

## HET BOEK WORDT CHIP<sup>1</sup>...

### Nederlandse luisterboeken anno 2009<sup>2</sup>

**De uitvinding van de chip heeft enorme gevolgen voor het boekenbedrijf. Er zijn sinds de jaren 1990 allerlei nieuwe digitale boekvormen en boeksoorten ontstaan, zoals boeken met cd- of dvd-bijlage, dvd's met boekbijlage, gesproken boeken, literaire cd's, internetboeken, digitale leesboeken en boeken die een combinatie van deze verschillende soorten zijn en er soms nog andere media, kunsten of bepaalde vormen van interactiviteit bij betrekken. Het digitale boekgebied is enorm in beweging en nog maar nauwelijks in kaart gebracht<sup>3</sup>: er zijn bijvoorbeeld maar weinig ingeburgerde namen voor de nieuwe, vaak hybride boeksoorten en er zijn ook maar weinig critici die zich op deze nieuwe literaire sector richten. Dit essay wil een kleine bijdrage zijn bij het in kaart brengen van de ontwikkelingen op het gebied van de chipboeken, zoals ik het domein zou willen aanduiden, en wel op één specifiek terrein: de audioboeken. Ik wil kort de ontwikkelingen van luisterboeken in het Nederlandse taalgebied beschrijven en daarbij in beeld brengen wat de gevolgen zijn voor verschillende partijen: de uitgever, de schrijver, de lezer, de vertaler, de voorlezer, de boekhandelaar, de bibliothecaris, de literaire criticus en de literatuurdocent.**

### een nieuwe trend

Luisterboeken zijn een nieuwe trend. Onder luisterboek verstaan we hier: een gesproken en apart gedistribueerde versie van een tekst, die eveneens in druk beschikbaar is of is geweest. In het jaar waarin ik dit schrijf, 2009, is het genre in het Nederlandse taalgebied in volle ontwikkeling. Ofschoon niet nieuw – gesproken boeken zijn er eigenlijk al sinds de uitvinding van de grammofoon, oftewel meer dan een eeuw – is er op het gebied van de luisterboeken toch sprake van een technologische én commerciële doorbraak. Er is een nieuw publiek van luisterlezers en er ontstaan ook gespecialiseerde uitgeverijen en luisterboekwinkels die jaarlijks honderden nieuwe boekaanbiedingen hebben. Er zijn speciale websites die een groot publiek over dit product informeren.<sup>4</sup> En het genre van het luisterboek lijkt zijn eigen marketing- en distributiestrategie te ontwikkelen, deels via

---

<sup>1</sup> Van Leeuwen, C.J. (2009). Quando il libro diventa chip. In: M. Prandoni & G. Zanello (Eds.), *Multas per gentes. Omaggio a Giorgio Faggin* (pp. 145-152), Padova: Il poligrafo.

<sup>2</sup> Het is uiteraard geen toeval dat dit artikel verschijnt in de bundel *Multas per gentes* (2009) ter ere van onze vriend, de literaire docent, vertaler, kunstkenner en humanist Giorgio Faggin, die de broer is van de uitvinder van de chip Federico Faggin. Het lijkt bijna een literair gegeven, het verhaal van twee broers die zulke verschillende wegen zijn gegaan en daarin beiden internationale erkenning hebben gekregen. Aan dat op zich al tot de verbeelding sprekende feit voegen we hier nog een klein literair motiefje toe: hoe de uitvinding van de ene broer het werk van de andere broer diepgaand zal beïnvloeden.

<sup>3</sup> Ontwikkelingen die in het spraakmakende boek onder redactie van Umberto Eco, *The Future of the Book* (Berkeley; University of California Press, 1997) nog nauwelijks in beeld waren.

<sup>4</sup> De voornaamste intersites in het Nederlandse taalgebied zijn [luisterboeken.startpagina.nl](http://luisterboeken.startpagina.nl), [weekvanhetluisterboek.nl](http://weekvanhetluisterboek.nl), [luisterrijk.nl](http://luisterrijk.nl), [123luisterboek.nl](http://123luisterboek.nl), [lecticus.nl](http://lecticus.nl) en [luisterboekwinkel.nl](http://luisterboekwinkel.nl).

de boekhandel en traditionele distributiekkanalen als kiosken, supermarkten en boekenclubs, maar meer en meer ook via eigen kanalen, vooral internet.

