

Kunstjournalisten in de kijker

Kunstjournalisten hebben grote invloed op het publieke debat over kunst en de meningsvorming over kunstenaars en hun werk. Maar over de achtergrond, beroepspraktijk en professionele opvattingen van kunstmedewerkers van Nederlandse dag- en weekbladen was tot voor kort weinig bekend. Wie zijn zij eigenlijk? Een onderzoek.

Naar de professionele kenmerken en beroepspraktijk van kunstjournalisten en kunstcritici is nog maar weinig onderzoek verricht, niet in Nederland en elders evenmin. De beschikbare studies betreffen vooral het leven en werk van grote namen uit de (inter)nationale kunst- en literatuurkritiek. Die geringe wetenschappelijke belangstelling is op zijn zachtst gezegd opmerkelijk, gezien de explosieve groei van de kunst- en cultuurberichtgeving in de Nederlandse pers sinds de jaren zeventig en de sterke toename van het aantal personen dat daarbinnen werkzaam is (zie onder andere Janssen 2003 en Van Dijk 2001) enerzijds en de betekenis van kunstjournalistiek en kunstkritiek anderzijds. Kunstjournalisten en critici spelen immers een sleutelrol in het publieke debat over kunst en de meningsvorming over kunstenaars en hun werk. Hun activiteiten zijn sterk van invloed op de aandacht en erkenning die kunstvormen, kunstenaars en werken ontvangen, zowel binnen de kunstsector als in de bredere samenleving.

Om meer inzicht te krijgen in de publieke beoordelaars van kunst besloot ik een paar jaar geleden tot een uitgebreide enquête onder Nederlandse kunstjournalisten en kunstcritici,¹ met als doel een nader beeld van de achtergrondkenmerken, werkomstandigheden, beroepspraktijk en professionele opvattingen van deze groep te verkrijgen.

Populatie In het najaar van 2000 zijn de kunstredacties van alle Nederlandse dag- en opinieweekbladen² benaderd voor een overzicht van alle personen die in hun blad regelmatig over kunst publiceren. Daarbij werd hun gevraagd of de betrokkenen als freelancer of in loondienst werkzaam zijn en met welke kunstdiscipline(s) zij zich primair bezighouden. Vrijwel alle bladen werkten aan het onderzoek mee.³

1 In het vervolg van dit artikel zal ik de term 'kunstjournalist' gebruiken ter aanduiding van al degenen die betrokken zijn bij de informatievoorziening en opinievorming over kunst en cultuur (literatuur, film, beeldende kunst, theater, dans, popmuziek, et cetera) in Nederlandse dag- en opinieweekbladen. Het begrip 'kunstjournalist' omvat dus ook critici en recensenten.

2 Het betrof hier 4 opinieweekbladen, 6 landelijke dagbladen en 30 regionale dagbladen, waarvan sommige meerdere edities voor specifieke lokale of regionale doelgroepen uitbrengen. Zie het overzicht in *Mediamarkt in Nederland en Vlaanderen 2000*, Den Haag, Biblion, p. 30, dat als uitgangspunt voor het onderzoek is gebruikt.

3 Van een aantal bladen kreeg ik alleen een overzicht van de kunstjournalisten in vaste dienst. De (regelmatig publicerende) freelance kunstmedewerkers van deze bladen zijn opgespoord aan de hand van een substantieel aantal doorgenomen afleveringen van de betrokken titels. Van twee regionale kranten ontving ik in het geheel geen informatie. Deze bladen zijn in het verdere onderzoek buiten beschouwing gelaten.

De inventarisatie leverde circa 800 namen op van personen die regelmatig over kunst schrijven in Nederlandse dag- en weekbladen. Een aanvullende inventarisatie van zes edities van elk blad uit mijn bestand leverde nog eens 215 extra namen op van specialisten, die slechts af en toe een bijdrage leveren. Als we dit getal extrapoleren naar een heel jaar, dan zijn er in Nederland – naast een harde kern van zo'n 800 personen die geregeld over kunst publiceren – duizenden personen die zich incidenteel met kunstjournalistiek en kunstkritiek bezighouden.

Van de 800 kunstjournalisten uit mijn bestand is ruim tweederde werkzaam als freelancer. Het aandeel van freelancers in de kunstjournalistiek is daarmee veel groter dan in de Nederlandse journalistiek als geheel, waar het minder dan een kwart bedraagt (Deuze 2000, 73). Ongeveer 250 kunstjournalisten zijn in dienst van een krant. Gecombineerd met gegevens over het totale aantal dagbladjournalisten in loondienst⁴ betekent dit dat circa 7 procent van de Nederlandse dagbladjournalisten zich fulltime of parttime met kunstjournalistiek bezighoudt.

