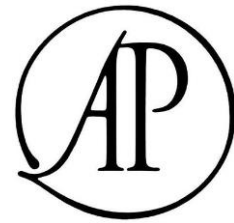


Nieuwe lezers voor ‘onze’ literatuur

Een onderzoek naar de manier waarop De Arbeiderspers en De Bezige Bij hun literaire identiteit op lokaal en globaal niveau construeren en uitdragen



Deborah van Steen
4136934

Begeleider: dr. Sven Vitse
Masterscriptie Neerlandistiek
Universiteit Utrecht 2019

*‘Niets is internationaler dan nationalisme.
Nationalisme begint met romans, niet met een vlag.’*

– Joep Leerssen

Samenvatting

Een bezoek aan een willekeurige boekwinkel laat zien dat boeken van schrijvers over de hele wereld in Nederland net zo makkelijk verkocht worden als de boeken die geschreven zijn door Nederlandse schrijvers. Deze steeds verder toenemende prominentie van vertalingen binnen de Nederlandse literatuur en de meer algemene toename van het belang van de Anglo-Amerikaanse cultuur in Europa roept de vraag op: wat doen deze uitwisselingsprincipes met de literaire cultuur? En specifiek de Nederlandse?

Om meer inzicht te krijgen in de impact van de globale alomtegenwoordigheid van de Anglo-Amerikaanse cultuur op de positie van de Nederlandse literatuur concentreert dit onderzoek zich op de vraag: 'In hoeverre verhouden De Arbeiderspers en De Bezige Bij zich in hun import- en exportgedrag tot ideeën over de Nederlandse (literaire) identiteit bij het construeren van hun eigen identiteit?' Vertrekpunt is daarbij de polysysteemtheorie van de cultuurwetenschapper Itamar Even-Zohar, die – aangevuld met inzichten van sociologen en vertaalwetenschappers – het kader vormt om het Nederlandse import- en exportsysteem te duiden. Om te begrijpen hoe de Nederlandse uitgeverij, en in het verlengde hiervan de Nederlandse literatuur, zichzelf ziet, kijk ik naar wat er geïmporteerd wordt, omdat dat volgens de theorie van Even-Zohar iets kan zeggen over hoe we onszelf willen vormen (a/b) en wat we zien als lacunes (c). Dit impliceert dat het beeld van de Nederlandse literatuur, onze literaire identiteit, enerzijds afgeleid wordt uit hoe de Nederlandse literatuur geëxporteerd wordt en anderzijds uit dat wat geïmporteerd wordt omdat dat laatste iets zegt over hoe men zijn eigen literatuur wil construeren en wat hierbij gemist wordt.

Om een antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag analyseer ik de brochures waarmee de uitgeverijen hun import- en exportproducten in de markt zetten aan de hand van drie vergelijkingen: 1) de manier waarop de Nederlandse titels (die ook als exportproduct aangeboden worden) gepresenteerd worden in de prospectus wordt vergeleken met de manier waarop geïmporteerde titels in deze prospectus gepresenteerd worden, 2) de manier waarop Nederlandse boeken (die ook als exportproduct aangeboden worden) in de prospectus aangeboden worden, wordt vergeleken met de manier waarop deze titels in de rights guides aangeboden worden, en 3) de manier waarop de geïmporteerde titels in de prospectus gepresenteerd worden, wordt vergeleken met de manier waarop diezelfde Nederlandse titels in de rights guides gepresenteerd worden. Per vergelijking is er vanuit drie perspectieven gekeken hoe de beeldvorming bij literatuur tot stand komt: 1) het onderscheid van auteursmarketing en titelmarketing, 2) de indeling van argumenten die het (internationale)

succes van een titel kunnen vergroten en 3) de vaststelling in hoeverre er bij deze aspecten een verband gelegd wordt met kenmerken van de Nederlandse cultuur en samenleving (Nederlandse frame) of dat er iets internationaals geprobeerd wordt uit te drukken (kosmopolitische frame).

Uit de analyse blijkt onder andere dat de invloed van de perifere positie van de Nederlandse literatuur terug te zien is in het import- en exportsysteem van deze Nederlandse uitgeverijen. Een gevoel van minderwaardigheid tegenover grotere en machtigere naties, bijvoorbeeld het literaire centrum, lijkt te zorgen voor een angst om achter te blijven en dit leidt tot te veel meegaandheid ten opzichte van buitenlandse intellectuele modes. De uitgeverijen presenteren de Nederlandse literatuur aan het buitenland namelijk veelal als kosmopolitisch en bevestigen op thematisch vlak het stereotypebeeld dat het buitenland van Nederland heeft. Ook de presentatie van de geïmporteerde literatuur lijkt erop te duiden dat de uitgevers vanuit bescheidenheid unieke aspecten van de Nederlandse literatuur net zo makkelijk toeschrijven aan buitenlandse auteurs als aan Nederlandse auteurs, waardoor het karakter van de Nederlandse literatuur niet meer exclusief toebehoort aan Nederland. Verder onderzoek zal moet uitwijzen of dergelijke tendensen overeind blijven bij opschaling van het corpus en de onderzochte periode.

Inhoudsopgave

| | |
|--|--------|
| 1. Inleiding | 6-10 |
| 2. Theoretisch kader | 11 |
| §2.1 Boekvertalingen en uitgeverijonderzoek | 11-12 |
| §2.2 Literaire transfers: inzichten uit de vertaalwetenschap | 12-14 |
| §2.3 Inzichten uit de cultuursociologie | 14-18 |
| §2.4 Het Nederlandse zelfbeeld: inzichten uit de imagologie | 19-21 |
| 3. Methode | 22-23 |
| §3.1 Posturetheorie | 24-25 |
| §3.2 Corpussamenstelling | 25-26 |
| §3.3 Marketingargumenten en strategieën | 26-29 |
| §3.4 De identiteit van een fonds | 29-30 |
| 4. Analyse: De Arbeiderspers | 31 |
| §4.1 Het fonds | 31-33 |
| §4.2 Het aanboren van de Nederlandse markt | 33-42 |
| §4.3 Nederlandse boeken naar het buitenland: een andere marketingstrategie? | 43-51 |
| §4.4 Tussenconclusie: heeft de marketing effect gehad? | 51-53 |
| 5. Analyse: De Bezige Bij | 54 |
| §5.1 Het fonds | 54-56 |
| §5.2 Het aanboren van de Nederlandse markt | 56- 65 |
| §5.3 Nederlandse boeken naar het buitenland: een andere marketingstrategie? | 65-76 |
| §5.4 Tussenconclusie: heeft de marketing effect gehad? | 76-78 |
| 6. Analyse: Van bronsysteem naar doelsysteem | 79 |
| §6.1 Nederlandse titels in Londen en Frankfurt | 79-80 |
| §6.2 Buitenlandse titels in Nederland | 80-81 |
| §6.3 Imagologische interpretatie | 81-82 |
| 7. Conclusie: bijdragen aan de constructie van een Nederlandse literaire identiteit | 83-88 |

| | |
|--|-------|
| §7.1 Discussie/ aanbevelingen | 88 |
| Bronnenlijst | 89-90 |
| Bijlagen | 91 |
| Bijlage 1: Presentatie Nederlandse titels van De Arbeiderspers in de rights guides 2018 | |
| Bijlage 2: Presentatie Nederlandse titels (die ook als exportproduct aangeboden worden) van De Arbeiderspers in de prospectussen | |
| Bijlage 3: Presentatie van de geïmporteerde titels in de voorjaarsbrochure van De Arbeiderspers 2018 | |
| Bijlage 4: Presentatie Nederlandse titels van De Bezige Bij in de rights guides 2018 | |
| Bijlage 5: Presentatie Nederlandse titels (die ook als exportproduct aangeboden worden) van De Bezige Bij in de prospectussen | |
| Bijlage 6: Presentatie van de geïmporteerde titels in de voorjaarsbrochure van De Bezige Bij 2018 | |
| Bijlage 7: Aantal verkochte vertalingen per titel/auteur van De Arbeiderspers | |
| Bijlage 8: Aantal verkochte vertalingen per titel/auteur van De Bezige Bij | |

Hoofdstuk 1: Inleiding

Met 129.000 exemplaren was Lucinda Rileys (UK) *De zeven zussen* het bestverkochte boek van 2018 in Nederland.¹ Gevolgd door Paulo Cognetti (IT), Dan Brown (VS), Nicci French (UK), Murat Isik (NL), Yuval Noah Harari (Israël), Michelle Obama (VS), Karin Slaughter (VS), Haemin Sunim (Korea) en Stephen Fry (UK) als slotstuk. Murat Isik houdt zich als enige Nederlandse auteur staande tussen alle buitenlandse auteurs in deze top 10 van de Nederlandse bestsellerlijsten. Een bezoek aan een willekeurige boekwinkel in Nederland laat eenzelfde patroon zien: boeken van schrijvers van over de hele wereld worden hier net zo makkelijk verkocht als de boeken die geschreven zijn door Nederlandse schrijvers.

Ondanks dat een bestsellerlijst niet representatief is voor alle boeken die verkocht worden in Nederland, laat het wel zien dat buitenlandse auteurs bij het Nederlandse leespubliek heel populair zijn, zelfs populairder dan Nederlandse auteurs. Nederland is dan ook koploper als het gaat om landen (met een andere moedertaal dan het Engels) die de meeste boeken importeren uit het Angelsaksische taalgebied.² Een gevolg hiervan is dat de Nederlandse uitgeverijen al lange tijd aanzienlijk meer importeren dan dat er aan Nederlandse literatuur geëxporteerd wordt. Voor de kernlanden van de dominante taalgroep, het Engels, is de verhouding juist omgekeerd.³ In Amerika en Engeland is maar een paar procent van de gepubliceerde boeken een vertaling.⁴

Deze observaties geven aan dat er een ongelijke uitwisseling is van vertalingen tussen taalgebieden die een centrumpositie innemen, en dus minder importeren dan exporteren, en taalgebieden in de periferie, waaronder Nederland. Deze ongelijke uitwisseling zorgt ervoor dat het voor Nederlandse titels moeilijk is om de weg te vinden naar centrumliteraturen, en een positie te handhaven binnen de eigen literaire markt.⁵ Deze steeds verder toenemende prominentie van vertalingen binnen de Nederlandse literatuur en de meer algemene toename van het belang van de Anglo-Amerikaanse cultuur in Europa, roept de vraag op: wat doen deze uitwisselingsprincipes met de literaire cultuur? En specifiek de Nederlandse?

In 2011 stelde de internationaal vermaarde auteur Tim Parks voor het eerst in een

¹ ‘‘CPNB top 100 2018,’’ Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek, januari 2019, te raadplegen via <https://www.cpnb.nl/campagnes/cpnb-top-100-2018>.

² Han van der Horst, *The low sky* (Schiedam: Scriptum Books, 1996), 195.

³ Johan Heilbron, ‘‘Nederlandse vertalingen wereldwijd. Kleine landen en culturele mondialisering,’’ in *Waar in een klein land. Nederlandse cultuur in internationaal verband*, red. Johan Heilbron, Wouter de Nooy en Wilma Tichelaar (Amsterdam: Prometheus, 1995), 208.

⁴ Johan Heilbron & Nicky van Es, ‘‘Fiction from the Periphery: How Dutch Writers Enter the Field of English Language Literature,’’ *Cultural Sociology* 9, nr. 3 (2015): 2.

⁵ *Ibidem*.

interview in het *NRC Handelsblad* dat hij een probleem heeft met de internationalisering; iets wat hij verder toelichtte tijdens een lezing bij *Winternachten*.⁶ Het zou er volgens hem toe leiden dat schrijvers alleen nog maar internationaal willen zijn en lezers op hun beurt alleen nog maar schrijvers willen lezen die wereldwijd tot de allergrootsten behoren, niet tot die van enkel hun eigen land. Het gevolg zou zijn dat schrijvers zich niet langer op hun lokale situatie richten. Hun romans zouden vooral over menselijke relaties gaan en de culturele context zou tot een minimum beperkt worden. Wanneer dan toch de culturele context aangehaald wordt, dan zouden schrijvers met behulp van alle bestaande clichés en vooroordelen over hun eigen land spreken, om zo maar snel begrepen te worden door buitenlandse lezers.⁷ Kortom: de internationalisering van de literatuur zou ervoor zorgen dat het literaire veld in stereotypen gaat denken. Is er met de alomtegenwoordigheid van mondiale literatuur inderdaad sprake van boeken die iets typisch internationaals proberen uit te drukken of gaat het juist om boeken die, tegen de door Parks afgekeurde internationaliseringsmode in, iets lokaals uitdrukken om zich te onderscheiden en het internationale leespubliek te overtuigen?

Van belang voor de manier waarop het (mondiale) lezerspubliek boeken ontvangt, is de manier waarop uitgeverijen deze boeken presenteren. Uitgeverijen hebben een sleutelpositie bij het construeren van de Nederlandse *literaire identiteit*⁸, zowel door hun importgedrag en exportgedrag en de manier waarop de producten die hieruit voortkomen gepresenteerd worden. Hoe boeken in de markt gezet worden, toont namelijk welke waarde de uitgeverij aan een boek geeft. Omdat de kwaliteit en het karakter van de titel terugslaat op de uitgeverij zet de uitgeverij hiermee ook zichzelf in de markt. Het in de markt zetten van de uitgaven is hiermee ook een manier om een eigen identiteit als uitgeverij op te bouwen.

Om de (literaire) identiteit van een uitgeversfonds te kunnen onderzoeken kan dus worden gekeken naar de manier waarop de uitgeverij haar import-, en exportproducten in de markt zet. Hierdoor vormen de binnenlandse en buitenlandse brochures van uitgeverijen een vruchtbare casus voor onderzoek naar uitgeversidentiteit. Zowel geïmporteerde literatuur als geëxporteerde literatuur wordt via deze brochures gepresenteerd aan een potentieel

⁶ "Tim parks houdt winternachtenlezing 2011," Writers Unlimited, geplaatst op 9 december 2010, <https://www.writersunlimited.nl/nieuwsbericht/tim-parks-houdt-winternachtenlezing-2011>.

⁷ "Europese literatuur van oude en nieuwe tradities," De Groene Amsterdammer, geplaatst op 9 juni 2011, <https://www.groene.nl/artikel/europese-literatuur-van-oude-en-nieuwe-tragedies>.

⁸ Literaire identiteit wordt binnen dit onderzoek als zelfgekozen term ingezet om te verwijzen naar de identiteit van de literatuur, ofwel de som van alles wat over auteurs en boeken gezegd wordt. Dit speelt zich op twee niveaus af: 1) microniveau: de identiteit van de literatuur van een uitgevershuis, 2) macroniveau: de identiteit van de literatuur die in Nederland verschijnt. Itamar Even-Zohar beschrijft dit fenomeen (constructie van culturele identiteit) in papers over zijn polysysteemtheorie. Hier zal in het theoretisch kader aandacht aan besteed worden.

lezerspubliek. De uitgeverij kan daarom via deze brochures invloed uitoefenen op hoe een nieuwe literaire relatie tussen titel en (nieuwe) markt tot stand komt. Ik begrijp het in de markt zetten hiermee als een product waarmee literaire relaties worden gelegd. Deze literaire relaties zijn van belang voor het construeren van de eigen literaire identiteit. Volgens de nader toe te lichten gedachte van Itamar Even-Zohar⁹ komt literaire identiteit namelijk tot stand op het moment dat deze literaire relaties worden gelegd; via de confrontatie met andere literaturen. Door te bestuderen wat uitgeverijen importeren en proberen te exporteren, wordt meer duidelijk over de manier waarop de literaire identiteit geconstrueerd wordt. De wisselwerking tussen het importgedrag en exportgedrag zegt namelijk iets over hoe een uitgeverij haar eigen literaire systeem ziet en wil vormgeven. Vanuit het opbouwen van de eigen identiteit bouwt een Nederlands uitgevershuis ook mee aan de overkoepelende Nederlandse literaire identiteit.

Om de constructie van deze literaire identiteit terug te kunnen koppelen aan de stand van zaken van de Nederlandse literatuur, en te kijken of hier meer op een lokaal of internationaal karakter wordt ingezet, wordt de imagologie geïntegreerd in dit onderzoek. Zoals geconcludeerd wordt in het boek *Nederlandse kunst in de wereld* is het namelijk ‘in veel gevallen lastig, zo niet ondoenlijk, zelfpromotie en beeldvorming uit elkaar te houden. De beeldvorming in het buitenland komt sterk overeen met het beeld dat Nederlanders zelf over hun samenleving naar buiten hebben gebracht.’¹⁰ Het presenteren van de geïmporteerde literatuur kan daarmee begrepen worden als een reflectie op het eigen Nederlandse perspectief.

Omwille van de omvang van het onderzoek analyseer ik slechts de fondslijsten en brochures van twee uitgeverijen: De Arbeiderspers en De Bezige Bij. Beide uitgeverijen presenteren hun fonds allebei als toonaangevend en leveren al decennialang kwaliteitsliteratuur. Ze onderscheiden zich wel in fondsgrootte: De Arbeiderspers geeft ongeveer 90 titels per jaar uit; De Bezige Bij ongeveer 171 titels per jaar. De discoursanalyse van de brochures omvat een corpus van vier buitenlandse prospectussen uit 2018¹¹, de presentatie van de hierin genoemde titels in Nederland¹² en de presentatie van vertaalde

⁹ Zie papers van Itamar Even-Zohar, o.a. Even-Zohar, ‘‘The Position of Translated Literature Within the Literary Polysystem,’’ in *Poetics Today* 11, nr. 1 (1990); Even-Zohar, *Papers in culture research* (Tel Aviv: Unit of Culture Research, Tel Aviv University, 2010).

¹⁰ Ton Bevers, Bernard Colenbrander, Johan Heilbron & Nico Wilterdink, *Nederlandse kunst in de wereld* (Nijmegen: Vantilt, 2015), 392.

¹¹ Twee rights guides, brochures voor de buitenlandse markt, per uitgeverij voor het jaar 2018: namelijk de brochure die is gemaakt voor de London Book Fair en de brochure die is gemaakt voor de Frankfurter Buchmesse.

¹² Het aantal geanalyseerde binnenlandse prospectussen verschilt per uitgeverij, aangezien dit aantal afhangt van de spreiding die de uitgeverij hanteert om titels mee te nemen naar het buitenland. De boeken die in 2018 door

literatuur in Nederland aan de hand van twee prospectussen uit 2018.¹³ Door het vertaalbeleid van deze uitgeverijen in verband te brengen met beeldvorming hoop ik een vruchtbare methode in handen te hebben om de literaire bewegingen te kunnen duiden. Ik zal bestuderen hoe de uitgeverijen hun fonds positioneren binnen het (internationale) literaire veld aan de hand van de posturetheorie, een instrument dat voornamelijk vorm heeft gekregen door literatuursocioloog Jérôme Meizoz.¹⁴ De brochures voor de binnenlandse markt (prospectus) en de buitenlandse markt (*rights guides*) zullen in de analyse met elkaar gecontrasteerd worden om te kijken of er een verschil is in benaderingswijzen van de eigen markt en de buitenlandse markt; of er een bepaald import- en exportsysteem te ontlenen valt. Het contrasteren van de brochures gebeurt aan de hand van drie vergelijkingen: 1) de manier waarop de Nederlandse titels (die ook als exportproduct aangeboden worden) gepresenteerd worden in de prospectus wordt vergeleken met de manier waarop geïmporteerde titels in deze prospectus gepresenteerd worden, 2) de manier waarop Nederlandse boeken (die ook als exportproduct aangeboden worden) in de prospectus aangeboden worden, wordt vergeleken met de manier waarop deze titels in de *rights guides* aangeboden worden, en 3) de manier waarop de geïmporteerde titels in de prospectus gepresenteerd worden, wordt vergeleken met de manier waarop diezelfde Nederlandse titels in de *rights guides* gepresenteerd worden.¹⁵

Het op deze manier bestuderen van de prospectus en de *rights guides*, allebei vormen van zelfpresentatie, verschaft hopelijk meer inzicht in de doelstellingen van de uitgeverij aangezien het iets zegt over de manier waarop de uitgeverij zichzelf wil presenteren en op globaal niveau in de markt probeert te zetten. Hierbij is het interessant om na te gaan welk metabeeld men binnen deze uitgeverijen zelf heeft van de verwachting die in het buitenland leeft omtrent de Nederlandse literatuur. Worden aan de Nederlandse literatuur bepaalde kwaliteiten toegedicht die deze een eigen, onderscheidend karakter geven? En in hoeverre wordt daarbij een verband gelegd met kenmerken van de Nederlandse cultuur en samenleving? Bevestigt de presentatie van de Nederlandse literatuur inderdaad waar Parks voor vreest: het eindeloos bevestigen van stereotypen?

de uitgeverijen meegenomen worden naar het buitenland fungeren als leidraad. Wanneer dit boek voor het eerst in Nederland gepresenteerd is in bijvoorbeeld 2015, dan zal deze prospectus uit 2015 geanalyseerd worden.

¹³ De voorjaarsprospectussen uit 2018 zullen binnen dit onderzoek als exemplarisch gelden voor de manier waarop vertaalde literatuur in Nederland gepresenteerd wordt.

¹⁴ Jérôme Meizoz, 'Modern Posterities of Posture. Jean-Jacques Rousseau,' in *Authorship Revisited. Conceptions of Authorship around 1900 and 2000*, red. Gillis J. Dorleijn et al. (Leuven: Peeters, 2010), 81-93.

¹⁵ Dit komt neer op het volgende schema:

- Nederlandse titels prospectus ↔ geïmporteerde titels prospectus.
- Nederlandse titels prospectus ↔ Nederlandse titels rights guides.
- Geïmporteerde titels prospectus ↔ Nederlandse titels rights guides.

Binnen mijn analyse zal ik eveneens letten op de internationaal aantrekkelijke elementen die door het onderzoeken van Heilbron & Van Es en Wilterdink vastgesteld zijn.¹⁶ Deze aspecten, die ik verderop in het theoretisch kader zal uitlichten, zullen bij deze analyse ingezet worden om na te gaan hoe de uitgeverij haar fonds in de markt zet. Dit zal gecombineerd worden met de studie naar uitwisselingsprincipes van de Nederlandse literatuur en de studie naar nationale beeldvorming. Dit onderzoek is daarmee niet alleen kwantitatief van aard, omdat naast de vraag hoe er in de posturering rekening gehouden wordt met de internationale markt, deze scriptie ook kwalitatief onderzoekt hoe het import- en exportgedrag aansluit op de Nederlandse literaire identiteit en het (zelf)beeld van de Nederlanders. Valt met het vergelijken van de brochures een bepaald import- en exportsysteem op? Waarom worden bepaalde literaire werken geïmporteerd? En welk beeld van de Nederlandse literaire identiteit ontstaat er als we de twee verschillende postures van de uitgeverijen naast elkaar leggen? Het doel van dit onderzoek is om de stand van zaken van de Nederlandse literatuur beter te begrijpen door haar in een globale literaire context te plaatsen aan de hand van het bestuderen van de literaire bewegingen. Dit alles kan samengevat worden in de volgende onderzoeksvraag:

In hoeverre verhouden uitgeverijen zich in hun import- en exportgedrag tot ideeën over de Nederlandse nationale identiteit bij het construeren van hun eigen literaire identiteit?

¹⁶ Nico Wilterdink, 'De receptie van literatuur in het buitenland: aandacht, interpretatie, waardering,' in *Kunst in de wereld. Literatuur, architectuur en beeldende kunst 1980-2013*, red. Ton Bevers et al. (Nijmegen: Vantilt, 2015): 56-95.

Hoofdstuk 2: Theoretisch kader

Introductie

Voordat er discoursanalytisch onderzoek gedaan kan worden naar de fondsljsten en brochures van de uitgeverijen is het noodzakelijk om eerst het theoretisch kader te schetsen waarbinnen dit onderzoek geplaatst wordt. De twee onderzoeksvelden vertaalwetenschappen en imagologie zullen elkaar, zoals reeds gezegd, binnen dit onderzoek aanvullen. Na de wetenschappelijke situering van dit onderzoek zullen inzichten uit beide disciplines worden toegepast op de kwalitatieve analyse van de casussen.

2.1 Boekvertalingen en uitgeverijonderzoek

Zoals in de inleiding naar voren kwam, wordt de Nederlandse literatuur op dit moment grotendeels gevormd door literaire transfers. Vertalingen en vertaalstromen worden binnen dit onderzoek begrepen als de uitkomsten van een proces waarin de uitgeverij een grote actor is. Uitgeverijen hebben specifieke posities in (trans)nationale literaire velden en (trans)nationale boekenmarkten en ze hebben dan ook een belangrijke rol wanneer het gaat om de import van literatuur; de selectie en toelating van literaire producten uit andere culturen. Daarom is het belangrijk om overzicht op de uitgeverijwereld te blijven behouden. Het werk van uitgeverijen heeft hierdoor immers impact op de sociale, economische, culturele en literaire geschiedenis, zo meent ook Kevin Absillis.¹⁷ Binnen het uitgeverijonderzoek zelf bestaat ook al langere tijd de roep om een overzicht van wat er in de uitgeverijwereld gebeurt en die roep wordt alleen maar groter nu het uitgeverswezen zo van karakter is veranderd.¹⁸

Zoals al kort aangestipt is, en in de volgende paragraaf van het theoretisch kader verder toegelicht zal worden, kan onderzoek naar allerlei processen en verschijningsvormen van literaire relaties bijdragen tot een beter inzicht in de constructie van een nationale, regionale of internationale literaire identiteit. Literaire identiteit komt namelijk tot stand in interactie, en in sommige gevallen confrontatie, met andere literaturen. Hierbij kan men denken aan de import van literaire vertalingen, kritische vertogen over (andere) literaturen, institutionele contacten tussen tijdschriften, kranten en uitgeverijen.¹⁹ In de brochures komen

¹⁷ Kevin Absillis, 'Voorbij het aperitief. Een overzicht van het wetenschappelijk onderzoek naar uitgeverijen in Nederland en Vlaanderen,' in *Tijding en Tendens: Literatuurwetenschap in den Nederlanden*, red. Sacha Bru et al. (Gent: Academia Press, 2009), 93.

¹⁸ Zie o.a. Nico Laan, 'De uitgeverij als poortwachter?', in: *Nederlandse Letterkunde* 15, nr. 2 (2010): 172; John Thompson, *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*. (Cambridge: Polity Press, 2010), p. 3.

¹⁹ Even-Zohar, 'The Position of Translated Literature Within the Literary Polysystem,' 47.

vele van deze aspecten samen. De polysysteemtheorie, met Itamar Even-Zohar als pionier, fungeert binnen dit onderzoek als theoretische basis en is van belang om op systeemniveau te kijken wat er wereldwijd aan uitwisseling gebeurt en wat voor invloed dat heeft op de Nederlandse literatuur.

Suzanne Jansen merkte over het Nederlandse uitgeverijonderzoek op dat ‘de voornaamste tekortkoming is [...] dat het vaak gaat om individuele casestudies, die nauwelijks een bijdrage leveren aan de theorievorming over het functioneren van literaire bedrijven’.²⁰ Vooral wanneer het gaat om het vergelijken en categoriseren van uitgeverijen, ontbreekt de nodige methodologie. Hoewel elke uitgeverij eigen is, is het zinvol om ook op zoek te gaan naar een rode draad in het uitgeverswezen. Wanneer er gefocust wordt op één uitgeverij, is het moeilijk om deze uitgeverij in de gehele context te plaatsen. Daarom werk ik binnen dit onderzoek met een kleinschalige subgroep, namelijk twee toonaangevende literaire uitgeverijen in Nederland, met als belangrijkste selectiecriteria dat hun fonds uitgebreid en divers moet zijn.

Dit onderzoek draagt bij aan de roep om categorisering doordat het de ontwikkeling van de Nederlandse literatuur binnen een globale context centraal stelt. Binnen dit onderzoek wordt namelijk gekeken naar de literaire bewegingen vanuit het buitenland naar Nederland en vanuit Nederland naar het buitenland, oftewel de import en export van literatuur door eerdergenoemde uitgeverijen. Met dit onderzoek spring ik in het methodologische gat dat Suzanne Jansen benoemt.

2.2 Literaire transfers: inzichten uit de vertaalwetenschap

Itamar Even-Zohar ontwikkelde zijn polysysteemtheorie om de complexe bewegingen binnen en tussen literaire systemen te kunnen duiden. Deze theorie fungeert binnen dit onderzoek als abstract theoretisch raamwerk en is van belang om op systeemniveau te kunnen kijken wat er wereldwijd aan uitwisseling gebeurt, en specifiek de rol van Nederland hierin. De theorie van Even-Zohar is een vruchtbare basis om vanuit vertalingen naar identiteitsconstructie te kijken. Even-Zohar beschrijft de constructie van identiteit als een situatie waarbij een literatuur gevormd wordt door een dynamisch evenwicht tussen de eigen en de vreemde culturen. Beide systemen hebben elkaar daarin nodig om te kunnen bestaan en zich te vormen.²¹ Dit proces van wederzijds invloed uitoefenen, draagt volgens Even-Zohar bij aan de constructie van een

²⁰ Suzanne Jansen, ‘‘Onderzoek naar twintigste-eeuwse uitgeverijen. Een stand van zaken,’’ in: *Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis* (2000): 77.

²¹ Even-Zohar, ‘‘The Position of Translated Literature Within the Literary Polysystem,’’ 47.

cultuur. Binnen dit onderzoek breng ik dit proces van identiteitsconstructie en culturele vorming samen onder de zelfgekozen noemer: literaire identiteit.

Binnen de vertaalwetenschap worden twee literaire systemen onderscheiden: het bronsysteem, de plaats waar de vertaalde tekst vandaan komt, en het doelsysteem, de plaats waar de vertaalde tekst geïmporteerd wordt.²² Hierin staat de vraag centraal of de vertaling een conservatieve of innovatieve rol speelt in het doelsysteem. Men benadert deze vraag door na te gaan wat de positie van de vertaalde tekst in beide systemen is.²³ Uit onderzoek blijkt dat literaire transfers de relatie tussen het centrum en de periferie kunnen beïnvloeden, bijvoorbeeld doordat er elementen in een perifere zone geïntroduceerd worden en middels uitwisseling opgepikt worden door een centrumgebied.²⁴ Dit zet aan tot nadenken: zal er voor Nederland, als perifeer land ten opzichte van de dominante Engelstalige gebieden, ook een plek buiten deze periferie weggelegd kunnen zijn wanneer het producten aanbiedt die uniek zijn binnen de wereldliteratuur? Dit lijkt niet geheel ondenkbaar wanneer we kijken naar het verhaal van de Deense literatuur: wereldwijd een van de meest vertaalde literaturen, terwijl maar een klein aantal mensen ter wereld de Deense taal beheerst (circa 5,5 miljoen sprekers).²⁵ Volgens Even-Zohar importeren landen literatuur vaak vanuit een behoefte aan vernieuwing en verruiming binnen hun eigen systeem (het doelsysteem waar de literatuur naartoe beweegt): ‘If the domestic repertoire does not offer any options in this direction, while an accessible adjacent system seems to possess them, interference will very likely take place.’²⁶ Even-Zohar stelt hierbij dat er drie opties zijn waarom iets geïmporteerd wordt:

- (a) when a polysystem has not yet been crystallized, that is to say, when a literature is ‘young’, in the process of being established;
- (b) when a literature is either ‘peripheral’ (within a large group of correlated literatures) or ‘weak,’ or both; and
- (c) when there are turning points, crises, or literary vacuums in a literature.²⁷

²² Sven Vitse, ‘Vogelaar tussen Robbe-Grillet en Wiener?’ in *Breuken en bruggen: moderne Nederlandse literatuur: hedendaagse perspectieven*, red. Lars Bernaerts et al. (Gent: Academia Press, 2011): 47.

²³ Susan Bassnett, *Comparative Literature: A Critical Introduction* (Oxford: Blackwell, 1993): 145.

²⁴ Vitse, 47.

²⁵ Frank de Glas, *De regiekamer van de literatuur. Een eeuw Meulenhoff 1895-2000*. (Zutphen: Walburg Pers, 2012): 120.

²⁶ Even-Zohar, ‘Laws of cultural interference,’ in *Papers in Culture Research*. (Tel Aviv: Unit of culture research, Tel Aviv University, 2010): 62-63.

²⁷ Even-Zohar, ‘The Position of Translated Literature Within the Literary Polysystem,’ 47.

Hetgeen binnen een literatuur geïmporteerd wordt, kan volgens de theorie van Even-Zohar dus iets zeggen over hoe de literatuur zichzelf wil vormen (a/b) en wat gezien wordt als lacunes (c) binnen de eigen literatuur.

2.3 Inzichten uit de cultuursociologie

Socioloog Johan Heilbron houdt zich evenals Even-Zohar veelvuldig bezig met het analyseren van literaire bewegingen, én de manieren waarop je als perifere cultuur toch het centrum kunt bereiken. In het artikel ‘Fiction from the Periphery: How Dutch Writers Enter the Field of English-Language Literature’ stelt hij samen met Nicky van Es dat de internationale belangstelling voor de Nederlandse literatuur gestaag en sinds omstreeks 1960 vrij sterk toeneemt.²⁸ Wat zijn de troeven van de Nederlandse literatuur die maken dat Nederland het internationaal nog beter zou kunnen doen? En wat zijn de obstakels die dit proces bemoeilijken?

Heilbron en Van Es stellen een aantal hypotheses op over voorwaarden waaraan de Nederlandse literatuur moet voldoen om de Engelstalige literatuur te bereiken. Ze verdelen de aspecten die gunstig kunnen uitpakken over een aantal niveaus (te weten macro, meso, micro).²⁹ Vooral de paragraaf over de te overwinnen obstakels en in te zetten troeven op microniveau is relevant voor dit onderzoek. Deze paragraaf focust namelijk op de actoren die actief betrokken zijn bij de selectie, vertaling en framing van bepaalde boeken, waaronder dus uitgeverijen. Een eerste hypothese die in deze paragraaf aan bod komt, is dat auteurs die een transfer van de periferie naar het centrum ondergaan eerst succes moeten hebben gekend in hun eigen nationale literaire veld. Dit succes kan in navolging van Bourdieu (1993) betrekking hebben op zowel economisch (bv. verkoopaantallen) als symbolisch kapitaal (bv. positieve recensies van toonaangevende critici).³⁰

Een volgende hypothese is dat een boek gepresenteerd moet worden als ‘speciaal’, wil het vertaald worden vanuit het Nederlands: ‘In order to compete with indigenous books and translations from other languages, Dutch authors have to be perceived and presented as having a ‘special quality’. Drawing attention to peripheral and otherwise unknown literatures requires specific ‘framing’ strategies.’³¹ Heilbron & Van Es geven met het benoemen van het belang van ‘framing strategies’ aan dat het succes van een literatuur niet alleen te maken heeft

²⁸ Johan Heilbron & Nicky van Es, ‘Fiction from the Periphery: How Dutch Writers Enter the Field of English-Language Literature,’ 296- 319.

²⁹ Idem, 296.

³⁰ Idem, 300.

³¹ Idem, 302.

met intrinsieke kwaliteiten, maar eveneens met extrinsieke, zoals marketingvaardigheden. Dit onderschrijft dat het bestuderen van de manier waarop boeken door de uitgeverijen gepresenteerd worden van belang is.

Volgens Heilbron en Van Es is de keuze voor de wijze van framing afhankelijk van de positie van de uitgeverij op de markt.³² Bij grotere, commerciële uitgeverijen zal meer nadruk gelegd worden op de toegankelijkheid en het economische succes dat de titel in Nederland heeft gehad en bij kleinere, literaire uitgeverijen zal meer nadruk gelegd worden op de stijl; de literaire en culturele waarde van een titel.³³ Het presenteren van Nederlandse literatuur in een anderstalig taalgebied kan gevangen worden in twee overkoepelende frames: het Nederlandse frame en het kosmopolitische frame.³⁴ Deze frames hebben een tegengesteld karakter. Enerzijds wordt het specifiek Nederlandse benadrukt, anderzijds het kosmopolitische, dus niet specifiek Nederlandse. In de stukken over Nederlandse literatuur komen dus vooral twee tegengestelde elementen over het Nederlandse literaire karakter naar voren. Dit impliceert dat Nederlandse literatuur kenmerken van beide frames bevat.

