

Lydia Rood, John Schrijnemakers & Kris Demey
Stichting Lezen
Contact: via pvanduijvenboden@lezen.nl

“Lezers snakken naar authenticiteit”. De kunst van het verleiden met boeken

Verleiden, zegt Van Dale, is van de rechte weg leiden. Bekoren. Of verlokken. In een tijd vol visuele, digitale en – vooral – snelle verlokkelikheden lijkt in het leven van jongeren weinig plaats te zijn voor zoiets sufs als een boek. Dit, tot leedwezen van opvoeders, leesbevorderaars, auteurs, boekverkopers en uitgeverijen. Zij weten immers dat lezen zoveel moois kan bieden. Wat is er heerlijker dan je te verliezen in prachtige verhalen en wat biedt meer ontspanning dan het boek waarmee je even aan de rauwe realiteit kunt ontsnappen? Bovendien, door te lezen verbetert je taalvaardigheid, breidt je woordenschat zich ongebreideld uit en functioneer je beter op school en in de samenleving. De vraag ‘hoe krijgen en houden we de jeugd aan het lezen?’ is evident. Hoe kunnen we ze verlokken met boeken en hoe kan lezen bekoren?

Aan het woord komen drie professionals – een auteur, een leesbevorderaar en een boekvormgever – die ‘de kunst van het verleiden met boeken’ als geen ander onder de knie hebben.

John Schrijnemakers is de oprichter van *Het Leesbureau* (het projectbureau voor leesbevordering in de praktijk) en mede-eigenaar van de kinder- en jeugdboekwinkel *Speelboek* in Amersfoort. Met bijna 20 jaar ervaring is John een gepassioneerd leesbevorderaar. Hij stelt de leerling centraal, of ze nu 6 of 16 zijn, en doet dat onder het motto ‘voor elk kind is er een boek’. Over de kunst van het verleiden zegt hij: “Om iemand te verleiden om iets te gaan doen, heb je overtuigingskracht nodig. Dat geldt ook voor lezen. Daarom werkt de verplichte literatuurlijst niet. Echte lezers zijn blij om weer vrij te kunnen lezen als ze klaar zijn met hun opdracht. Verleiding is dus heel persoonlijk: het gaat om de individuele leerling en om de leerkracht. Ongeacht hun leeftijd herkennen kinderen of leraren écht geïnteresseerd zijn in hen. Dat is een voorwaarde. Maar verder mag de leerkracht bij de verleiding alle wapens in de strijd gooien: liefde, creativiteit, humor en vooral spontaneïteit. Een praktijkvoorbeeld illustreert hoe een kleine boekhandel in Amersfoort leerlingen uit het basis- en voortgezet onderwijs inspireert om méér te willen lezen dan ze zelf voor mogelijk hielden. Behalve voor een kleine boekhandel is dat ook haalbaar voor een grote bibliotheek. Maar het begint bij de leerling en zijn enthousiasmerende, inspirerende leerkracht. *It takes two to tango*”.

Grafisch vormgever, Kris Demey, heeft een passie voor typografie en boekvormgeving. Voor diverse uitgeverijen in Vlaanderen en Nederland ontwierp hij zo'n 600 boekomslagen, literaire reeksen en kunstcatalogi. Ook verzorgde hij voor Stichting Lezen Vlaanderen de vormgeving van recente campagnes rond de jeugdboekenweek, Gedichtendag en Wereldboekendag. De buitenkant van een boek is de eerste en meest confronterende verleider van de lezer. Misschien kunnen we hier beter spreken van het boek als de grote versierder die flirt met de potentiële lezers of kopers. Wanneer het de liefde betreft, kunnen we terecht op websites als www.versiertips.nl. Kris Demey moet het hebben van degelijk vakwerk. Voor hem is boekdesign de plaats bij uitstek waar vele disciplines uit de grafische vormgeving elkaar ontmoeten en beïnvloeden: 'traditie versus hedendaags', 'vakkennis en experiment', 'feeling en finesse'. Voor hem werkt dat, en gezien zijn staat van dienst geloven uitgeverijen er ook in. Demey blijkt in staat nog twee elementen te koppelen: esthetiek en commercie. Een boek moet er niet alleen mooi uitzien, maar moet ook opvallen in het grote aanbod.

