

Dossier

Het dossier bestaat uit twee delen. Het eerste deel, geschreven door Nathalie Sonck en Jos de Haan van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), gaat over nieuw onderzoek naar trends in integraal mediagebruik (kijken, luisteren, lezen) dat het SCP in april 2014 presenteert. Voor het tweede deel van dit dossier maakte Jack van der Leden een overzicht van documenten van na 2008 over kunst en cultuur bij de publieke omroep. Daarin is er aandacht voor de ambities van de omroeporganisaties, de samenwerking tussen de omroepen en culturele instellingen, en kunst- en cultuurprogramma's op radio en televisie. Alle vermelde publicaties zijn beschikbaar in de bibliotheek van de Boekmanstichting, te raadplegen via www.boekman.nl.

Dossier trends in mediagebruik

Cultuurdeelname in een veranderend medialandschap

Nathalie Sonck en Jos de Haan Al sinds 1975 brengt het SCP via een vijfjaarlijks tijdsbestedingsonderzoek het mediagebruik in kaart. Maar dat is de afgelopen jaren een stuk complexer geworden, met een keur aan mediadragers waarop we al *multi-taskend* in de weer zijn. Een nieuwe manier van bevragen was noodzakelijk geworden. De eerste neerslag daarvan verschijnt binnenkort.

Cultuurdeelname betekent niet meer automatisch een bezoek aan een museum, theater of concertzaal. Door de toegenomen virtuele mogelijkheden kunnen we tegenwoordig ook online een bezoek brengen aan bijvoorbeeld een kunsttentoonstelling, cabaretvoorstelling of concert. Mobiele apparaten als tablets en smartphones maken het nog makkelijker om dit vanaf eender welke locatie te doen. Via sociale media kunnen we culturele informatie en belevenissen ook in *real time* met elkaar delen. Het medialandschap verandert zo snel dat onderzoek naar mediagebruik de ontwikkelingen nauwelijks kan bijbenen. Gaan mensen door alle ontwikkelingen anders kijken, luisteren en lezen? Worden de (nieuwe) media nu ook meer gebruikt om van kunst en cultuur kennis te nemen en ervan te genieten? Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) heeft samen met de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en andere mediapartijen een onderzoek geïnitieerd dat antwoord moet

geven op deze vragen. De eerste resultaten zullen in april 2014 worden gepresenteerd.

Onderzoek naar cultureel mediagebruik

Om meer te weten te komen over de plaats van cultuur in het mediagebruik heeft het SCP in 2009 onderzoek gedaan en de resultaten ervan beschreven in het rapport *De virtuele kunstkar* (Sonck et al. 2012). In dat jaar bleek de prominente positie van de oude media (tv, radio, print) nog niet doorbroken door de opkomst van nieuwe media (internet). Voor het raadplegen, beluisteren of bekijken van culturele informatie gebruikten Nederlanders vaker de oude dan de nieuwe media. In 2009 zocht 71 procent van de Nederlanders informatie over traditionele cultuur via oude media en 62 procent via nieuwe media. Opmerkelijk genoeg was dat verschil bij de populaire cultuur nog groter, namelijk 75 procent via oude media en 56 procent via nieuwe media. Het is echter niet aannemelijk dat met de

snelle inburgering van nieuwe media (ook wel domesticatie genoemd) de balans nog lang in het voordeel van de oude media zal uitslaan.

Mogelijk heeft een omslag al in de afgelopen vijf jaar plaatsgevonden. Het gebruik van nieuwe media onder jongeren wees in 2009 al in deze richting. Van de jongvolwassenen (18-34-jarigen) gebruikte 87 procent nieuwe media voor informatie over traditionele cultuur, tegen 16 procent van de ouderen (65+), terwijl de laatstgenoemden toch meer bekendstaan als de liefhebbers van deze vorm van cultuur. Vertrouwdheid met internet lijkt hier van groter gewicht dan culturele affiniteit. Deze gegevens zijn inmiddels al weer vijf jaar oud en kunnen onmogelijk een actueel beeld geven van de huidige situatie. Bovendien richtte het onderzoek zich specifiek op het mediagebruik voor culturele doeleinden en is het niet mogelijk om dat culturele mediagebruik in een bredere context van het gehele mediagebruik van Nederlanders te plaatsen.

