverschrijdende uitstraling. De zender gold als het bewijs van een nieuwe jongerencultuur, met snelle beelden en mooie mensen. Hoe kon een nationale zender hiertegen concurreren?”. De belangrijkste reden voor de populariteit van de TMF is juist het nationale aspect. Jongeren kunnen zich blijkbaar identificeren met de nationale artiesten en met de Nederlandstalige VJ's. Het imago van TMF klopt, TMF is toegankelijker en het blijft dicht bij de jongeren.

Einde videoclip?

Opmerkelijk is het dat er in 1998 al gesproken werd of er aan het tijdperk van de videoclip een einde komt. In de jaren negentig werd er veel in de glazen bol gekeken, omdat in deze periode de technologie ontzettend snel ontwikkelde. Daardoor werden er veel uitspraken gedaan over verschillende media, waaronder ook de videoclip. Er zou snel een eind komen aan de populariteit van de videoclip, het tijdperk kwam aan zijn eind. Anno 2010 zijn videoclips nog immer populair, zij

het op een ander manier. Met het internet, dat in de jaren negentig nog in de kinderschoenen staat, kwam de videoclip het beste tot zijn recht.

Of de videoclip het had overleefd zonder de televisie? Waarschijnlijk wel. Al was het in geen enkel geval zo populair geworden. De televisie was het ideale medium in die tijd voor de videoclip en de videoclip heeft op zijn beurt weer bijgedragen aan de huidige vorm van televisie in Nederland. Ook TMF heeft gezorgd voor een ongekende populariteit van de videoclip, al heeft MTV wel het voorzetje gegeven. Daarnaast is de videoclip niet alleen een snel medium, maar heeft het zich gevormd tot een jongeren- en popcultuur waarin verschillende stromingen als mode, reclame en film terugkomen.

Controverse en rolmodel

Het thema 'Controverse en rolmodel' staat op de tweede plek in de meest voorkomende thema's van dit onderzoek. Deze twee labels komen in combinatie met elkaar vaak voor, naar mijn idee kan de videoclip ook niet zonder het label 'controversie'. 'Controversie' gaat vaak gepaard met een voorbeeldfunctie. Immers, iets is controversieel als het tegen de heersende normen en waarden van een samenleving gaat. Hoe wordt er gedacht over de videoclip door de kranten toen? Welke vermeende invloed zou de videoclip hebben? Door dit thema zal het ook duidelijk worden hoe het in de jaren '90 gesteld was met de toen heersende normen en waarden.

De desbetreffende berichten worden in dit hoofdstuk met elkaar vergeleken, waarna ze onderverdeeld werden in onderwerpen. De onderwerpen laat ik vervolgens één voor één aan bod komen in de bespreking van dit thema. Tot slot volgt een korte samenvatting.

Controversie?

Controversie is een kwestie tussen de heersende opvattingen, normen en waarden en de visies van verschillende instanties. Bij controversie gaat een "instantie" tegen die heersende opvattingen en normen en waarden in. Elke instantie heeft eigen belangen bij het uitdragen van zijn ideologie. Er zijn vier verschillende soorten belanghebbenden: de platenmaatschappij, de artiest, de zender en ideologische instituten. Een platenmaatschappij zou misschien willen dat een videoclip niet te controversieel is, omdat dan risico bestaat dat de videoclip niet uitgezonden wordt door de zender. Maar de artiest wil bijvoorbeeld juist wel controversieel zijn, want dan val je eerder/meer op. De zender heeft er dan belang bij om niet te veel af te wijken van de heersende opvattingen, want zij hebben dan het risico van de kabel verwijderd te worden. Het enige wat los staat van de belangen wat betreft het uitzenden of verbieden van uitzenden van videoclips, zijn de ideologische instituten. De kerk bijvoorbeeld kan wel een mening hebben over de inhoud van videoclips, maar oefent verder geen werkelijke macht daarover uit. Dit geldt hetzelfde voor organisaties die opkomen voor de rechten van minderheden (homoseksuelen bv.). Ze kunnen het alleen bespreekbaar maken en er aandacht aan schenken. Het enige instituut dat wél enige vorm van macht kan uitvoeren is de overheid. De overheid kan regels maken over wat wél en niet strafbaar is wat betreft het uitzenden van controversiële beelden. Vooralsnog is dit niet van toepassing in Nederland.

De voorbeeldfunctie past goed bij controversie. De instanties die hierboven beschreven zijn, hebben immers een voorbeeldfunctie. Ze zijn een rolmodel voor de aanhangers van de instanties. Een artiest heeft een voorbeeldfunctie, maar bepaalt zelf in hoeverre hij of zij daarin verantwoordelijk is. Ideologische instituten daarentegen voelen zich wel verantwoordelijk voor het rolmodel dat ze zijn voor aanhangers. Dit geldt ook voor de overheid, maar ook de zender die de kijkers wellicht wil beschermen tegen bepaalde controverses. De platenmaatschappij heeft weer andere belangen en kan controversie een belangrijk middel vinden om bekendheid te werven voor de artiest en om de verkoop te stimuleren. Desalniettemin, zijn beide labels onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Leenke Ripmeester stelt in haar artikel “Morele paniek en videoclip” dat de morele paniek⁸, “een vaak irrationele massa ongerustheid van wanorde en sociale defecten die de media vergroten”, samenhangt met de angst over de rol en werking van massamedia samen. Dit is zeer zeker van toepassing bij videoclips, omdat er een irrationele angst tegen videoclips heerst. De eerdergenoemde negatieve connotatie die videoclips toegeschreven krijgen van de media, draagt daar niet aan bij. Het is dan ook typisch een angst die gecreëerd wordt door de media. Een verklaring hiervoor is dat bij het verzender-boodschap-ontvanger model de boodschap niet altijd door de ontvanger geïnterpreteerd wordt zoals de verzender dat voor ogen had. Hierin schuilt de angst voor het niet onder controle kunnen houden van het verkeerd interpreteren van boodschappen die in onder andere videoclips verzonden worden. Dit wordt dan al vaak door de media gedaan voor de kijker überhaupt de videoclip heeft gezien. Het beoordelen van videoclips of deze al dan niet gecensureerd moeten worden, wordt zeer lastig. Dit is uiteraard de volgende stap bij het ondernemen van actie, censuur plegen. Maar wat duidelijk moet worden is dat wat voor de één aanstootgevend is, dat niet voor een ander hoeft te gelden.

Vrijgevochten Madonna

Als je aan ‘controverse’ denkt in combinatie met videoclips, dan is Madonna de Queen van de controverse. Madonna komt dan ook regelmatig terug in verschillende berichten vanwege de controverse in haar videoclips en songteksten. Madonna “weet als geen ander dat een spraakmakend filmpje veel gratis publiciteit oplevert”. Er werd schande gesproken van de videoclip “Like a Prayer” waarin “de zangeres een heiligenbeeld met een kus tot leven riep” en met hem “de liefde bedreef”. Met de videoclip van “Justify my love” is Madonna weer in opspraak gekomen. “De teksten van het nummer zouden antisemitisch zijn”. Het zou “gevaarlijk en een belediging voor iedere jood” zijn. Ook haar gedrag wordt als “provocatief” gezien en de video zou “seksueel expliciet” zijn. Madonna zegt zelf hierover: “ik kan me kleden en me gedragen zoals ik het wil, want als het om mijn leven gaat, maakt niemand de dienst uit behalve ikzelf”. In de jaren ’80 kon alles en lag de hele wereld open. Madonna trok zich nergens wat van aan.

Hoewel Madonna vaak genoeg provoceerde met haar videoclips besloot ze in de videoclip van “Papa Don’t Preach” het kind te houden als ze per ongeluk zwanger raakt. “Het was voor de EO aanleiding om Madonna ten voorbeeld te stellen aan de jeugd”. Ze is dan opeens het goede voorbeeld voor de kerk. Dit laat zien dat de rolmodelfunctie twee kanten op werkt. Enerzijds kan er een handeling in een videoclip als controversieel gezien worden, zoals de liefde bedrijven met een heiligenbeeld. Het gevolg hiervan kan zijn dat de videoclip verboden wordt. Geef je anderzijds een meer wenselijk geaccepteerde keuze weer, dan kan je bijval krijgen van in dit geval een instituut als de kerk.

MTV en seks

Hoewel de artiest de controverse ‘bedenkt’, is de zender degene die het uitzendt. Daardoor komt er ook veel kritiek op de zender. Ook MTV heeft last van kritiek. Er is in veel berichtgeving te lezen

⁸ Morele paniek: [http://www.encyclo.nl/begrip/Moral%20panic%20\(Morele%20paniek\)](http://www.encyclo.nl/begrip/Moral%20panic%20(Morele%20paniek))

dat “niet iedereen even happig is op de zender”. En ook dat “bezorgde ouders steeds vaker bij MTV aan de bel trekken”. Er is dan commentaar op “de inhoud van de videoclip, waarin bij tijd en wijle vergaande seks- en geweldscènes voorkomen”. Commentaar op de inhoud staat in wel meer berichten. Zo is “de erotiek ondertussen weinig opzienbarend dan we tegenwoordig in de gemiddelde in de lingerie gehulde videoclip voorbij zien schichten: preutse sexfilms voor de MTV-generatie”. Kortom: er is veel bloot te zien op MTV.

Er worden veel voorbeelden gegeven van videoclips die omstreden zijn, zoals “Be Thankful” van de groep Massive⁹. Deze zou “op het randje van pornografie” balanceren. Volgens Hansen, die programmadirecteur was bij MTV, zorgde de videoclip “ook bij ons voor een enorm debat, maar we hebben toch besloten de clip uit te zenden, maar alleen in de nachtelijke uren. De meerderheid hier vond het geen echte porno”. Hij zegt dat MTV zich hield aan de Britse tv-reglementen. Ook zegt Hansen dat in de Verenigde Staten de jongerenzender zich in een meer kuiser vorm presenteert. “Dat komt omdat er in Amerika meer christelijke groeperingen zijn die een grote invloed op de maatschappij hebben”. Daarnaast maakt MTV in Amerika “meer propaganda voor de goede zaken als seksuele voorlichting (condooms) en het milieu. Reclames voor drank, drugs en tabak zijn taboe op het Amerikaanse kanaal. De zender stimuleert de jeugd zelfs om meer boeken te gaan lezen”. Tot slot stelt Hansen dat “als je zoveel invloed hebt als wij, je dat gewoon als een plicht moet zien”. Hansen voelt zich verantwoordelijk voor MTV en welk imago het heeft. Hij zegt zelfs dat het hun plicht is.

In het buitenland neemt MTV haar verantwoordelijkheid voor hun voorbeeldfunctie. Er moet wel rekening gehouden met de regelgeving binnen de landen. Dit zorgt er wel voor dat er wellicht minder controverser op de televisie te zien is in vergelijking met Nederland. Het geeft eigenlijk aan dat er in Nederland veel mogelijk is. In Nederland is er natuurlijk ook kritiek op de inhoud van videoclips en op MTV. De “wereldzender MTV met zijn populaire videoclips waarin seksisme en agressiviteit niet worden geschuwd”. Er wordt zelfs “een oproep tot bewuste mediaproductie” gedaan door “eens wat beter letten op wat de opgroeiende jeugd naar binnen krijgt”. Hier tegenover staat wel dat volgens een ander bericht “het geen staatstaak is de media te programmeren. De grondwet geeft de vrijheid van meningsuiting aan de burger en niet aan de overheid”. Hieruit blijkt dat er in Nederland meer gespeeld kan worden met de grenzen wat wel en wat niet kan.

Ripmeester stelt ook in haar artikel dat de theorie over morele paniek zeer dicht bij videoclips en de jongerencultuur ligt. Morele paniek functioneert als middel om eenheid binnen een samenleving te regelen en dient het belang van de dominante sociale orde. De idee van morele paniek functioneert juist goed voor de jongerencultuur. Zo bleek uit de studie van Lawrence Grossberg dat jongeren niet per se het eens waren waarvoor ze protesteerden, maar dat ze het leuk vonden om te provoceren en de orde te verstoren. Als de media een ideologische rol speelt in de constructie van bepaalde betekenissen en de felle reacties van moraalridders averechts werken op jongeren, worden de jongeren tegendraads. Spelen met grenzen zou juist goed zijn voor de

⁹ Is eigenlijk Massive Attack, maar heeft de naam tijdelijk veranderd vanwege de Golfoorlog: <http://www.bbc.co.uk/radio2/soldonsong/whatson/unfinishedsympathy.shtml>

jongeren, omdat als er te veel gemoraliseerd wordt, er niet naar videoclipen gekeken wordt. In dit geval is het andersom: ze worden weerhouden zich van provocatie. Waar de jongeren waarschijnlijk weer tegendraads van worden.

Daarnaast stelt Eileen M. Hart in haar onderzoek "Teens, Sex and Media" dat verschillende media met een seksueel getinte boodschap een negatief effect hebben op jongeren. Het heeft invloed op hun ideeën over seks, hun lichaam en hun sociale normen en waarden (Hart). Daarnaast stelt Hart dat dit mede komt door MTV die veel niet indirecte seksueel getinte boodschappen zendt. Jongeren zeggen dat MTV hen helpt om liedjes en muziek beter te begrijpen, maar 75% van de inhoud is seksueel getint en laat stereotype mannen en vrouwen zien (Greenburg en Hofschire, 104). Veel beelden in videoclipen op MTV zijn seksueel getint, hoewel de tekst niet altijd over seks hoeft te gaan (Arnett 251). Videoclips waarin gender stereotypes en vrijblijvende seks te zien is, beïnvloedt de identiteit van jongeren door de wereld die ontstaat door deze beelden (Arnett 261). Dit zijn belangrijke onderzoeken die aangeven dat jongeren wel degelijk beïnvloed worden door videoclipen die te zien zijn op MTV. De zorg van de media is dus niet ongegrond en de videoclip krijgt de schuld van de zogenoemde obsceniteiten.

MTV en geweld

Naast seks, is geweld een terugkerend onderwerp binnen het onderzoeksveld van de videoclip. De twee onderwerpen liggen wat dat betreft dichtbij elkaar. Wederom komt er kritiek op verschillende videoclipen die te controversieel zouden zijn. Zo ook "Smack my Bitch up" van The Prodigy. In de videoclip van het nummer zijn beelden te zien "met expliciete seksscenes en openlijk drugs- en drankgebruik". Volgens The Prodigy is de videoclip "zeker niet bedoeld als uitnodiging om vrouwen te slaan. Ik hoop dat dit duidelijk is". Ze kunnen zich niet voorstellen dat vrouwen de clip als "beledigend ervaren". "Teef is een heel lelijk woord. Welke fatsoenlijke vrouw zou zich daar nou aangesproken door voelen?, aldus The Prodigy. En daarbij stellen ze dat sommige "hip hop-nummers veel schokkendere teksten hebben". Of ze nu de controversie bewust opzoeken? The Prodigy beweert van niet. "De controversie komt vanzelf naar ons, of wij nu willen of niet". The Prodigy probeert met hun uitspraken de kritiek buiten hen zelf te leggen. Ze kunnen er naar eigen zeggen niets aan doen.

