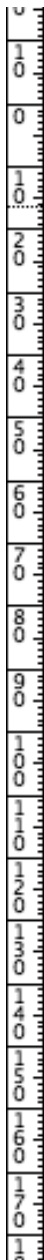


Alle boeken die ge-
schreven zijn



[blanco]

**Alle boeken die geschre-
ven zijn**

**De uitdagingen van het di-
gitale tijdperk**

Prof.dr. A. van der Weel

Bohn Stafleu van Loghum
Houten 2007

3

© Bohn Stafleu van Loghum, 2007

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën of opnamen, hetzij op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16b Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, Stb. 351, zoals gewijzigd bij het Besluit van 23 augustus 1985, Stb. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Samensteller(s) en uitgever zijn zich volledig bewust van hun taak een betrouwbare uitgave te verzorgen. Niettemin kunnen zij geen aansprakelijkheid aanvaarden voor drukfouten en andere onjuistheden die eventueel in deze uitgave voorkomen.

ISBN 978 90 313 5026 1

Ontwerp omslag en binnenwerk: Studio Bassa, Culemborg

Bohn Stafleu van Loghum
Het Spoor 2
Postbus 246
3990 GA Houten

Distributeur in België:
Standaard Uitgeverij
Mechelsesteenweg 203
2018 Antwerpen

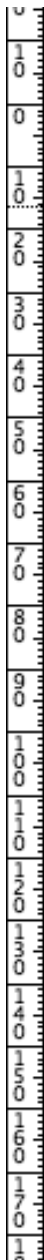
www.bsl.nl

www.standaarduitgeverij.be

Voorwoord

Is een boek wel een boek als het geen boek is? Het boek is in onze dagen — en niet voor het eerst — in een technologische, economische en culturele stroomversnelling terechtgekomen. Digitalisering, distributie via internet, snelheid, selectie, mobiliteit van informatie: het zijn thema's die vragen om nieuwe oplossingen, en een andere manier van denken. De uitgever die wil overleven moet mee, met experimenten, met investeringen, met risico's en dus met durf. Stroomversnellingen brengen allerlei prachtige vernieuwingen met zich mee, maar ook onzekerheid. Daar is geen recept tegen, maar het helpt al flink als we ons zo goed mogelijk rekenschap geven van de ontwikkelingen waar we mee geconfronteerd worden. In dit korte essay betoogt Adriaan van der Weel dat het paradoxaal genoeg de geschiedenis van het boek is die ons waardevolle inzichten kan verschaffen in de toekomst ervan.

Adriaan van der Weel is Bohn-hoogleraar in de moderne geschiedenis van het Nederlandse boek aan de Universiteit Leiden vanwege de Dr. P.A. Tielestichting. Uitgeverij Bohn Stafleu van Loghum is sponsor van deze leerstoel. Het onderdeel Bohn van de uitgeverij heeft een traditie die teruggaat tot 1752.



[blanco]

Boekwetenschap

De boekwetenschap is nog maar een paar tientallen jaren oud – te jong om zich al een duidelijke identiteit te hebben verworven. Om een voorbeeld te geven: wat bestudeert de boekwetenschap? Vanzelfsprekend alles wat met de drukpers wordt vermenigvuldigd. Maar heeft de boekwetenschap ook een taak bij de bestudering van het handgeschreven boek? Een antwoord op die vraag blijkt al direct veel minder vanzelfsprekend. Waar de boekwetenschap de overeenkomsten met het gedrukte boek benadrukt, wijzen codicologen op de nog veel grotere verschillen tussen het gedrukte en het handgeschreven boek.

Terwijl de strijd om het handschrift nog woedt, dient de volgende, nog veel prangender vraag zich al aan. Wat te doen met de digitale media? Het spoorboekje was een boek, maar kun je de treinplanner een boek noemen? De Encyclopaedia Britannica was een boek, maar is de Encyclopaedia Britannica online een boek? Is een e-boek een boek? En een luisterboek?

De cruciale vraag is natuurlijk of het in de eerste plaats gaat om de tekst of om zijn drager; om de inhoud of om de vorm. En als het gaat om de tekst en niet om het medium, wat is dan 'tekst'? Al in 1985 heeft de bekende boekhistoricus Donald McKenzie in een geruchtmakende lezing een lans gebroken voor een uitbreiding van de betekenis van 'tekst' tot 'geschreven, ge-

drukte, beeld-, mondelinge en numerieke data in de vorm van kaarten, prenten en muziek, van geluidsarchieven, van films, van video's en van alle informatie die via de computer is opgeslagen, eigenlijk alles dus, lopend van inscripties tot de modernste discografie'.

Als je nagaat dat hij dit al voorstelde nog ver voordat het 'worldwide web' van de computer een echt medium maakte, kun je je een voorstelling maken van de revolutie die hij hiermee predikte. En laten we wel zijn: ga er maar eens aanstaan als boekhistoricus! Wie is in staat een dergelijk onvoorstelbaar breed gebied met enig gezag te bestrijken? Geen wonder dat de critici zich als wolven op hem stortten en over elkaar heen buitelden om hem de genadestoot toe te dienen.

Nog steeds zijn er maar weinig boekhistorici die de digitale ontwikkelingen volgen. En toch zegt ons gezond verstand dat voor de cultuurgeschiedenis de overdracht van de inhoud uiteindelijk belangrijker is dan het medium waarmee dat gebeurt. Historisch gezien zijn alle media altijd maar tijdelijk dominant. Ooit was het handschrift het belangrijkste medium voor de overdracht van kennis. Daarna werd dat het gedrukte boek. Nu heeft het er alle schijn van dat de digitale media het boek van zijn voetstuk zullen stoten. (Op een enkele uitzondering na – denk aan de telegraaf en de telex – blijven media overigens wel gewoon bestaan; ze krijgen alleen een andere, minder prominente plaats in het spectrum.)

