

## Van waardeketen naar waardeweb

**D**e ketenmetafoor beheerst al heel lang het denken over de uitgeverij. Inmiddels doet echter niet alleen de beeldspraak geen recht (meer) aan de werkelijkheid, maar ze belemmert bovendien het zicht op de veranderingen. Het wordt hoog tijd er iets anders voor in de plaats te stellen.

Een van de meest gebruikte definities van uitgeven poneert de uitgever als een exploitant van toegang tot informatie. Het is een perspectief dat de uitgever vanzelf centraal plaatst. Het geeft hem een sleutelpositie in de informatiestroom die loopt van de maker (schrijver, samensteller, bloemlezer) van kennis naar de gebruiker (lezer, makelaar, verzamelaar) ervan. De taken die door deze sleutelbeheerder worden uitgevoerd zijn dan de volgende.

*Selectie*, namelijk van datgene dat de moeite – of preciezer, de investering – van het uitgeven waard is.

*Investering*, in de kosten die gemoeid zijn met het uitgeefproces.

*Waardetoevoeging*, in de vorm van de lange reeks van handelingen die de uitgever verricht, of laat verrichten, voor de totstandkoming van een boek, tijdschrift of ander uitgeefproduct.

Wie pedant wil zijn, kan natuurlijk tegenwerpen dat ook selectie in feite waarde toevoegt, en dat waardetoevoeging niet zonder investering kan, waarmee alle taken neerkomen op investering. Dat moge zo zijn, maar zonder voorafgaande selectie is er niets om waarde aan toe te voegen of in te investeren, dus stel ik voor dat we het lijstje maar even zo laten staan.

Met deze taken vervult de uitgeverij een cruciale rol in de drie ketens waarin hij functioneert: de intellectuele keten, de aanbodketen, en de waardeketen. In de *intellectuele keten* is hij een katalysator van het proces van de overdracht van kennis en cultuur. Hij heeft daarin een coördinerende rol; hij neemt de beslissingen over welke informatie het waard is te dissemineren en welke vorm de meest geëigende is om de

beoogde gebruiker te bedienen.<sup>1</sup> Zijn centrale positie in de aanbodketen dankt hij aan het feit dat hij de informatie ‘verpakt’ in een vorm die disseminatie mogelijk maakt. Nu, na bijna zes eeuwen drukwerk, is dat steeds vaker digitaal. In de waardeketen voegt hij waarde toe aan het informatie-‘product’, niet alleen door te investeren in de fysieke productie (het drukwerk) met alles wat daarbij komt kijken, maar ook door informatie te selecteren, te ontwikkelen, te marketen en te verkopen.

Het concept van een keten die met zijn schakels de verbinding vormt tussen schrijver en lezer, tussen maker en gebruiker, is een breed geaccepteerde metafoor. Deze metafoor is misschien wel vooral daarom zo suggestief, omdat de drie ketens (intellectuele keten, aanbodketen en waardeketen) elkaar zo netjes overlappen. Alle drie benadrukken ze een schijnbaar vanzelfsprekende opeenvolging van acties, zodanig dat het idee van een natuurlijke orde zich bijna onontkoombaar opdringt. De kracht van de metafoor is zelfs dusdanig dat hij ook verschijnselen die afwijken van de schijnbaar zo natuurlijke orde gewoon inkapselt. Daarvan zijn veel voorbeelden te bedenken. In het geval van het al zo lang bestaande ‘vanity publishing’ is er bijvoorbeeld sprake van investering vooraf door de auteur, en daarmee van aantasting van het principe van selectie door de uitgever. Ook bij intekening door individuele kopers (of productieafspraken met een institutionele afnemer) wordt het investeringsrisico van de uitgever sterk beperkt. In het geval van conceptontwikkeling door de uitgever werkt de auteur in opdracht en neemt de uitgever de plaats van de auteur aan het begin van de keten in.