Dat er inderdaad sprake is van een doorbraak, kunnen we afleiden uit verschillende feiten. Het luisterboekgenre is kennelijk zo sterk dat het zich nieuwe grote publicitaire strategieën kan veroorloven, zoals een eigen ‘week van het luisterboek’ (eind juni) met een speciale luisterboekpublieksprijs en veel media-aandacht. Daarnaast is er het feit dat er ook nog andere reclamecampagnes voor het luisterboek zijn die aansluiten bij andere evenementen en feesten, zoals de nationale boekenweek, rondom Sinterklaas en Kerst en ter gelegenheid van ‘vaderdag’. Het luisterboek is een geschikt cadeau-artikel, ook in situaties waarin men eigenlijk niet weet wat men moet geven. Vervolgens zouden we het verschijnen, in april 2009, van het verzameld werk van een van Nederlands belangrijkste klassieke schrijfsters, de middeleeuwse religieuze Hadewijch, in de vorm van een luisterboek willen zien als een doorbraak.<sup>5</sup> Het luisterboek wordt nu ook opgenomen in prestigieuze reeksen van de historische letterkunde en daarmee een onontkoombaar verschijnsel voor elke literaire liefhebber en professional. Het medium wordt benut om literaire teksten te verspreiden en ontsluiten die anders minder toegankelijk zijn en de lezers niet of nauwelijks zouden bereiken.

### **de luisterlezers**

Zijn luisterlezers nieuwe lezers, of lezers die zich een nieuwe manier van lezen eigen hebben gemaakt? Deze vraag is niet zo gemakkelijk te beantwoorden. Het is een feit dat het luisteren van boeken enige oefening vraagt: mensen met een grote leesvaardigheid kunnen de benodigde concentratie en belangstelling misschien beter opbrengen dan anderen, maar tegelijk hebben ze misschien ook minder behoefte aan het beluisteren van boeken of zijn ze geremd door enige weerstand of vooroordeel. Maar het is ook een feit dat luisterlezen laagdrempelig is en mensen bereikt die anders géén boeken lezen. Het luisterlezen lijkt het gewone lezen niet te verdringen: het is eerder aanvullend en vindt plaats op momenten dat gewoon lezen geen optie is. In die zin is luisterlezen een nieuwe vrijetijdsbesteding en zijn luisterlezers ook echt nieuwe en ándere lezers.

Wanneer en waar luisteren mensen naar boeken? Precieze gegevens over het leesgedrag ontbreken, maar er zijn wel enkele dingen duidelijk. Luisterboeken worden relatief weinig afgespeeld op de traditionele stereo-apparatuur, alsof luisterlezen een activiteit is die niet in de huiskamer plaatsvindt en de strijd met de dominante televisie vooralsnog niet aangaat. Luisterboeken worden vooral afgespeeld op MP3-spelers en ipods, op de computer en de autoradio: het zijn dus vooral boeken voor op reis, op de eigen kamer en in bed. Een luisterboek is er voor de verloren uurtjes, zoals in het woonwerkverkeer en ’s avonds laat of bij het uitslapen. Het is er voor een persoonlijk moment van ontspanning en verdieping, verstrooiing of meditatie. De meeste mensen luisteren in hun eentje en maken geen gebruik van de mogelijkheid om samen met anderen naar een boek te luisteren. Daarnaast is er uiteraard wel het educatieve gebruik op scholen, een onderwerp

---

<sup>5</sup> Hadewijch, *Liederen*. Uitgegeven, ingeleid, vertaald en toegelicht door Veerle Fraeters en Frank Willaert, met een reconstructie van de melodieën door Louis Peter Grijp. Met vier audio-cd's, Historische Uitgeverij, Groningen in samenwerking met Rubinstein, Amsterdam.

waar ik nog op terugkom, maar ook daar lijkt het luisterboek meer individueel dan klassikaal te worden ingezet.