Bijna 30 procent van de kunstjournalisten is vrouw, zowel van de freelancers als van degenen die in loondienst voor een dag- of weekblad werkzaam zijn. Dit is iets meer dan het vrouwenaandeel in de journalistiek in het algemeen (Deuze 2001).

Circa 70 procent van de kunstjournalisten werd door de kunstredactie aangemerkt als specialist op een bepaald deelgebied en 20 procent als expert op twee of drie (deel)terreinen. Een minderheid van 10 procent werd gekwalificeerd als 'generalist' op het gebied van kunst en cultuur. Hiervan is circa driekwart in dienst van een krant, terwijl de specialisten overwegend (75 procent) op freelance basis aan een blad meewerken.

Muziek is veruit het meest genoemde specialisme (30 procent). Hiervan schrijft 12 procent over klassieke muziek, 11 procent over popmuziek, en respectievelijk 3 en 1 procent over jazz en opera. Ruim 20 procent is literatuurkenner, 17 procent theater-expert en 12 procent beeldendkunstspecialist. Vrouwen blijken oververtegenwoordigd op het gebied van dans, beeldende kunst en 'kunst voor kinderen'. Ze zijn duidelijk ondervertegenwoordigd op het gebied van jazz, popmuziek, cabaret, film en klassieke muziek.

Achtergrondkenmerken De tweede stap in het onderzoek behelsde een schriftelijke enquête onder een representatieve steekproef uit mijn bestand. In 2001 ontvingen 600 kunstjournalisten de vragenlijst. Van hen stuurden er 255 de lijst ingevuld terug.

Leeftijd De gemiddelde leeftijd van de Nederlandse kunstjournalisten is 45 jaar, enkele jaren ouder dan Nederlandse journalisten in het algemeen (ibid.). Tussen freelancers en kunstjournalisten in loondienst bestaat geen noemenswaardig leeftijdsverschil. Vrouwelijke kunstjournalisten zijn echter aanmerkelijk jonger – gemiddeld ruim acht jaar – dan hun mannelijke collega's.

Opleiding Het opleidingsniveau van de groep kunstjournalisten is over het algemeen hoog. Bijna 80 procent heeft een hogere beroepsopleiding (30 procent) of een

⁴ Volgens de dagbladuitgevers waren in 1998 3827 journalisten werkzaam in de dagbladsector (Mediamarkt 2000, p. 28).

academische studie (48 procent) afgerond. Het aandeel van academici binnen de kunstjournalistiek is daarmee aanmerkelijk groter dan binnen de journalistiek als geheel (ibid.).⁵

De helft van de kunstjournalisten kan bogen op een voltooide universitaire of hbo-opleiding op het gebied van taal- en letterkunde (29 procent),⁶ muziek (11 procent) of beeldende kunst (10 procent). Daarnaast heeft een handvol respondenten een opleiding op film- of theatergebied of een studie kunst- en cultuurwetenschappen afgerond. Relatief weinig kunstjournalisten zijn journalistiek geschoold; minder dan een kwart bezocht ooit een journalistieke opleiding en 12 procent beschikt over een eindexamen van een dergelijke opleiding.⁷ Een aanzienlijke groep kunstjournalisten heeft dus een studie achter de rug die niet direct op het terrein van de journalistiek of de kunsten ligt. In de meeste gevallen gaat het hierbij om een studie geschiedenis, filosofie of sociale wetenschappen.

Hoe denken de betrokkenen over de scholing van kunstjournalisten? Tweederde blijkt van mening dat de opleiding tot kunstjournalist/criticus voor verbetering vatbaar is. Over de vraag wat de aangewezen instantie voor een dergelijke opleiding zou zijn, wordt verschillend gedacht. Ongeveer een kwart ziet hier primair een rol weggelegd voor universiteiten, twintig procent noemt de school voor journalistiek en een zeer klein deel denkt in dit verband aan kunst-hbo's, **on the job training** bij kranten en tijdschriften zelf, of beroepsverenigingen. De grootste groep (40 procent) ziet het meest in een samenwerkingsverband tussen universiteiten en kunst-hbo's en/of scholen voor journalistiek.

De volgende vraag was welke drie elementen in een eventuele opleiding tot kunstjournalist prioriteit verdienen en of ze überhaupt een plaats in het curriculum zouden moeten krijgen.

