

Jonge lezers en schrijvers willen groeien

Jack van der Leden Van een website voor en door enthousiaste jonge lezers tot en met schrijversavonden in de Stadsschouwburg in Amsterdam: literatuur onder jongeren leeft!

‘Echt iets voor Laure.’ Haar moeder ontdekte vorig jaar op Facebook De Leesfabriek, een website voor en door lezende jongeren, en dacht direct aan haar dochter. Inmiddels is Laure Dijkstra (16 jaar, 5 vwo) een van de circa zestig bloggers die met grote regelmaat boekbesprekingen aanleveren bij de website. De Leesfabriek bevat recensies, foto’s en filmpjes van interviews met (vaak jonge) schrijvers en verslagen van literaire evenementen. ‘We willen jonge lezers een platform bieden om met elkaar in contact te komen en informatie over boeken uit te wisselen’, legt John Schrijnemakers uit. Samen met echtgenote Dorothée Postel heeft hij twee jaar geleden de website opgericht. ‘Zolang jongeren er maar plezier in hebben, blijven ze lezen, ook als ze eenmaal 15 jaar zijn.’ De sociale media zijn een onmisbare schakel. De belangstelling is groot, ook van boekhandels en uitgevers. ‘Wekelijks krijg ik meerdere aanvragen van jongeren die recensies willen schrijven voor de website.’

Niets liever dan lezen

Laure schreef al recensies voor ze de website leerde kennen. ‘Met mijn besprekingen hoop ik andere jongeren tot lezen aan te zetten.’ Het enthousiasme voor lezen lijkt onbegrensd onder de jonge recensenten van De Leesfabriek. Naast de bloggers-in-het-land is er een tienkoppige webredactie. Deze jongeren doen niets liever dan lezen, praten over wat ze gelezen hebben en hun ervaringen met andere jongeren delen. De Leesfabriek biedt ze een podium.

Het echtpaar is tevens eigenaar van kinderboekhandel SpeelBoek en een bureau voor leesbevordering, Het Leesbureau, in Amersfoort. Om te achterhalen welke boeken kinderen en jongeren werkelijk willen lezen, organiseerden zij in het verleden in hun boekhandel bijeenkomsten voor jonge lezers. Webredacteur van het eerste uur van De Leesfabriek was Mariska Meijer (22 jaar, student Biomedische wetenschappen aan de Universiteit Leiden). Ze kijkt er met genoegen op

terug. ‘Opeens kon ik met leeftijdgenoten over boeken praten, dat was ongekend. Op school en bij vrienden vond ik als 15-jarige geen klankbord.’ Tijdens de bijeenkomsten (‘tussen stápels boeken’) vertelde Schrijnemakers de deelnemers over nieuw verschenen werken, hij gaf ze mee en hoorde binnen een paar dagen wat er leuk of slecht aan was. Van deze ‘leeservaringen’ maakte het echtpaar dankbaar gebruik bij het aanprijzen van de boeken in de winkel.

Het leespaneel was de fysieke voorloper van de website De Leesfabriek. Mariska: ‘Ook bij de website ontbreekt dwang, en dat is cruciaal voor jongeren. Geheel vrijblijvend en *bottom-up* bepaal je als deelnemer zelf welke boeken en literaire evenementen op het platform je bespreekt. Net als bij het leespaneel brengt John ons op de hoogte van het nieuwe aanbod. Als boekverkoper heeft hij uitstekend zicht op de boekenmarkt.’ Alles draait bij de website om het plezier in lezen. ‘Uit ervaring weten we dat jongeren zich niet graag de les laten lezen, maar liever naar elkaar luisteren, elkaar enthousiasmeren en tot lezen verleiden.’¹

Naast het schrijven van recensies houdt Mariska zich bij De Leesfabriek bezig met het verzinnen van categorieën voor de besproken boeken die jongeren aanspreken. ‘Jongeren schrikken vaak terug voor het etiket literatuur. Terwijl een zeer geliefd boek onder jongeren als *De eenzaamheid van de priemgetallen* van Paolo Giordano óók literatuur is. We spelen met het idee om dergelijke boeken “stiekem-literair” te noemen. Daarmee trekken we jonge lezers hopelijk over de streep.’