Mediagebruik als tijdsbesteding

Om een breed overzicht te krijgen van het mediagebruik hield het SCP sinds 1975 om de vijf jaar tijdsbestedingsonderzoek. In dit onderzoek wordt mediagebruik gezien als een vorm van vrijetijdsbesteding. Binnen de beschikbare vrije tijd van gemiddeld bijna 48 uur per week ging lange tijd ongeveer 19 uur naar media (print, radio, televisie en internet) (Cloin 2013). Al sinds het midden van de jaren zeventig van de vorige eeuw is daar nauwelijks verandering in gekomen. Binnen dit mediabudget verschoven wel de voorkeuren voor het soort medium: eerst van gedrukte naar audiovisuele media, vervolgens van analoge naar digitale media. Opmerkelijk genoeg is tussen de laatste twee meetmomenten (2006 en 2011) de mediatijd wel toegenomen. In 2011 lag de totale mediatijd op bijna 21 uur per week. Uiteraard brengen Nederlanders meer tijd op

Sinds 1975 verschoven de voorkeuren voor het soort medium: eerst van gedrukte naar audiovisuele media, vervolgens van analoge naar digitale media

internet door. Nu vrijwel alle Nederlanders online zijn, komt de stijging vooral van meer gebruikstijd. Veel opvallender is echter dat de televisietijd tussen 2006 en 2011 is gestegen van gemiddeld 12,7 uur naar 14,0 uur per week. Verder zet de daling in de leestijd, die al geruime tijd geleden ingezet was, zich voort (zie Haan et al. 2013).

Beperkingen van het bestaande onderzoek

Omwille van de internationale vergelijkbaarheid sluit het SCP-tijdsbestedingsonderzoek sinds 2006 aan bij een Europese standaard, de Harmonized European Time Use Survey (HETUS). Volgens deze richtlijn kunnen mensen in een dagboekje per tien minuten in hun eigen woorden weergeven wat ze aan het doen waren. Helaas levert deze methode te weinig precieze gegevens op over het huidige mediagebruik. Respondenten geven dan bijvoorbeeld aan dat ze aan het lezen waren,

maar rapporteren in de meeste gevallen niet of dat een dagblad, tijdschrift of boek was en of dit op papier, via smartphone of tablet was. Ze zeggen bijvoorbeeld ook dat ze televisiekijken, maar niet via welk platform (reguliere televisietoestel, desktop, laptop, tablet, smartphone). Als ze aangeven internet te gebruiken is dat al helemaal een verzamelterm voor uiteenlopende maar niet nader bekende internetactiviteiten, inclusief de veel verschillende vormen van online interpersoonlijke communicatie.

Naast het feit dat de HETUS-methode onvoldoende informatie oplevert over de specifieke media-activiteit en over de apparaten waarmee dat gebeurde, kent hij nog enkele beperkingen. Respondenten kunnen slechts één nevenactiviteit registreren, wat in het huidige tijdperk van multitasken zeker onder jongeren niet toereikend is om een compleet beeld van hun mediagebruik te krijgen. Verder levert de methode geen informatie op over de inhoud van het mediagebruik en kunnen we dus niet vaststellen of er naar rapportages van sportwedstrijden gekeken of geluisterd werd, naar programma's over kunst en cultuur, of dat het andere informatie of entertainment betrof.

Een nieuwe alliantie

Om een actueel beeld te krijgen van hoe Nederlanders media benutten voor culturele doeleinden en dat bovendien te kunnen plaatsen in de context van een breder mediagebruik, was nieuw onderzoek nodig. Nieuw betekent hier niet alleen een meer actuele dataverzameling, maar ook innovatief in het gebruik van methodes om beter vat te krijgen op de complexiteit van het huidige mediavereenwoordiging. Om dit te kunnen realiseren is het SCP samen met de NPO een alliantie aangegaan met organisaties die een grote traditie hebben op het gebied van het verzamelen van gegevens over de kijk-, luister- en leestijd.

Het gaat hier om respectievelijk de Stichting Kijkonderzoek (SKO), Nationaal Luister Onderzoek (NLO) en Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM).

Ieder van deze organisaties publiceert op haar eigen domein tot op programma-, zender- en titelniveau hoeveel Nederlanders keken, luisterden en lazen. Met deze organisaties hebben we samen een vernieuwend onderzoek opgezet dat een integraal beeld geeft van het mediagebruik en bovendien voldoende gedetailleerde informatie bevat om dienstbaar te zijn aan zowel media- en cultuurbeleid (vanuit SCP en NPO) als de mediamarkt (vanuit SKO, NLO en NOM).

De innovatie

De kern van dit onderzoek is een dagboekje waarin respondenten gedurende een week voor iedere tien minuten (conform de HETUS-richtlijn) hun activiteiten bijhouden, aangevuld met een korte vragenlijst, die beide vooral inzoomen op het mediagebruik. Dit nieuwe mediadagboekonderzoek is dekkend voor alle vormen van mediagebruik (print, radio, televisie, internet). Ook het communiceren via media, zoals sociale netwerksites en berichtenuitwisseling op mobiele telefoons, is onderzocht. Doordat het mediadagboek toelaat om het gebruik van drie verschillende media op hetzelfde moment te rapporteren kan een groot deel van de mediamultitasking van de Nederlandse bevolking in kaart gebracht worden. Via enkele aanvullende vragen gaan we tevens na hoeveel (met name sociale) media-activiteiten korter duurden dan vijf minuten (bijvoorbeeld sms'en, e-mailen, bezoek sociale media).

