

PERSBERICHT

Bijna duizend pagina's over macht, lust, liefde en verborgen camera

Mediacollege Amsterdam lanceert Mediathriller van candid-regisseur

'Niets is meer wat het lijkt'. Dit zegt regisseur en journalist Geert Jan Bak uit het Noord-Hollandse Bergen over de inhoud van zijn eerste manuscript voor een mediathriller over macht, lust, liefde en verborgen camera. Decor: de Nederlandse en Duitse media. Epicentrum: 'de decadente terrassen van een door *posh people* overbevolkte enclave in de Noord-Hollandse duinen'. Werktitel: Het Blinde Konijn.

De auteur gaf deze week twaalf bijna afgestudeerde Mediamanagers aan het Mediacollege Amsterdam de opdracht een origineel publiciteitsplan te ontwikkelen voor het manuscript. Om daarmee 'een bange uitgeverwereld' een zetje in de rug te geven het bijna duizend pagina's tellende manuscript uit te geven.

Bak sluit met deze examenopdracht 'Lanceer een boek' een 'onconventioneel verbond met een moderne mediaopleiding' – zo vindt hij. De studenten krijgen acht weken de tijd een plan te bedenken (promotie/publiciteit, marketing, sponsoring). Na de examenperiode voeren een of twee geslaagde studenten het mediaplan daadwerkelijk uit, zo is de bedoeling. Het project werkt toe naar een release van het manuscript aan het einde van dit jaar of begin volgend jaar.

'Te hard'

Een paar 'voorzichtige stappen richting uitgeverwereld' heeft Bak al achter de rug. Daar kreeg hij vooral te doen met 'minder relevante vragen' zoals: Is het nou een roman of een thriller? Is de seks niet een beetje hard? Zijn bijna duizend pagina's niet te veel – kan het ook wat minder?' En, vrij vertaald: Hoe beroemd ben je eigenlijk?

Kwaliteit diploma

Volgens Docent Fred Voss van het Mediacollege 'verhoogt de samenwerking met een professionele opdrachtgever de kwaliteit van het diploma'. In het 'veelzijdige project' komen volgens docent Fred Voss interessante media-aspecten aan bod: film, social media, games, animatie, organisatie, sponsoring, productie, muziek en (digitaal) uitgeven. De Mediamanagers sturen tevens tweedejaars studenten van de opleidingen Interactief vormgever en Mediadeveloper aan. In totaal werken circa veertig mediastudenten twee maanden lang aan het project. Veel studenten komen ook uit de Kop van Noord-Holland, Kennemerland en West-Friesland.

Muziekhits

Één van de hoogtepunten in de lancering van het boek zou een muziek-/theaterevenement moeten worden – *Playing the Book*. De circa 35 hits die in het manuscript voorkomen worden gespeeld door een geroutineerde coverband, evenals de filmmuziek die in het manuscript is verwerkt. Stukken tekst uit het boek worden voor een koor op muziek gezet. Op een groot projectiescherm zijn tijdens de concerten scènes uit het manuscript te zien. Deze zijn gefilmd door de studenten.

Mediasprookje

Het blinde konijn vertelt hoe dicht fictie, amusement en werkelijkheid bij elkaar liggen op het gebied van de verborgen camera. Door de lezer mee te laten gluren in het leven van de bijna failliete mediabaas Tom Beer lijkt er nauwelijks nog een grens te bestaan tussen de echte wereld en die van een bizar mediasprookje. 'Niets is meer wat het lijkt.'

EINDE PERSBERICHT

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Neem voor meer informatie contact op met Fred Voss 06-14999089 of Wendy Boots 06-20170120 van het Mediacollege Amsterdam of met Geert Jan Bak 06-50207777 (www.duinrandbeheer.nl).

BIJLAGE: HET BLINDE KONIJN

Premisse: Wat als de verborgen camera ineens geen grap meer is, maar een obsessie van de regisseur voor vernedering, pijn en misbruik?

Samenvatting Het blinde konijn:

Een bijna failliete mediatycoon probeert zijn hoofd boven water te houden terwijl zijn enige overgebleven vriend -de verborgen camera- hem in steek laat, zijn dochter (waar hij toch al niet van houdt) zelfmoord pleegt en zijn MediaTrain BV financieel dreigt te ontsporen. Een negatieve spiraal die leidt tot een paniekerige zoektocht (meestal via de lens van de verborgen camera) naar een even onverwacht als ongrijpbaar kwaad dat zich -zoals alle lafaards- slim schuilhoudt onder gewone mensen. In dit verhaal zijn dat ook de burens en vrienden van de mediaboss in zijn trendy duindorp – een door posh people overbevolkte enclave die wankelt onder het loodzware gewicht van onbetaalbare hypotheeklasten en dure Range Rovers op de oprit. Belangrijkste slachtoffer: het kind, dansend voor het gaatje van de onzichtbare pinhole.

Thema / subthema's / decors:

- verborgen camera (*van vriend tot vijand*)
- daughter lost and found (*of toch ook weer niet?*)
- vereenzaming door verslaving (*oh ja, welke?*)
- een engel uit de Spaanse Burgeroorlog (*of: dat doet verdomd zeer, fluisterde de non*)
- 'bloody media' (*yes, yes, yes, schreeuwde de Sony-lens*)

Hoofdlocatie: Nederland (primair: Duinstreek, Amsterdam, Hilversum). Tweede belangrijke locatie: Duitsland (Köln, Monschau/Eifel). Incidenteel: Roemenië (Boekarest).

Epicentrum: de terrassen van een Koninklijke Heerlijkheid.

Tijdspad – inleiding: circa 15 jaar geleden. Vervolg: heden (circa 1 of 2 jaar geleden).

Met 970 pagina's is de mediaroman/thriller inhoudelijk afgerond. De komende maanden volgen de eindredactie en vormgeving van het manuscript – parallel aan de campagne van de eindexamenkandidaten die meteen na de zomer van start gaat (onder meer: teasers uit het manuscript voor publiek/partners, hypes, virals, candid's, acties, Playing the Book, enz.).



De examenkandidaten van de opleiding Mediamanager, met links docent Fred Voss en midden auteur Geert Jan Bak.
High res foto (rechtenvrij) te downloaden via: www.ma-web.nl/LanceerEenBoek.

Voorlopige lijst meewerkende/adviserende bedrijven en mediaprofessionals:

TelServ bv – 0900-nummers www.telserv.nl // 24i Media – 'Smart TV' www.24imedia.nl // Duin en Pedrolì – o.m. financiële dienstverlening www.adviseur.nl // Pumbo – specialist e-books, boekdistributie, social media, boekdruk www.pumbo.nl // Muzikanten (voor Playing the Book) – www.b4.nl // Regisseur van korte speelfilms en commercials (www.basicfilm.nl) // Regisseur en candid-specialist - www.candidcompany.nl // Zelfregisserende cameraman (NL, DE) – www.axcell.nl.