Tabel 1. Het belang van diverse elementen in de scholing van kunstjournalisten

	Absolute prioriteit (percentage respondenten)	Percentage vermeldingen in top-3	Verdiend plaats in curriculum (percentage respondenten)
Praktische journalistieke vaardigheden	53	28	95
Geschiedenis beeldende kunst, literatuur, theater, muziek, film, et cetera	13	20	97
Praktische kritische vaardigheden	11	20	97
Cultuurgeschiedenis	9	13	96
Kunsttheorie	8	6	88
Theorie van de kunstkritiek	3	7	84
Kunst- en cultuurbeleid	<1	3	87
Bedrijfsmatige aspecten van de kunst- en cultuursector	<1	<1	53
Theorie en onderzoek met betrekking tot journalistiek en pers	<1	<1	45
Communicatiewetenschap	<1	<1	35
Organisatie en management van media	-	<1	35

⁵ Van de ruim 1000 ondervraagde journalisten uit het onderzoek van Deuze volttooide circa 30 procent een universitaire opleiding en heeft circa 40 procent gedurende een of meer jaren universitair onderwijs genoten.

⁶ In de meeste gevallen gaat het hier om een opleiding neerlandistiek.

⁷ Voor Nederlandse journalisten in het algemeen bedragen deze percentages respectievelijk 31 en 26 (Deuze, 2001).

Tweederde van de ondervraagden blijkt van mening dat de opleiding tot kunstjournalist/criticus voor verbetering vatbaar is

Ruim de helft van de kunstjournalisten vindt dat praktische journalistieke vaardigheden absolute voorrang moeten krijgen in een opleiding tot kunstjournalist. Theorie van de kunstkritiek worden slechts door een selecte groep als centraal studieonderdeel aangemerkt. Dit laatste spoort met de opvatting van de meeste respondenten dat de kunstjournalistiek en kunstkritiek zich verre dienen te houden van het academische jargon van de kunstwetenschappen.

Vrijwel alle ondervraagden vinden beleidsmatige en bedrijfsmatige aspecten van de kunst- en cultuursector van ondergeschikt belang, maar volgens een (royale) meerderheid van de respondenten horen ze wel in een kunstjournalistieke opleiding. Vakken die betrekking hebben op het functioneren van de journalistiek en media verdienen daarentegen volgens de meesten geen ruimte in het curriculum.

Werkomstandigheden en beroepspraktijk

Kunstjournalisten in loondienst Ruim 90 geënquêteerden werken in loondienst voor een dag- of weekblad. Deze groep heeft in negen van de tien gevallen een vast contract voor onbepaalde tijd. Zij werken gemiddeld 36 uur per week en verdienen 2100 euro netto per maand. Het grootste deel (60 procent) houdt zich exclusief bezig met de kunst- en cultuurberichtgeving voor zijn of haar blad. Daarnaast is er een groep die ook regelmatig bijdragen over andere onderwerpen verzorgt en daaraan gemiddeld een kwart van de werktijd besteedt.

Freelance kunstjournalisten Bijna 160 respondenten zijn werkzaam als freelancer. Veertig procent van hen beschouwt 'journalist' als het hoofdberoep. De helft van deze groep heeft daarnaast geen andere betaalde werkzaamheden. De andere helft verricht ook nog betaald werk buiten de journalistiek en besteedt hier gemiddeld eenderde van de totale werktijd aan.

Een ruime meerderheid van de freelancers geeft aan een ander hoofdberoep te hebben. In veel gevallen is dit een baan als docent in het middelbaar (23 procent) of hoger (22 procent) onderwijs. Bijna een kwart is zelf actief als kunstenaar, musicus, auteur of vertaler. Degenen voor wie de kunstjournalistiek een nevenactiviteit is, besteden gemiddeld een dag per week aan het schrijven van recensies en artikelen.

De meeste freelance kunstjournalisten verzorgen al geruime tijd – gemiddeld zo'n dertien jaar – bijdragen over kunst en cultuur voor de Nederlandse pers. Een minderheid (17 procent) heeft eerder in loondienst gewerkt voor een krant of tijdschrift.

Hoewel ruim de helft van de freelancers bijdragen levert aan meerdere bladen, is er meestal (in 90 procent van de gevallen) wel sprake van een hoofdblad waarvoor men werkt. Des te opmerkelijker is het dat slechts een minderheid van de freelancers beschikt over een contractueel vastgelegde overeenkomst met de betrokken periodiek; tweederde geeft aan dat er hoogstens sprake is van een informele regeling.

De freelance kunstjournalisten krijgen gemiddeld 145 euro voor hun stukken en verdienen 6600 euro netto per jaar met hun kunstjournalistieke werkzaamheden. De ontevredenheid met de geboden honorering is wijdverbreid. Bijna 80 procent

van de ondervraagde freelancers vindt dat zij onderbetaald worden in vergelijking met hun collega's in loondienst. Circa driekwart van de kunstjournalisten in loondienst onderschrijft deze opvatting.