Innovatief is de separate bevraging van de media-activiteit (kijken, luisteren, lezen of communiceren), de mediadrager (apparaten zoals televisietoestellen en computers, maar ook papier als drager van inhoud bij boeken en kranten) en de media-inhoud (zoals

Nathalie Sonck

is mediaonderzoeker in de onderzoeksgroep Zorg, Emancipatie en Tijdsbesteding bij het Sociaal en Cultureel Planbureau

Jos de Haan

is hoofd van de onderzoeksgroep Zorg, Emancipatie en Tijdsbesteding bij het Sociaal en Cultureel Planbureau en bijzonder hoogleraar ICT, Cultuur en Kennissamenleving aan de Erasmus Universiteit Rotterdam

tv-programma's en krantentitels). Nog niet zo lang geleden waren media-activiteiten, dragers en content eenvoudiger gekoppeld dan nu: tv keek je via het klassieke tv-toestel en een krant las je op papier. Tegenwoordig kunnen activiteiten (kijken of lezen) via tal van dragers worden uitgevoerd (tablets, smartphones). Hierdoor beweegt ook de content zich over veel verschillende platformen. Voor een aantal media-activiteiten weten we in het nieuwe mediaonderzoek per tienminutentijdvak welke content men via media volgde en via welke apparaten. Daarbij kunnen we ook een onderscheid maken tussen culturele en niet-culturele content. De ontkoppelede bevraging van media-activiteiten, dragers en content verschaft de respondenten overzichtelijke keuzemogelijkheden en de gekoppelde analyse geeft ons als onderzoekers de mogelijkheden om diep in de complexiteit van het actuele mediagebruik door te dringen. Het maakt het bijvoorbeeld mogelijk om het culturele mediagebruik (het kijken naar cultuurprogramma's, lezen van cultuurtijdschriften en bezoeken van cultuurwebsites) integraal te bestuderen en ook om het te relateren aan ander mediagebruik en aan het cultuurbezoek.

Op weg naar de resultaten

Het veldwerk van dit mediaonderzoek is in het najaar van 2013 uitgevoerd en het is de bedoeling om deze dataverzameling tweemaal te gaan herhalen. Op 3 april 2014 presenteert de alliantie van opdrachtgevers de eerste resultaten. Deze worden op hoofdlijnen gebundeld in een eerste (beknopte) gezamenlijke publicatie. Eind van 2014 brengt het SCP een gedetailleerder rapport uit over dit mediaonderzoek. Dit rapport zal verschijnen onder de vlag van *Het Culturele Draagvlak*, waarin het SCP met steun van het ministerie van OCW sinds 1994 rapporteert over de participatie op het gebied van

cultureel erfgoed, kunsten, amateurkunst en media. Ook het culturele mediagebruik zal hierin de nodige aandacht krijgen.

Literatuur

- Cloïn, M. (red.) (2013) *Met het oog op de tijd: een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de en N. Sonck (2013) 'Mediagebruik en sociale contacten'. In: *Met het oog op de tijd: een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders*, 81-99.
- Sonck, N. en J. de Haan (2012) *De virtuele kunstkar: cultuurdeelnemers via oude en nieuwe media*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Dossier documenten

Kunst en cultuur bij de publieke omroep

Jack van der Leden

Ambities, samenwerking

Stade, E. van (et al.) (2014) *Publiek media-akkoord 2016-2020*. Hilversum: (s.n.), 3 p.
De grote publieke omroepen, AVROTROS, BNN-VARA, KRO-NCRV, EO, MAX, VPRO, en de taakomroepen NOS en NTR hebben een akkoord gesloten over hun gezamenlijke beleid in de periode 2016-2020, vooruitlopend op een aangekondigd advies van de Raad voor Cultuur over de toekomst van het publieke mediabestel. De omroepen willen hun onafhankelijke en zelfstandige karakter behouden, en de samenwerking verdiepen. Een van de afspraken is dat de omroepen een groot netwerk aan relaties onderhouden met culturele organisaties.