Dat wil natuurlijk niet zeggen dat het medium onbelangrijk is. Integendeel: de aard van het medium heeft grote in-

vloed op de inhoud, en is daarmee een belangrijke vormende factor in de menselijke geschiedenis. Het soort informatie dat 'teksten' van allerlei aard – literatuur, wetenschap, schoolboeken, reisgidsen en ga zo maar door – efficiënt kunnen overdragen is voor een belangrijk deel afhankelijk van de vorm waarin ze gegoten worden. Bovendien ontlenen zij hun maatschappelijke betekenis aan de vraag welke informatie zij op welke manier overdragen.

Schuilt in zo'n brede taakopvatting niet een onwerkbaar uitwaaiend terrein? Kunnen boekhistorici zich in hun beslommeringen niet beter beperken tot het terrein van het gedrukte boek? Daar lijkt zeker veel voor te zeggen. Alleen: wie moet in dat geval de cruciale overgangperiodes van het handschriftelijke naar het gedrukte boek, en van het gedrukte boek naar het digitale boek bestuderen?

Het boekenvak

Een medium hier, een overgang daar: wat de boekwetenschap nu wel of niet moet bestuderen blijft een academische kwestie. Voor uitgevers ligt dat allicht anders. De diepgaande veranderingen die de digitaliserende informatiewereld met zich meebrengt raken hen rechtstreeks in hun broodwinning. Hoewel er uitgevers rondlopen die het zich permitteren zich verre te houden van alle digitale veranderingen, zijn de meesten druk bezig na te denken over hun plaats in het veranderende mediaspec-

trum.

Het is leerzaam – en nuttig; onze tijd is tenslotte maar beperkt – om eens wat principiëler stil te staan bij de aard van deze veranderingen. Niet dat we hoeven te verwachten dat uit een dergelijke verkenning kant-en-klare businessmodellen komen rollen. Maar ons hoofd loopt er toch al van over, en dan is contemplatie altijd nuttiger dan om met de lemmingen mee in het ravijn springen.

Omdat ik boekhistoricus ben, wil ik voorstellen om met een historisch-vergelijkende blik te kijken naar de veranderingen die ons op dit ogenblik overkomen. De toekomst kunnen we tenslotte niet kennen en het heden is, zoals we maar al te goed beseffen, in een permanente staat van flux. Het verleden daarentegen kennen we wel, en die kennis kunnen we maar beter proberen zo goed mogelijk uit te buiten. (Voor een boekhistoricus heeft historisch perspectief trouwens het bijkomende voordeel dat er een gerede kans is dat hij ook nog iets opsteekt over eerdere media, want vergelijkingen vormen uit de aard der zaak tweerichtingsverkeer.)

Inherente eigenschappen

Zelfs toen digitale media nog maar net aan hun overrompelende opmars begonnen en nog voor de uitvinding van het worldwide web, waren er al

visionaire beschouwers die ons voorspiegelden dat er nu eindelijk eens zou worden afgerekend met allerlei onnodige en zelfs ongewenste beperkingen in het tekstuele verkeer. Minder visionaire geesten dan zij hadden kennelijk nooit in de gaten gehad hoe ouderwets onze tekstcultuur eigenlijk wel niet was. Auteurs hadden hun creatieve krachten al eeuwen laten beknotten door de kunstmatige beperkingen van een papieren boek. Gekerkerd in een boekband was een schrijfproduct het trieste slachtoffer van een rigide lineariteit en gelijkvormigheid, en gedoemd om tot in lengte der dagen lijdzaam het lot van een eenmaal bepaalde omvang, vorm en structuur te blijven dragen. Door de associatieve werking van de menselijke geest te benaderen, zou bijvoorbeeld hypertekst zowel voor de schrijver als voor de lezer een bevrijding betekenen uit hun papieren ketenen, en creativiteit en samenwerking stimuleren.

Goed beschouwd was gedrukte tekst cultureel zelfs volstrekt verderfelijk. De hiërarchische verhouding tussen een auteur die alle macht bezat en de machteloos aan hem overgeleverde lezers was een onaanvaardbaar relict van voorbije feodale tijden. Een nieuwe, democratische dageraad stond op aanbreken. In de brave new digital world zou de wreader, oftewel de lezer die tevens schrijver was, zijn opwachting maken en zou de macht in het intellectuele discours voortaan eerlijk gedeeld worden.

Hoe we ook mogen denken over dergelijke heilsverwachtingen, feit is dat we in de overgang van analoge naar digitale tekstvormen allerlei inherente eigenschappen van het gedrukte boek verliezen, om daar de inherente eigenschap-

pen van digitale tekstvormen voor in de plaats te krijgen. Denken in termen van mediale eigenschappen is een leerzame exercitie, en daarbij zijn vergelijkingen tussen media onontbeerlijk – al moeten we ons daarbij niet op een ideologisch sleeptouw laten nemen.

