



De Staat van het boek 2014 : Boeken & media: een gelukkig huwelijk?

Sprekers: An Rydant, Jean Philip De Tender en Wim Vanseveren

Gespreksleider: Katia Segers

Verslag: Kathleen Cortens

Inleiding

De aandacht voor boeken in media is geen onbesproken thema. Er is een grote discussie aan de gang over boekenprogramma's op tv en aandacht voor boeken in de kranten maar de uren effectieve zendtijd liggen laag.

Boekenprogramma's worden systematisch kritisch onthaald: er is kritiek op de format, de boekenselectie, de presentator, etc... Er worden wel veel opiniestukken geschreven maar bewijst de sector zichzelf een dienst met deze polemieken? Boeken, kunsten en kranten zijn andere media dan tv. Dit wordt vaak gebruikt als reden waarom boekenprogramma's gedoemd zijn te mislukken. De media gaat er van uit dat boeken op tv niet werken. Deze mening wordt ondersteund door tegenvallende kijkcijfers.

Een huwelijk tout-court?

VTM heeft geen plannen voor een boekenprogramma op tv omdat dit, zoals met filmprogramma's, te moeilijk is. Met uitgeverijen is er een samenwerking in twee richtingen. Zo doen uitgeverijen voorstellen voor fictie (bv. Aspe) en recent ontstond er een nieuwe samenwerking met WPG waarbij zes crimi's worden verfilmd.

In de andere richting worden er voor nieuwe programma's steeds schrijvers uitgenodigd om te kijken of er interessante samenwerkingen zijn (bv. de boeken van SOS Piet).

Voor VRT zijn de uitdagingen van de boekensector en de media gelijklopend. Er wordt steeds gefocust op boekenprogramma's maar dit moet veel breder. VRT moet berichten over boeken en alles wat met boeken te maken heeft. Klara die auteurs uitnodigt, Cobra, etc... Problematieken die in boeken aan bod komen, moeten ook op tv aan bod komen. VRT heeft een rol in het sterker maken van boeken en het aanzwengelen van het debat dat in boeken gevoerd wordt.

Zoals VTM maakt VRT ook fictie van een boek (bv. Het Goddelijke monster). De beweging omgekeerd wordt ook gemaakt waarbij een tv-programma tot een boek kan leiden (Dagelijkse Kost, Ten Oorlog, Birth Day,...) Tot slot geeft VRT ook boeken uit, zoals de boeken van "Boris en Binti", uitgegeven door Ketnet.

Factoren die de relatie beïnvloeden

Eenzijds is er de gewoonte om belangrijke content aan papier te vertrouwen. Dit kan nu ook op schermen en dat zorgt voor nieuwe mogelijkheden. Daarnaast zijn de verdienmodellen van tv en boeken grondig anders. Daar waar bij tv de winst relatief zeker is, is dit bij boeken geen constante. Dit verschil in economisch model speelt mee in de relatie tussen boeken en tv. Tot slot is ook het accent van de huidige minister bepalend voor een samenwerking tussen boeken en media.

Samenwerken en gedeelde verantwoordelijkheid

Het is een maatschappelijke verantwoordelijkheid die duidelijk toegekend is aan VRT. Voor VTM is die verantwoordelijkheid echter ook belangrijk maar niet in dezelfde mate als voor VRT. Naast die verantwoordelijkheid gaar het ook over de rol van VRT, de partnerships en de samenwerkingen. Als jongeren minder boeken lezen omdat ze afgeleid worden door andere media, die ook verhalen vertellen (bv. games) moet er bekeken worden hoe er samengewerkt kan worden. Daar zit fundamenteel een grote uitdaging die de één op één promotie voor een boek overschrijdt.



Kranten vs. televisie

Er zijn programma's die dagelijks 1 miljoen kijkers hebben. Als je daarin aanwezig kunt zijn met boeken, dan bereik je 1 op 6. Kranten hebben een beperkter bereik maar uiteraard is het van belang om ook daarin aanwezig te zijn. We hebben echter ook gidsen in en naar cultuur nodig. Daar heeft tv dus een belangrijke rol te spelen. Maar die rol krijgt beter vorm door met boeken aanwezig te zijn in een breed programma dan in een specifiek boekenprogramma.,

Sociale media en boeken: op voorwaarde van authenticiteitsbehoud

Het is heel belangrijk om aanwezig te zijn in sociale media om een relatie met je publiek op te bouwen. Het volstaat niet (meer) om een gewoon pak papier aan te bieden. Dit moet wel op een authentieke manier gebeuren aangezien er mensen zijn die beter omgaan met sociale media dan anderen. Hier hebben uitgevers een grote rol te spelen.