Nederlandse Publieke Omroep (2013) *Terugblik 2012 Nederlandse Publieke Omroep*. Hilversum: NPO, 66 p.
Rapportage van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) over de *Prestatieovereenkomst in 2012* en de doelstellingen uit de *Meerjarenbegroting (MJB) 2012-2016*. Het aanbod aan kunst en expressie was in 2012 breed en gevarieerd. Op televisie strekte het aanbod zich uit van kwalitatief hoogstaande fictie-series tot satire, zoals *Koefnoen* (AVRO) en *Toren C* (VPRO), van kunstinformatie tot concertregistraties. Bijgevoegde tabellen tonen de variatie aan expressie, podiumkunsten en fictie, per zender, in percentages en uren. Via redactionele crosspromotie, de inzet van sociale media en aandacht op de kunst- en cultuurportal Cultura

hebben de kunstprogramma's op Nederland 2 in 2012 meer aandacht besteed aan het geleiden van het publiek naar andere kunstprogrammering. Aan de ambitie om het drama-aanbod op Nederland 2 aantrekkelijk te maken voor een breder publiek is gewerkt door onder andere de series *Wonderen van Barslet* (NCRV/NTR) en *Lijn 32* (KRO/NCRV). Het merendeel van de kunstprogrammering wordt verzorgd door de AVRO, NTR en VPRO. Zij hebben op Nederland 2 de samenwerking op het gebied van het kunst- en culturaanbod proberen te versterken. Ook beogen de drie omroepen betere begeleiding van het publiek vanuit de programma's op de hoofdzender naar het aanbod van het themakanaal en portal Cultura24. Wanneer het budget van het Mediafonds wegens bezuinigingen wegvalt, wil de NPO de aanvullende financiering van 14 miljoen euro uit eigen budget voor talentontwikkeling en hoogwaardige drama en documentaires compenseren.

Takken, W. (2013) Je moet op deze plek de kwaai pier durven zijn. In: *NRC Handelsblad*, 21 december. Interview met Willemijn Maas, tot 1 januari 2014 directeur van de AVRO, de dag waarop AVRO en TROS fuseren. De AVRO wil zich profileren met kunst- en cultuurprogramma's, om kijkers zowel te verheffen als te vermaken. Maas ziet dan ook raakvlakken met de TROS, waar het accent ligt op amusement.

Takken, W. en C. Kammer (2011) Bij Matthijs van Nieuwkerk horen de kunsten bij reuring van alledag; Componisten zonder pruijk; Schrijver te gast? Check de voorraad; Tien minuten na optreden al hoger in

hitlijst; Man met bril vertelt verhaal over schilderij. In: *NRC Handelsblad*, 14 mei. Eén minuut in televisieprogramma *De Wereld Draait Door* van Matthijs van Nieuwkerk en je liedje is een hit, je boek een groot succes. De talkshow is het belangrijkste podium voor Nederlandse kunstenaars. Artikel biedt analyse van de effecten per kunstsector en toont de 25 opvallendste stijgers in de Nederlandse hitparade na een optreden in *DWDD* (seizoen 2009-2010).

Ali, H. (2010) Kunst, geliefd Hilversums paradepaardje. In: *de Volkskrant*, 25 juni. Zowel de AVRO en de NPS als de VPRO zien kunst en cultuur als een speerpunt. Hoe onderscheiden ze zich nog van elkaar? Willemijn Maas (algemeen directeur AVRO), Bart Soepnel (hoofdredacteur Kunst & Cultuur van de NPS), Lennart van der Meulen (algemeen directeur van de VPRO) en Andra Leurlijk (mediabeleidsonderzoeker bij TNO) aan het woord over profilering en samenwerking.

Daalmeijer, J.J. en G. Janssens (2010) Cultuur op de publieke omroep: Nederland en Vlaanderen. In: *Ons erfdeel*, jrg. 53, nr. 1, 82-91. Niet alleen in Nederland is kunst en cultuur bij de publieke omroep een gevoelig onderwerp. Ook in Vlaanderen is kunstprogrammering een complexe zaak.

Nederlandse Publieke Omroep (2010) *Verbinden, verrijken en verrassen: concessiebeleidsplan 2010-2016*. Hilversum: NPO, 129 p.
De NPO benoemt journalistieke kwaliteit/pluriformiteit en

expressie/kunst tot speerpunten voor de komende periode. In het domein Expressie gaat het om de vele vormen en uitingen van creativiteit die voortkomen uit de menselijke verbeelding: muziek, drama, film, dans, cabaret en beeldende kunst, zowel nationaal als internationaal.

Rooduijn, T. (2010)

De kans op kunst.

In: *609 Cultuur en media*, jrg. 2, nr. 4, 4-6.

Nu de kunstredacties bij kranten inkrimpen wordt de publieke omroep het belangrijkste podium voor kunst en cultuur. Pleidooi voor een overkoepelende kunstredactie bij de publieke omroep.

