



De fan denkt mee

Beroemdheden beleven de wildste avonturen

Uitgeverij Kluitman kwam dit najaar met een fanfictieboek over de boyband MainStreet. Fans stelden het verhaal samen. Zo worden ook zij een beetje bekend. Celebritycultuur speelt een steeds belangrijker rol, ook in de uitgeverwereld. Niet voor niets stijgt de omzet van biografieën over beroemdheden. Zet die tendens zich voort in de jeugdliteratuur?

'OMG, ik hou zo van Nils. Hij is zóóó knap. Ik denk de hele dag aan hem. Ik wil hem zo graag een keer ontmoeten, maar wedden dat als hij voor me staat ik geen woord meer zeg.' *'Jullie zijn mijn alles! Jullie steunen me zonder dat jullie het weten, ik denk 24/7 aan jullie! Ik hou zo fucking veel van jullie!! XXX.'*

Zomaar wat reacties van MainStreet-fans, die zichzelf Mainiacs noemen. Tijdens signeersessies barsten zij in huilen uit, bij concerten vallen ze flauw. In hun dagboeken mijmeren ze over hoe het zou zijn als ze verkering met bandlid Daan of Rein zouden krijgen, hoe hij zou kussen en welke films ze samen zouden kijken.

Tijdens signeersessies barsten zij in huilen uit

Niks nieuws. Heldenverering is van alle tijden. In de jaren negentig bekleedden meisjes hun muren met posters van jongensbands als Take That, de Backstreet Boys of New Kids on the Block. Na het millennium hapten ze massaal naar adem als Justin Timberlake verscheen. Fantasieën over die popsterren bleven tot nu toe beperkt tot dagboeken en schoolagenda's. Hoewel de merchandise rondom populaire tienerbands enorm is, kwamen ze nog niet eerder voor als personages in een verzonnen

roman. Die rol was voorbehouden aan de Schippers van de Kameleon of de Gebroeders Leeuwenhart. En eerlijk is eerlijk: daarvan hang je geen poster op je kamer.

Meegenieten van de roem

Uitgeverij Kluitman bracht daar verandering in en nodigde de MainStreet-fans uit om mee te schrijven aan een boek over hun helden. In november lanceerde de uitgever het fanfictieboek in samenwerking met de Future Presidents, het management van MainStreet. Met hun bijdrage kunnen de fans aan het boek zelf ook een beetje meegenieten van de roem. Via de MainStreet-website en de sociale media deed Kluitman een oproep om een verhaal in te sturen. Uit meer dan tweehonderd inzendingen koos de uitgever het leukste idee. Dat resulteerde uiteindelijk in het eerste fanfictieboek over de boyband. Auteur Victoria Farkas schreef het op basis van de winnende verhaallijn. Otto Wollring, marketeer bij Kluitman, is enthousiast over de uitgave: 'Het fenomeen fanfictie is al een tijdje

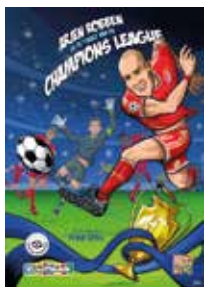
aan de gang. Fans schrijven op internet zelfverzonnen verhalen over hun idolen. Op die trend sluit dit boek aan. Nog voordat het er was, kregen we al veel positieve reacties. Af en toe "lekten" we een stukje om ze nog enthousiaster te maken.'

De doelgroep bestaat uiteraard voor het grootste deel uit MainStreet-fans, voornamelijk meisjes tussen de 10 en 15 jaar, maar Wollring hoopt er ook nieuwe lezers mee aan te trekken.

De vriendinnetjes van Arjen Robben

Kluitman had al enige ervaring met fanfictie. De uitgever publiceerde een jeugdtrilogie over sterfvoetballer Arjen Robben. Het was een initiatief van de Stichting Lezen & Schrijven. De boeken zijn geschreven door scholieren uit groep 8. Onder redactie van kinderboekenschrijver Fred Diks werd daar een soepel lopende roman van gemaakt, waarbij de verhaallijn zo veel mogelijk intact werd gelaten. Wollring: 'Diks zorgde bijvoorbeeld voor de consistentie; dat het hondje Bobby uit hoofdstuk 3 ook in hoofdstuk 12 nog zo heet. En soms werd het wel erg pittig en had Arjen in één hoofdstuk vijf vriendinnetjes tegelijk. Dat soort dingen zijn iets aangepast.' Van de Robben-reeks werden 40.000 stuks verkocht. Wollring is daar blij mee: 'Dat zijn grote aantallen voor een kinderboek. En voor de kinderen die eraan meeschreven is het natuurlijk ook erg leuk.'