Het is een van de problemen bij nieuwe media dat die inherente eigenschappen niet altijd direct duidelijk zijn. Toen Plato zich in zijn Republiek uitsprak tegen de poëzie haalde hij zich de ergernis en het onbegrip van onafzienbare generaties dichters op de hals. Talloze apologieën voor de dichtkunst hadden niet geschreven hoeven te worden als Plato had kunnen zien dat het een van de inherente eigenschappen van het schrift ten opzichte van de mondelinge kennisoverdracht was dat het kennis kon objectiveren door die letterlijk tot een object te maken. Een geschrift dat je kunt beethouden heeft een bestaan buiten de persoon die die kennis bezit, zodat de inhoud ervan tegen het licht kan worden gehouden. Want de reden waarom hij zo tegen de poëzie was gekant, was dat hij die vereenzelvigde met subjectieve kennis. Luisterend naar de – orale – voordracht van Homerus namen zijn tijdgenoten (die in grote meerderheid analfabeet waren) ideeën in zich op waarvan zij zich – letterlijk – op geen enkele wijze konden distantiëren.

Het vervult ons misschien met verbazing, maar nadat Gutenberg het drukken met losse loden letters had uitgevonden duurde het nog eeuwen voordat een van de belangrijkste eigenschappen van drukwerk ten opzichte van handschrift consequent werd uitgebuit. En die

eigenschap was dat ieder exemplaar van een gedrukt boek gelijk was. Zoals wij nu weten, vervullen paginacijfers in gedrukte boeken met hun identieke pagina's een zeer nuttige functie – aanzienlijk nuttiger dan in handschriften, waarvan er geen twee identiek zijn. Maar het duurde meer dan vijftig jaar voor Aldus Manutius in Venetië in 1499 het eerste boek met paginacijfers drukte (Niccolò Perotti's Cornucopia), en meer dan een eeuw voordat paginacijfers gebruikelijk werden.

Onbedoeld - en niet altijd gewenst

Een van de redenen waarom inherente eigenschappen van media niet altijd direct herkend worden, is dat ze vaak onbedoeld, ja soms zelfs ongewenst, zijn. De bedoeling van Gutenberg bijvoorbeeld was allerm minst om gelijkvormigheid te bewerkstelligen. Die gelijkvormigheid was niet meer dan een toevallig gevolg van de mechanische reproductie. Sterker, mensen met een literaire of esthetische belangstelling zagen er juist alleen doodse herhaling in en bleven daarom de voorkeur geven aan handschrift. Maar een halve eeuw later onderkende een filoloog als Erasmus dat die door velen vermaledijde gelijkvormigheid wel kon zorgen voor een veel grotere tekststabiliteit in zijn autoritatieve tekst van het Nieuwe Testament dan bij handschriftelijke overlevering ooit kon worden bereikt. Nu had al dat monnikenwerk van tekstvergelijking meer dan

01
00
0
10
20
30
40
50
60
70
80
90
00
10
20
30
40
50
60
70

oits zin. Het resultaat van die inspanning zou ditmaal niet ongedaan worden gemaakt door de eerste de beste kopiist die zijn dag niet had, maar kon in honderden identieke exemplaren worden vastgelegd en verspreid. Daarmee hebben we meteen de vinger gelegd op nog een ander voorbeeld van een onbedoeld bijeffect van vermenigvuldiging in druk. Het aantal identieke exemplaren van een tekst nam zodanig toe dat toevallige vernietiging door brand, ongedierte of diefstal vrijwel uitgesloten was. Er bleef altijd wel ergens een exemplaar bewaard.

Ae kunt zeggen dat wij een aantal onbedoelde eigenschappen van drukwerk pas hebben leren herkennen toen we drukwerk konden vergelijken met digitale tekst. Dat drukwerk een permanente vorm heeft in plaats van de fluïde vorm van elektronische tekst wisten we al, want fluïditeit was ook al een eigenschap van het oudere handschrift. Maar dat drukwerk van begin tot eind een voorspelbaar lineair verloop kent was ons niet opgevallen (laat staan dat we het als een nadeel ervoeren) voordat het concept van de hypertext de lezer in staat stelde zijn eigen, niet-lineaire, weg door de tekst te zoeken. Dus afgezet tegen de manier waarop teksten in het 'docuversum' van het worldwide web, waarin iedere tekst hypertextueel met iedere andere tekst kan worden verbonden, een aura van oneindigheid krijgen, kwam opeens de eindigheid van het altijd afgeronde, in zichzelf complete boek naar voren.

Ook in de digitaliteit van 'de nieuwe media' zitten uiteraard onbedoelde eigenschappen: verscholen potenties die wij

nog lang niet allemaal herkennen. Zoals de geschiedenis ons leert, zijn dergelijke potenties voor hun realisatie niet alleen afhankelijk van ons voorstellingsvermogen, maar ook van de mate waarin ze economisch haalbaar zijn. De uitvinding van de stereotypie bijvoorbeeld was in de eerste plaats bedoeld als kostenbesparing. Door staand zetsel te bewaren was een uitgever in staat gemakkelijk, snel en vaak kleine oplagen te drukken, in plaats van één keer een grote. Dat betekende een minder grote investering ineens, zeker in een tijd waarin papier duur was en een substantieel deel van de productiekosten vertegenwoordigde, en er werden zetkosten uitgespaard. Bewaren van staand zetsel was ook duur: letters vertegenwoordigden het kapitaal van de drukker. Door een afdruk van het oorspronkelijke zetsel te maken kwamen de letters vrij voor ander werk, en bovendien betekende het minder slijtage aan het lettermateriaal. Maar alleen in uitzonderlijke gevallen was die kostenbesparing de moeite waard. Dat gold vooral voor teksten die in ongewijzigde vorm herdrukt zouden worden, zoals de Bijbel. Dus pas toen het aantal potentiële lezers – en de frequentie van herdrukken – groot genoeg was, werd stereotypie economisch interessant. Een interessant bijverschijnsel van het gebruik van stereotypie was dat herdrukken gaandeweg steeds minder fouten bevatten. In de drukplaten konden er immers geen nieuwe fouten bijkomen, terwijl bestaande fouten wel konden worden verbeterd door er nieuw zetsel in te solderen.




