

# De culturele sporen van de VRT

**Jan Debackere** De Vlaamse publieke omroep is verplicht om voldoende aandacht te besteden aan cultuur. Lang werd zij echter als een ondergeschoven kind behandeld. De VRT is vast van plan daar in de nabije toekomst verandering in te brengen.

Wat de VRT moet uitzenden op zijn radio- en televisienetten, is allemaal netjes vastgelegd in het omroepdecreet en in een beheersovereenkomst. Dit laatste document vertaalt de algemene, vage principes uit het decreet in concrete – en vaak bediscussieerde – maatstaven, die de omroep moet halen als hij de jaarlijkse stijging van de dotatie met vier procent niet wil mislopen. Zo moet de VRT bijvoorbeeld dagelijks met zijn informatie- en duidingsprogramma's anderhalf miljoen kijkers bereiken.

Ook cultuur is opgenomen in de overeenkomst: 'Televisie zal in zijn programma's een gevarieerd gamma cultuuruitingen aan bod laten komen. Televisie zal daarmee gemiddeld vijftien procent van de bevolking bereiken.' Het doel van deze bepaling is dubbel: de VRT moet diverse cultuurvormen aan bod laten komen én dat aanbod mag niet voor een beperkt, elitair publiek zijn. Vijftien procent van de bevolking

kun je immers niet bereiken door alleen te focussen op het publiek dat regelmatig naar het toneel of een museum gaat. Of door die programma's in het holst van de nacht uit te zenden.

Sinds het ingaan van deze beheersovereenkomst in 2002, haalde de VRT steeds moeiteloos dit criterium. In 2004 rapporteerde de omroep zelfs 27,3 procent van de bevolking te bereiken met zijn cultuurprogramma's op televisie. Niet mis, alleen schuilt er een addertje onder het gras. Het hoge percentage duidt er immers op dat er iets niet klopt met de norm. Ligt de lat te laag of interpreteert de VRT het begrip 'cultuuruitingen' wel erg ruim?

De lijst van programma's die de VRT meerekent om dit percentage te halen, duidt op het tweede. Net als in Nederland springt de Vlaamse publieke omroep als een creatieve boekhouder om met het begrip 'cultuur'. Niet alleen evidente programma's als het cultuurmagazine *Republica* staan op de door de VRT opgestelde lijst met

cultuurprogramma's. Ongeveer de helft van de lijst bestaat uit cinefiele en klassieke films. Voorts vinden we er ook bijvoorbeeld de documentaires van Michael Palin en programma's rond populaire muziek. *Zelfs Holiday on ice* werd meegerekend. De Vlaamse Mediaraad, het orgaan dat de Vlaamse overheid adviseert inzake mediabeleid, uitte in een recent verschenen rapport al zijn ongenoegen hierover: 'De opdracht inzake cultuur wordt zeer eenzijdig ingevuld met vooral aandacht voor populaire cultuur' (Vlaamse Mediaraad 2005, 69).

### Armoe troef

Toch blijft de VRT ervan overtuigd dat hij het niet zo slecht doet als iedereen denkt. Naast de bereikcijfers baseert de omroep zich daarvoor ook op eigen onderzoek. De VRT-onderzoekers gingen na hoe groot het volledige cultuur-aanbod van de VRT-netten (televisie en radio) in november 2004 was en gebruikten daarvoor naar eigen zeggen een striktere definitie van cultuur. Het tweede net – Canvas – bleek het op basis van dit onderzoek alvast behoorlijk te doen met 15,1 procent. De brede publiekszender Eén scoorde heel wat minder: slechts 3,4 procent van het aanbod bestond toen uit cultuur.<sup>1</sup>

Ook deze cijfers kunnen echter niet verhelpen dat de kritiek op de VRT blijft als het over zijn cultuurbeleid gaat. Niet alleen omdat het om eigen onderzoek gaat en de vraag van betrouwbaarheid (bijvoorbeeld over de definiëring) zich dus opdringt, maar ook omdat enkele avonden naar Eén of Canvas kijken een andere indruk geeft. Er is meestal wel een cultureel magazine zoals *Republica*, maar daar blijft het ook bij. Naast enkele concertregistraties en soms iets cultureels in *Het Journaal* of in een talkshow, is het armoe troef. Theater, literatuur, opera, beeldende kunst, architectuur... je moest (en je moet) het met een vergrootglas zoeken. De culturele sector staat met andere woorden terecht aan de klaagmuur.