### **Home Academy**

Ofschoon vrijwel alle boekgenres als luisterboek kunnen worden uitgebracht, zijn er drie genres die op dit moment de markt domineren: kinderboeken (voorleesboeken bij uitstek), literaire fictie (romans en andere verhalende genres) en non-fictie (studieboeken, beschouwend proza op het gebied van wetenschap, filosofie en levensbeschouwing). De naam van een van de op dit laatste gebied actieve uitgeverijen, Home Academy, is in Nederland bijna een soortnaam geworden voor alle luisterteksten met een educatief karakter, dus populair-wetenschappelijke luisterboeken maar ook series hoorcolleges van beroemde hoogleraren en lezingen van bekende persoonlijkheden. Een interessant gegeven is, dat fondsen op dit gebied kunnen aansluiten bij twee omvangrijke historische bibliotheken van luisterbestanden: enerzijds de radio-archieven, anderzijds de blindenbibliotheken. Materiaal uit de radio-archieven vindt maar zeer zelden zijn weg naar heruitgave als luisterboek: het is vaak te gedateerd en kan de concurrentie niet aan met nieuw geproduceerde radioprogramma's; er is wel belangstelling voor historische opnames, maar in zeer beperkte oplages. Alleen de omroepen KRO en VPRO nemen op dit moment initiatieven op het gebied van luisterboeken. Materiaal uit blindenbibliotheken vindt wel zijn weg naar de moderne luisterlezer, maar er zijn weer andere beperkingen: er zijn vaak speciale technieken gebruikt (Daisy) en niet alles is beschikbaar op cd of in een toegankelijk MP3-formaat; sommige blindenbibliotheken zijn ingesproken met hulp van vrijwilligers en voldoen daarmee niet altijd aan de commerciële standaard. De meest omvangrijke en best bruikbare catalogi worden aangeboden door het bedrijf Dedicon en de Vereniging van Leesgehandicapten NLBB.

### **kostprijs**

De ontwikkeling van het luisterboek voltrekt zich dus gedeeltelijk binnen de klassieke boekenbranche, die immers over veel van de rechten beschikt, maar vooral ook aan de marge ervan. De traditionele uitgevers zien de ontwikkeling wat voorzichtig en terughoudend aan en investeren er weinig in (met uitzondering van uitgeverijen De Bezige Bij, Contact en het in luisterboeken gespecialiseerde Rubinstein). Het zijn vaak nieuwe boekondernemers die op het terrein van de luisterboeken actief worden. Een luisterboek produceren is inderdaad een vak apart, met eigen technieken die van de uitgever een specifieke professionaliteit vragen en een eigen marketingapparaat. Soms kan het luisterboek de omzet van een traditionele titel vergroten, maar dit is niet vanzelfsprekend. Het produceren van luisterboeken is op zich ook niet goedkoper dan van traditionele boeken. Wel is het zo dat de kostprijs per boek lager ligt en kleinere oplagen tegelijk kunnen worden aangemaakt, wat een voordeel lijkt te zijn voor de kleinere uitgeverijen. Doordat de distributie van luisterboeken, die aanvankelijk moeilijk was, dankzij het internet steeds eenvoudiger wordt, ligt de verkoopprijs van luisterboeken inmiddels ruim onder die van traditionele boeken in druk. En een voordeel voor de luisterboekenbranche is, dat er verschillende strategieën zijn om die kostprijs nog te drukken: directe verkoop aan de klant, zonder tussenpersonen, en het aanbieden van

downloaden van de luistertekst, zonder verdere kosten van drager en verpakking. Zo kan het luisterboek tegen scherpe prijzen aan de man worden gebracht.