Twaalfhoven, A. (2010)

Meer ruimte voor avontuurlijk gedrag: verslag van de werkconferentie 'Omroep en Cultuur'. Amsterdam: De cultuurformatie, 9 p.

Op 27 april 2010 organiseerden het ministerie van OCW, de Nederlandse Publiek Omroep en de Cultuurformatie in de IJ-kantine in Amsterdam een conferentie over de samenwerking tussen de publieke omroepen en culturele instellingen. Een vijftigtal vertegenwoordigers uit de culturele sector en de (publieke) media gingen met elkaar in gesprek onder leiding van Hans van Beers. Tijdens het evenement zagen samenwerkingsprojecten tussen de AVRO en het Nederlands Uitburo, tussen Radio 4 en orkesten en ensembles, tussen NPS/het Klokhuis en het Nationaal Historisch Museum het licht.

Bodegom, R. van (2009)

Kunst op televisie: vier keer het Ajax-stadion op zondagmiddag. In: *Clou*, nr. 42, juli, 30-32.

Beeldschone kunstprogramma's worden door hun late programmering slechts door een handjevol kijkers gezien. De indruk bestaat dat er sprake is van een zwaar ongelukkig huwelijk tussen kunst en televisie. Klopt dat? Interview met Karen de Bok, hoofdredacteur VPRO-televisie, en Bart Soepnel, hoofdredacteur Kunst & Cultuur NPS.

Cuilenburg, J.J. van (2009)

Samenwerking publieke omroep – culturele instellingen.

Hilversum: Commissariaat voor de Media, 4 p.

Brief van 3 september 2009 waarin het Commissariaat voor de Media zijn beleid ten aanzien van samenwerking tussen publieke omroepen en culturele instellingen kenbaar maakt. Het Commissariaat constateert dat de omroepen en de culturele sector verschillende belangen hebben bij samenwerking. Financiën zijn vaak reden voor een falende samenwerking. Regels met betrekking tot gelijkwaardige samenwerking tussen publieke omroepen en mediabedrijven zouden uitgebreid moeten worden naar samenwerking tussen publieke omroepen en culturele instellingen. Zie ook *Samenwerking publieke omroep en culturele instellingen* (2008).

Janssen, H. (2009)

Kunst op televisie.

In: *de Volkskrant*, 30 oktober.

Het is lang *bon ton* geweest af te geven op het kunstaanbod op de Nederlandse televisie. Wie evenwel beschikt over digitale televisie, kan op de kanalen Cultura24 en Holland Doc het kunstaanbod naar believen aanvullen totdat hij bijkans aan al die schoonheidsbeleving bezwijkt. Aldus Hein Janssen, theaterrecensent bij *de Volkskrant*.

Schrurs, P. (2009)

De media.

In: *Jaarverslag 2007-2008 Kunsten '09*, 12-14.

Oud-directeur van de VPRO geeft een uitgebreid overzicht van het cultuurlandschap bij de publieke omroep.

Commissariaat voor de Media (2008)

Samenwerking publieke omroep en culturele instellingen.

Hilversum: Commissariaat voor de Media, 12 p.

Zowel de omroepen als de culturele instellingen hebben een culturele taak en er zou onderling beter samengewerkt moeten worden. Maar maakt de huidige Mediawet deze samenwerking tussen de omroepen en de culturele sector wel goed mogelijk? Brief van het Commissariaat voor de Media d.d. 2 oktober 2008 met daarin een overzicht van de (on)mogelijkheden van de wettelijke bepalingen.

Hofstede, B. en C. Eijsbouts (2008) *Verslag werkconferentie OCW over samenwerking tussen de omroep en de culturele sector*.

Amsterdam: De cultuurformatie, 4 p.

Verslag van de informele werkconferentie tussen vertegenwoordigers van de publieke omroep, van betrokken departementen en uit het culturele veld, op 9 juni 2008 in Den Haag. Aandacht voor mogelijkheden voor en knelpunten van samenwerkingsverbanden. Verschillende cases komen aan de orde, en onderwerpen als auteursrechten, hoge versus lage kunst, de culturele taak van de publieke omroep en journalistieke onafhankelijkheid.

Holvast, B. (2008)

Regelgeving belemmert samenwerking culturele instellingen met de publieke omroep.

Amsterdam: De cultuurformatie, 2 p. Minister Plasterk wil de banden tussen publieke omroep en culturele veld versterken. Deze ambitie wordt gedeeld door de Cultuurformatie en de publieke omroep, maar in de praktijk blijkt de samenwerking van de omroepen met culturele organisaties te worden belemmerd door bepalingen in de Mediawet. Oproep aan minister Plasterk om wetgeving aan te passen.