Ik heb het volgende schema opgesteld naar aanleiding van de toelichting die Heilbron & Van Es bij de kenmerken van beide frames geven:

1. Nadruk op het **Nederlandse karakter** van de roman. Dit kan gedaan worden door:
 - Nadruk te leggen op de onderscheidende Nederlandse literaire schrijfstijl, te weten sterk realistisch met een gedetailleerde en sobere beschrijving van het alledaagse leven.
 - De Nederlandse cultuur te belichamen door te refereren aan de paradoxale combinatie van de Calvinistische oorsprong van de Nederlanders – realistisch, sober, direct, praktisch, ondernemend – en de meer recente typering van tolerantie tegenover verschillende culturen, drugs en prostitutie. In de representaties van de Nederlandse literatuur komen dus twee schijnbaar tegengestelde beelden van het Nederlandse volkskarakter naar voren.
 - Aandacht te besteden aan specifieke Nederlandse landschappen, waaronder Amsterdam en zijn kanalen, dijken, windmolens en de polder.
 - De Nederlandse rol bij belangrijke historische gebeurtenissen aan te kaarten, waaronder kolonisatie en de Tweede Wereldoorlog.

³² Heilbron & Van Es, 302.

³³ Idem, 303.

³⁴ Ibidem.

2. Nadruk leggen op het **kosmopolitische karakter** van de roman. Dit kan gedaan worden door:

- Te refereren aan de Europese stijl van sommige auteurs. Heilbron & Van Es karakteriseren de Europese stijl als zijnde filosofisch, experimenteel, fantasierijk en metafictioneel.³⁵
- Te benadrukken dat Nederlandse auteurs op een open manier omgaan met bepaalde thema's zoals immigratie, waarin spanningen tussen verschillende culturen en de plaats van migratie aan de orde komen.
- Het geven van gezagsargumenten: Nederlandse auteurs en hun werken worden vergeleken met bekende en gewaardeerde Engelse en Amerikaanse auteurs wanneer zij overeenkomstige kenmerken bevatten.
- Het boek te presenteren als klassieker, verwijzend naar de succesvolle geschiedenis van die titel door aan te geven dat deze internationaal veel geprezen en zeer belangrijk binnen zijn domein is.

Voor een verdere specificering van de frames verwijzen Heilbron & Van Es naar het op dat moment nog te verschijnen boek *Nederlandse kunst in de wereld*, en dan specifiek het hoofdstuk 'De receptie van literatuur in het buitenland', van Nico Wilterdink.³⁶ Hierin geeft Wilterdink aan dat de Nederlandse literatuur sinds de jaren negentig steeds bekender werd in het buitenland.³⁷ Meer in het algemeen gaat Wilterdink, in aansluiting op Heilbron & Van Es, verder in op de internationale receptie en perceptie van vertaalde Nederlandse literatuur sinds de jaren tachtig. Hij stelt zichzelf hierbij de vraag hoe de Nederlandse literatuur – fictie, literaire non-fictie en poëzie – in het buitenland gewaardeerd wordt. Wilterdink beperkt zich hierbij voornamelijk tot de drie grote taalgebieden waar Nederland van oudsher het meest mee verbonden is: het Engels, Duits en Frans. Uit zijn onderzoek naar hoe de Nederlandse literatuur in deze taalgebieden ontvangen wordt, distilleert hij een aantal internationaal aantrekkelijke elementen.

Ten eerste stelt Wilterdink dat **auteurs met een sterke oriëntatie op andere**

³⁵ Over de invulling van de Europese stijl van auteurs bestaan verschillende meningen. Volgens de Tsjechische schrijver Topol kan men een Europese schrijver definiëren als iemand die weet heeft van catastrofes en verschrikkingen: die weet wat het communisme heeft aangericht, wat de Tweede Wereldoorlog betekent, die een beeld voor ogen krijgt bij namen als Hitler en Stalin. (zie <https://www.groene.nl/artikel/europese-literatuur-van-oude-en-nieuwe-tragedies>) Waar Heilbron & Van Es dus refereren aan de schrijfstijl van Europese auteurs, refereert Topol aan de achtergrond van de auteur.

³⁶ Wilterdink, 56-95.

³⁷ Idem, 57.

culturen, te denken aan migrantenauteurs, op internationaal niveau meer aanspreken.³⁸

Wilterdink geeft hierbij aan dat het benadrukken van het internationale karakter van een auteur de kans vergroot dat iemand in het buitenland succesvol wordt, omdat die persoon dan als culturele bemiddelaar kan gaan fungeren. De auteur moet dan getypeerd worden als een Europese schrijver, een internationale schrijver, een kosmopoliet.³⁹ Bij een kosmopoliet is de identiteit van de persoon niet aan één plek op de wereld verbonden, het betreft het ideaal van de wereldburger.⁴⁰ Wilterdink geeft ook aan dat in buitenlandse stukken opvallend vaak de Joodse achtergrond van een auteur vermeld wordt, ook als zijn werk thematisch niet aan de Tweede Wereldoorlog of de Jodenvervolgning gerelateerd is.

Ten tweede kan vanuit **thema's met een internationale aantrekkingskracht** geprobeerd worden om een cultuur te exploiteren.⁴¹ Zoals Heilbron & Van Es eveneens aangaven, zijn Nederlandse auteurs goed in staat om over het universele thema van migratie te spreken, vanwege hun culturele achtergrond: de gedoogcultuur. In zulke stukken zijn Nederlandse auteurs vaak als deskundige getuigen aangehaald.⁴² Andere thema's met een internationale aantrekkingskracht, en een universeel karakter, zijn bijvoorbeeld de Tweede Wereldoorlog, de Jodenvervolgning, en het koloniale verleden.⁴³

De **stijl** van de Nederlandse auteurs – precies, eenvoudig, direct, zonder pose, ironisch – wordt als typisch Nederlands herkend en om die reden geprezen.⁴⁴ Wilterdinks omschrijving van de typisch Nederlandse schrijfstijl is dus iets wijder dan de omschrijving van Heilbron & Van Es, die eveneens het realistische, sobere en gedetailleerde gehalte benoemen.

Een derde patroon is dat schrijvers van **thrillers** of verhalen met een thrillerachtig plot in het Engelse taalgebied relatief veel aandacht krijgen. Zulke auteurs passen volgens uitlatingen van Britse critici bij de 'Angelsaksische smaak' en de Angelsaksische verteltraditie.⁴⁵

Als vierde element blijkt uit het onderzoek van Wilterdink dat auteurs die internationaal aanspreken vaak een **prijs** hebben gewonnen. Auteurs die de nobelprijs voor de

³⁸ Wilterdink, 78.

³⁹ Idem, 72 + 78.

⁴⁰ Manfred Beller & Joep Leerssen, *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters. A critical survey* (Amsterdam: Rodopi, 2007): 311.

⁴¹ Wilterdink, 78.

⁴² Idem, 93.

⁴³ Idem, 89-90.

⁴⁴ Idem, 79.

⁴⁵ Idem, 78.

literatuur hebben gewonnen doen het bijzonder goed in het buitenland.⁴⁶

Vervolgens merkt Wilterdink tevens op dat de besprekingen en beschouwingen van de Nederlandse literatuur vaak verwijzingen naar de Amsterdamse grachten en grachtenhuizen, de vele waterwegen, het vlakke land, de dijken en de polders, de wolken, de mist en de regen bevatten.⁴⁷ Wilterdink brengt het bij Heilbron & Van Es besproken paradoxale karakter van de Nederlandse volksaard (calvinisme – tolerantie) in verband met de geografische besprekingen van Nederland. Hij stelt dat de kenmerken van tolerantie, individuele vrijheid en liberaliteit voornamelijk in verband worden gebracht met Amsterdam. Amsterdam wordt hierbij getypeerd als ‘’s wereld meest tolerante stad, oord van vrije seks, vrij drugsgebruik en geaccepteerde deviantie [...] waar mensen op voet van gelijkheid met elkaar omgaan’.⁴⁸ De calvinistische volksaard wordt eerder in verband gebracht met het kleinburgerlijk leven in de dorpen. Naast dergelijke beeldvorming valt volgens Wilterdink op dat er vaak naar de Nederlandse literatuur verwezen wordt door alleen naar Amsterdam te verwijzen, alsof de rest van het land niet bestaat of er niet toe doet.⁴⁹

In aanvulling op de tolerante en calvinistische volksaard, geeft Wilterdink wel aan dat de voorstellingen hiervan niet beperkt zijn tot deze twee etiketten. Andere, wel minder vaak benoemde, kwalificaties zijn bijvoorbeeld het compromisbeleid, egalitarisme en bescheidenheid. Die laatste eigenschap wordt soms negatief geïnterpreteerd als een gebrek aan zelfbewustzijn. Een gevoel van minderwaardigheid tegenover grotere en machtigere naties, bijvoorbeeld het literaire centrum, zou zorgen voor een angst om achter te blijven en dit zou leiden tot ‘te veel meegaandheid ten opzichte van buitenlandse intellectuele modes’.⁵⁰ Een positieve connotatie bij deze eigenschap is dat het duidt op de tolerante cultuur: een openheid naar de wereld en internationale gerichtheid.⁵¹

Ten slotte benoemt Wilterdink dat Nederlandse literatuur vaak in zijn bespreking ook losgekoppeld wordt van de nationale context. Het verhaal wordt dan bijvoorbeeld gekarakteriseerd als een familieroman, een liefdesverhaal of een misdaadverhaal, dat zich waar dan ook ter wereld had kunnen afspelen.⁵²

⁴⁶ Wilterdink, 78.

⁴⁷ Idem, 91.

⁴⁸ Idem, 86.

⁴⁹ Idem, 88.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Ibidem.

⁵² Wilterdink, 92.

2.4 Het Nederlandse zelfbeeld: inzichten uit de imagologie

Om te achterhalen wat de literaire bewegingen zeggen over de Nederlandse literaire identiteit vormt het onderzoeksveld van de imagologie de tweede theoretische laag van dit onderzoek. Zoals de conclusie van het boek *Nederlandse kunst in de wereld* immers meldt: ‘In veel gevallen is het lastig, zo niet ondoenlijk, zelfpromotie en beeldvorming uit elkaar te houden. De beeldvorming in het buitenland komt sterk overeen met het beeld dat Nederlanders zelf over hun samenleving naar buiten hebben gebracht.’⁵³

De imagologie is het vakgebied waarin de kritische analyse van nationale stereotypen in literatuur, en andere vormen van culturele representatie, centraal staat. Manfred Beller en Joep Leerssen stellen in hun handboek *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters* de dynamiek tussen *self-images* en *hetero-images* binnen een literaire tekst centraal.⁵⁴ Met de begrippen *self-images* en *hetero-images* refereren zij aan de beelden die in de literaire tekst uitgedrukt worden om de eigen identiteit mee te karakteriseren (*self-images*) en de beelden die in die tekst van ‘de ander’, de buitenlander, gegeven worden (*hetero-images*):

A fundamental distinction is the one between auto-image (or ‘self-image’) and hetero-image: the [first] referring to a characterological reputation current within and shared by a group, the latter to the opinion that others have about a group’s purported character.⁵⁵

Leerssen geeft aan dat het zelfbeeld blootgelegd kan worden door de dynamiek te analyseren tussen de beelden die een land van zichzelf (*self-image*) en van de ander heeft (*hetero-image*).⁵⁶ Toegepast op deze casus is het in de markt zetten van de buitenlandse titels in Nederland exemplarisch voor de dynamiek die Leerssen omschrijft: de manier waarop Nederland deze buitenlandse boeken in de markt zet, duidt op hoe Nederlanders zichzelf op dat moment zien: ‘Valorizing the Other is, of course, nothing but a reflection of one’s own point of view.’⁵⁷ Bovendien zal iets als typisch Nederlands presenteren hoogstwaarschijnlijk alleen gebeuren als het boek kenmerken heeft die voor de buitenlander herkenbaar zijn als zijnde ‘Nederlands’, dus wanneer het boek aansluit op het veronderstelde beeld dat in het

⁵³ Wilterdink, 392.

⁵⁴ Beller & Leerssen, 14.

⁵⁵ Idem, 343.

⁵⁶ Idem, 14.

⁵⁷ Beller & Leerssen, 6.

buitenland van Nederland bestaat (hetero-image).

Met *images* bedoelen Leerssen en Beller nadrukkelijk niet de feiten over een nationaliteit die empirisch te toetsen zijn, maar de morele en karakterologische kenmerken die aan een groep worden toegeschreven.⁵⁸ In het geval van dit onderzoek dus door de samenstellers van de brochures. Het woord ‘toeschrijven’ geeft hier een belangrijk punt aan: de imagologie gaat namelijk uit van constructen die mobiel en veranderlijk zijn.⁵⁹ Leerssen gaat hierbij kort in op de observatie dat landen bepaalde self-images verspreiden, zodat deze images in het buitenland als hetero-images worden aangenomen. Dit werkt ook de andere kant op: er zijn ook landen die hetero-images incorporeren in hun self-images. Leerssen vermeldt hierbij het volgende: ‘There is reason to suspect that the direction of these processes is determined at least in part by power relations.’⁶⁰ Deze opmerking van Leerssen zet aan het denken. Zorgt de perifere positie van de Nederlandse literatuur, en de door Wilterdink benoemde bescheidenheid tegenover dominante landen, ervoor dat het door de uitgeverijen uitgedragen Nederlandse zelfbeeld inderdaad berust op de hetero-images die in het buitenland circuleren over Nederland?

Om de theorie van Leerssen operationeel te maken, en te kunnen kijken of Nederlandse uitgeverijen inderdaad in hun presentatie het hetero-image bevestigen, is het van belang te inventariseren wat de achtergrond is van nationale identiteitsvorming en wat het stereotiepe beeld van Nederland is. Hiervoor zijn de zojuist besproken studies van Heilbron & Van Es en Wilterdink over de in het buitenland circulerende beelden van de Nederlandse literatuur van belang. Om zo veel mogelijk heersende stereotypen te achterhalen, zijn eveneens de werken *Moet kunnen* en *The Low Sky - Understanding the Dutch* geraadpleegd, waarin wordt uitgelegd hoe men van buitenaf naar ons land kijkt.⁶¹ Literaire kenmerken worden in deze boeken eveneens in verband gebracht met eigenschappen van de Nederlandse cultuur en het karakter van de Nederlanders. Binnen deze studies naar beeldvorming van Nederland is er sprake van veel overeenkomsten. Zo wordt de directe, sobere, sociaal-realistische schrijfstijl toegeschreven aan onze instelling van nuchterheid, ordelijkheid, morele striktheid, spaarzaamheid. Die eigenschappen worden gezien als passend bij de Nederlandse handelsgeest en, daarmee samenhangend, de religieuze traditie van het calvinisme. Hiertegenover staat een ander veelvoorkomend beeld van Nederland: tolerantie, wat kan

⁵⁸ Idem, 342.

⁵⁹ Idem, 343.

⁶⁰ Ibidem.

⁶¹ Han van der Horst, *The Low Sky- Understanding the Dutch* (Schiedam: Scriptum, 2015); Herman Pleij, *Moet kunnen* (Amsterdam: Prometheus, 2014).

overgaan in bandeloosheid. Dit beeld wordt vaak in verband gebracht met specifiek de stad Amsterdam. Amsterdam fungeert bovendien vaak als merknaam zonder dat de schrijver zijn verhaal in die stad gesitueerd heeft. Uitgevers zetten de naam van Amsterdam in om de aantrekkelijkheid van het boek in het buitenland te vergroten.⁶²

⁶² Pleij, 88.

Hoofdstuk 3: Methode

Nu begrippen zijn toegelicht en aandacht is besteed aan waarom bepaalde aspecten in beeldvorming rondom Nederlandse literatuur de aandacht verdienen, zal in dit hoofdstuk naar voren komen hoe dit discoursanalytische onderzoek uitgevoerd is. Voordat ik uiteenzet hoe ik de theorie toepasbaar heb gemaakt op het casusmateriaal, zal ik eerst toelichten waarom ik heb gekozen voor deze aanpak.

Dat het presenteren van Nederlandse literatuur aan het buitenland, de export van literatuur, iets zegt over hoe Nederlandse uitgeverijen de Nederlandse literatuur uitdragen en daarmee bijdragen aan het construeren van de Nederlandse literaire identiteit is wellicht een voor de hand liggende gedachte. In het theoretisch kader kwam daarbij echter ook naar voren dat niet alleen het exportgedrag bijdraagt aan de constructie van identiteit, maar ook het importgedrag. Landen importeren immers vaak vanuit een behoefte aan vernieuwing en verruiming, zoals Even-Zohar stelt. Het bestuderen van wat Nederlandse uitgeverijen importeren, zegt daarmee iets over hoe zij zichzelf zien. Hoe deze geïmporteerde literatuur vervolgens in de markt wordt gezet door de Nederlandse uitgeverijen zegt wederom iets over hoe zij zichzelf zien, want ‘valorizing the Other is, of course, nothing but a reflection of one’s own point of view’.⁶³

Voortbordurend op deze gedachtegangen vertrekt dit onderzoek vanuit de hypothese dat niet alleen de export van literatuur iets zegt over hoe de Nederlandse literatuur zichzelf ziet, maar dat ook hetgeen Nederlandse uitgeverijen importeren hier iets over zegt. Hierbij kunnen we spreken van een soort anti-identiteit. Om te begrijpen hoe de Nederlandse literatuur zichzelf ziet, kijk ik naar wat er geïmporteerd wordt, omdat dat volgens de theorie van Even-Zohar iets kan zeggen over hoe we onszelf willen vormen (a/b) en wat we zien als lacunes (c). Dit impliceert dat het beeld van de Nederlandse literatuur, onze literaire identiteit, enerzijds afgeleid wordt uit hoe de Nederlandse literatuur geëxporteerd wordt en anderzijds uit dat wat geïmporteerd wordt omdat dat laatste iets zegt over wat men wil bereiken en wat hiervoor gemist wordt.

In het theoretisch kader is aangetoond dat zelfpromotie en beeldvorming sterk verwant zijn. De beeldvorming van Nederland in het buitenland komt sterk overeen met het beeld dat Nederlanders zelf naar buiten hebben gebracht. Aangezien mijn onderzoek zich richt op de nationale beelden die zich manifesteren in het spreken over literatuur, zal de imagologische benadering van Beller en Leerssen voor mij van nut zijn. Toch zal mijn toepassing van de

⁶³ Leerssen, 343.

concepten self-images en hetero-images iets afwijken. Waar Beller en Leerssen stellen dat de imagoloog bijzondere belangstelling zou moeten hebben voor de dynamiek tussen self-images en hetero-images binnen een literaire representatie, zet ik deze begrippen buiten de literaire tekst in, namelijk voor het analyseren van het spreken over literatuur in de brochures. Het begrip self-image heeft binnen dit onderzoek betrekking op het beeld van Nederland dat door de Nederlanders zelf impliciet of expliciet wordt aangeduid. Binnen dit onderzoek construeer ik niet zelf een hetero-image, maar ga ik uit van de eerder besproken onderzoeken naar de receptie van Nederlandse literatuur. Hieruit is een verondersteld hetero-image voortgekomen, het beeld dat men veronderstelt dat het buitenland van Nederland heeft, waarnaar verwezen zal worden met het begrip meta-image.

Ik zal onderzoeken in hoeverre de beelden die in het buitenland over Nederland en Nederlandse literatuur circuleren – zoals verwoord door Heilbron & Van Es; Wilterdink; Van der Horst; Pleij – weerklank vinden in de zelfpresentatie van uitgeverijen. Centraal in mijn onderzoek staat dan ook de beantwoording van de volgende hoofdvraag:

In hoeverre verhouden De Arbeiderspers en De Bezige Bij zich in hun import- en exportgedrag tot ideeën over de Nederlandse (literaire) identiteit bij het construeren van hun eigen identiteit?

Om deze onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, zullen er deelvragen worden beantwoord die zijn gericht op het analyseren van het verschil in benaderingswijze van import- en exportproducten in de binnenlandse en buitenlandse markt. De volgende deelvragen worden beantwoord:

1. Hoe verschilt de manier waarop Nederlandse boeken in Nederland gepresenteerd worden met de manier waarop geïmporteerde boeken in Nederland gepresenteerd worden?

2. Hoe verschilt de manier waarop de Nederlandse boeken in Nederland gepresenteerd worden met de manier waarop deze boeken aan het buitenland gepresenteerd worden?

3. Hoe verschilt de manier waarop de geïmporteerde boeken in Nederland gepresenteerd worden met de manier waarop de Nederlandse boeken aan het buitenland gepresenteerd worden?

3.1 Posturetheorie

Hoe het fonds van de uitgeverijen gepositioneerd wordt binnen het (internationale) literaire veld zal geanalyseerd worden met behulp van de *posturetheorie*, een instrument dat voornamelijk vorm heeft gekregen door literatuursocioloog Jérôme Meizoz. Meizoz onderscheidt in zijn opvatting van posture *autorepresentatie* en *heterorepresentatie*.⁶⁴ Onder autorepresentatie verstaat hij de zelfrepresentatie waarmee auteurs invulling geven aan hun positie binnen het literaire veld en onder heterorepresentatie verstaat hij de representatie van instituties zoals deze geconstrueerd wordt door anderen.⁶⁵ Beide begrippen zijn verwant aan het begrippenkader van Beller en Leerssen, echter veronderstelt de posturetheorie mijns inziens meer de directe aanwezigheid van een actor. Waar de posturetheorie, in de opvatting van Meizoz, met het begrip autorepresentatie uitgaat van auteurs die (bewust) een positie binnen het veld opeisen en daarmee direct invulling geven aan het zelfbeeld, daar wordt door Beller en Leerssen het zelfbeeld eveneens als construct benaderd. Echter komt de constructie van dit zelfbeeld, dat betrekking heeft op de identiteit van een groep, tot stand door een samenspel van meerdere actoren die hieraan bijdragen.

Binnen dit onderzoek zal er dus gebruik worden gemaakt van een posture-analyse om zo de focus te kunnen verleggen naar de institutie zelf en de bedoelde en onbedoelde strategieën. Op deze manier kunnen impliciet doelstellingen afgeleid worden uit de manier waarop de uitgeverij zichzelf presenteert en daarmee positioneert binnen het veld.⁶⁶ Dit betekent ook dat het onderzoeksinstrument van Meizoz, dat eigenlijk betrekking heeft op de positie van auteurs, binnen dit onderzoek ingezet zal worden om de positie van instituties, namelijk uitgeverijen, te onderzoeken. Aangezien het onderzoek zich focust op de manier waarop de institutie bedoeld, dan wel onbedoeld, zichzelf op een bepaalde manier positioneert binnen het literaire veld zal er enkel aandacht uitgaan naar de autorepresentatie. Het bestuderen van de prospectus en de rights guides, allebei vormen van *autorepresentatie* oftewel zelfpresentatie, verschaft meer inzicht in de doelstellingen van de uitgeverij aangezien het iets zegt over de manier waarop de uitgeverij zichzelf wil presenteren en op globaal niveau in de markt probeert te zetten.⁶⁷

Hierbij is het interessant om na te gaan welk beeld men binnen deze uitgeverijen zelf heeft van de verwachting die in het buitenland leeft omtrent de Nederlandse literatuur, het

⁶⁴ Meizoz, 81-93.

⁶⁵ Idem, 81-84.

⁶⁶ Meizoz, 84.

⁶⁷ Ibidem.

zojuist aangehaalde metabeeld. Omdat het binnen dit onderzoek primair gaat om de manier waarop uitgeverijen hun fonds uitdragen, en wat dat vervolgens zegt over het Nederlandse zelfbeeld en in het verlengde hiervan de bijdrage aan de Nederlandse literaire identiteit, zal het handelen van andere actoren die een rol spelen bij literaire transitities, waaronder buitenlandse agenten, Het Letterenfonds en buitenlandse pers in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten worden.

3.2 Corpussamenstelling

Het corpus dat binnen dit onderzoek geanalyseerd wordt bestaat uit de fondslijsten, het totaal van uitgegeven titels, van twee uitgeverijen en de prospectussen (binnenland) en rights guides (buitenland). Er is gekozen om de rights guides uit het jaar 2018 te bestuderen, omdat er zo een recent mogelijk beeld gecreëerd kan worden van de manier waarop de Nederlandse literaire identiteit door deze twee uitgeverijen geconstrueerd wordt. Dit betekent dat er eventueel teruggerepen moet worden op prospectussen van een aantal jaren hiervoor op het moment dat een titel in 2018 aan het buitenland gepresenteerd werd, maar al een aantal jaar eerder in Nederland verscheen. Voor het bestuderen van de presentatie van geïmporteerde titels aan de binnenlandse markt zal eveneens gekeken worden naar twee prospectussen uit het jaar 2018.

Dit onderzoek moet, rekening houdend met het grote totale aanbod van alle uitgeverijen in Nederland, ingeperkt worden. Het is helaas niet mogelijk om in de gegeven tijd en grootte van het onderzoek alle publicaties van alle Nederlandse uitgeverijen mee te nemen. Daarom is er gekozen voor één peiljaar (2018) waarin de presentatie van de oorspronkelijk Nederlandstalige werken die zowel in Nederland als bij buitenlandse boekenbeurzen worden aangeboden, vergeleken wordt met de presentatie van de geïmporteerde werken. Hierbij gaat het dus om wat er gepresenteerd wordt op een bepaald moment, in plaats van het totale aanbod van de uitgeverij wat allemaal gepresenteerd had kunnen worden aan het buitenland. De reden hiervoor is dat niet valt uit te sluiten dat een uitgeverij een bepaald boek jaren later meeneemt naar de beurs. Vandaar dat dit onderzoek zich richt op de presentatie die plaatsvindt op een specifiek moment. Hiermee laat ik de motivatie van de redacteurs om bepaalde boeken mee te nemen buiten beschouwing.

De fondslijsten zullen deel uitmaken van de analyse om een algemeen beeld van het fonds te kunnen creëren. Uit de fondslijsten kunnen echter geen argumenten gedestilleerd worden, dus om iets te zeggen over strategieën die ingezet worden om producten in de markt te zetten kijken we naar de prospectussen en rights guides. Deze brochures zijn het

visitekaartje van de uitgeverij, het gezicht naar buiten en daarmee het instrument om de beeldvorming rondom het bedrijf te beïnvloeden. De rights guides zijn speciaal ontworpen brochures voor de momenten waarop het transnationale literaire veld bij elkaar komt, namelijk de boekenbeurzen van Londen en Frankfurt. De termen binnenlandse prospectus en prospectus worden ter variatie door elkaar gebruikt, maar verwijzen telkens naar hetzelfde: de brochure die de uitgeverij drie maal per jaar (voorjaar, zomer, najaar) uitbrengt en waarin de nieuwe boeken worden aangekondigd, gericht op de boekhandel en de pers. Aan elk te verschijnen boek wordt minimaal één pagina gewijd, een afbeelding van het omslag, een korte inhoudsbeschrijving, informatie over de auteur, indien aanwezig lofuitingen van de pers en technische gegevens (omvang, bindwijze, ISBN).

Om te kijken of de marketingstrategie daadwerkelijk effect heeft gehad, wordt een beroep gedaan op de Vertalingendatabase van Het Letterenfonds. De NBiV-database van de Koninklijke Bibliotheek bleek tijdens het vooronderzoek niet toereikend genoeg aangezien deze niet compleet was. Vandaar dat er binnen dit onderzoek enkel gebruik wordt gemaakt van de database van Het Letterenfonds.

3.3 Marketingargumenten en strategieën

Ik begrijp de aspecten die Wilterdink en Heilbron & Van Es gedestilleerd hebben uit het onderzoek naar de receptie van Nederlandse literatuur als strategieën om bepaalde kwaliteiten aan de Nederlandse literatuur te kunnen toedichten. De categorieën die door deze auteurs genoemd worden zorgen ervoor dat uit de wervende aanbiedingsteksten meetbare zaken gedestilleerd kunnen worden. Hierdoor kunnen discoursanalyse en kwantitatief onderzoek elkaar aanvullen. Bij gebrek aan onderzoek naar presentatie en receptie van vertaalde literatuur dat in Nederlandse vertaling uitkomt, zal ik ook het presenteren van de geïmporteerde literatuur aan de hand van deze aspecten analyseren. Ik ben mij bewust van mogelijke kanttekeningen bij deze keuze. De geanalyseerde argumenten en frames zijn immers voortgekomen uit theorie die in eerste instantie tot stand is gekomen door onderzoek naar de receptie van Nederlandse literatuur in het buitenland. Hierdoor zou het zo kunnen zijn dat bepaalde argumenten die van belang zijn voor het in de markt zetten van specifiek geïmporteerde literatuur achterwege blijven. Toch heb ik ervoor gekozen om deze theorie tevens te betrekken op de presentatie van geïmporteerde literatuur, mede door het gebrek aan een dergelijke theorie over de receptie van vertaalde literatuur in Nederland, maar ook om te kunnen vergelijken of er een verschil zit in het presenteren van materiaal aan een vreemde markt dan waar de literatuur vandaan komt.

Binnen dit onderzoek wordt er aan de hand van drie verschillende perspectieven naar de brochures gekeken. Deze perspectieven hangen met elkaar samen, maar vallen niet samen. Met de combinatie van deze verschillende perspectieven kan op genuanceerde wijze in kaart worden gebracht hoe de beeldvorming gebeurt.

Op basis van de teksten van Heilbron & Van Es en Wilterdink heb ik drie eigen categorieën in het leven geroepen waarin de strategieën die gebruikt worden bij het presenteren van literatuur aan de markt (Nederlandse literatuur aan het buitenland en buitenlandse literatuur aan Nederland) ingedeeld kunnen worden: auteursfiguur, thematiek en institutionele context. Op deze manier kan er nagegaan worden waarop de focus in de marketing het meeste ligt: gebeurt het exploiteren van een titel voornamelijk op basis van argumenten gericht op de auteurs, instituties of het verhaal zelf? De argumenten en bijbehorende specificaties vormen het eerste perspectief om de beeldvorming mee in kaart te brengen.

Dit zijn de argumenten en bijbehorende specificaties:

- Auteursfiguur, met specificaties schrijfstijl, interculturele identiteit, gezagsargumenten en de klassieke status
- Thematiek, met specificaties gezagsargumenten die gaan over bekende boeken (i.p.v. auteurs), universele/internationaal aantrekkelijke thematiek, Nederlandse cultuur en Nederlands landschap
- Institutionele context, met specificaties verkoopcijfers, prijzen, klassieke status, Nederlandse cultuur en quotes van critici

De toelichtingen bij de specificaties zijn terug te vinden in het theoretisch kader, met uitzondering van de noemer *interculturele identiteit*. Deze overkoepelende term gebruik ik voor auteurs die een breder cultureel perspectief hebben. Hieronder vallen de culturele bemiddelaars (migrantenauteurs, kosmopolieten) die Wilterdink in zijn onderzoek benoemd, maar ook auteurs die voor onderzoek/werk een tijd in het buitenland woonden. Er is binnen dit onderzoek gekozen om de specificatie 'schrijfstijl' binnen de categorie 'auteursfiguur' onder te brengen. Ondanks dat ik van mening ben dat stijl en plot essentieel zijn voor de constructie van het verhaal, heb ik ervoor gekozen om de argumenten omtrent schrijfstijl toe te schrijven aan de categorie auteursfiguur, omdat naar mijn mening het argument terugslaat op de kwaliteiten van de auteur. Zo kan een auteur bekend staan om een bepaalde schrijfstijl, en staat dit los van de specifieke titel. Wanneer een bepaalde schrijfstijl, te denken aan zwart-komisch of realistisch, kenmerkend wordt voor de specifieke titel, dan is dit kwalitatief

toegelicht. Vaak is er sprake van een dubbele argumentatie binnen een formulering in de prospectus. Bijvoorbeeld: er wordt een institutioneel argument gegeven in de vorm van een quote van critici en die quote bevat informatie over de schrijfstijl van een auteur, dan heb ik dit geteld als twee argumenten. Namelijk 1) de quote van critici onder institutionele argumenten, en 2) de schrijfstijl onder auteursargumenten. In deze gevallen licht ik de combinatie kwalitatief toe.

Eveneens maken bepaalde specificaties, zoals de klassieke status en de Nederlandse cultuur, deel uit van verschillende categorieën. Tot welke categorie een van deze specificaties gerekend wordt, is afhankelijk van de formulering van het argument. Wanneer er in het verhaal bijvoorbeeld elementen voorkomen die verwant zijn aan de Nederlandse cultuur, dan wordt dit argument onder de noemer ‘thematiek’ geschaard. Wanneer het argument over de Nederlandse cultuur zich niet meer op het niveau van het verhaal afspeelt, maar op het niveau van bijvoorbeeld Nederlandse culturele platforms, dan valt deze specificatie onder de noemer ‘institutionele context’. Het klassieke argument wordt onder de categorie institutioneel geschaard wanneer deze betrekking heeft op een titel en onder de categorie auteursfiguur wanneer deze betrekking heeft op de status van de auteur.

Ten tweede onderscheid ik twee marketingstrategieën: titelmarketing en auteursmarketing. Argumenten gericht op de auteursfiguur vallen samen met auteursmarketing, thematische argumenten vallen samen met titelmarketing. Argumenten die betrekking hebben op de institutionele context kunnen zowel onder auteursmarketing als titelmarketing vallen. De argumenten van de institutionele context kunnen hierbij beschouwd worden als vliegende keep: de ene keer zeggen ze iets over de (status van de) auteursfiguur en de andere keer over (het succes van) een titel. Bijvoorbeeld: het benoemen van verkoopcijfers, een institutioneel argument, zegt iets over het succes van een titel. Volgens deze redenering zal dit argument daardoor onder titelmarketing vallen. Niet elk institutioneel argument valt per definitie onder te brengen bij een van deze twee marketingstrategieën. Er zijn ook argumenten, zoals prijzen, die de ene keer betrekking hebben op de auteur en de andere keer op titel. Ik heb prijzen die betrekking hebben op het oeuvre van een auteur gerekend tot auteursmarketing en prijzen die de auteur gewonnen heeft voor een specifieke titel gerekend onder titelmarketing.

De door Heilbron & Van Es vastgestelde frames verschaffen een derde perspectief op het materiaal. De frames, het Nederlandse en kosmopolitische frame, zijn van toepassing op alle drie de genoemde categorieën. Een auteur/titel kan bijvoorbeeld typisch Nederlands én kosmopolitisch neergezet worden door van allebei de frames kenmerken te benoemen. Welk

kenmerk onder welk frame valt, is reeds toegelicht in het theoretisch kader van dit onderzoek.

Per titel in de brochure is nagegaan welke specificaties er in de presentatie genoemd worden, of er sprake is van titelmarketing of auteursmarketing en tot welk frame de presentatie van de titel behoort. De aantallen die weergegeven worden in de figuren, te vinden in de analyse, hebben betrekking op het aantal titels en niet op het aantal argumenten. Er is dus per titel geturfd of er sprake is van een bepaald(e) specificatie/marketingstrategie/frame. Per titel wordt er bij het aanprijzen vaak een combinatie van argumenten gemaakt, bijvoorbeeld een argument dat gericht is op de schrijfstijl van een auteur en een argument dat gericht is op verkoopcijfers, deze combinaties worden kwalitatief besproken binnen de analyse.

3.4 De identiteit van een fonds

Om te peilen hoe de uitgeverijen anno 2018 hebben bijgedragen aan de constructie van de Nederlandse literaire identiteit, is het van belang om eerst de afzonderlijke identiteiten van de verschillende fondsen vast te stellen. Om een antwoord te formuleren op de eerder genoemde deelvragen zullen kwantitatief onderzoek en kwalitatief onderzoek elkaar aanvullen.

Kwantitatief wordt in kaart gebracht:

- Wat het aandeel vertaalde literatuur binnen het fonds is;
- Wat de verhouding fictie en non-fictie is;
- Hoe vaak bij de presentatie van de auteurs een van bovengenoemde argumenten aangehaald wordt;
- Hoe vaak bij de presentatie van de boeken een van bovengenoemde argumenten aangehaald wordt;
- Hoe vaak welke marketingstrategie ingezet wordt;
- Of er een verschil in de mate waarin deze argumenten worden aangehaald bij de presentatie van de titels voor het buitenland en de presentatie van titels in het eigen land is;
- Hoeveel van de oorspronkelijk Nederlandse fondsliteratuur daadwerkelijk aan het buitenland verkocht is;
- Of er een correlatie is tussen het benoemen van de internationaal aantrekkelijke elementen en het verkopen van de titel aan het buitenland.

Vervolgens zal er op kwalitatief niveau een analyse van de beeldvorming plaatsvinden, waarbij gekeken wordt:

- Of er gebruik wordt gemaakt van een combinatie van argumenten om een boek de grens over te krijgen;
- Of er een bepaald type boek/auteur uit gedestilleerd kan worden dat vaker vertaald wordt;
- Of bij de presentatie van de literaire werken rekenschap gegeven wordt van nationale stereotypen en het metabeeld dat van Nederland en Nederlandse literatuur heerst;
- Welk beeld van de Nederlandse literaire identiteit gecreëerd wordt door de vertaalkeuzes die men maakt, zowel qua import als export;
- Hoe de presentatie van de titels (zowel voor binnenland als buitenland) in het beeld past dat Even-Zohar van literaire bewegingen schetst.

