

Waterval van kleur en klank

Saskia van der Linden



Alle zintuigen worden wakker geschud, al bij binnenkomst kriebelt de diepte van de ondergrondse archieven door je evenwichtsorganen. Hout, metaal, glas en beton in een oogstrelende detaillering vragen je aandacht. Even verder stokt je adem: in het atrium klatert het zonlicht door de kleurige ramen over de tribune. Adembenemende zichtlijnen doorkruisen het gebouw. Even later vult de presentatie, die elk uur op het grootste oprolbare filmdoek ter wereld wordt getoond, je oren, hoofd en maag: een waterval van kleur en klank dendert over je heen. In zachte knusse hoekjes geniet je stil van je eigen geschiedenis in beeld en geluid.

Ik moet dit herschrijven, het klinkt naar onze maatstaven te geëxalteerd, te lovend. Ik laat het staan. Ik kan er niets anders van maken. Er was kritiek, omdat ik eerder dit jaar schreef over 'iets dat nog niet bestaat', maar *Beeld en Geluid* bestaat al jaren. Voorheen konden docenten, leerlingen en studenten via *Academia* en *Teleblik* in duizenden uren radio- en televisiemateriaal grasduinen. Niet alleen het onderwijs kan dit materiaal raadplegen, voor niet-commerciële doeleinden mag het ook gebruikt worden! De waarde van deze bron kan naar mijn idee nooit te vaak onder de aandacht gebracht worden. De waarde die voor ckv en av zelfs van dubbel belang is: de inhoud én het medium zelf. En nu is er dan, op 1 december, de opening van het gebouw door onze eigen koningin. Alle reden dus om nog een keer het karakter, het unieke en die waarde van *Beeld en Geluid* te beschrijven. Ditmaal uit eigen ervaring.

Medio 1996 ontstond het inzicht dat het materiaal van groot publiek belang is en ook opengesteld moet worden

voor anderen dan de professioneel geïnteresseerden. Het nieuwe huis van *Beeld en Geluid* maakt het archief publiek toegankelijk. Immers door de collectie te tonen 'krijgt zij haar betekenis'. Vervolgens wil *Beeld en Geluid* naast deugdelijk conserveren en opslaan ook een monument vormen voor de makers van al dit audiovisuele materiaal. De waarde van het materiaal als cultureel erfgoed uitdragen door informatie en educatie, is het vierde, maar niet onbelangrijkste, doel. Die waarde kenmerkt zich op twee niveaus: het inhoudelijke belang van wát er te horen en te zien is, en, op metaniveau, de historische rol van de media. Het eerste media-instituut ter wereld dat al die functies op deze manier combineert, vormgegeven door Neutelings Riedijk Architecten en Studio Drupsteen, verwacht zo'n 150.000 bezoekers per jaar.

Het is geen museum, het is een *experience*. Bezoekers worden opnieuw ooggetuige van hun eigen geschiedenis en beleven deze op verschillende manieren. Vijftien