Behalve door hernieuwde fluiditeit en non-lineariteit onderscheiden de nieuwe media zich door veel meer eigenschappen van drukwerk. Terwijl we sommige daarvan nog niet kennen, hebben we andere al stevig omarmd. Dat laatste geldt bijvoorbeeld voor de opheffing van zulke eeuwenoude beperkingen als omvang, illustratie en kleurgebruik. Bij de huidige stand van de digitale techniek is op die gebieden zo ongeveer alles mogelijk. Dan is er natuurlijk de enorme uitbreiding van het aantal modaliteiten die in één medium kunnen worden weergegeven. De traditionele dualiteit van woord en beeld wordt digitaal uitgebreid met gesproken woord, muziek, bewegend beeld.

Digitaal kopieergemak

Zonder twijfel een van de ingrijpendste kenmerken van de digitale omgeving is dat er digitaal zonder kwaliteitsverlies (er is principieel gesproken geen enkel verschil tussen origineel en kopie) en zonder noemenswaardige kosten kan worden gekopieerd. Dat digitale vermenigvuldiging zo gemakkelijk gaat, zijn we ons inmiddels maar al te goed bewust. Dat blijkt immers niet louter voordelen te hebben. Het stelt uitgevers voor precies dezelfde problemen als de muziekindustrie: hoe moet de bescherming van het nu zo kwetsbare auteursrecht geregeld worden? De ervaring van de muziekindustrie leert dat een krampachtige reactie in ieder geval weinig zinvol is. Juist doordat kopieergemak een van de inherente eigenschappen van het medium is, is kopiëren nauwelijks tegen te houden. Daarbij moeten we bedenken dat als het economische begrip van schaarste in de digitale wereld al een betekenis heeft, dat toch een heel

andere, totaal kunstmatige schaarste is vergeleken bij de schaarste van een fysiek product in de analoge wereld.

Oat het gemak van digitaal kopiëren een dergelijk probleem vormt, is historisch gezien nogal ironisch. Vanaf het vroegste begin was de uitgever in de eerste plaats een producent van fysieke kopieën: de eerste westerse uitgevers waren de boekhandelaars die in het klassieke Athene – en later in Rome – de handschriften van populaire schrijvers en redenaars lieten vermenigvuldigen. Tweeduizend jaar later waren Gutenberg en zijn vroege collega's in de eerste plaats drukkers. Met de aantallen waar het om ging waren zij de eerste boekhandelaars die uitgever waren in onze betekenis: iemand die niet alleen vermenigvuldigt en openbaar maakt, maar ook het risico van de investering daarvoor draagt. Nadat zij een flinke stapel boeken gedrukt hadden, waren zij wel gedwongen na te denken over de manier waarop zij hun investeringen in een titel konden terugverdienen door die 'in de markt te zetten'. In de digitale online wereld daarentegen is het maken van de kopieën, maar ook de distributie daarvan, niet langer een taak van de uitgever, maar van de klant. Er is genoeg jurisprudentie die ons heeft ingepeperd dat het lezen van webpagina's een kwestie is van het overhevelen van de informatie van de server naar de pc van de gebruiker. Maar bij e-boeken (voor e-boek-leesapparaten, pda's, pc's en zelfs mobiele telefoons) en e-papier is dat natuurlijk niet anders.



Een intrigerende recente ontwikkeling in de uitgeverij waarmee gebruik wordt gemaakt van de diverse inherente eigenschappen van de digitaliteit is het hybride analoog-digitale productieproces dat met 'printing on demand' (POD) toch nog op het laatste moment in een fysiek boek uitmondt. Voor de boekenkoper aan het eind van de productieketen mag POD dan geen ander 'medium' lijken dan een conventioneel gedrukt boek, maar de oppervlakkige overeenkomsten zijn misleidend. De grote digitale component van POD maakt de verschillen met gewoon drukwerk groter dan de overeenkomsten. Het lijkt geen twijfel dat POD behoorlijk ingrijpende gevolgen zal hebben voor het boekenvak.

De digitale technologie waar POD op is gebaseerd, heeft naast het kopieergemak nog een bijzondere eigenschap. Wat distributie betreft, geeft een digitaal bestand namelijk de mogelijkheid van een Startrekachtige vorm van teleportatie. Dat wil zeggen dat het boek zonder enige transportkosten, en zonder dat dat ook maar de minste tijd kost, naar iedere plaats ter wereld waar het internet reikt verspreid kan worden voordat het, in een triviale laatste handeling, op papier wordt afgedrukt. Maar ook qua productie betekent deze hybride vorm een revolutie. Zonder de gebruikelijke minimale startoplage van conventioneel drukwerk is een boek veel eerder commercieel levensvatbaar. Dat vraag en aanbod op die manier perfect op elkaar afgestemd kunnen worden is niets minder dan de Steen der Wijzen waarnaar uitgevers al sinds de uitvinding van de drukpers op zoek zijn. Bovendien kan een titel in beginsel altijd in druk blijven. Zo profiteert

de uitgever ook nog eens van het verschijnsel dat inmiddels bekend is geworden als 'the long tail'. Dat wil zeggen dat lang nadat de grote oplage uitverkocht is in allerlei hoeken en gaten altijd nog belangstelling voor een titel blijft bestaan – weliswaar niet genoeg voor een nieuwe oplage, maar als de eentjes maar goedkoop genoeg geproduceerd kunnen worden wel economisch interessant.

