

# Culturele omroep voor breed publiek

## Anita Twaalfhoven

Op de Nederlandse televisie is veel te weinig kunst en cultuur te zien, terwijl televisie bij uitstek het medium is om een breed publiek te bereiken. Daarom wil Omroep C zich sterk maken voor meer kunst op de buis. Ad 's-Gravesande, die samen Kees van Twist het initiatief nam voor de oprichting van de omroep, hoopt in 2010 deel uit te maken van het publieke bestel. Met dat doel is een campagne gestart die minstens 50.000 leden binnen moet zien te halen.

Het potentiële ledenbestand moet zich niet beperken tot de bekende doelgroep van goed verdienende vijftigplussers met een abonnement op het NRC Handelsblad, benadrukt 's-Gravesande. 'Die groep moet je verbreden. Onderzoek van het marketingbureau waar wij mee samenwerken, wijst uit dat de meeste kansen liggen bij kijkers tussen de 25 en 35 jaar en boven de 50, met name vrouwen. Mensen die zich graag willen ontwikkelen en geïnteresseerd zijn in deelname aan kunst en cultuur en informatie daarover.'

Wat krijgen deze kijkers te zien bij Omroep C? Alle mogelijke kunstdisciplines moeten een plek krijgen, vertelt 's-Gravesande, variërend van podiumkunst, beeldende kunst en literatuur tot erfgoed, architectuur, mode of vormgeving. 'Nieuws, informatie en live televisie over kunst, kunstenaars en culturele evenementen, maar ook het debat over de kunsten kan voor de kijker een nieuwe impuls krijgen.'

Door haar leden gratis of tegen gereduceerde tarieven toegang te bieden tot theater, concerten of exposities, wil de omroep ook de publieksparticipatie stimuleren. Daarbij denkt 's-Gravesande onder meer aan een dagelijks informatief programma met nieuws en een agenda met tips voor theatervoorstellingen, concerten of exposities. Komt er dan eindelijk een uitgaansmagazine op televisie? Zo'n programma is al vaak besproken en uitgeprobeerd, beaamt hij. 'Maar je moet er genoeg in investeren, om het de kans te geven zich te verdiepen. Men hangt het vaak op aan "een bekend gezicht", terwijl het moeilijk is een geschikte presentator te vinden die dienstbaar is aan het programma en geen "egogedrag" vertoont. Soms weten ze niet de juiste toon te treffen of stappen ze tussentijds over naar een ander programma. Zeker als het gaat om de kennismaking met minder bekende kunstvormen moet je vertellers op televisie hebben, die je kunnen meeslepen in hun verhaal. Het is net als op school: als je een leraar hebt die bevolgen is raak je zelf ook gegrepen door zijn vak. Pierre Janssen was zo'n verteller en ook Henk van Os kan het goed. Maar ook een musicus als Bernstein, die ik in een programma achter zijn vleugel zag

Ad 's-Gravesande



vertellen over zijn vak, weet je te betoveren.' Het is echter ook mogelijk om zo'n uitgaansmagazine zonder vaste presentator op de buis te brengen, denkt hij.

Wat zijn naar zijn idee geschikte formules om een breed publiek te trekken? 'Kunst en Kitsch is een schot in de roos en trekt soms twee miljoen kijkers. Het is een formule met drie facetten: kunst, een wedstrijdelement met geluk of pech en een zekere mate van voyeurisme. Je ziet mensen met hun persoonlijke spullen vol herinneringen als het ware te kijk staan en denkt: zal ik zélf ook gaan? Het is ongelooflijk hoeveel mensen eropaf komen, soms met stoelen of tafeltjes op de rug, in de hoop dat ze écht iets waard zijn.'

#### **Taak van publieke omroep**

Omroep C is niet de enige omroep voor kunst en cultuur in oprichting. Zo is oud-VPRO-man Steven de Winter bezig met Podium TV, een commerciële zender die vanaf het komend voorjaar 24 uur per dag via de kabel te ontvangen zal zijn. Met klassieke concerten, opera, dans en jazz en een nadruk op lifestyle en evenementen. 's-Gravesande, die eerder bij omroepen als de NPS, AVRO en VPRO televisie maakte, kiest echter bewust voor het publieke bestel. 'Als je commercieel werkt, ben je afhankelijk van reclame-inkomsten en dus ook van de wensen van adverteerders.' Terwijl aandacht besteden aan kunst en cultuur tot de taken behoort van de publieke omroep', vindt hij. 'Ze zijn daartoe wettelijk verplicht en krijgen daar ook de financiële middelen voor, publiek geld dus. Maar ze voeren die taak niet goed uit. Volgens de raad van bestuur van de publieke omroep gaat een kwart van het budget naar "kunst en expressie", maar wat kunst genoemd wordt, is vaak cultuur en wat cultuur heet mag die naam lang niet altijd hebben. Bovendien ben je als programmamaker sterk gebonden aan vaste formules, analyses van doelgroepen die je voorschrijven "wat de kijker wil" en een beperkte zendtijd op ongunstige tijdstippen. Waar blijft de ruimte voor verrassende programma's? Zo laten mensen op voorhand allerlei ideeën al varen, omdat ze toch geen kans maken.'

Ziet hij mogelijkheden bij de zogeheten themakanalen die de publieke omroep via de kabel lanceert? 'Daar gaat het mij niet

**Anita Twaalfhoven**is hoofdredacteur van *Boekman*

om, het gaat juist om de “open kanalen” op net 1, 2 en 3, die een breed publiek trekken. Omroep C wil zendtijd verwerven voor de verbreiding van kunst en cultuur voor zo veel mogelijk mensen, met programma's op herkenbare, vaste uitzendplekken en uitzendtijden op reguliere tijdstippen.'

Is hij optimistisch over de kans van slagen? 'Ook als de omroep voldoende leden bij elkaar krijgt, is het mogelijk dat de raad voor bestuur negatief adviseert over een licentie. Je moet als nieuwe omroep, zo luidt het criterium, “iets toevoegen aan het bestaande aanbod”. Men kan beweren dat de publieke omroep wel degelijk genoeg aan kunst en cultuur doet. “We hebben onlangs nog aandacht besteed aan het Holland Festival”, zegt men dan bijvoorbeeld als doekje voor het bloeden.' Maar uiteindelijk beslist de minister over toetreding.

'Het huidige beleid leidt tot uitholling van het culturele bewustzijn', vervolgt hij. 'Terwijl de samenleving recht heeft op een creatieve programmering rond kunst en cultuur. Die ruimte moet opnieuw veroverd worden.'