De Leesfabriek kent naast de virtuele variant een fysieke vorm, de Lokale Leesfabrieken. Verdeeld over het land zijn er samenwerkingsverbanden opgericht tussen scholen, bibliotheken en soms ook boekhandels die jongeren de gelegenheid bieden

‘Jongeren schrikken vaak terug voor het etiket literatuur’

om met elkaar in contact te komen om leeservaringen uit te wisselen en boekpresentaties en auteursvoordrachten bij te wonen. De offline initiatieven kunnen Schrijnemakers niet snel genoeg van de grond komen, maar realisatie ervan staat of valt met enthousiasme, geldbronnen en beschikbare (vrije) tijd bij de partners. De ontwikkeling van een interactieve website staat nog hoger op de agenda, maar het aanboren van geldbronnen mislukte door het ontbreken van een verdienmodel en door de economische crisis. ‘Onze hoop is nu gevestigd op twee professionele fondsenwerfers’, aldus een onvermoeibare Schrijnemakers.

Podium voor jonge schrijvers

Een ander succesvol initiatief, waarbij jongeren zelf literatuur maken, is de Jonge Schrijversavond, een jaarlijks literair programma met een flitsende website. ‘Waar moet je aankloppen als jonge, beginnende

schrijver?’ vroeg Maurice Seleky (31 jaar), organisator van het evenement, zich vijf jaar geleden af. De kans op doorbreken op de literaire markt via een tijdschrift, een uitgeverij of een literair festival is gering, aldus Seleky. En hij spreekt uit ervaring, want was ooit zelf een literaire starter.

Hij wist in 2009 onder de paraplu van studentenvoorziening CREA in Amsterdam een podium voor jonge schrijvers in het leven te roepen, bedoeld om nieuwe literatuur en jonge schrijvers te stimuleren. Tijdens de literaire talkshow werden jonge schrijvers geïnterviewd voor een dito publiek. De formule sloeg geweldig aan. ‘Jonge schrijvers als Maartje Wortel, Philip Huff en Hanna Bervoets traden daar op en zijn inmiddels gevestigde namen.’ Met hetzelfde succes werd het programma herhaald in 2010, met hetzelfde resultaat.

‘Naast mijn schrijverschap werk ik al jaren in de PR, waardoor ik ook verstand heb van *branding* en jongerenmarketing’, legt Seleky uit. Dat kwam goed van pas toen hij van Melle Daamen, directeur van de Amsterdamse Stadsschouwburg, de mogelijkheid kreeg om zijn programma te laten plaatsvinden in diens theater. ‘Daamen bood twee opties: de lobby, klein en intiem, of de grote zaal, groot en massaal.’ Seleky koos dapper voor het laatste: ‘Als mensen zien dat er een evenement over jonge schrijvers staat geprogrammeerd in de grote zaal, wordt het eerder serieus genomen.’ In zijn vriendenkring vond hij mensen bereid om vrijwillig mee te werken. De toenmalige boekhandel Selexyz, uitgevers en de CPNB wierpen zich op als sponsors. Het champagnemerik Moët & Chandon leverde een paar mooie flessen.

Een regelrechte voltreffer bleek de toevoeging aan het programma van het Jonge Schrijversbal. De *aftermovies* op de website tonen de gemoedelijke sfeer van dansende en kletsende lezers en schrijvers, *mixing*. Ook

een nieuw initiatief als Loveletters vindt weerklank. Op basis van gedeelde literaire smaak van deelnemers die zich via de website hebben aangemeld, worden op feestelijke wijze amoureuze matches gemaakt.

