

# De kans op kunst

**Wanneer de kunstredacties bij kranten inkrimpen of zelfs verdwijnen wordt de publieke omroep het belangrijkste podium voor kunst en cultuur. Hoog tijd dat Hilversum zijn verantwoordelijkheid neemt. Pleidooi voor een overkoepelende kunstredactie.**

Door Tom Rooduijn

Toen vorige maand de essayist Rudy Kousbroek overleed, brachten de landelijke dagbladen lange necrologieën, waarin alle aspecten van zijn oeuvre afgewogen werden belicht. Het *Journal* van 8 uur werd die dag echter gedomineerd door de dood van Sugar Lee Hooper en frommelde het overlijden van de schrijver in blessuretijd. In *De Wereld Draait Door* bestond het afscheid van de schrijver uit tien minuten praten over de eigenaardigheid van poezen door een stel Bekende Nederlanders. Dat Kousbroek behalve over poezen ook nog wel eens over iets anders schreef, werd de kijker naar de publieke omroep niet gewaar. Een *In Memoriam* voor de schrijver dat de VPRO daags daarna uitzond, bestond uit twintig minuten compilatie van documentaire beelden. Om die te duiden moest de kijker over veel Kousbroek-kennis beschikken.

## Versnipperd

Als er nauwelijks nog kranten zijn die samenhangend en genuanceerd stilstaan bij de dood van een belangrijke kunstenaar, wie doet dat dan nog wel? Niet de publieke omroep, in de huidige versnipperde constellatie. Als er een idee is, komt dat van een individuele programmamaker bij een individuele zendgemachtigde. Of, populairder geformuleerd: ieder doet zijn eigen ding. Hier wreekt zich het ontbreken van een overkoepelende, centraal gestuurde kunstredactie, waarop bij het overlijden van een belangrijk kunstenaar – maar ook bij meer vreugdevolle gebeurtenissen – automatisch een beroep wordt gedaan. Waarna de terzake gespecialiseerde redacteur moeiteloos een deskundig en afgewogen item produceert.

De oplagen van de dagbladen dalen gestaag, blijkt steeds weer uit cijfers van Het Oplage Instituut (HOI). Maar

die cijfers geven niet het totale bereik weer, zeggen kranten dan. Via internet, e-readers en andere digitale distributievormen zou het aantal lezers juist toenemen. Uit een recent onderzoek van de Printmonitor van het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) blijkt dat vorig jaar 9,4 miljoen Nederlanders wel eens de krant lazen. Dat is 68 procent van de bevolking. Dat 'wel eens' is niet zo opzienbarend, gezien de alomtegenwoordige gratis kranten. Kernvraag is dan ook niet hoeveel lezers een krant heeft, maar hoeveel geld ermee kan worden verdiend.

## Belastinggeld

Als de Verenigde Staten ons voorland zijn, dan zet de neergang van de Nederlandse dagbladen het komende decennium pas goed in. De kranten die in de VS nog niet zijn gesneuveld door kelderende verkoopcijfers en advertentie-inkomsten, houden met veel moeite het hoofd boven water. De inkomsten via websites en digitale verspreiding zijn niet in staat de verliezen op de papieren versie te compenseren. Financier James Tyree, die met een aantal investeerders de failliete uitgeverij van de *Chicago Sun-Times* redde (zeg maar: de Amerikaanse Derk Sauer), gaf onlangs in een interview de papieren krant nog tien jaar. "Daarna moet je je binnen vijf jaar ontwikkelen tot iets anders – *or you'll just be out of business.*"

De krant verschijnt straks dan niet meer in papieren vorm, luidt het hoopgevende verweer, maar herleeft in de toekomst op internet. Het is nog maar de vraag of de 'verdienmodellen' waarop nu wordt gestudeerd de toegang kunnen stoppen. Ten eerste moeten ze de concurrentie aan met de websites van de publieke omroep, die worden gefinancierd uit publieke