Ook rapper Eminem neemt de verantwoordelijkheid niet. Er is kritiek gekomen op zijn videoclip "Guilty Conscience". De videoclip zou "te gewelddadig" zijn. Eminem zegt: "Mijn muziek is een politiek statement, zou je kunnen zeggen. Als ik die dingen rap over dat meisje dat eerst wordt gedrogeerd en vervolgens verkracht, dan denkt iedereen dat ik dat soort zaken aanmoedig. Terwijl het juist bedoeld is om mensen meer verantwoordelijkheid bij te brengen. Want dit soort dingen gebeuren elke dag". Ook zegt hij dat hij "het zo hypocriet" vindt. "Er zijn films waarin vrouwen aan de lopende band gepakt worden. Waarom mag iemand als Arnold Schwarzenegger tientallen mensen neerknallen in een film en mag ik daar niet over rappen? Het is allebei entertainment. Muziek wordt altijd zo letterlijk genomen". Hier haalt Eminem een belangrijk punt aan. Films worden uiteraard ook bekritiseerd om de inhoud, maar videoclipen nog meer. Mijns inziens hangt dit samen met het imago dat een videoclip heeft. Zoals eerder in 'Genre en verschijnsel' te lezen is, heeft de videoclip

een jongerenimago en pretendeerde het 'snel' te zijn, maar later werd het imago van de videoclip meer negatief. Daardoor wordt er eerder negatief naar de videoclip gekeken en wordt het een vicieuze cirkel waarin de videoclip terecht is gekomen.

De Britse radio weigerde het nummer van The Prodigy te draaien, maar de videoclip was wel te zien in de nachtelijke uren van de muziekstations. In Nederland was het anders. TMF bleef namelijk de videoclip uitzenden. "De redenering is als volgt: het is een hit en het is een mooie clip". "Dat is het belangrijkste", volgens de toenmalige programma-directeur Frank Helminck. Er moet volgens hem wel "minder obscuriteiten in clips" komen. "Nodeloos geweld blijven we verwerpen. Maar er wordt van geval tot geval bekeken wat wel en niet kan". Er is meer mogelijkheid tot controversie in Nederland in dit geval. Daarnaast wil TMF in Nederland ook geen 'hit' missen en hechten waarde aan de populariteit van een videoclip. Hieruit blijkt dat "succes ook een goede maat" is. Het commerciële aspect staat boven de morele waarden van TMF.

Gender en videoclips

Madonna werd in de jaren tachtig gezien als de meest controversiële vrouwelijke artiest. Ze maakte de weg vrij voor de seksuele vrijheid voor vrouwen. Hoewel Madonna hiermee is begonnen, laten "vrouwen in videoclips zich niet langer pinnen op oude tegenstellingen als maagd-hoer of als heks-heilige". Wat vaker te zien is, zijn "vier of vijf uiteenlopende beelden van vrouwelijkheid met daartussen in een beeld van hen als man. Zwoele vamp, stout jongetje, zakenvrouw, femme fatale, dominante manager: ze zijn het allemaal. "Vrouwelijkheid, zo lijken deze popsterren te zeggen, is geen essentie maar een serie van maskerades". Uit deze uitspraken blijkt dat vrouwen zich nieuwe clichés proberen aan te meten. Het moet duidelijk worden dat de vrouw niet onderdanig is, maar zelfbewust en kan opboksen tegen de man. Vrouwen hebben wel een streepje voor op deze "seksuele vrijheid". Want "de gewone pornografieconsumenten en de MTV-generatie krijgen er met hun seksueel expliciete videoclips altijd van langs, vanwege hun wansmakelijkheden". "De honderdduizenden vrouwen die een doorsnee damesblad lezen" komen ermee weg.

Er wordt tevens gesproken over gender-bending. Dit fenomeen is het al dan niet uitwisselen van een aantal typische vrouwelijke en mannelijke kenmerken over en weer. Want videoclips zijn daarvoor uitermate geschikt. Want in clips "kunnen popartiesten in rook of vuur opgaan, een machine worden, een dier worden... of van sekse veranderen". Het gaat met name om de vrouwen. Vrouwen die meer mannelijk worden, een stout jongetje, zoals hierboven ter illustratie is gegeven. Maar er zijn ook mannelijke 'gender-benders'. "De visuele cultuur plaatst de mannelijke popartiest in een traditioneel vrouwelijke positie: ook hij wordt object van de blik van de camera, ook zijn lichaam wordt geobjectiveerd, ook bij hem worden het beeld en uiterlijk belangrijk". De mannen reageren vervolgens op "twee manieren: verschuilen zich achter machismo (rap, heavy metal) of ze exploreren vrouwelijkheid in hun gender-bending". De man wordt dus of erg mannelijk of meer vrouwelijk. De man als object lijkt in de videoclip een nieuw fenomeen te zijn, omdat eerder de vrouw vaker het object leek te zijn in videoclips.

Acteur Roger Moore noemt het objectiveren van vrouwen het "Lolita-syndroom". Dit zouden de media aanwakkeren door "zeer jonge meisjes als seksueel begerenswaardige wezens uit te

beelden". Moore zegt hierover: "We zien in de advertentiemarkt steeds meer beelden van kinderen, wier seksualiteit wordt gebruikt om producten te verkopen, om te prikkelen en op te geilen. Zelfs volwassen modellen worden steeds vaker gekozen, omdat ze er zo kinderlijk uitzien. De grens tussen seksuele rijpheid en 'veel te jong' wordt vager en vager. Tegenwoordig zie je overal Lolita's, niet alleen in films, maar ook op billboards, in bladen, in videoclip. Maar geen hond die er nog over valt". Dit artikel uit 1996 is anno 2010 nog van toepassing. Nog altijd blijven er discussies over de vrouw als seksueel object. Zo blijkt uit het artikel "The impact of thin models in music videos on adolescent girls' body dissatisfaction" van Bell, Beth T. et al. dat meisjes na het zien van videoclips een negatief zelfbeeld hebben over hun eigen lichaam. Jonge meiden blijken er vatbaar voor te zijn. Er blijven ook reacties komen tegen de seksualisering, zoals de documentaire van Sunny Bergman¹⁰. Dit onderwerp blijkt een steeds terugkerend onderwerp te zijn, waarbij de videoclip vaak, hoe clichématig ook, de schuld krijgt.

Nooit meer controversé?

MTV kreeg op een gegeven een "relatief saai imago" van het 24 uur per dag videoclips uitzenden. Daarom werden Beavis en Buttthead geïntroduceerd. Het tweetal moest "in een soort 'Top of flop?' vanaf de bank commentaar te leveren op de clips". Het werd "snel werd duidelijk dat alles wat niet in de categorie 'hard, sensationeel, seksistisch' valt" door Beavis en Buttthead van het scherm wordt gezapt. Controversé blijft zeker gewild bij MTV, zeker na de enorme populariteit van Beavis en Buttthead.

Toch blijft het altijd schipperen tussen de heersende normen en waarden volgens instituten en wat de kijkers - jongeren - graag willen zien. Seks, geweld en vrouwen blijven toch populaire onderwerpen die terugkeren in videoclips. Het blijft een kwestie van vraag en aanbod. De populariteit van de videoclip zal niet afnemen, zolang de artiesten graag de controversé - al dan niet bewust - opzoeken. Niet te vergeten krijgt de videoclip de schuld. Videoclips komen niet van hun negatieve imago af.

10 Website van Sunny Bergman: <http://www.beperkthoudbaar.info/docu/>

Censuur, controversie en rolmodel

Censuur is misschien wel het meest makkelijke label dat te geven is aan een bericht. Het wordt namelijk toegekend aan een bericht als er censuur gepleegd wordt in welke vorm dan ook. Het thema ‘Censuur, controversie en rolmodel’ lijkt ontzettend op het vorige thema waar alleen ‘censuur’ ontbreekt. Het label ‘censuur’ geeft net de doorslag dat de statements in een bericht over de schreef gaan. Censuur gaat daarom vaak gepaard met “controversie” en “rolmodel”. Immers, de censuur moet ‘verantwoord’ worden. Na dit hoofdstuk wordt duidelijk wat censuur is en waarom het gebruikt wordt. Heeft het met imago te maken of zitten er simpelweg regels aan vast? Daarbij wordt het duidelijk wie de verantwoordelijk neemt voor het beschermen van de maatschappij. Is dit de artiest of de zender?

In dit hoofdstuk zal er deels overlap zijn met het vorige hoofdstuk, maar de nadruk zal worden gelegd op “censuur”. Ook in dit hoofdstuk worden de desbetreffende berichten met elkaar vergeleken, waarna ze onderverdeeld werden in onderwerpen. De onderwerpen komen vervolgens één voor één aan bod komen in de bespreking van dit thema. Aan het eind van het hoofdstuk is er een korte samenvatting.

Zelfcensuur

Michael Jackson is één van de artiesten die vaker censuur pleegt. Zo heeft hij “opdracht gegeven twee scènes uit zijn nieuwe videoclip “Black or White” te verwijderen”. De clip is in 27 landen uitgezonden en na de uitzending werden televisiestations “overspoeld door telefoontjes van kijkers die de video aanstootgevend vonden”. In de videoclip “grijpt de zanger zichzelf herhaaldelijk in het kruis en ritst hij zijn gulp open” en is er een scène “waarin de zanger in een panter veranderd en auto’s vernield”. Deze scènes worden uit de clip verwijderd. “De zanger verklaarde dat hij geschrokken was van de gedachte dat zijn video het gedrag van kinderen en volwassenen negatief zou kunnen beïnvloeden”. Hij zegt zelf: “Ik wil altijd het goede voorbeeld geven”. Michael Jackson wil dus een positief imago houden. Hij is populair en wil dat graag zo houden, zelfs als dat betekent dat hij zijn videoclip moet censureren en hij deels zijn artistieke vrijheid kwijtraakt. Volgens Richard Dyer in zijn boek “Stars” is een imago van een ster/celebrity een samenstelling van verschillende media (Dyer 2004, 60). Ook het medium waar hij of zij zelf inspraak op heeft.

In een ander bericht wordt gesteld dat er “in videoclips die MTV uitzendt, twee keer zoveel geweld in beeld komt als bij andere Amerikaanse muziekzenders”. Hierbij zijn vooral rap en rockmuziek de dupe. Er zou namelijk “in één op de vijf video’s geweld en wapenbezit verheerlijkt worden door popsterren en acteurs”. De wetenschappers van het onderzoek “dringen er bij musici en producers op aan onnodig geweld” uit de clips te verwijderen. Overigens blijkt uit het onderzoek dat vooral “mannelijke Amerikanen van Afrikaanse herkomst relatief vaak met geweld in beeld gebracht”. Vooral deze laatste zin stelt dat de vooroordelen die er bestaan over Amerikanen met Afrikaanse herkomst en geweld, bevestigd wordt. Dit komt vaak voor in videoclips waardoor het beeld en de vooroordelen in stand gehouden wordt: er wordt geen goed voorbeeld gegeven. Hoe dan ook worden deze vooroordelen indirect doorgetrokken tot situaties in de huidige samenleving,

waardoor er een negatieve gedachte heerst over de afro-amerikaanse man die hier als rolmodel gezien wordt. Door te zeggen dat er zowel een censuur komt op geweld in combinatie met afro-amerikanen komt, wordt hun imago niet aangetast. Dit is een belangrijk punt, omdat Michael Jackson in zijn eigen videoclip de macht heeft over zijn imago; de afro-amerikaanse man heeft dat niet. Een noot hierbij is wel dat juist bij deze twee muziekstromingen, rap en rockmuziek, geweld (en vaak ook seks) een onderdeel is van het imago. Het blijft hierdoor altijd controversieel.

MTV censureert, TMF niet

MTV wil graag meer opvallen en daarom besluit MTV in de nieuwe programmering meer aandacht te geven aan seks. Dat betekent dat “zelfs homo-erotisch getinte videoclips niet langer taboe zijn”, althans, op de late avond. “Overdag worden de videoclips met regelmaat ontsierd door zwarte blokjes of mistige beeldjes als er teveel bloot in beeld komt”. MTV censureert delen van videoclips door deze bewust niet te tonen. Bij TMF wordt geen censuur toegepast. Zo zegt Lex Harding, directeur van TMF: “Je moet niet knippen in het artistieke product van een ander. Je draait de clip of wel of niet. Gelukkig zijn wij nog geen dingen tegengekomen, waarbij we moesten beslissen of we iets zouden uitzenden of niet. Er zitten wel hele gore video's bij, maar in Nederland kan alles”. Hiermee wordt gesteld dat er meer mogelijk is in Nederland, omdat de heersende normen en waarden in de jaren '90 ruimer zijn dan in andere landen waar MTV uitzendt. Hierbij moet niet worden vergeten dat MTV uit de Verenigde Staten komt en dus andere regels hanteert rondom censuur.

Daarnaast wordt er in een ander bericht over het clipbeleid van TMF gezegd: “Geen openlijk drugsgebruik. Geen zinloos geweld. Geen expliciete seksscènes”. Anders wordt de videoclip teruggestuurd. Zo werd de videoclip van de Nederlandse artiest Nance “He's my favourite dj” niet uitgezonden. Pas nadat de scène waarin “iemand duidelijk oraal bevredigd werd” verwijderd werd, mocht de clip uitgezonden worden. TMF zegt zelfs dat “die scène er op ons verzoek is uitgehaald”. Ook “waagt TMF zich niet aan clips waarin penetratie of extreem geweld wordt getoond”. Met deze statements wordt duidelijk hoe groot de macht is van TMF in Nederland. Je videoclip wordt pas uitgezonden als je aan de eisen voldoet. Een duidelijke manier van beleid voeren.

Lastiger is het voor de videoclips die uit het buitenland komen. De eerdergenoemde videoclip “Smack my bitch up” van The Prodigy “is zo populair, daar kun je niet omheen. Als de groep minder bekend was geweest, zou de clip niet zijn uitgezonden”. De clip “werd niet teruggestuurd, niet aangepast en wel uitgezonden. Ondanks de expliciete seks, het openlijke drugsgebruik en de geweldscènes”. Het kwam al in het vorige hoofdstuk aan bod, maar hier wordt benadrukt dat de populariteit van clips belangrijker is dan de heersende normen en waarden en de discussie die daaruit voorkomt. “Zinloos geweld en expliciete seks in clips van megasterren genieten een onaantastbare status die alle ethische normen te boven gaat. Kennelijk bepaalt de populariteit van een groep, en niet de inhoud van de clip zelf, wat wel en niet wordt vertoond”. Hoewel TMF dus zich niet aan hun eigen beleid houdt, willen ze graag gebruik maken van de populariteit van de clip. De videoclip wordt overigens tussen 23.00 en 24.00 uitgezonden. MTV is strikter. “De

kabelmaatschappij vindt de beelden van vrouwen die geslagen en met drugs geïnjecteerd worden te erg”.