Hoofdstuk 4: Analyse - De Arbeiderspers

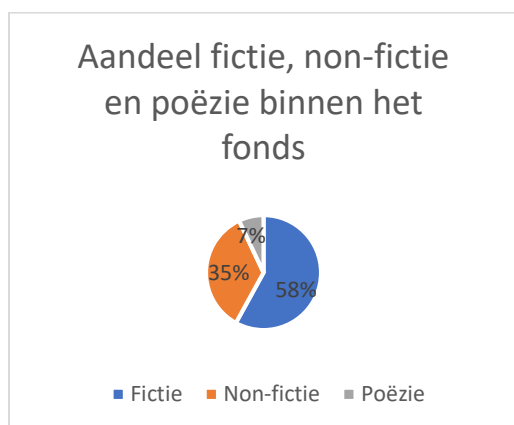
4.1 Het fonds

Op de site van Singel Uitgeverijen wordt de stijl van De Arbeiderspers als volgt omschreven:

De Arbeiderspers vindt zijn oorsprong in de arbeidersbeweging en werd in 1929 opgericht. ‘AP’ is een toonaangevende literaire uitgeverij van fictie en non-fictie, proza en poëzie, Nederlandstalige en vertaalde literatuur. De Arbeiderspers geeft bekende en gelauwerde auteurs uit als Anna Enquist, Maarten ‘t Hart, Arthur Japin, Tessa de Loo, Ilja Leonard Pfeijffer en Koos van Zomeren, maar ook jongere auteurs als Ineke Riem, Christophe Vekeman en Christiaan Weijts. Auteurs als Joke J. Hermsen en Joost Zwagerman schrijven zowel fictie als non-fictie. Wat betreft vertaalde literatuur is AP de trotse uitgever van literaire auteurs als Michel Houellebecq, Ryszard Kapuscinski, Cormac McCarthy, Tim Parks, Marilynne Robinson en Ferdinand von Schirach maar ook van ‘s werelds meest vertaalde auteur Paulo Coelho.⁶⁸

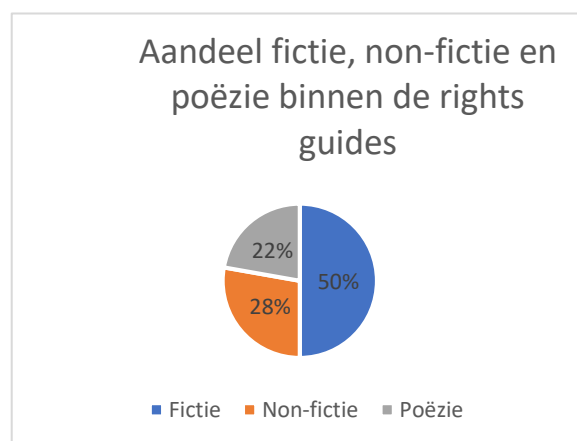
De Arbeiderspers profileert zichzelf dus als toonaangevend in het gehele literaire circuit (vertaalde en Nederlandse literatuur; fictie en non-fictie) waarbij zij haar auteurs naar voren schuift om het toonaangevende karakter kracht bij te zetten. Om een algemeen beeld van het fonds te creëren heb ik de fondslijsten van 2008 tot heden bestudeerd (de afgelopen tien jaar) en de inhoudsopgaves van de rights guides van 2018. Hierbij is gekeken wat het aandeel fictie en non-fictie; vertaalde en Nederlandse literatuur is.

⁶⁸ ‘‘Over Singel Uitgeverijen,’’ Singel Uitgeverijen, voor het laatst geraadpleegd op 27 juni 2019, <https://www.singeluitgeverijen.nl/over-singel-uitgeverijen/>.

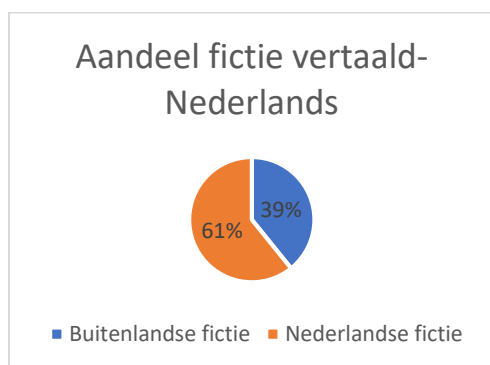


Figuur 1: percentages fictie en non-fictie gebaseerd op de fondslijsten vanaf 2008

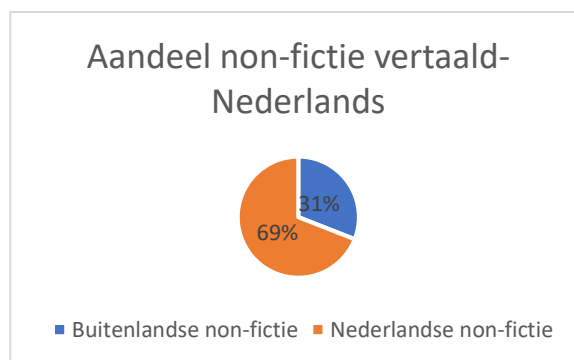
– heden [afgelopen 10 jaar].



Figuur 2: percentages fictie, non-fictie en poëzie binnen de rights guides van 2018.



Figuur 3: Percentages vertaalde fictie en Nederlandse fictie binnen het fonds van De Arbeiderspers op basis van de gegevens uit de fondslijsten vanaf 2008- heden [afgelopen 10 jaar].



Figuur 4: percentages vertaalde en Nederlandse non-fictie gebaseerd op de fondslijsten vanaf 2008 – heden [afgelopen 10 jaar].

Deze cijfers laten ten eerste zien dat De Arbeiderspers meer fictie (58%) dan non-fictie (35%) uitgeeft (zie figuur 1). Poëzie maakt 7% van het totaal uit. Wanneer we kijken naar de percentages fictie/non-fictie binnen de rights guides van 2018 (figuur 2), zien we een toename van het aandeel poëzie. Poëzie maakt hier 22% van het totaal uit, het aandeel fictie is eveneens het grootste namelijk 50% tegenover 28 % non-fictie. Poëzie staat cultureel gezien op een hoog niveau, zoals cultuurfilosoof Bourdieu al aangaf.⁶⁹ Een uitgeverij kan zich dus laten gelden als echte literaire uitgeverij door poëzie uit te geven. Door relatief veel poëzie mee te nemen naar de beurs presenteert De Arbeiderspers zich dus aan het buitenland als een

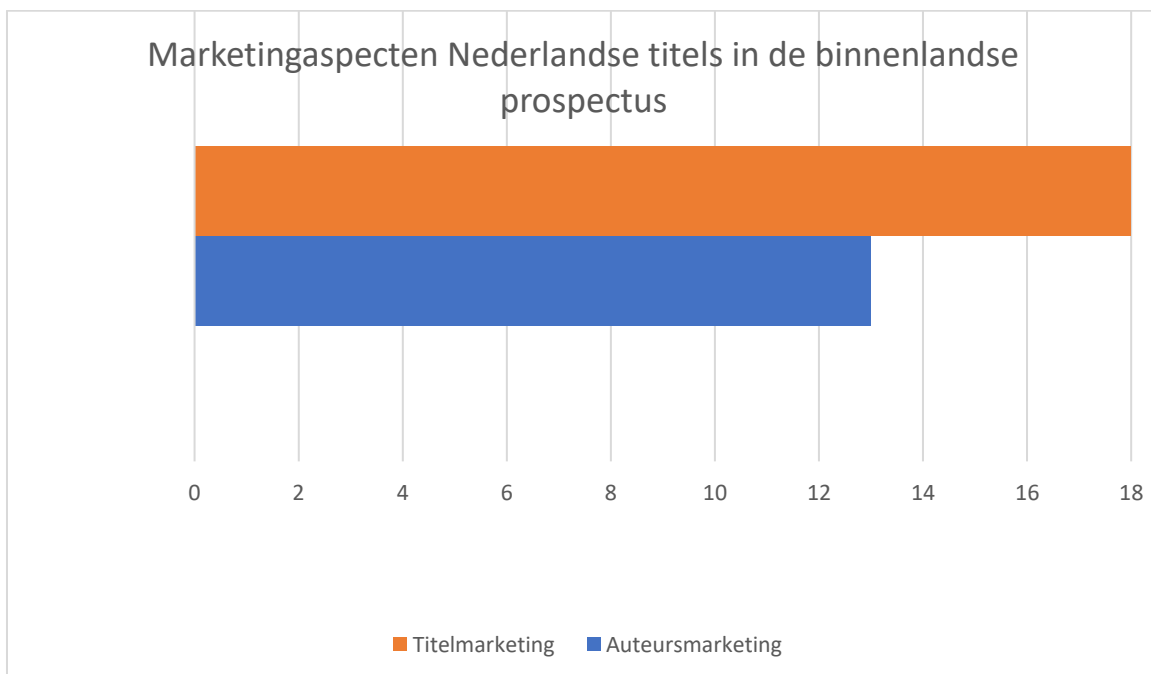
⁶⁹ Pierre Bourdieu, ‘‘The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods,’’ in *Media, Culture and society*, nr. 2 (1980): 261 – 293.

uitgeverij met een literaire waarde. Zowel bij fictie als non-fictie beslaat het aantal vertalingen een minder groot deel van de totale productie (zie figuur 3 en 4). Wat betreft fictie is het aandeel vertalingen iets groter (39%) dan bij non-fictie (31%). Om deze percentages meer te kunnen duiden, en de constructie van het fonds beter te kunnen onderzoeken, is gekeken hoe de uitgeverij haar boeken in de markt zet.

4.2 Het aanboren van de Nederlandse markt

In deze paragraaf zal er gekeken worden naar de presentatie van titels voor de Nederlandse markt. Ik vergelijk daarbij de manier waarop de Nederlandse titels (die ook als exportproduct worden aangeboden in 2018) gepresenteerd worden in de prospectus (zie tabel 2) met de manier waarop de geïmporteerde titels gepresenteerd worden in deze prospectus (zie tabel 3). Op deze manier kan er vastgesteld worden of de uitgeverij de geïmporteerde titels anders in Nederland in de markt zet dan de Nederlandse titels. Aangezien er uit verschillende productie jaren titels worden meegenomen naar de beurzen betreft het een analyse van de Nederlandse titels in de prospectussen vanaf 2011 tot heden. De geïmporteerde titels zijn geanalyseerd aan de hand van de prospectus uit 2018.

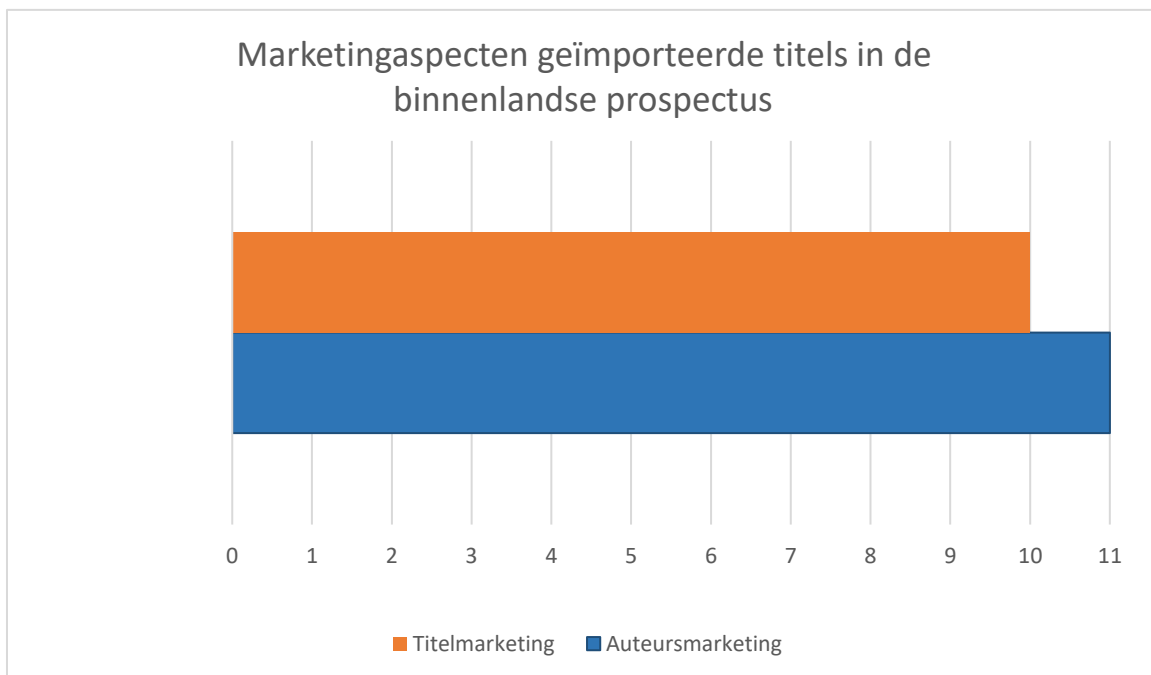
Zet De Arbeiderspers bij het presenteren van haar titels aan de Nederlandse markt meer in op auteursmarketing of op titelmarketing?



Figuur 5: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de Nederlandse boeken die eveneens aan het buitenland worden aangeboden in de binnenlandse prospectussen 2011

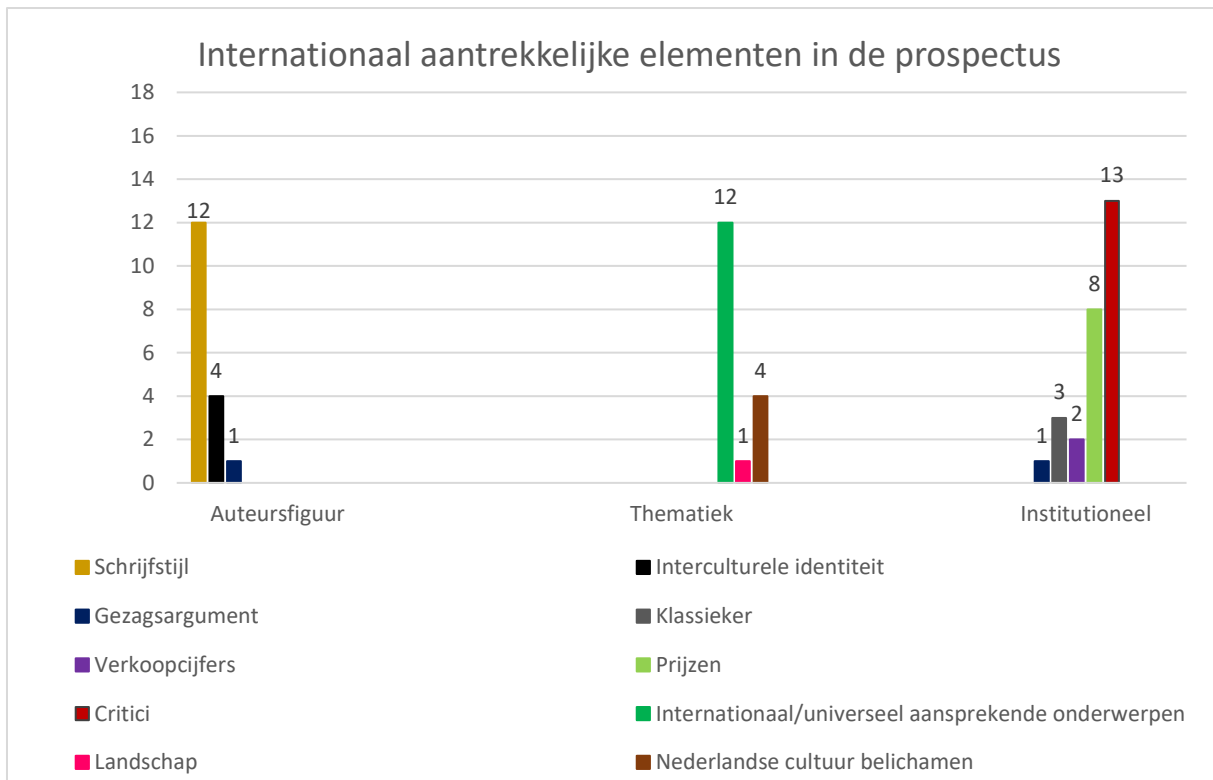
tot heden van De Arbeiderspers (n=18), op basis van de gegevens uit tabel 2.

Zoals uit figuur 5 is af te lezen wordt er bij 13 titels aan auteursmarketing gedaan, dit betreft 72% van de titels. Bij 100% van de titels wordt er (eveneens) aan titelmarketing gedaan. Dit betekent dat er bij het presenteren van de Nederlandse titels aan de Nederlandse markt meer aan titelmarketing gedaan wordt. Hoe zit dat bij het presenteren van de geïmporteerde titels aan de Nederlandse markt? De gegevens hiervan zijn hieronder weergegeven in figuur 6.

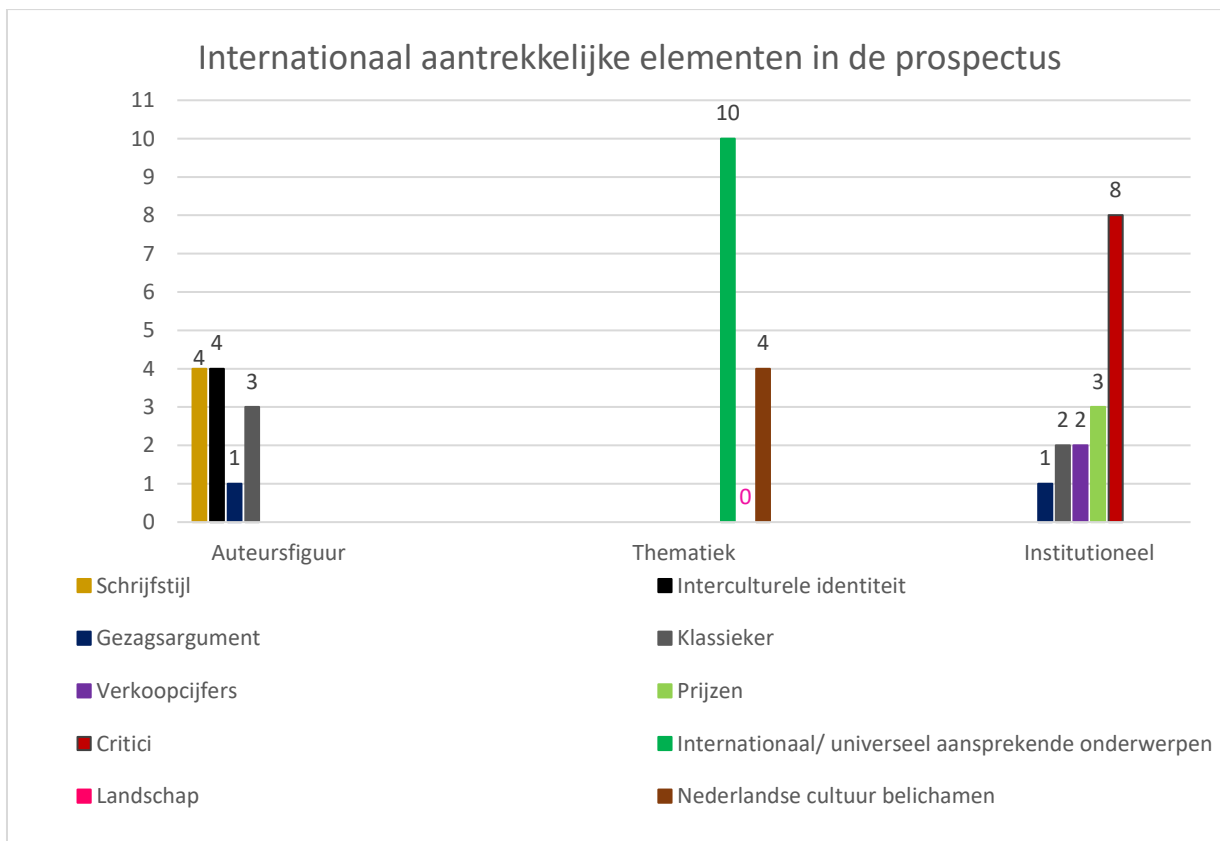


Figuur 6: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de geïmporteerde titels (n=11) in de binnenlandse prospectus voorjaar 2018 van De Arbeiderspers, op basis van de gegevens uit tabel 3.

Zoals af te lezen is uit figuur 6 valt op dat er bij de geïmporteerde titels iets meer wordt ingezet op auteursmarketing dan op titelmarketing. Bij 10 titels (91%) wordt er aan titelmarketing gedaan. In 100% van de gevallen wordt er (eveneens) een verkoopargument gebruikt dat past binnen de auteursmarketing. Bij de presentatie van de Nederlandse boeken (zie figuur 5) werd er bij 72% van de titels aan auteursmarketing gedaan. Dit betekent dat De Arbeiderspers bij de geïmporteerde titels relatief meer aan auteursmarketing doet. Om deze overkoepelende gegevens meer te kunnen duiden zijn in de figuren 7 en 8 de specificaties van deze categorieën weergegeven.



Figuur 7: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de Nederlandse titels in de binnenlandse prospectus van De Arbeiderspers (n=18) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 2.



Figuur 8: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de geïmporteerde titels in de binnenlandse prospectus van De Arbeiderspers (n=11) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 3.

Wanneer we de presentatie van de Nederlandse titels in de prospectus vergelijken met de presentatie van de geïmporteerde titels, dan valt ten eerste op dat het argument van de klassieker bij de Nederlandse titels alleen betrekking heeft op de institutionele context. Bij de Nederlandse titels wordt het klassiekersargument drie keer gegeven, bij 17% van de titels. Alle drie de argumenten hebben betrekking op het succes van de titel zelf. Dit is in overeenstemming met de theorie van Heilbron & Van Es, waarin tevens aangegeven wordt dat er bij het vermelden van de klassieke status gerefereerd dient te worden aan de succesvolle geschiedenis door aan te geven dat internationale pers het werk gewaardeerd heeft en het nog altijd een belangrijke titel binnen zijn domein is.⁷⁰ De Arbeiderspers wijkt hier bij de presentatie van geïmporteerde titels enigszins vanaf door de klassieke status ook te betrekken op de auteursfiguur. Het argument van de klassieker wordt bij 46% van de geïmporteerde titels ingezet. Van de vijf gegeven klassiekersargumenten hebben er drie betrekking op de auteursfiguur.

Een groot verschil in presentatie is dus dat 60% van de keren waarbij een geïmporteerde titel als klassieker wordt gepresenteerd (te weten Pessoa, Menasse, Houellebecq, Tuchman, Mann), dit klassieke argument gebruikt wordt om terug te verwijzen naar de klassieke status van de auteur; bij de Nederlandse titels heeft het klassiekersargument betrekking op het boek zelf (zie Zwagerman; Boon; Maso). De uitgeverij presenteert zich wat betreft de geïmporteerde titels expliciet als poortwachter door aan te geven dat zij het kaf van het koren gescheiden hebben: ‘Een van de belangrijkste Portugese schrijvers’; ‘Een van de meest vooraanstaande Oostenrijkse schrijvers’; ‘paradepaard van de Franse letteren’; ‘wordt tot de belangrijkste Duitse auteurs van de twintigste eeuw gerekend’. Volgens het eerder gepresenteerde analysemodel worden klassieke argumenten ondergebracht bij de institutionele context, omdat een klassieke status tot stand komt door een combinatie van symbolische en economische waardering. Bij vertaalde literatuur wordt deze vorm van waardering vaak gekoppeld aan een ander aspect, namelijk de positie van de auteur. De auteur heeft een klassieke status verworven, waardoor de specificatie ‘klassieker’ onderdeel gaat uitmaken van de argumentatie op basis van de auteur, en dus bijdraagt aan auteursmarketing.

Bovendien hebben deze auteurs Nederland allemaal iets te bieden, doordat zij iets

⁷⁰ Heilbron & Van Es, 303.

zinvols te zeggen hebben over onze samenleving. Dat zien we bijvoorbeeld terug in de presentatie van Houellebecq. Aan de hand van quotes van Nederlandse critici wordt hij neergezet als iemand die iets relevant te zeggen heeft over onze beschaving en ons wakker moet schudden: ‘‘Een politieke ideeën roman met een wake-up call: wat hebben wij eigenlijk over voor het voortbestaan van onze beschaving en onze democratie?’ – *NRC Handelsblad*’; ‘‘De roman dwingt ons om actief te worden, positie te kiezen, aan het werk te gaan – terug de wereld in.’ – *De Correspondent*.’ Het aantonen dat de buitenlandse auteur iets zinvols te zeggen heeft over de wereld waarin wij leven gebeurt aan de hand van Nederlandse literaire autoriteiten: auteurs, jury’s en critici.

Zoals uit figuur 8 valt op te maken wordt er dan ook in 73% van de gevallen een quote gepresenteerd, deze quotes ondersteunen de waarde van een titel en auteur. De quote van *Newsweek* heeft bijvoorbeeld betrekking op de manier waarop Tuchman details aan het licht krijgt, op deze manier is zij in staat om ‘onze tijd vanuit de verte een spiegel voor [te houden]’. Bij 37% van de titels wordt (eveneens) de interculturele identiteit van een auteur benoemd om de waarde van een auteur aan te kaarten. Albright haar interculturele identiteit geeft haar meer gezag om iets te zeggen over de bedreigingen van de democratie, bij uitstek internationale thematiek. Albright baseert zich mede op haar jeugdervaringen in Tsjecho-Slowakije. Hierdoor signaleert zij een tendens waarbij de democratie opnieuw (na de Koude Oorlog) in gevaar komt, reden voor de uitgever om te stellen dat dit: ‘Verplichte kost [is] in een tijd waarin nationalistische, antidemocratische en extreemrechtse bewegingen in opmars zijn. Een pleidooi voor de verdediging van een ernstig bedreigde democratie en alle vrijheden die daarmee samen hangen.’

De schrijfstijl van een auteur wordt vaker geaccentueerd bij de Nederlandse titels (67%) dan de geïmporteerde titels (37). Bij de Nederlandse titels wordt er voornamelijk gefocust op hoe de auteur over het onderwerp schrijft, en bij de geïmporteerde titels verschuift die focus naar de inhoud: wát schrijft de auteur over het onderwerp; wat heeft diegene daarover te zeggen. Er wordt hierbij meer waarde gehecht aan de positie en mening van de auteur. Dit geldt zowel voor fictie als non-fictie. Het toeschrijven van meer waarde aan de positie en mening van de auteur vertaalt zich kwantitatief naar het hogere aandeel argumenten als interculturele identiteit (37%, tegenover 22% bij de Nederlandse titels) en de klassieke status (55% tegenover 17%, waarvan enkel betrekking op titel en niet op de status van de auteur) in figuur 8. Deze argumenten geven de auteurs een rugzak om over de eerder benoemde internationaal en universeel aansprekende thematiek (73%) te schrijven, die eveneens relevant is voor de Nederlandse samenleving.

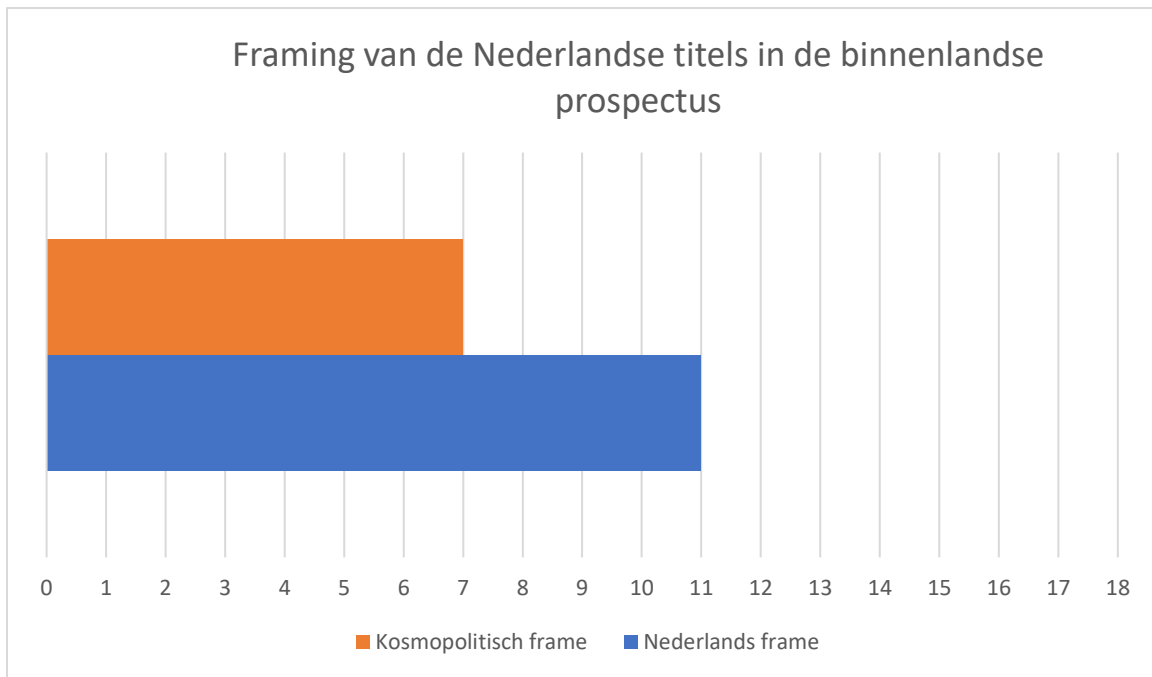
Eveneens valt op dat het aantal keer dat prijzen als argument worden ingezet bij de geïmporteerde werken afneemt (27% tegenover 44% bij de Nederlandse titels). Een verklaring hiervoor is dat bij de buitenlandse auteurs alleen prijzen worden genoemd die hier tot de verbeelding spreken, bijvoorbeeld de Nobelprijs voor Literatuur (2 van de 11 auteurs hebben deze prijs gewonnen). Wanneer Nederlandse auteurs een prijs, of nominatie voor een prijs, hebben ontvangen, dan wordt dit voor elke prijs benoemd, hoe klein de prijs ook is.

Wat betreft het analyseren van de specificaties die ingezet worden bij het aanspreken van de Nederlandse markt kan concluderend gesteld worden dat het aanspreken van de Nederlandse markt met geïmporteerde titels voornamelijk gebeurt door een combinatie van de elementen: universele thematiek (bij 73% van de titels) en auteursfiguur met autoriteit (klassieke status/ interculturele identiteit: eveneens 73%). Bij de Nederlandse titels gebeurt dit door voornamelijk te focussen op schrijfstijl (67 % van de titels) en universele thematiek (61%), waarbij dit laatste aspect dus deels te verantwoorden is vanuit het feit dat dit titels zijn die aangeboden zijn aan het buitenland.⁷¹

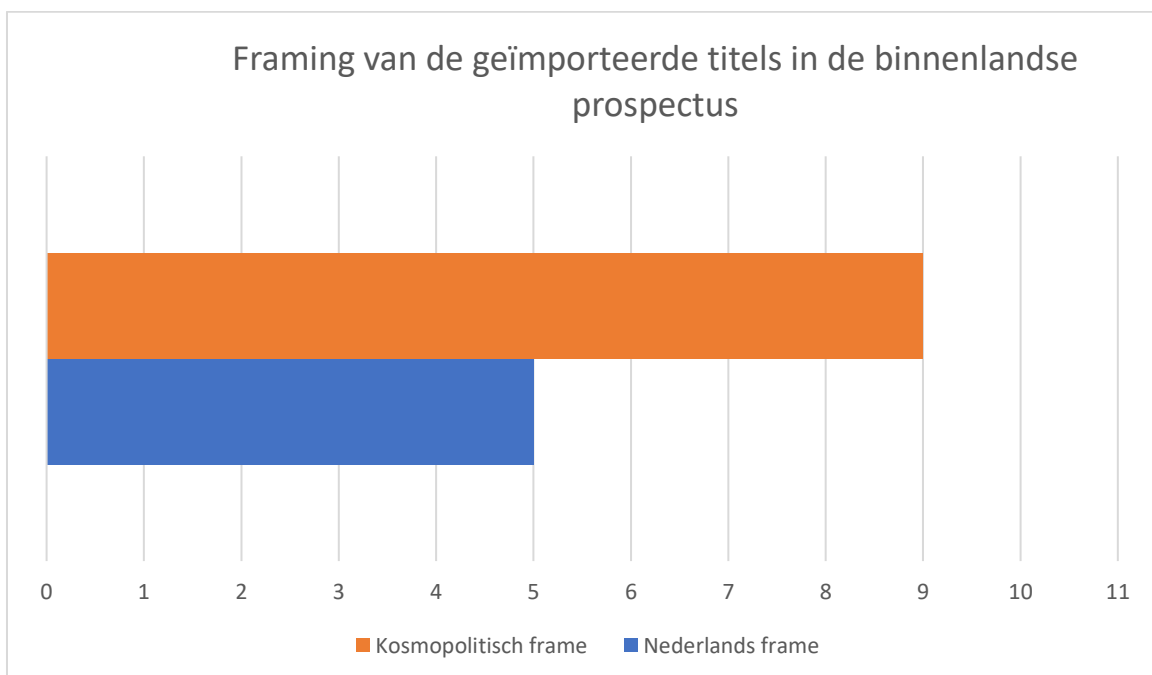
Een derde perspectief op dit materiaal om de beeldvorming mee in kaart te kunnen brengen is het analyseren van de door Heilbron & Van Es opgestelde frames. Welk frame wordt er uiteindelijk overwegend ingezet door Arbeiderspers bij het benaderen van de Nederlandse markt, het Nederlandse of kosmopolitische? Voor beide situaties, het presenteren van de Nederlandse boeken en het presenteren van de geïmporteerde boeken in Nederland, is er gekeken hoe de argumenten die gegeven worden op het gebied van auteur, thematiek en institutie ondergebracht kunnen worden in de frames. Hierbij is het aantal titels geteld dat kenmerken bevat van een van de frames. Sommige titels passen binnen geen van beide frames en andere titels passen binnen allebei de frames.⁷² De resultaten hiervan zijn weergegeven in figuur 9 en 10.

⁷¹ De genoemde percentages zijn samen geen 100%, omdat het niet een kwestie is van of. Bij een titel kan zowel de schrijfstijl als de universele thematiek benadrukt worden. De percentages slaan dus op het aantal titels waarbij een element benoemd wordt, dus bijvoorbeeld voor schrijfstijl 9/18, is in 50% van het totale aantal titels wordt dit gegeven benoemd.

⁷² Wanneer een titel binnen allebei de frames past, dan is er bij elk frame +1 geturfd.



Figuur 9: hierin wordt weergegeven binnen welk frame de Nederlandse titels (n=18) passen in de binnenlandse prospectussen van De Arbeiderspers 2011-heden.



Figuur 10: hierin wordt weergegeven binnen welk frame de geïmporteerde titels (n=11) in de binnenlandse prospectus voorjaar 2018 van De Arbeiderspers passen.

Zoals weergegeven in figuur 9 passen er meer Nederlandse titels binnen het Nederlandse frame (11) als het kosmopolitische frame (7). 61% van de titels past binnen het Nederlandse frame en 39% binnen het kosmopolitische frame. De invulling van beide frames zal nu kwalitatief toegelicht worden. Het typisch Nederlandse frame wordt voornamelijk ingevuld door argumenten die gaan over de Nederlandse schrijfstijl ('beheerst', 'een taal die zich meer dan ooit beperkt tot de essentie', 'spitsvondig', 'humor'), het Nederlandse landschap (Amsterdam, Nederlandse natuur en klimaat) en de Nederlandse cultuur (gedoogcultuur). Het aspect dat hiervan het meeste ingezet wordt door De Arbeiderspers, waarmee zij invulling geven aan het typisch Nederlandse frame, is de Nederlandse schrijfstijl. Zo wordt er bij Zwagerman benoemd dat het een 'rauw en realistisch boek [is], met verve geschreven' en bij Starckenburg dat ze schrijft 'in een taal die zich meer dan ooit beperkt tot de essentie'.

De schrijfstijl van een auteur is echter niet altijd binnen een frame te plaatsen, er zijn ook auteurs die in hun schrijfstijl kenmerken van allebei de frames vertonen. Zo wordt *Peachez* van Pfeijffer bestempeld als een 'filosofische roman die leest als een thriller' met 'meeslepende, geestige en rijke epistels'. Het filosofische karakter past bij de omgeschreven Europese schrijfstijl, en daarmee binnen het kosmopolitische frame, en de geestige elementen passen binnen de Nederlandse schrijfstijl.