Nuchelmans, A. (2008)

'Ons publiek zapt niet': e-praktijk.

In: *Boekman*, jrg. 20, nr. 75, 69-70.

Gesprek met Oscar van der Kroon van de digitale cultuurzender Cultura.nl. Het initiatief voor de zender is afkomstig van de NPS, die de wettelijke opdracht heeft om programma's over kunst en cultuur te maken. Op de analoge publieke zenders komen kunst- en cultuurprogramma's vaak in de knel door lage kijkcijfers. Daarom worden ze verbannen naar de late uurtjes. De ontwikkeling van digitale televisie biedt een uitgelezen mogelijkheid voor een aparte zender voor kunst en cultuur.

Kunst- en cultuurprogramma's op radio en televisie

Beeldende kunsten, erfgoed en film

Knols, K. (2012)

Voor kunst gewonnen.

In: *de Volkskrant*, 20 april.

Het AVRO-programma *De Nieuwe*

Rembrandt is een talentenjacht voor beeldend kunstenaars. Amateurs en professionals gaan samen de strijd aan.

Delpeut, P. (2011)

Het verborgene.

In: *609 Cultuur en media*, jrg. 3, nr. 8, 24-25.

Voor het documentaire project *Hollandse meesters in de 21e eeuw* worden meer dan honderd Nederlandse kunstenaars in hun ateliers geportretteerd. Het project is een initiatief van fotograaf Michiel van Nieuwkerk en documentairemaker Ineke Hilhorst en komt tot stand in samenwerking met het Fonds BKVB, het Mediafonds, Cultura24, lokale omroepen en musea.

Gelder, L. van (2011)

'Vertrouwensband maakt me kritisch': interview Sarah Meuleman.

In: *Het Parool*, 10 september.

Sarah Meuleman gaat in haar televisieprogramma *Sarah's Barbaren* bij de VPRO op zoek naar plaatsen en projecten waar hoge en lage kunst samenkomen. Haar doel is om kijkers te laten zien hoe leuk kunst is.

Hol, M. (2010)

'Het is heel vervelend om mikpunt te zijn': interview presentatrice Hanneke Groenteman.

In: *de Volkskrant*, 9 juli.

Interview met Hanneke Groenteman. Zij presenteert sinds 2007 bij Omroep MAX *Sterren op het doek*, waarin een bekende Nederlander door drie verschillende kunstenaars wordt geportretteerd, terwijl Groenteman de gast vragen stelt.

Filmspot (2009)

Filmspot van de beeldbuis.

In: *NRC Handelsblad*, 30 maart.

Na zestien jaar valt het doek voor

het laatste filmprogramma op de Nederlandse televisie, *Filmspot*, van presentator Jacques Goderie. De uitzending draaide al jaren met verlies. Volgens Hans Pos van producent Shooting Star mislukken filmprogramma's vanwege de concurrentie van blogs, filmfora en trailers op het internet.

Liempt, P. van (2009)

Een echte Breughel uit de keuken:

25 jaar 'Tussen Kunst & Kitsch'.

In: *de Volkskrant*, 28 oktober.

Het programma *Tussen Kunst & Kitsch* werd in 1984 voor het eerst uitgezonden, vanuit het Singer Museum in Laren. Initiator Cees van Drongelen had zich laten inspireren door een programma van de BBC waarin onwetende burgers kunstvoorwerpen of daarop gelijkende prullaria toonden aan kenners: *The Antiques Roadshow*.

Buist, H. (2008)

Televisie en cultuurparticipatie: een onderzoek naar de invloed van een televisieprogramma op het bezoeken van een museum.

Master Media en journalistiek, Faculteit der Historische en kunstwetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam, 81 p.

Er zijn veel culturele programma's op de televisie waardoor kijkers op een toegankelijke manier kennis kunnen nemen van kunst en cultuur.

De vraag is of een televisieprogramma ervoor kan zorgen dat meer mensen gaan participeren in cultuur. *Museumgasten* (AVRO) is een van de weinige Nederlandse televisieprogramma's die inhoudelijk ingaan op de collectie van een museum en de kijker meenemen door het hele museum. Leidt het televisieprogramma tot een groei van het aantal bezoekers van de besproken musea? Welke elementen in

Museumgasten kunnen van invloed zijn op het gedrag van het publiek?

Burg, J. van der (2008)
Kunstdocumentaires in het nauw.
In: *Actueel*, sep., 13-15.
De kunstdocumentaire op televisie heeft het moeilijk. De redenen zijn de lage kijkcijfers en gebrek aan aandacht van de zendmanagers. Steeds weer moet er gepraat worden over het belang van kunstdocumentaires, aldus Annemiek van der Zanden, NPS-eindredacteur van *Het Uur van de Wolf*.