Mediawet niet voor videoclips

In hetzelfde bericht over het clipbeleid van TMF wordt gezegd dat “de Mediawet geen regels kent voor videoclips. Alleen films moeten gekeurd zijn door de filmkeuring op geschiktheid voor uitzending. De overige programmering valt onder de eigen verantwoordelijkheid van de omroepen. In feite kunnen ze dus alles ongestraft uitzenden”. Die verantwoordelijkheid lijkt TMF niet altijd te nemen. De videoclip van The Prodigy zenden ze gewoon uit, maar de videoclip van de formatie Party Animals waarin jongens een auto in elkaar beuken wordt niet uitgezonden. “Zoiets kan niet. Het risico dat kijkers die apen nadoen is te groot”, aldus TMF. Waarom TMF hier wel de verantwoordelijkheid neemt om de clip niet uit te zenden, maar ondertussen wel de clip van The Prodigy blijft uitzenden, is mij niet duidelijk. Wellicht dat de herkomst van de artiest ermee te maken heeft. Party Animals komen namelijk uit Nederland. TMF kan ze eerder met hun verworven macht aanspreken op de verantwoordelijkheid.

MTV neemt vaker wel de verantwoordelijkheid. Zo zendt MTV The Prodigy niet uit en ook de videoclip van George Michael komt niet ongeschonden het beleid door. Maar in dit geval staat MTV niet alleen. Ook de televisiestations BBC en ITV zenden de clip niet uit. Volgens hen laat de clip van Michael “niets aan de verbeelding over en tonen rechtstreeks naakt en drugsgebruik”. Michael stelt dat de in Amsterdam opgenomen videoclip “met medewerking is van grotendeels ontklede prostituees” en “gaat er prat op dat ‘niemand van de optredende personen acteurs zijn’”. Maar wat MTV deed besluiten de clip later uit te zenden is “een shot waarbij de genitaliën van een prostituee een fractie van een seconde in beeld komen”. Overdag is er op MTV een versie van de videoclip te zien zonder dat shot. De belangrijkste kritiek op deze censuur is het feit dat er vele artiesten net zo weinig aan hebben als de prostituees in de videoclip. Denk aan de populaire vrouwelijke artiesten van de jaren '90 Mariah Carey en Britney Spears. Maar die worden niet door MTV gecensureerd.

Nooit meer balkjes of mist?

Censuur is in de jaren '90 een hot issue. Toch is er nu nog steeds sprake van censuur. Lady Gaga is momenteel één van de meest besproken artiesten. In de videoclip “Telephone”¹¹ worden haar edele delen met een mist vervaagd. Censuur is van alle tijden. Hoewel er soms artiesten zijn die de verantwoordelijkheid nemen om zichzelf en de kijkers te beschermen, is het hier vaak de zender die de discussie aan gaat. Juist in de jaren '90 is censuur een veelbesproken thema door de strijd tussen de kabelmaatschappijen MTV en TMF. De één durft meer aan de ander en het geheel heeft een behoorlijk moralistisch tintje. Het is allemaal imago(building). Want hoe meer besproken je bent door controversie en censuur, hoe populairder je bent. Of wordt.

11 Videoclip van Lady Gaga “Telephone”: <http://www.youtube.com/watch?v=EVBsypHzF3U>

Conclusie & discussie: videoclip

Het debat over videoclips was in de jaren '90 zeer actief. Er waren veel discussies over de vorm van de videoclip, maar belangrijker nog: de inhoud. De jaren '90 was voor dit onderzoek de ultieme periode om te onderzoeken, omdat de videoclip toen doorbrak met TMF. MTV leidde het goed in, maar het was TMF die de muziekvideo in Nederland echt populair maakte. Daarvoor leek het te afstandelijk, door de taal en de internationale artiesten. TMF gaf er een nationaal tintje aan.

De videoclip had op televisie een centrale plek gekregen bij een breed publiek. De televisie was in de jaren '90 het massamedium. Daardoor werd het debat ook uitgebreid. Het huidige debat lijkt meer gefragmenteerd (het lijkt anno 2010 weggeëbd). De discussie vindt vooral plaats op het internet waar de videoclip het best tot zijn recht komt.

De videoclip heeft een bijdrage geleverd aan de huidige vorm van televisie in Nederland. Juist die kenmerkende aspecten van videoclips heeft de televisie overgenomen. De snelheid en populariteit van de videoclip heeft er voor gezorgd dat de televisie ook wat sneller en hipper werd. Daarbij was de videoclip ook een inspiratiebron voor stromingen als mode, reclame en film. Het is dé jongerencultuur.

Er wordt veel negatief gesproken over videoclips. Muziekvideo's zouden een bron van negativiteit zijn. In het debat gaat het vaak over censuur en controversie en waarom de inhoud van de video's zo slecht is voor jongeren. De discussie over normen en waarden in videoclips lijkt terugkerend te zijn. De ethische meetlat waar videoclips tegenaan gehouden wordt, hangt samen met de heersende normen en waarden. In de jaren '90 lijkt alles te kunnen en te mogen. Tenminste, als er naar de videoclips gekeken wordt volgens het debat in de media. De debatdeelnemers zelf lijken het er niet mee eens te zijn en zoeken meer naar bevestiging van die negativiteit. Ze gaan elkaar napraten, waardoor de negativiteit bovendien versterkt wordt. De videoclip krijgt door het negatieve imago telkens de schuld van gebeurtenissen in de samenleving. Dat wat op televisie te zien is, wordt door de media, doorgetrokken naar de maatschappij. Op deze manier blijft het negatieve imago van de videoclip in stand.

De controversie en censuur zullen nooit verdwijnen. Het blijkt namelijk imagebuilding te zijn. Als artiesten controversiële (al dan niet bewust) videoclips blijven maken en hiermee populair worden, zullen ze er alles aan doen om dat vol te blijven houden. Artiesten namen niet altijd de verantwoordelijkheid, volgens mij was dat een kwestie van artistieke vrijheid. Maar de zenders daarentegen hielden de discussie over de verantwoordelijkheid graag open en gooiden er een moralistisch sausje overheen. Dit is een typisch kenmerk voor de jaren '90, tegenwoordig bestaat de muziekzenderstrijd niet meer. Het was imagebuilding in die tijd. Welke zender kan het verst gaan en wordt daarmee het populairst? TMF won duidelijk die strijd.

Discussie

Dit onderzoek biedt veel aanknopingspunten voor vervolgonderzoek. Met name de labels kunnen verder gespecificeerd worden. Zo heb ik het label 'promotie' bedacht, dat uiteindelijk niet zo vaak voor komt. Ik heb bij dit onderzoek geprobeerd goed de definities van de labels uit elkaar te houden

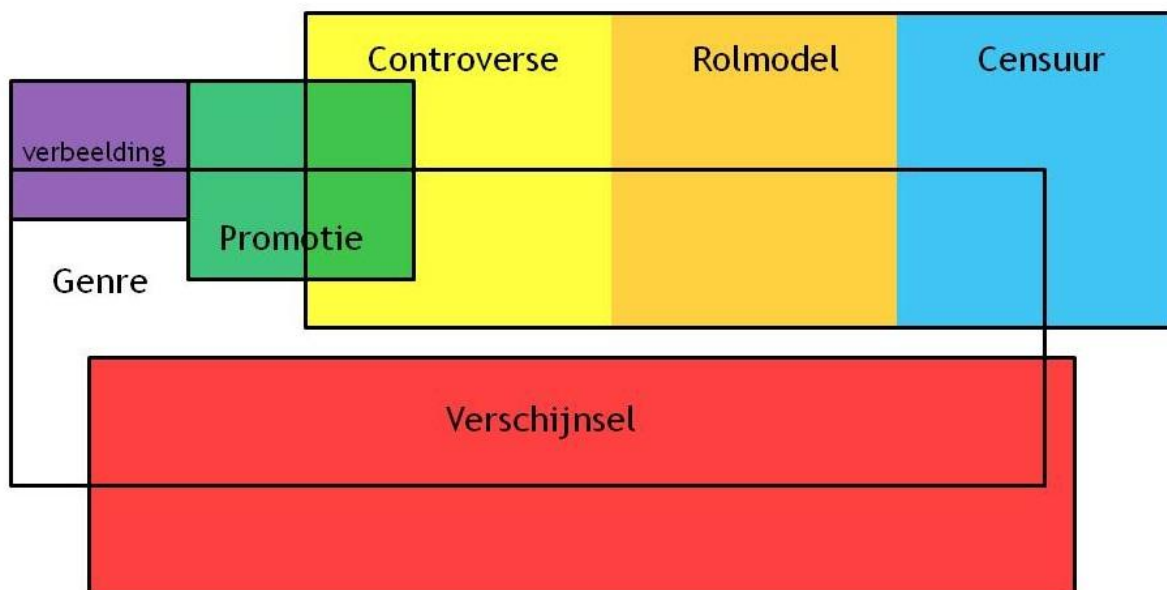
en toe te kennen aan de berichten. Achteraf blijkt dat wellicht aan meerdere berichten het label 'promotie' toegekend had kunnen worden, omdat controverser vaak wordt ingezet om meer aandacht te werven en dus als promotie voor de artiest. Hier heb ik te weinig geen rekening meegehouden. Een noot hierbij is wel dat je nooit zeker kunt weten of de controverser echt als promotie ingezet wordt. Ik ga er vaak van uit, maar dit wordt niet specifiek benoemd.

Daarnaast had ik ook het label 'verbeelding' gedefinieerd. Ik had namelijk wel gedacht dat er meer discussie zou zijn over videoclipps als kunst. In het hele corpus komt dit label uiteindelijk slechts vijf keer voor, het minst van alle labels. Kunst is schijnbaar niet aan de orde in het debat als het om videoclipps gaat in de jaren '90.

Het label 'genre' is het label dat bijna aan alle berichten toegekend kan worden. Hierdoor kan het nut van dit label in twijfel getrokken worden. In dit onderzoek is het label wel van toepassing, omdat er in het begin van de jaren '90 nog gezocht werd naar de genre kenmerken van videoclipps. Maar wellicht dat in vervolgonderzoek het label alleen bij de analyse in het achterhoofd gehouden moet worden. Dit geldt deels ook voor het label 'verschijnsel'. Ze leveren beiden weinig verrassende inzichten op.

Ik heb een schema gemaakt waarin het debat over videoclipps in kaart wordt gebracht:

Debat omtrent videoclipps



In het bovenstaand schema is de uitkomst van mijn onderzoek te zien met behulp van de drie uiteengezette thema's. Daarnaast is goed te zien hoe de labels zich tot elkaar verhouden.

'Genre' heeft met alle labels overlap, het enige label in dit onderzoek. Daarnaast 'genre' is het grootste label samen met 'verschijnsel'. Vanwege de grote mate van overlap tussen 'controverse', 'rolmodel' en 'censuur' zitten deze samen in een vlak. Daarnaast heeft 'controverse' nog overlap met 'promotie'. 'Verbeelding' en 'verschijnsel' hebben behalve met 'genre' geen overlap met een ander label. Waar wel rekening mee gehouden moet worden, is dat dit de uitkomst is van mijn

onderzoek, maar dat er wel degelijk meer mogelijkheden zijn bij het toekennen van de labels bij mijn analysegedeelte. Daarbij moet er rekening gehouden worden met het feit dat elke periode van onderzoek een andere 'hype' zal hebben. In de jaren '90 was 'censuur' een groot onderwerp, terwijl dit in de jaren '80 bijvoorbeeld misschien een minder groot issue is en dat 'verbeelding' wellicht een belangrijker label is. De blokken zullen in dat van grootte veranderen.

De frequentie van de labels was voor mijn onderzoek aanleiding om de meest voorkomende labels bij elkaar te nemen en te analyseren. Daarmee hoeven de andere labels absoluut niet minder belangrijk te zijn voor onderzoek naar het debat rondom videoclip. Het label 'verbeelding' vind ik zelf een interessant label, maar daarmee wordt het geen onderzoek meer naar het debat over videoclip, maar een onderzoek waarom de videoclip het als kunstvorm niet aangeslagen is bij het publiek.

Een vervolgonderzoek voor andere periodes zou interessant kunnen zijn. De jaren '80 bijvoorbeeld toen de videoclip echt in opmars was. Ook de periode na 2000 is interessant, omdat de vermeende seksualisering van de samenleving een issue werd waarvan de videoclip wederom de schuld krijgt. Vanaf 2005 was internetvideo erg in opkomst en veranderde de videoclip als verschijnsel aanzienlijk. In plaats van een massamediaal fenomeen werd het gefragmenteerd en speelde censuur een minder belangrijke rol. Een onderzoek naar de verschillende tijdvakken zijn waardevol, omdat er dan vergeleken kan worden hoe dat debat daadwerkelijk veranderd is. Kortom, er is nog genoeg te onderzoeken over het debat rond de videoclip. De videoclip die altijd een veel besproken onderwerp is geweest en wellicht zal blijven.

Geraadpleegde literatuur

Boeken

Arnett, Jeffrey J. "The Sounds of Sex: Sex in teens' Music and Music Videos", in *Sexual Teens, Sexual Media: Investigating Media's influences on Adolescent Sexuality*, Brown, Jane D., Jeanne R. Steele, Kim Walsch-Childers. LEA's Communication Series. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002, pp: 253-264.

Dyer, Richard. *Stars*. London: British Film Institute, 2004

Glaser, Barney G. Anselm L. Strauss, *The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine, 1967.

Grossberg, L. *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New York: Routledge, 1992.

Greenburg, Bradley S., Linda Hofschire, "Sex in Entertainment Television" in *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal*, Zillmann, Dolf., Peter Vorderer. LEA's Communication Series. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002, pp: 93-113.

Artikelen

Bell, Beth T. et al, *The impact of thin models in music videos on adolescent girls' body dissatisfaction*. Body image, Volume: 4, Issue: 2 (June 2007), pp: 137-145

Hart, Eileen M. *Teens, sex, and media - the influence of electronic entertainment on American teen sexual culture: a reason to revive rhetoric in English teacher education programs*. 2002.