Een van de minder in het oog springende eigenschappen van POD die impliciet al aan de orde is gekomen blijkt eveneens samen te hangen met de digitale herkomst. Zelfs als het gedigitaliseerde online uitgeefproduct moet resulteren in een fysiek boek, hoeft de uitgever desgewenst niets meer te maken te hebben met de vermenigvuldiging en distributie daarvan. Waren de eerste uitgevers in de eerste plaats drukkers – de makers van het fysieke product –, nu wordt de ooit zo vanzelfsprekende link tussen uitgeven als een vorm van dienstverlening en uitgeven als een vorm van produceren steeds zwakker. Als er eenmaal een geschikt digitaal bestand voorhanden is, kunnen drukorders vanuit een willekeurige – virtuele of bakstenen – boekhandel rechtstreeks worden geplaatst bij ieder POD-bedrijf, of dat nou het Centraal Boekhuis is of een andere marktpartij, in Nederland of in het buitenland. De uitgever kan zich er wel mee blijven bemoeien, maar om de logistieke kosten te beperken, is decentraal drukken natuurlijk wel zo interessant.

Het geschetste scenario, waarin een digitaal bestand uitmondt in een papieren boek, verdraagt zich trouwens

uitstekend met het scenario voor e-boeken, waarin de tekst ook het laatste stukje van zijn weg digitaal aflegt. POD en e-boeken kunnen tenslotte hetzelfde digitale bronbestand gebruiken.

Tot nu toe is er overwegend sprake van complementariteit van markten voor analoge en digitale versies van een werk. Ervaringen van uitgevers die boeken gratis digitaal ter beschikking stellen, leren dat er geen sprake is van kannibalisatie. Integendeel, aanbidding van de digitale versie resulteert in een grotere verkoop van het analoge product. De belangrijkste reden daarvoor is waarschijnlijk dat de digitale en analoge versies heel verschillende gebruiksmogelijkheden bieden: ruwweg 'gebruiken' (zoeken, enz.) vs. lezen. Maar in deze voor uitgevers zo heilzame complementariteit kan van de ene dag op de andere de klad komen. Op het moment dat een iPod voor boeken op de markt verschijnt en het onovertroffen analoge leesgemak digitaal geëvenaard wordt, zijn de gevolgen zowel onmiddellijk als ingrijpend. Dan staat de uitgever precies hetzelfde te wachten als de cd-industrie is overkomen: grootschalige inbreuken op het auteursrecht, anonimisering van individuele labels, en desintegratie van de oorspronkelijke producteenheid (de verkoop per nummer in plaats van per cd). De eerste kandidaten voor de rol van 'iReader' hebben zich al gemeld. De Sony Reader (in de oorspronkelijke Japanse versie LIBRIÉ genaamd) en de iLiad van Philipsdochter iRex Technologies die nu al te koop zijn, maken beide gebruik van de e-Ink technologie met haar aan drukwerk grenzende scherpte

en contrast. Alom wordt gespeculeerd dat het 'iPod-effect' nu niet lang meer op zich zal laten wachten.

Een fenomenaal geheugen

Een andere ingrijpende eigenschap van het digitale medium – misschien wel de belangrijkste; zeker de interessantste – is dat de computer een van de meest storende beperkingen van de menselijke geest op het gebied van de verwerking van informatie en de verwerving van kennis opheft: ons slechte geheugen. (Daarbij moeten we overigens wel aantekenen dat we dat slechte geheugen voor een belangrijk deel aan onszelf te danken hebben. De beperking van ons geheugen is weliswaar ernstiger geworden met de toename van de hoeveelheid kennis in de wereld, maar we hebben de geheugenkunst in de loop der eeuwen toch ook wel erg laten verslonzen door zo te vertrouwen op allerlei middelen om onze kennis buiten onszelf vast te leggen.) Zo'n fenomenaal groot, snel en betrouwbaar geheugen als waar computers over beschikken stelt ons in staat allerlei wonderbaarlijke dingen te doen die met zoeken en vinden te maken hebben. Dagelijks kunnen we de voordelen daarvan ervaren wanneer Mac OS Spotlight of Windows Desktop Search binnen een fractie van een seconde bestanden met een bepaalde inhoud weet te lokaliseren op de harde schijf van onze pc. Maar de schaal waarop computers kunnen sorteren, selecteren, indexeren en wat dies meer zij is bijna niet

voorstelbaar. Het is deze eigenschap die ten grondslag ligt aan het succes van zoekmachines als Google, die nu het belangrijkste instrument vormen waarmee we nog enigszins greep kunnen houden op de overweldigende hoeveelheid informatie die op het internet te vinden is.

Er zijn in de loop van de geschiedenis veel pogingen gedaan om toegang te bieden tot alle informatie ter wereld. Alleen in de fictieve wereld van Marten Toonder, waar Tom Poes in de gemeentebibliotheek van Rommeldam 'alle boeken die er geschreven zijn' aantreft, is dat ook werkelijk gelukt. In de bibliotheek van Alexandrië (gesticht in de derde eeuw voor Christus) werden, goedschiks of kwaadschiks, met listen en bedrog, afschriften bijeengebracht van alle werken van toen bekende auteurs. Hoe compleet de verzameling ooit is geworden, is onbekend. Maar hoe dan ook, de bibliotheek is enkele eeuwen na haar oprichting in vlammen opgegaan. Dat daarmee een schat aan unieke teksten is vernietigd die nergens anders bewaard zijn gebleven illustreert een van de twee grote zwaktes van het aanleggen van een fysieke collectie op één locatie: de kwetsbaarheid ervan. De andere grote zwakte is de bereikbaarheid. Een bewoner van de Lage Landen zou de tocht naar Alexandrië niet veel gemakkelijker volbrengen dan die naar Rommeldam.