### **literaire canon**

Zoals te verwachten is, zijn het vooral de meer traditionele narratieve genres die het goed doen in het medium luisterboek. Het komt bij luisterboeken aan op de kunst van het vertellen en een spannende verhaalopbouw. Meer nog dan gedrukte boeken, sluiten luisterboeken dan ook nauw aan bij de literaire canon. Hiervoor zijn verschillende redenen: het luisterboekpubliek kiest bij voorkeur boeken uit met een verhalend karakter; in een beginnende literaire sector zijn het de grote namen die het goed doen. Daarnaast lanceren de luisterboekuitgevers ook veel oude titels, die 70 jaar na de dood van de auteur immers vrij van rechten zijn (in Nederland bv Multatuli, Couperus en Nescio) en een zekere afzet vinden in bibliotheken en op scholen (de verkoop van 100-200 luisterboeken in dit circuit is een garantie voor elke onderneming). Een factor is ook, dat bekende namen met een grotere welwillendheid door de boekhandel worden ingekocht. Om deze redenen kent de markt een vrij behoudend aanbod van luisterboeken, met misschien wel te weinig verrassingen: het volgt de grote literaire namen van heden en verleden en treedt zelden buiten de meer toegankelijke genres. Het aanbod beperkt zich overigens niet tot de nationale canon, want ook luisterboeken in vertaling doen het goed. Een meerwaarde kan zijn, dat luisterboeken vergezeld gaan van een nawoord bij de tekst, zoals een interview of toelichting van de schrijver, een uitleg van het werk door een criticus of de auteur die het heeft voorgelezen. Het medium luisterboek leent zich goed voor een dergelijke historisch-literaire situering, een mogelijkheid die echter vaak onbenut blijft en alleen door de betere uitgevers wordt aangegrepen.

### **de voorlezer**

Een andere meerwaarde van het luisterboek kan zijn, dat de tekst door de auteur zelf wordt ingesproken: hier ligt de eigenlijke oorsprong van het genre. Goede auteurs zijn niet vanzelfsprekend goede voorlezers, maar wanneer dit wel zo is, wordt een luisterboek plotseling een kostbaar literair document en een gewild object. Schrijvers die eigen boeken hebben voorgelezen en het op dit moment in de luisterboeksector goed doen, zijn bijvoorbeeld Hella Haasse, Heere Heeresma, Cees Nooteboom en Gerard Reve. Het merendeel van de schrijvers hoort echter niet tot die categorie van goede voorlezers, wat niet perse betekent dat het daardoor oninteressant wordt om naar hun voorgelezen boek te luisteren. Het is een belevenis om een boek te horen voorlezen in de expressieloze stem van Willem Frederik Hermans of de hijgerige, van rook en alcohol krakende stem van Jeroen Brouwers. Uitgevers zijn niettemin vaak gedwongen om voor andere stemmen te kiezen. Als ze erin slagen om bekende acteurs aan klassieke titels te verbinden, zoals in het geval van Henk van Ulsen die inmiddels een groot repertoire van de Nederlandse letteren heeft vastgelegd, of Ivo de Wijs die de klassieker Wouterje Pieterse heeft uitgevoerd, ontstaan uniek producten die kunnen wedijveren met elk papieren boek zónder voorleesstem. Ofschoon er in het begin van de luisterboekproductie wel is geëxperimenteerd met geluidseffecten, naar het voorbeeld van de radiohoorspelen, blijken de luisterboeken het best te gedijen bij een sobere uitvoering: niet veel meer dan de tekst

die in een stille studio wordt voorgelezen, met korte hoofstukaanduidingen, opgeknipt in hanteerbare eenheden voor de luisterlezer, en een ingesproken tekstverantwoording (die helaas maar al te vaak ontbreekt). In publiek voorgelezen teksten worden door de naar een intiem contact met de tekst verlangende luisterlezer meestal niet zo gewaardeerd. Op televisie voorgelezen teksten, zoals van de auteur en cabaretier Kees van Kooten, blijken in luisterboekversie vaak aan hun doel voorbij te schieten: de luisterlezer merkt dat hij beeld en gezichtsuitdrukkingen mist en door deze ‘incomplete’ overlevering geïrriteerd wordt. Kortom, hoe soberder de uitvoering van het luisterboek is, hoe groter de kans wordt op een succesvolle overdracht bij de luisterlezer.

