

merciele zenders hebben een dergelijk archief nooit kunnen aanleggen. Maar vandaag is de vraag wat de publieke omroep met dat archief gaat doen? Er komen tijden die voor ons onherkenbaar zullen zijn. Pas vanaf de jaren '80 is alles geïnformatiseerd. In het oudere deel van het archief kan alleen ik mijn weg nog vinden. Men kent de waarde ervan niet; er zitten ontzettend kostbare dingen in. Een dergelijk archief zou toegankelijk gemaakt moeten worden, b.v. via kopieën die bij het Vlaams Theaterinstituut worden gedeponeerd. Bovendien moet dit snel gebeuren: het filmmateriaal heeft langere overlevingskansen, maar van de videobeelden zal binnen zes, zeven jaar niets meer te zien zijn. De BRTN zelf heeft niet de mankracht of de infrastructuur om zo'n archief open te stellen.

Wij krijgen regelmatig vragen uit het buitenland naar beeldmateriaal. Wat wij kunnen voorleggen heeft zijn plaats in internationale catalogi. Ik kan alleen maar hopen dat men de waarde van dit archief onderkent.

Een interessant deel van het archief werd opgebouwd in de jaren '80 met het magazine *Kunstzaken*. Dat zat geprogrammeerd net na het nieuws, een unieke gelegenheid om dagelijks onderwerpen uit de culturele sector te behandelen en daarmee een zeer groot publiek aan te spreken. In het elan van het nieuws bereikte je mensen die anders nooit naar culturele berichtgeving zouden kijken. Het programma werd in 1992 afgevoerd en opgevolgd door de agenda *Affiche* en het magazine *Ziggurat* waarin alle kunstdisciplines samen behandeld werden.

Bij de BRT is veel mogelijk geweest, reeksen als *Persona* b.v., een gesprek van een uur, vrijwel zonder illustratie. Is dat morgen nog denkbaar? *Persona* brak met de trend van de 'beeldspraak', met de idee dat op televisie het beeld moet primeren. Dat vind ik dus niet. Je kan best een uur kijken naar iemand die spreekt. In *Persona* hadden we gesprekken met Susan Sontag, Tadeusz Kantor, Max Frisch, Julian Beck en Judith Malina, Marguerite Duras... Toen het interview met Duras na haar overlijden opnieuw uitgezonden werd, kreeg ik veel respons van de jongere generatie. Dat is interessant aan zo'n archief: generaties wisselen om de tien jaar; het is boeiend nieuwe generaties met die documenten te confronteren.

Het was een grote verandering toen we in 1992 stopten met opnamen te maken op film; vroeger werd alles gedraaid op 16mm film. Ik heb lang gevochten tegen de overgang naar video. Film is veel rijker, fotografisch interessanter. Daarbij komt dat de overlevingstijd van video veel korter is. Dat stelt natuurlijk problemen voor het bewaren van het archief,

maar men kan verwachten dat dit opgelost wordt als men digitaal gaat registreren.

Werken nu

Door onze manier van werken hebben we in al die jaren een vertrouwensrelatie opgebouwd met veel kunstenaars. Op dit ogenblik liggen de zaken anders. Voor vele schouwburgen is promotie belangrijker geworden dan het werk dat wij doen. Voor het theater met zijn beperkte publiek geldt die 'promotiementaliteit' misschien minder dan voor andere kunsten, zoals literatuur of film. Boeken zijn consumptiegoederen geworden. Als je bij een belangrijk auteur komt voor een interview, ben je niet meer de enige. Auteurs geven uiteraard de voorkeur aan gesprekken in *De Zevende Dag* of in *Schermen* omdat ze dan in één keer een groter publiek bereiken. Als een ploeg van bij ons naar een filmfestival trekt, moeten ze aanschuiven, met dertig in de rij. De interviews die je dan krijgt, hebben louter een promotiefunctie. Na drie minuten is de volgende aan de beurt. Op die manier kan je niet werken.

De BRTN is in een harde concurrentiestrijd verwickeld en introduceert totaal nieuwe spelregels om een groter publieksbereik uit te bouwen. Er bestaan over kijkcijfers voor culturele programma's enorme misverstanden. Men stelt dat 30% van het kijkend publiek hoge, tot zeer hoge culturele affiniteiten heeft. Dat zou betekenen dat je met een cultureel programma een bereik zou moeten hebben van 300 000 mensen. Dat haal je natuurlijk nooit. Wat mij interesseert is te onderzoeken hoeveel potentiële lezers, concertgangers, theaterbezoekers er zijn. Wellicht gaat het om 15 000 actieve participanten. Door een veel groter publiek te willen bereiken, schiet men zijn werkelijke doelgroep voorbij. Als je dan maar 60 000 kijkers haalt, zegt men: afvoeren. Maar 60 000 kijkers dat is driemaal de opkomst bij een editie van het KunstenFESTIVALdesArts! Als je 14 000 kijkers bereikt met een documentaire over Schönberg, is het voor een publieke omroep geen oneer om dat uit te zenden. Maar zo wordt dat niet bekeken.

TV1 heeft met succes een nieuw profiel uitgebouwd. Het is een zuiver ontspanningsnet geworden. In mei 1997 worden de bestaande culturele programma's afgevoerd en voor september 1997 wordt voor TV2, het verdiepend net, een strategie uitgebouwd op basis van het Censydiam-onderzoek dat de wensen van de kijkers ontleedt. Dat gebeurde eerder bij Radio 1. Daar werd de culturele redactie afgebouwd. Men schuwt extreme deskundigheid; verpakking domineert op inhoud. Kunst en cultuur worden luchtig en speels aangekaart door bv's. Heel wat waardevolle gesprekken,

reportages enz. zullen sneuvelen. Er zullen geen 'watchers' meer zijn die de continuïteit van het theater verzekeren. De vrees bestaat dat alleen nog spectaculaire media-evenementen aan bod zullen komen. Als ik nu naar de uitzendingen van vroeger terugkijk, stel ik met schrik vast dat onze zendtijd steeds beperkter geworden is, terwijl de BRTN in het verleden het theater gevolgd heeft op een manier die je in weinig andere landen kan terugvinden.

Ik denk dat wat mij in mijn werk drijft veel met verwantschappen te maken heeft. Ik heb ooit een uitzending gemaakt die *Verwant* heette. Dat is niet toevallig. Ik zoek naar affiniteiten, naar het gevoel met anderen op een zelfde golflengte te zitten.