Het zijn Bibliotheca universalis uit 1545 was Conrad Gessner (1516-1565) de grondlegger van de bibliografie. Dit standaardwerk moest

verwijzingen bevatten naar alle schrijvers die ooit geleefd hadden en hun teksten – althans voor zover die in een van de wetenschapstalen, Latijn, Grieks en Hebreeuws waren geschreven. Ondanks de veel minder ambitieuze opzet van Gessners project – het verzamelen van bibliografische verwijzingen in plaats van fysieke exemplaren – was de hoeveelheid informatie in de westerse wereld inmiddels al zodanig toegenomen dat zelfs die bescheiden doelstelling niet meer haalbaar was. Na publicatie van nog een drietal delen gaf Gessner er de brui aan.

L'Encyclopédie van Diderot en d'Alembert moest alle kennis ter wereld door middel van samenvattende lemmata in zowel alfabetische als systematische ordening bijeenbrengen. Maar zelfs dit 35 foliodelen omvattende monument van de Verlichting, met zijn negentien hoofddelen, vier supplementen, twaalf delen platen en twee analytische delen, kon geen recht doen aan de exponentiële groei van de menselijke kennis. Ook het Mundaneum van Paul Otlet (1868-1944) moest alle kennis ter wereld in één alomvattend systeem onderbrengen, zowel de teksten zelf als het bibliografische systeem dat daar toegang toe verleende. Nu nog worden in het Waalse Bergen (Mons) de 17 miljoen fiches bewaard die Otlet en zijn collega Henri La Fontaine bijeenbrachten, verstoofd en verworden tot een monument voor achterhaalde technologie.

Vergeleken bij deze door allerhande fysieke beperkingen gedoemde pogingen, opent het worldwide web veelbelovende vergezichten. Beperkingen uit de analoge wereld als ruimte-

beslag en toegankelijkheid vallen digitaal geheel weg. Ook het leggen van verbanden – waaraan informatie haar waarde voor een groot deel ontleent – is digitaal oneindig veel gemakkelijker dan analoog. Immers, op het wereldomspannende netwerk van computers vormen opslag van kennis en de ontsluiting daarvan een twee-eenheid. Geen wonder dat digitalisering van alle in bibliotheken en andere repositoria opgeslagen teksten al vanaf het begin van het internet een ideaal was. Voor literaire teksten werden door vrijwilligers projecten als het project-Gutenberg en het project-Laurens Janszoon Coster opgezet. Voor wetenschappelijke boeken en artikelen verrichten bibliotheken en wetenschappers over de hele wereld al lang veel en nuttig werk. Maar dergelijke initiatieven blijven in omvang beperkt, en dienstverlening aan de academische gemeenschap door bibliotheken en wetenschappers kost geld.

Hoe beperkt de schaal van de digitaliseringsinspanningen van de afgelopen tientallen jaren eigenlijk was, wordt duidelijk nu we kennis hebben kunnen nemen van het grootscheepse digitalisatieprogramma dat Google heeft opgezet met de New York Public Library en een aantal universiteitsbibliotheken in Amerika en Europa. Ook dat programma heeft weliswaar zijn beperkingen, maar die beperkingen zijn van een geheel andere orde. Ook het Google-project kost geld, maar in tegenstelling tot de bibliotheken kan Google met de digitalisering juist ook geld verdienen. Hoe meer digitale bronnen doorzocht kunnen worden, hoe beter de zoekresultaten, en dat is waar de

inkomsten van Google op gebaseerd zijn. Digitalisering is voor Google geen doel op zichzelf, maar vooral een middel om betere bedrijfsresultaten te bereiken. De aspiraties van Google omvatten vele miljoenen boeken, miljarden pagina's, betrokken zowel uit bibliotheken als rechtstreeks bij de uitgevers.

Tegen de achtergrond van deze 'Googlificatie' van de informatiewereld (het verschijnsel dat iets – of iemand – alleen bestaat als het door Google wordt gevonden) wordt de noodzaak tot digitalisering sterker gevoeld dan ooit. Voor uitgevers betekent dat dat alle nieuwe teksten ten minste ook digitaal beschikbaar moeten komen. Het digitale, verrijkte bestand krijgt op die manier het primaat, al dan niet met een analoog product als afgeleide.

Een ander gevolg van deze verregaande digitalisering is dat die leidt tot andersoortig gebruik van informatie. De ontwikkeling van folio naar digitaal verloopt voor verschillende genres dan ook met verschillende snelheden. Informatie komt eerder in aanmerking voor digitalisering dan ontspanningslectuur. Met name in het geval van informatie biedt de flexibiliteit van het digitale medium enorme mogelijkheden, bijvoorbeeld voor het op maat maken van informatie. Al in 1945 realiseerde Vannevar Bush zich dat de behoefte aan informatie structureel weigerde overeen te stemmen met het aanbod aan informatie. De persoonlijke informatiedatabank, de Memex, die hij bedacht bood daarom de mogelijkheid informatie uit verschillende bronnen te verbinden tot een informatiespoor. Daarmee was de Memex volgens velen een soort voorloper van het worldwide web. Hoe dat ook zij,

het principe waar het om gaat, is de gestructureerde opslag van grote hoeveelheden gegevens. Hoe groter de hoeveelheid, en hoe beter de informatie waarin kan worden gezocht gestructureerd is, des te beter kan de gebruiker op zijn wensen bediend worden. Maar uiteindelijk geldt voor alle genres dat het nuttig is mee te doen in nieuwe vormen van digitale ontsluiting via het worldwide web, waarbij bijvoorbeeld door middel van 'text mining' automatisch trefwoorden worden toegekend aan een tekst, zodat die vindbaar wordt op manieren die individuele uitgevers nooit mogelijk kunnen maken.