Hoewel de VRT de kritiek vanuit culturele hoek grotendeels onterecht vindt, koestert hij toch grote plannen. Tony Mary, de gedelegeerd bestuurder van de publieke omroep, kondigde in zijn nieuwjaarspeech begin 2005 daarom aan dat dit het jaar van de cultuur zou worden. In het achterhoofd speelde wellicht ook mee dat de beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse overheid eind 2006 afloopt. Binnenkort starten daarom de onderhandelingen over wat er in de nieuwe overeenkomst moet komen. Met die discussie in het vooruitzicht kan de VRT maar beter op de bekende eisen inspelen en zo een gunstiger onderhandelingsklimaat afdwingen. Daarom is het ook geen toeval dat de VRT sinds enkele maanden fors meer investeert in duiding en informatie. Met *Villa politica* speelt hij zelfs in op een aloude vraag van de politiek om meer aandacht te hebben voor de discussies in het parlement: *Villa politica* zendt op bepaalde dagen rechtstreeks een uurtje uit vanuit het parlement.

Om op cultureel vlak beter te scoren, stipelde de publieke omroep begin 2005 een driesporenbeleid uit, een beleidsoptie die we later we ook zien terugkeren voor bijvoorbeeld sport of kinderprogramma's. Met dit beleid heeft de VRT de ambitie de stimulator te zijn van cultuur in Vlaanderen en zelf een belangrijke speler te worden op het culturele veld.

### Binnengesmokkelde cultuur

Maar hoe ziet dat driesporenbeleid er concreet uit voor de televisiezenders? Met het eerste spoor wil de omroep cultuur bij brede lagen van de bevolking brengen via toegankelijke programmaformules. Hiermee mikt hij expliciet op de publiekszender: deze moet 2,5 tot 5 procent van zijn zendtijd aan cultuur besteden, bij voorkeur door dat in de normale programmering binnen te smokkelen. Zelfs wie het geen bal interesseert wat Johan Simons uitspookt in het NTGent, zou het dan toch moeten vernemen,

bijvoorbeeld via een item in *Het Journaal* of door een babbel met Simons in een luchtige talkshow als *De laatste show*.

De eerste stappen hiertoe zijn al gezet. Op de nieuwsredactie werd een cultuurcel opgericht die ervoor moet zorgen dat de nieuwsuitzendingen wat vaker berichten over wat er gebeurt in het theater of in de musea. Een showbizz-magazine als *De rode loper*, dat normaal gespecialiseerd is in Bekende Vlamingen, nieuwe films en roddels, durfde het onlangs aan om een reportage te maken over Jan Fabre. Ook *De Asielzoeker*, de eerste productie van Johan Simons in Gent, kreeg de nodige aandacht. Geleidelijk aan moet dit beleid verder ontwikkeld worden.

Het tweede spoor wil dan weer een antwoord zijn op de wensen en verlangens van het publiek dat sowieso al interesse heeft voor cultuur. Culturele programma's zijn daarvoor het ideale middel. Omdat dit de grote massa minder aanspreekt, geldt dit engagement enkel voor de verdiepende netten van de VRT. Op dit vlak blijft Canvas echter een zorgenkindje. Na het schrappen van *Republica* is er op het tweede televisienet nu geen cultureel magazine meer. Dit voorjaar moet dat euvel verholpen zijn, zegt men op de VRT, waar men druk aan het sleutelen is aan een nieuw programma.

Voor deze twee sporen wordt ook gezocht naar formats die cultuur dichter bij de massa kunnen brengen. Inspiratie werd daarvoor al gevonden bij de BBC, die in dat opzicht slaagde met *The big read* en *Restoration*. In het eerste programma gingen de Britten op zoek naar hun geliefdste boek; het tweede was een erfgoedprogramma waarin groepen met elkaar de strijd aangingen om geld te winnen waarmee ze hun bedreigde gebouw konden renoveren. Twintig miljoen Britten keken naar *Restoration*, 2,2 miljoen mensen stemden mee. Dat het programma gemaakt werd door Endemol, het productiehuis dat als geen ander de wetten van

het televisiemedium kent, zal daarin wel een grote rol gespeeld hebben. Van *Restoration* wil de VRT nog dit jaar een Vlaamse versie maken, *The big read* moet daarna aan de beurt komen.

### **Digitaal themakanaal**

Maar wat het meest in het oog springt, is het derde spoor: een 'cross-mediaal cultuurmerk', dat steunt op de reeds bestaande radiozender Klara, internet en een digitaal themakanaal voor televisie. Dit merk, dat wellicht ook Klara zal heten, moet met een expliciet cultureel aanbod tegemoetkomen aan de wensen van het geïnteresseerde publiek. De VRT ziet hier toe vooral mogelijkheden dankzij de digitale televisie die midden vorig jaar zijn intrede deed op de Vlaamse markt. Het is met dit spoor, dit merk dat de VRT wil uitgroeien tot het audiovisuele portaal van de cultuursector in Vlaanderen.