De verhalen spelen in op de verborgen fantasieën van fans

Als het MainStreet-boek net zo'n succes wordt, is de uitgever van plan daar ook een serie van te maken. Hij vindt fanfictie een mooi genre, omdat het de mogelijkheid biedt om lezers te betrekken bij de boeken. 'Je weet daardoor meteen wat de doelgroep bezighoudt, welke onderwerpen de lezers leuk vinden en wat ze graag terugzien in een boek. Het werkt voor ons heel inspirerend om zo dicht bij de doelgroep te staan.'

Fanfictie begint als hobby

Hoewel op internet een enorme hoeveelheid fanfictie circuleert, wordt het genre maar mondjesmaat uitgegeven. De reden is dat veel van die verhalen geschreven zijn op basis van bestaande boeken, films of series. En daar rusten uiteraard auteursrechten op. Uitgevers zien de internetverhalen vaak meer als gratis reclame voor hun boeken dan als serieuze kopij. Sommige auteurs zijn er bovendien niet zo van gecharmeerd als anderen met hun verhaallijnen aan de haal gaan; ze beschouwen het als plagiaat. Fanfictieschrijvers verzinnen alternatieve eindes, veranderen relaties tussen de hoofdpersonen of voegen zelf een karakter toe. Het gaat om duizenden categorieën en miljoenen schrijfsels. Over Harry Potter zijn bijvoorbeeld meer dan 600.000 fanfics zijn geschreven. De meeste auteurs doen dit als hobby en zonder winstoogmerk. In sommige gevallen wordt fanfictie wel een commercieel succes. Zo is de

bestseller *Vijftig Tinten Grijs* ooit begonnen als fanfictie van de *Twilight*-reeks, romantische en erotische fantasyromans over een highschool-meisje en een vampier.

Sharai Hoekema uit Amsterdam startte in mei 2014 met Uitgeverij Fanflicks: 'Wij zijn de eerste uitgeverij die zich op grote schaal op fanfictie gaat richten. Er is een markt voor het fanfictie-genre.' Om gedonder met auteursrechten te voorkomen, geeft Fanflicks uitsluitend boeken uit waarin bestaande beroemdheden figureren. Die worden gecombineerd met fictionele verhaallijnen. Precies zoals ook met boyband MainStreet is gedaan. De eerste titel die Fanflicks zal uitbrengen gaat over een andere boyband: One Direction. 'De doelgroep bestaat uit meisjes tussen 10 en 16 jaar. Het verhaal is lief en vriendelijk, zodat hun moeders niet schromen het boek voor hun dochters te kopen.' In dit fanfictieverhaal vraagt een meisje zich af hoe het zou zijn om bekend te zijn en om een jongen van One Direction te ontmoeten. Dan wordt ze wakker naast een van de bandleden. Zij is echter de enige die hem kan zien. Samen ondernemen ze een speurtocht om erachter te komen hoe dat kan. Intussen is het bandlid vermist en zoekt iedereen naar hem. Ook een vervolg hierop is al in de maak. 'De verhalen zijn licht absurd en spelen in op de verborgen fantasieën van fans: hoe zou het zijn om

verkerking met hem te hebben? Om ook beroemd te zijn?' De fanbeleving is belangrijk voor ons,' legt Hoekema uit. 'Je ziet ook dat fanfics over boybands enorm veel volgers hebben. Een meisje dat verhalen over One Direction schrijft, heeft 200.000 hits per dag op haar pagina. Dat bewijst hoe populair het genre is.' Het eerste boek van Fanflicks zal in de zomer van 2015 uitkomen. In de toekomst wil Hoekema ook fanfictieboeken over sporters, acteurs en muzikanten gaan uitbrengen. Hoekema benadrukt dat alles fictie is, zodat Fanflicks op geen enkele manier inbreuk doet op rechten, reputatie en privacy van de beroemde personen. Rijk hoeft ze er niet van te worden. 'Het grootste percentage gaat naar de schrijvers en een ander deel naar een goed doel dat de auteur zelf kan kiezen. Wat overblijft wordt geïnvesteerd in onderwijs.'