Glaser, Barney G. *The Future of Grounded Theory*. Qualitative health research; vol. 9 (1999), afl. 6 (01 11), pag. 836 (10). <http://qhr.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/6/836>, laatst geraadpleegd: 14-07-2010

Ripmeester, L. Morele Paniek en videoclip. 2006.

www.iaspm.nl/Morele%20Paniek%20en%20Videoclips%20-%20Leenke%20Ripmeester.pdf

Bijlage: Corpus data en analyse

Datum	Krant	Titel	Inhoud	Labels
21-04-1990	NRC	Vijf kleine tempels voor de videoclip	Videoclips is een vrij nieuw verschijnsel in de populaire cultuur en heeft eigen, verrassende kwaliteiten	VS
18-06-1990	NRC	Rob Scholte gaf een avond les in kunstkritiek	de snelheid van stations als CNN en MTV veel beeldinformatie in zeer korte tijd	VS, GE
23-08-1990	NRC	Videopaviljoens in Groningen	Maar voor het vertonen van videoclips is er alleen de televisie en daarop komen ze nauwelijks tot hun recht.	VS
27-08-1990	NRC	Groningse paviljoens bevrijden tweehonderd clips uit de huiskamer	De videoclip is een nieuwe visuele categorie. 'Er wordt vaak smalend over gedaan, omdat de clip een grote industrie is geworden, maar omdat dit medium populair is en voor grote groepen toegankelijk wilden we het aan de orde stellen. Unicitéit als criterium van een kunstwerk bestaat historisch gezien al lang niet meer.	VS, GE, VB
07-12-1990	NRC	Ik kan me kleden en me gedragen zoals ik het wil	Elke avond knielt Madonna voor haar ledikant, om te bidden dat de paus haar volgende videoclip zal verbieden. Als meest geslaagde zakenvrouw in de popwereld, weet mevrouw Cicone als geen ander dat een spraakmakend filmpje veel gratis publiciteit oplevert. Schande werd er gesproken van Like a prayer, waarin de zangeres een heiligenbeeld met een kus tot leven riep. Na het betrekkelijk onbesproken modeclipje Vogue is de 32-jarige wereldster er met Justify my love opnieuw in geslaagd de fatsoenridders tegen zich in het corset te jagen. Over haar provocatief gedrag en de seksueel expliciete clips biecht ze op dat 'ik ter discussie wil stellen wat de mensen geloven. Vrouwen die hun seksualiteit niet verborgen houden voor de buitenwereld, boezemen angst in. Wat ik zeg is: ik kan me kleden en me gedragen zoals ik het wil, want als het om mijn leven gaat, maakt niemand de dienst uit behalve ikzelf.' Is het waar dat Madonna zich via het ledikant van platenproducenten een weg naar de top heeft gebaand? De pasverschenen cd met haar grootste hits kreeg de veelzeggende titel The immaculate collection. Vrij naar de bijbel en opgedragen aan de paus.	CO, RO
04-01-1991	NRC	Verbod geest op cd van Madonna	haar teksten antisemitisch zouden zijn. het nummer Justify my love 'gevaarlijk en een belediging voor iedere jood'. Madonna's platen zijn al eerder gebotst op tegenstand van religieuze groeperingen. Zo raakte haar videoclip Like a Prayer (1989) omstreken, omdat Madonna daarin de voeten kust van een zwart heiligenbeeld, dat vervolgens tot leven komt en met haar de liefde bedrijft.	CO
21-02-1991	NRC	Saddam, wij staan naast je!"	De Amsterdamse kabelomroep StaatsTV-Rabotnik zond vorige week woensdag de complete pro-Saddam-videoclip uit die in Frankrijk verboden is. Het is een heuse videoclip, die op MTV of een andere popsatelliet zender niet zou misstaan, met aan het begin opstijgende straaljagers en in looppas voorbij rennende Iraakse militairen.	CE
25-05-1991	NRC	Pet Shop Boys presenteren boeiend en soms oogverblindend totaaltheater; Performance: tot leven gewekte strip	Als ik een opera van Mozart of Verdi aan het bewerken ben, kijk ik ondertussen graag naar beelden van MTV. Het leek ons een uitdaging om de snelheid en de energie van een popconcert te koppelen aan een visueel spektakel dat minder onpersoonlijk is dan de doorsnee videoclip, maar juist verrassend, onconventioneel en subversief'.	GE
26-10-1991	NRC	Onwaarschijnlijk succesverhaal popgroep R.E.M	Een videoclip uit het stenen tijdperk, want het Flintstones-achtige bewegende decor wordt aangedreven door een man op een fiets die nadrukkelijk in beeld wordt gebracht. Waarmee R.E.M. lijkt te willen aantonen dat alles wat er doorgaans aan flitsende beelden te zien is in popprogramma's, berust op namaak	GE

			en bedrog.	
16-11-1991	NRC	Jackson snijdt in videoclip	Michael Jackson heeft opdracht gegeven twee scènes uit zijn nieuwe videoclip "Black or White", die donderdag in 27 landen werd uitgezonden, te verwijderen. De televisiestations die de clip in Amerika uitzonden werden na de uitzending overspoeld door telefoontjes van kijkers die de video aanstootgevend vonden. In de elf minuten durende videoclip, grijpt de zanger zichzelf in een scène herhaaldelijk in het kruis en ritst hij zijn gulp open. Ook de scène aan het eind van de clip, waarin de zanger in een panter veranderd en auto's vernield, wordt uit de clip gehaald. "Black or White", waarin hij optreedt met Indiaanse en Afrikaanse dansers, was de eerste videoclip van Jackson sinds twee jaar. De zanger verklaarde dat hij geschrokken was van de gedachte dat zijn video het gedrag van kinderen en volwassenen negatief zou kunnen beïnvloeden. 'Ik wil altijd het goede voorbeeld geven', verantwoordde Jackson zijn ingreep in de door John Landis geregisseerde clip.	RO, CO, CE
20-11-1991	NRC	Close-ups spelende handen en blazende gezichten	Nu zijn er dan ook "classiclips", videoclips bij klassieke muziek, (...) De eerste klassieke videoclip is een aaneenschakeling van korte fragmenten. Geen beeld duurt langer dan een paar seconden. De camera staat nooit stil, maar glijdt voortdurend langs. (...) Een snelle montage levert nog geen goede videoclip op. Misschien moet Ed van Kan eens een week naar MTV kijken. Hij zal dan zien dat de beste videoclips allang niet meer bestaan uit bombardementen van beelden, maar soms zelfs uit een lang shot, zoals het schitterende Unfinished Sympathy van de groep Massive Attack. Hij zal dan ook merken dat de grappigste videoclips surrealistische verhaaltjes vertellen die niets met de muziek te maken hebben.	GE
22-11-1991	AD	Wereld windt zich op om Michael Jackson	De opwindings rond Michael Jackson begon vorige week, toen de videoclip van zijn hit Black or White een met veel heisa omgeven première beleefde. De clip, die ongeveer 25 miljoen gulden heeft gekost en is geregisseerd door John Landis (ook regisseur van Thriller), zal nooit meer in oorspronkelijke vorm te zien zijn.	RO, CE
25-11-1991	NRC	FREDDIE MERCURY 1946-1991; Extravagante popster	Voor het filmpje van Radio Ga Ga werden authentieke fragmenten uit Fritz Lang's klassieke speelfilm Metropolis gebruikt en in I Want To Break Free trad Mercury op als een vrijgevochten huisvrouw, huppelend achter de stofzuiger.	GE
10-12-1991	AD	Laurie Freelove: te eigenzinnig om beroemd te worden	Muziek met een duidelijke boodschap staat haar tegen. "Daarin wordt een wereldramp of een stukgelopen huwelijk gereduceerd tot een klein, petiterig cliché. Het nut daarvan ontgaat me. Hetzelfde geldt voor videoclips. Omdat zij zo concreet zijn, beroven ze de mensen van hun verbeelding. Door iets toe te voegen, een beeld, verlies je in feite een dimensie. Muziek hoort in al je zintuigen te zitten. Daarom luister ik liever gewoon.'	GE
24-06-1992	NRC	Michael Jackson de hele dag op de radio valt niet mee	Vergeleken bij eerder georganiseerde Beatles- en Stonesdagen zijn de programmamakers dubbel gehandicapt, omdat Michael Jackson vooral naam heeft gemaakt vanwege zijn visueel aantrekkelijke videoclips. Van Thriller blijft niet veel over zonder het bijbehorende horrorfilmpje, en Black or white moet het stellen zonder de vermakelijke gastrollen van Eddie Murphy en Grace Jones. Ook de fameuze moonwalk zal pas vijf dagen later in het echt te zien zijn, bij het concert waarvoor de Tros tijdens de Dangerous Day een handvol kaarten verloor.	GE
26-06-1992	NRC	Het doet pijn om mij te zijn; Het Pop-Esperanto van Michael Jackson	Zelfs de commerciële rockzender MTV, die om duistere redenen in het begin van de jaren tachtig nauwelijks muziek van zwarte artiesten programmeerde, begon zijn videoclips te draaien. Het succes van "Beat It" was voor een groot deel te danken aan de videoclip die de muziek begeleidde. Het verhaaltje mocht dan pathetisch zijn - Michael Jackson verzoent met zijn gedans twee rivaliserende jeugdbendes - de choreografieën waren aanstekelijk en van een hoog West Side Story-gehalte. Kosten noch moeite waren gespaard; "Beat It" was de eerste van een reeks perfectionistische en exorbitant dure muzikale speelfilmpjes	GE

			die Michael Jackson bij MTV de status van "Video Vanguard Artist of the Decade" opleverde. In de loop der jaren zou Michael Jackson zich voor talloze miljoenen laten registreren door onder anderen John Landis (de weerwolf-fantasie rondom het campy griezelnnummer "Thriller"), Martin Scorsese (de getto-kitsch van "Bad") en Francis Coppola (de science-fiction van "Another Part Of Me").	
09-07-1992	Het Parool	King misbruikt zijn meisjes in strijklicht	De erotiek is ondertussen weinig opzienbarender dan we tegenwoordig in de gemiddelde in lingerie gehulde videoclip voorbij zien schichten: preutse sexfilms voor de MTV-generatie.	RO, CO
24-07-1992	NRC	Vrijdag 24; Madonna	Madonna presenteert zich voornamelijk door videoclips, dus zullen het wel deze filmische begeleidingen van haar hits moeten zijn die haar het aureool van sterke, moderne vrouw hebben gegeven. (...) In Like A Virgin, een van haar eerste videoclips, danst zij wellustig op een gondel in Venetie, in Cherish huppelt zij in natte kleding door de branding en wordt ook nog even een zeemeermin. Vogue van een paar jaar geleden was een decenete ode aan de toen populaire, gelijknamige dans, La Isla Bonita was een drakerig nummer waarvan de clip met roodgerokte Spaanse (of Mexicaanse) danseres valt in de categorie stierenvechtersaffiche. Like A Prayer was met zijn brandende kruisen en een huilend en tot leven komend heiligenbeeld alleen kwetsend voor devote katholieken en baarde dan ook alleen in Italië opzien. Daar stond dan tegenover dat het door Madonna gespeelde zwangere meisje in Papa Don't Preach weer precies deed wat de paus wilde: ten slotte besluit ze het kind wel te nemen. Het was voor de EO aanleiding om Madonna ten voorbeeld te stellen aan de jeugd.	RO, CO
07-08-1992	Het Parool	MTV Europe deze maand vijf jaar in de lucht	Maar niet iedereen is even happig op de zender. Bezorgde ouders trekken steeds vaker bij MTV aan de bel. Het gaat dan steevast om de inhoud van de videoclips, waarin bij tijd en wijle vergaande sex- en geweldscenes voorkomen. Een omstrede voorbeeld is de clip 'Be Thankful' van de groep Massive, die op het randje van pornografie balanceert. Hansen: "Be Thankful zorgde ook bij ons voor een enorm debat, maar we hebben toch besloten de clip uit te zenden, maar alleen in de nachtelijke uren. De meerderheid hier vond het geen echte porno. Juridisch gezien houden we ons aan de bijzonder kuis Britse tv-reglementen." MTV is in bezit van het Amerikaanse mediaconcern Viacom. In Amerika presenteert de jeugdzender zich in een wat gekuistere vorm." Dat komt omdat er in Amerika meer christelijke groeperingen zijn die een grote invloed op de maatschappij hebben," aldus Brent Hansen. Het tv-kanaal maakt in Amerika ook meer propaganda voor de goede zaken als seksuele voorlichting (condooms) en het milieu. Reclames voor drank, drugs en tabak zijn taboe op het Amerikaanse kanaal. De zender stimuleert de jeugd zelfs om meer boeken te gaan lezen. Hansen: "Als je zoveel invloed hebt als wij, moet je dat gewoon als een plicht zien."	RO, CO
18-09-1992	AD	De hoerenkast en het hellevuur	Dorenbos: "Het disco en banghead-cd-verschijnsel (bedoeld wordt vermoedelijk headbang, red.) is geaccepteerd en sluipt zelfs in christelijkemuziek en tv-festivals steeds opener binnen. Het onderscheid tussen EO-3 en de overige programma's vervaagt en de door de jeugd veel bekeken zender MTV is een aaneenschakeling van op seks, drugs en bovennatuurlijke effecten gerichte, aan elkaar geplakte videoclip die 24 uur de ether vervuult.' Hij roept de zondaars op het aantal kijkuren te verminderen en programma's met een 'slechte' inhoud niet meer te volgen. Verder moet het kijkgedrag in groepsverband, familie, bijbelkring, vereniging, kerkeraad, gemeente, organisatie en synode aan de orde komen. "Zij die besluiten de tv niet te nemen zijn te prijzen. Zij die geen discipline kunnen opbrengen moeten om pastorale hulp vragen.'	RO, GE
07-10-1992	AD	Bondage	Madonna's jongste videoclip is bij de popzender MTV niet in goede aarde gevallen. De clip van haar nieuwste single Erotica bevat een volgens het station aanstootgevend bondage-scene. MTV zendt het filmpje alleen 's nachts uit.	CE, CO
20-10-1992	Het Parool	Madonna met boek 'Sex' hot item in Engelse	Verenigde Staten zullen sommige winkels weigeren het te verkopen, in Groot-Brittannië wordt gedacht over een verbod en in Frankrijk en Italië overtreft het aantal reserveringen iedere verwachting. Het enige land	CO CE