In deze oceaan van kennis die digitaal beschikbaar komt, lossen individuele boeken en artikelen voor de consument op als evenzovele druppels water. Ze kunnen afkomstig zijn uit dit tijdschrift of dat, van deze of gene auteur, van de ene uitgever of van de andere, maar daar is de lezer niet in de eerste plaats geïnteresseerd. Hij is in de eerste plaats geïnteresseerd in de vraag welke druppels water voorzien in zijn behoefte aan informatie. Dat lijkt op zich niets nieuws. Wat nieuw is, is dat de consument daadwerkelijk toegang krijgt tot de kleinste druppels water. Waarom zou hij nog langer een heel glas water aanschaffen als hij daaruit maar één druppel wil drinken? De technologie stelt hem in staat de inhoud van zijn glas zelf samen te stellen. Want als er in deze nieuwe constellatie iets mogelijk is, is het zoeken en vinden.

Dat deze kracht van zoeken en vinden dankzij digitaliseringsinspanningen als die van Google steeds meer de inhoud

van informatiebronnen betreft in plaats van alleen verwijzingen ernaar (de metadata – gegevens als auteur, titel, uitgever, enz.) is de grote revolutie in het verzamelen en ontsluiten van de producten van menselijke kennis.

Orde in de chaos

Naarmate het zwaartepunt in de informatieverschaffing steeds meer verschuift naar het internet (studenten hebben bijvoorbeeld nauwelijks meer oog voor papieren informatie) treedt een zichzelf versterkend effect op. Dat heeft voor de consument grote voordelen, want het is in de aggregatie dat kennis het meest efficiënt ontsloten kan worden. Daar staat tegenover dat puur de omvang van de informatie die voorhanden is al een probleem dreigt te worden. Maar nog urgenter is de kwaliteitskwestie. Het gemak van zoeken en vinden is natuurlijk prachtig, maar wat wordt er dan eigenlijk gevonden?

Misschien wel de grootste wens van de consument is meer orde in de chaos. Daartoe zijn twee zaken belangrijk: ordening en selectie. Terwijl zij de ordening traditioneel hebben overgelaten aan anderen, met name bibliotheken, hebben uitgevers selectie altijd als een essentieel onderdeel van hun taak gezien. Nu alle informatie op het worldwide web deel uitmaakt van een groter geheel blijken bibliotheken, en zelfs de grootste mondiaal opererende uitgevers, hoe invloedrijk ook, simpelweg te kleine partijen om de orde te bewaren. In het machtsvacuüm dat zich op dat niveau begint af te tekenen heeft Google zich als een soort mondiale verkeersagent ontpopt. De individuele auteur, de afzonderlijke tekst en de individuele uitgever krijgen op dat niveau een steeds meer

0
1
0
0
1
0
2
0
3
0
4
0
5
0
6
0
7
0
8
0
9
0
0
0
1
0
1
0
2
0
3
0
4
0
5
0
6
0
7
0
8
0
9
0

ondergeschikte rol. Pas wanneer de gebruiker gevonden heeft wat hij nodig heeft, komen die met enig geluk weer in zicht.

In een wereld waarin, met name als gevolg van de inherente eigenschappen van de digitale technologie, vermenigvuldiging en distributie zo verregaand zijn 'gedemocratiseerd' en gemarginaliseerd, wordt de traditionele uitgeef functie uitgehold. De nadruk verschuift van productie en distributie naar een meer dienstverlenende rol waarin andere traditionele uitgeverstaken als selectie en kwaliteitsbewaking waarschijnlijk in een cruciale behoefte blijven voorzien. Belangrijk in die dienstverlening zijn behalve selectie en kwaliteitsbewaking ook verrijking (vindbaarheid en doorzoekbaarheid; metadata) en – geheel nieuw – archivering. Immers, het uitgeefproduct wordt na publicatie niet langer simpelweg over de schutting gegooid. Een eenmaal verkocht boek of tijdschrift werd in papieren vorm de verantwoordelijkheid van de nieuwe eigenaar; nu blijven de digitale bestanden – of althans de toegang daartoe – hoe langer hoe meer de verantwoordelijkheid van de uitgever. Alles bijeen betekent dit dat uitgevers hun kaarten in plaats van op het proces van de vermenigvuldiging steeds meer op de beste manier van openbaarmaking zullen moeten zetten. Dat wil zeggen, meer aandacht voor alles wat aan productie en distributie voorafgaat of erop volgt – selectie, verrijking, marketing en archivering – en minder voor vermenigvuldiging zelf. Laat dat maar aan de lezers en gebruikers over.

Als de vermenigvuldiging zelf geen onderscheidend kenmerk meer is (al blijft die een bron van voortdurende zorg),

wordt de vraag wat te doen met de traditionele rechten van de uitgever op het gebied van de vermenigvuldiging des te prangender. We hebben eerder al vastgesteld dat kopieergemak een inherente eigenschap is van het digitale medium. Moeten we blijven waken tegen ongeoorloofde vermenigvuldiging, of is dat vechten tegen de bierkaai? De zoektocht naar versleutelingstechnieken, waar ook de cd-industrie veel energie aan heeft besteed, heeft veel weg van het permanente achterhoedegevecht tegen de georganiseerde misdaad op het vlak van geavanceerde technologische middelen. Bovendien stuit beperking van de consumentenvrijheid op veel weerstand. Misschien is het beter enige flexibiliteit te betrachten en na te denken over nieuwe verdienmodellen in plaats van energie in dergelijke sisyphusarbeid te steken.