Output Om een nadere indruk te krijgen van de kunstjournalistieke praktijk, is de kunstjournalisten onder meer gevraagd hoeveel stukken over kunst en cultuur ze het afgelopen jaar ongeveer publiceerden. De 'gemiddelde' freelance kunstjournalist schreef om en nabij de 75 artikelen. Daarvan bestond driekwart uit recensies en circa eenvijfde uit interviews. Voor kunstjournalisten in loondienst bedroeg de output gemiddeld 120 bijdragen, die wat gelijkmatiger over de diverse journalistieke genres waren verdeeld: 35 procent recensies, 25 procent interviews, 15 procent achtergrondartikelen, 14 procent korte berichten en 11 procent reportages.

De recensie lijkt als genre minder achterhaald dan de afgelopen jaren wel is beweerd. Dit geldt in elk geval voor de kunstjournalisten zelf, van wie ruim de helft de recensie noemt als een van de genres die men het liefst beoefent. Respectievelijk eenderde en een kwart merkt het interview en het achtergrondartikel als voorkeursgenre aan, terwijl de reportage slechts voor 10 procent favoriet is. Geen van de ondervraagden heeft veel affiniteit met het schrijven van korte (nieuws)berichten en ongeveer 10 procent van de kunstjournalisten heeft geen voorkeur voor een specifiek genre, maar vindt juist de afwisseling plezierig.

Professionele kenmerken Bij de vragen naar de professionele kenmerken ging het om hoe men in bredere zin tegen de kunstjournalistiek aankijkt en om de invulling die men aan de functie van kunstjournalist geeft. Hiertoe is de kunstjournalisten, deels in de vorm van stellingen, gevraagd naar hun rolopvattingen en naar hun selectie- en beoordelingscriteria.

Een van de stellingen luidde dat kunstjournalisten en kunstcritici allereerst partners zijn in het artistieke debat en tot taak hebben dit debat gaande te houden. Ruim 40 procent onderschrijft deze stelling, maar het grootste deel kan zich niet (35 procent) of slechts ten dele (25 procent) vinden in deze taakopvatting.

Over de vraag in hoeverre kunstjournalistiek binnen de journalistiek een status aparte heeft, denken de kunstjournalisten eveneens sterk uiteenlopend. Volgens de ene helft onderscheidt kunstjournalistiek zich niet wezenlijk van andere vormen van journalistiek, maar de andere helft vindt dat kunstjournalistiek allerm minst met andere journalistieke specialismen over één kam geschoren kan worden. Dit verschil komt onder meer terug in de wijze waarop men tegen het vraagstuk van objectiviteit aankijkt. Een krappe meerderheid vindt dat kunstjournalisten – net als hun collega's op andere terreinen – moeten streven naar een zo objectief mogelijke berichtgeving, maar een ruime minderheid is het met deze opvatting (hartgrondig) oneens.

De kunstjournalisten kregen verder een achttal aspecten/functies van de kunstjournalistiek voorgelegd met de vraag welke drie daarvan zij het belangrijkste achten (tabel 2). De aspecten betrouwbaarheid, analyse en leesbaarheid scoren verreweg het hoogst. Slechts een beperkt aantal kunstjournalisten merkt het articuleren van het eigen oordeel, het signaleren van nieuwe trends en het bieden van nieuwe gezichtspunten als het allerbelangrijkste aan, terwijl een nog kleinere groep de kunstjournalistiek primair een waakhondfunctie ten aanzien van het kunstbeleid toedicht.

De recensie lijkt als genre minder achterhaald dan de afgelopen jaren wel is beweerd, in elk geval voor de kunstjournalisten zelf, van wie ruim de helft de recensie noemt als een van de genres die men het liefst beoefent

Jongere kunstjournalisten hechten beduidend meer belang aan 'leesbaarheid', terwijl ze de 'waakhondfunctie' veel minder belangrijk vinden dan hun oudere collega's

Het gewicht dat de kunstjournalisten aan de diverse aspecten toekennen, blijkt nauw samen te hangen met hun leeftijd, opleidingsachtergrond, professionele status en het soort blad waarvoor ze werken. Jongere kunstjournalisten hechten beduidend meer belang aan 'leesbaarheid', terwijl ze de 'waakhondfunctie' veel minder belangrijk vinden dan hun oudere collega's. Degenen die een journalistieke opleiding hebben genoten, voor wie de journalistiek hun hoofdberoep vormt en/of die in loondienst werkzaam zijn, hebben 'betrouwbaarheid' en 'leesbaarheid' hoger in het vaandel staan dan degenen die geen formele journalistieke scholing hebben genoten en/of voor wie de kunstjournalistiek een freelance nevenactiviteit is. Academisch gevormde kunstjournalisten hechten meer belang aan de articulatie van het eigen oordeel en het bieden van analyses en interpretaties dan hun collega's die geen universitaire opleiding hebben genoten. Medewerkers van regionale kranten en populaire landelijke dagbladen vinden 'leesbaarheid' en 'het signaleren van nieuwe trends' belangrijker dan medewerkers van landelijke kwaliteitskranten of opinieweekbladen. De laatste groep, die verhoudingsgewijs veel academisch geschoolden bevat,⁸ hecht op zijn beurt weer meer waarde aan persoonlijke oordelen en analyses.