		politiek	waar Madonna's fotoboek Sex nauwelijks commotie veroorzaakt, is Nederland. Net als in de videoclip bij haar laatste single Erotica legt Madonna in haar boek een ruime belangstelling aan de dag voor sado-masochistische sex. De zangeres is druk in de weer met zweepjes en toont zich volleerd op het onderdeel bondage. Op enkele van de sm-foto's wordt Madonna bijgestaan door twee lesbische, zwaar getatoeerde skinheads. In Nederland werd de clip zonder slag of stoot uitgezonden. In Engeland daarentegen bracht de BBC de duur van de videoclip van zeven minuten terug tot drie.	
22-10-1992	AD	Artistiek oplichtster	Bij de Amerikaanse popster weet je het tenslotte nooit: ze houdt zich bezig met acteren, musiceren, poseren voor gewaagde foto's en het maken van gedurfde videoclips. Voor Madonna is het allemaal onlosmakelijk met elkaar verbonden. Koop iets van haar en je koopt een levensstijl: veel glitter en glans, gevat in een ondeugend jasje. Shockeren kan zij als geen ander. Zou Erotica taboedoorbrekend zijn? Er blijken inderdaad twee nummers over seks te gaan, maar het taalgebruik van Madonna is dermate kuis en omfloerst dat de gemiddelde luisteraar dat pas na het bekijken van de videoclip zal beseffen. De gewaagste dame van de muziekindustrie is met Erotica verworpen tot de zoveelste artistieke oplichtster in de pop.	CO
29-01-1993	ANP, Parool, NRC	Tv-station MTV weert videoclip Paul McCartney	De popzender Music Television MTV weigert een nieuw liedje van Paul McCartney uit te zenden omdat er veel in wordt gevloekt. Dat heeft een woordvoerder van de voormalige Beatle donderdag bekendgemaakt. In het lied "Big Boys Bricking", een protest tegen regeringen die laks reageren op milieuvervuiling, komt het woord "fucking" maar liefst zeven keer voor. Het televisiestation MTV, dat nooit terugschrikt voor uitzending van seksueel suggestieve videoclips, is bang zijn vingers te branden aan het nieuwe produkt van McCartney, aldus de woordvoerder. In het liedje zegt de Britse popster dat regeringen "het voor iedereen verneuken" (fucking it up for everyone).	CO, CE
06-05-1993	AD	MTV zendt alternatief festival uit	De commerciële muziekzender MTV zendt volgende week zaterdag, tegelijkertijd met het Eurovisie Songfestival, een alternatief festival uit waarbij een Europese jury de beste pop-clip van Europa kiest.	PR
05-07-1993	Het Parool	Ludwig stelt orde op zaken in classiclip	(Hazendonk:)Hij vindt de moderne videoclip een ingenieus, maar wat stereotiep medium. 'MTV doet zowel heel goede als slechte dingen, maar vaak zijn popclips simpelweg op het ritme van de muziek gemonteerd. Ik denk dat er meer mee mogelijk is. Bij Prince zou ik me veel kunnen voorstellen. Die stopt in zo'n nummer echt de hele geschiedenis van de popmuziek. Hij zegt iets over rap, over oude soul, over de Beatles en Jimi Hendrix. Er zitten veel lagen in zijn muziek. Dat maakt hem veel boeiender dan Michael Jackson, die wel fantastisch kan zingen en dansen, maar als persoonlijkheid weinig om het lijf heeft. Zijn clips zijn alleen maar sensationeel.	GE
09-07-1993	ANP	Geschiedenis van de videoclip op tentoonstelling in Amsterdam	In het midden van de tentoonstelling zijn ook videoclips van het popstation MTV te zien. De geschiedenis van de clip is tenslotte onlosmakelijk verbonden met dit televisie-popstation. MTV-News presentatrice Lisa L'Anson opent dan ook de tentoonstelling. (uit ANP bericht)	PR
09-07-1993	AD	De invloed van de videoclip	Volgens H. Klute van de Sleepin Arena toont deze expositie de betekenis van de videoclip voor de popgeschiedenis aan. "Bij Bohemian Rhapsody is de televisie voor het eerst bewust als medium ingezet om de verkoop te bevorderen", aldus Klute. "Maar er zijn meer opnamen, die om bepaalde redenen belangrijk zijn geweest, zoals bij voorbeeld The Jazz Singer van Al Jolson uit 1927. Honderd van deze bijzondere filmpjes kunnen worden bekenen op een videowand."	VS, GE
10-07-1993	Het Parool	Expositie Sleep-inn over geschiedenis van de	De visuele presentatie bespaarde de musici verder een rondgang langs de verschillende studio's - en ze wilden Britse bodem liever mijden, vanwege een belastingschuld. Het was 1975 en de eerste video-clip	PR

		videoclip	begon aan een reis over de wereld. 'Bohemian Rhapsody' werd een groot succes.	
17-07-1993	NRC	Ik geloof heilig in de vitaliteit van televisie; Wim Koole, voormalig IKON-directeur	Ik zie natuurlijk ook de overvloed aan banale clichés die over ons uitgestort worden. Ik ben niet naïef. Er is een verklaring voor. Televisie is in ongekorte tijd, pakweg een halve eeuw, uitgegroeid tot het communicatiemiddel dat iedereen in huis wil hebben. Het doet een enorm appel aan de creativiteit, want er moet veel gevuld worden en er is nooit genoeg. Maar dat doet niets af aan de vitaliteit van het medium. Ik geloof daar heilig in. Televisie zal ook altijd weer een generatie van nieuwe talenten uitdagen. Het sterkste voorbeeld daarvan vind ik de videoclips op MTV, waar wondermooie dingen tussen zitten.	VB, GE, VS
21-07-1993	AD	De razendsnelle ontwikkeling van de videoclip	Hoewel sinds Al Jolson's The Jazz Singer (uit 1927) de muziekfilm al bijna een halve eeuw een even beproefd als vertrouwd genre was, werd halverwege de jaren zeventig ineens een nieuwe mijlpaal bereikt. De videoclip. En niet eens als resultaat van een bijster creatieve opwelling, maar meer uit nood geboren. (...) Was tot dat moment een (drie)dubbelalbum met een spectaculair hoesontwerp voor iedere popartiest je van het, al spoedig zou de clip, waarin in de loop der jaren steeds meer geld zou worden geïnvesteerd, het belangrijkste marketing-instrument voor de platenverkoop worden. En het moment waarop de clip de plaats van 'de plaat' definitief heeft overgenomen, lijkt ook al niet ver meer weg. (...) Uit de tentoonstelling valt op te maken dat het verschijnsel clip weliswaar pas in het televisietijdperk een succes werd, maar dat al in de jaren veertig iets dergelijks bestond.	VS, GE
22-07-1993	Het Parool	CDA-tv	HET CDA laat zich in het komend verkiezingsjaar inspireren door de videoclip-cultuur van MTV. Kiezers mogen video's opsturen met vragen aan CDA-fractievoorzitter en beoogd lijsttrekker Brinkman. Een selectie van de vragen wordt vanaf 8 september uitgezonden en beantwoord door de gedoodverfde CDA-leider.	PR
30-09-1993	Het Parool	Clip voor vermiste kinderen	In de videoclip van het nummer 'Runaway Train' van Soul Asylum zijn foto's te zien van vermiste Amerikaanse kinderen. Aan het eind van de clip komt een telefoonnummer in beeld met een dringende oproep om naar deze kinderen uit te kijken. Volgens Sony Music werd de clip veelvuldig op de Amerikaanse tv uitgezonden en zijn inmiddels drie kinderen teruggevonden.	VS, RO, PR
16-11-1993	AD	Videoclip Guns N' Roses propvol hol drama en vage symboliek	VIDEOCLIPS van popgroepen zijn eigenlijk niet meer dan promotiefilmpjes. Een hulpmiddel waarmee singles en cd's worden verkocht. Niettemin kunnen sommige heel grappig of creatief zijn. Veel videoclips zijn echter gewoon stomvervelend.	PR, GE
04-12-1993	Trouw	Verenigde Naties maken videoclips tegen racisme	Het UNHCR heeft besloten het racisme en de aanvallen op buitenlanders op een bijzondere manier aan de kaak te stellen: via een gewelddadige popvideo. (...) De videoclip toont een groep jonge blanke racisten die een immigrant schoppen en met een mes doodsteken. De clip eindigt met de onthulling dat de leider van het groepje zelf een vluchteling is. (...) Het UNHCR hoopt dat de video spraakmakend zal zijn.	PR, RO
30-12-1993	NRC	Handen af	Dat geldt helemaal voor de wereldzender MTV met zijn populaire videoclips waarin seksisme en agressiviteit niet worden geschuwd (...) Een oproep tot bewuste mediaproductie, en eens wat beter letten op wat de opgroeiende jeugd naar binnen krijgt, is niet overbodig. (...) Het is geen staatstaak de media te programmeren. De grondwet geeft de vrijheid van meningsuiting aan de burger en niet aan de overheid.	RO, CO
01-04-1994	Trouw	'Ga Beavis en Butt-Head niet imiteren!'	Om het relatief saaie imago van MTV (dat 24 uur per dag videoclips uitzendt) op te krikken kreeg het tweetal een paar jaar geleden van de directie carte blanche om in een soort 'Top of flops' vanaf de couch commentaar te leveren op de clips. Al snel werd duidelijk dat alles wat niet in de categorie 'hard, sensationeel, seksistisch' valt door B en B van het scherm wordt gezapt.	RO, CO
02-04-1994	Het Parool	Misdaad loont	Wie mee wil tellen, poseert op zijn hoes met in de handen een Uzi of een AK 47, videoclips zien er uit als fragmenten uit misdaadfilms en dan zijn er dus de teksten... Yo motherfucker, yo! Popmuziek zou anno 1994 niet meer shockeren? Gangsta rap schopt die veronderstelling keihard onderuit.	RO, CO, GE
03-05-1994	ANP	Epilepsie fonds: geen	Razend snelle flitsbeelden in veelal reclamespots en videoclips moeten aan banden worden gelegd.	VS, GE

		snelle flitsbeelden op televisie		
16-05-1994	AD	Hard-rock cafe geopend in Peking	In Peking wordt iedere videoclip en elke groep die optreedt eerst door de censor beoordeeld. En tussen de portretten van popsterren figureert ook Mao.	CE
21-05-1994	NRC	Romantiek	maar met de opkomst van de popmuziek, en daaropvolgend de muziekvideo, is een compleet nieuwe taal ontstaan. Maar wat wordt er verteld? In feite vertelt een videoclip niets. Ze suggereert, in fragmenten, grapjes en raadselachtige verwijzingen naar andere culturele vormen zoals mythen, sprookjes en Hollywoodfilms. Een heft geen lineaire verbanden, geen chronologisch tijdsverloop, geen ruimtelijke continuïteit en de karakters zijn niet consistent. De muziekvideo, zou je kunnen zeggen, is een nieuwe vorm van melodrama, met een voorliefde voor het groteske, het absurde, het wonderbaarlijke en het extravagante. Elk gevoel of verlangen wordt zo excessief mogelijk verbeeld en daardoor, min of meer per ongeluk, geparodieerd.	GE, VS
28-07-1994	NRC	Tandeloze seks	Het zijn de gewone pornografieconsumenten en de MTV-generatie met hun seksueel expliciete videoclips die er altijd van langs krijgen vanwege hun wansmakelijkheden, maar de honderdduizenden vrouwen die een doorsnee damesblad lezen, weten er ook wel weg mee.	RO, CO
26-10-1994	ANP	Rap en bubblin' voor Haagse gangs	Met cursussen rap, percussie en bubblin'-dansen moeten de leden van de Haagse jeugdbendes uit het criminele circuit worden losgeweekt. Het muziek- en dansgezelschap Pandora uit Den Haag werkt aan een ambitieus project om jongeren er zo toe te zetten zich creatief bezig te houden, in plaats van voor crimineel te spelen. Het project moet resulteren in een cd en een videoclip. "Door de meest positieve aspecten van de bendecultuur te stimuleren, moet het mogelijk zijn om mensen op het rechte pad te houden", zegt J. Noske van Pandora.	PR, RO
10-02-1995	NRC	Post-glamour beeldenmakers	De 'visuele geletterdheid' groeit in onze beeldcultuur. Kunstkenners zijn allang niet meer de enigen die graag en met geoeftend oog naar beelden kijken. Vooral de videoclips en de reclamefotografie hebben het genieten van woordloze beelden tot een massacultureel verschijnsel gemaakt.	VB
22-03-1995	Groene Amsterdammer	Muziek op een sokkel	Bij videoclips is de precieze inhoud van de plaatjes helemaal niet zo belangrijk. Het ritme van de montage, het tempo en de atmosfeer van de bewegingen in de plaatjes, de openheid en de kleur van de beelden - het verbond tussen beeld en geluid wordt op een veel abstracter niveau gesloten.	GE, VS
22-04-1995	AD	Het is oorlog in de hoofden van mensen	Hij refereert aan punk, rappers en videoclipsvol geweld in relatie tot politiek rechts-extremisme.	CO
02-06-1995	De Gelderlander	Safe-sex-party bij Het Klokhuis in Rheden - Swingen en nippen aan een maagdensapje of een natte droomcocktail	Verder is er een safe-sex-videoclip te zien en een voorlichtingsfilm genaamd Peepshow.	PR, RO
13-06-1995	NRC	Muziekzender MTV is het beste venster op invloedrijke popcultuur	Videoclips zijn na CD's het belangrijkste medium in de popmuziek, en MTV schenkt daaraan gevarieerd aandacht. Al jaren is MTV een begrip. Er wordt zelfs gesproken van de MTV-generatie, een omschrijving die pessimistische cultuurcritici van het type George Steiner gebruiken voor jongeren die zijn behept met een uiterst korte aandachtsspanne, doordat ze de hele dag naar snel gemonteerde videoclips zouden kijken. (...) Door MTV van de kabel te weren, ontnemen ze de Amsterdamse kijkers het beste venster op de popcultuur, die, of George Steiner het nu leuk vindt of niet, de invloedrijkste cultuur van deze tijd is. (...) Tegenwoordig zijn videoclips na de CD het belangrijkste medium in de popmuziek. Ze vormen het hoofdbestanddeel van de uitzendingen van Music Television: MTV is de apotheose van de popmuziek als	GE, VS