Hoewel deze praktijken zich aan de ‘normale’ rolverdeling en volgorde in de keten onttrekken, hebben ze niet tot verwerping van de ketenmetafoor geleid. De ketenmetafoor is sterk genoeg om te kunnen suggereren dat deze voorbeelden (en daar zijn er nog wel meer van te bedenken) simpelweg afwijkingen zijn van een ‘standaard-model’. Statistisch is dat ook vast het geval. Maar als we iedere afwijking beschouwen als een uitzondering die de regel bevestigt, zetten we oogkleppen op die ons blind maken voor meer structurele veranderingen. Het sterke denken vanuit het ketenmodel, door de uitgever, maar ook door andere traditionele partijen in de keten, is het beeld van de verhoudingen in het boekenvak sterk komen te beheersen. Nu is deze ketennotie nuttig om de werking van de traditionele uitgeverij te begrijpen, maar hij maakt het niet makkelijker om te gaan met de huidige golf aan veranderingen die het boekenvak overspoelt.

Dat de digitale technologie een ware transformatie op gang heeft gebracht is inmiddels wel duidelijk, maar van welke aard de veranderingen precies zijn is minder

duidelijk. Toen het world wide web nog nieuw was werd vaak geroepen dat in de digitale wereld andere economische wetmatigheden zouden gelden. Dat misverstand heeft, zoals bekend, tot de zogenaamde dot.com bubble geleid. Maar dat betekent nog niet dat in de wereld van het world wide web niet veel zaken daadwerkelijk op hun kop zijn komen te staan. Daarbij zijn ook een flink aantal zaken die aanleiding geven het ketenmodel nog eens kritisch te beschouwen.

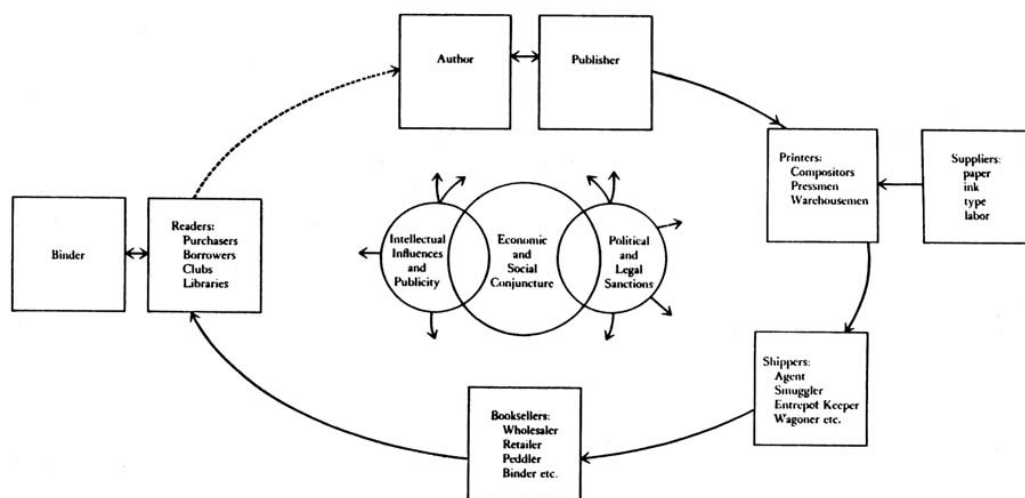
Een veelvoorkomend verschijnsel is dat van de zogenaamde ‘disintermediatie’, dat optreedt wanneer partijen hun plaats in de keten daarin moeten opgeven. In het extreemste geval kan disintermediatie weliswaar leiden tot een keten die uitsluitend nog bestaat uit auteur en lezer, maar die constructie blijft desalniettemin herkenbaar als een keten.<sup>2</sup> Ongetwijfeld het bekendste geval is dat van J.K. Rowling, die heeft aangekondigd de Harry Potter boeken via haar eigen Pottermore site te gaan verkopen. Maar feitelijk kan iedereen via het web boeken publiceren, bijvoorbeeld met hulp van Lulu.com of xlibris.com. Er zijn ook minder extreme versies, zoals auteur – uitgever – e-distributeur – lezer, waarin de boekverkoper vervalt, of auteur – Amazon/Apple/Google – lezer, waarin zowel de traditionele uitgever als de boekverkoper worden vervangen door een van de digitale geweldenaren.<sup>3</sup> Overigens doet het natuurlijk minder geweld aan het model aan wanneer Amazon, Apple en Google gewoon beschouwd worden als uitgevers en boekverkopers in plaats van als indringers. Daarmee worden ze niet minder bedreigend voor de traditionele ketenpartijen, maar het houdt wel het ketenmodel in stand.