(belastinggeld) en commerciële (STER) middelen. Tegen de professionele inhoud in tekst, geluid en beeld leggen zij het af, manmoedige pogingen van de kranten om filmpjes te bieden ten spijt. Op internet spelen de kwaliteitskranten sowieso een marginale rol temidden van andere media. Uit een onlangs gepubliceerd onderzoek in het *Tijdschrift voor Marketing* blijkt dat in de top-25 van bekendste mediamerken (print, radio en tv en internet) slechts vijf kranten staan: De Telegraaf (6), AD (12), Metro (19), de Volkskrant (24) en Spits (25). De lijst telt zes publieke en zes commerciële omroepen en wordt aangevoerd door achtereenvolgens SBS 6, RTL 4, NOS, Hyves.nl en Nu.nl. De kans dat kwaliteitskranten op internet ten opzichte van andere media substantieel terrein veroveren is gering.

## Kunstredactie

Onherroepelijk zullen ook hier nog meer kranten verdwijnen of drastisch moeten inkrimpen. Met het opheffen van een kwaliteitskrant gaat een belangrijk cultuurgood verloren. Een krant bestaat uit een archipel van deskundigheid, ervaring en contacten in alle maatschappelijke geledingen. Dat geldt voor een redactie *Opinie* zowel als voor de redactie Den Haag, Binnenland of Kunst. Over de gevolgen van het verdwijnen of inkrimpen van een of meer kunstredacties bij kwaliteitskranten gaat het hier.

Een kunstredactie bestaat uit tien tot vijftien specialisten en generalisten. De gespecialiseerde redacteurs onderhouden contact met een netwerk van medewerkers die in dit specialisme bijdragen leveren. Zo herbergt een kunstredactie een onschatbare hoeveelheid kennis en beoordelingsvermogen in alle kunstsectoren; van fotografie tot architectuur;

van dans tot beeldende kunst. Ook zijn deze goed geëquipeerde kunstredacties in staat nieuws uit binnen- en buitenland te wegen en verwerken, het belang van nieuwe ontwikkelingen te toetsen en bij de dood van een kunstenaar deskundig en goed gedocumenteerd stil te staan.

#### Agenda en ambitie

De kranten bepaalden van oudsher de agenda van de omroepen, ook op het gebied van kunst en cultuur. Redacteuren van komende en gaande kunstprogramma's baseerden zich bij hun onderwerpkeuze op de stukken van gezaghebbende journalisten en critici van dagbladen. Kranten bepaalden decennialang wat voor de omroep van belang was. Maar met het afnemende bereik van kranten – en daarmee de tanende invloed van de kunstredacties – neemt de verantwoordelijkheid van publieke omroepen evenredig toe. Ze moeten in toenemende mate zelf de kunstagenda bepalen.

De publieke omroep heeft op het terrein van kunst en cultuur wel degelijk ambities, zo blijkt uit *Verbinden, Verrijken, Verrassen*, het onlangs verschenen *Concessiebeleidsplan 2010 - 2016*. De omroep hoopt het 'omvangrijke en gevarieerde aanbod' op

het gebied van kunst en cultuur (in het beleidsplan 'expressie') in de komende jaren te versterken. In het beleidsplan worden (afgezien van het drama- en orkestenbeleid) drie categorieën kunstprogrammering op radio en tv onderscheiden: de agendafunctie (wat is er waar aan interessants te zien), aandacht voor en uitzending van belangwekkende voorstellingen, concerten en festivals, en 'achtergrond' in documentaires. Toch wordt betreurd dat desondanks te weinig van de potentiële kijkers en luisteraars deze programma's weten te vinden. Nog minder mensen met belangstelling voor kunst en cultuur blijken de weg te kennen naar het dagelijkse digitale kunstkanaal Cultura 24. Daar gaat de publieke omroep wat aan doen. Samengevat behoeft het kunst- en cultuuraanbod op radio en tv 'meer coördinatie en afstemming', aldus *Verbinden, Verrijken, Verrassen*, waardoor '(nog) meer kwaliteit, samenhang en continuïteit' ontstaat. Op internet komt er een 'centraal cultuurportal' waardoor het (bij voorkeur jongere en bredere) publiek gemakkelijker toegang krijgt tot het culturele aanbod – en *en passant* wordt doorverwezen naar Cultura 24. Door middel van 'crosspromotie' in de gidsen, op internet en met verwijzingen rondom

kunstprogramma's, aldus het beleidsplan, worden meer kijkers en luisteraars gemobiliseerd. Dus juist de nieuwe media, het terrein waar de kranten hun heil zoeken, spelen bij het 'speerpunt' kunst en cultuur van de publieke omroep een steeds belangrijker rol.