Een andere manier om invulling te geven aan het Nederlandse frame is door de Nederlandse cultuur te accentueren. Zo grijpt de tekst rondom *Rivieren keren nooit terug* van Joke Hermsen terug op een door Wilterdink benoemd heersend beeld van Nederland, namelijk dat het altijd regent.⁷³ In het volgende citaat verwijst het afscheid van de zon naar het noodgedwongen verwelkomen van deze regen in Nederland. Terugkomst in Nederland betekent hier afscheid van de zon, zomer. Het bevestigt daarmee het heersende beeld van Nederland is dat de Noordzee verantwoordelijk zou zijn voor het regenachtige en winderige klimaat.⁷⁴

We zwemmen naast ringslangen, hun kleine kopjes nerveus spiedend over het water. We lezen de kalkwitte lijnen die het zakkende water op de rots achterlaat, het is onze kalender. Als de lijnen een hand breed zijn, moeten we weer gaan, altijd met spijt, altijd met een brandend gevoel van gemis op de plakkerige achterbank van de Ford Taunus, stil weggedoken achter onze nog klamme zwemhanddoeken, die we tussen de

⁷³ Wilterdink, 91.

⁷⁴ Van der Horst, 86.

ramen hebben geklemd om het afscheid van de Midi, van de zon, van de zomer niet te hoeven meemaken.

Een ander boek dat enkel past binnen het Nederlandse frame is *Gimmick!* van Zwagerman. Bij de presentatie van deze titel wordt Amsterdam inderdaad gekoppeld aan de gedoogcultuur door het seks, drugs en rock-and-roll imago te benoemen: ‘Walter van Raamsdonk komt terecht in een wereld van jonge, succesvolle kunstenaars in Amsterdam. Ze zijn voornamelijk gefixeerd op geld, seks en drugs – en o ja, heel af en toe maken ze ook nog wat kunst.’ Hiermee wordt het metabeeld dat van Nederland, en specifiek Amsterdam, heerst bevestigd. De hetero-image dat van Nederland en Amsterdam heerst wordt dus niet alleen ingezet bij het presenteren van boeken aan de buitenlandse markt, maar ook bij het presenteren aan de eigen markt. Het inkaderen van deze titel als typisch Nederlands wordt nog verder doorgevoerd door eveneens de Nederlandse schrijfstijl van de auteur te benoemen: ‘rauw en realistisch boek, met verve geschreven’. Bij De Hosson is zijn Nederlandse achtergrond indirect van belang. De Nederlandse gedoogcultuur biedt hem kansen om het onderwerp van levensbeëindiging bespreekbaar te maken.

Bij meerdere titels wordt ook een combinatie gemaakt tussen de frames. Zo wordt het boek van Hermsen vergeleken met de bekende en gewaardeerde internationale auteurs Pavese (IT) en Proust (FR) en het filosofische karakter van de roman benadrukt. Beide aspecten maken deel uit van het kosmopolitische frame. Door Hermsen te vergelijken met Pavese en Proust plaatst *De Arbeiderspers* de auteur in de schaduw van grote internationale auteurs. Deze titel wordt eveneens binnen het Nederlandse frame geplaatst door te verwijzen naar het typisch Nederlandse regenachtige klimaat. Bij Van Den Broeck bevat de presentatie van de titel een indirecte verwijzing naar de migratiethematiek, een onderwerp waar Nederlandse auteurs goed mee om kunnen gaan volgens de theorie van Heilbron & Van Es, door te stellen dat haar gedichten ‘nomadische behuizingen’ zijn. Hiermee kan deze titel binnen het kosmopolitische frame geplaatst worden. De beschrijving van de ‘sinistere’ schrijfstijl lijkt daarentegen weer meer aansluiting te vinden bij de typisch Nederlandse schrijfstijl en past daarmee eveneens binnen het Nederlandse frame. Dit geldt eveneens voor Knibbe, die met ‘beheerste lyriek’ bespreekt wat de Euraziatische taalfamilies bindt en reflecteert op hun wereldbeeld.

Van de Nederlandse titels zijn er 7 titels waarbij er een argument wordt gegeven dat binnen het kosmopolitische frame past. Bij deze titels wordt er gerefereerd aan kosmopolitische onderwerpen als nomadisme, de Europese schrijfstijl waarbij voornamelijk

het filosofische karakter benadrukt wordt (Hermsen; Pfeijffer), gezagsargumenten (Hermsen), de klassieke status waarbij gerefereerd dient te worden aan de internationale waardering (Maso; Boon). Bij Maso wordt direct benoemd dat het gaat om een ‘wereldklassieker die geschiedenis schrijft’ en bij Boon wordt eerst de klassieke status benoemd en wordt er aangegeven dat er sprake is van internationale waardering door te benoemen aan hoeveel landen de vertaalrechten zijn verkocht.

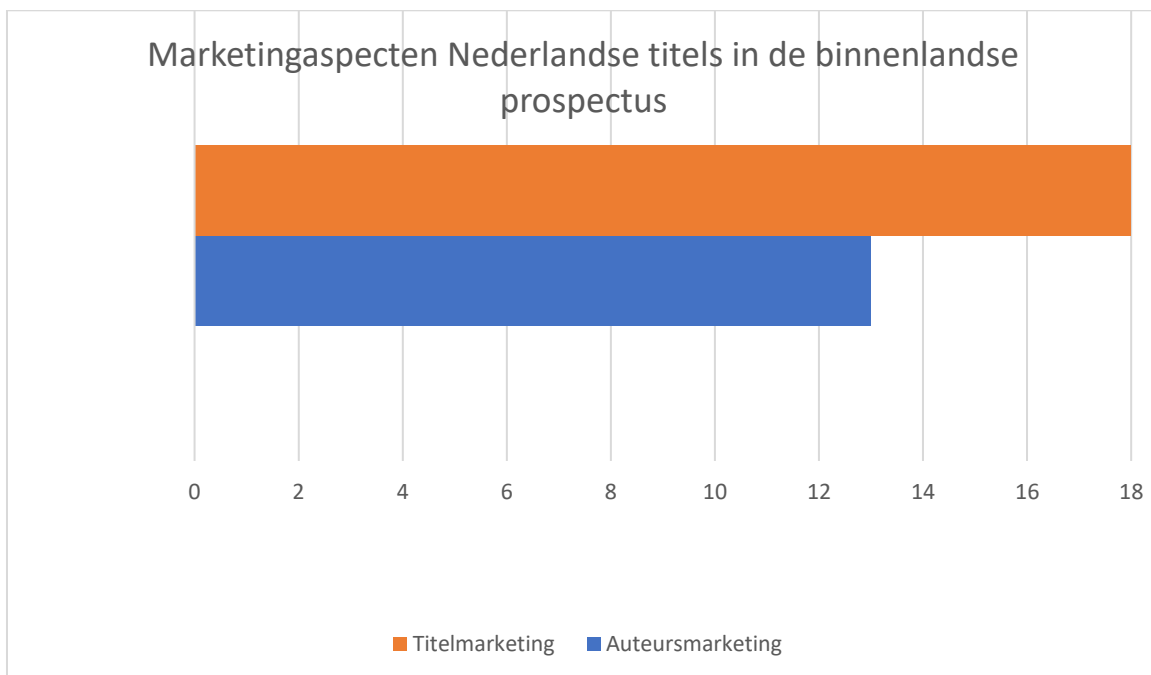
Wanneer we figuur 10 observeren, valt op dat 9 van de 11 geïmporteerde titels passen binnen het kosmopolitische frame, dat komt neer op 82%. Er worden bij 5 titels (45%) argumenten gegeven die ervoor zorgen dat de desbetreffende titels binnen het typisch Nederlandse frame passen. Bij deze titels wordt er een verwijzing gemaakt naar elementen van de typisch Nederlandse stijl van auteurs door de humoristische of precieze aspecten van de schrijfstijl te benadrukken (Spinney; Menasse; Tuchman) of wordt er gerefereerd aan de Nederlandse cultuur. Zo wordt bijvoorbeeld bij het boek *Awkward* van Tashiro een link gelegd tussen dat boek en de rubriek bij *De Wereld Draait Door* met dezelfde benaming en is het omslag van *Maktub* van Coelho een schilderij van Van Gogh. Het is een opvallend gegeven dat bij bepaalde internationale auteurs dezelfde aspecten van de Nederlandse schrijfstijl benoemd worden die volgens de theorie toegeschreven werden aan de Nederlandse auteurs. Hier zal later verder op ingegaan worden.

De argumenten die passen binnen het door Heilbron & Van Es opgestelde kosmopolitische frame hebben veel betrekking op de interculturele identiteit van de auteurs (Canetti, Albright, Menasse, Spinney) en op de unieke en klassieke status van de auteurs. Zo creëerde Pessoa ‘diverse heteroniemen: afzonderlijke schrijverspersoonlijkheden met elk een eigen stijl en woordkeus’, is *Maktub* ‘een boek met verhalen zoals alleen Paulo Coelho ze schrijft’ en *Doctor Faustus* van Mann is volgens critici ‘een van de belangrijkste Duitse boeken van de afgelopen eeuw. [...] Zo’n boek zal nooit meer worden geschreven. Het is een finale. Een eindpunt.’ Tuchman haar boek *De waanzinnige veertiende eeuw* wordt een ‘klassieke everseller’ genoemd. Dat er bij deze titel sprake is van internationale waardering wordt bewezen door deze bewering te ondersteunen met quotes van de internationale pers. Een combinatie van argumenten zorgt er hier dus voor dat er de klassieke status geloofwaardig wordt.

4.3 Nederlandse boeken naar het buitenland: een andere marketingstrategie?

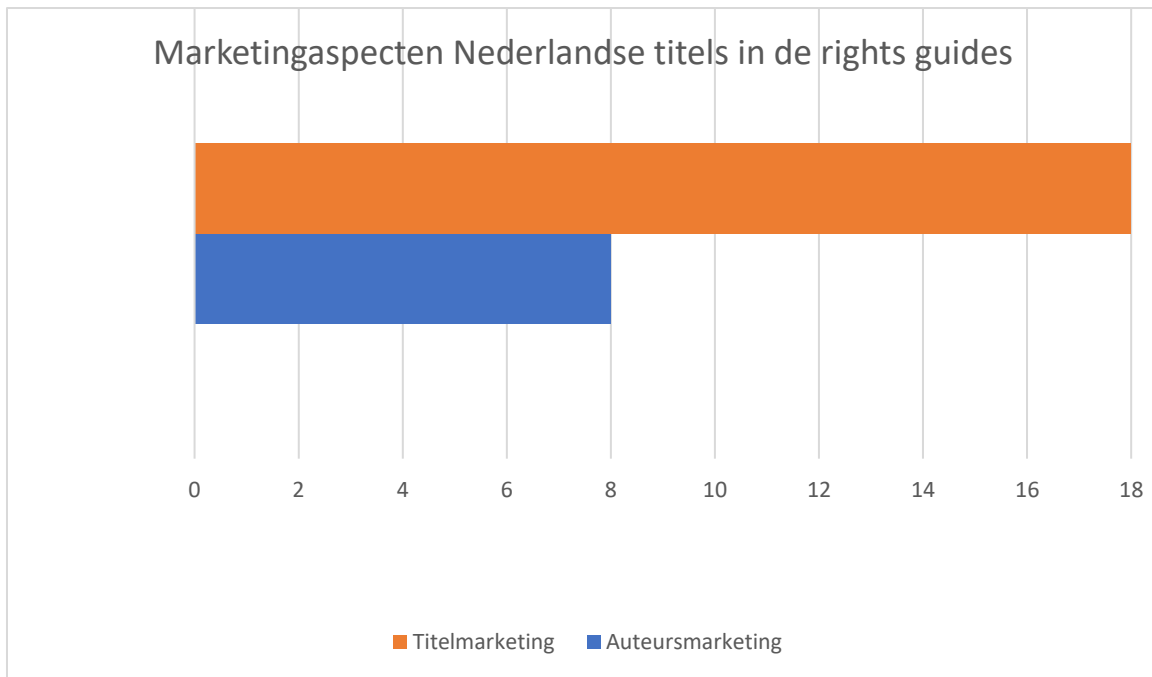
Zojuist is al aan bod gekomen dat de Nederlandse boeken die in de vorige paragraaf geanalyseerd zijn zowel in Nederland als het buitenland aangeboden worden. In deze paragraaf zal dan ook de manier waarop deze titels in de binnenlandse prospectus gepresenteerd worden (zie tabel 2), vergeleken worden met de manier waarop deze titels in de rights guides gepresenteerd worden (zie tabel 1). Zo kan vastgesteld worden op welke manier deze uitgeverij zijn benaderingswijze per markt aanpast.

Doet De Arbeiderspers vooral aan titel-of aan auteursmarketing bij het benaderen van de buitenlandse markt? Figuur 11 bevat een weergave van de manier waarop de soorten argumenten ondergebracht kunnen worden in 1) titelmarketing en 2) auteursmarketing. Om te kunnen vergelijken met de ingezette marketingstrategieën bij de presentatie van deze titels aan de Nederlandse markt, wordt hieronder eerst figuur 5 herhaald.



Herhaling figuur 5: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de Nederlandse boeken die eveneens aan het buitenland worden aangeboden in de binnenlandse prospectussen 2011 tot heden van De Arbeiderspers (n=18), op basis van de gegevens uit tabel 2.

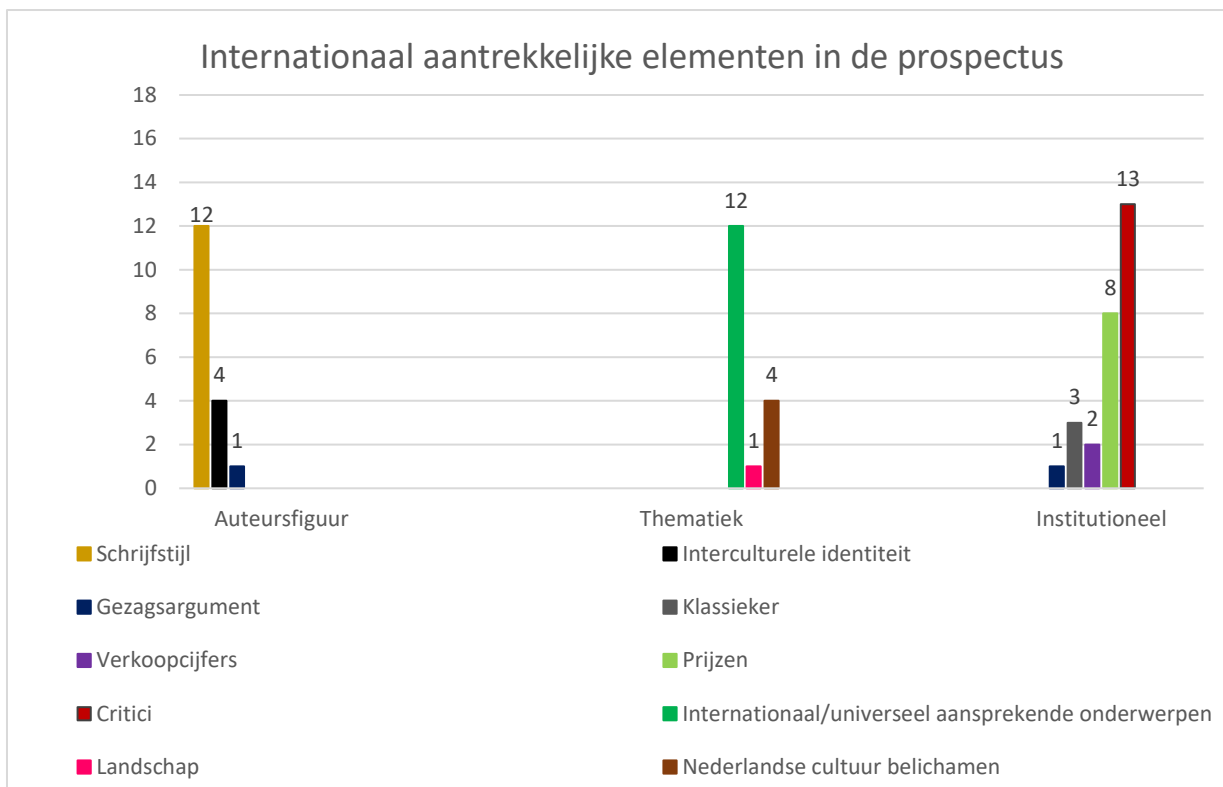
De kwantitatieve gegevens voor de presentatie van deze titels aan het buitenland zien er als volgt uit:



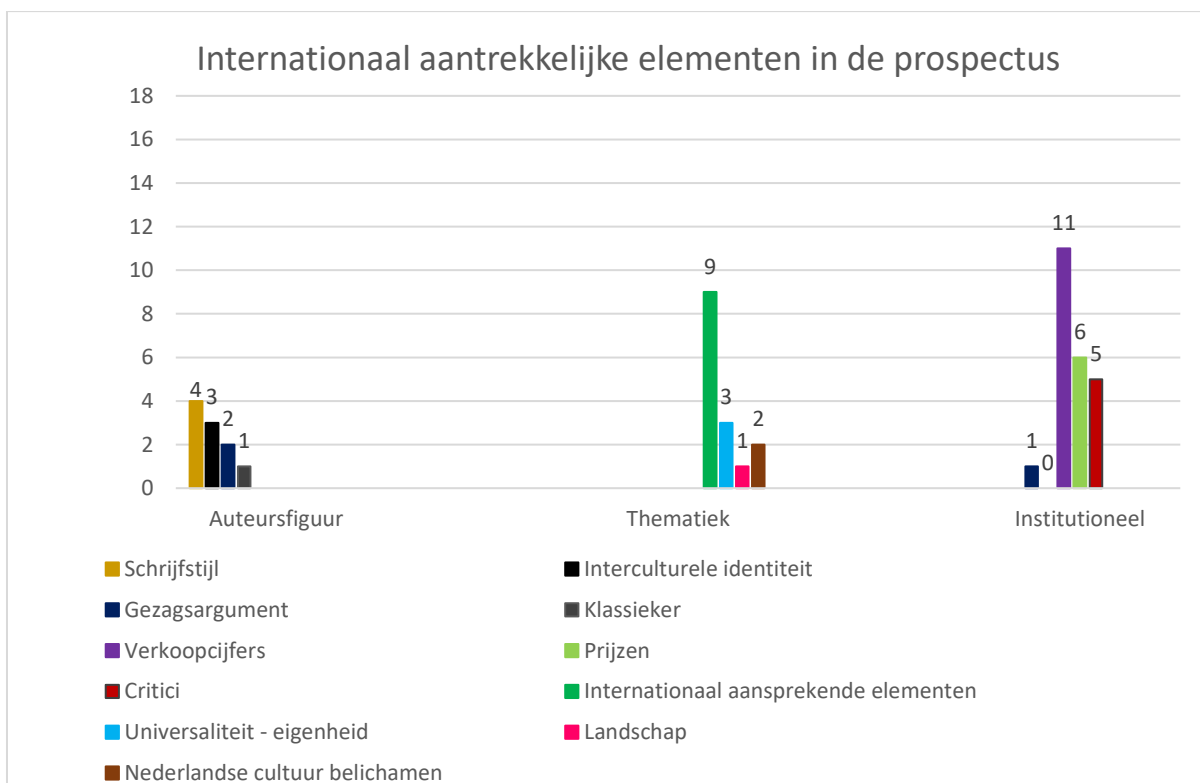
Figuur 11: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de Nederlandse boeken van De Arbeiderspres in de rights guides van Singel Uitgeverijen (n=18), op basis van de gegevens uit tabel 1.

Bij het bestuderen van deze algemene marketinggegevens valt op dat er voornamelijk een beroep wordt gedaan op titelmarketing bij het aanprijzen van de Nederlandse titels in het buitenland (100%). Er wordt bij het benaderen van de buitenlandse markt dus meer aan titelmarketing gedaan dan aan auteursmarketing door De Arbeiderspers. Er wordt in de rights guides namelijk bij 8 titels een argument benoemd dat betrekking heeft op de auteursfiguur (44%). Dit betekent dat er in totaal bij 5 titels minder een auteursargument genoemd wordt dan in de binnenlandse prospectus werd gedaan (zie figuur 5). Bij de binnenlandse markt spreidde De Arbeiderspers de kansen nog iets meer door in 72% van de gevallen aan auteursmarketing te doen; 100% aan titelmarketing.

Om erachter te komen waar de afname in auteursmarketing in de rights guides ten opzichte van de binnenlandse prospectussen zit, zijn de categorieën (auteur/thematiek/institutioneel) gespecificeerd. Eerst volgt een herhaling van figuur 7 waarin de specificatie in argumenten voor de presentatie van de titels in de binnenlandse prospectus is weergegeven. Figuur 12 geeft de specificatie weer van de presentatie van deze titels in de rights guides.



Herhaling figuur 7: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de Nederlandse titels in de binnenlandse prospectus van De Arbeiderspers (n=18) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 2.



Figuur 12: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de Nederlandse titels van De Arbeiderspers in

rights guides van Singel Uitgeverijen (n=18) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 1.

Bij het bestuderen van de algemene gegevens rondom de marketing (figuur 12) valt op dat er veel beroep wordt gedaan op institutionele zaken, zoals verkoopcijfers, prijzen en quotes van critici, om de Nederlandse boeken aan het buitenland te verkopen.

Wat het meeste opvalt bij het vergelijken van figuur 7 en 12 is de piek in het benoemen van de verkoopcijfers in de rights guides. Bij de prospectus wordt een verkoopcijfer maar 2 keer genoemd (11%), dit betreft bij allebei cijfers rondom een andere titel van dezelfde auteur. Dit is logisch aangezien er geanalyseerd is hoe de titel voor het eerst gepresenteerd werd aan de Nederlandse markt en dergelijke cijfers hadden bij meer boeken vermeld kunnen worden. Bij het analyseren van de rights guides valt op dat er maar liefst bij 11 titels een verkoopcijfer genoemd wordt (67%). Het benoemen van deze verkoopcijfers is een belangrijke begunstigende voorwaarde om deze boeken internationaal te kunnen verkopen. In verkoopcijfers komen institutioneel-organisatorische en culturele factoren samen: ze duiden op het bestaan van een florerende thuismarkt, in termen van zowel aanbod als vraag. Hoe groter de oplage van een literair werk in een land of taalgebied, en hoe hoger de verkoop, des te groter de kansen op succesvolle vertalingen, zo meent Wilterdink.⁷⁵ De relatief geringe omvang van het Nederlandse taalgebied, in vergelijking tot de dominante literaire systemen, beperkt die kansen. Dit wordt echter wel degelijk gecompenseerd door een hoge literaire productie en consumptie per hoofd van de bevolking.⁷⁶ Vandaar dat het belangrijk is om de Nederlandse verkoopcijfers wel in de rights guides te benoemen, zoals hier gebeurt. De verkoopcijfers duiden op een grotere oplage van nieuwe literaire boeken, wat het levendige literaire klimaat van hier ondersteunt.

Wat zowel in de binnenlandse prospectus als de rights guides veel geaccentueerd wordt, is de universele/internationale thematiek van de Nederlandse titels. Zo waren oorlog, reizen en liefde veelvoorkomende thema's die uitgelicht werden. Oorlogen en bijbehorende trauma's zijn van alle tijden en plaatsen en dat zorgt ervoor dat de gemiddelde lezer zich hiertoe kan verhouden. De Arbeiderspers etaleert haar werk dus veelal door nadruk te leggen op de universaliteit van de thematiek (zie bijvoorbeeld *Peachez* en *Welcome to Adoption Land* in tabel 1).

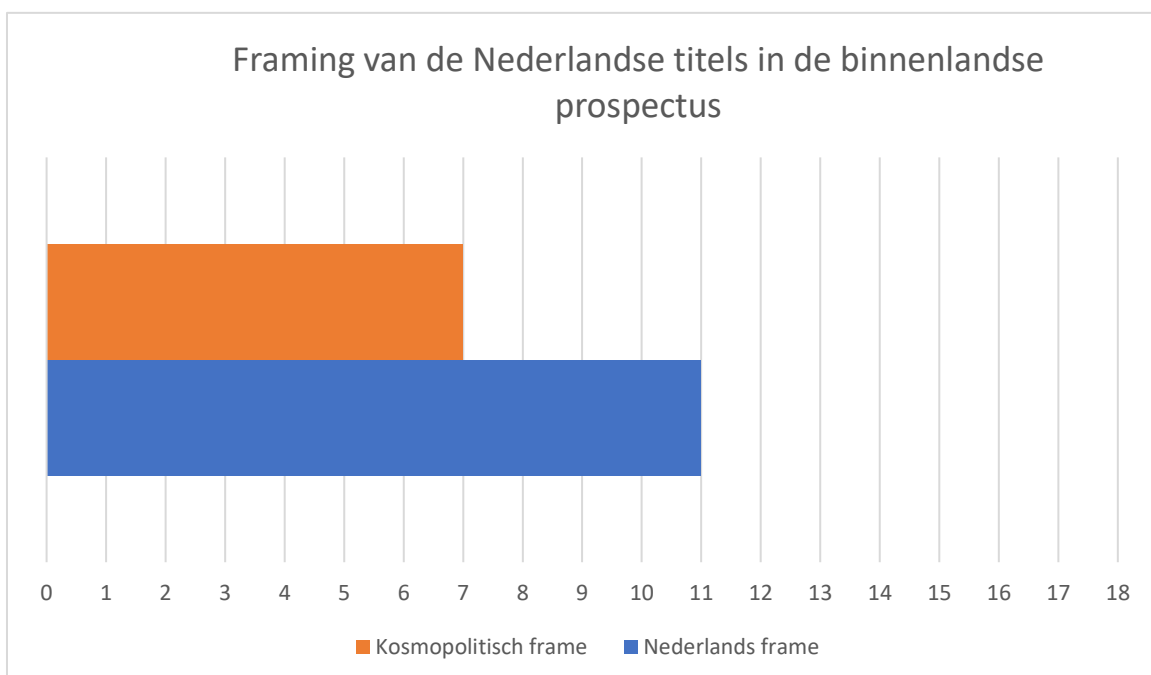
Men focust in de rights guides dan ook meer op het onderwerp dan op de schrijfstijl. Deze afname in het benoemen van de schrijfstijl bij een titel valt waar te nemen in figuren. In

⁷⁵ Wilterdink, 68.

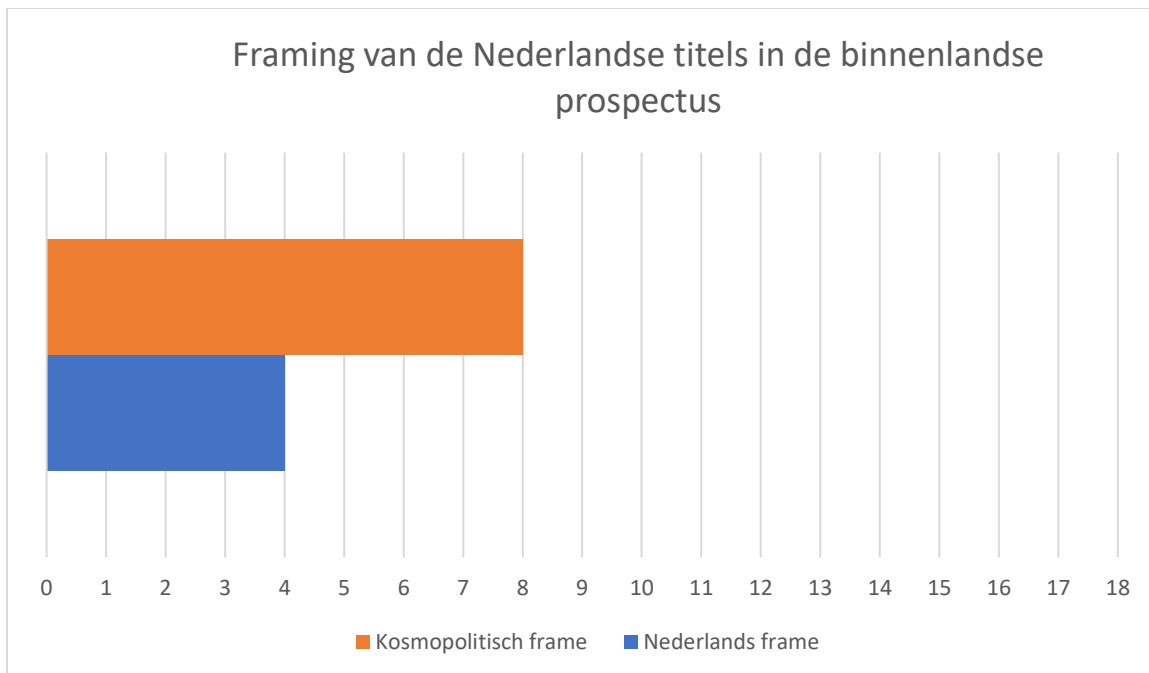
⁷⁶ Ibidem.

de prospectus wordt bij 12 titels de schrijfstijl benoemd (67%) en in de rights guides gebeurt dit bij 4 titels (36%). Deze afname komt bijvoorbeeld door het feit dat er in de rights guides niet altijd rekenschap wordt gegeven van alle titels die een thrillerachtig plot bevatten, terwijl dit volgens Wilterdink wel bij specifieke doelliteraturen aanspreekt. Bij *Peachez* wordt dit nog meegenomen bij het bespreken van de universele thematiek, maar bij *Kwartet* komt het thrillerelement alleen in de binnenlandse prospectus terug.

In het verlengde hiervan wordt, zoals uit eerder toegelichte specificaties blijkt, indien mogelijk wat gezegd over de reden dat de Nederlandse auteur geschikt is om over dat onderwerp te schrijven. Zo kan De Hosson goed over het thema van levensbeëindiging spreken vanuit de Nederlandse gedoogcultuur, heeft Maso de kijk op fietsen veranderd, verwerkt Enquist de openheid voor andere individuen binnen de Nederlandse samenleving in haar thematiek, en is Eigenraam in staat om over de internationale adoptiewereld te schrijven, omdat ze zelf geadopteerd is. Bovendien zijn er ook Nederlandse werken die explicieter de Nederlandse gedoogcultuur aanspreken, zoals Zwagerman en De Hosson, en auteurs die de Nederlandse schrijfstijl handhaven (Zwagerman; Boon; De Hosson), met een focus op het zwart-komische gehalte van het werk. Op deze manier wordt geprobeerd de Nederlandse titels aan het buitenland te verkopen. Deze argumenten maken deel uit van het Nederlandse frame. Dit brengt ons bij de volgende vraag: welk frame wordt er door De Arbeiderspers overwegend ingezet in de rights guides? In de prospectus werden de volgende frames overwegend ingezet:



Herhaling figuur 9: hierin wordt weergegeven binnen welk frame de Nederlandse titels (n=18) passen in de binnenlandse prospectussen van De Arbeiderspers 2011-heden.



Figuur 13: hierin wordt aangegeven of de argumenten die gegeven worden bij het presenteren van de Nederlandse titels in de rights guides (n=18) binnen het kosmopolitische of Nederlandse frame passen.

Uit figuur 13 valt ten eerste op te maken dat De Arbeiderspers binnen de rights guides overwegend het kosmopolitische frame inzet, namelijk bij 8 titels (45%). Het Nederlandse frame wordt bij 4 titels ingezet (22%). Bij het presenteren van de Nederlandse titels in de prospectus werd er, zoals eerder aangegeven, juist relatief meer aandacht besteed aan het Nederlandse frame (61%). Een kwalitatieve analyse van de argumenten laat zien dat een verklaring voor de afname van het presenteren binnen het typisch Nederlandse frame in de rights guides te maken kan hebben met het minder vermelden van argumenten over de Nederlandse schrijfstijl.

De schrijfstijl van auteurs wordt enkele malen in de rights guides benoemd (22%), maar niet zo vaak als in de prospectus (67%). Wanneer de schrijfstijl benoemd wordt, dan wordt de nadruk gelegd op het realistische gehalte of de preciesheid waarmee geschreven wordt. Vaak wordt het humoristische gehalte van het werk eveneens aangehaald. De stijl van deze auteurs – precies, eenvoudig, direct, zonder pose, ironisch – wordt als typisch Nederlands herkend en om die reden geprezen.⁷⁷ Het zou door buitenlanders toegeschreven

⁷⁷ Wilterdink, 79.

worden aan onze instelling van nuchterheid, ordelijkheid, morele striktheid en spaarzaamheid.⁷⁸ Zo wordt de rauw realistische stijl van Zwagerman niet in de rights guides benoemd en wel in de prospectus, evenals de beheerste lyriek van Knibbe en de precieze stijl van Langelaar.

Boons *Menuet* wordt door De Arbeiderspers in de rights guides juist wel omschreven als een ‘blackly comedic novella’, iets wat niet naar voren komt in de presentatie van deze titel in de prospectus. Ook bij De Hosson wordt wel gebruik gemaakt van argumenten die passen binnen het Nederlandse frame. Hij wordt geheel in de lijn met de Nederlandse houding van realisme in de rights guides door de pers bejubeld om zijn nuchtere houding, waarmee het metabeeld bevestigd wordt. Door deze nuchtere houding is De Hosson bijvoorbeeld in staat om met een zekere luchtigheid en humor over de laatste levensfase te schrijven: ‘De Hosson shows why doctors should not limit themselves to scans and medicines. He writes about absurd situations with a lot of humour - *Trouw*’. Een andere quote haalt het principe van de ‘morele striktheid’ aan: ‘A compelling plea for more humanity in health care De Hosson is a doctor who wears his heart on his sleeve – *de Volkskrant*’. De volgende vraagstukken worden aangekaart: moeten we een behandeling alleen maar uitvoeren, omdat het kan? In hoeverre mag een arts ingrijpen bij het beëindigen van een mensenleven? De Nederlandse cultuur, een die gekenmerkt wordt door openheid en daarmee een gedoogcultuur is, maakt het mogelijk om dit soort vraagstukken bespreekbaar te maken. Als zelfbenoemd geweten van de wereld heeft Nederland zich na de Tweede Wereldoorlog ontwikkeld tot een moreel laboratorium voor nieuwe levensvormen en geavanceerde ethiek⁷⁹, en dit boek past binnen dit beeld van Nederland. Opmerkelijk is wel dat zijn spreken over deze thematiek in een TEDx Talk, een internationaal platform, niet genoemd wordt in de rights guide en wel in de binnenlandse prospectus.

Bij het presenteren van de titel van Pfeijffer wordt in de rights guides juist meer gefocust op de Europese stijl door te benoemen dat ‘Pfeijffer dances with reality and fiction’, dit metafictionele karakter behoort toe aan de Europese schrijfstijl. Pfeijffer wordt dus meer binnen het kosmopolitische frame geplaatst. Bij Van Zomeren wordt de thematiek zelfs aangepast, waarmee de titel binnen het kosmopolitische frame geplaatst wordt. De volgende zin werd toegevoegd, zodat het boek nog meer een universeel karakter krijgt: ‘[...] about mankind and the world we live in’. Ter vergelijking: in de prospectustekst stond bij Van Zomeren de tekst: ‘Alle vogels is het ultieme vogelboek waarin de vogel zowel op literaire als

⁷⁸ Wilterdink, 88.

⁷⁹ Pleij, 135.

op informatieve wijze bezongen wordt.’ De prospectustekst sprak daarnaast de Nederlandse markt op expliciete wijze aan via de zin: ‘Het mooiste van deze zomer was wel een havik die toelatingsexamen deed voor de Nederlandse natuur.’

Auteurs worden in de rights guides ook meerdere malen vergeleken met een internationaal bekende schrijver, waardoor de titel binnen het kosmopolitische frame geplaatst wordt. Zo wordt Van Zomeren vergeleken met Britse natuurschrijvers als Robert Macfarlane en Jim Crumley. In het geval van Kézér wordt het gezagsargument zelfs aangepast aan de beoogde markt. In de prospectus, gericht op de Nederlandse markt, wordt deze titel vergeleken met *Bonita Avenue* en in de rights guides, gericht op het buitenland, wordt zij vergeleken met Jeniffer Egan. Opvallend is dat bij Joke Hermsen de vergelijking met Pavese en Proust enkel in de binnenlandse prospectus staat (zie tabel 2) en niet genoemd wordt in de rights guides (tabel 1). Dit is een gemiste kans, omdat vooral de vermelding van Proust aansluit bij een mogelijke doelsysteem, Frankrijk: het verhaal speelt zich namelijk daar af, waardoor dit herkenbaar is voor de Fransen.