Literatuur

Kok, S. (2013)
Boekverkopers DWDD klaar voor tweede seizoen.
In: *Boekblad*, jrg. 180, nr. 9, 12-13.
Het boekverkoperspanel in het televisieprogramma *De Wereld Draait Door* is een laaiend succes. De aanbevelingen die de verkopers doen, hebben veel impact op de verkoopcijfers van de boeken.

Kraak, H. (2013)
Hoe kijk je een boek in één adem uit?
In: *de Volkskrant*, 31 augustus.
Interview met onder andere Wim Brands, presentator van het VPRO-televisieprogramma *Boeken op reis* en met Abdelkader Benali van *Benali Boekt*, over de vraag hoe je een pakkend schrijversportret maakt. Televisiemakers die zich over literatuur ontfermen, hebben 'een beetje een complex', aldus Brands, want ze worden telkens vergeleken met oervader Adriaan van Dis, trekken weinig kijkers en zijn steeds het slachtoffer van bezuinigingen.

Valk, E. de en W. Takken (2011)
Uitgevers dromen van Linda's Boekenclub; Benali neemt de

schrijvers mee naar buiten.
In: *NRC Handelsblad*, 9 april.
Het Van Dis-effect is verdwenen, maar literaire programma's kunnen nog altijd de boekenverkoop een fikse duw geven. Uitgevers verlangen naar een boekenclub rond een ster, naar voorbeeld van *Oprah's Book Club*.

Elzinga, V. (2010)
Politici bepleiten minder publieke omroepen en meer cultuur op tv: cultuur en auteursrecht onderwerp verkiezingsstrijd.
In: *Boekblad*, jrg. 177, nr. 9, 9, 11.
De door veel politici gewenste bezuinigingen op de publieke omroep zouden positief kunnen uitpakken voor boekenprogramma's op televisie, want de publieke omroep moet zich volgens de politiek meer op cultuur en nieuws gaan richten.

Onkenhout, P. (2010)
De eeuwige schaduw van Adriaan van Dis.
In: *de Volkskrant*, 28 april.
Van 1983 tot 1987 zond de VPRO *Hier is... Adriaan van Dis* uit, een praatprogramma dat zeker in literaire kringen mythische proporties heeft gekregen. In het nieuwe programma *Benali in Boeken* staan schrijvers en steden centraal. In de zesdelige televisieserie (NPS) gaat Benali op zoek naar de literaire hartslag van zes steden in Nederland en België. Aan het genre kleven tal van mislukte programma's die aanvankelijk veelbelovend waren, maar weinig waarmaakten of nauwelijks werden bekeken. Leon Verdonschot, presentator van het programma *Iets met boeken*, schrijver Kluun en Joost Nijsen van uitgeverij Podium over boekenprogramma's op de Nederlandse televisie.

Rooduijn, T. (2008)
Fluisteren met een megafoon.
In: *NRC Handelsblad*, 26 april.
Uit een terugblik op boekenprogramma's op televisie, te beginnen met *Gesprek aan de schrijftafel*, 1956-1964 (VPRO), komt naar voren dat literatuur en televisie weliswaar een moeizaam huwelijk vormen, maar geen onmogelijke combinatie. Het uitgangspunt van televisie is dat het een venster op de wereld biedt. Dat zou ook voor boekenprogramma's moeten gelden, aldus Wim Brands, maker van onder andere *Boeken&cetera*. Je kunt een gesprek over boeken zo voeren dat het iedereen iets te bieden heeft.

Podiumkunsten

Althuisius, J. (2013)
C'est le ton qui fait la musique.
In: *de Volkskrant*, 5 januari.
Reportage over het succesvolle radioprogramma *Diskotabel* van de NTR. Het programma over klassieke muziek wordt al meer dan 30 jaar uitgezonden op Radio 4.

Geelen, J.-P. (2013)
Tiende.
In: *de Volkskrant*, 10 januari.
Bespreking van het AVRO-programma *De Tiende van Tijd* waarin Tjil Beckand de kijker laat kennismaken met klassieke muziek. Klassieke muziek is meestal geen grote publiekstrekker, maar wordt in *De Tiende van Tijd* met succes op prime time vertoond.

Broeder, M. (2011)
Aangenaam klassiek: Radio 4.
In: *VPRO Gids*, nr. 9, 8-9.
Radio 4 gaat op de populaire toer: overdag korte stukjes muziek en een lichte presentatie, in de avond, de nacht en het weekend

Jack van der Ledenis redacteur van *Boekman*

concerten. Interview met zendermanager Marwil Straat over de vraag of hier sprake is van verbreding of vernauwing.