#### Sturing?

Naarmate de kunstliefhebber voor zijn informatie en oordeelsvorming in de toekomst meer en meer is aangewezen op de publieke omroep, heeft die omroep de plicht zich te professionaliseren en te specialiseren. Kunstprogramma's op de televisie worden hoofdzakelijk gemaakt door de VPRO, AVRO en NPS. De VARA-programma's *Pauw & Witteman* en *De Wereld Draait Door* nodigen met enige regelmaat kunstenaars uit. Of er op de televisie aandacht uitgaat naar een kunstuiting, is nu meestal afhankelijk van een individuele programmamaker die er een 'item' in ziet. Er is enig onderling overleg maar van een centrale sturing is nu geen sprake, waardoor zowel doublures als omissies voorkomen.

In het *Concessiebeleidsplan 2010 - 2016* wordt de ambitie verwoord om tot een nauwere onderlinge samenwerking te komen. Die moet leiden tot een 'genrespecialisatie', 'meerjarige

Prinsengrachtconcert in Amsterdam op TV / Foto: AVRO



afspraken over kunstprogrammering' en 'een heldere taakverdeling, inclusief een verdeling van evenementen en instellingen over de omroepen'. De kunsttaart wordt dus keurig verdeeld ("Als jullie nou de fotografie en de architectuur nemen, doen wij de dans en de beeldende kunst") onder de drie in dit verband genoemde zendgemachtigden: NPS, AVRO en VPRO. Waardoor de versnippering blijft en er geen overkoepelend beleid wordt gevoerd.

### **'Praktisch niet handig'**

Specialisatie leidt niet tot versnippering, weerspreekt VPRO-directeur Lennart van der Meulen, maar is juist – mits goed gecoördineerd – aanvullend. Bijvoorbeeld: door de verschillende festivals onderling te verdelen, voorkom je doublures en bevorder je specialisatie. Van der Meulen ziet veel in nauwere samenwerking en coördinatie op het gebied van kunst en cultuur, in combinatie met 'eigen' wekelijkse kunstprogramma's van individuele omroepen. Het is volgens Van der Meulen 'praktisch niet handig' redacteuren van die programma's ook voor andere kunstjournalistieke activiteiten in te zetten. Maar, geeft hij toe, er moet op dit terrein "nog een slag worden gemaakt". Het platform kunst en cultuur zou zich breder kunnen manifesteren, bijvoorbeeld met een actieve website waar direct op de culturele actualiteit wordt gereageerd en oude uitzendingen en dossiers te raadplegen zijn. Hier is ook de actuele informatie over de wekelijkse programma's voorhanden.

Van der Meulen was van 2006 tot 2009 netmanager van Nederland 2. Hij coördineerde in die periode ook de uitzendingen over en met kunst en cultuur, maar van een totale integratie van de kunstredacties kwam het nooit, ondanks twee nota's met die strekking. Hij betoont zich een voorstander van een 'platform' voor kunst en cultuur, naar het voorbeeld van de 'rompredacties' Wetenschap en Geschiedenis. En zoals de centrale geschiedenisredactie verantwoordelijk is voor het digitale kanaal Geschiedenis 24, moet een centrale kunstredactie dat zijn voor Cultura 24. De specialisten van de omroepen die zich nadrukkelijk met kunst bezighouden, verzorgen hier de agenda en programmering. Maar ook de andere omroepen, die wettelijk verplicht zijn hun aandeel kunst en cultuur te leveren, moeten hierbij worden betrokken. Deze 'rompredactie' coördineert ook de onderwerpen bij de verschillende kunstprogramma's, bepaalt wie zich met welke thema's bezighoudt en volgt de actualiteit.