			<p>beeldcultuur.</p> <p>Videoclips kunnen allerlei vormen aannemen, variërend van ouderwetse registraties van optredens tot surrealistische aaneenschakelingen van beelden die niets met het liedje hebben te maken. Het idee van pessimistische cultuurcritici, dat alleen bestaan uit zenuwslopende, snel gemonteerde beelden, is al lang achterhaald: er bestaan verschillende die juist in een take zijn opgenomen, zoals 'Unfinished Sympathy' van Massive Attack.</p> <p>Op weinig plaatsen in de filmindustrie bestaat zoveel ruimte voor experimenten als in de wereld van de videoclip. (...) Maar of ze nu 'hoge' of 'lage' cultuur vormen, een ding hebben de clips gemeen: ze oefenen een enorme invloed uit op mode, reclame, film en zelfs de beeldende kunst.</p>	
01-07-1995	Het Parool	Rock & Roll	<p>En toen deed de videoclip zijn intrede. De hele popwereld was ervan in de war, maar vrouwelijk popmuzikanten wisten er helemaal geen raad mee. Had punk aangetoond dat vrouwen in de popmuziek niet noodzakelijk seks-objecten hoefden te zijn, kwam er ineens weer zo veel nadruk op het visuele te liggen. De link tussen seks en popmuziek was nooit zo duidelijk geweest als in de door gedomineerde vroege jaren tachtig. Het waren gouden tijden voor rockchicks als Tina Turner en Cher, maar de meeste andere vrouwen in de popmuziek wisten het even helemaal niet meer. Totdat Madonna verscheen, de eerste vrouwelijk artieste die het medium video volledig uitbuitte. Aanvankelijk afgedaan als 'lichtgewicht' bleek er toch meer aan de hand te zijn. De Marilyn Monroe van de jaren tachtig was geen slachtoffer, maar juist volledig in control. Seks en macht gingen in de popmuziek eerder hand in hand, maar dat het daarbij om vrouwelijke macht ging, was binnen diezelfde popmuziek nog niet erg vaak eerder vertoond.</p>	VS, GE
25-07-1995	De Volkskrant	GTV	<p>Je moet niet te lang achter elkaar naar videoclips kijken. En vooral niet te intensief. Daar krijg je hoofdpijn van. Clips zijn gemaakt voor de huiskamer, waar gevochten moet worden om de aandacht van de afgeleide kijker. Beeldwisselingen geven een hoop lichtgeflinker, en daar kijkt een mens nou eenmaal van op. (Is er brand? Is er een heftig ongeluk op tv? Houd m'n toestel er mee op?) Is de blik eenmaal opgevangen, dan moet de constante beweging in het beeld deze blik zo lang mogelijk vasthouden. Dus wiebelen en springen de zangers en dansers voor een non-stop bewegende camera. MTV is een onafgebroken verleidingsact.</p>	GE, VS
31-07-1995	NRC	Edele delen Michael Jackson uit video	<p>die aanvankelijk een glimp van Jacksons geslachtsdelen liet zien, te elfder ure elektronisch bewerkt om hem voor een breder publiek acceptabeler te maken.</p>	CO, CE
08-08-1995	De Volkskrant	Cultuurgoed	<p>MTV mag niet zomaar verdwijnen. (...) MTV maakt deel uit van de cultuur.</p>	GE, VS
22-08-1995	De Volkskrant	Naakt of namaak	<p>Tepels of schaamhaar zul je niet snel zien op MTV - je bent wereldwijd of je bent het niet.</p>	CO
05-09-1995	De Volkskrant	Doe het zelf!	<p>In de opmars van doe-het-zelf programma's, waarin de kijker meedoet met de makers, wordt langzaam maar zeker ook de videoclip publiek eigendom.</p>	GE, VS
09-09-1995	De Gelderlander	Op tv is Music Factory niet 'the real thing'	<p>MTV, de 'uitvinder' van muziektelevisie, blijft ondanks de groeiende concurrentie de trendsetter in popland. Het videoclip-station heeft zich de laatste jaren ontpopt tot een all-round jongerenzender. Natuurlijk vormen de clips nog steeds de basis van de programmering, maar MTV staat voor meer dan snelle beeldwisselingen en slecht in beeld gebrachte presentatoren alleen. Kortom, MTV maakt deel uit van de huidige popcultuur. Elke internationale popmuzikant laat daar zijn nieuwe videoclip in premiere gaan. De MTV-Awards beginnen onderhand de Oscars van de muzikwereld te worden.</p>	GE, VS
03-11-1995	Trouw	Duits televisiestation weert jongste clip van David Bowie	<p>De jongste videoclip van de Britse popster David Bowie, 'The heart's filthy lesson', is door het Duitse muziek-televisiestation Viva 2 geweerd wegens het te bloedige karakter. Op de clip begeeft Bowie zich in het milieu van dood en verderf en wordt de suggestie gewekt dat hij aan rituele slachtingen deelneemt.</p>	CO, CE

23-11-1995	De Gelderland r	Lekker zappen van Pakistan naar Arabie - Familie Jansen uit Vortum-Mullem ontvangt met schotels in tuin driehonderd zenders	De bewering dat de mens haast schizofreen moet zijn om tegenwoordig alle snelle beelden op de televisie te kunnen volgen, is niet onbekend onder de fanatieke beeldbuis kijkers. In de toekomst zien waarschijnlijk alle programma's er uit als videoclips. Snel en makkelijk verteerbaar. Want anders raakt de mens maar verveeld en zapt hij snel naar een ander net.	GE, VS
01-12-1995	Trouw	Zaak tegen Snoop Doggy Dog vooral tegen alles wat vies en voos is	Ook MTV en andere tv-stations die de videos laten zien die bij de muziek horen, voelden zich geroepen actie te ondernemen. Videoclips waarin pistolen en geweren te zien zijn, mogen niet meer op tv. Andere vormen van geweld worden alleen uitgezonden als ze gerechtvaardigd zijn, geweld om niets mag niet meer. Scheldwoorden en beledigingen worden weggepiept. Natuurlijk beweren Time Warner en de radio- en tv-stations allemaal dat ze de maatregelen hebben genomen om de jeugd tegen zichzelf te beschermen. Angst voor politieke regelgeving en een slechte reputatie speelde misschien ook in hun achterhoofd mee toen ze de beslissing namen. Dat het besluit de bedrijven geld kost, staat vast.	CO, GE
02-02-1996	ANP	Rio boos over Michael Jacksons videoclip in krottenwijk	Functionarissen in Rio de Janeiro hebben geprotesteerd tegen plannen van Michael Jackson om een videoclip te nemen in een door geweld geteisterde krottenwijk. De clip zou de pogingen schaden om de reputatie van de stad te verbeteren. "Dit is geen artistieke censuur. Het is een legitiem protest namens de stad", verklaarde de minister van handel, industrie en toerisme, Ronaldo Cezar Coelho. "Als hij armoede zoekt, waarom filmt hij dan niet in Harlem?"	PR, CO, CE
07-02-1996	De groene Amsterdam mer	Zij hebben 'de benen'	Jhally rangschikt in zijn film de videoclipbeelden naar visuele thema's. Draaiende konten, opkruipende rokjes, vrouwen die over de grond kruipen, vrouwen die weglopen en nog even omkijken... Het is onthullend hoeveel precies dezelfde beelden Jhally is tegengekomen. In zijn analyse vertellen die beelden allemaal hetzelfde: de vrouw presenteert zich als lustobject en nodigt de mannelijke kijker (regisseur, cameraman) uit om haar figuurlijk of zelfs letterlijk uit te kleden. Verkrachting is maar een klein stapje verder, luidt de waarschuwing van Jhally, die zelf 'zijn' filmbeelden toelicht met een ingesproken commentaar. Om deze waarschuwing kracht bij te zetten, plakte hij achter de clip-fragmenten de rauwe verkrachtingsscene van Jodie Foster uit The Accused. Nogal Amerikaans dus, niet erg subtiel. Bovendien vind ik het dubieus om die fragmenten uit de context te halen van de hele clip. Daarmee haalde hij bijvoorbeeld het spel onderuit dat rappers als Salt 'n' Pepa spelen met verschillende vrouwbeelden. Toch was ook ik geschokt door de film, die het gevaar laat zien van een beeldtaal die ik eigenlijk als vanzelfsprekend beschouw	RO, CO, GE
27-04-1996	Trouw	Hangoren en herscheppingsoren	Gender-bending heeft, volgens haar, alles met de huidige beeldcultuur te maken; popartiesten op videoclips kunnen in rook of vuur opgaan, een machine worden, een dier worden... of van sekse veranderen. Vrouwen op videoclips laten zich niet langer pinnen op oude tegenstellingen als maagd-hoer of als heks-heilige. Vaak zie je binnen een videoclip vier of vijf uiteenlopende beelden van vrouwelijkheid met daartussen in een beeld van hen als man. Zwoele vamp, stout jongetje, zakenvrouw, femme fatale, dominante manager: ze zijn het allemaal. "Vrouwelijkheid, zo lijken deze popsterren te zeggen, is geen essentie maar een serie van maskerades." En over de mannelijke gender-benders. "De visuele cultuur plaatst de mannelijke popartiest in een traditioneel vrouwelijke positie: ook hij wordt object van de blik van de camera, ook zijn lichaam wordt geobjectiveerd, ook bij hem worden het beeld en uiterlijk belangrijk.' De mannen reageren op twee manieren: verschuilen zich achter machismo (rap, heavy metal) of ze exploreren vrouwelijkheid in hun gender-bending.	RO, CO

17-06-1996	AD	Radio met mooie plaatjes: Muziekzenders MTV en TMF spelen oorlogje op kleine schaal	In de nieuwe programmering besteedt MTV meer aandacht aan seks. Zelfs homo-erotisch getinte videoclip zijn niet langer taboe, op de late avond althans. Overdag worden de videoclips met regelmaat ontsierd door zwarte blokjes of mistige beeldjes als er teveel bloot in beeld komt. In tegenstelling tot MTV wordt bij TMF geen censuur toegepast. "Je moet niet knippen in het artistieke product van een ander", zegt Harding. "Je draait de clip of wel of niet. Gelukkig zijn wij nog geen dingen tegengekomen, waarbij we moesten beslissen of we iets zouden uitzenden of niet. Er zitten wel hele gore video's bij, maar in Nederland kan alles." Nieuwenhuis meent dat zijn werkgever zich aan de veilige kant van de lijn bevindt. "Wij zijn officieel gevestigd in Engeland. Daardoor vallen we onder de controle van de ITC, het controlerende orgaan voor televisiezenders. MTV America vindt ons sexy."	RO, CO, CE
01-08-1996	De Volkskrant	Er zit geen muziek meer in MTV	Van die culturele dominantie is niet veel meer over. Wie andermans creaties tegenwoordig 'MTV-achtig' noemt, geeft geen compliment. Halverwege de jaren negentig blijkt het snelle imago van MTV synoniem met de karikatuur van de yup uit de jaren tachtig. '	GE, VS
30-08-1996	Het Parool	Moore verwijt media gebruik van kinderen	De Britse acteur Roger Moore, James Bond en The Saint in een persoon, heeft gisteren de media en de reclame verweten dat zij het 'Lolita-syndroom' aanwakkeren door zeer jonge meisjes als seksueel begerenswaardige wezens uit te beelden. (...) 'We zien in de advertentiemarkt steeds meer beelden van kinderen, wier seksualiteit wordt gebruikt om produkten te verkopen, om te prikkelen en op te geilen,' zei Moore. 'Zelfs volwassen modellen worden steeds vaker gekozen omdat ze er zo kinderlijk uitzien. De grens tussen seksuele rijpheid en 'veel te jong' wordt vager en vager.' (...) 'Tegenwoordig zie je overal Lolita's, niet alleen in films, maar ook op billboards, in bladen, in videoclips. Maar geen hond die er nog over valt.'	RO, CO
30-09-1996	AD	De vluchtigheid van de trends	Hoe vluchtig trends zijn bewijzen de lotgevallen van de muziekzender MTV. Nog niet zo lang geleden waren er profeten die veronderstelden dat er een internationale jeugdcultuur zou ontstaan dankzij MTV. De muzikale videoclips van de popzender zouden jongeren van Peking tot New York en van Nairobi tot Amsterdam ertoe brengen een gemeenschappelijk stelsel van normen en waarden te ontwikkelen. Inmiddels is de Nederlandse kijkdichtheid van MTV tot een minimum gezakt, doordat de jeugd massaal overschakelt op het nieuwe station TMF, dat muziek en presentatoren van eigen bodem brengt. Ondanks hun foute inschatting hoeven de goeroes niet te treuren. Onbeschaamd zullen ze een nieuwe trend signaliseren, die in tegenspraak is met de vorige: "De moderne jeugd orienteert zich steeds meer op nationale waarden." Totdat er weer een ander fenomeentje opduikt, dat de trendduiders zullen formuleren als de 'internationalisering van de jeugd'.	GE, VS
17-12-1996	Brabants dagblad	Gabberhousemuziek in veel discotheken taboe	Op muziekzenders als MTV en TMF zijn tijdens de gabberuurtjes regelmatig videoclips te zien waar de agressie van afdruipt. Bijvoorbeeld bij nummers als Always hardcore en Fuck the macarena, waar auto's worden verpulverd door grote hijskranen. "En je ziet in die clips ook nogal wat lieden rondlopen met grote, bolle ogen, van alle pilletjes", zegt Frank Boeijen van de Bossche discotheek Kings. Zijn deejay Felix van der Linden mag niet verder gaan dan happy hardcore. Muziek draaien is vaak net koorddansen, zegt deze: "Zo'n nummer als Gabbertje, dat nu op 1 staat, dat hoef je voor echte gabbers niet te draaien. Die vinden dat vreselijk. En als ik geen happy hardcore draai, worden sommigen ook weer agressief."	GE, VS
14-02-1997	AD	Gladjes tv-kijken via Internet	Spike Lee heeft voor RealVideo meteen drie filmpjes van vijf minuten gemaakt. George Michael leverde een videoclip met zijn nieuwste song. "In de muziekindustrie zijn veel mensen die niets zien in Internet, maar voor mij is het de toekomst. Je kunt als artiest rechtstreeks je publiek bereiken. Als je clip niet op MTV te zien is kun je het normaal verder wel vergeten. Hier kun je het publiek zelf laten kiezen.'	GE, PR
14-05-1997	Trouw	MTV meest gewelddadig	In videoclips die MTV uitzendt, komt twee keer zoveel geweld in beeld als bij andere Amerikaanse muziekzenders. Het gaat daarbij vooral om rap en rockmuziek: in een op de vijf video's verheerlijken	CO, RO, CE