Brummelman, W. (2011)
Twintigduizend mensen scanderen: 'Kruisig hem!'

In: *NRC Handelsblad*, 22 april.
Op de Grote Markt in Gouda organiseerden EO en RKK op 21 april 2011 de Nederlandstalige paasmusical *The Passion*, gezongen en gespeeld door Bekende Nederlanders, en live te volgen op televisie en internet. Er keken 979.000 mensen.

Gelder, H. van (2011)
Toneel op tv stopt, de kijkers zaptten weg.

In: *NRC Handelsblad*, 6 juli.
Na twee seizoenen is de televisieserie *Toneel op de televisie*, waarin de zes beste toneelstukken van het seizoen te zien waren bij de AVRO, NTR en VPRO, gestopt. De omroepen waren niet tevreden met de vorm voor het opnemen van toneelstukken en de kijkcijfers stelden teleur.

Leurdijk, A. (2011)
Twitteren over Mahler.

In: *Boekman*, jrg. 23, nr. 86, 76-81.
In de digitale toekomst gaat het niet in de eerste plaats om meer productie van kunst en cultuur door de publieke omroep, maar om het behouden en het vergroten van het bereik van dit aanbod. De omroep moet dit doen onder alle generaties en in alle genres. De publieke omroep probeert al jaren meer jongeren aan zich te binden. De vraag is of de publieke omroep hiermee niet tegen de stroom in roeit. Misschien is het verstandiger om de oudere kijker en luisteraar te koesteren.

Takken, W. (2011)
'Verplichtnederlandstalig' op Twitter.
In: *NRC Handelsblad*, 1 juli.
De Tweede Kamer heeft ingestemd met het PVV-voorstel om het aandeel van Nederlandstalige muziek op Radio 2 vast te stellen op ten minste 35 procent. Het voorstel leidde tot veel reacties van radiomakers en artiesten. Zie ook 'Nederlandstalige muziek, moet dat wel worden opgelegd?' door K. van Teeffelen en E. Langenhuijsen in *Trouw*, 2 juli 2011.

Pot, M. (2010)
Pop op tv bedient vooral de fans.
In: *de Volkskrant*, 23 april.
De opkomst van televisie in de jaren zestig van de vorige eeuw was van cruciaal belang voor de doorbraak van popmuziek, maar nu haken veel kijkers af zodra er popmuziek op televisie verschijnt. Uit de popsector klinkt het verwijt dat de publieke omroep er om deze reden weinig aandacht aan besteedt. Het enige specifieke popprogramma, *de Nederpopshow*, heeft nota bene de vorm van een quiz en wordt pas om half twaalf uitgezonden.

Spel, M. (2010)
Dicht op het kleppen van de huid.
In: *NRC Handelsblad*, 4 december.
De NTR (de publieke taakomroep die per 1 januari 2010 is ontstaan uit een fusie van NPS, Teleac en RVU) neemt elk seizoen vier producties van De Nederlandse Opera op voor uitzending op televisie. Het grote succes van de in bioscopen live uitgezonden opera's vanuit de Metropolitan Opera in New York bewijst dat opera als film werkt.

C omroep voor kunst en cultuur (2009)
Ruim 3000 luisteraars protesteren tegen voortschrijdende popularisering van Radio 4.
Hilversum: C omroep voor kunst en cultuur, 4 p.
Ruim 3000 leden van C – de omroep voor kunst en cultuur – die tot de frequente luisteraars van Radio 4 behoren, hebben protestbrieven gestuurd tegen het schrappen van een van de beste programma's van Radio 4. De leiding van Radio 4 wil het programma *Viertakt* vervangen door een uitzending met lichtere klassieke muziek en meer nieuwsberichten. Daarmee denkt men het publiek te verjongen en te vergroten.
Embrechts, A. (2009)
Kreupel van de spierpijn: de avond van de jonge danser.
In: *de Volkskrant*, 20 mei.
Dansen is een keihard vak, laat de NPS zien met *De Avond van de Jonge Danser*. Het programma vormt hiermee een tegenhanger van populaire programma's als *So you think you can dance*, *Holland's got talent* en *Sterren dansen op het ijs*, die suggereren dat iedereen met een beetje oefening de showdans in kan.

Janssen, H. (2009)
Toptheater op televisie: 'toneel op 2'.
In: *de Volkskrant*, 24 september.
Toneel op televisie is relatief goedkoop te produceren, archiveert acteerprestaties en draagt bij aan de verspreiding van een onbemande cultuurvorm. Interview met Marc Nelissen, initiatiefnemer en producent van de serie *Toneel op 2*, een reeks van zes toneelstukken die door de publieke omroep in de zomermaanden van 2009 integraal zijn uitgezonden.