Tabel 2. Rangorde van diverse aspecten/functies van de kunstjournalistiek

	Belangrijkst (percentage respondenten)	Percentage vermeldingen in top-3	Negatief oordeel over gangbare praktijk (percentage respondenten)
Betrouwbaarheid/zorgvuldigheid van de geboden informatie	33	23	25
Analyse/interpretatie besproken werken, evenementen en ontwikkelingen	23	19	52
Leesbaarheid/bevatelijkheid voor het publiek	17	19	32
Representativiteit/volledigheid van de berichtgeving	15	9	33
Articulatie eigen oordeel	5	10	38
Signaleren van nieuwe trends	3	7	44
Bieden van nieuwe gezichtspunten	3	7	73
Kritisch volgen van kunstbeleid	1	6	46

De volgende vraag was de score van de Nederlandse kunstjournalistiek op elk van deze aspecten. De laatste kolom van tabel 2 geeft het percentage respondenten dat de kunstverslaggeving in de Nederlandse pers (vaak) tekort vindt schieten op een bepaald punt. De prestaties van de Nederlandse kunstjournalistiek zijn vooral benedenmaats als het gaat om het bieden van nieuwe gezichtspunten. Ook het analytisch gehalte van de kunstberichtgeving laat in de ogen van veel respondenten vaak te wensen over. Daarnaast vindt een aanzienlijke groep dat de Nederlandse kunstjournalistiek onvoldoende (kritisch) oog heeft voor wat er speelt in het kunst- en cultuurbeleid, en voor nieuwe trends.

⁸ Bijna 70 procent heeft een universitaire opleiding afgerond, tegenover respectievelijk 50 procent en 36 procent van de kunstjournalisten die werken voor populaire landelijke kranten en regionale dagbladen.

Het merendeel van de kunstjournalisten is van mening dat de Nederlandse kunstjournalistiek een representatief beeld geeft van het actuele kunst- en cultuur-aanbod. Toch zijn hier wat kanttekeningen bij te maken. Nogal wat respondenten verklaren desgevraagd dat de Nederlandse dag- en weekbladkritiek nauwelijks oog heeft voor niet-gevestigde kunst en dat bepaalde kunstvormen onvoldoende aandacht krijgen in de Nederlandse pers. Het gaat dan vooral om architectuur, dans, fotografie, design, nieuwe media en jeugdliteratuur. Ook vinden veel kunstjournalisten dat de meeste Nederlandse dag- en weekbladen te weinig ruimte uittrekken voor bijdragen over hun eigen kunstspecialisme. Dit geldt met name voor de sectoren muziek (vooral popmuziek en jazz), architectuur, dans en theater. Ten slotte besteedt de Nederlandse kunstjournalistiek in de ogen van de meeste respondenten onvoldoende aandacht aan wat er in het buitenland op het gebied van hun hoofdspecialisme gebeurt. Alleen buitenlandse films en literatuur komen volgens een meerderheid van de betrokken specialisten voldoende aan bod.

Selectiecriteria De kunstjournalisten is gevraagd hoe zwaar naar hun mening een tiental aspecten (tabel 3) dient mee te wegen bij de redactionele beslissing om al dan niet aandacht aan een werk of evenement te besteden. Artistieke kwaliteit scoort veruit het hoogst, gevolgd door de betekenis van een werk voor de ontwikkeling van de betrokken kunstdiscipline, en de bredere sociaal-culturele betekenis van het werk. Verder vindt men dat lezersinteresses en culturele vorming van lezers altijd mee moeten wegen. Minder dan een kwart onderschrijft echter de stelling dat de kunstjournalistiek zich dient te concentreren op informatie die interessant is voor een zo breed mogelijk publiek.

Opmerkelijk is dat een aantal meer journalistiek getinte criteria volgens de respondenten hoogstens een ondergeschikte rol in het selectieproces mag spelen: het profiel van het medium, de concurrentiepositie van een blad ten opzichte van andere bladen en de reputatie/status van de maker. Vanuit een journalistiek oogpunt zou men verwachten dat veel meer gewicht wordt toegekend aan de reputatie van de maker. Een slecht boek van Mulisch is immers een veel belangrijker nieuwsfeit dan een goed boek van een onbekende debutant, en vanuit concurrentieoverwegingen lijkt men hoe dan ook gehouden aan een nieuwe Mulisch aandacht te besteden.