 at dat betreft heeft Bob Young, oprichter van Lulu.com, de mogelijkheden van het medium goed begrepen. In zijn geheel geautomatiseerde, op het web gebaseerde uitgeefstelsel kan iedereen boeken uitgeven: digitaal (e-boeken) of analoog (POD). Romans, dichtbundels, wetteksten, handleidingen, rapporten, fotoboeken: noem maar op. De auteur beslist welke diensten hij afneemt, van redactie tot en met marketing, en stelt de verkoopprijs vast, van gratis – alleen in het geval van e-boeken, want fysieke productie zal altijd iets kosten al is het niet veel – tot ieder gewenst bedrag. Het bedrijf verdient een gering bedrag per exemplaar. Een nieuw soort vanity press? Jazeker, maar wel een heel goedkope, want door het gebruik van POD hoeft de schrijver niet meer in een oplage

te investeren. Het boek wordt pas gemaakt als het verkocht is. Maar Lulu.com is veel meer dan een vanity press. Het is het dienstenmodel voor de uitgeverij in optima forma en een verdienmodel dat heel slim gebruik maakt van de nieuwe technologieën.

In deze omstandigheden is het niet alleen jammer maar eigenlijk ook vreemd dat uitgevers niet enthousiaster op de Open Accessbeweging hebben gereageerd. 'Open Access' is ontstaan uit onvrede in de wetenschappelijke wereld met het wetenschappelijke publicatiesysteem, en met name met de ongebreidelde prijsstijgingen in de abonnementen op wetenschappelijke tijdschriften in de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw. Maar Open Access vertegenwoordigt niet alleen een ideologie, waarin wetenschappelijke informatie als een publiek goed wordt beschouwd in plaats van als een commercieel product waar winst op moet worden gemaakt. In zijn financieringsmodel biedt Open Access ook een adequaat antwoord op de technologische uitdaging van het kopieergemak van digitale tekst. In plaats van de tijdschriften achter slot en grendel te bewaren en een heffing op het gebruik op te leggen, biedt Open Access vrije toegang tot de informatie nadat in een eerder stadium door de auteur (of de instelling waaraan deze is verbonden) voor publicatie is betaald. Die betaling betreft diensten van de uitgever in de vorm van kwaliteitszorg en het in goede banen leiden van het selectieproces. Een dergelijke vorm van 'bronbelasting' vergt een heel andere manier van denken over uitgeven, maar biedt wel een elegante oplossing voor

een nauwelijks oplosbaar technologisch probleem.

Te midden van dit digitale geweld krijgt de academische vraag wat nu eigenlijk een boek is misschien toch ook voor de uitgeverij meer reliëf dan het zich aanvankelijk liet aanzien. Maar meer nog blijkt de brandende vraag te zijn wat de term uitgeven eigenlijk betekent – of zou moeten of kunnen betekenen. Hierbij gaat het niet alleen om de vraag hoe de uitgeverij zijn geld verdient, maar ook waarmee. In de digitale wereld convergeren alle media en modi, en uitgevers storten zich steeds gemakkelijker op audio, video en games. En wie zijn eigenlijk uitgever? Zeker niet alleen zij die een bordje met die aanduiding naast hun voordeur hebben geschroefd. Het internet heeft van iedereen uitgevers gemaakt: bedrijven, archieven, bibliotheken. En moeten we Google niet ook als een uitgever zien?

Transformaties alom dus, en het worden er eerder meer dan minder. Wie wacht tot zich een nieuwe status quo aftekent, zal bedrogen uitkomen. De veranderingen volgen elkaar alleen maar steeds sneller op. In die omstandigheden is er maar één manier om te overleven, en dat is proberen de inherente eigenschappen van alle nieuwe mediale ontwikkelingen te herkennen en te exploiteren. Ik ben geen uitgever, en voor mij is het allemaal een academische zaak. Maar ik ben ervan overtuigd dat bestudering van de historische patronen daarbij een onmisbaar hulpmiddel is. Vergelijking met het verleden is het enige houvast dat kan leiden tot beter inzicht in de huidige – en zelfs toekomstige

– ontwikkelingen.

Gevangen binnen zijn beperkte voorstellingsvermogen heeft het de mens altijd de grootste moeite gekost om de potentie van een nieuw medium te herkennen – laat staan er gebruik van te maken. Laten we onszelf vooral niet voor de gek houden: we hebben geen enkel idee welke inherente eigenschappen van de digitale media we wel en niet kennen. Het is daarom gezond ons er voortdurend rekenschap van te blijven geven dat we echt niet aan het eind van de weg zijn aangeland. Net als in onze eigen evolutie, staan we maar gewoon ergens midden in het landschap, zonder enig idee hoe ver we nog hebben te gaan of waarlangs de reis zal voeren. Over wat de toekomst zal brengen, tasten we in het duister, maar terugkijken over de weg die we hebben afgelegd kunnen we wel.

Oeerder gestelde vraag of het bij de overdracht van kennis en informatie om de tekst gaat of om de drager kunnen we waar het de uitgever betreft nu gemakkelijk beantwoorden. Het gaat om de tekst, al is dat dan wel de tekst in die brede zin waar de boekwetenschap zo huiverig voor is. Het 'boek' als drager – product van inkt en dode bomen – is maar een historisch contingente staat, een tijdelijke 'stolling' van de tekst die altijd fluïde was voor de uitvinding van de drukpers, en nu onder druk opnieuw vloeibaar is geworden. Onder druk? Of eigenlijk juist niet: druk komt er niet meer aan te pas. Maar een uitgever wel.