### **refterlezing**

Tenslotte zou ik nog kort op enkele specifieke luisterboekgenres willen ingaan. Het is opvallend dat de religieuze sector het luisterboek nog nauwelijks exploiteert. In kloosters is men gewend aan een refterlezing en aan het hardop lezen van meditatieve teksten in de stille tijd: niettemin zijn er nog maar weinig kwalitatief goede religieuze luisterboeken in de handel. Zelfs ingesproken bijbelboeken zijn maar beperkt voorhanden, als ze er al zijn hebben ze vaak een omlijsting van muziek en liturgie, dus niet conform de hierboven genoemde eisen van soberheid. De potentie van het medium, juist voor religieuze en meditatieve doeleinden, wordt nog onvoldoende onderkend, behalve in sferen van new age en bepaalde sectarische kringen.

### **didactisch gebruik**

Ook voor het literatuuronderwijs wordt het luisterboek misschien nog onvoldoende aangewend. Komt dit vanwege het feit dat scholen de kostenfactor bezwaarlijk vinden en zich niet kunnen veroorloven grootschalig illegale kopieën te maken? De mogelijkheden die het genre biedt, zijn ongekend groot: leerlingen kunnen aan de hand van ervaren lezers kennis maken met het werk van de klassieken; ze kunnen persoonlijk kennis maken met de stem en het oeuvre van bepaalde auteurs; ze kunnen op directere wijze tot lezen worden aangezet. Het zou aanbeveling verdienen om leerlingen al op jonge leeftijd vertrouwd te maken met het luisteren naar boeken, door bijvoorbeeld een sector ‘luisterboeken’ op te nemen in elke literatuurlijst op school. Het zou ook behulpzaam zijn om luisterboeken een prominenter plaats te geven in internetbibliotheken, zoals de *digitale bibliotheek der Nederlandse letteren DBNL*. Het is duidelijk dat de didactische voordelen voor het onderwijs *extra muros* zo mogelijk nog groter zijn: luisterboeken zijn goed voor de luistervaardigheid van de studenten en – omdat ze zo’n direct contact met de doeltaal leggen - ook goed voor de cultuurkennis en motivatie van taalleerders.

### **voordelen en nadelen**

Via het luisterboek krijgt de literatuur weer iets terug van haar oorspronkelijke, sinds de uitvinding van de boekdrukkunst enigszins verloren gegane orale karakter. Dit heeft invloed op de genres die worden geproduceerd en het verandert ook het contact tussen schrijver en lezer en tussen lezer en tekst. Zoals het voorgaande duidelijk maakt, zijn er veel kansen en voordelen verbonden aan de nieuwe luisterboeken: kansen om nieuwe

lezers te winnen, kansen voor educatief en religieus gebruik. Eerlijkheid gebiedt om ook op enkele nadelen te wijzen, zoals een mogelijk vluchtiger contact tussen lezer en boek en vergroting van de grijze zone rondom titels (bv. illegale kopieën, verschillende leesversies die onafhankelijk van elkaar gaan opereren). Het is zeker zo dat luisterteksten iets ongrijpbaars hebben in vergelijking met gedrukte teksten en zich moeilijker lenen voor een kritische analyse en beoordeling. Het is eveneens zo dat luisterboeken bibliotheektechnisch moeilijker te behandelen zijn: ze nemen weliswaar minder plaats in, maar zijn ook moeilijker terug te vinden, problematischer en kwetsbaarder in de uitleen en ondergaan gemakkelijker beschadiging. Ze zijn om die reden evenmin makkelijk te behandelen voor de boekhandelaar, die zich al even terughoudend opstelt als veel traditionele uitgevers: waar in de winkel moeten de luisterboeken staan? Wat zijn de marges die erop verdiend kunnen worden? Moet een boekhandel ook een luistertafel inrichten om de klanten van dienst te zijn? Kunnen luisterboeken geruild worden? Wat voor soort aanbiedingen bedenken?

Dat luisterboeken het leesgedrag als zodanig veranderen, is niet als voordeel of nadeel te bestempelen. Het is een van de veranderingen in het menselijke gedrag die door de digitale revolutie zijn veroorzaakt, een van die nog nauwelijks te peilen culturele gevolgen die de uitvinding van de chip met zich meegebracht heeft en die tal van aspecten van het menselijk leven raakt. Een verandering die de creativiteit prikkelt van de lezer, de schrijver en alle andere betrokkenen in het boekenvak: er zijn legio antwoorden op!

Charles van Leeuwen