Het bovenstaande vat samen hoe de respondenten in het algemeen over het gewicht van diverse selectiecriteria denken. Er zijn echter significante onderlinge verschillen tussen de ondervraagde kunstjournalisten. Degenen die een journalistieke opleiding hebben genoten, voor wie de journalistiek het hoofdberoep vormt en/of die in loondienst werkzaam zijn, blijken beduidend meer belang te hechten aan lezersinteresses, het profiel van het medium, de reputatie van de maker en concurrentieoverwegingen. Medewerkers van regionale kranten en populaire landelijke dagbladen vinden lezersinteresses beduidend belangrijker dan medewerkers van landelijke kwaliteitskranten of opinieweekbladen. Laatstgenoemden kennen op

Minder dan een kwart onderschrijft de stelling dat de kunstjournalistiek zich dient te concentreren op informatie die interessant is voor een zo breed mogelijk publiek

hun beurt weer meer gewicht toe aan artistieke kwaliteit en de bijdrage van een werk aan de ontwikkeling van de betrokken kunstdiscipline, terwijl ze ook persoonlijke voorkeur/affiniteit veel belangrijker vinden. Daarnaast zijn er generatieverschillen. Zo kent de oudste lichter veel meer gewicht toe aan culturele vorming. De jongste generatie vindt de reputatie van de maker, het profiel van het medium en concurrentieoverwegingen veel belangrijker. Zij lijken meer oog te hebben voor journalistieke eisen en belangen.

Tabel 3. Rangorde van de selectiecriteria

De eigen norm van de respondenten	speelt volgens de respondenten in de praktijk een:
Behoort een centrale rol te spelen	
1. Artistieke kwaliteit	(6) belangrijke rol
Behoort altijd mee te wegen	
2. Bijdrage aan de ontwikkeling van de kunstdiscipline	(8) belangrijke rol
3. Bredere sociaal-culturele betekenis	(7) belangrijke rol
4. Aansluiting bij interesses van de lezers	(2) belangrijke tot centrale rol
5. Culturele vorming van de lezers	(9) ondergeschikte rol
Behoort een ondergeschikte rol te spelen	
6. Aansluiting bij het profiel van het medium	(3) belangrijke rol
7. Reputatie/status van de maker(s)	(1) centrale rol
8. Persoonlijke voorkeur/affiniteit	(5) belangrijke rol
9. Concurrentiepositie ten opzichte van andere bladen	(4) belangrijke rol
Behoort geen rol te spelen	
10. Onderhouden van goede betrekkingen met makers/producenten/distributeurs	(10) ondergeschikte rol

Volgens de journalisten geeft de reputatie van de maker van een kunstwerk over het algemeen de doorslag bij de redactionele selectie, terwijl deze slechts een ondergeschikte factor behoort te zijn

Tot slot laat de tabel een duidelijke discrepantie zien tussen hoe de kunstjournalisten vinden dat de selectie idealiter moet geschieden en hoe het er volgens hen in de praktijk aan toegaat. Zo dient 'artistieke kwaliteit' naar het oordeel van de journalisten een centrale rol te spelen, maar komt dit criterium in de praktijk slechts op de zesde plaats. Volgens hen geeft de reputatie van de maker over het algemeen de doorslag bij de selectie, terwijl deze slechts een ondergeschikte factor behoort te zijn. Ook zouden persoonlijke voorkeuren, profilerings- en concurrentieoverwegingen in de praktijk doorgaans een belangrijke rol spelen, terwijl dat niet het geval zou mogen zijn.

Beoordelingscriteria In aansluiting op de vragen over selectiecriteria werd de kunstjournalisten gevraagd naar het belang van een zevental aspecten (tabel 4) in hun oordeelsvorming over een kunstwerk. Het hoogst scorende de vormaspecten van het kunstwerk (structuur, compositie, stijl), op afstand gevolgd door de intenties en visie van de maker.

Tabel 4. Rangorde van de beoordelingscriteria

	Gemiddelde score*
Structuur, compositie, stijl van werk	5,8
Intenties, visie, ideeën van maker	4,9
Morele lading/zeggingskracht werk	4,1
Mogelijkheden die werk biedt tot identificatie	3,9
Mate waarin werk kritische houding oproept	3,5
Wijze waarop werk zich verhoudt tot werkelijkheid	3,3
Wijze waarop werk zich verhoudt tot andere kunstwerken	3,2

* De kunstjournalisten is gevraagd de criteria te ordenen van 1 (minst belangrijk) tot 7 (belangrijkst).