Verder wordt er een enkele keer een beroep gedaan op de interculturele identiteit van een auteur (17%). Zo is er bij Langelaar toegevoegd dat ze gestudeerd heeft aan de Nottingham Trent University for Contemporary Arts. Bij Van Zomeren wordt vermeld dat hij overal waar hij ter wereld komt gefocust is op vogels: bij de Nederlandse duiden, Kaukasus, of gewoon gedurende een motorrit. De Nederlandsheid van de duinen wordt hier expliciet benoemd. De duinen zijn kenmerkend voor het beeld dat het buitenland heeft van het Nederlandse landschap dat bedreigd wordt door water. Een cliché dat vaak gebruikt wordt is dan ook: ‘God made the world, but the Dutch made the Netherlands.’⁸⁰ Het tegemoet komen aan dit beeld spreekt in het buitenland aan. Ook bij Eigenraam is het benoemen van haar interculturele identiteit, ze is geadopteerd uit Korea, van belang. Door haar eigen adoptie-ervaring is ze goed in staat om over de wereld van de internationale adoptie te schrijven, ze gaat hiervoor zelfs terug naar Seoul om onderzoek te doen. Bij Pfeijffer wordt zijn interculturele identiteit, hij woont en werkt in Genua, juist alleen in de prospectus genoemd en niet in de rights guides.

Wat consequent niet aan bod komt in de rights guides is de klassieke status van Nederlandse titels. Bij Zwagerman en Maso wordt dit wel vermeld in de prospectus, maar niet in de rights guides. Alleen bij Boon wordt de klassieke status ook in de rights guides benoemd, maar daarbij wordt de focus gelijk verschoven naar Vlaanderen in plaats van

⁸⁰ Van der Horst, 87.

Nederland: ‘One of the greatest Flemish writers of the twentieth century’, terwijl in de binnenlandse prospectus dit werk nog toegeëigend werd door Nederland: ‘Wordt als hoogtepunt in de Nederlandse [dus niet Nederlandstalige] literatuur gezien’.

Het vaststellen van de frames laat zien dat er weinig duidelijke patronen te ontlenen zijn aan het gebruik van de frames. Sommige argumenten komen wel aan bod in de prospectus en niet in de rights guides, en andersom. Er zijn een aantal titels waarbij er gebruik wordt gemaakt van een combinatie van argumenten die behoren tot een frame. Zo wordt het imago van Amsterdam en /of de Nederlandse gedoogcultuur twee keer gekoppeld aan de typisch Nederlandse schrijfstijl van de auteur (Zwagerman, De Hosson). Het kosmopolitische karakter van Pfeijffer en Van Zomeren wordt eveneens geaccentueerd door internationale gezagsargumenten in te zetten en te verwijzen naar de Europese schrijfstijl. Daarentegen wordt bij Pfeijffer de interculturele identiteit niet benoemd en blijft de combinatie van gezagsargumenten en Europese schrijfstijl bij Hermsen ook achterwege. Dit betekent dat boekpresentaties van De Arbeiderspers in argumentatie niet voldoen aan de, volgens de theorie, meest optimale omstandigheden om een boek te verkopen aan het buitenland.

4.4 Tussenconclusie: heeft de internationale marketing effect gehad?

Deze paragraaf functioneert eveneens als toetsing van de theorie: is er een correlatie tussen het benoemen van internationaal aantrekkelijke elementen en de verkoop van de rechten aan het buitenland? Om deze vraag te kunnen beantwoorden heb ik de Vertalingendatabase van het Letterenfonds geraadpleegd, zo kan gekeken worden welke titels het meest verkocht zijn aan het buitenland waarna gekeken kan worden op welke beeldvorming/ internationaal aantrekkelijke elementen bij die titels is ingezet. Ook al is het lastig vast te stellen of er daadwerkelijk sprake is van verkoop door het benoemen van een element, te meer omdat invloed moeilijk te meten is, en rechten ook na dit moment van analyse nog verkocht kunnen worden⁸¹, toch kunnen er wellicht enkele opvallende dingen naar voren komen.

Uit deze gegevens, te vinden in tabel 7, valt op te maken dat er 6 van de 18 titels verkocht zijn aan het buitenland (33%). Daarbij zijn er 6 auteurs waarvan de titel nu niet verkocht is, maar waarvan wel eerder al een keer werken verkocht zijn. Natuurlijk is er nog veel onderzoek te doen naar hoe deze eerder verkochte titels toentertijd aan het buitenland gepresenteerd werden. Binnen dit onderzoek focus ik mij echter vanwege de gegeven tijd

⁸¹ De database van het Letterenfonds geeft vertalingen die in voorbereiding zijn eveneens weer in de zoekresultaten.

alleen op het materiaal dat in 2018 gepresenteerd werd.

Opvallend hierin is dat de enige roman waarin nadrukkelijk verwezen werd naar Amsterdam en de gedoogcultuur (seks, drugs en Rock-'n-roll imago), *Gimmick!*, verkocht is. Een ander opvallend punt is dat de twee titels die het meest verkocht zijn, *Menuet* en *Nachtroer*, allebei geschreven zijn door een Vlaamse auteur. Om te kijken wat het verschil is tussen de verkoop van Nederlandse auteurs en Vlaamse auteurs zou een vervolgonderzoek moeten plaatsvinden, op het eerste gezicht zou dit verbonden kunnen zijn met de klassieke status die door de uitgeverij eerder bij buitenlandse werken benoemd wordt dan bij Nederlandse werken. Dit zou een opvallende conclusie zijn binnen het licht van de Vlaamse literatuurtraditie, waarbij de Vlamingen zich moesten meten aan de Nederlandse literatuur.⁸² Boon is de enige auteur waarbij in de rights guide expliciet de klassieke status wordt benoemd. Ook al werd de klassieke status dus niet altijd in de rights guides benoemd, 50% van de verkochte titels is als klassieker gepresenteerd in de binnenlandse prospectus. Wellicht dat dit wel mondeling op de beurzen wordt besproken.

In weer 50% van de verkochte titels gaat het om auteurs die op een originele manier over een universeel thema kunnen schrijven door hun Nederlandse achtergrond: de typisch Nederlandse schrijfstijl (realistisch, ironisch, sober, precies) of de Nederlandse cultuur (Nederland fietsland). Twee non-fictie titels hebben nadrukkelijk een kosmopolitisch karakter doordat zij over internationale grootheden gaan: Bach en Cook. Bij beide titels wordt er niets over de schrijfstijl gezegd. Er zijn drie non-fictie titels verkocht; twee fictie titels en een poëziebundel. Dit betekent dat er niet uitzonderlijk veel van één genre verkocht is.

Bij het bestuderen van de verkochte titels valt dus op dat de door Heilbron & Van Es gestelde frames terug te zien zijn, waarbij het typisch Nederlandse karakter iets vaker benadrukt is. Duitsland is als doelsysteem de grootste afnemer van de Nederlandse literatuur op basis van deze gegevens; Duitsland is afnemer van de drie titels waarbij het typisch Nederlandse karakter is benadrukt en het boek over Bach, immers een Duitse componist.

Op basis van deze gegevens worden de titels die De Arbeiderspers aan het buitenland aanbiedt het meest verkocht aan Duitsland (9 van de 18 auteurs zijn in het Duits gepubliceerd met deze rights guides-titels of andere titels van de auteur), de Balkan (7 auteurs), Engeland (7) en Frankrijk (5). Tot slot is er een verband te zien tussen de aankoop van titels in perifere doelsystemen en dominante doelsystemen: auteurs die in de dominante gebieden vertaald zijn, zoals Zwagerman, Van den Broeck en Boon, zijn eveneens in perifere gebieden vertaald. Tot

⁸² Zie o.a. Kevin Absillis, *Vechten tegen de bierkaai* (Amsterdam: Brave New Books, 2015).

slot zie ik empirisch een link tussen de Balkan-landen als doelsysteem en de discursieve strategie die werd ingezet bij de door de Balkan aangekochte boeken. Bij de discursieve beeldvorming werd in deze boeken (Boon, Broeck, Japin, Enquist, Pfeijffer), ingezet op thrillerachtige elementen van de auteurs. De schrijfstijlen/ het plot hebben met elkaar gemeen dat ze allemaal een zekere onheilspellende werking hebben: ‘zwart-komisch’, ‘sinistere twist’, ‘spannend plot’, ‘top crimineel’, ‘leest als een thriller’.

Hoofdstuk 5: Analyse – De Bezige Bij

5.1 Het fonds

Om achter de doelstelling van een uitgeverij te komen, is het van belang om te kijken naar hoe de uitgeverij zichzelf neerzet. Dit kan ten eerste bepaald worden aan de hand van de uitingen die De Bezige Bij over zichzelf, en haar fonds, doet. De Bezige Bij omschrijft zichzelf op de eigen site als volgt:

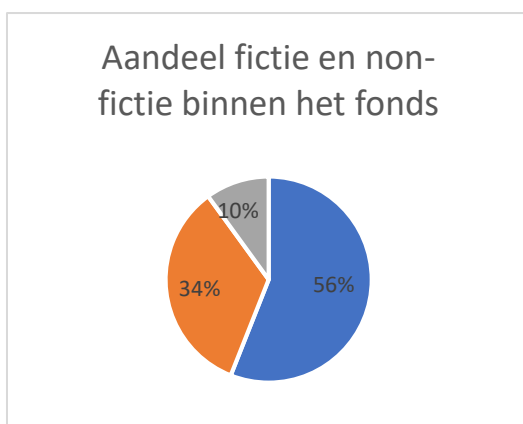
De Bezige Bij is een van de belangrijkste literaire uitgeverijen van Nederland en Vlaanderen, zowel op het gebied van Nederlandse als vertaalde literatuur, fictie en non-fictie. Het fonds van De Bezige Bij is breed georiënteerd: van het werk van Harry Mulisch en Hugo Claus tot het proza van Peter Buwalda en Jan Cremer, van de poëzie van Ramsey Nasr en Hagar Peeters tot de gedichten van Remco Campert en Lucebert, van de romans van Jan Siebelink en Tommy Wieringa tot het veelzijdige werk van Margriet de Moor en Stefan Hertmans. Voor het vertaalde literaire fonds geldt hetzelfde: het modernistische proza van James Joyce staat schouder aan schouder met de brillen van Philip Roth en Donna Tartt, het politieke engagement van Amos Oz, Chimamanda Ngozi Adichie en Toni Morrison begroet de introverte zelfontleding van Marcel Proust en de vertelkracht van Khaled Hosseini. Staat de uitgeverij dus geen specifieke literaire stroming voor, de constante in deze indrukwekkende veelheid is het kwaliteitsstempel van De Bezige Bij. De boeken die het bekende beeldmerk van het ‘bijtje’ dragen, willen altijd de beste zijn in hun categorie.

De Bezige Bij manifesteert zich daarenboven steeds nadrukkelijker als uitgever van non-fictie, met schrijvers als David Van Reybrouck, Jolande Withuis, Marcia Luyten, Oliver Sacks, Philipp Blom, Karen Armstrong en Thomas Piketty. Het zwaartepunt van dit fonds lag en ligt bij De Tweede Wereldoorlog en geschiedenis in het algemeen. Memoires en biografieën zijn belangrijke genres, maar ook boeken over actuele politiek, maatschappijkritiek, religie, kunst, cultuur en economie van toonaangevende auteurs uit binnen- en buitenland verrijken het fonds in toenemende mate. De Bezige Bij kent daarnaast nog een aantal andere uitgeefactiviteiten. Onder haar dak huizen ook

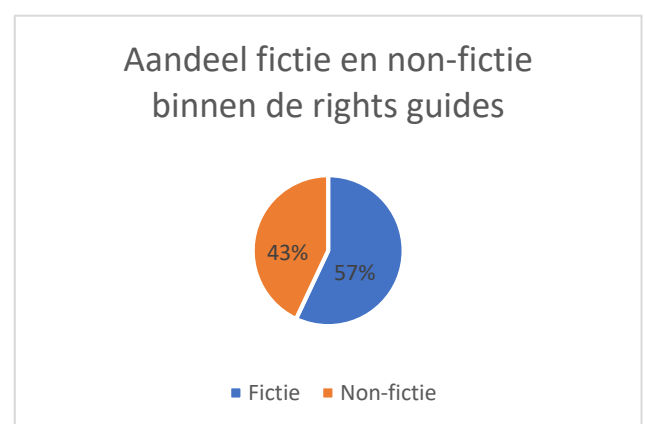
Uitgeverij Thomas Rap (literatuur, non-fictie, sport en cabaret) en Uitgeverij Cargo (thrillers, romans en verhalende non-fictie).⁸³

De Bezige Bij profileert zichzelf dus als een van de belangrijkste uitgeverijen binnen het gehele literaire circuit (vertaalde en Nederlandse literatuur; fictie en non-fictie), waarbij zij stelt dat het kwaliteitsstempel van het logo gelijk staat aan de ambitie om altijd de beste te willen zijn in haar categorie. Eenheid in verscheidenheid lijkt een motto wat op De Bezige Bij van toepassing is: zij staat niet voor een specifieke stroming, maar bestaat uit verschillende individuen die samen een ‘schouder aan schouder’ staande familie vormt. Bij de presentatie van haar fonds stelt De Bezige Bij de Nederlandse fictie voor als ‘breed georiënteerd’, de vertaalde literatuur als ‘het allermooiste wat de wereldliteratuur te bieden heeft’ en de non-fictietak als ‘een breed palet [...] van topauteurs van Nederlandse en internationale bodem’. De veelzijdigheid wordt, voornamelijk wat betreft de Nederlandse literatuur, ingezet als karakteriserend. De Bezige Bij benadrukt de kwaliteitsgarantie nadrukkelijk bij de presentatie van de vertaalde literatuur, waarbij zij zichzelf naar voren schuift als selecteur van de beste literatuur wereldwijd. Hierin lijkt dus al een verschil te zien te zijn tussen de manier waarop De Bezige Bij haar Nederlandse literatuur inkadert en de manier waarop dit bij de internationale literatuur gebeurt. Hier zal in de komende paragrafen verder op ingegaan worden.

Eerst is nu gekeken hoe het fonds kwantitatief is uit te drukken in aandelen fictie/ non-fictie, Nederlandse en vertaalde literatuur vanaf 2008 tot heden, met een specifieke focus op het analysejaartal 2018, om zo een algemeen beeld van het fonds te creëren.

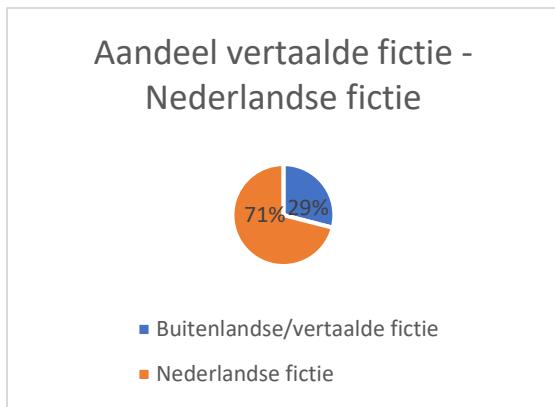


Figuur 14: percentages fictie en non-fictie gebaseerd op de fondslijsten vanaf 2008 – heden [afgelopen 10 jaar]

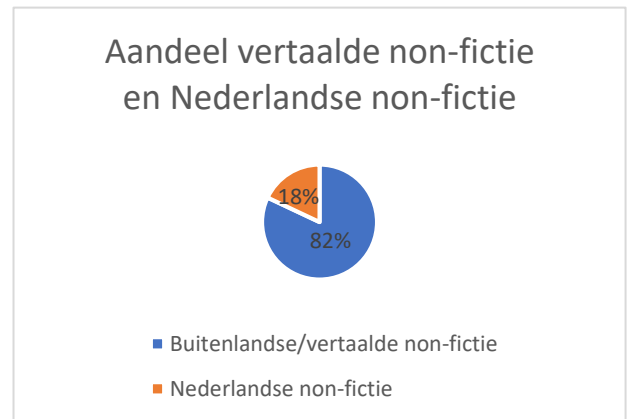


Figuur 15: genre verdeling binnen de rights guides 2018

⁸³ ‘‘Over ons,’’ De Bezige Bij, laatst geraadpleegd op 30 juni 2019, <https://www.debezigebij.nl/over-ons/over-de-bezige-bij/>



Figuur 16: Percentages vertaalde fictie en Nederlandse fictie binnen het fonds van De Bezige Bij op basis van de gegevens uit de fondslijsten vanaf 2008- heden [afgelopen 10 jaar].



Figuur 17: percentages vertaalde en Nederlandse non-fictie gebaseerd op de fondslijsten vanaf 2008 – heden [afgelopen 10 jaar].

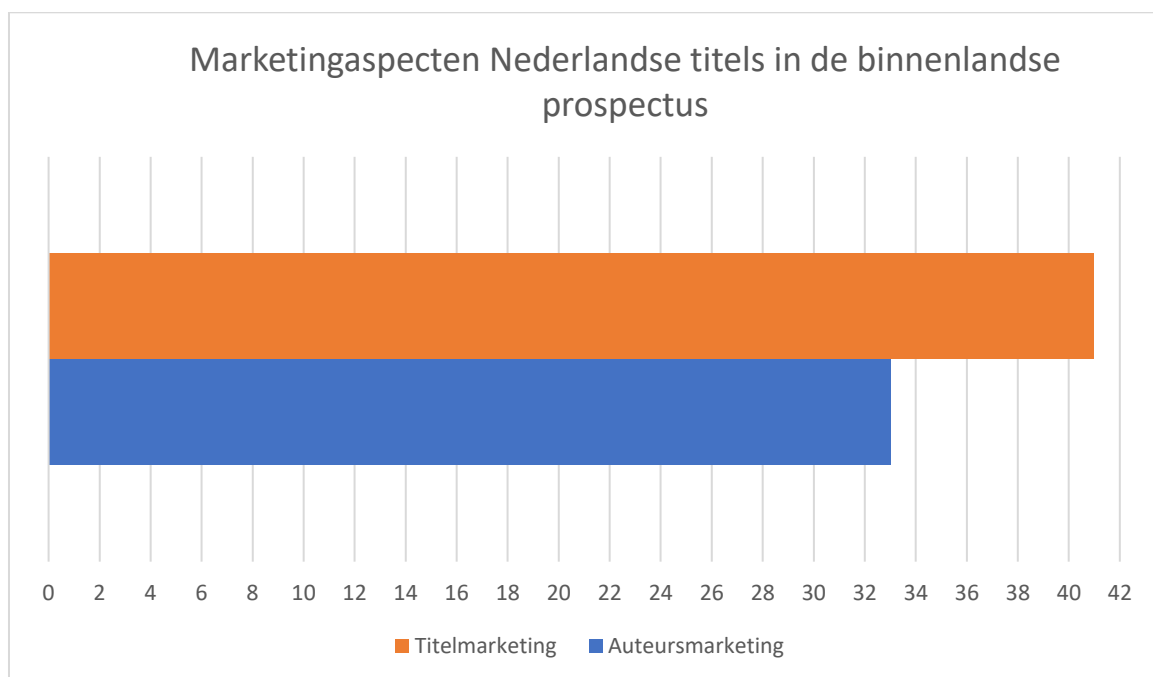
Deze cijfers laten ten eerste zien dat de De Bezige Bij meer fictie (56%) dan non-fictie (34%) uitgeeft (zie figuur 14). Wellicht dat deze percentages de komende jaren meer naar elkaar toe gaan bewegen vanwege de gepresenteerde ambitie om meer non-fictie te publiceren. Wanneer we kijken naar de percentages fictie/non-fictie binnen de rights guides van 2018 (figuur 15), zien we namelijk al een toename van het aandeel non-fictie (43% om 57% fictie). Eveneens valt op dat er, in tegenstelling tot De Arbeiderspers, geen poëzie meegenomen is naar de beurzen in 2018. Op basis van deze gegevens lijkt De Bezige Bij zich meer te laten gelden als een commerciële uitgeverij met internationaal goed verkoopbare fictie en non-fictietitels. Van poëzie wordt immers altijd gedacht dat het poëtische gehalte een drempel is voor vertaalbaarheid. Een ander opvallend gegeven is dat het aandeel vertaalde literatuur bij non-fictie veel groter is (82%) dan bij fictie (29%), zoals af te lezen valt uit de figuren 16 en 17. Om deze percentages meer te kunnen duiden, en de constructie van het fonds beter te kunnen onderzoeken, is gekeken hoe de uitgeverij haar boeken in de markt zet.

5.2 Het aanboren van de Nederlandse markt

In deze paragraaf zal er gekeken worden naar de presentatie van titels voor de Nederlandse markt. Ik vergelijk daarbij de manier waarop de Nederlandse titels die eveneens aan het buitenland aangeboden worden gepresenteerd worden in de binnenlandse prospectussen (zie tabel 5) met de manier waarop de geïmporteerde titels gepresenteerd worden in deze prospectus (zie tabel 6). Aangezien er uit verschillende productie jaren titels worden meegenomen naar de beurzen betreft het een analyse van de Nederlandse titels in de prospectussen vanaf 2012 tot heden. De geïmporteerde titels zijn geanalyseerd aan de hand

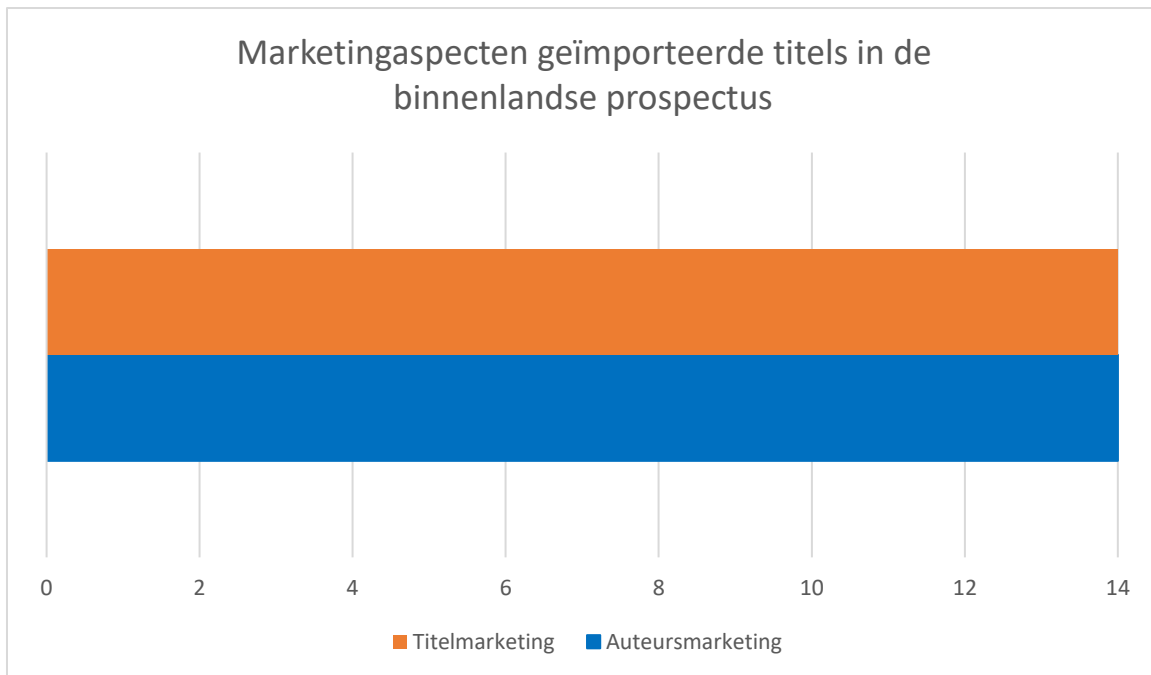
van de prospectus uit 2018. Op deze manier kan er vastgesteld worden of de uitgeverij de geïmporteerde titels anders in de markt zet dan de Nederlandse titels.

Mikt De Bezige Bij bij het presenteren van de titels aan de Nederlandse markt vooral op auteursmarketing of titelmarketing? Zoals hieronder uit figuur 18 is af te lezen wordt er bij 33 Nederlandse titels in de binnenlandse prospectus aan auteursmarketing gedaan (79%). Bij 41 titels wordt er (eveneens) aan titelmarketing gedaan (98%). Dit betekent dat er bij het presenteren van de Nederlandse titels aan de Nederlandse markt meer aan titelmarketing gedaan wordt, dan aan auteursmarketing, maar dat er bij veel titels wel sprake is van een argument dat gericht is op de auteursfiguur.



Figuur 18: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de Nederlandse boeken die eveneens aan het buitenland aangeboden worden in de binnenlandse prospectus van De Bezige Bij 2012- heden (n=42), op basis van de gegevens uit tabel 5.

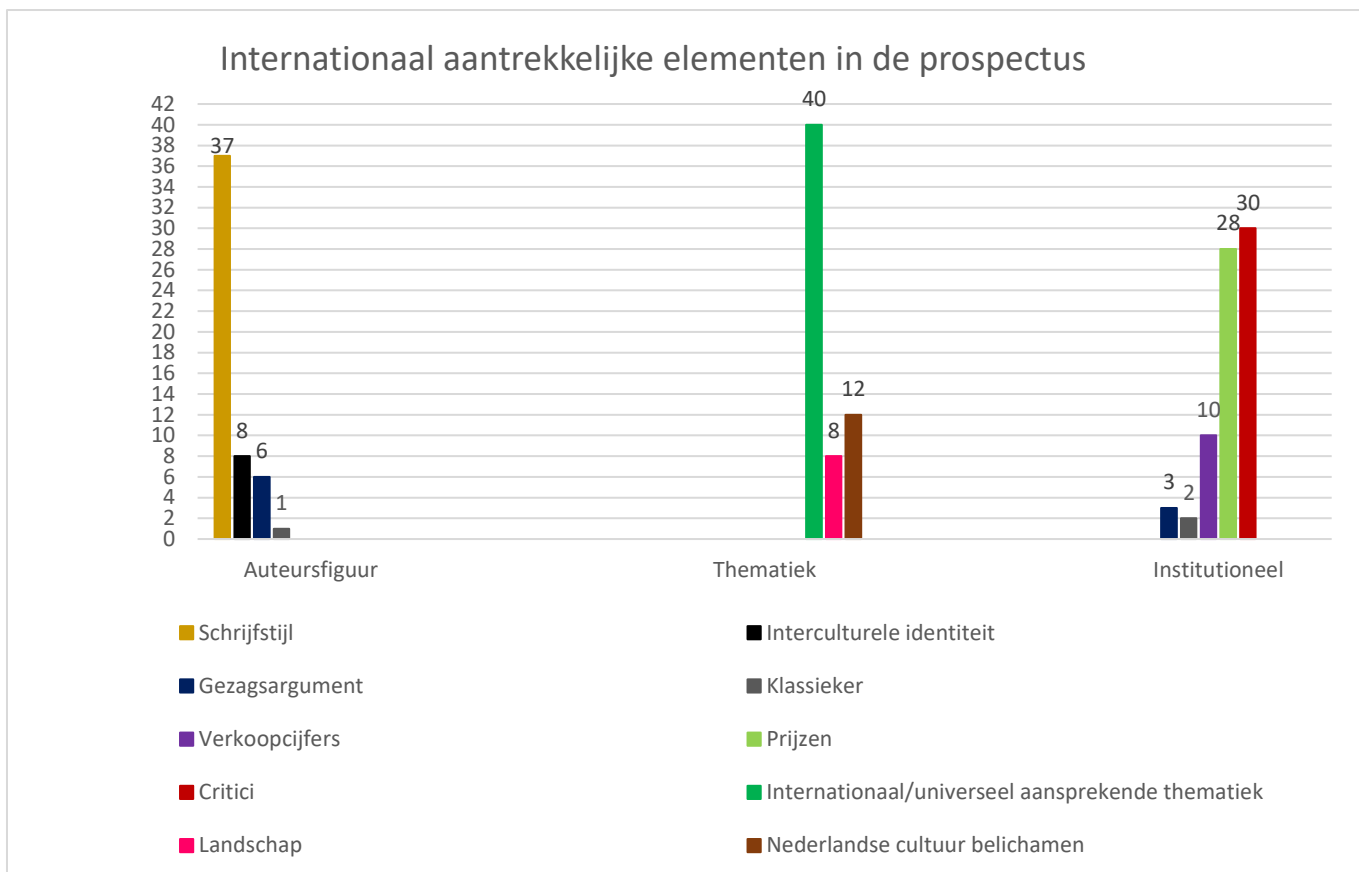
Hoe zit dat bij het presenteren van de geïmporteerde titels aan de Nederlandse markt? De gegevens hiervan zijn hieronder weergegeven in figuur 19.



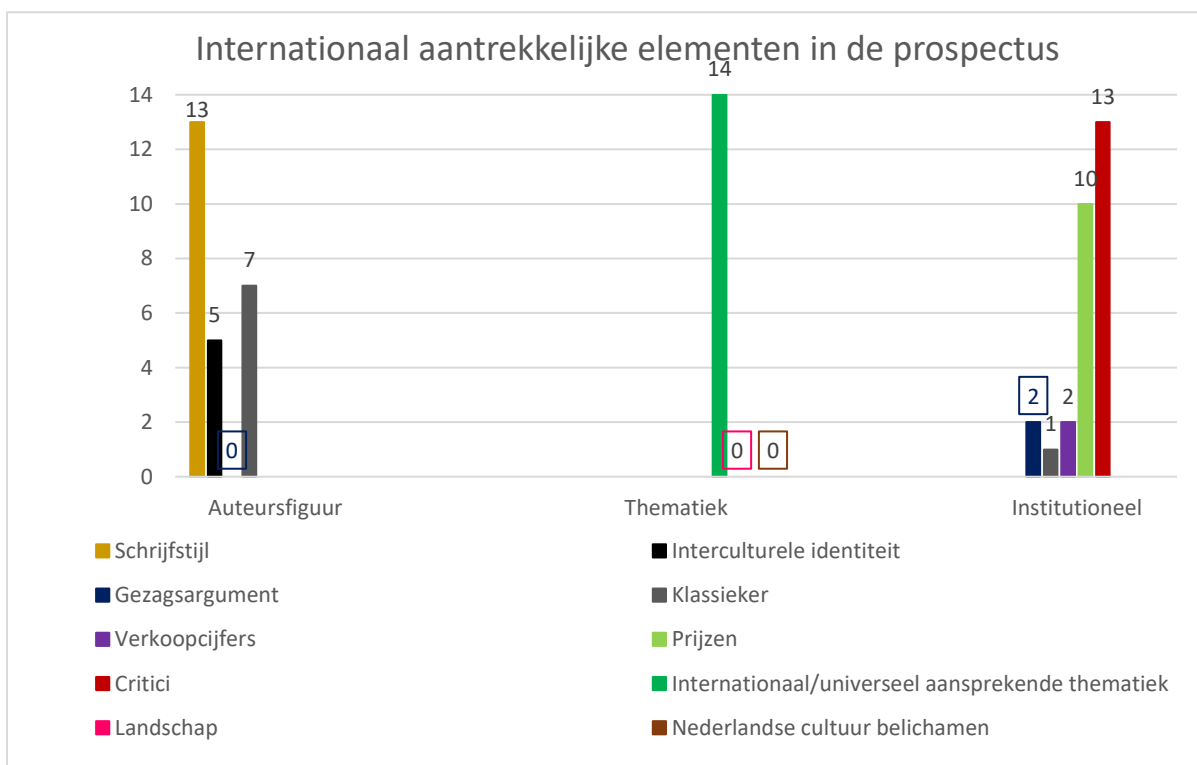
Figuur 19: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de geïmporteerde titels (/vertaalde literatuur) in de binnenlandse prospectus voorjaar 2018 van De Bezige Bij (n=14), op basis van de gegevens uit tabel 6.

Zoals weergegeven in figuur 19 wordt er bij alle 14 titels zowel aan titelmarketing als auteursmarketing gedaan (100%). Dit betekent dat De Bezige Bij bij het presenteren van de vertaalde literatuur aan de Nederlandse markt evenveel gebruik maakt van allebei de marketingstrategieën. Wanneer we de presentatie van de geïmporteerde titels vergelijken met de presentatie van de Nederlandse titels in Nederland dan valt op dat er bij de geïmporteerde titels relatief meer aan auteursmarketing gedaan wordt (100%) dan bij de Nederlandse titels (79%).

Om meer inzicht te krijgen in de specifieke aard van de argumenten zijn deze argumenten niet alleen ingedeeld in de categorieën, maar zijn ook deze categorieën weer gespecificeerd. De figuren 20 en 21 geven de specificatie weer van deze verkoopargumenten.



Figuur 20: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de Nederlandse titels in de binnenlandse prospectussen van De Bezige Bij (n=42) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 5.



Figuur 21: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de geïmporteerde titels in de binnenlandse prospectus van De Bezige Bij (n=14) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 6.

Wat als eerste opvalt bij het vergelijken van de argumenten die ingezet worden bij de presentatie van de Nederlandse titels in de prospectussen en de presentatie van de geïmporteerde titels in deze prospectussen is het verschil in aantal klassiekersargumenten. Dit argument slaat bij de Nederlandse titels 2 keer op het succes van de titel zelf (institutioneel argument) en 1 keer op de status van de auteur (auteursargument). Wat betreft de geïmporteerde titels wordt er van 1 titel (te weten Johnsons *De gulheid van de zeemeermin*) gesteld dat deze een klassieke status heeft. Het klassiekerargument wordt hier meer gegeven wanneer het gaat over de klassieke status van de auteur zelf. Bij vertaalde literatuur wordt het argument van de klassieker dus over het algemeen niet gekoppeld aan het succes van een specifieke titel, maar aan de status van de auteur. De uitgeverij presenteert zich wat betreft de geïmporteerde titels expliciet als poortwachter door te stellen dat zij de beste schrijvers uit een land hebben geselecteerd: ‘Wordt gezien als de belangrijkste hedendaagse Native American-schrijver’, ‘Bassani wordt met recht gezien als misschien wel de belangrijkste schrijver van zijn land’, ‘Louise Erdrich is een van de beste Amerikaanse schrijvers’, ‘De beste schrijver van Australië’ en ‘Een van de beste schrijvers in de hedendaagse Scandinavische literatuur.’

Wat verder opvalt bij de vertaalde titels is dat deze titels afkomstig zijn uit het Italiaanse, Scandinavische, Engelse (Australië, Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten), Franse en Duitse taalgebied. De uitgeverij kan zich hierdoor niet presenteren als uitgeverij met kennis van specifiek één taalgebied, of als uitgeverij die buiten de gebaande paden denkt wat betreft vertalingen. Hoe de uitgeverij hier in haar presentatie wel op in kan haken is door het vertaalde fonds te presenteren als relevant voor onze samenleving, omdat deze werken allemaal een eigen perspectief bieden op het democratische westen waar ons land eveneens deel van uitmaakt. Hierdoor hebben deze landen een gedeelde geschiedenis met de onze, waardoor de aangestipte thematiek als internationaal gepresenteerd kan worden.

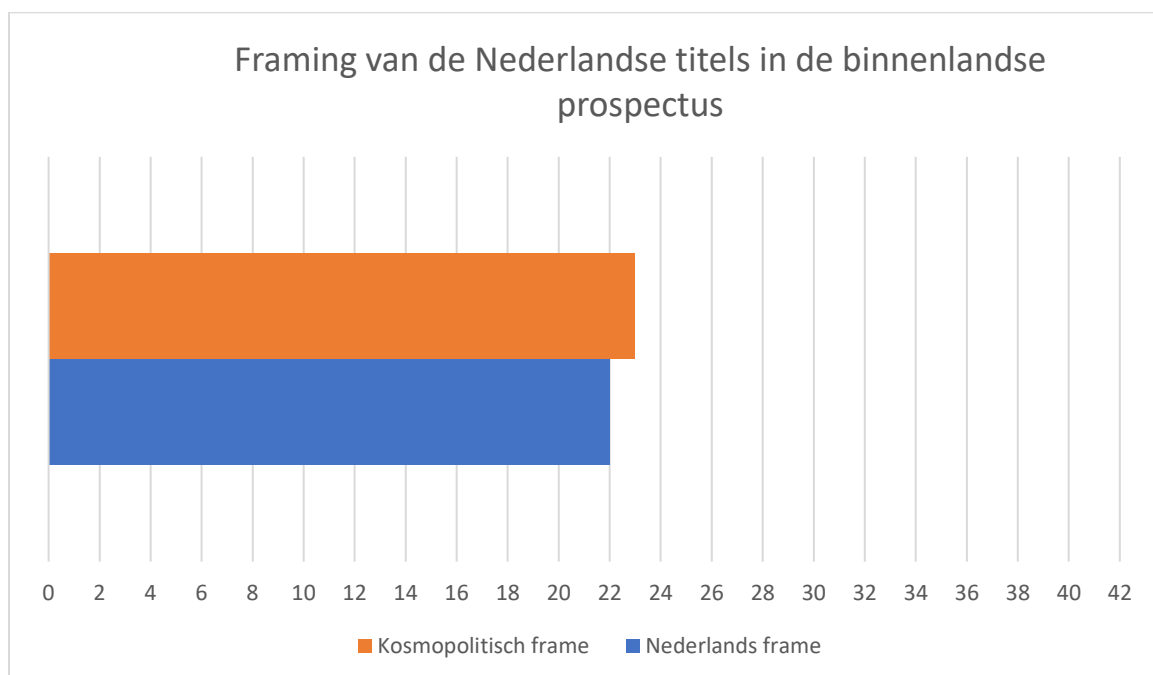
Deze insteek zien we terug bij de presentatie van *De Bezige Bij*. Zo biedt Bassani een portret van het Italië van na de oorlog, waarbij hij vertelt over het leven in Ferrara, een stadje in Noord-Italië waar hij zelf vandaan komt en wat eeuwenlang het centrum van de Joodse cultuur was. Deze Joodse cultuur is een overeenkomstig thema, aangezien het voor de Nederlandse bevolking een bekend gegeven is dat veel Joden uit Oost- en Zuid-Europa in de zeventiende eeuw naar de Republiek zijn gevlucht vanwege het tolerante karakter. Een ander boek dat verhaalt over een actueel en universeel probleem, namelijk de vluchtelingenproblematiek, is *God is niet verlegen* van Olga Grjasnowa. De auteur werd geboren in Azerbeidzjan en immigreerde op haar twaalfde met haar familie naar Duitsland, maar eenmaal daar aangekomen ondervinden ze last van de toenemende vreemdelingenhaat.