Celebritycultuur

Fanfictie is een uitvloeisel van de celebritycultuur waarin we leven. Uit onderzoek van filosoof en socioloog Dick Pels blijkt dat naast relaties met familie en vrienden zogenaamde 'parasociale' relaties belangrijker worden, dat wil zeggen relaties met onzichtbare derden en personen die alleen bekend zijn van en via de media. Mensen dus die we niet écht kennen, maar die wel een grote rol spelen in ons dagelijks leven. Ze leveren amusement, entertainment en lees- en

kijkgenot. Aan de hand van hun gedrag worden discussies en verhalen over moraliteit gevoerd. Mag je wel of niet vreemdgaan? Wat is vriendschap? Wat is een goede moeder? Welke taboes zijn er? Tegelijkertijd is die parasociale relatie wel gebaseerd op ongelijkheid en eenrichtingsverkeer. De beroemdheid wordt immers door veel meer mensen gekend dan zijn bewonderaars. Daardoor ligt de verhouding scheef. Fanfictie doorbreekt die ongelijkheid enigszins door fans de mogelijkheid te bieden mee te denken over hun idolen, hun verhalen en ideeën over hen te delen én bij succes daarmee zelf ook een beetje beroemd te worden.

Populariteit van biografieën

Echte fanfictie is het niet, maar ook volwassenen hebben vanwege die celebritycultuur in toenemende mate belangstelling voor boeken over bekende persoonlijkheden. De omzet van biografieën steeg vorig jaar met 8,4 procent, terwijl de hele boeken-



branche 6,3 procent inleverde. De populariteit is te verklaren vanuit de groeiende interesse voor non-fictie en de publiciteit op televisie, vooral in programma's als *De Wereld Draait Door* of *RTL Late Night*. Jongens kunnen hun hart ophalen met de avonturen van stervoetballers. Steeds vaker zijn dat non-fictieboeken over échte helden die zij ook op televisie en in de stadions kunnen bewonderen. Uitgeverij Brandt bracht dit najaar twee jeugdboeken over voetballers uit: *Het geweldige verhaal van Messi* en *Het geweldige verhaal van Ronaldo*. Daarin

wordt beschreven hoe zij opgroeiden van eenvoudige jongens tot supersterren van Barcelona en Real Madrid. In *Cruiffje, jongensjaren*, een uitgave van de Cruiffje Bibliotheek staat het leven van de jonge Johan Cruiff in Betondorp centraal. Toch zitten de beroemdheden de verzonnen personages vooralsnog niet in de weg. De jeugdboekserie over de jonge voetballer Koen Kampioen blijft even populair. *Dagboek van een Muts*, avonturen uit een niet zo perfect leven, staat onverminderd hoog in de jeugdboeken-toptiens. De personages zijn weliswaar geen helden maar ze vormen een aangename afwisseling van het dagelijks bestaan en ze lijken net wat dichterbij dan de sterren op de televisie. En die romanhelden zullen er altijd zijn, beroemd of niet. Arnon Grunberg zei het al in een essay in *De troost van slapstick*: 'Geen verhaal kan zonder held. Het is de held die je door de saaie passages heen sleept, het is omwille van de held dat je blijft lezen.'

Scan Laser heeft weer een fors aantal stappen gezet op het gebied van POD

Wij staan graag voor u klaar!

POD 2.0

- Hardbound in oplage één
- Paperbacks met flappen
- Koffietafel- en groot formaat oblong
- Digitale 'spot vernis' op binnenwerken
- Dundruk papier

Bovendien is de website www.1Boek.nl vernieuwd!



1Boek

Scan Laser bv
 Symon Spiersweg 4
 1506 RZ Zaandam
 075 655 43 55
sales@scanlaser.nl
www.scanlaser.nl