De transformatie gaat ondertussen wel verder dan het wegvallen of vervangen van bestaande partijen. Zo is er bijvoorbeeld het Chinese verschijnsel van de ‘web-literatuur’, waarbij de afleveringen van een roman gratis van het web kunnen worden geplukt en het succes (gemeten in aantallen downloads) bepaalt of die formeel als (papieren) boek wordt uitgegeven. In de wetenschap gebeurt iets dergelijks wanneer ‘preprints’ van wetenschappelijke artikelen voor iedereen toegankelijk ter commentariëring worden gepubliceerd voordat de officiële publicatie plaatsvindt – als het al zo ver komt, want een auteur kan in het licht van het commentaar ook besluiten zijn voorgenomen publicatie terug te trekken.

Een recent voorbeeld hoe de digitale technologie de verhoudingen in het boekenvak op zijn kop kan zetten is dat van het in 2009 opgerichte Nederlandse TenPages. TenPages biedt (delen van) manuscripten aan op zijn website en lezers kunnen investeren in een manuscript waarvan zij denken dat het uitgegeven zou moeten worden. Als er binnen vier maanden 2.000 aandelen zijn verkocht aan minstens 100 verschillende aandeelhouders, belooft TenPages dat het manuscript door een reguliere

uitgeverij wordt uitgegeven. De dienst die TenPages aanbiedt is nieuw; er is dus sprake van re-intermediatie. Dat is op zich niet zo bijzonder. Ingrijpender is dat het concept de schakels in de keten totaal herschikt. De digitale lezer stemt, niet alleen met zijn voorkeur voor een bepaald manuscript, maar ook met zijn geld, of het tot een echt (d.w.z. papieren) boek komt. De uitgever laat zo niet alleen het internetpubliek in feite de uitgeef- en investeringsbeslissing nemen, maar het proces van de verkoop van aandelen is bovendien zelf al een vorm van marketing waar de uitgever niets voor hoeft te hoeven doen, en die al plaatsvindt voordat hij zelfs maar weet heeft van het bestaan van het manuscript.

Langzamerhand maakt de digitale technologie zo een einde aan de overzichtelijkheid die de uitgeverij lange tijd heeft gekenmerkt. Het ketenmodel voldoet niet langer als standaardmodel. En passant komt hiermee trouwens een belangrijke omis-sie in het ‘Communications Circuit’ van Robert Darnton<sup>4</sup> aan het licht: de rol van de technologie als bepalende factor voor de manier waarop tekstuele communicatie verloopt.