Deze plannen, en dus de prominentere plaats voor cultuur, konden binnen de culturele sector op instemming rekenen. Dit was mede een gevolg van een strategische zet van de VRT: hij was immers zo slim om de grote spelers uit de kunst- en cultuursector over de plannen te raadplegen en in te lichten nog voor de pers en het publiek ervan op de hoogte werden gesteld. Bovendien beloofde hij meteen om de dialoog voort te zetten bij het verder uitwerken van de plannen.

Alleen Bart De Baere, de directeur van het MuHKA en de voorzitter van de Raad voor Cultuur, had zijn twijfels bij de plannen. Hij vreesde voor een 'cascadesysteem, waarbij men er automatisch van uitgaat dat het aanbod met enige diepgang enkel voor een nichepubliek geldt'. De VRT bestrijdt echter dat het driesporenbeleid een uitvlucht zou zijn om alle cultuurprogramma's veilig weg te stoppen op een themakanaal. Het derde spoor komt als extraatje bij het huidige aanbod, en niet in de plaats ervan.

**Jan Debackere**

is redacteur cultuur & media  
bij *De Standaard*

Het driesporenbeleid werd zowel door de minister van Media Geert Bourgeois als door de minister van Cultuur Bert Anciaux positief ontvaard. Deze laatste noemde een cultuurkanaal zelfs een *conditio sine qua non* voor de nieuwe beheersovereenkomst. Bourgeois is echter wat voorzichtiger: hij eiste dat de omroep eerst een uitgebreide haalbaarheidsstudie zou maken vooraleer men eventuele verdere stappen kon zetten. Ondertussen werd deze studie afgerond en zijn de plannen al voorgelegd aan de Raad van Bestuur van de VRT en aan de minister van Media. De precieze inhoud ervan is tot op heden nog niet bekend.

Bourgeois uitte wel al zijn bedenkingen bij het voornemen van de VRT om er nog voor de zomer van 2006 mee te starten. Een latere datum lijkt hem realistischer, temeer omdat verschillende vragen nog niet opgelost zijn, bijvoorbeeld over de financiering van het nieuwe net. De kostprijs van een digitaal kanaal wordt op 13,5 miljoen euro per jaar geschat, maar dat vindt Bourgeois veel te hoog. Ook maakte de minister al duidelijk er voorstander van te zijn dat de VRT gaat samenwerken met de Nederlandse publieke omroepen voor het ontwikkelen van een digitaal cultuur-

## Voor een Neder- lands scenario hoeft de Vlaamse publieke omroep niet te vrezén

kanaal, ook al omdat dit een manier is om de kosten te drukken. Bourgeois is van plan daarover overleg te plegen met Medy van der Laan, de Nederlandse staatssecretaris van Cultuur en Media. De VRT ketste dit idee af, omdat hij vindt dat het cultuurkanaal de Vlaamse identiteit moet uitdragen en versterken.

Het water tussen de VRT en de minister mag dan soms – heel – diep zijn (Bourgeois verwierp bijvoorbeeld ook al de toekomstplannen van de omroep voor acht digitale themakanalen als niet realistisch), voor een Nederlands scenario hoeft de Vlaamse publieke omroep in ieder geval niet te vrezén. In Vlaanderen heerst er een algemene consensus dat de VRT zich niet moet terugplooiën om alleen datgene uit te zenden wat de commerciële zenders niet doen. Bourgeois heeft het in dit verband altijd over de vliegwiel functie van de omroep: door ook populaire (ontspannings)programma's uit te zenden, kun je een groter publiek bereiken voor 'moeilijker' cultuur- en informatieprogramma's. De mix van ontspanning en diepgang moet er met andere woorden voor zorgen dat de kijker ook meer naar minder evidente programma's kijkt. Het is dus aan de VRT om voor een goede mix te zorgen. Hij lijkt vastbesloten om daar de volgende jaren meer cultuur in te stoppen, maar de praktijk zal moeten uitwijzen of het meer is dan goede voor nemens alleen.

### Literatuur

Vlaamse Mediaraad (2005) *Opdracht volbracht? Een studie naar de taken van de VRT*. Brussel: Vlaamse Mediaraad.

### Noot

<sup>1</sup> Volgens het VRT-onderzoek was 17,1 procent van het totale VRT-aanbod (radio en televisie samen) cultureel getint.