Hoewel buitenkant niet zomaar buitenkant is bij Demey en de omslag zeker uit zal stralen wat er in het boek te beleven valt, moeten we voor de geschreven inhoud bij een auteur zijn, zoals bijvoorbeeld Lydia Rood. Ze schreef meer dan 60 kinderboeken voor alle leeftijden, van de *Roosmarijn*-verhalen (4+) tot en met *De ogen van de Condor* (15+) over jongeren tijdens de burgeroorlog in Colombia. Ze ontving diverse prijzen, onder andere een 'Zilveren Griffel' voor *Een mond vol dons* (1993), een Eervolle Vermelding van de 'Zoenjury' voor *Sprong in de leegte* (2005) en een 'Vlag en Wimpel' voor *Maanzaad* (1989). Sinds vorig jaar is Lydia Rood ook schrijver. Dat is een kinderboekenauteur die langdurig 'gastschrijver' is op een basisschool en kinderen enthousiasmeert voor boeken en verhalen. Haar lezers ontmoet ze dus onder andere op die manier. Als ze schrijft, kan ze haar doelgroep bijna letterlijk voor ogen hebben. Zet ze tijdens het schrijven bepaalde verleidingstactieken in om haar lezersgroep uit te breiden? Dat zegt ze er zelf over: "Lydia Rood vertelt het verhaal van een mislukking. Nadat ze voor de zoveelste keer niet had gewonnen op de *Dag van de Jonge Jury*, nam ze zich voor nu eens serieus de meisjesmarkt te veroveren. Ze zou een marktaandeel weggapen bij Francien Oomen, Caja Cazemier en Maren Stoffels. Maar hoe verleid je een meisje van 14? Met roze verhalen over kleren, vriendjes en vriendinnen? Haar opzet mislukte. Het boek werd inktzwart en meisjes moesten er niets van hebben. Dat kon Carry Slee beter! Schrijvers die proberen om anderen te verleiden, zitten op het verkeerde spoor. Die zijn vergeten wie hun eerste lezer is: zichzelf. Uitgevers zitten hen op de huid; die schijnen precies te weten wat de markt wil. Maar de leesmarkt is eigenzinnig. Lezers snakken naar authenticiteit. Daarom levert schrijven tegen heug en meug beroerde boeken op. En doen wat de uitgever vraagt? Mmm...".

De kunst van het verleiden met boeken blijkt geen eenduidige bezigheid. Lezers, ook de aarzelende lezers, jong of oud, vormen een weerbarstige groep. Kernwoord van zowel de schrijver, als de vormgever, als de leesbevorderaar is authenticiteit. De lezer

wil niet alleen écht gekend worden als hij in verleiding wordt gebracht; diezelfde echtheid zoekt hij in de boeken.

Gert Rijlaarsdam (a), Mariet Raedts (b) & Wilma van der Westen (c)

(a) Universiteit van Amsterdam

(b) Universiteit Brussel

(c) Nederlands/Vlaams Platform Taalbeleid Hoger Onderwijs

Contact: *G.C.W.Rijlaarsdam@uva.nl*

mariet.raedts@hubrussel.be

W.M.C.vanderWesten@hhs.nl.

Academisch schrijven in voortgezet en hoger onderwijs: effectieve didactiek

In deze presentatie bieden we u drie – dus korte – presentaties aan over het leren schrijven in de laatste klassen van het voortgezet onderwijs en de eerste jaren van het hoger onderwijs.

Gert Rijlaarsdam, Martine Braaksma & Michel Couzijn tonen lesmodellen voor het schrijven van argumentatieve en uiteenzettende teksten, gebaseerd op onderzoek door leerlingen. Mariet Raedts toont hoe studenten in hun eerste jaar aan de universiteit leren effectief korte syntheses te schrijven van onderzoeksliteratuur. Wilma van der Westen toont een tussenproduct van een instrument voor zelfbeoordeling dat (aankomende) studenten kunnen gebruiken voor een diagnose van hun eigen schrijfvaardigheid.

Deel 1: Schrijfonderwijs dat voorbereidt op de universitaire studie. Lessen uit onderzoek (Gert Rijlaarsdam, Martine Braaksma & Michel Couzijn)

Het onderwijs in de bovenbouw van het voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (vwo) bereidt voor op een universitaire studie. In die studie is schrijfvaardigheid een onmiskenbaar belangrijke vaardigheid. In de laatste jaren van het voortgezet onderwijs moeten we leerlingen daarom goed voorbereiden op een universitaire studie. Als het even kan, zouden we leerlingen in de lessen Nederlands ook moeten voorbereiden op een studie Nederlands en zouden we ze moeten leren dat er in de neerlandistiek van alles te onderzoeken valt, waarover je vervolgens een mooi stuk zou kunnen schrijven. Het betreft hier onderzoek door leerlingen aan de hand van een vrij strak kader en een didactiek van de uiteenzettende tekst die zeer efficiënt is.