Hoe dichtbij dit verhaal komt, wordt ondersteund door een institutioneel argument: “’Deze roman raakt aan een diepere waarheid.’” – *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.’ Claudel reflecteert met zijn roman *Onmenselijk* eveneens op de vluchtelingenproblematiek binnen onze hedendaagse samenleving. Het boek van Gessen brengt in kaart hoe het Russisch regime ‘ongehinderd kan terugkeren tot de maffiastaat die het nu is’, en is daarmee ‘een waarschuwing voor nu en alle tijden’. Bij veel van deze titels wordt het argument van de internationale en universele thematiek expliciet gemaakt door bijvoorbeeld te benoemen dat het om een ‘tijdloos thema’ gaat, ‘urgent’ is, van toepassing op de ‘hedendaagse samenleving’ is en veel ‘herkenning’ oproept.

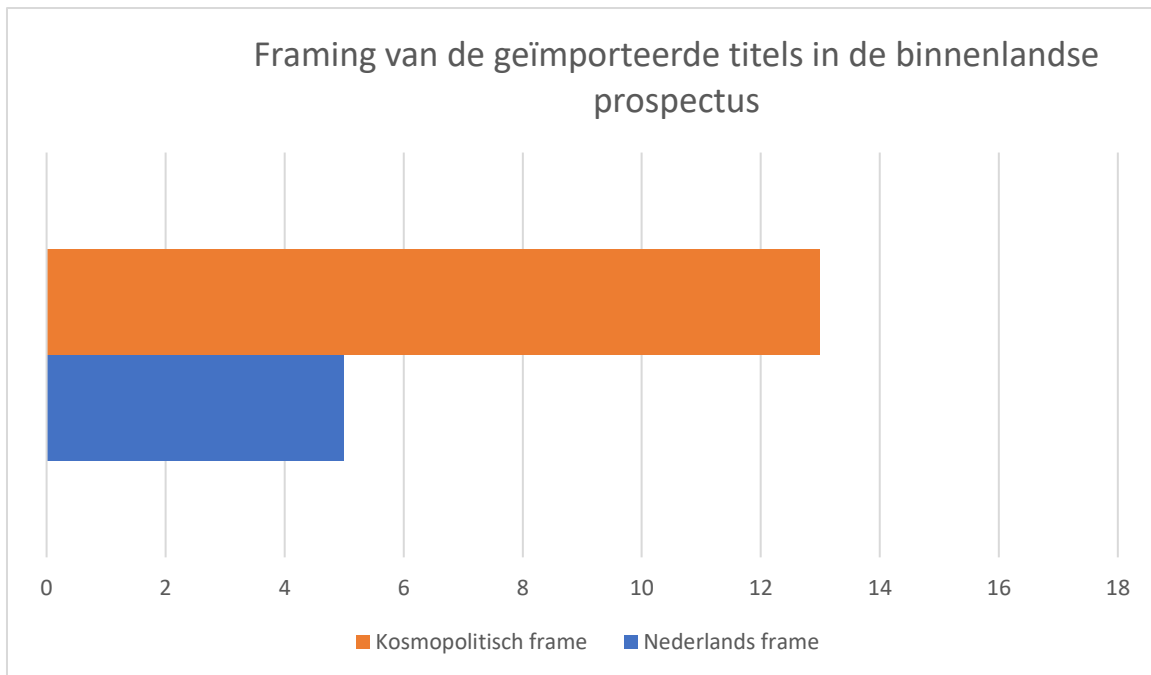
Het overtuigen dat de buitenlandse auteurs iets te zeggen hebben over de wereld, en onze samenleving, gebeurt naast het eerder besproken punt van de klassieke status door het benoemen van de interculturele identiteit van een auteur. Waar bij de Nederlandse titels in de binnenlandse prospectussen bij 19 % van de titels de interculturele identiteit van een auteur benadrukt wordt, wordt dit bij de geïmporteerde titels in 36 % van gevallen gedaan. Los van het feit of er bij de Nederlandse titels wel of geen sprake was van interculturele identiteit, en het dus wel of niet benoemd had kunnen worden, gaat het er hier om dat de aanwezigheid van de interculturele identiteit de buitenlandse auteurs legitimiteit verschaft om iets over de maatschappelijke problematiek te zeggen. De interculturele identiteit is dus een belangrijke specificatie van de auteursargumenten, omdat het De Bezige Bij in staat stelt om haar fonds maatschappelijk en actueel te maken.

Bij de Nederlandse titels in de prospectussen wordt er herkenning bij de markt opgewekt door het Nederlandse landschap te benoemen: ‘achter een hoge dijk’, ‘Leiden’, ‘Utrecht,’ ‘Amsterdam’, dit gebeurt bij 19% van de titels. Of door een belichaming van de Nederlandse cultuur te expliciteren (29%) door bijvoorbeeld naar het grote Nederlandse bedrijf Shell te verwijzen (Buwalda) de gedoogcultuur aan te halen (Campert) en te verwijzen naar het rock-and-roll imago van Amsterdam door de hoofdpersoon van Cremers *Sirenen* te omschrijven als een ‘schilderende rebel in het Amsterdamse uitgaansleven’. Het beeld dat buitenlanders van Nederland zouden hebben wordt hier dus ook door De Bezige Bij ingezet bij het aanspreken van de Nederlandse markt. Bij de geïmporteerde titels zijn er geen dergelijke thematische verwantschappen of andere uitspraken die direct terugslaan op de Nederlandse cultuur. De Bezige Bij heeft daarom gekozen voor een andere belangrijke specificaties, zoals de eerder besproken klassieke status en interculturele identiteit, die ervoor zorgen dat de buitenlandse auteurs binnen de Nederlandse markt meer op waarde geschat kunnen worden.

Een derde perspectief op dit materiaal om de beeldvorming mee in kaart te kunnen brengen is het analyseren van de door Heilbron & Van Es opgestelde frames. Welk frame wordt er uiteindelijk overwegend ingezet door De Bezige Bij bij het benaderen van de Nederlandse markt, het Nederlandse of kosmopolitische? Voor beide situaties, het presenteren van de Nederlandse boeken en het presenteren van de geïmporteerde boeken in Nederland, is er gekeken hoe de argumenten die gegeven worden op het gebied van auteur, thematiek en institutie ondergebracht kunnen worden in de frames. Hierbij is het aantal keer geteld dat er een titel binnen een van de twee frames past. De resultaten hiervan zijn weergegeven in figuur 22 en 23.



Figuur 22: hierin wordt weergegeven binnen welk frame de presentatie van de titels in de binnenlandse prospectussen van De Bezige Bij 2012-heden (n=42) past, op basis van de gegevens uit tabel 5.



Figuur 23: hierin wordt weergegeven binnen welk frame de presentatie van de geïmporteerde titels in de binnenlandse prospectus voorjaar 2018 (n=18) van De Bezige Bij past, op basis van de gegevens uit tabel 6.

Zoals weergegeven in figuur 22 maakt De Bezige Bij bij het presenteren van de Nederlandse titels gebruik van allebei de frames: 23 titels passen binnen het kosmopolitische frame (dat komt neer op 55% van de geïmporteerde titels) en 22 titels passen binnen het Nederlandse frame (52%). Wanneer we naar de geïmporteerde titels kijken, weergegeven in figuur 23, valt op dat er overwegend meer gebruik wordt gemaakt van het kosmopolitische frame om de boeken in de markt te zetten. Er wordt namelijk bij 13 geïmporteerde titels gebruik gemaakt van het kosmopolitische frame (72%) en bij 5 titels van het Nederlandse frame (28%). De manier waarop een boek volgens een van de frames gepresenteerd wordt, zal nu kwalitatief toegelicht worden.

De invulling voor het kosmopolitische frame bij de Nederlandse titels berust voornamelijk op kosmopolitische onderwerpen, zoals terreuraanslagen (6 titels), migratie (De Stroop, Scheffer) en wereldburgers (Theunissen); een Europese schrijfstijl waarbij voornamelijk het filosofische of fantasierijke karakter benoemd wordt (Borrel, Devisch, De Boose, Scheffer); een gezagsargument waarbij de auteur/titel vergeleken wordt met een internationaal grote titel (De Jong, Wieringa, Terpstra). Van de titels met een kosmopolitisch onderwerp wordt er zowel gerefereerd aan de typisch Nederlandse stijl als de kosmopolitische stijl. Zo wordt bij Natter gezegd dat het boek tegelijkertijd onrustbarend en geestig is (kenmerkend voor Nederlandse schrijfstijl) en van Scheffer dat het boek een filosofisch karakter heeft. Theunissen heeft de literaire bravoure van Mulisch, maar schrijft met meer

ironie. De schrijfstijl van Hertmans past zowel binnen het kosmopolitische als het Nederlandse frame: een meesterlijke verbeeldingskracht en uitgekiend gecomponeerd.

Het typisch Nederlandse frame berust bij de Nederlandse titels op het benoemen van de Nederlandse schrijfstijl, het Nederlandse landschap, cultuur en de Nederlandse betrokkenheid bij belangrijke en universeel invoelbare gebeurtenissen in de wereld (te denken aan de Tweede Wereldoorlog). Het aspect dat het meeste ingezet wordt door De Bezige Bij waarmee zij invulling geeft aan het typisch Nederlandse frame is het benoemen van de Nederlandse cultuur (bij 12 titels) door bijvoorbeeld te refereren aan een Nederlands gezagsargument als Jan Brokken (Peeters) en de gedoogcultuur (Campert). De Nederlandse schrijfstijl wordt bij 20 titels vermeld. Zo wordt er bij Van Reybrouck gezegd dat hij een fijnzinnige schrijfstijl heeft en schrijft met beteugelde emotie. Het Nederlandse landschap wordt bij de Nederlandse titels ook meermaals aan de orde gesteld (bij 8 titels). Hierbij wordt bijvoorbeeld gerefereerd aan ‘dorpen achter de dijken’ (De Stoop) en aan Amsterdam o.a. Cremer, Campert, Mooij). Op het gebied van populaire Nederlandse onderwerpen (2 titels), wordt er aandacht besteed aan de Tweede Wereldoorlog (Reve; Van den Boogaard).

Een veelvoorkomende combinatie van argumenten waarmee invulling wordt gegeven aan het Nederlandse frame is het benoemen van de Nederlandse cultuur en de Nederlandse schrijfstijl van een auteur (bijvoorbeeld Campert, Cremer, Withuis, Peeters, Van Veelen). Hierbij is het niet zo dat een titel enkel binnen één frame past, bij meerdere titels wordt er ook een combinatie gemaakt tussen de frames. Zo zijn andere veelvoorkomende combinaties het benoemen van element uit de Nederlandse cultuur en de kosmopolitische schrijfstijl van de auteur (bijvoorbeeld Devisch; Van den Boogaard) en een kosmopolitisch onderwerp (bijvoorbeeld hoe is iemand zijn identiteit verbonden aan een plek op de wereld; migratie) gecombineerd met een Nederlandse schrijfstijl (bijvoorbeeld Wieringa; Theunissen).

Wat betreft de geïmporteerde titels in de prospectus wordt het kosmopolitische frame voornamelijk ingevuld door het benoemen van de klassieke status van de auteur (Erdrich, Mendelsohn, Bassani, Johnson, Carey, Jensen, Roth). Ook wordt de verbeeldingskracht en de eigenzinnigheid waarmee over bepaalde onderwerpen geschreven wordt geprezen. Zo wordt er bij Carey gezegd dat het ‘iemand [is] die de kunst beheerst om zijn historische romans naar een hoger plan te tillen, door zijn verbeeldingskracht en door actualisering’. Het benoemen van deze ‘verbeeldingskracht’ kan gelezen worden als een referentie aan de Europese schrijfstijl van de auteur, en specifiek het fantasierijke karakter van deze stijl. Tot slot worden deze internationale auteurs vaak gelijkgesteld aan andere grote internationale auteurs. Zo wordt Mendelsohns werk vergeleken met *De verborgen geschiedenis* van Donna Tartt en

wordt Jensens oorlogsroman toegevoegd aan een reeks andere veelbekroonde oorlogsromans.

De geïmporteerde titels die (eveneens) volgens het Nederlandse frame worden gepresenteerd bevatten allen een verwijzing naar Nederlandse gezagsargumenten of de Nederlandse schrijfstijl. Zo wordt Westovers *Leerschool* vergeleken met Jan Siebelinks *Knielen op een bed violen* en Franca Treurs *Dorsvloer vol confetti*. Door het boek van Westover op deze manier in te kaderen wordt het referentiekader van het Nederlandse leespubliek direct aangesproken. Bij de overige internationale titels die binnen het Nederlandse frame passen wordt er een verwijzing gemaakt naar elementen van de typisch Nederlandse schrijfstijl; dat is opvallend aangezien deze schrijfstijl uniek zou zijn voor Nederlandse auteurs.⁸⁴ Opvallend is dat De Bezige Bij door middel van het benoemen van de schrijfstijl lijkt te mikken op herkenning. De Bezige Bij benoemt namelijk bij 55% van de vertaalde titels expliciet aspecten van de typisch Hollandse schrijfstijl, zoals deze door Wilterdink en Heilbron & Van Es vastgesteld is: ‘sterk realistisch met een gedetailleerde en sobere beschrijving, gecombineerd met ironie’. Zo wordt naar het proza van Bassani verwezen met ‘betoverende eenvoud’, naar de roman van Grjasnowa met ‘beklemmend realistisch’, naar Cognetti als ‘ingetogen, authentiek en oprecht’ en Jensen als ‘literaire precisieaanval’.⁸⁵ Het betreft hierbij zowel Nederlandse als internationale quotes, waardoor dit niet kan impliceren dat de pers vanuit de eigen literaire gewenning deze aspecten bij de buitenlandse auteurs sneller herkent. De Bezige Bij lijkt de typisch Nederlandse schrijfstijl hier in te zetten om de toegankelijkheid van de buitenlandse auteurs te vergroten, en wellicht de Nederlandse auteurs in lijn met grote internationale auteurs te plaatsen.

5.3 Nederlandse boeken naar het buitenland: een andere marketingstrategie?

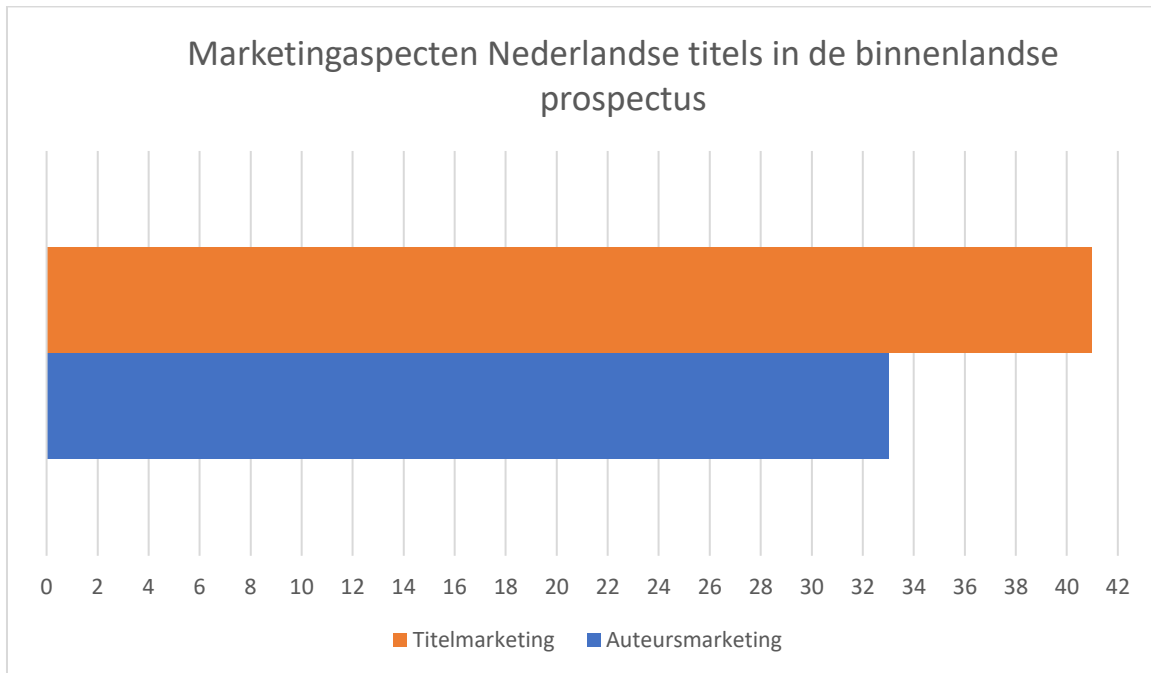
Eerder is al aan bod gekomen dat de geanalyseerde Nederlandse boeken niet alleen aan de Nederlandse markt gepresenteerd werden, maar ook aan het buitenland bij de Frankfurter Buchmesse en de London Book Fair. In deze paragraaf zal een tweede vergelijking toegepast worden op de data van de brochures. De manier waarop de Nederlandse titels in de prospectus gepresenteerd worden (tabel 5), zoals eveneens besproken in paragraaf 5.2, zal vergeleken worden met de manier waarop deze titels in de rights guides van 2018 gepresenteerd worden (zie tabel 4). Zo kan vastgesteld worden op welke manier De Bezige Bij haar benaderingswijze per markt aanpast.

Doet De Bezige Bij vooral aan titel-of aan auteursmarketing bij het benaderen van de

⁸⁴ Heilbron & Van Es, 303; Wilterdink, 79.

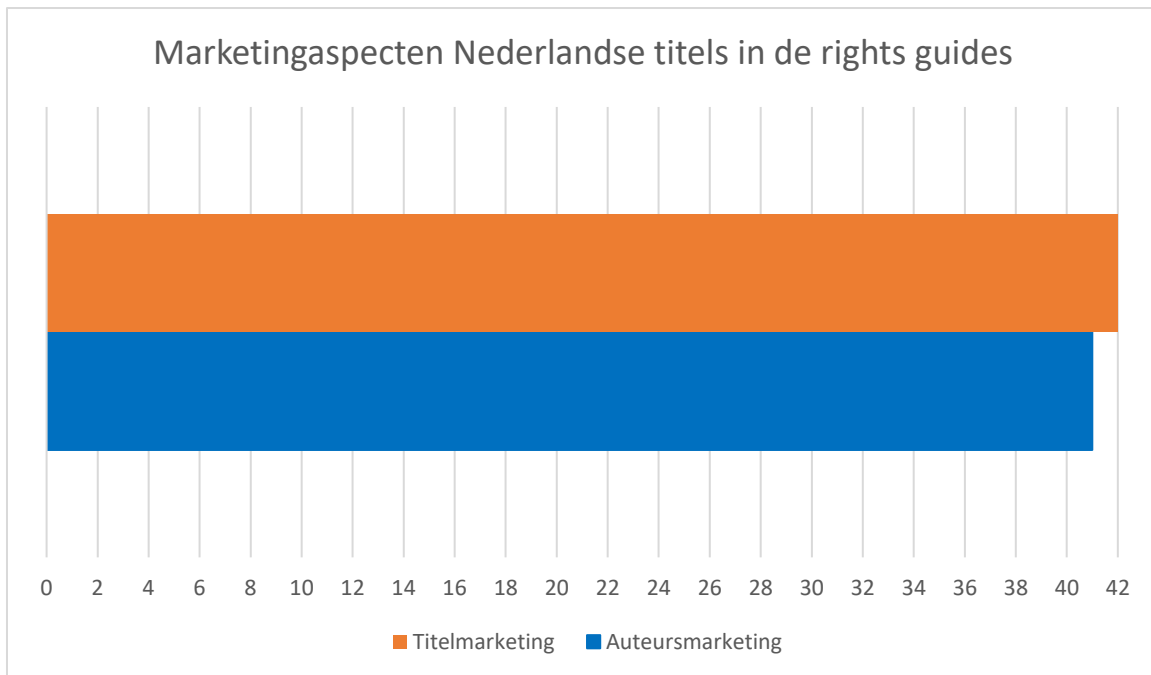
⁸⁵ Meizoz, 81-93.

buitenlandse markt? Figuur 24 bevat een weergave van de manier waarop de soorten argumenten ondergebracht kunnen worden in 1) titelmarketing en 2) auteursmarketing. Om te kunnen vergelijken met de ingezette marketingstrategieën bij de presentatie van deze titels aan de Nederlandse markt zal eerst figuur 18 worden herhaald.



Herhaling figuur 18: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de Nederlandse boeken die eveneens aan het buitenland aangeboden worden in de binnenlandse prospectus van De Bezige Bij 2012-heden (n=42), op basis van de gegevens uit tabel 5.

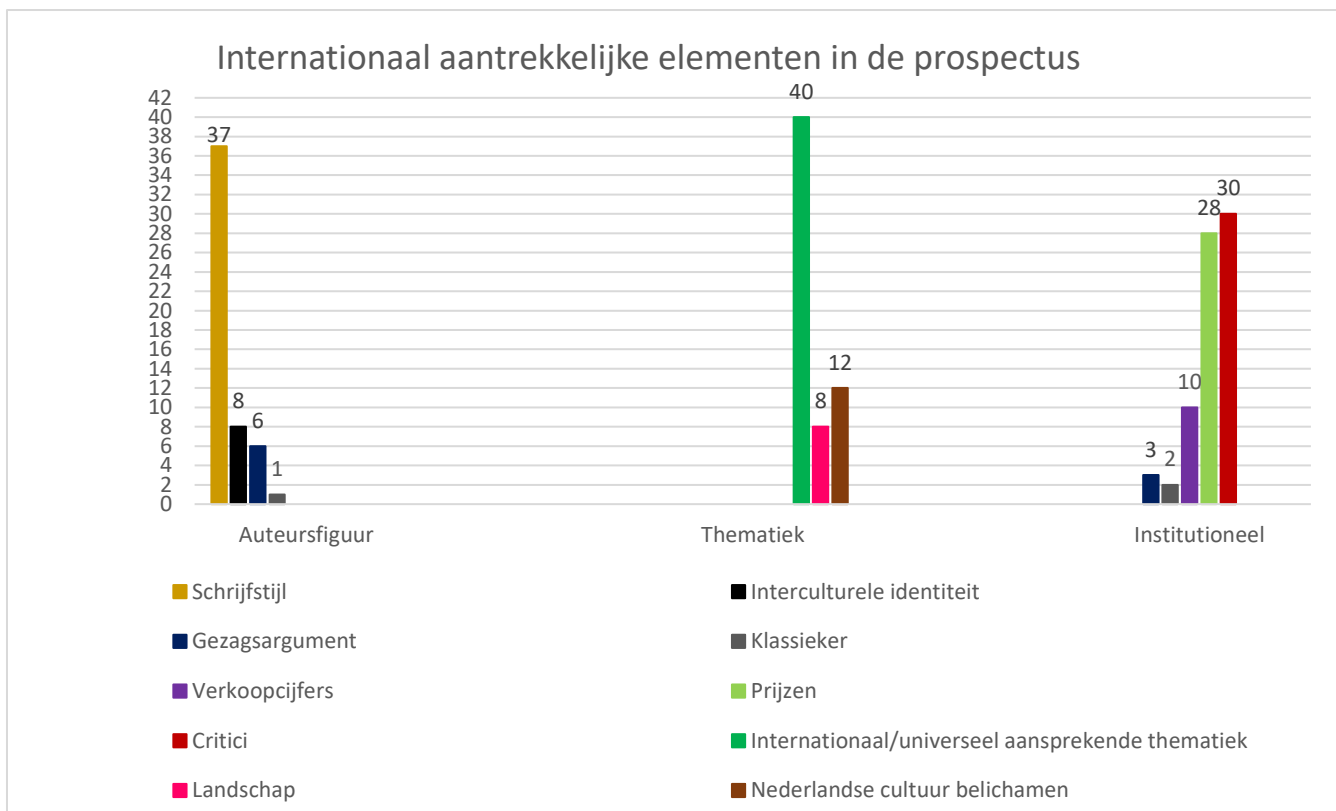
De kwantitatieve gegevens voor de presentatie van deze titels aan het buitenland zien er als volgt uit:



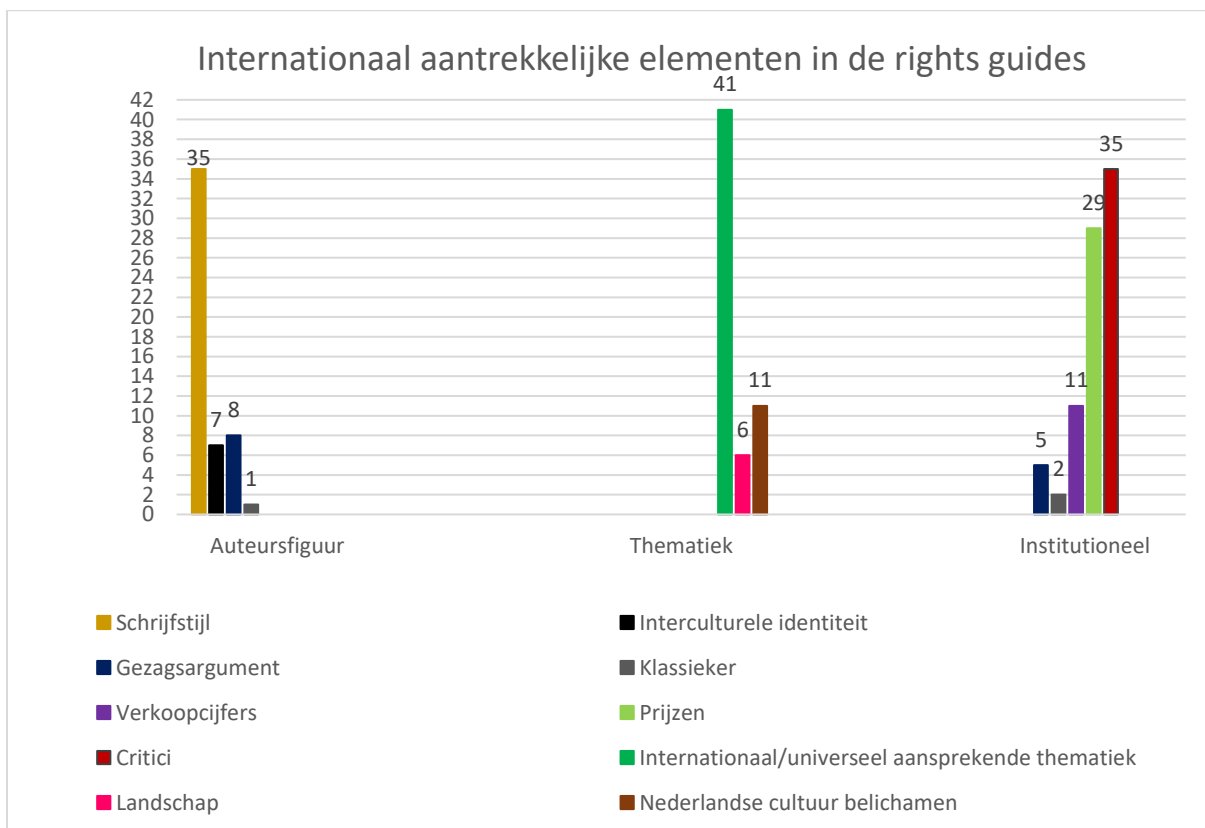
Figuur 24: hierin wordt aangegeven op welk aspect van de marketing wordt ingezet bij de presentatie van de Nederlandse boeken in de rights guides van De Bezige Bij 2018 (inclusief Cargo, Thomas Rap; n=42) op basis van de gegevens uit tabel 4.

Bij het bestuderen van deze algemene marketinggegevens valt op dat er zowel een beroep wordt gedaan op titelmarketing bij het aanprijzen van de Nederlandse titels in het buitenland als auteursmarketing. Er wordt in de rights guides bij 41 titels een argument genoemd dat betrekking heeft op de auteursfiguur (98% van de titels). Dit betekent dat er in totaal bij 8 titels meer een auteursargument genoemd wordt dan in de prospectus werd gedaan. Bij alle titels is er in de rights guides sprake van titelmarketing. Bij de prospectus was er bij 98% van de titels sprake van titelmarketing, dus dit is nagenoeg gelijk gebleven.

Om erachter te komen waar de toename in auteursmarketing in de rights guides ten opzichte van de prospectussen zit, zijn de opgestelde categorieën (auteur/thematiek/institutioneel) gespecificeerd in argumenten. Hieronder volgt eerst een herhaling van figuur 20, waarin de specificatie in argumenten voor de presentatie van de titels in de prospectus is weergegeven. De daaropvolgende figuur 25 geeft de specificatie weer van de presentatie van deze titels in de rights guides.



Herhaling figuur 20: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de Nederlandse titels in de binnenlandse prospectussen van De Bezige Bij (n=42) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 5.



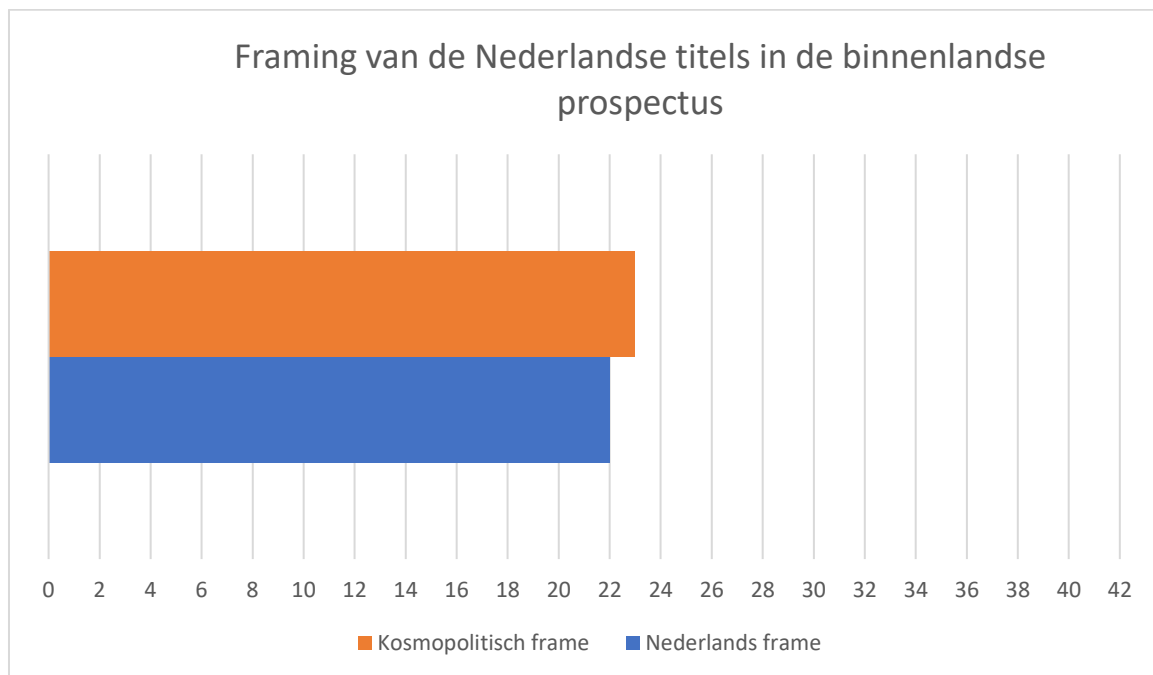
Figuur 25: Hierin wordt aangegeven of er bij de presentatie van de Nederlandse titels in de rights guides van De Bezige Bij (n= 42) internationaal aantrekkelijke elementen worden benoemd, op basis van de gegevens uit tabel 4.

Bij het bestuderen van figuur 25 valt op dat bij de meeste titels gebruik wordt gemaakt van een argumentatie gericht op de schrijfstijl van de auteur (83%), quotes van critici (83%) en internationaal aantrekkelijke thematiek (98%). Wanneer de specificaties uit figuur 25 vergeleken worden met de specificaties uit figuur 20, dan valt op dat de meeste specificaties gelijk zijn gebleven. Een eerste algemene conclusie is dan ook dat De Bezige Bij de presentatie van haar titels niet veel aanpast als zij deze meeneemt naar het buitenland. Toch zijn er wel wat nuanceverschillen aan te stippen. In de rights guides wordt iets minder (een afname van 10% t.o.v. de binnenlandse prospectus) verwezen naar de schrijfstijl van een auteur. Daarentegen worden er wel vaker andersoortige auteursargumenten gegeven, namelijk meer gezagsargumenten (+ 5%) en de klassieke status van Reve wordt wel in de rights guides en niet in de prospectus benoemd (+ 3%). In de prospectus werd er 3 maal een klassiekersargument toegepast op een titel zelf; de rights guides wijken hiervan af door het klassiekersargument te betrekken op de auteursfiguur, waardoor het gaat bijdragen aan de auteursmarketing in plaats van aan titelmarketing. Echter worden er ook klassiekersargumenten weggelaten; bij Van den Boogaard wordt er bijvoorbeeld geen klassiekersargument meer gegeven in de rights guides.

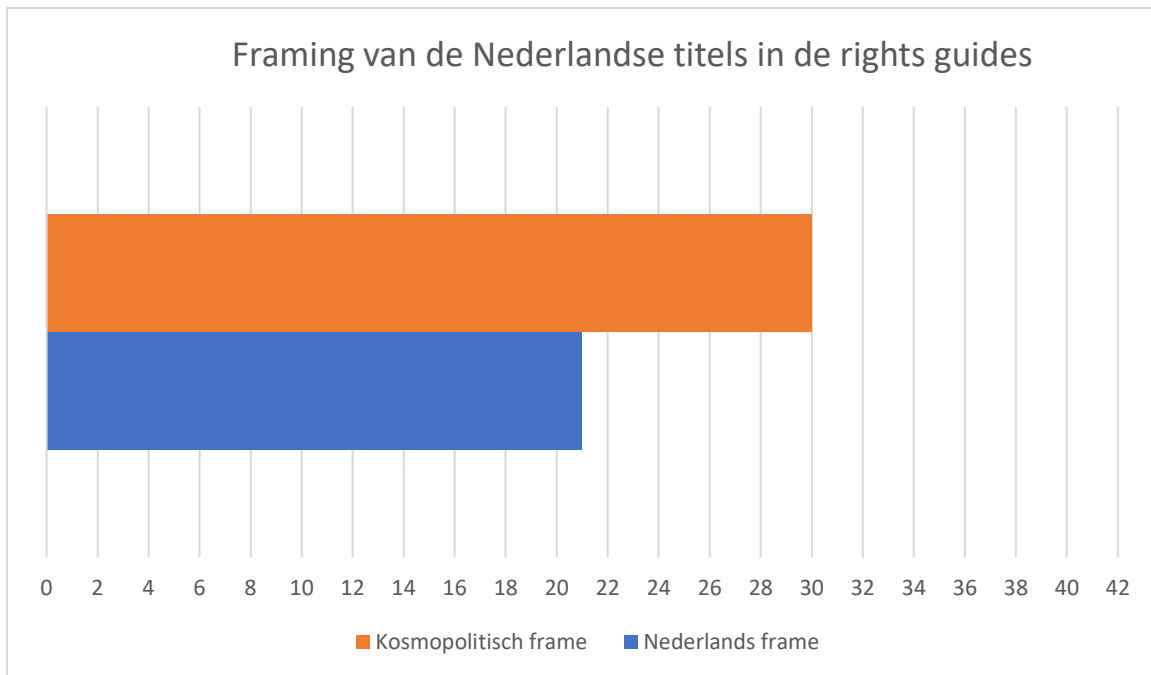
Er zou te verwachten zijn dat de institutionele argumenten verkoopcijfers en prijzen in aantal toegenomen zouden zijn bij de presentatie van deze titels in de rights guides, aangezien dit vaak al enige tijd na de verschijningsdatum van het boek is en de titel daardoor meer prijzen gewonnen kan hebben. Af en toe wordt er bij een auteur een prijs toegevoegd, zoals bij Hertmans in de rights guide voor Frankfurt gedaan wordt. Hier is toegevoegd dat Hertmans op de longlist voor de 'Prix Femina étranger 2018' staat. Bij Wieringa wordt eveneens een nieuwe prijs genoemd, namelijk zijn positie op de shortlist voor 'Bookspot'. Voor de rest is het aantal keer dat een prijs en verkoopcijfers bij de auteurs benoemd wordt in de prospectussen en de rights guides echter nagenoeg gelijk gebleven. Een verklaring hiervoor is dat de verkoopcijfers en de (nominaties voor) prijzen veelal betrekking hebben op eerdere prestaties van de auteur, en dus betrekking hebben op het gehele oeuvre of een eerdere succesvolle titel. De gelijkblijvende cijfers van deze institutionele argumenten ondersteunen het feit dat er meer aandacht is voor de auteur zelf en zijn oeuvre, wat duidt op een grotere focus op auteursmarketing. Het draait meer om het presenteren van het succes van de auteur, dan om het succes van de te verkopen titel.