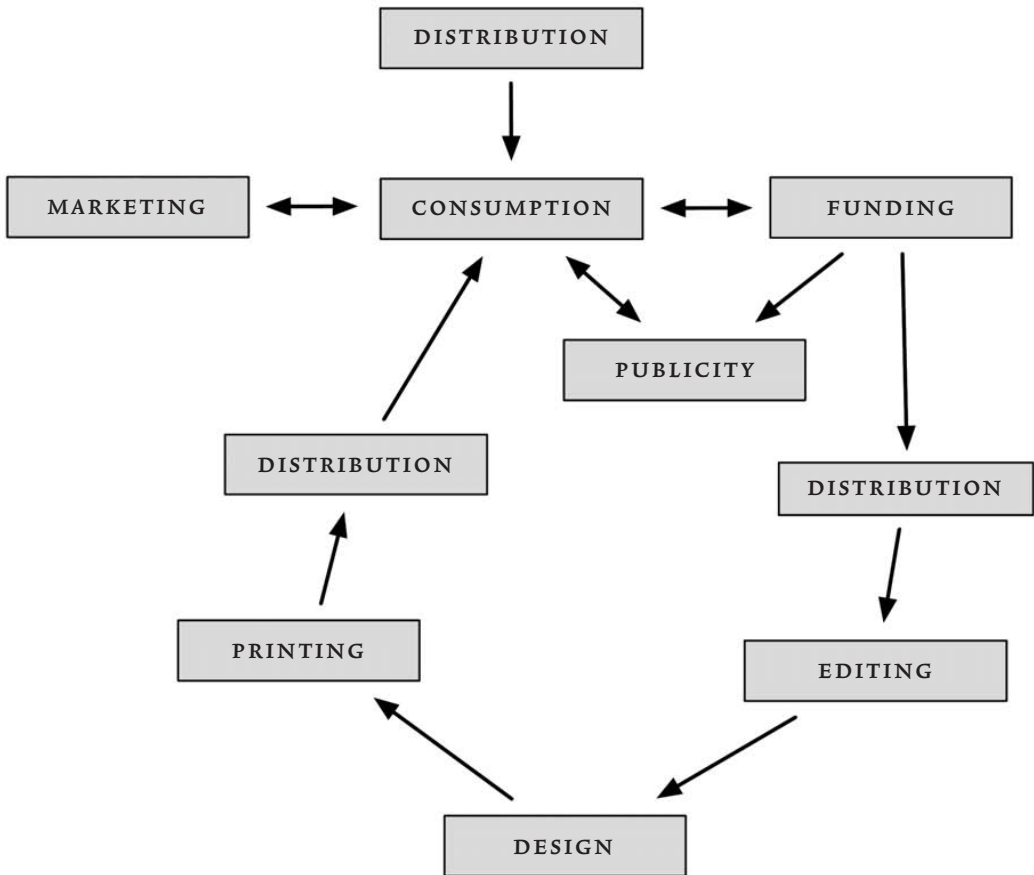


Robert Darntons ‘Communications Circuit’ (uit: Robert Darnton, ‘What is the history of books?’, in R. Darnton, *The kiss of Lamourette: Reflections in cultural history* (Norton 1990), pp. 107-135, op p. 112).

In Darntons model is de technologie impliciet gegeven: de drukpers. Inmiddels is duidelijk dat de digitale technologie (net als dat trouwens het geval was bij verschillende eerdere technologische ontwikkelingen)<sup>5</sup> fungeert als belangrijke katalysator – zo niet oorzaak – van verandering.

De uitdaging is om een nieuw model te bedenken dat de werking van de uitgeverij in de eenentwintigste eeuw goed weergeeft. Het moet tegelijk abstract genoeg zijn om het niet alleen nu maar ook historisch te kunnen toepassen (met geldigheid dus voor papieren *en* digitale teksten) en anderzijds concreet genoeg om er de waardetoevoeging van alle acties (en verantwoordelijke actoren) in het proces in te kunnen herkennen en benoemen. De taken (of ‘acties’) verdwijnen immers zo snel niet.<sup>6</sup> Het is alleen niet langer vanzelfsprekend dat de uitgever de regie voert. Daar blijkt juist ook door andere actoren dan de uitgever op geaasd te worden: bijvoorbeeld door de ‘grote drie’, Apple, Google en Amazon; door nieuwkomers als TenPages; of door de auteur.

Het model zal een veelheid aan mogelijke variaties op het oude ketenmodel moeten kunnen accommoderen. Het moet er rekening mee houden dat acties (die waarde vertegenwoordigen) kunnen worden toegevoegd (zoals de ‘crowd funding’ via

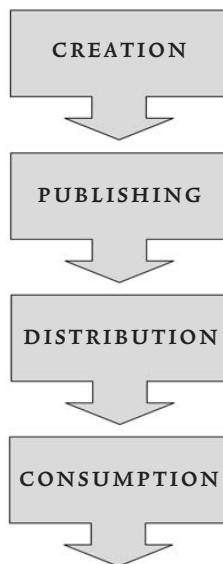


De waardeketen als waardenetwerk: hier het netwerk zoals dat ontstaat bij crowd funding.

