

De terugkeer van het Heel Dikke Boek

LITERATUUR Dikke boeken zijn weer helemaal in: *big is beautiful*. Is slow reading een reactie op onze verslaving aan korte kicks en het denken in 140 tekens?

Je zou denken dat dikke boeken passé zijn in deze tijden van versnipperde aandacht, maar toch worden er flink wat Heel Dikke Boeken geschreven. En gelezen. *Ik ben er niet*, de nieuwe Lize Spit, telt 570 bladzijden, en *Het smelt* was ook al geen dun boekje. Met *Otmars zonen* van Peter Buwalda, het eerste deel van wat een trilogie moet worden, ben je 608 bladzijden zoet. Karl Ove Knausgard smeert zijn zielenroerselen in *Mijn strijd* 3.648 bladzijden lang uit. Duik je liever in het verleden, dan kun je bij Hilary Mantel terecht, die je in haar *Wolf Hall*-trilogie 2.367 bladzijden lang onderhoudt over de wereld van Thomas Cromwell en Hendrik VIII. En zo zijn er nog tientallen boeken op te noemen.

Dat is vreemd, want dikke boeken zijn slokoppen: ze vragen veel papier, nemen een grotere hap uit je budget, wegen zwaarder en eisen schaamteloos veel plaats op in de boekenkast. En vooral: ze nemen ongenoevend veel leestijd in beslag. Natuurlijk werden er altijd al dikke romans geschreven, dat was in de 18de eeuw al zo toen er met de gegoede burgerij een groter publiek voorhanden kwam met geld en vooral veel tijd om te lezen. Maar tijd is een schaars goed geworden, nu we kunnen kiezen uit tientallen verschillende vrijetijdsbestedingen en onze aandacht voortdurend wordt gekaapt door clicks, views, likes en shares. Tel daar de vele tv-series bij die we gezien moeten hebben, de eindeloze stroom aan teksten die het internet dagelijks over ons uitbraakt en de doemberichten over onze dalende aandachtsspanne, en je vraagt je af waarom schrijvers al die moeite doen om jarenlang te werken aan zo'n megalomaan project dat exclusief om onze concentratie vraagt.

Dikke romans lezen is stoer

Toch zijn dikke boeken populair. Er is zelfs een soort cultus rond ontstaan, zegt de Nederlandse literatuurwetenschapper Inge van de Ven, die er haar proefschrift aan wijdde, *Big books in times of big data*: 'Er zijn zelfs mokken en draagtassen te koop met opschriften als "I like big books and I cannot lie".'

Boekhandelaar Steven Van Ammel beaamt dat het aanbod aan dikke boeken toeneemt, en ze lopen ook goed, een trend die de pandemie nog heeft versterkt: 'We hebben het voorbije jaar opvallend meer dikke boeken verkocht. Een opvallende seller was *Een jaar uit het leven van Gesine Cresspahl* van Uwe Johnson - 1.600 bladzijden dundruk. En Johan Harstads *Max, Mischa & het Tet-offensief* (1.230 bladzijden) staat nu al twee jaar onafgebroken in onze top tien.' Hoe verklaart hij dat succes? 'Mensen kopen dikke boeken vanuit het idee: wat moet ik tijdens deze lockdown anders met mijn tijd? Of: ik wil eens wat anders doen dan Netflix kijken en in een groot, breed uitwaaiend boek duiken.' Bingelezen in plaats van bingewatchen, dus. Al ziet hij ook de omgekeerde trend: voor sommige lezers, vooral twintigers, hoeft een roman niet dikker dan 200 pagina's te zijn. 'Wat wel opvallend speelt bij bepaalde manne-

lijke liefhebbers van dikke boeken, is een houding van: zie mij hier eens een berg beklimmen.'

Ambitieuze, dikke romans lezen is dus stoer. Is ze schrijven dat ook? Waarom begint een schrijver aan zo'n krachttoer, *against all odds*? Volgens Inge van de Ven is dat minder contradictorisch dan het lijkt: 'Dikke literaire pillen zijn vaak bedoeld als provocatie, tegen de hectische tijdgeest in. Schrijvers van notoir dikke boeken zoals Jonathan Franzen en Karl Ove Knausgard zijn heel pessimistisch over de huidige mediacultuur, die volgens hen een teloorgang aan authenticiteit inhoudt. Daar willen ze tegen ingaan. Door dikke boeken te schrijven willen ze letterlijk een monument oprichten, iets wat duurzaamheid uitstraalt.'

'Monumentaal': het is een omschrijving die in flapteksten en recensies over dat soort boeken heel vaak terugkomt, zegt Van de Ven. 'Het is een buzzwoord dat verwachtingen schept: mensen associëren kwantiteit vaak met kwaliteit. De jongste

'Er is zelfs een soort cultus ontstaan rond dikke boeken, met mokken en draagtassen'

Inge van de Ven
Literatuurwetenschapper

maanden zie ik mensen op sociale media geregeld aankondigen dat ze maar eens *Middlemarch* van George Eliot of een andere dikke negentiende-eeuwse pil gaan lezen. Dat heeft toch nog altijd meer prestige dan wanneer je zou aankondigen dat je alle afleveringen van *Friends* opnieuw gaat bekijken. Zo'n dik boek lezen vraagt meer inspanning dan tv kijken, het is iets om trots op te zijn.'

Uitgevers weten dat en zetten het in als marketinginstrument. '2666 van Roberto Bolaño is bijvoorbeeld heel mooi uitgegeven, met een klasieke uitstraling: een voorafname op het idee dat het om een instantklassieker gaat.' Zo spelen uitgevers in op onze hang naar authenticiteit, naar het materiële, papieren boek, naar het verlangen om bewust met je tijd om te gaan: 'Net zoals er slow food is, is er ook slow reading, dat is het idee.'