De lijnen tussen *Journal* en actualiteitenrubrieken en de gedroomde rompredactie Kunst en cultuur moeten

heel kort zijn, meent Van der Meulen. Bij een sterfgeval of andere actualiteit moeten deze rubrieken direct terecht kunnen bij het omroepbrede platform, dat vervolgens een item maakt. 'Dat een gespecialiseerde programma- of documentairemaker ook items levert, moet vanzelfsprekender worden', betoogt hij. Voor deze 'mentaliteitsverandering' moet natuurlijk wel vanuit de publieke omroep de ruimte worden gegeven. De VPRO-directeur denkt nadrukkelijk 'crossmediaal', bijvoorbeeld aan gespecialiseerde websites, zoals een 'boekensite'. "We moeten de druk opvoeren om tot die verdergaande samenwerking te komen."

### **Drijfzand**

Toch is er nauwelijks perspectief dat er in de nabije toekomst bij de publieke omroep een serieus kunst- en cultuurbeleid tot stand komt, alle vrome wensen om tot een nauwere samenwerking te komen ten spijt. Dat heeft te maken met een paradox in het Concessiebeleidsplan, die te maken heeft met de interne tegenstellingen van het omroepbestel zelf. Doordat omroepen elkaars concurrenten zijn en ook nu weer geacht worden zich scherper te profileren, rust elke vorm van samenwerking op drijfzand. Hoe tegelijk samen te werken en een eigen stempel te drukken – wat op het gezichtsbelopende gebied van kunst en cultuur lastiger is dan bij bijvoorbeeld wetenschap of geschiedenis? Dát er moet worden gecoördineerd, daarover zijn de opstellers van *Verbinden*, *Verrijken*, *Verrassen* het eens. Maar *hoe* blijft ongewis. Hoe een zeperd à la Kousbroek te voorkomen als Kouwenaar, Campert of Mulisch overlijdt?

Ik doe een voorstel. Alle publieke omroepen hebben de opdracht kunst en cultuur te brengen, óók de nieuwkomers PowNed en WNL. De publieke omroep is het aan zijn toenemende omvang, invloed en verantwoordelijkheid verplicht een centrale kunstredactie op te tuigen, naar het voorbeeld van de redactie Sport bij de publieke omroep of die van Geschiedenis van NPS en VPRO (waaronder zowel *Andere Tijden* als het radioprogramma *OVT* valt). Deze cluster Kunst en Cultuur staat onder hoofdredactie van een gezaghebbende man of vrouw die het hele kunstenveld kent en daarin zijn of haar sporen heeft verdiend. De kunsten worden niet naar omroep verdeeld, maar naar specialisten die deel uitmaken van de centrale kunstredactie. Hier worden alle radio- en tv-programma's in de drie categorieën gecoördineerd: agenda, evenementen en achtergrond. Maar deze redactie levert ook items over kunst en cultuur voor nieuws- en actualiteitenprogramma's en overlegt met talkshows;

ter voorkoming van doublures en als vraagbaak en ideeënleverancier.

### **Over de grenzen**

De publieke omroep is nu nog, zoals in het beleidsplan omschreven, 'het grootste podium voor en de grootste producent van audiovisueel cultuur- en kunstaanbod in Nederland'. Als straks de publieke omroep óók de grootste informatieverstrekker op dit gebied wordt, moet over de grenzen van de eigen zendmachtiging worden heen-gekeken. Dan ontstaat nog meer de noodzaak om alle berichtgeving over kunst en cultuur vanuit een heldere visie te verzorgen. Dat is in het belang van de kijker, die niet meer naar willekeur wordt bediend, maar ook van het kunstenveld, dat zich dan nog maar tot één instantie hoeft te verhouden. Richt die redactie nu op, voordat de kwaliteitskranten de kunstsectoren onderling moeten verdelen.

---

Tom Rooduijn is eindredacteur van NRC Next.