			popsterren en acteurs geweld en wapenbezit. De wetenschappers dringen er bij musici en producers op aan onnodig geweld uit de clips te verwijderen. Vooral mannelijke Amerikanen van Afrikaanse herkomst worden relatief vaak met geweld in beeld gebracht	
22-05-1997	Trouw	Helft zwangerschappen in Suriname afgebroken	"Volwassenen staan wel toe dat seksueel zeer expliciete videoclip op de televisie komen, maar willen niet accepteren dat jongeren steeds vroeger seksueel actief worden."	RO, GE, CO
04-09-1997	De Volkskrant	Goede reden ontbreekt voor video-expositie	Wel even wat anders dan What a wonderful world, het kijksppektakel dat het Groninger Museum in 1990 organiseerde. Toen werd de hele stad met videoclips bezaaid, in bushokjes en paviljoens die speciaal door kunstenaars waren ontworpen. In het museum was per thema een speciale ruimte ingericht, waarbij elementen uit de filmpjes in uitvergroete vorm terugkwamen. Die tentoonstelling in Groningen was precies op tijd. Zeven jaar geleden was MTV de wereld aan het veroveren, en de vele spraakmakende filmpjes die deze clipzender vertoonden rechtvaardigden de gedachte om dit relatief jonge fenomeen eens met een kunstbril op te bekijken. Intussen zijn videoclips een vanzelfsprekend verschijnsel geworden, dat nauwelijks nog verwondering wekt. Wie nu nog aankomt met videoclips in een museum, moet daar een duidelijke reden voor hebben, of een specifieke invalshoek. (...) Schoonheid, dans, seks en drugs, abstracte clips; de categorieën bevestigen de eerste indruk en gaan daar niet aan voorbij. Namen van regisseurs ontbreken.	GE
13-09-1997	Trouw	Strakk wil graag een fanclub	De jongens van Strakk laten het allemaal maar gewoon over zich heen komen. Ze zijn ruim een maand geleden 'ontdekt' en nu al is hun videoclip op TMF te zien.	VS, GE
17-09-1997	De groene Amsterdammer	Beelden uit de hel	In de hel wordt niet gemarteld maar klinkt Vivaldi via een elektrische viool, bespeeld door een meisje dat mimiek en lichaamsbewegingen van pseudo-copulerende dames uit videoclips nabootst, begeleid door synthesizers, drumstel en migraine opwekkende lichteffecten. (...) Er bestaat uitstekende popmuziek, maar MTV en TMF bewijzen continu dat er naast gezond voedsel op dat vlak toch vooral diarree geproduceerd wordt. Die willen veel jongelui kennelijk en die krijgen ze volop en mij is een raadsel waarom je voor hen dan ook nog klassieke gerechten in drab moet veranderen	GE, CO
01-11-1997	Trouw	Ikon gepakt op seksisme	De muzieklender TMF zond twee keer een videoclip uit die niet geschikt is voor jeugdige ogen.	CE
06-11-1997	AD	MTV betekent niets voor de Nederlandse popmuziek	In Den Haag heeft MTV na een enquête onder kijkers het veld moeten ruimen ter ere van de Nederlandse imitator. In tegenstelling tot MTV vertoont TMF veel videoclips van eigen bodem. Groepen en artiesten die, taalbarrières ten spijt, in Nederland een immense populariteit genieten, maar daarbuiten nauwelijks een poot aan de grond krijgen. (...) MTV heeft tot dusver niets betekend voor de Nederlandse popmuziek. En vice versa. Als de Nederlandse markt MTV echt zo lief is, doet de zender er goed aan wat verder te kijken dan de Oasissen, Spice Girlies en Jon Bon Jovi's. Stel dat MTV bijvoorbeeld de internationale doorbraak van Total Touch kan bewerkstelligen, dan pas zou dit station zijn bestaansrecht op de Nederlandse kabel echt bewijzen.	GE, VS
10-11-1997	AD	Geweld genoeg voor Pax Christi; Nieuwe man Van Iersel maakt zich ook druk om brandhaard Nederland	"We zullen ons intensiever moeten bezighouden met dat geweld in onze samenleving', vindt de nieuwe secretaris. Het thema is niet nieuw voor Pax Christi. Zo hebben de Nederlandse en Vlaamse afdelingen meegewerkt aan de reente uitgave van Geweld genoeg! door de Stichting Vredeseducatie. Het boek geeft ouders en opvoeders praktische tips hoe ze kunnen omgaan met agressie en geweld dat hun kinderen bereikt via tv-series, videoclips, computerspelletjes en oorlogsspeelgoed.	GE, VS
15-11-1997	Trouw	Smack my bitch up	De nieuwe videoclip van de popgroep The Prodigy heeft al voor heel wat controverses gezorgd. In Engeland halen ze het niet in hun hoofd om het filmpje van de nieuwe single Smack my bitch up uit te zenden, vanwege expliciete naaktscènes, het overmatig drankgebruik en het snuiven van cocaine. (...) De clip is vanuit het oogpunt van een persoon gefilmd. "Je ziet de omgeving eigenlijk door zijn ogen.' Door die	CO, GE

			denkbeeldige ogen zien we dat mensen omver geduwd worden, er verschijnen vrouwenborsten, schaamhaar en er ontstaat een vechtpartij. "Toch vind ik de clip ondanks alles heel filmisch", zegt De Koning. De jongens van The Prodigy willen met het filmpje alleen maar opschudding veroorzaken, en dat is ze aardig gelukt. Op de redactie van TMF wordt al enige tijd gediscussieerd over seks en geweld in videoclippen. Het station bedient een hele jonge doelgroep. "Daarom hebben we onlangs een brief naar de platenmaatschappijen gestuurd. Daarin hebben we uitgelegd dat we clips met een overdosis geweld niet meer uitzenden.'	
18-11-1997	AD	Zwarte plek op de ziel; The Prodigy probeert succes te verklaren	Het is zeker niet bedoeld als uitnodiging om vrouwen te slaan. Ik hoop dat dit duidelijk is.' "Ik kan er eerlijk gezegd niet bij dat vrouwen Smack my Bitch up als beledigend ervaren', gaat Maxim verder. "Ik kan jou zo vijf hip hop-nummers laten horen die veel schokkender teksten hebben. Trouwens: teef is een heel lelijk woord. Welke fatsoenlijke vrouw zou zich daar nou aangesproken door voelen?" De Britse radio zal de nieuwe single van The Prodigy vermoedelijk niet draaien. De videoclip van het nummer, met expliciete seksscenes en openlijk drugs- en drankgebruik, is al verbannen naar de nachtelijke uren van de muziekstations. Een vraag blijft hangen: zoekt The Prodigy de controversen nu bewust op of niet? "Nee", zegt Liam Howlett beslist, terwijl hij door het raam naar de weggetjes en weilanden van Essex tuurt. "De controversen komt vanzelf naar ons, of wij nu willen of niet.	CO, RO
29-11-1997	Trouw	Smack my bitch up (2)	TMF blijft de controversie clip van de popgroep The Prodigy uitzenden. Voor het nummer 'Smack my bitch up' is een clip gemaakt die vol staat van geweld, seks en drugsgebruik. De redenering is als volgt: het is een hit en het is een mooie clip. "Dat is het belangrijkste", zegt programma-directeur Frank Helmink. (...) Helmink zegt dat TMF blijft vasthouden aan de eis dat er minder obscuriteiten in clips moeten voorkomen. "Nodeloos geweld blijven we verwerpen. Maar er wordt van geval tot geval bekeken wat wel en niet kan.' En dan is succes ook een goede maat	CO, RO
06-12-1997	AD	Discussie over clips laat op; Gewelddadige muziekvideo's worden ongestraft uitgezonden	Ooit rante Barry Hay, zanger van Golden Earring, voor de camera een non aan. Resultaat: de videoclip When the Lady smiles, uitgebracht in 1984. Nederland was geschokt. De Amerikaanse Nationale Raad tegen Geweld veroordeelde de videoclip als een van de gewelddadigste muziekvideo's van het jaar. (...) Muziekzender TMF lijkt duidelijker over het clipbeleid. Geen openlijk drugsgebruik. Geen zinloos geweld. Geen expliciete seksscenes. "Anders sturen we de videoclip terug", aldus TMF. "Zoals met de clip van de Nederlandse artiest Nance met het nummer He's my favourite dj. In de oorspronkelijke clip werd iemand duidelijk oraal bevredigd. Die scene is er op ons verzoek uitgehaald.' Smack my Bitch up van The Prodigy werd niet teruggestuurd, niet aangepast en wel uitgezonden. Ondanks de expliciete seks, het openlijke drugsgebruik en de geweldsscenes. "Bij clips uit het buitenland is terugsturen moeilijker", zegt TMF. "En The Prodigy is zo populair, daar kun je niet omheen. Als de groep minder bekend was geweest, zou de clip niet zijn uitgezonden.' Zinloos geweld en expliciete seks in clips van megasterren genieten een onaantastbare status die alle ethische normen te boven gaat. Kennelijk bepaalt de populariteit van een groep, en niet de inhoud van de clip zelf, wat wel en niet wordt vertoond. TMF zendt de clip van The Prodigy als compromis uit tussen 11 en 12 uur 's avonds. "De Mediawet kent geen regels voor videoclips", aldus het Commissariaat voor de Media. "Alleen films moeten gekeurd zijn door de filmkeuring op geschiktheid voor uitzending. De overige programmering valt onder de eigen verantwoordelijkheid van de omroepen. In feite kunnen ze dus alles ongestraft uitzenden.'	CO, RO, CE
22-12-1997	Leeuwarder Courant	Videoclip Prodigy niet meer op MTV	De muziekzender MTV wil de video 'Smack my bitch up' van Prodigy niet meer uitzenden. De kabelmaatschappij vindt de beelden van vrouwen die geslagen en met drugs geïnjecteerd worden te erg.	CO, RO, CE
30-12-1997	Het Parool	Ik heb niks tegen MTV, begrijp me goed, maar op	Het enige waar ik principieel bezwaar tegen heb, zijn video's die te gewelddadig zijn. Als we die binnen krijgen, vragen we aan de platenmaatschappijen of die clips opnieuw gemonteerd kunnen worden. Als dat	GE, RO

		een gegeven moment werd het allemaal zo underground, zo zwaar.	onmogelijk is, zenden we ze gewoon niet uit. Er kijken toch heel jonge kinderen naar TMF, en ik vind dat je zorgvuldig in die dingen moet zijn.' (...) Helmink: "In principe draaien we alleen video's waarvan wij denken dat het hits worden, of die visueel erg spannend zijn. Maar Nederlandse clips krijgen sneller dan buitenlandse het voordeel van de twijfel. Het moet natuurlijk wel uitzendbaar zijn, dat spreekt voor zich. Maar TMF is een Nederlandse zender, en dan is het logisch dat je veel muziek van eigen bodem draait. Het is duidelijk aantoonbaar dat TMF voor veel Nederlandse bands een goede reden is om een clip op te nemen. Sinds twee jaar zie je ook dat er veel meer Nederlandse acts in de hitparade staan. Ik denk wel dat TMF daaraan een bijdrage heeft geleverd.'	
08-01-1998	Eindhovens Dagblad	Trucs beheersen het beeld in videoclips	Met de 'verboden' clip voor 'Smack my bitch up' heeft Prodigy flink wat opgerakeld. Dat komt goed uit, want lange tijd was er helemaal geen reden om over inhoud of artistieke prestaties van clips te praten. Clips zijn eigenlijk reclamefilmpjes. Ze worden gemaakt om een product te verkopen. Prodigy zet dit idee op zijn kop door een clip te maken, die zoveel sex en geweld bevat, dat hij nergens wordt vertoond. Maar het maakt wel de tongen los over wat er nu eigenlijk te zien valt. (...) Het medium biedt alle ruimte voor experiment en creativiteit, maar clipmakers volhardten in oude beeldcliches.	VB, CO
10-01-1998	Brabants dagblad	Mooi Project: Kunstacademie ontwerpt kleding Exit	In de scene waar het om draait krijgt de hoofdpersoon de opdracht een videoclip te maken. Daarvoor moet hij modellen selecteren. De opdrachtgever wil veel vrouwelijk schoon en naakt, want dat verkoopt.	GE, RO, PR
05-02-1998	AD	Een vijver vol popprogramma's; Cor Bakker: Televisie besteedt te weinig aandacht aan andere genres	Is het tijdperk van de videoclip dan ten einde? "Onze kijkcijfers geven daar toch een duidelijk antwoord op", verdedigt Suzan Damen van The Music Factory (TMF). "Wij zijn enorm populair binnen de doelgroep. Maar het is wel zo dat live-programma's altijd goed scoren. Wij hebben zelf ook een groot aantal live-programma's onder onze hoede en die trekken veel kijkers.'	VS
14-03-1998	Het Parool	Breaken is ook branie	De videoclip It's Like That van Run DMC bracht breakdance weer onder de aandacht van het grote publiek.	GE, PR
30-03-1998	NRC	75 jaar	Ad Visser, 15 jaar het gezicht van Toppop, verklaart het succes doordat de artiesten 'dichterbij kwamen. Anders dan in de videoclip, waarin de glamour afstand schept'. De opkomst van de clip was een van de redenen dat Toppop na 18 jaar stopte: de artiesten kwamen niet zomaar meer opdraven.	GE, VS
11-04-1998	Het Parool	MTV: Het leven na de videoclip is anders	Terugkijkend op het vorige decennium is Adam Curry ervan overtuigd dat de videoclip en MTV een revolutie in de kunst teweeg hebben gebracht. 'We kunnen niet meer leven zonder de korte film van tussen de drie en zes minuten. Die is bepalend geworden voor hoe wij tegen het leven aankijken, hoe onze kinderen zich gedragen, hoe artiesten zich uiten.' 'Ook televisiemontage is drastisch veranderd. Vroeger mocht het beeld geen rare sprongen maken en je mocht geen harde knip maken midden in iemands spraak. Dat kan nu allemaal wel dankzij de clip. Aan die revolutie hebben we de Quentin Tarantino's te danken. Amerika heeft deze eeuw twee toonaangevende kunstvormen voorgebracht, jazz en de videoclip. Beide zijn honderd procent door Amerikanen bedacht en uitgebuit.'	GE, VS
21-04-1998	NRC	Een keer lachen	Videoclips worden nog altijd geassocieerd met snel gemonteerde filmpjes. Clips zijn bombardementen van beelden voor de zappinggeneratie, zo luidt het cliché.	GE, VS
26-06-1998	NRC	Gesprek met fotograaf Wolfgang Tillmans; Mijn versie van normaal en mooi	We denken dat high en low culture tegenwoordig volledig in elkaar zijn opgegaan, en inderdaad, een videoclip is vaak interessanter dan een kunstvideo. De popcultuur levert werk dat veel machtiger is dan kunst, en in potentie is het net zo puur en oprecht als kunstuitingen. Helaas wordt dat werk slechts zelden op die manier gebruikt en wordt het meestal ingezet voor commercieel gebruik. Daarmee gaat de	VB, GE