In dit totaalbeeld valt opnieuw een aantal nuances aan te brengen. Zo kennen de medewerkers van landelijke kwaliteitskranten en opinieweekbladen beduidend meer belang toe aan vormaspecten en de relatie met andere kunstwerken dan hun collega's bij de populaire landelijke dagbladen en regionale kranten. Film- en literatuurkenners vinden vormaspecten en de relatie tussen kunstwerk en werkelijkheid belangrijker dan specialisten op het gebied van theater, muziek en beeldende kunst. Theater- en beeldendekunstexperts kennen op hun beurt aanzienlijk meer gewicht toe aan de visie en intenties van de maker. Ook hier is daarnaast sprake van generatieverschillen. Zo hechten de jongste lichten kunstjournalisten beduidend meer belang aan de morele zeggingskracht van een werk.

Positie en toekomst Tot slot kregen de kunstjournalisten een aantal vragen en stellingen over de positie en toekomst van de kunstjournalistiek in de Nederlandse pers voorgelegd.

Nogal wat respondenten vinden dat kunstjournalistiek in de meeste Nederlandse dag- en weekbladen een ondergeschoven kindje is en een (klein) deel gelooft zelfs dat Nederlandse dagbladen hun kunst- en cultuurpagina's vooral zien als advertentiefuik. Het merendeel is echter van mening dat kunstjournalistiek over het algemeen als een volwaardige vorm van journalistiek wordt beschouwd en behandeld.

Hoewel het gros van de kunstjournalisten de stelling onderschrijft dat de publieke belangstelling voor kunst- en cultuuruitingen sterk afhankelijk is van publiciteit in dag- en weekbladen, kan men zich meestal niet of slechts gedeeltelijk vinden in de veel verkondigde opvatting dat de kunstjournalistiek steeds meer een verlengstuk is geworden van het promotieapparaat van culturele instellingen en bedrijven. Dit spoort met het belang dat men hecht aan een onafhankelijke positie van kunstjournalisten. Zo dienen kunstjournalisten en -critici volgens een meerderheid van de respondenten liefst geen vriendschappelijke betrekkingen te onderhouden met kunstenaars en zeker niet verbonden te zijn aan een culturele instelling of bedrijf, omdat dit een onafhankelijke taakuitoefening in de weg kan staan. De overtuiging van veel kunstjournalisten dat personen die zelf ook als kunstenaar actief zijn niet de beste kritieken schrijven, moet vermoedelijk eveneens in dit licht worden gezien.

Volgens het leeuwendeel van kunstjournalisten vormen dag- en weekbladen aan het begin van de eenentwintigste eeuw nog steeds het informatiemedium bij uitstek voor het in kunst en cultuur geïnteresseerde publiek. De opmars van het

De jongste lichten kunstjournalisten hechten beduidend meer belang aan de morele zeggingskracht van een werk

Een ruime meerderheid van de ondervraagden gelooft dat nog geen tien procent van de lezers daadwerkelijk geïnteresseerd is in hun stukken

De kunstsector zelf biedt te weinig weerstand aan de overheidsdwang 'marktconform' of 'publieksgericht' te werken, en kiest steeds vaker voor 'wat verkoopt' en minder voor 'kwaliteit'

internet brengt hier volgens hen voorlopig geen verandering in, net zomin als de televisie dat in een eerder stadium heeft gedaan. Dat wil allerm minst zeggen dat men zich veel illusies maakt over het publiek dat men bereikt of dat men erg rooskleurig denkt over de toekomst van de Nederlandse kunstjournalistiek. Een ruime meerderheid van de ondervraagden gelooft dat nog geen tien procent van de lezers daadwerkelijk geïnteresseerd is in hun stukken. Tachtig procent van de kunstjournalisten signaleert desgevraagd allerlei ontwikkelingen die de positie en de kwaliteit van de kunst- en cultuurberichterijding in gevaar brengen of reeds hebben aangetast. De grootste boosdoeners/bedreigingen zijn de voortschrijdende commercialisering en verzakelijking van de dag- en weekbladsector⁹ en de daaraan gekoppelde opmars van het marktdenken bij de bladen zelf. Deze groeiende marktgerichtheid zou zich vertalen in een 'verschraling', 'vervlakking' en 'popularisering' van de (kunst)berichterijding. De 'grootste gemene deler', 'de waan van de dag' en 'de slag om de jongere lezer' bepalen in toenemende mate de redactionele koers en 'lange', 'diepgravende', en 'eigenzinnige' artikelen moeten steeds vaker wijken voor korte, 'prikkelende', 'hapklare' stukjes over de nieuwste hype of de laatste trend.