TenPages) of verdwijnen (zoals drukken). Als een dergelijk model zich richt op de waarde die wordt toegevoegd door specifieke acties en door het dragen van verantwoordelijkheid in plaats van door conventionele partijen (zoals in het geval van Darn-ton, maar ook afgeleiden daarvan, zoals Adams & Barker)<sup>7</sup> maakt het de veranderende verhoudingen in de keten inzichtelijker. Wie de meeste verantwoordelijkheid draagt, heeft de macht.

Het ligt voor de hand dat een mede op de digitale realiteit gestoeld model meer weg zal hebben van een waardenetwerk dan van een waardeketen. Misschien maakt de complexiteit van de vele mogelijkheden die de digitale technologie biedt het onmogelijk een model of diagram te ontwerpen dat er recht aan doet. Hoe dan ook is het nodig de omvang van de uitdaging onder ogen te zien en ons denken rigou-reus te herzien.

Van keten naar web naar rizoom: van poortwachter naar spin in web naar vliegende keep: de dagen van de uitgever in zijn sleutelpositie met betrekking tot de borging van kwaliteit, certificatie en validatie lijken geteld. Dat zal ongetwijfeld verrijkende gevolgen hebben. Als de uitgever zich ontwikkelt tot een meer servicegerichte institutie, met minder verantwoordelijkheid voor het proces als geheel, hoe zal deze verandering de relaties tussen alle schakels in de waardeketen beïnvloeden? Hoe zullen bijvoor-beeld auteurs hun symbolisch kapitaal verkrijgen?



*De traditionele waardeketen van het boek.*

De traditionele rol van de uitgever in het kennissysteem van het gedrukte boek als intermediair en investeerder creëerde een hiërarchische verhouding tussen auteur en lezer. Die hiërarchie was het gevolg van de materiële vorm van het boek, die investering noodzakelijk maakte. Daarentegen doet het internetparadigma, waarin ook lezers schrijvers kunnen zijn, in veel opzichten denken aan de handschriftperiode. Komt daarmee een einde aan de hiërarchie, en daarmee wellicht ook aan het kennissysteem dat ons eeuwenlang heeft bediend? Bediend, maar ook gevormd, met zijn verwachting van de onveranderlijkheid van het gedrukte boek, de betrouwbaarheid van de voetnoot, de expertise van de wetenschappelijke bibliotheek, het kwaliteitsstempel van de peer review van de wetenschappelijke uitgeverij. Steeds vaker lijkt er ‘gestemd’ te worden over wetenschappelijke kennis. Wetenschap wordt steeds meer politiek: een mening zoals andere, ook over controversiële zaken als de opwarming van de aarde en de evolutie. Anderzijds moet de kracht van het kennissysteem zoals dat in de afgelopen eeuwen is ontstaan niet worden onderschat. Met hun lange geschiedenis zijn de wetenschappelijke instituties sterk.

## NOTEN

- 1 Zie Gordon Graham, ‘Matrix of the book’, *Logos* 21:3-4 (2010), p. 263.
- 2 Zie Adriaan van der Weel, ‘The communications circuit revisited’, *Jaarboek voor Nederlandse boekgeschiedenis* (Nederlandse Boekhistorische Vereniging 2001), p. 13-25.
- 3 Zie ook ‘The value web’ van Eoin Purcell in *Logos* 22:3 (2011), p. 7-15.
- 4 In Robert Darnton, ‘What is the history of books?’, in: R. Darnton, *The kiss of Lamourette: Reflections in cultural history* (Norton 1990), p. 107-135, op p. 112.
- 5 Zie Adriaan van der Weel, *Changing our textual minds: Towards a digital order of knowledge* (Manchester UP 2011).
- 6 Zoals Brian Eno schrijft in zijn bijdrage aan het antwoord op de vraag ‘How has the internet changed the way you think?’, ‘I notice that everything the Net displaces reappears somewhere else in a modified form’ ([www.edge.org/q2010/q10\\_2.html](http://www.edge.org/q2010/q10_2.html)).
- 7 Th.R. Adams en N. Barker, ‘A new model for the study of the book’, in: N. Barker (ed.), *A potencie of life: Books in society* (The British Library 1993), p. 5-43.