Tot slot valt op dat er bij de rights guides iets meer gebruik wordt gemaakt van quotes van critici (+ 12 %). Bij 9 titels wordt er een internationale quote bijgevoegd, bij 26 titels is er alleen sprake van een Nederlandse quote. De schrijfstijl van en gezagsargumenten rondom een auteur worden zowel door de Nederlandse pers als de internationale pers benoemd. Zo refereert

The Irish Times met ‘A masterwork of comic pathos... one of the finest studies of youthful malaise ever written’ aan het komische en precieze karakter van de roman van Reve. En stelt *Elsevier* dat Hartman ‘the Dutch Karin Slaughter’ is. De nationaliteit van de krant heeft dus geen invloed op het al dan niet benoemen van typisch Nederlandse of kosmopolitische aspecten rondom de auteur, maar hoe vindt de invulling van deze frames dan wel plaats? Een derde perspectief op dit materiaal om de beeldvorming mee in kaart te brengen, is het analyseren van de frames. Welk frame wordt er uiteindelijk overwegend ingezet door De Bezige Bij bij het benaderen van de buitenlandse markt, het Nederlandse of kosmopolitische? Bij beide situaties, het presenteren van de Nederlandse boeken in Nederland en het presenteren van deze boeken aan het buitenland, is het aantal keer geteld dat er een titel binnen een van de twee frames past. De resultaten hiervan zijn weergegeven in figuur 22 en 26.



Herhaling figuur 22: hierin wordt weergegeven binnen welk frame de presentatie van de titels in de binnenlandse prospectussen van De Bezige Bij 2012-heden (n=42) past, op basis van de gegevens uit tabel 5.



Figuur 26: hierin wordt weergegeven hoe de Nederlandse titels in de rights guides (n=42) van De Bezige Bij binnen de frames passen, op basis van de gegevens uit tabel 4.

Zoals te zien is in figuur 26 wordt er bij het presenteren van de Nederlandse titels aan het buitenland meer gebruik gemaakt van het kosmopolitische frame dan het Nederlandse frame. Bij 71% van de titels wordt er gebruik gemaakt van het kosmopolitische frame en bij 50% van de titels van het Nederlandse frame. Binnen de prospectus werd 55% van de Nederlandse titels binnen het kosmopolitische frame geplaatst en 52% binnen het Nederlandse frame. Dit betekent dat 16% van de Nederlandse boeken bij het presenteren in de rights guides meer ingekaderd wordt volgens het kosmopolitische perspectief.

Nu zullen kwalitatief enkele opvallende aspecten van de presentaties in de binnenlandse prospectus en de presentaties van deze titels in de rights guides uitgelicht worden. Opvallend is dat er bij Van den Boogaard in de rights guides quotes worden aangehaald van de Nederlandse pers, terwijl er in de binnenlandse prospectus juist internationale quotes bij deze titel worden aangehaald. De internationale pers in de binnenlandse prospectus: ‘Een van de fascinerendste Nederlandse schrijvers.’ - *Die Zeit*’ ‘Oscar van den Boogaard bouwt een meeslepend, verrukkelijk en altijd verbazingwekkend universum op.’ - *Le monde*.’

De Nederlandse quotes in de rights guides ondersteunen juist de meer de schrijfstijl van de auteur dan de internationale quotes dit doen: ‘A magnum opus. Child Soldier has the required magnitude and class... an author at the peak of his powers.’ **** - *De Standaard*.’;

‘‘A literary pearl. The best of this writer thus far.’**** - *Het Nieuwsblad.*’’; ‘‘A couperus-
esque family history written in tight dialogues.’**** *De Limburger.*’’; ‘‘Bursting with
marvellous scenes, the sentences are always worth the effort, the discoveries are striking,
peculiar and infectious.’ – *De Groene Amsterdammer.*’’; ‘Marvellously written. A
magnificent novel with which he's placed himself in the echelon of Tommy Wieringa and the
great writers of his generation.’ - *Nieuwsweekend.*’’

Een ander aspect dat opvalt als we de presentaties van de titels gaan vergelijken is dat er wat betreft de argumenten vaak een ander perspectief wordt ingenomen, al naar gelang de beoogde markt. Bij Devisch en Kamphuis wordt in de prospectussen expliciet gerefereerd aan elementen van de Nederlandse cultuur, André Hazes, Jesse Klaver, deze elementen worden in de rights guides achterwege gelaten. Een ander opvallend punt is dat bij De Stoop in de rights guides gesproken wordt van een ‘Belgian village’, terwijl in de prospectus een landschapselement staat vermeld dat juist aan zou moeten spreken in het buitenland: ‘hier in een dorp achter een dijk’. Het beeld van het typisch Nederlandse landschap wordt hier dus niet ingezet bij de presentatie van deze titel, waardoor dit boek niet tegemoet komt aan het heersende beeld van Nederland en de dijken. Op deze manier wordt het boek niet als typisch Nederlands ingekaderd. Hetzelfde gebeurt bij Hartman waar in de prospectus gesproken wordt van ‘Hattem aan de IJssel’, wordt in de rights guides gesproken van ‘an idyllic village’.

Het aanpassen aan de verschillende markten komt eveneens duidelijk naar voren bij het bestuderen van de gegeven gezagsargumenten. In de prospectus wordt gesteld dat *Noem het liefde* van Heerma van Voss een kruising is tussen Arnon Grunberg, Leon de Winter en Harry Mulisch. In de rights guides wordt de auteur vergeleken met Nabokov, Borges en Dylan. Hetzelfde gebeurt bij Theunissen die in de prospectus vergeleken wordt met Mulisch en in de rights guides met Barthes. Bij allebei de Nederlandse auteur wordt bij het aanspreken van de Nederlandse markt gebruik gemaakt van een Nederlands referentiekader en bij het aanspreken van het buitenland van een internationaal referentiekader.

Zoals zojuist bij het bestuderen van de specificaties naar voren kwam hangt de verhoging van de auteursmarketing bij de rights guides samen met de verhoging van gezagsargumenten, in totaal worden er 4 extra gezagsargumenten gegeven, en de verhoging van quotes van critici die vervolgens iets over de auteur zeggen. De toename van auteursmarketing is een direct gevolg van het op verschillende manieren toekennen van autoriteit aan de auteur. Via gezagsargumenten, schrijfstijl, interculturele identiteit wordt aangegeven waarom de Nederlandse auteur geschikt is om over deze onderwerpen te schrijven. Bij Scheffer zien we bijvoorbeeld een analyse van hedendaagse problemen,

migratie, protectionisme, terrorisme, waarbij hij extra gezag krijgt toegekend om over dit onderwerp te schrijven door in een internationale quote de klassieke status van het werk te benoemen: ‘*Immigrant Nations* has immediately proved itself a standard work.’ – Die Welt.’’ Door te benoemen dat Scheffer ‘professor of European Studies [is]’ geeft De Bezige Bij de auteur een specialistenstatus. Dit patroon beschreef Wilterdink: Nederlandse auteurs benaderen het thema van migratie op een andere manier en krijgen vaak een specialistenstatus toebedeeld. In Scheffer zijn geval maakt niet alleen de Nederlandse context, en zijn professorstatus hem een specialist, maar geeft zijn interculturele identiteit (‘Paris and Warsaw correspondent’) hem meer autoriteit. De combinatie van de argumenten klassieke status en het onderwerp migratie zorgt ervoor dat deze titel gepresenteerd wordt volgens het kosmopolitische frame.

Het kosmopolitische frame wordt verder ingevuld door argumenten die gaan over de Europese schrijfstijl van auteurs (o.a. Natters surrealistische stijl; Hertmans verbeeldingskracht), internationale gezagsargumenten (o.a. Hartman die vergeleken wordt met Karin Slaughter, Terpstra die eveneens vergeleken wordt met Karin Slaughter, Buwalda die vergeleken wordt met Franzen en Houellebecq), het thema migratie (Scheffer, Theunissen, De Stoop). Door de tolerante houding van Nederland ten overstaande van andere culturen kunnen Nederlandse titels/auteurs beter omgaan met dit hedendaagse onderwerpen waarin spanningen tussen verschillende culturen centraal staat. Veel van deze argumenten, op de migrantenthematiek na, worden enkel in de rights guides ingezet en niet in de prospectus.

Bij Blom geeft zijn achtergrond hem meer autoriteit om te schrijven over de jeugd van Rembrandt:

As the author of two big books on Rembrandt and a number of small ones, I nonetheless find myself wishing to be able to delve more deeply into various aspects of his work and life. [...]’Because the documentary evidence is so sparse, it takes intimate familiarity with the Leiden surroundings, a good historical imagination and a certain literary daring to do justice to this important theme. So I was delighted to hear that Onno Blom, who is richly endowed with all three prerequisites, is taking the job. I am looking forward eagerly to a book that will evoke Rembrandt’s beginnings in full color.’ - Gary D. Schwartz, auteur van *Rembrandt’s Universe*. ‘I know Blom to be an ambitious researcher and a gifted writer. His way with words, his experience as a biographer and his understanding of art and the city of Leiden make him the ideal candidate to write the biography of the young Rembrandt. [...]

Zijn kennis van de stad Leiden en de jeugd van Rembrandt die zich in deze stad heeft afgespeeld wordt extra geaccentueerd door ‘Leiden’ in de titel van het werk te vermelden in de rights guides. Het woord ‘Leiden’ maakt geen deel uit van de oorspronkelijke titel van het werk, maar het vermelden hiervan in de rights guide zorgt ervoor dat de titel binnen het Nederlandse frame geplaatst wordt. Dit frame wordt verder ingevuld door expliciet te benoemen dat het boek verhaalt over de Gouden Eeuw: ‘Young Rembrandt is a hugely entertaining read for a wide international readership - not for only scholars and experts, although we hope they'll find a few surprises, but for anyone with an interest in the life of that young, immensely talented Leiden artist at the start of the tempestuous Golden Age’. In de prospectus wordt de Gouden Eeuw niet zo expliciet benoemd, wat aangeeft dat het Nederlandse frame in de rights guides meer geaccentueerd wordt dan in de prospectus.

Andere invullingen van het Nederlandse frame zijn de Nederlandse schrijfstijl (o.a. Claus, Deen, Terrin), de Nederlandse landschappen (o.a. Reve, Campert, Van den Boogaard, Cremer), de Nederlandse rol bij historische gebeurtenissen als de Tweede Wereldoorlog (o.a. Mooij, Hoogendijk) en de kolonisatie (Peeters) en bekende Nederlandse bedrijven en personen, bijvoorbeeld Shell (Buwalda). De boeken waarvan verteld wordt dat ze zich afspelen in Amsterdam worden bijna altijd gekoppeld aan de gedoogcultuur. Zo wordt bij Van den Boogaard verteld over een rebellerende dochter, het verhaal van Cremer gaat ook over een ‘painter-rebel’ en bij Campert gaat het om het vieren van de vrije liefde en wordt er Marihuana gerookt. In het geval van Reve, waar Amsterdam enkel in de rights guides benoemd wordt en niet in de prospectus, wordt vermeld dat hij de ‘first openly gay writer’ is.

Vaak wordt het imago van Amsterdam en de Nederlandse gedoogcultuur gekoppeld aan de typisch Nederlandse schrijfstijl van de auteur (Mooij, Cremer 2x, Campert), de Nederlandse calvinistische cultuur wordt eveneens gekoppeld aan de typisch Nederlandse schrijfstijl (Withuis) en de Nederlandse rol bij historische gebeurtenissen wordt eveneens gekoppeld aan de typisch Nederlandse schrijfstijl van een auteur (koloniaal verleden en de sobere stijl van Claus, Reve en Peeters).⁸⁶

Een opvallend patroon is dat De Bezige Bij bij bijna alle titels een koppeling maakt tussen aspecten uit het kosmopolitische en Nederlandse frame. Van de titels die thematisch verwant zijn aan het typisch Nederlandse frame wordt bij de volgende titels een koppeling gemaakt met het kosmopolitische frame. De gedoogcultuur komt aan bod bij Heerma van Voss, hierin wordt besproken dat oma erover nadenkt om haar leven te beëindigen, dit wordt

⁸⁶ Zie tabel 4 en 5 voor de opmerkingen over de schrijfstijlen in de brochures.

gekoppeld aan een internationaal gezagsargument ‘in its style we might discover traces of writers like Nabokov’. Borrel bespreekt intimiteit en seksualiteit, maar op een filosofische manier (Europese stijl). Cremer zijn verhaal wordt vergeleken met Odysseus en gaat over Amsterdam en de rebellerende cultuur. *The Evil Inside Us* van Hartman is geïnspireerd op de Nederlandse Bonnie en Clyde, maar wordt vergeleken met ‘A hard thriller from the Dutch Karin Slaughter.’ Van Veelen verhaalt over Alexander de Grote met een filosofische beschouwing. Hetzelfde geldt voor Devisch, maar dan over empathie. Bij Reve wordt de interpretatie ook kosmpolitisch gestuurd door Herman Koch, auteur met internationale allure, te laten verwijzen naar klassiekers: ‘Every bit as much of a classic as *On the Road* and *The Catcher in the Eye*.’ ‘Worthy to stand with Beckett or Camus – *The Economist*. Terwijl *The Fall of the Boslowitz Family* verteld wordt vanuit het perspectief van een kind gedurende de Duitse bezetting van Amsterdam gedurende de Tweede Wereldoorlog. Kamphuis verhaalt ook vanuit de tolerantiecultuur, maar op filosofische (Europese wijze): ‘A playful philosophy for a better relationship with yourself, your fellow humans and the world.’ Buwalda vertelt het verhaal van de jonge Shell-employé Ludwig Smit, waarin seksualiteit en ambitie voorbijkomen. Deze thematische verwijzing naar de Nederlandse cultuur (Shell), en het open spreken over seksualiteit, wordt gecombineerd met de volgende gezagsargumenten: ‘A new writer as toe-curling as early Roth, as roomy as Franzen and as caustic as Houellebecq.’ Dit geldt ook voor Onno Blom die vertelt over de jonge jaren van Rembrandt in Leiden, dit zou voor de lezers van Simons Schama’s *Rembrandt’s Eyes* and Walter Isaacson’s *Leonardo Da Vinci* zijn. Wieringa’s *The Blessed Rita* worden voorgesteld als passend binnen zowel het typisch Nederlandse als het kosmopolitische frame: ‘‘The masterly *The Blessed Rita* is at once both The Great Twente Novel and completely European. [...] It tells the story of a shrinking life in a shrinking region—but Wieringa’s version of that familiar story feels like the ultimate one.’ ***** *NRC Handelsblad*. De argumentatie bevat bij sommige titels kenmerken van allebei de frames. Zo wordt bij Hertmans niet alleen zijn verbeeldingskracht (kosmopolitisch frame), maar ook zijn uitgekend gecomponeerde stijl (Nederlands frame) benoemd.

Er zijn ook titels waarbij een kosmopolitisch thema gekoppeld wordt aan het Nederlandse frame. Zo bespreekt Scheffer het vraagstuk hoe omgegaan moet worden met grenzen vanuit zijn interculturele achtergrond en wordt het werk gelijk als klassieker neergezet: ‘‘*Immigrant Nations* has immediately proved itself a standard work.’ – *Die Welt*.’ Het boek van Verhelst snijdt het universele thema van het verzet van de mens tegen betekenisloosheid en verdriet aan, maar met een typisch Nederlandse rauwe/ sobere schrijfstijl. Claus behandelt het koloniale verleden waarin hij volgens de uitgever een

uitblikkende realistische stijl heeft. Ook Peeters behandelt het koloniale verleden vanuit een typisch Nederlandse stijl, zo meldt *Het Nieuwsblad*: ‘This novel is further proof that Peeters is one of our most sophisticated authors.’ Withuis geeft de lezers een perspectief van de Koude Oorlog van binnenuit, met een Nederland tintje: ze analyseert namelijk de situatie met een chirurgische precisie. Tot slot zijn er een aantal boeken die gaan over terrorisme, waaronder die van Hertmans, die schrijft vanuit een roep om meer empathie van alle kanten. Het Nederlandse motto van eenheid in verscheidenheid komt hierin terug. Ook Van de Laar bestudeert operaties van internationaal bekende figuren als Louis XIV, John F. Kennedy, Lenin, Bob Marley waarbij zij de harde realiteit verzacht met een gezonde dosis humor. Ook Johan de Boose neemt de lezer mee door de meest dramatische gebeurtenissen van de Europese geschiedenis, maar met een ironische noot. Tot slot behandelt Terrin de rol van de vrouw, en de keuze voor moederschap, in de maatschappij met zekere precisie, zoals passend binnen de Nederlandse stijl. Opvallend is dat veel boeken waarbij er een koppeling wordt gemaakt geschreven zijn door Vlamingen (Verhelst, Peeters, De Boose, Terrin). Wellicht dat dit een unieke troef van voor de Nederlandstalige Vlaamse literatuur.

5.4 Tussenconclusie: heeft de internationale marketing effect gehad?

In deze paragraaf wordt er gekeken of er een correlatie is tussen het benoemen van internationaal aantrekkelijke elementen en de verkoop van de rechten aan het buitenland. Bijlage 2 bevat tabel 8, waarin de verkochte vertaalrechten van de titel/auteur zijn vermeld.

Uit deze gegevens valt op te maken dat er 20 van de 42 titels, 50%, verkocht zijn aan het buitenland. Daarbij zijn er nog eens 10 auteurs waarvan de titel nu niet verkocht is, maar waarvan wel eerder al een keer werken verkocht zijn. Een opvallend gegeven is dat Gescinska haar werk eerder vertaald is in het Pools. Hierin zie ik een ondersteuning voor de gedachte dat uitgeverijen nieuwe literaire doelsystemen kunnen aanboren via de interculturele identiteit van auteurs, dit zou verder onderzocht kunnen worden. Gescinska is namelijk een Pools-Belgische filosofe, een interculturele identiteit wat niet aan bod kwam in de prospectussen en de rights guides rondom haar titel uit 2018.

Opvallend hierin is dat van de 20 verkochte titels er maar 4 enkel binnen het kosmopolitische frame passen. De overige 16 titels passen zowel binnen het kosmopolitisch als het Nederlandse frame. Hierdoor lijkt de combinatie van frames succesvol te zijn voor de verkoop van Nederlandse titels. Er zijn twee titels, van Campert en Reve, die expliciet alleen naar Nederland verwijzen door de Nederlandse betrokkenheid bij de Tweede Wereldoorlog, Amsterdam en de gedoogcultuur te benoemen, waarbij bij Campert verwezen wordt naar het

seks, drugs en rock-'n-roll imago van Amsterdam. Bij beide romans wordt de klassieke status en de typisch Nederlandse schrijfstijl (subtiel en ironisch) benoemd. De klassieke schrijfstijl wordt door De Bezige Bij dus ook bij Nederlandse werken benoemd, in tegenstelling tot De Arbeiderspers. Opvallend blijft wel dat van de 20 verkochte titels er 6 door een Vlaming geschreven zijn (Van Reybrouck, Van de Laar, Hertmans, Vanistendael, Peeters, De Boose).

Bij 50% van de verkochte titels gaat het om auteurs die op een originele manier over een internationaal aantrekkelijk thema kunnen schrijven door hun Nederlandse achtergrond: de typisch Nederlandse schrijfstijl (realistisch, ironisch, sober, precies) of de Nederlandse cultuur. Bij deze titels wordt een kosmopolitisch thema door deze twee aspecten origineel gebracht. Zo schrijft Van Reybrouck over de democratie met een sobere schrijfstijl, Van de Laar beschrijft de operaties van bekende (historische) figuren op realistische en komische wijze, Deen beschrijft de Europese wegen met een gedetailleerde stijl, Peeters (een van de meest verfijnde auteurs volgens Het Nieuwsblad) het koloniale verleden, De Boose maakt gebruik van ironie bij zijn beschrijving van de meest dramatische gebeurtenissen in Europa, Terpstra schrijft een thriller met een groot realistisch gehalte en Hertmans is in staat om over terrorisme te schrijven, terwijl hij een pleidooi voor meer empathie voert. Scheffer voert eenzelfde pleidooi terwijl hij het vraagstuk van open grenzen bespreekt. Beide auteurs lenen zich er goed voor om over deze onderwerpen te schrijven, omdat ze afkomstig zijn uit een land waarvan de tolerante cultuur bekend is wereldwijd.

Er zijn ook 3 titels met een thema passend binnen het Nederlandse frame waarbij er een kosmopolitisch argument wordt gegeven. Zo wordt bij Hertmans zijn indrukwekkende verbeeldingskracht en interculturele identiteit benoemd. Blom, schrijvend over Rembrandt en Leiden, wordt vergeleken met Simon Schama (UK), Richard Holmes (UK) en Walter Isaacson (VS). Buwalda schrijft over een Shell medewerker en seksualiteit, waarbij zijn stijl 'as toe-curling as early Roth, as roomy as Franzen and as caustic as Houellebecq' is.

Bij het bestuderen van de verkochte titels valt dus op dat de door Heilbron & Van Es vastgestelde frame terug te zien zijn. De combinatie van frames lijkt hier succesvol te zijn. Bij typisch Nederlandse thema's wordt er een kosmopolitisch argument gegeven en bij typisch kosmopolitische thema's wordt hun achtergrond ingezet als onderscheidend. Bij 80% van de verkochte titels is er sprake van een combinatie van frames.

Er zijn 7 non-fictietitels verkocht en 13 fictietitels. In totaal heeft De Bezige Bij 17 non-fictietitels aangeboden aan het buitenland, hiervan is 41 % verkocht. Er werden 25 fictietitels aangeboden aan het buitenland, hiervan is 52% verkocht. Dit betekent dat De Bezige Bij, ondanks de ambitie om meer op non-fictie te gaan focussen, voor alsnog het

meeste fictie verkoopt.

Duitsland is als doelsysteem de grootste afnemer van de Nederlandse literatuur op basis van deze gegevens (24 van de 42 auteurs zijn in het Duits gepubliceerd met deze rights guides titels of andere titels van de auteur). Verder verkoopt De Bezige Bij op basis van deze gegevens het meeste aan Engeland (17), Spanje (15), Italië (14), Frankrijk (13), de balkan (13), Denemarken (12), Zweden (11), voor de overige landen/talen geldt dat er minder dan 10 auteurs naar vertaald worden.

Er is een verband te zien tussen auteurs die in dominante taalgebieden vertaald zijn, zoals Van Reybrouck, Hertmans, Wieringa, en de vertalingen hiervan in de perifere gebieden. Hierbij zijn er ook uitzonderingen die laten zien dat een vertaling in het dominante taalgebied niet altijd leidt tot meer vertalingen in het perifere taalgebied, en andersom. Een uitzondering is bijvoorbeeld De Moor, wel vertaald in Engels, Duits en Frans, maar geen andere perifere vertalingen. Tot slot zie ik empirisch een link tussen de Balkan-landen als doelsysteem en de discursieve strategie die werd ingezet bij de door de Balkan aangekochte boeken. Bij de discursieve beeldvorming werd in deze boeken ingezet op het spannende plot (Van Reybrouck, Hertmans, Wieringa, De Moor, Buwalda, Peeters, Reve, Claus, Terrin, Van den Boogaard, Verhelst). De onheilspellende werking wordt net als bij De Arbeiderspersboeken benadrukt: een samenleving dat lijdt aan anorexia (Reybrouck), terrorisme (Hertmans), een Russische piloot die uit de Sovjet Unie ontsnapt (Wieringa), onduidelijkheid rondom (zelf)moord (De Moor), het tenenkrommende karakter van Buwalda's schrijven, de verre van onschuldige dingen die het kind in het verhaal van Reve te zien krijgt, het ijzingwekkende sprookje van Claus en het donkere karakter van de roman van Verhelst. Bij veel van deze boeken (62%) wordt in de presentatie ook weer de typisch Nederlandse schrijfstijl benadrukt.

Hoofdstuk 6: Analyse - Van bronsysteem naar doelsysteem

Binnen de vorige analysehoofdstukken is al besproken hoe de geïmporteerde literatuur gepresenteerd wordt aan de binnenlandse markt en de Nederlandse literatuur aan de buitenlandse markt in Londen en Frankfurt. Bij beide situaties gaat het om het in de markt zetten van literatuur in een doelsysteem. In deze paragrafen volgt een derde vergelijking tussen twee eerder besproken situaties. Ik vergelijk hier namelijk de manier waarop de buitenlandse titels in Nederland in de markt worden gezet met de manier waarop Nederlandse titels in het buitenland in de markt worden gezet. Omdat deze vergelijking gebaseerd is op eerder besproken resultaten heeft deze vergelijking tevens een concluderend karakter, waarbij gereflecteerd wordt op de verhouding tussen het bronsysteem en het doelsysteem van de literatuur.

6.1 Nederlandse titels in Londen en Frankfurt

Volgens Heilbron & Van Es zal een Nederlandse titel vanwege de onbekendheid van de literatuur uit het perifere Nederlandse taalgebied gepresenteerd worden met nadruk op de 'special quality' van de literatuur. Bij het benadrukken van de kwaliteit van deze Nederlandse literatuur wordt voornamelijk de nadruk gelegd op wat Heilbron & Van Es het 'kosmopolitische' karakter noemen. Van auteurs wordt gezegd dat ze een Europese schrijfstijl hebben; vanuit de Nederlandse cultuur (voornamelijk de gedoogcultuur) worden door de auteurs relevante dingen gezegd over actuele thema's, zoals migratie en terrorisme.

De manier waarop De Arbeiderspers en de Bezige Bij hun titels in het buitenland in de markt zetten, geeft een bewustzijn aan dat Nederlandse auteurs de wereldliteratuur iets speciaals te bieden hebben. Ook al putten ze qua universele thematiek uit dezelfde vijver als andere Europese auteurs, de Nederlandse gedoogcultuur, gekenmerkt door openheid, biedt de Nederlandse auteurs handvatten om over universele ethische vraagstukken te spreken. De thema's die deze schrijvers behandelen zijn bij uitstek internationaal, zoals blijkt uit het aandeel argumenten die gaan over de universele/internationale thematiek (zie figuur 12 + 25), wat hun werk geschikt maakt om gepubliceerd te worden in de mondiale lingua franca, het Engels. Onze auteurs kunnen door hun culturele achtergrond op een andere manier over deze thematiek schrijven dan andere internationale/lokale auteurs, waardoor ze in het literaire vacuüm van bepaalde doelsystemen kunnen springen. De nationale identiteit blijkt deze schrijvers dus niet in de weg te zitten, het helpt juist om over de internationale thematiek te schrijven. Binnen de theorie van Even-Zohar zou de Nederlandse literatuur daarmee kunnen

doordringen tot een doelsysteem, omdat er zich binnen het doelsysteem een ‘literary vacuum’ bevindt (c), dit is dus de manier waarop Nederlandse auteurs omgaan met bepaalde thema’s als immigratie of levensbeëindiging, ofwel thematische aspecten die toebehoren aan het Nederlandse frame. Nederlandse auteurs hebben nog een andere kwaliteit wat hen kan onderscheiden van internationale auteurs.

Wilterdink suggereert namelijk, aan de hand van enkele internationale krantenstukken, ook nog een andere culturele verklaring voor de toegenomen waardering voor de Nederlandse literatuur. Deze verklaring zou volgens hem in de kenmerken van de literatuur zelf liggen, in combinatie met veranderingen in de literaire smaak binnen de wereldliteratuur. De Nederlandse verhalende, realistische traditie, wars van vormexperimenten en filosofische bespiegelingen, zou beantwoorden aan deze recente internationale herwaardering van dit type literatuur.⁸⁷ Daarmee zouden de Nederlandse auteurs profijt kunnen hebben van, zoals Even-Zohar zou zeggen, een ‘turning point’ (c) binnen de internationale waardering van literatuur. Aangezien deze manier van literatuur bedrijven in opkomst is zou het buitenland onze Nederlandse auteurs kunnen importeren om deze specialisatie op te bouwen (a).

Het is daarom jammer dat De Arbeiderspers in de rights guides minder focust op de schrijfstijl van haar auteurs. Er zijn, zoals gezegd, meerdere auteurs die ofwel aansluiting vinden bij deze typisch Nederlandse schrijfstijl, of de Europese schrijfstijl. Ook die Europese schrijfstijl, die tegengesteld lijkt aan de Nederlandse schrijfstijl vanwege zijn complexiteit, metafictionele karakter en filosofische diepgang, wordt nog steeds internationaal geprezen.⁸⁸ De Arbeiderspers had dus op twee paarden kunnen wedden, maar laat kansen die wel in de binnenlandse prospectus worden benut in de rights guides liggen. De Bezige Bij wedt daarentegen meer op twee paarden door de auteurs zo te presenteren dat ze zowel binnen de Europese/kosmopolitische als de Nederlandse traditie passen.

6.2 Buitenlandse titels in Nederland

Uit de manier waarop De Arbeiderspers en De Bezige Bij hun geïmporteerde titels in de markt zetten, lijkt een bewustzijn te spreken van de perifere positie van de Nederlandse literatuur in de wereld. Er wordt meer autoriteit toegedicht aan buitenlandse auteurs door te stellen dat hun rugzak groter is, groter dan die van de Nederlandse auteurs, waardoor zij op een zinnvollere manier iets kunnen zeggen over de wereld waarin wij leven. Deze rugzak is gevuld met argumenten over de interculturele identiteit van de auteurs, de klassieke status en

⁸⁷ Wilterdink, 68.

⁸⁸ Ibidem.

de gewonnen belangrijke prijzen. Bij de Nederlandse auteurs, zoals we gezien hebben bij de presentatie van deze titels in de rights guides, worden wel elementen uitgelicht die de auteur uniek maken, zoals schrijfstijl of culturele achtergrond, maar hierbij worden minder argumenten (bijvoorbeeld klassieke status) toegevoegd die de auteurs meer autoriteit geven om over een onderwerp te schrijven.

Het door de uitgeverijen accentueren van elementen van de Nederlandse schrijfstijl bij buitenlandse auteurs kan erop duiden dat de uitgeverijen de waarde hiervan ophangen aan het gebruik ervan door de buitenlandse auteurs. De gedachte lijkt immers: hoe de internationaal grote auteurs schrijven, dat is goed. Hiermee ondermijnen de uitgeverijen het unieke karakter van de Nederlandse auteurs, wat wellicht tevens invloed heeft op de slechte positie van de Nederlandse auteurs in de Nederlandse bestsellerlijsten. Een gedachte die alleen hard gemaakt kan worden met verder onderzoek. Het feit dat er door De Bezige Bij bij de geïmporteerde titels die kenmerken van de Nederlandse schrijfstijl bevatten ook quotes van internationale pers worden aangehaald, kan erop duiden dat de internationale auteurs kenmerken van de Nederlandse literatuur zijn gaan overnemen nadat onze literatuur vanwege het vacuüm (a) door deze doelsystemen geïmporteerd is. Vooral nog lijkt het erop dat het importeren door de Nederlandse uitgeverijen een gevolg is van de perifere positie van de Nederlandse literatuur binnen de wereldliteratuur. Hierin vinden we bevestiging van het idee van Even-Zohar dat men importeert omdat een literatuur zwak is (b).

6.3 Imagologische interpretatie

Binnen de Republiek werden ‘vreemdelingen’ van oudsher al beoordeeld op hun nut. Men was binnen de Republiek tolerant tegenover immigranten die konden bijdragen aan de groei en bloei en in latere eeuwen is daar niet veel aan veranderd.⁸⁹ Dat zien we eveneens terug in de presentatie van de geïmporteerde literatuur. Buitenlandse auteurs worden neergezet als personen die iets vernieuwends te zeggen hebben over onze samenleving en ons wakker moeten schudden. Het overtuigen dat de buitenlandse auteur iets zinvol te zeggen heeft over de wereld waarin wij leven gebeurt vaak aan de hand van Nederlandse literaire autoriteiten: auteurs, jury’s en critici.

De manieren waarop de buitenlandse auteurs in Nederland in de markt worden gezet, zijn interessant wanneer we ze bezien vanuit een imagologische blik. De manier waarop de buitenlandse auteur namelijk naar voren geschoven wordt, lijkt een uiting te zijn van de

⁸⁹ Pleij, 73.

Nederlandse bescheidenheid.⁹⁰ Deze bescheidenheid wordt als typisch voor de Nederlandse cultuur voorgesteld door studies naar beeldvorming.⁹¹ Het naar voren schuiven van buitenlandse auteurs om iets te zeggen over onze samenleving past binnen het Nederlandse (zelf)beeld van realisme.⁹² De Nederlandse auteurs dienen niet aan al te grote vergezichten te doen, maar aan ‘miniatuurrealisme’.⁹³ In Nederland is men het gewoon om te erkennen dat onze eigen vermogens beperkt zijn. We worden gestimuleerd om alle mogelijke standpunten te beproeven en te respecteren. Deze gewoonte is een voortvloeiende van het gedachtegoed van Erasmus, dat veel waardering kreeg in de Lage Landen: ‘van het delven van onderspit leert men meer dan van gelijk krijgen’.⁹⁴

Waar Nederlandse auteurs niet aan al te grote vergezichten zouden moeten doen, wordt van de vertaalde literatuur in Nederland juist de verbeeldingskracht en de lef/eigenzinnigheid waarmee over bepaalde onderwerpen, zoals immigratie, geschreven wordt geprezen. Een uitzondering hierop is Van Reybrouck (BB). Hij is de enige Nederlandse auteur die zich wel direct uitspreekt over de status van onze democratie. De Bezige Bij ondersteunt hierbij deze tendens door aan te geven dat zijn werk ‘fel besproken’ is.

⁹⁰ Van der Horst, 44-45.

⁹¹ Zie o.a. Van der Horst, Pleij.

⁹² Pleij, 203.

⁹³ ‘Erg he,’ De Groene Amsterdammer, 13 juli 2016, <https://www.groene.nl/artikel/erg-he>.

⁹⁴ Pleij, 203.

Hoofdstuk 7: Conclusie - Bijdragen aan de constructie van de Nederlandse literaire identiteit

In dit onderzoek is gepoogd om een eerste aanzet te geven voor onderzoek naar de relatie tussen de manier waarop Nederlandse uitgeverijen literatuur in de markt zetten en de heersende (meta)beelden van Nederland en de Nederlandse literatuur. Dit onderzoek is begonnen vanuit de overtuiging dat het importgedrag en exportgedrag van uitgeverijen, de internationale verspreiding van literatuur, iets zegt over hoe de uitgeverij de eigen literatuur ziet en vanuit daar verder construeert, en dus de Nederlandse literaire identiteit mede vormgeeft. De binnenlandse en buitenlandse brochures zijn geanalyseerd middels de volgende hoofdvraag: ‘In hoeverre verhouden De Arbeiderspers en De Bezige Bij zich in hun import- en exportgedrag tot ideeën over de Nederlandse (literaire) identiteit bij het construeren van hun eigen identiteit?’

