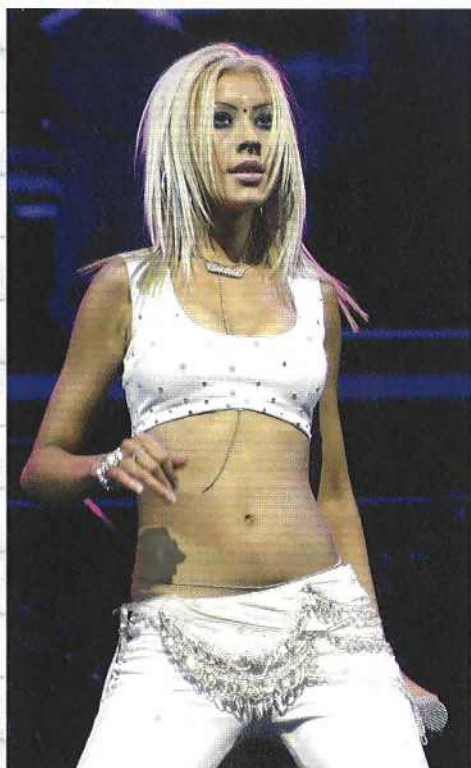


## De gestripte discussie rond videoclip



Het verbieden van aanstootgevende videoclips op muziekkzenders lost niets op. Beter zou het zijn maatschappelijke problemen in een breder kader te benaderen, stelt Norbert Mirani\*.



*Dankzij Christina Aguilera weet iedere tiener al lang hoe er perfect gewipt moet worden.*

**E** Politici hebben er een handje van om reclame en media de schuld te geven van maatschappelijk ongewenste ontwikkelingen. 'Seksclips' zijn het recentste doelwit. Of het nu gaat om groepsverkrachtingen in Rotterdam of lollypop party's in Amsterdam, de oorzaak voor dit normafwijkend gedrag wordt gezocht in de videoclips vol pimps en ho's.

Grote aantallen zijn synoniem voor succes. Als manager of ondernemer ben je succesvol als er veel mensen voor je werken en je veel geld verdient. Vandaar ook die focus op fusies en overnames. Maar ook in andere subculturen geldt bigger is better. Voor leden van gangs geldt bijvoorbeeld hoe meer moorden je op je naam hebt staan, hoe meer aanzien. Dat wordt niet getoond met een stapeldiagram in Excel, maar met symbolen in de vorm van tattoos. De vraag is dan ook of de discussie nu zou moeten gaan over videoclips of over de westerse maatstaf voor succes.

### Gemedialiseerde samenleving

Dankzij massamedia kan het beeld van succes breed worden verspreid. Televisie, met videoclips als bescheiden onderdeel, staat hierin niet alleen. Mensen spiegelen zich aan modellen en celebrity's die in al die media de boventoon voeren. In de moderne wereld is succes sterk verwant met manifestatie. Daarbij gaat het allang niet meer om inhoud, het gaat vooral om de act. Moet er nu gediscussieerd worden over een verbod op clips van rappers, of ook over onderliggende zaken? Hoe komt het dat pimptypes aanspreken, inclusief hun vette bakken, en er een strijd tussen twee rappers gaande is met als inzet wie het hoogste aantal kogelgaten in z'n bast heeft?

Dankzij televisie heeft iedere tiener al vele keren gezien hoe er perfect gewipt moet worden, lang voordat hij of zij er zelf aan toe is. De perceptie van seks door tieners is daardoor wezenlijk anders. Liefde en lust zijn losgekoppeld. Men flirt bewust om zaken gedaan te krijgen en tieners die zich achter MSN ontkleden, zien dit als

vrijblijvend entertainment. De veelbesproken clips weerspiegelen maatschappelijke bewegingen en vergroten ze uit. Moet de discussie nu gaan over het eindproduct videoclip of over de maatschappelijke fundamenten die een sexy clip nastrevenswaardig maken om te produceren? Een verbod zou de spanning verder kunnen opvoeren, een opportunity voor marketeers!

### Modern sprookje

Tot slot is het aardig niet alleen naar clips op muziekkzenders te kijken, maar ook naar Talpa. Met veel tumult werd het tv-programma Lotte aangekondigd als 'modern sprookje'. Lotte is een net afgestudeerde dame die bewust buiten 'de norm' is geplaatst. Die norm wordt bepaald door een modehuis waar Lotte als controller aan de slag wil. Lotte ziet eruit als intelligente 'grijze muis'. Dit staat haaks op de door de media gevormde cultuur en persoonlijkheden in het modehuis. Lotte wordt gepest, maar krijgt uiteindelijk succes. Impliciet ligt aan dit script een vooringenomen stellingname ten grondslag. Succes betekent mee mogen draaien in het modewereldje. Dat wordt als beloning beschouwd.

Wat is de uitwerking daarvan op de gemiddelde kijker? Hier is geen sprake van een modern sprookje, maar van de moderne realiteit. Vorm en manifestatie voeren meer en meer de boventoon. Moet de discussie zich in dat geval beperken tot videoclips of verbreden tot genres die de publieke beeldvorming latent bewerken?

Een verbod op clips is niet meer dan signaalpolitiek. Het zou interessanter zijn een zoektocht te starten naar de nieuwe definities van seks en geweld, en wanneer deze overgaan in aanstootgevend. Dan kan gericht gecensureerd en politiek bestuurd worden op basis van modern normbesef.

\* Norbert Mirani is socioloog en werkzaam bij Sanoma Men's Magazines.