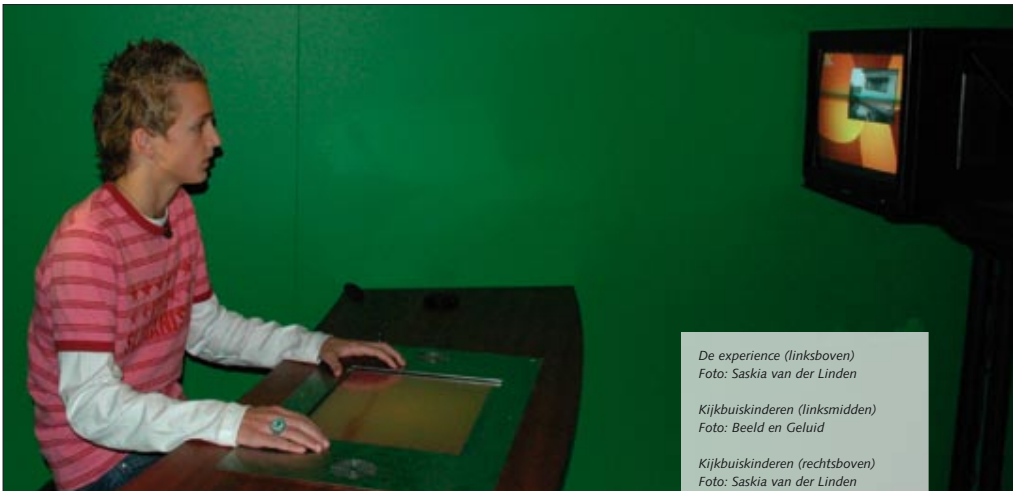
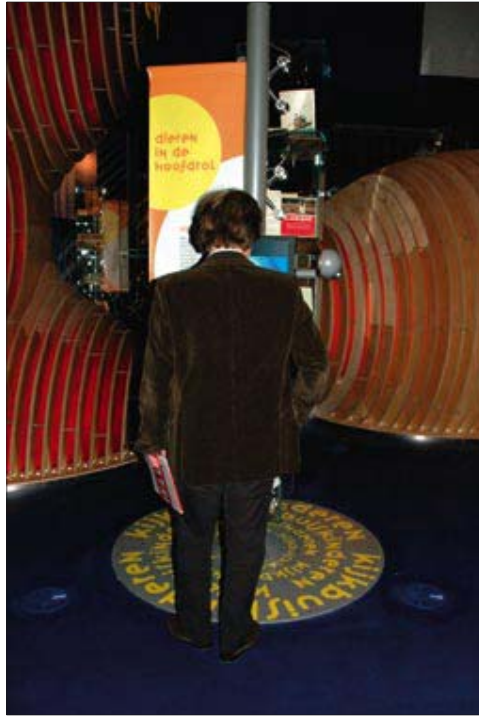


De ringen
Foto: *Beeld en Geluid*

Atrium (links onder)
Foto: Saskia van der Linden

Detaillering (rechts onder)
Foto: *Beeld en Geluid*





De experience (linksboven)
Foto: Saskia van der Linden

Kijkbuis kinderen (linksmidden)
Foto: Beeld en Geluid

Kijkbuis kinderen (rechtsboven)
Foto: Saskia van der Linden

De nieuwslezer (onder)
Foto: Saskia van der Linden



De meiden van Halal en Cetherine Keijl als gids.
Foto's: Beeld en Geluid.

paviljoens vertegenwoordigen vijftien thema's die gevuld worden met fragmenten die bij de leeftijd en interesse van de bezoeker aansluit. De honderd uur die men in de experience kan doorbrengen garanderen ontelbare combinaties en mogelijkheden.

Het bezoek kan namelijk gepersonaliseerd worden. De ring waar de bezoeker bij binnenkomst een email-adres, naam en leeftijd aan kan koppelen, geeft sturing aan zijn keuzes. Kleuters worden geprikkeld door geluiden, jongeren krijgen geen enge oorlogsfilms te zien en volwassenen zien bijvoorbeeld kinder-tv uit hun eigen jeugd. Ook kun je een persoonlijke gids aan je ring koppelen, van Loretta Schrijver tot Hans Goedkoop, van Catherine Keijl tot de meiden van Halal. En tenslotte biedt het de mogelijkheid om alles wat je maakte later in de medialounge, of nog later thuis, te bekijken. Je kunt je echter ook geheel anoniem door de experience bewegen. Steeds is er een combinatie van het beleven van archiefbeelden tot het interactief zelf doen en dat allemaal voor de prijs van € 7,50 of € 11,-.

Op mijn veel te korte strooptocht door de experience, drie dagen voor de opening, kom ik de puber tegen die heel serieus met behulp van een autocue voor de chromakey-groene achtergrond het nieuws voorleest. Straks kan hij zichzelf gelijk Philip Freriks, teruggemonteerd bekijken. Een stelletje keuvelt in één van de drie lieflijke eitjes die een soort i-pods voor twee personen vormen. Een podium van zes dieprode publieksstoelen met heuse A-, B- en C-knoppen waar fanatiek een quiz over *Media en Macht* gespeeld wordt. Ikzelf programmeer een avondvullend programma. Waarschijnlijk levert mijn smaak en keuze onvoldoende reclame-inkomsten op. Allerlei intieme studiootjes, plekjes en optrekjes bieden kijk- en luistergenot, zoals de panda met de dierenfilms. In *Achter de schermen* krijgen de creatieve talenten alles wat zij nodig hebben en