Om antwoord te geven op deze vraag is er gekeken naar aspecten die literatuur enerzijds internationaal aantrekkelijk maken en anderzijds de Nederlandse literatuur een onderscheidend karakter kunnen geven. Hiervoor is de beeldvorming aan de hand van drie perspectieven in kaart gebracht: 1) het onderscheid van auteursmarketing en titelmarketing, 2) de indeling van argumenten die het (internationale) succes van een titel kunnen vergroten en 3) de vaststelling in hoeverre er bij deze aspecten een verband gelegd wordt met kenmerken van de Nederlandse cultuur en samenleving (Nederlandse frame) of dat er iets internationaals geprobeerd wordt uit te drukken (kosmopolitische frame). Om te kijken of deze perspectieven andere resultaten tonen bij export en import van literatuur zijn er drie vergelijkingen op het casusmateriaal toegepast.

Bij het vergelijken van de manier waarop de Nederlandse boeken in Nederland gepresenteerd worden en de manier waarop geïmporteerde boeken hier gepresenteerd worden, bleek dat er bij het in de markt zetten van de Nederlandse boeken door beide uitgeverijen meer aan titelmarketing wordt gedaan dan aan auteursmarketing. De Bezige Bij maakt hierbij wel meer gebruik van auteursmarketing dan De Arbeiderspers. Wanneer we de presentatie van de geïmporteerde boeken vergelijken met de presentatie van de Nederlandse titels in Nederland, dan valt op dat er bij de geïmporteerde titels relatief meer aan auteursmarketing gedaan wordt dan bij de Nederlandse titels.

De focus op titelmarketing bij Nederlandse boeken en auteursmarketing bij geïmporteerde boeken is duidelijk terug te zien in de manier waarop het argument ‘klassieker’ gebruikt wordt. Een groot verschil in presentatie is dat het argument van de klassieker bij

geïmporteerde literatuur over het algemeen niet gekoppeld wordt aan het succes van een specifieke titel, maar aan de status van de auteur. Wanneer het klassiekersargument daarentegen wordt ingezet bij de Nederlandse boeken, dan heeft dit betrekking op de verworven status van het boek.

Het presenteren van de Nederlandse boeken aan de Nederlandse markt gebeurt door zowel gebruik te maken van het Nederlandse frame als het kosmopolitische frame. Allebei de frames worden hiertoe evenveel ingezet wat betekent dat de Nederlandse boeken als uniek Nederlands en als internationaal gepresenteerd worden. Bij het presenteren van de geïmporteerde titels wordt er daarentegen meer gebruik gemaakt van het kosmopolitische frame om de titels in de markt te zetten. Deze titels worden dus voorgesteld als internationaal. Bij het vergelijken van de manier waarop de Nederlandse boeken in Nederland gepresenteerd worden en de manier waarop deze boeken aan het buitenland gepresenteerd worden bleek dat beide uitgeverijen de presentatie van de Nederlandse titels aan de buitenlandse markt op een andere manier aanpakken. De Arbeiderspers behoudt de focus op titelmarketing die zij al handhaafde bij het presenteren van deze titels aan de Nederlandse markt. De Bezige Bij gaat bij het aanspreken van de buitenlandse markt naast titelmarketing nog meer gebruik maken van auteursmarketing (een toename van 18%).

De Bezige Bij past de argumentatie die zij handhaaft om titels in de markt te zetten niet veel aan als zij deze titels meeneemt naar het buitenland. De Arbeiderspers focust zich bij het aanspreken van de buitenlandse markt minder op de auteursfiguur, wat bijvoorbeeld te zien is aan de afname van het gebruik van het argument 'schrijfstijl'. Bij het bestuderen van de algemene gegevens rondom de marketing valt op dat er voornamelijk een beroep wordt gedaan op institutionele zaken, zoals verkoopcijfers, prijzen en quotes van critici, om de Nederlandse boeken aan het buitenland te verkopen. Hiermee komen de uitgeverijen tegemoet aan de voorwaarde die Heilbron en Van Es schetsen: auteurs die een transfer van de periferie naar het centrum kunnen ondergaan, moeten eerst succes hebben gekend in hun eigen nationale literaire veld. Dit succes kan in navolging van Bourdieu (1993) betrekking hebben op zowel economisch (bv. verkoopaantallen) als symbolisch kapitaal (bv. positieve recensies van toonaangevende critici).⁹⁵ Daarbij valt in thematisch opzicht op dat veel van de Nederlandse titels die aan het buitenland worden aangeboden of typisch Nederlands zijn en het heterobeeld dat van Nederland/Amsterdam heerst bevestigen (rebellie in Amsterdam, seks, drugs et cetera), of juist een universele/internationale thematiek aankaarten.

⁹⁵ Heilbron & Van Es, 300.

De meeste titelpresentaties passen binnen het kosmopolitische frame, terwijl het gebruik van het Nederlandse en kosmopolitische frame bij de presentaties in de prospectussen ongeveer gelijk was. Dit betekent dat de uitgeverijen meer gebruik gaan maken van het kosmopolitische frame wanneer zij hun boeken aan het buitenland presenteren. Dit frame wordt overwegend ingevuld door internationale gezagsargumenten en kosmopolitische onderwerpen, bijvoorbeeld migratie.

Om te achterhalen of de uitgeverijen hun presentaties aanpassen wanneer zij te maken hebben met een vreemde markt, is de manier waarop de geïmporteerde titels in Nederland in de markt worden gezet vergeleken met de manier waarop de Nederlandse titels in het buitenland in de markt worden gezet. Wanneer we kijken naar de ingezette marketingstrategieën, dan heeft De Arbeiderspers meer een andere benadering voor de verschillende markten dan De Bezige Bij. De Arbeiderspers doet bij de export van haar titels meer aan titelmarketing en bij het presenteren van de geïmporteerde titels meer aan auteursmarketing. Hier is dus sprake van een discrepantie tussen de manier waarop de buitenlandse titels in Nederland in de markt worden gezet en de manier waarop Nederlandse titels in het buitenland in de markt worden gezet. Bij de Bezige Bij liggen de benaderingswijzen dicht bij elkaar, omdat de Bezige Bij bij het exporteren van haar titels al meer aan auteursmarketing deed dan De Arbeiderspers.

Waar de argumenten die ingezet worden bij de export van Nederlandse literatuur zich meer richtten op de internationaal aantrekkelijke thematiek van de titel, daar richten de argumenten rond de import zich meer op het toeschrijven van autoriteit aan de auteur. Dit wordt gedaan door de klassieke status te betrekken op de auteursfiguur, de interculturele identiteit van de auteurs te benoemen en (nominaties van) grote prijzen te benoemen.

Bij het aanspreken van een vreemde markt wordt overwegend gebruik gemaakt van het kosmopolitische frame. Dit geeft aan dat de uitgeverijen iets internationaals met hun fonds willen uitstralen.

Volgens Heilbron & Van Es zou bij grotere, commerciële uitgeverijen bij het presenteren van hun titels meer nadruk gelegd worden op de toegankelijkheid en het economische succes dat de titel heeft gehad en bij kleinere, literaire uitgeverijen zal meer nadruk gelegd worden op de stijl; de literaire en culturele waarde van een titel. Binnen deze indeling zit De Arbeiderspers hier precies tussenin. De Arbeiderspers legt bij het presenteren van haar titels veel nadruk op de toegankelijkheid en het commerciële succes van haar titels, maar neemt wel poëzie mee naar de beurzen wat de culturele, symbolische waarde van het gehele fonds ondersteunt. De Bezige Bij neemt daarentegen geen poëzie mee naar de beurzen en valt daarmee meer onder

de categorie van ‘grotere, commerciële uitgeverijen’ dan De Arbeiderspers. Een opvallend gegeven binnen dit licht is dat beide uitgeverijen in hun brochures naar elkaar verwijzen. Zo geeft De Arbeiderspers aan dat het debuut van Kézér ‘in de sfeer en stijl van *Bonita Avenue*’ is, een boek dat behoort tot het fonds van De Bezige Bij. Bij het boek van Van den Boogaard geeft De Bezige Bij op haar beurt weer aan dat het een ‘moderne *Buddenbrooks*’ is, een titel verschenen bij De Arbeiderspers. Beide titels waarnaar verwezen wordt (*Bonita Avenue* en *De Buddenbrooks*) zijn oudere titels die in 2018 opnieuw door beide uitgeverijen op de markt zijn gebracht.

Uit de analyse is gebleken dat de uitgeverijen bij het in de markt zetten van import- en exportproducten overwegend gebruik maken van argumenten die passen binnen het internationale (kosmopolitische) frame. Met de alomtegenwoordigheid van de mondiale literatuur proberen deze uitgeverijen dus iets internationaal uit te drukken. De theorie binnen de vertaalwetenschap laat zien dat er aan de Nederlandse literatuur bepaalde kwaliteiten toegedicht kunnen worden die deze een onderscheidend karakter geven, te denken aan de Nederlandse thematiek en schrijfstijl. Uit de analyse blijkt dat deze onderscheidende aspecten meermaals niet genoemd worden, omdat er meer nadruk gelegd wordt op het kosmopolitische karakter van de titels.

Wanneer titels wel expliciet binnen het Nederlandse frame worden geplaatst, en er dus ingezet wordt op het onderscheidende karakter door het Nederlands zijn te benadrukken, dan wordt er vaak ingespeeld op de hetero-images. Dit is voornamelijk het geval bij Amsterdam. Wanneer deze stad genoemd wordt, dan is er vrijwel altijd sprake van een referentie naar de gedoogcultuur (bijvoorbeeld door te spreken van rebellie; seks en drugs). De presentatie van de Nederlandse literatuur als typisch Nederlands bevestigt hier dus waar Parks voor vreesde: het eindeloos bevestigen van stereotypen. Het geeft ook aan dat de uitgeverijen in hun presentatie van de Nederlandse literatuur ofwel rekening houden met de wijze waarop de literatuur elders gerecipiëerd wordt, of dat de interpretatie van de Nederlandse titels in het buitenland op directe wijze gestuurd wordt door datgeen de uitgeverij erover zegt. Dit ondersteunt het patroon dat Leerssen benoemt: het verspreiden van bepaalde self-images, zodat deze images in het buitenland als hetero-images worden aangenomen, en hetero-images incorporeren in self-images. Leerssen vermeldt hierbij het volgende: ‘There is reason to suspect that the direction of these processes is determined at least in part by power relations.’⁹⁶ De perifere positie van de Nederlandse literatuur, en de door Wilterdink

⁹⁶ Leerssen, 343.

benoemde bescheidenheid tegenover dominante landen, zorgt er hier voor dat het door de uitgeverijen uitgedragen Nederlandse zelfbeeld inderdaad berust op de hetero-images die in het buitenland circuleren over Nederland.

Wilterdink beschrijft dat een gevoel van minderwaardigheid tegenover grotere en machtigere naties, bijvoorbeeld het literaire centrum, zou zorgen voor een angst om achter te blijven en dit zou leiden tot 'te veel meegaandheid ten opzichte van buitenlandse intellectuele modes'.⁹⁷ Dit verklaart het import- en exportgedrag van de uitgeverijen. De uitgeverijen zetten bij het exporteren van literatuur meer in op het kosmopolitische frame in de hoop zo mee te komen met de internationale mode en bij de import van materiaal wordt datgene wat eigen is aan de Nederlandse literatuur, namelijk de Nederlandse schrijfstijl, ook toegeschreven aan buitenlandse auteurs waardoor het niet meer als een Nederlandse troef overkomt, maar als een internationaal element. Door op deze manier de focus op het internationale te leggen ondermijnen de uitgeverijen het unieke karakter van de Nederlandse literatuur.

Vooralsnog lijkt het er dus op dat het importeren een gevolg is van de perifere positie van de Nederlandse literatuur binnen de wereldliteratuur. Hierin vinden we bevestiging van het idee van Even-Zohar dat men importeert omdat een literatuur zwak is (b). Uit de analyse van de verkochte rechten van de gepresenteerde Nederlandse literatuur aan het buitenland bleek dat er opvallend veel titels verkocht zijn die op een bepaalde manier verwant zijn aan het Nederlandse frame. Dit ondersteunt de hypothese dat landen de Nederlandse literatuur importeren vanwege 'turning points' of 'literary vacuums'(c). Een nader te onderzoeken, en wellicht te overtrokken, gedachte is dat internationale auteurs al aspecten van de Nederlandse schrijfstijl hebben overgenomen, nadat de Nederlandse literatuur vanwege deze vacuüms geïmporteerd is door deze doelsystemen. Niet alleen de Nederlandse pers refereert immers aan de Nederlandse schrijfstijl bij internationale auteurs, maar ook internationale pers.

Belangrijk is dat uitgeverijen blijven inzetten op de Nederlandse troeven. De verkochte rechten laten immers zien dat inzet van het Nederlandse frame, of een combinatie van de frames, loont. Waar de uitgeverijen nu grotendeels proberen mee te gaan met de internationaliseringsmode door in te zetten op kosmopolitische aspecten, lijkt dit onderzoek aan te tonen dat er geen angst hoeft te bestaan om in de presentatie uit te gaan van de Nederlandse identiteit bij het vormen van de fondsidentiteit.

⁹⁷ Wilterdink, 88.

7.1 Discussie / aanbevelingen

Dit onderzoek heeft hopelijk laten zien dat de combinatie van posture-analyse, vertaalwetenschap en imagologie vruchtbaar is om beeldvormingsaspecten en de constructie van een literaire identiteit te kunnen duiden. Desondanks ben ik mij er ten volle van bewust dat deze hoofdstukken slechts een aanvang betreffen in het onderzoek naar de constructie van de Nederlandse literaire identiteit in globale context. In een grootsere opzet zou het relevant zijn om te onderzoeken of de getoonde trends die naar voren kwamen uit de analyse van twee uitgeverijen ook aanwezig blijven wanneer er een groter corpus onderzocht wordt. Hierbij is het zowel relevant om te kijken naar meer uitgeverijen als naar de ontwikkeling van deze patronen door de jaren heen. Het gegeven dat deze Nederlandse uitgeverijen bij geïmporteerd materiaal aspecten van de Nederlandse schrijfstijl benoemen, heb ik binnen dit onderzoek toegeschreven aan de bescheidenheid van de Nederlanders en de perifere positie van de Nederlandse literatuur omdat het bestudeerde patroon naar voren kwam bij het bestuderen van het handelen van deze actoren. Wanneer de focus verlegd zou worden naar een analyse van andere actoren, namelijk de buitenlandse auteurs, dan is het mogelijk dat dit patroon anders geïnterpreteerd wordt. Bijvoorbeeld dat het importeren van Nederlandse auteurs in een doelsysteem geleid heeft tot een tendens waarbij internationale auteurs kenmerken van de Nederlandse schrijfstijl zijn gaan handhaven. Verder onderzoek op het gebied van andere actoren en jaren is nodig om vast te stellen of de in dit onderzoek vastgestelde patronen handhaven.

Daarbij is het ook relevant om nader te onderzoeken hoe een instantie als het Nederlands Letterenfonds bij het aanklaarten van de Nederlandse titels op de internationale markt een bepaalde koers vaart als het gaat om het benadrukken van unieke kwaliteiten of het inkaderen van de literatuur binnen het Nederlandse of kosmopolitische frame. Het Letterenfonds geeft immers een krachtige impuls aan het vertalen en uitgeven van het werk van Nederlandse schrijvers.

Binnen dit onderzoek is er eveneens naar voren gekomen dat er wellicht een verschil in vertaalbaarheid waarneembaar is tussen Vlaamse en Nederlandse auteurs. Om die reden is interessant om verder te onderzoeken of er bepaalde kwaliteiten inherent zijn aan de afkomst van de Nederlandstalige auteurs.

Bronnenlijst

Primaire literatuur

Gebruikt archiefmateriaal:

Fondscatalogi en aanbiedingsprospectussen De Arbeiderspers 2011-2019.

Fondscatalogi en aanbiedingsprospectussen De Bezige Bij 2012-2019.

Rights guides Singel Uitgeverijen 2018, online te raadplegen via:

<https://www.singeluitgeverijen.nl/foreign-rights/>

Rights guides De Bezige Bij 2018, online te raadplegen via:

<https://www.debezigebij.nl/foreignrights/catalogue/>

Secundaire literatuur

Absillis, Kevin. ‘‘Voorbij het aperitief. Een overzicht van het wetenschappelijk onderzoek naar uitgeverijen in Nederland en Vlaanderen.’’ In *Tijding en Tendens: Literatuurwetenschap in den Nederlanden*, red. Sacha Bru en Anneleen Masschelein, 91-115. Gent: Academia Press, 2009.

Absillis, Kevin. *Vechten tegen de bierkaai*. Amsterdam: Brave New Books, 2015.

Bassnett, Susan. *Comparative Literature: A Critical Introduction*. Oxford: Blackwell, 1993.

Beller, Manfred & Joep Leerssen. *Imagology: The cultural construction and literary representation of national characters. A critical survey*. Amsterdam: Rodopi, 2007.

Bevers, Ton, Bernard Colenbrander, Johan Heilbron & Nico Wilterdink. *Nederlandse kunst in de wereld*. Nijmegen: Vantilt, 2015.

Bourdieu, Pierre. ‘‘The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods.’’ In *Media, Culture and society*, nr. 2 (1980): 261 – 293.

De Glas, Frank. *De regiekamer van de literatuur. Een eeuw Meulenhoff 1895-2000*. Zutphen: Walburg Pers, 2012.

Es, Nicky van & Johan Heilbron. ‘‘Fiction from the Periphery: How Dutch Writers Enter the Field of English-Language Literature.’’ *Cultural Sociology* 9, nr. 3 (2015): 296-319.

Even-Zohar, Itamar. ‘‘Laws of cultural interference.’’ In *Papers in Culture Research*. Tel Aviv: Unit of culture research, Tel Aviv University, 2010.

Even-Zohar, Itamar. *Papers in culture research*. Tel Aviv: Unit of Culture Research, Tel Aviv University, 2010.

Even-Zohar, Itamar. ‘‘The Position of Translated Literature Within the Literary Polysystem.’’ In *Poetics Today* 11, nr. 1 (1990): 45-51.

Heilbron, Johan. ‘‘Nederlandse vertalingen wereldwijd. Kleine landen en culturele mondialisering.’’ In *Waarin een klein land. Nederlandse cultuur in internationaal verband*, red. Johan Heilbron, Wouter de Nooy en Wilma Tichelaar, 206-253. Amsterdam: Prometheus, 1995.

Horst, Han van der. *The low sky*. Schiedam: Scriptum Books, 1996.

Jansen, Suzanne. 'Onderzoek naar twintigste-eeuwse uitgeverijen. Een stand van zaken.' In: *Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis* (2000): 65-79.

Laan, Nico. 'De uitgeverij als poortwachter?' In: *Nederlandse Letterkunde* 15, nr. 2 (2010): 146-191.

Meizoz, Jérôme. 'Modern Posterities of Posture. Jean-Jacques Rousseau.' In *Authorship Revisited. Conceptions of Authorship around 1900 and 2000*, red. Gillis J. Dorleijn, Ralf Grüttemeier en Liesbeth Korthals Altes. Leuven: Peeters, 2010.

Pleij, Herman. *Moet kunnen*. Amsterdam: Prometheus, 2014.

Thompson, John. *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*. Cambridge: Polity Press, 2010.

Vitse, Sven. 'Vogelaar tussen Robbe-Grillet en Wiener?' In *Breuken en bruggen: moderne Nederlandse literatuur: hedendaagse perspectieven*, red. Lars Bernaerts, Carl de Strycker, Bart Vervaeck, 45-60. Gent: Academia Press, 2011.

Wilterdink, Nico. 'De receptie van literatuur in het buitenland: aandacht, interpretatie, waardering.' In *Kunst in de wereld. Literatuur, architectuur en beeldende kunst 1980-2013*, red. Ton Bevers, Bernard Colenbrander, Johan Heilbron en Nico Wilterdink, 56-95. Nijmegen: Vantilt, 2015.

Websites

De Bezige Bij. 'Over ons.' Laatst geraadpleegd op 30 juni 2019. <https://www.debezigebij.nl/over-ons/over-de-bezige-bij/>.

De Groene Amsterdammer. 'Europese literatuur van oude en nieuwe tradities.' 9 juni 2011. <https://www.groene.nl/artikel/europese-literatuur-van-oude-en-nieuwe-tragedies>.

De Groene Amsterdammer. 'Erg he.' 13 juli 2016. <https://www.groene.nl/artikel/erg-he>.

Singel Uitgeverijen. 'Over Singel Uitgeverijen.' Laatst geraadpleegd op 27 juni 2019. <https://www.singeluitgeverijen.nl/over-singel-uitgeverijen/>.

Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek. 'CPNB top 100 2018.' Januari 2019. <https://www.cpnb.nl/campagnes/cpnb-top-100-2018>.

Vertalingendatabase. Nederlands Letterenfonds, voor het laatst geraadpleegd op 15 juni 2019, www.vertalingendatabase.nl.

Writers Unlimited. 'Tim parks houdt winternachtenlezing 2011.' 9 december 2010. <https://www.writersunlimited.nl/nieuwsbericht/tim-parks-houdt-winternachtenlezing-2011>.

Bijlagen

Tabellen gegevens brochures in Excel: tabel 1/2/3 (De Arbeiderspers), tabel 4/5/6 (De Bezige Bij)

Bijlage 1: Tabel 1 – Presentatie Nederlandse titels van De Arbeiderspers in de rights guides 2018

Bijlage 2: Tabel 2 – Presentatie Nederlandse titels (die ook als exportproduct aangeboden worden) van De Arbeiderspers in de prospectussen

Bijlage 3: Tabel 3 – Presentatie van de geïmporteerde titels in de voorjaarsbrochure van De Arbeiderspers 2018

Bijlage 4: Tabel 4 - Presentatie Nederlandse titels van De Bezige Bij in de rights guides 2018

Bijlage 5: Tabel 5 - Presentatie Nederlandse titels (die ook als exportproduct aangeboden worden) van De Bezige Bij in de prospectussen

Bijlage 6: Tabel 6 - Presentatie van de geïmporteerde titels in de voorjaarsbrochure van De Bezige Bij 2018

Bijlage 7: Tabel 7- aantal vertalingen per titel/auteur van De Arbeiderspers

| Titel | Vertalingen |
|---------------|--|
| Boon – Menuet | 5: Bulgaars, Deens, Duits (3x): - Boon , Louis Paul. [<i>Menuet</i>]. Bulgaars / vert. uit het Nederlands door Aneta Dantcheva-Manolova. Sofia: Pet Plus, 2007. Fictie, paperback. Vert. van Menuet. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 1955. Uitgegeven met subsidie van Vlaams Fonds voor de Letteren. - Boon , Louis Paul. <i>Menuet</i> Deens / vert. uit het Nederlands door Ludo Leroy, Nina Malinovski. Århus Husets Forlag, 1994. Fictie, paperback. Vert. van Menuet. Amsterdam, etc. De Arbeiderspers, 1955. Uitgegeven met subsidie van Ministerie van de Vlaamse gemeenschap. - Boon , Louis Paul. <i>Menuett</i> Duits / vert. uit het Nederlands door Barbara Antkowiak, Alfred Antkowiak. Berlin etc.: Aufbau, 1975 (Edition Neue Texte). Fictie, gebonden. Vert. van Menuet. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 1955. Naw. Alfred Antkowiak. - Boon , Louis Paul. <i>Menuett</i> Duits / vert. uit het Nederlands door Barbara Antkowiak, Alfred Antkowiak. München etc.: Hanser, 1977. Fictie, paperback. Vert. van Menuet. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 1955. - Boon , Louis Paul. <i>Menuett</i> Duits / vert. uit het Nederlands door Barbara Antkowiak, Alfred Antkowiak. Berlin Alexander, 2011. Fictie, |

| | |
|---------------------------------|---|
| | <p>paperback. Vert. van Menuet. Amsterdam, etc. De Arbeiderspers, 1955. 1e druk: 1975. Naw. Carel ter Haar. (Auteur verder vertaald in Albanees, Engels: 68 resultaten totaal)</p> |
| Van den Broeck – Nachtroer | <p>3: Engels, Frans, Servisch</p> <p>- Van den Broeck, Charlotte. (<i>Nachtroer; Kameleon</i>). Engels / vert. uit het Nederlands door David Colmer. Tarsset: Bloodaxe Books, sinds juni 2018, verschijnt oktober 2019. Poëzie, Vert. van Nachtroer. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 2017. Uitgegeven met subsidie van Vlaams Fonds voor de Letteren.</p> <p>-Van den Broeck, Charlotte. <i>Noctambulations</i>. Frans / vert. uit het Nederlands door Kim Andringa. Bruxelles: L'Arbre de Diane, 2019 (Soleil du Nord). Poëzie, paperback. Vert. van Nachtroer. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 2017. Uitgegeven met subsidie van Vlaams Fonds voor de Letteren.</p> <p>- Van den Broeck, Charlotte. (<i>Nachtroer</i>). Servisch / vert. uit het Nederlands door Nevena Ilic. Beograd: Treći Trg, sinds me Poëzie, Vert. van Nachtroer. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 2017. Uitgegeven met subsidie van Vlaams Fonds voor de Letteren. (Auteur verder vertaald in Spaans, 1x)</p> |
| Zwagerman – Gimmick! | <p>2: Duits, Estisch.</p> <p>- Zwagerman, Joost. <i>Gimmick!</i>. Duits / vert. uit het Nederlands door Gregor Seferens. Bonn: Weidle Verlag, 2018. Fictie, paperback. Vert. van Gimmick!. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 1989. Naw. Victor Schiferli. Uitgegeven met subsidie van Nederlands Letterenfonds.</p> <p>- Zwagerman, Joost. <i>Gimmick!</i> Estisch / vert. uit het Nederlands door Kerti Tergem. Tallinn: Huma, 2002. Fictie, gebonden. Vert. van Gimmick!. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 1989. Uitgegeven met subsidie van Literair Productiefonds. (Auteur eerder ook vertaald in Engels, Frans, Hongaars, Japans, Tsjechisch, 15).</p> |
| 't Hart – Johann Sebastian Bach | <p>2: Duits (2x in 2000 en 2003):</p> <p>'t Hart, Maarten. <i>Bach und ich</i>. Duits / vert. uit het Nederlands door Maria Csollány. Zürich etc.: Arche, 2000. Non-fictie, gebonden. Vert. van Johann Sebastian Bach. Amsterdam: Het Kruidvat, 2000. Met CD.</p> <p>'t Hart, Maarten. <i>Bach und ich</i> Duits / vert. uit het Nederlands door Maria Csollány. München; Zürich: Piper, 2003 (Serie Piper; 3296). Non-fictie, paperback. Vert. van Johann Sebastian Bach. Amsterdam: Het Kruidvat, 2000. 1e druk: 2000 Met CD. (Auteur verder veel vertaald, 110 resultaten, in Bengali, Bulgaars, Deens, en dus veel Duits).</p> |

| | |
|---------------------------------------|--|
| | |
| Maso – Het zweet der goden | 2: Duits, Engels: - Maso , Benjo. <i>Der schweiß der götter</i> Duits / vert. uit het Nederlands door Christoph Bönig. Bielefeld Covadonga, 2011. Non-fictie, paperback. Vert. van Het zweet der goden. Amsterdam, etc. De Arbeiderspers, 1990. Uitgegeven met subsidie van Nederlands Letterenfonds. - Maso , Benjo. <i>The sweat of the gods</i> Engels / vert. uit het Nederlands door Michiel Horn. Norwich: Mousehold Press, 2005. Non-fictie, paperback. Vert. van Het zweet der goden. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 1990. Uitgegeven met subsidie van Literair Productiefonds. (Auteur eveneens met boek over Tour de France vertaald in Japans en Duits). |
| Enquist – De thuiskomst | 1: Bosnisch. - Enquist , Anna. <i>Smrt kapetana Kuka</i> . Bosnisch / vert. uit het Nederlands door Goran Sarić. Konjic: AP Neretva, 2008 (Biblioteka Polder; 2). Fictie, paperback. Vert. van De thuiskomst. Amsterdam, etc.: De Arbeiderspers, 2005. Uitgegeven met subsidie van Literair Productiefonds. (Auteur eerder ook vertaald in Afrikaans, Arabisch, Armeens, Bulgaars, Chinees, Deens, Duits: 93 resultaten). |
| Japin – Kolja | 0 (Auteur wel eerder vertaald in Albanees, Bulgaars, Deens, Duits, Engels, Estisch, Frans, Grieks, Herbreeuws, Hongaars, 42). |
| Pfeijffer – Peachez | 0 (Auteur wel eerder vertaald in Afrikaans, Arabisch, Duits, Engels, Fins, Frans, Italiaans, Kroatisch, Macedonisch, Noors, Portugees, Roemeens, Spaans). Opvallend, meest recente roman: <i>Grand Hotel Europa</i> wel al verkocht aan Duitsland, Engeland, Finland, Frankrijk, Italië, Kroatië, Macedonië, Noorwegen, Portugal, Spanje, 20). |
| Van Zomeren- Alle Vogels | 0 (Auteur wel eerder vertaald in Duits, 7 resultaten) |
| Hermesen – Rivieren keren nooit terug | 0 (Auteur wel eerder vertaald in Duits, Servisch, Spaans, 4) |
| Knibbe – As, vuur | 0 (Auteur wel eerder vertaald in Engels, Frans, 4x → Een keuze uit gedichten) |
| Starkenburger – De boom valt op mij | 0 (Wel: Starkenburger , Ilse. <i>La muchacha tras el cristal. Antología minimalista</i> Spaans / vert. uit het Nederlands door Antonio Cruz Romero. Almería: Ravenswood Books Editorial, 2019 (Colección La isla primavera). Poëzie, paperback. Vert. van Een keuze uit de gedichten. s.l.: n.n., Uitgegeven met subsidie van Nederlands Letterenfonds.) |
| Kézér – De Afwezigen | 0 |
| Vekeman – Mensen als ik | 0 |

| | |
|-----------------------------------|---|
| Enquist – Want de avond | 0 |
| Langelaar – Vonkt | 0 |
| Eigenraam – Welkom in adoptieland | 0 |
| De Hosson – Slotcouplet | 0 |

Bijlage 8: Tabel 8 - vertaalde titels/auteurs Bezige Bij geordend.

| Titel | Vertalingen |
|-----------------------------------|---|
| Van Reybrouck - Against Elections | Arabisch, Chinees, Deens, Duits, Engels, Frans, Hongaars, Italiaans, Japans, Koreaans, Noors, Pools, Portugees, Russisch, Servisch, Sloveens, Spaans, Zweeds. Auteur verder vertaald in: Afrikaans, Fins |
| Van de Laar - Under the Knife | Chinees, Duits, Engels, Hebreeuws, Italiaans, Koreaans, Pools, Russisch, Spaans, Tsjechisch, Turks. |
| Buijsman - Pluses and Minuses | Alleen deze titel vertaald: Duits, Engels, Hebreeuws, Hongaars, Italiaans, Japans, Pools, Spaans, Turks, Zweeds |
| Hertmans - The Convert | Bulgaars, Deens, Duits, Engels, Frans, Grieks, Hongaars, Italiaans, Kroatisch, Pools, Sloveens, Zweeds |
| Wieringa - The Blessed Rita | Engels, Frans, Hongaars, Italiaans, Kroatisch, Zweeds. Auteur eerder vertaald in: Afrikaans, Arabisch, Bosnisch, Chinees, Deens, Duits, Hebreeuws, Hindi, Hongaars, Koreaans, Macedonisch, Pools, Servisch, Sloveens, Spaans, Tsjechisch |
| Hertmans - Antigone in Molenbeek | Arabisch, Bulgaars, Frans, Kroatisch, Pools. Auteur eerder vertaald in: Afrikaans, Bulgaars, Chinees, Deens, Duits, Engels, Georgisch, Grieks, Hebreeuws, Italiaans, Japans, Kroatisch, Macedonisch, Noors, Oekraïens, Servisch, Sloveens, Spaans, Tsjechisch, Turks, Zweeds |

| | |
|--|---|
| Judith Vanistendael, Mark Bellido - Mikel | Baskisch, Duits, Engels, Spaans |
| Deen - Down Old Roads | Duits, Italiaans, Koreaans. Auteur eerder vertaald in: Duits (1 titel: Onder de mensen) |
| De Moor - Sleepless Night | Duits, Engels, Frans. Auteur eerder vertaald (121 resultaten) in: Albanees, Bulgaars, Chinees, Deens, Grieks, Herbreeuws, Hongaars, Italiaans, Japans, Koreaans, Kroatisch, Macedonisch, Noors, Oekraïens, Portugees, Roemeens, Russisch, Sloveens, Spaans, Tsjechisch, Turks, Zweeds. |
| Buwalda - Otmar's Sons | Duits; Frans. Auteur eerder vertaald in: Afrikaans, Bulgaars, Deens, Engels, Grieks, Hongaars, IJslands, Italiaans, Kroatisch, Noors, Pools, Portugees, Russisch, Spaans, Tsjechisch [voornamelijk Bonita Avenue] |
| Van Beek – Recollection -> Cargo; thriller | Duits, Tsjechisch |
| Blom - Rembrandt | Engels: Uitgegeven met subsidie van Nederlands Letterenfonds. |
| Peeters - The People Heeler | Bulgaars. Auteur eerder vertaald met <i>Grote Europese Roman</i>: Arabisch, Hongaars, Italiaans, Sloveens |
| Campert - Life is Grrreat | Italiaans. Auteur eerder vertaald in: Bulgaars, Deens, Duits, Engels, Grieks, Indonesisch, Servokroatisch, Spaans, Tsjechisch, Zweeds. |
| Gerard Reve- Childhood | Engels. 48 resultaten. Auteur verder vertaald in: Afrikaans, Catalaans, Deens, Duits, Frans, Hebreeuws, Italiaans, Kroatisch, Russisch, Spaans, Tsjechisch, Turks, Vietnamees, Zweeds |
| De Boose - Cursed Wood | Duits |
| Van Reybrouck- Odes | Frans |
| Scheffer- The Shape of Freedom | Duits. Auteur eerder vertaald in: Deens, Engels, Hongaars, Pools |

| | |
|--|---|
| Kamphuis- Philosophy for an Inimitable Life | Alleen deze titel: Duits |
| Terpstra – Spark →thriller | Duits. Auteur eerder vertaald in Frans |
| Claus - The Rumours | Boek eerder vertaald in: Bulgaars, Duits. Auteur eerder vertaald in (258 resultaten!) : Afrikaans, Albanees, Amhaars, Bulgaars, Catalaans, Chinees, Deens, Duits (32), Engels (29), Estisch, Fins, Frans (66), Grieks, Hebreeuws, Hongaars, Italiaans, Japans, Koreaans, Kroatisch, Litouws, Noors, Oekraïens, Pools, Portugees, Servisch, Servokroatisch, Sloveens, Slowaaks, Spaans, Tsjechisch, Turks, Zweeds. |
| Terrin - Patricia | Auteur eerder vertaald in: Albanees, Arabisch, Bulgaars, Catalaans, Deens, Duits, Engels, Frans, Hebreeuws, Hongaars, Italiaans, Japans, Kroatisch, Macedonisch, Servisch, Sloveens, Spaans, Tsjechisch, Zweeds |
| Van den Boogaard - Child Soldier | Auteur eerder vertaald met verschillende titels in: Duits, Engels, Frans, Macedonisch, Spaans, Turks. |
| Verhelst - Before Forgetting | Auteur eerder vertaald met verschillende werken in: Afrikaans, Amhaars, Arabisch, Armeens, Bulgaars, Deens, Duits, Engels, Frans. |
| Cremer - Sirens | Auteur eerder vertaald in (bijna alleen maar met Ik, Jan Cremer): Deens, Duits, Engels, Japans, Spaans. |
| Heerma van Voss- Call It Love | Auteur eerder vertaald met verschillende titels in: Chinees, Duits, Spaans, Zweeds |
| De Stoop - When the Water Breaks | Auteur eerder vertaald in: Arabisch, Chinees, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Spaans, Zweeds |
| Verhaeghe - Intimacy | Auteur eerder vertaald in: Chinees, Duits, Engels, Frans, Koreaans, Sloveens, Slowaaks |
| Hartman - The Evil Inside Us | Auteur eerder vertaald in: Duits |
| Gescinska- At Home in Music An exercise in humanity | Auteur eerder vertaald in <u>Pools</u> . |

| | |
|---|---|
| | |
| Faber - The Solitary Pilot | 0 |
| Natter - They Will Think We Are Angels | 0 |
| Borrel - Sometimes Love is This | 0 |
| Withuis - Mystery Father | 0 |
| Hoogendijk - In Any Case, We're Still Doing Fine | 0 |
| De Jong - Diary of an Adolescent Notes of a peerless prodigy | 0 |
| Van Veelen - Notes on the Relocation of Obelisks | 0 |
| Devisch - Excess of Empathy | 0 |
| Theunissen- Your Skin | 0 |
| Samkalden - Nova | 0 |
| Cremer - Jayne | 0 |
| Mooij - The Age of Gisèle Myth and Reality of an Artist | 0 |