			oprechtheid verloren.'	
16-07-1998	ANP	MTV introduceert interactieve muziekzender	MTV is op het Internet de eerste echt interactieve muziekzender begonnen. Het nieuwe station, M2, zendt 24 uur per dag videoclipps uit die door de kijkers zijn uitgezocht.	VS
16-07-1998	AD	Muziekzender op internet	M2 richt zich, anders dan MTV, minder op het grote publiek. De muziek is 'vernieuwender en avontuurlijker' dan die op muziekzender MTV, en de videoclipps zijn van een 'hoger artistiek gehalte', meldt de M2-website. De uitzendingen van M2 zijn non-stop: de zender kent geen onderbrekingen door reclame of presentatoren. (...) MTV lijkt met M2 de concurrentie aan te gaan met lokale muziekzenders op televisie als The Box in Nederland, waar kijkers eveneens invloed op de programmering uitoefenen door telefonisch hun voorkeur voor videoclipps door te geven. Met M2 hoopt MTV een nieuw publiek te bereiken, met een eigenzinnigere en progressievere muzieksmaak, dat het laat afweten bij de mainstream-uitzendingen van MTV.	VS, GE
06-08-1998	NRC	Nog een lekkere pepslet in de buurt?	Het contrast doet denken aan de televisiezender MTV: de moralistische anti-discriminatie en redt-de-natuur-spotjes worden afgewisseld met verslagen van hedonistische feesten en seksistische van Amerikaanse rap-helden.	CO, PR
15-08-1998	Trouw	Snel, mooi, glad en liefst in eigen taal	Nog niet eerder is er zoveel veranderd in het televisie-landschap van muziekzenders als deze maand. MTV verwijderde zichzelf in Amsterdam van de kabel en tekende daarmee zijn eigen doodvonnis. TMF wordt steeds populairder en kondigde aan in oktober een Vlaamse televisiepoot op te zetten. Het kleine, interactieve station The Box vult de gaten die TMF laat vallen. (...) Wie vijf jaar geleden had voorspeld dat MTV (Music TV) voorbij zou worden gestreefd door nationale muziekzenders, werd voor gek verklaard. MTV was een machtig imperium met een grensoverschrijdende uitstraling. De zender gold als het bewijs van een nieuwe jongerencultuur, met snelle beelden en mooie mensen. Hoe kon een nationale zender hiertegen concurreren? (...) Uit het Continu kijkonderzoek van bureau Intomart blijkt dat voor de doelgroep van 13-tot 34-jarigen het marktaandeel van TMF vier tot vijf keer groter is dan dat van MTV. (...) "Het Nederlandse karakter is erg belangrijk, net als het imago. Wij willen ons alleen inlaten met activiteiten waarmee we ons imago bevestigen. Lowlands vinden we een goed festival, dus voeren we promotie en zijn we daar prominent aanwezig. We werken samen met disco's en met de 'BreakOut!' (tijdschrift voor tieners, red.). Dat zouden we niet doen met de 'Libelle'. En behalve in de Top 40 draaien we geen BZN of Jantje Smit.'	VS
21-08-1998	AD	Alle aandacht voor agressie op straat niet zinloos	De stichting timmert aan de weg met posters, kaarten, brieven en cd's met een over zinloos geweld die naar voetbalclubs zijn gegaan. Ze is te horen en te zien in radio- en televisieprogramma's. Een internetsite staat op het programma.	PR
03-10-1998	De Volkskrant	Bij TMF doet Fabienne waar ze zin in heeft	Music director Erik Kross bepaalt wat wel en niet wordt uitgezonden, maar waagt zich niet aan clips waarin penetratie of extreem geweld wordt getoond. De formatie Party Animals bracht een clip uit waarin jongens een auto in elkaar beuken. 'Zoiets kan niet. Het risico dat kijkers die apen nadoen is te groot', zegt Kross.	CO, RO, CE
02-11-1998	AD	Zweeds popduo trekt clip terug	De Zweedse zusjes Hannah en Magdalena Graaf, beter bekend als het popduo Systema Graafs, hebben de voor hun hit Give it up teruggetrokken. Aan het einde van de clip steekt een discjockey de dansvloer in brand, waarop tientallen jongeren dansen. Na de brand in een discotheek in Goteborg, waarbij vrijdag zestig jongeren om het leven kwamen, kan het filmpje niet meer, zo vond het duo.	VS, RO, CE
04-11-1998	De Volkskrant	George's 'coming out'	Outside heet zijn nieuwe single, en in de bijbehorende clip beleeft George niet alleen opnieuw zijn coming out maar geeft hij ondubbelzinnig commentaar op de gebeurtenissen die hem het afgelopen half jaar hebben getroffen. (...) Rassenrellen, plunderingen? Welnee, de stad lijdt aan een overdosis seks. In een razendsnelle montage vol symboliek wordt er in Los Angeles alleen nog maar aan seks gedaan, vooral aan de	CO, GE

			homoseksuele variant daarvan. Twee mannen vrijen in de laadbak van een vrachtauto, bodybuilders geilen elkaar op, een vrouw vol tatoeages laat zich nemen op het toilet, op een kantoor bespringen collega's elkaar. In een betekenisvolle scene zien we een rij urinoirs waarboven kleine camera's tevoorschijn komen - Big brother is watching you. Dit is de boodschap van George: overal waar we plezier hebben, worden we bespied en daarna opgepakt. Outside heeft voor George Michael ongetwijfeld therapeutische waarde, maar het is ook een muzikaal protest tegen de Amerikaanse hypocrisie aangaande seks. In een van de laatste shots zie we hoe het met de politie zelf is gesteld. Twee agenten van het type 'stoere klerenkast met gummiknuppel' kijken ineens broeierig naar elkaar en binnen twee seconden zijn ze verstrengeld in een stevige tongzoen.	
29-12-1998	De Volkskrant	Schimmen in clip George Michael	Maar sommige landen, met name de Verenigde Staten, vonden de van Outside veel te ver gaan. Daarom zorgde de platenmaatschappij van George Michael ook voor een gecensureerde versie.	CO, CE
01-04-1999	NRC	Abstracte composities in R&B	Veel arrenbie-clips lopen inderdaad over van luxe en geilheid. Strakke of juist overdadig versierde maar altijd witte villa's, niervormige zwembaden, overvloedige barbecue's, grote BMW's en natuurlijk mannen in maatpakken en vrouwen in krappe badpakken komen er vaak in voor. Hiermee staan de arrenbievideo's (en natuurlijk ook de nummers zelf) in een lange traditie. Lust en liefde in al hun hoedanigheden zijn het belangrijkste thema van de vroegere soul, de nog oudere rhythm 'n blues en de nog veel oudere blues. Toch is de geile, luxe video slechts een van de varianten in de arrenbieclip. Wie er serieus naar kijkt, ziet namelijk vaak veel meer dan alleen 'rolex-mercedes-macho-chick'. Die ziet bijvoorbeeld juist opmerkelijk vaak zingende vrouwen die mannen alleen als stoffering om zich heen dulden. Arrenbie is het genre in de popmuziek met verreweg de meeste zangeressen: tegenover de sporadische vrouw in de rock staat een heel leger vrouwen in de arrenbie.	GE, CO
03-04-1999	NRC	Mager lesje pop van The Cardigans	Het volle Paradiso van gisteravond danken ze voornamelijk aan de recente hit My favourite game, die vergezeld ging van een spraakmakende waarin Persson een gruwelijk auto-ongeluk veroorzaakt. 'Cartoongeweld,' noemt de platinablonde zangeres haar hoofdrol in de gewelddadige mini-speelfilm van Jonas Akerlund, tevens het kwade genius achter de beruchte seks- en drugsclip bij The Prodigy's Smack my bitch up. Zo'n clip is goud waard, want op grond van hun live-reputatie kunnen The Cardigans het nooit zo ver geschopt hebben.	GE, CO
21-08-1999	AD	Rapper Eminem, de schrik van alle ouders	Critici vinden Eminems tweede single en videoclip Guilty conscience eveneens 'te gewelddadig'. Samen met ontdekker en rapmaatje Dr. Dre vertolkt Eminem hierin het goede en kwade geweten van de mens. Het engeltje en het duiveltje – het laatste is vanzelfsprekend een rol van onze jonge rapper. (...) 'Mijn muziek is een politiek statement, zou je kunnen zeggen', vervolgt hij ineens gedreven. 'Als ik die dingen rap over dat meisje dat eerst wordt gedrogeerd en vervolgens verkracht, dan denkt iedereen dat ik dat soort zaken aanmoedig. Terwijl het juist bedoeld is om mensen meer verantwoordelijkheid bij te brengen. Want dit soort dingen gebeurt elke dag. 'Ik vind het zo hypocriet. Er zijn films waarin vrouwen aan de lopende band gepakt worden. Waarom mag iemand als Arnold Swarzenegger tientallen mensen neerknallen in een film en mag ik daar niet over rappen? Het is allebei entertainment. Muziek wordt altijd zo letterlijk genomen.	CO, RO
28-08-1999	AD	Politie ontstemd over clip Spookrijders	Klaas Wiltink, woordvoeder van de politie in Amsterdam, vindt de nieuwe videoclip van hiphopformatie De Spookrijders niet leuk. 'Maar wij zijn nuchter genoeg', zegt Wiltink, 'om in te zien dat we die clip toch niet kunnen tegenhouden.' In de bewuste clip bij het nummer Klokkenluiders – deze week Megahit op radio 3FM – zijn beelden te zien van de rellen die begin juli uitbraken bij het optreden van De Spookrijders tijdens een straatfestival op het	VS, CO

			<p>Mercatorplein in Amsterdam. Volgens de politie hebben De Spookrijders met uitspraken als 'Fuck The Police' bijgedragen aan het uitbreken van de rellen.</p> <p>Muziekzender TMF is evenmin gecharmeerd van de clip die tot nu toe niet is uitgezonden. Programma-directeur Frank Helmink liet Djax Records, de platenmaatschappij van de rappers, weten dat de clip te agressief is en niet past bij het imago van TMF.</p> <p>De Spookrijders zeggen dat ze niet verantwoordelijk zijn voor de rellen op het Mercatorplein. 'Ze hebben gewoon fuck the police gezegd en daarmee hebben ze de sfeer negatief beïnvloed', aldus Wilting. 'Nu ze met zo'n clip aankomen vind ik het een beetje flauw, zeker als de tekst er niets mee te maken heeft. Ze kunnen beter nadenken over wat ze op plein zelf hadden kunnen doen om die rellen te voorkomen.'</p>	
30-08-1999	ANP	Vechtpartij op Mercatorplein verwerkt in videoclip rapband	<p>De videoclip toont De Spookrijders verkleed als politieagent. Tussendoor zijn beelden van de rellen te zien. De politie ziet geen reden om het uitzenden van de videoclip tegen te houden. Wordvoerder K. Wilting kreeg te beelden voorgelegd door muziekzender TMF. „Ik kan de clip niet bewonderen, maar als de band de beelden wil gebruiken, moeten zij dat zelf weten”, aldus de woordvoerder.</p> <p>TMF legde de beelden voor aan de politie om eventuele juridische problemen te voorkomen. Inmiddels heeft de muziekzender besloten de clip uit te zenden. Dit gebeurt alleen na 20.00 uur. TMF laat weten dat dit niets met de beelden te maken heeft, maar uitsluitend is bepaald door de het muziekgenre van De Spookrijders.</p>	RO, CE
31-08-1999	De Volkskrant	TMF vindt Spookrijders-clip niet braaf genoeg	<p>Maandag aan het eind van de middag scheidt Antal van Elsen van TMF opheldering. 'We gaan de clip wel uitzenden maar alleen na acht uur 's avonds. Klokkenluiders is een erg leuk plaatje maar het is niet een heel braaf clipje. Er zitten niet echt leuke beelden in van de rellen op het Mercatorplein. We vonden het wel zo netjes om die eerst even voor te leggen aan Klaas Wilting van de Amsterdamse politie. Maar wat vooral meeweegt is de slechte kwaliteit van de clip. Hij is gewoon niet mooi gemaakt.'</p>	RO, GE, CO
28-10-1999	AD	NIN zoekt zangeres	<p>Trent Reznor, de man achter de elektronische rock – 'industrial' – van Nine Inch Nails, maakte zich eerder al beroemd en berucht met gewelddadige videoclips die muziekzender MTV weigerde uit te zenden, cd-opnamen in de villa waar de Charles Manson Family actrice Sharon Tate vermoordde, en de mengeling van geweld, seks en religie die doorklinkt in zijn teksten.</p>	CO, CE
10-11-1999	De Telegraaf	Robbie Williams woedend. Popster te dik voor eigen videoclip	<p>Popster ROBBIE WILLIAMS is razend. Hij mag niet in zijn eigen videoclip optreden omdat men hem 'TE DIK' voor zijn doelgroep vindt.</p> <p>De 24-jarige Robbie was verbijsterd toen hij hoorde dat men een body-stand-in zal gebruiken voor de promotievideo van zijn nieuwe hit ANGELS. (..) Een insider zei: In de video vindt een sexy jongeman een perfecte sexy jonge vrouw. Maar voor alle scenes waarin Robbie bloot moet verschijnen, heeft men een stand-in aangetrokken in Amerika. De Amerikaanse platenbazen, zo zegt men, waren niet onder de indruk van de originele Engelse video, waarin Robbie ook de liefdesscenes vertolkt. Zij vinden dat Robbie bijvoorbeeld qua uiterlijk en figuur niet kan tippen aan een George Clooney.</p>	GE, VS
25-11-1999	ANP	Dure videoclip George Michael onacceptabel voor muziekzenders	<p>Een videoclip van circa 800.000 gulden om de muziekvertolking van de Britse zanger George Michael aan de man te brengen, wordt uiteindelijk niet uitgezonden. De opnames laten volgens de televisiestations BBC, ITV en MTV niets aan de verbeelding over en tonen rechtstreeks naakt en drugsgebruik, zo meldt het showbizpersbureau WENN dinsdag.</p> <p>De videoclip is met medewerking van grotendeels ontklede prostituees opgenomen in Amsterdam en gaat er prat op dat „niemand van de optredende personen acteurs zijn”.</p>	CO, CE, RO
02-12-1999	NRC	Wat is George toch stout	<p>Ondanks het positieve en weinig realistische slot is de volledige clip alleen na negen uur bij MTV te zien. Dat komt niet door het thema prostitutie. Metallica had immers eerder dit jaar al een veel heftiger clip over een prostituee. Een meisje was erbij aanwezig terwijl haar moeder aan het werk was. Ook de</p>	CO, CE, RO

			schaarsgeklede 'actrices' in Roxanne zijn niet de reden van het late uitzendtijdstip bij MTV. Mariah Carey en het zwaargelovige tienersterretje Britney Spears bijvoorbeeld, hebben minstens even weinig aan. Nee, het is vooral een shot waarbij de genitalien van een prostituee een fractie van een seconde in beeld komen dat MTV deed besluiten de clip na negen uur uit te zenden. In de versie die overdag wordt uitgezonden is dat er uitgeknipt.	
11-12-1999	Leeuwarder Courant	Hot: littekens en implants	Ook Tattoo Bob trekt de vergelijking met onze evolutionaire voorouders als hij de drang om onszelf te versieren probeert te verklaren. „We zijn allemaal apen die alles van een ander na-apen. Als een popartiest in een videoclip twee keer zijn tong uitsteekt en er zit zo'n ding in, dan wil iedereen ineens een tongpiercing. Dat zijn de role models (rolmodellen) voor de jeugd. Ook de reclame maakt daar grif gebruik van. Bijvoorbeeld die Bountyreclame met die tribal tattoos. Men ziet het, vindt het leuk en wil het ook. ”	RO
13-12-1999	NRC	Een brave top 100	Originaliteit scoort verder hoog. De experts stemden massaal op Bjork, Massive, Air en Daft Punk. We zien de melkpakken met vleugels van Blur en Peter Gabriel wier hoofd wordt omsingeld door miniatuurtreinen. En Freedom van George Michael komt langs. De zanger speelt hier zelf niet in mee, waardoor het filmpje afwijkt van bijna alle bestaande videoclips. Supermodellen 'doen' zijn nummer. (...) Opvallend aan beide lijsten is dat videoclips die voor ophef zorgden, niet voorkomen. De seksclip van Madonna bij het nummer Justify my love is niet terug te vinden, of haar Like a prayer waarin een zwarte Jezus aan het kruis hangt. Geen joyridende Cardigans of Two Tribes van Frankie goes to Hollywood bovendien, waarin Reagan en Tsjernenko met elkaar vechten. Ook de gecensureerde Smack my bitch up van Prodigy lijkt bij de experts onpopulair, evenals de vrouwen met gezichtshaar van Aphex Twins Windowlicker. De 'schokkende' videoclips zijn bewust weggelaten, aldus Wallenberg. 'We zenden de top 100 overdag uit. Geweld en pistolen, seks en bloot, zelfmoord, drugs, alcohol en het occulte kunnen dan niet. Het gedrag wordt snel geïmiteerd door kinderen.'	GE, CO, VS