Veel kunstjournalisten zien de bovengeschetste tendensen als een uitvloeisel van bredere sociaal-culturele ontwikkelingen. Ze verwijzen veelvuldig naar de voortschrijdende 'ontlezing' onder de Nederlandse bevolking en naar de afkalvende belangstelling voor kunst en cultuur, vooral bij jongere generaties. Meer complexe en kritische vormen van kunst en cultuur zouden in de huidige 'pret-', 'pop-' en 'zapcultuur' steeds meer naar de marge verdwijnen. De Nederlandse overheid werkt dit in de hand, doordat ze te weinig in goed onderwijs investeert, kunst en cultuur als een sluitpost op de begroting behandelt en de kunstsector in toenemende mate dwingt om 'marktconform' of 'publieksgericht' te werken. De kunstsector zelf biedt hier te weinig weerstand aan en kiest steeds vaker voor 'wat verkoopt' en minder voor 'kwaliteit'. Bovendien zouden culturele instellingen en bedrijven steeds meer hun toevlucht nemen tot allerlei uitgekende marketingtechnieken en publiciteitscampagnes, waardoor de rol van de kunstjournalistiek als onafhankelijke informatieverstrekker en opinievormer gemarginaliseerd of zelfs gecorrumpeerd dreigt te worden.

Gevraagd naar de negatieve kanten van de eigen kunstjournalistieke werkzaamheden, verwijzen veel respondenten naar de magere honorering, die vaak niet in verhouding zou staan tot de gewerkte uren, de ongunstige werktijden (veel in de avonduren en het weekeinde) en de hectiek en gehaastheid van het journalistieke bedrijf. Hierdoor wordt men voortdurend geconfronteerd met harde deadlines en ontbreekt de tijd voor discussie, reflectie en analyse. Andere, veelgenoemde negatieve aspecten zijn de talrijke oninteressante producten en evenementen waar men zich toch in moet verdiepen, de geringe respons van collega's en lezers, desinteresse en gebrek aan erkenning van krantenredacties, en, last but not least, de gekwetste gevoelens of vijandige reacties van degenen over wie men schrijft en oordeelt.

Ondanks al die negatieve facetten en ontwikkelingen ziet het merendeel van de kunstjournalisten voor zichzelf wel degelijk een toekomst in de kunstjournalistiek weggelegd. Negentig procent verwacht over vijf jaar nog steeds in de kunst- en

⁹ Trefwoorden die in dit verband herhaaldelijk vallen, zijn concernvorming, fusies, concentratietendensen, bezuinigingsoperaties, inkrimping redacties, reorganisaties.



Elsbeth Etty door Niels Bongers

Het schrijven over kunst en cultuur ziet men als een intellectuele en creatieve uitdaging, als een vorm van geestelijke verrijking

cultuurjournalistiek te werken. De meeste kunstjournalisten lijken de aantrekkelijke kanten van hun kunstjournalistieke werk dus nog steeds belangrijker te vinden dan de negatieve aspecten ervan. 'Vrijheid' en 'ongebondenheid' zijn noties die de kunstjournalisten herhaaldelijk gebruiken in antwoord op de vraag wat voor hen de aantrekkingskracht van de kunstjournalistiek is. Verder beschouwen tal van kunstjournalisten het als een buitenkans dat ze zich 'notabene betaald' kunnen verdiepen in onderwerpen die hen persoonlijk sterk interesseren, en het aanbod en de ontwikkelingen op een of meer culturele gebieden op de voet kunnen volgen. De contacten en interactie met kunstenaars en andere betrokkenen uit de kunstwereld, die het werk van kunstjournalist met zich meebrengt, ervaren veel respondenten als bijzonder inspirerend en stimulerend. Het schrijven over kunst en cultuur ziet men als een intellectuele en creatieve uitdaging, als een vorm van geestelijke verrijking, dan wel als een uitgelezen manier om het vermogen tot analyse, interpretatie, en oordeelsvorming aan te scherpen en de eigen expressieve kwaliteiten verder te ontwikkelen. Ten slotte beschouwen veel kunstjournalisten het schrijven voor een breder publiek en het toegankelijk maken van kunst en cultuur voor een publiek van niet-ingewijden als een aantrekkelijk facet van hun werk.

Susanne Janssen is benoemd als bijzonder hoogleraar Sociale aspecten van kunst, cultuur en media, en is daarnaast universitair hoofddocent Kunst- en cultuurwetenschappen aan de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Literatuur

- Deuze, M. (2000) **Journalists in the Netherlands. An analysis of the people, the issues and the (inter-)national environment.** Amsterdam: Aksant.
- Deuze, M. (2001) 'Onderzoek journalisten in Nederland'. In: **De Journalist**, jrg. 106, afl. 4, 18-21.
- Dijk, N. van en S. Janssen (2001) 'De reuzen voorbij. De metamorfose van de literaire kritiek in de pers na 1965'. In: **Journalistieke cultuur in Nederland.** Amsterdam: AUP, 2001, 208-235.
- Janssen, S. (2003) 'De status van de kunsten in de Nederlandse pers, 1965-1990'. In: **Veranderingen in het culturele veld.** Nijmegen: Van Tilt, verschijnt najaar 2003.