voor de performers biedt de 'sterrenopkomst' - onder luid applaus met spotlights en draaiende camera's - één minuut roem. 'Goedenavond, ik ben Rick,' fluistert een zestienjarige presentator zacht. Het valt bitter tegen, dat sterren- dom. Een bezoek aan de experience is niet alleen beleven, het is ook een belevens. Veel te snel sta ik weer buiten. Ik mis de paviljoens *Bewegend geheugen*, *De Verleiding*, *De betovering* en *De wereld een dorp* en heb helaas geen screentest gedaan, niet meegespeeld in GTST, geen hoor- spel van geluiden voorzien, niet getoverd met licht en niet aan het reclamespel meegedaan.

'Na ongeveer vier uur willen bezoekers weer naar buiten,' vertelt Pieter van der Heijden, directeur van *Beeld en Geluid*, in zijn inleidende praatje. Het is dus onmogelijk om alles te zien. Ik hoop dat de toekomstige bezoeker zich voldoende laat verleiden tot geconcentreerde aandacht.

Detailering
Foto: Beeld en Geluid



Archief (links)
Foto: Beeld en Geluid

Atrium (rechts)
Foto: Beeld en Geluid



Oppervlakkig rondzappen is mijn enige zorg bij het zien van al dat moois. De bezoeker móet een keuze maken en in de *Zapcentrale* worden de kleintjes daarmee geholpen. Volwassenen mogen verdwalen of laten zich door hun gids informeren. 'Er komen nog bordjes en begeleidende teksten die je helpen met kiezen,' stelt een medewerkster me gerust. Op dinsdag 28 november wordt er nog hard gewerkt. Niet alleen aan de bordjes, mannen timmeren en boren nog naar hartelust en de glazenwassers hebben nog een hele klus voor vrijdag 1 december. Regelmatig zie ik grote stickers op schermen geplakt: alle software wordt nog getest, servers nog geïnstalleerd. 'Wat doen jullie bij uitval?' vraag ik John Leek, manager educatie. De hele dag zijn er publieksbegeleiders en een floormanager in de experience aanwezig die niet alleen bezoekers begeleiden, maar ook problemen signaleren en oplossen. Echter, vooral de software zelf zal bij problemen automatisch het programma herstarten. Ik was getuige van zo'n herstart die inderdaad nog geen minuut wachttijd oplevert.

Het hele gebouw straalt diezelfde zorg en detaillering uit. Een uitstraling die bovendien steeds past bij de inhoud. Het gloeiende, aardse oranje vanuit de diepe kerkers van het archief, de glitter van de showwereld en de sober grijze glaspaneel-wand bij de kantoren.

Detaillering
Foto: Saskia van der Linden



'Maar hoe moet dat in een museum waar je alles lijkt te mogen en je overal aan kunt zitten?' vraag ik nogmaals argwanend aan een ander. 'Ja, deze pen moet nog aan een koord geketend worden,' vertelt hij lachend, 'maar alles is hufferproof gemaakt.' Even later zie ik een educatief medewerker achter een groepje leerlingen aan rennen: 'Rustig, rustig.' Niet alles mag dus.

Voor het vo biedt *Beeld en Geluid* de workshops *Mediamaken* aan, de workshop *Tv-taal* van een uur en als school de workshops *Soap en Nieuws* van drie uur bij Studio Beng. In dit tijdbestek wordt een journaal of soap geproduceerd. Voor uitleg en andere mogelijkheden verwijs ik naar de website www.beeldengeluid.nl waarvan sinds 1 december een nieuwe versie online is. Het beste is toch zelf een kijkje te gaan nemen. Het journaal meldde dat de experience een individuele - niet sociale - bezigheid is. Ik ben het daar niet mee eens. Interactieve media zijn inderdaad vaak op de individu gericht - de één houdt de muis vast en de ander kijkt beteuterd mee - maar de activiteiten in Hilversum bieden, herkenbaar, de uitnodiging tot 'samen doen' en 'delen'. De hele familie kan mee en wie moe wordt van al het mediageweld, kan relaxen in het restaurant of voor een uur de bioscoopzaal induiken. De experience is namelijk tot negen uur 's avonds open. ■