Uitverkochte shows

Een van de deelnemende schrijvers in 2013 was Thomas Heerma van Voss (23 jaar)), wiens werk overigens voor De Leesfabriek is gerecenseerd. Hij had de Jonge Schrijversavond al eens bezocht, maar mocht vorig jaar als gast op het podium plaatsnemen. Er is in Amsterdam geen gebrek aan literaire initiatieven voor jonge auteurs, maar een evenement van deze omvang is uniek, aldus de schrijver. Het publiek is geïnteresseerd en overwegend jong. ‘En zo vaak krijg ik de kans niet om voor een volle Stadsschouwburg mijn werk voor te lezen’ (Jongeling 2013).

Het gehele jaar door brengt de redactie nieuws over jonge schrijvers en het literaire leven op jongeschrijversavond.nl. Uiteraard worden ook de edities van de Jonge Schrijversavond voor- en achteraf in strak geregisseerde *teasers* respectievelijk *aftermovies* vertoond. Voor het *branden* van het jonge imago zijn de sociale media een evident marketing-instrument. De Jonge Schrijversavond beoogt namelijk ook een nieuw publiek te bereiken. Inmiddels is het met drie nagenoeg uitverkochte shows in de Stadsschouwburg een van de grootste literaire evenementen van Nederland geworden (Markus 2014).

Maar het succes smaakt naar méér. De organisatie werkt daarom aan de oprichting van het nieuwe merk Nieuwe Letteren, waarmee het de activiteiten wil verbreden. Jongeren blijven het centrale thema, maar talentontwikkeling wordt expliciet aan het palet toegevoegd. Voor de 6de editie van de Jonge Schrijversavond op 21 november 2014 wordt er samenwerking gezocht met de Tekstmederij, bedoeld voor jonge toneel-

Jack van der Ledenis redacteur van *Boekman*

De Jonge Schrijversavond is met drie nagenoeg uitverkochte shows in de Stadsschouwburg een van de grootste literaire evenementen van Nederland geworden

schrijvers. De doelstelling blijft onveranderd: jonge schrijvers een springplank bieden. ‘Stiekem hebben we in 2009 een trend gezet, want sindsdien kwamen andere jongeren met inspirerende initiatieven als het literaire tijdschrift *Das Magazine*, de talkshow Literaturfest, boekhandel Books & Bubbles en crowdfundingplatform voor boeken Ten Pages. Helaas hebben ze het niet allemaal overleefd.’ Wat blijft is dat de Jonge Schrijversavond door jongeren wordt gerealiseerd. ‘Het tienkoppige team bestaat nog steeds vooral uit twintigers. Ik hoop over een tijdje het evenement te kunnen overdragen aan een jongere generatie, want het zou mooi zijn als de avond over tien jaar nog bestaat en we een echte traditie hebben ingeluid. Bovendien ben ik zelf inmiddels de 30 gepasseerd.’

Literatuur

- Jongeling, A. (2013) ‘Thomas Heerma van Voss blij met selectie Jonge Schrijversavond’, www.nu.nl/boek/3607511/thomas-heerma-van-voss-blij-met-selectie-jonge-schrijversavond.html.
- Markus, R. (2014) ‘Maurice Selekty: “Publiek vindt de weg naar jouw werk niet vanzelf”’, passievoorschrijven.nl/maurice-selekty.
- Witte, E. en B. van Nood (2013) *Rapportage boekenbranche meting 26: 2e themameting van 2013, naar het kopen, lezen en lenen van boeken onder jongeren tussen de 14 en 25 jaar*. Amsterdam: Koninklijke Vereniging van het Boekenvak/intomart GfK.

Websites

- www.deleesfabriek.nl
www.jongeschrijversavond.nl

Noot

- 1 Uit recent onderzoek naar leesgedrag van jongeren blijkt dat 58 procent van de jongeren elkaar tips geeft over boeken en met elkaar praat over boeken die ze willen lezen of hebben gelezen. De meerderheid van de jongeren vindt lezen ‘(best) wel leuk’ (Witte et al. 2013).