

*En bok
i sänder*

Print on Demand

Maja-Brita Mossberg

TELDOK visar hur IT används och dokumenterar erfarenheter av tidig användning. Med stöd från Telia bidrar TELDOK till: dokumentation, publicering och spridning, studieresor och konferenser.

Hittills har TELDOK finansierat, publicerat och distribuerat 180 rapporter som beskriver, och/eller ger bakgrunden till, tidig användning av ny informationsteknik.

En glimt av TELDOKs senaste utgivning finns längst bak i denna rapport. Rapporterna sprids gratis till 5.000 mottagare, som bett att få dem kontinuerligt. Beställning av fler än ett ex faktureras.

Rapporter från TELDOK kan beställas i efterhand, gratis i enstaka exemplar: ring 020 23 00 11 eller besök www.teldok.framfab.se. Ange rapportnummer när Du beställer!

Ytterligare information lämnas gärna av ledamöterna i den brett sammansatta TELDOK Redaktionskommitté:

- Bertil Thorngren (ordf), CIC vid Handelshögskolan, dbt@hhs.se

- Göran Axelsson, Statskontoret, 08 454 46 90
- Joachim Benno, Konvergensutredningen, 08 405 37 34
- Hans Iwan Bratt, ITfacts, 08 753 18 51, 070 779 77 96
- Birgitta Frejhagen, InfoKomp AB, 08 725 87 00
- Johan Jörgensen, Interaktiv Tid, 08 442 85 70
- Anna Karlstedt, IMIT, 08 736 94 71, FAX 08 32 65 24
- Eva Lindencrona, SISU, 08 752 16 36
- Lennart Ohlsson, Företagarna, 08 406 18 07
- Agneta Qwerin, RSV DataService, 08 764 83 78
- Hasse Samuelsson, Svensk Industriförening, 08 440 11 70
- Herbert Söderström, Tilia Cadata, 0650 800 59
- Bengt-Arne Vedin, Metamatic AB, 08 661 28 18
- PG Holmlöv (sekr), Telia Research, Pg.X.Holmlöv@telia.se, 08 713 51 29

TELDOK

© TELDOK resp författaren **Maja-Brita Mossberg**, 031 41 00 52

TELDOK uppmuntrar till eftertryck för enskilt bruk, med angivande av källa
Kommersiell vidare spridning ej tillåten utan överenskommelse med TELDOK eller författaren

Tryck "Print on Demand": Nykopia Tryck AB, Stockholm 1998
Digitalisering: Books-on-Demand (www.books-on-demand.com), Klintehamn 1998

Omslag PG Holmlöv

<http://www.teldok.framfab.se/>

Innehåll

I	Inledning	7
II	Vad är Print on Demand?	11
III	Så går det till	15
IV	Olika sätt att se på saken	20
	NÅGRA LÄSARPERSPEKTIV OCH TANKEGÅNGAR	20
	ETT SAMHÄLLSPERSPEKTIV	22
	En grannlaga uppgift 22	
	NÅGRA FÖRFATTARPERSPEKTIV	26
	Jag skriver inte smala böcker 26, Print on demand som verklighetspoem 31, Att hålla full kontroll har aldrig varit möjligt 37, Liten upphovsrättslig lathund 41	
	NÅGRA FÖRLAGSPERSPEKTIV	42
	Ett sätt att anpassa sig till att man inte säljer 42, Det hör till saken att vi inte makulerar 45, En stilla ström av klassiker 48, Print on demand i praktiken 50	
	ETT FORMGIVARPERSPEKTIV	53
	Tryckfärdigt eller tryckvärdigt? 53	
	NÅGRA PRODUCENTPERSPEKTIV	56
	Print on demand gör ordet friare 56, Man borde förstå standardisera 59, Det finns inga print on demand-maskiner 62	
	NÅGRA BOKHANDLARPERSPEKTIV	65
	Skall vi ha kvar en svensk detaljhandel med böcker? 65, En härlig vision 70, Allt annat är en halvmesyr 73, Ökar man tillgängligheten ökar hela kakan 76, Lugn i stormen 80	
	ETT SAMVERKANSPROJEKT	82
	Podium – ett samverkansprojekt 82	
	EN MELLANLEDSAKTÖR	86
	Med vändande post 86	
V	Några reflexioner och slutsatser	88

Företal

För inte så länge sedan spekulerade vi i det tryckta ordet skulle dö ut på grund av den nya tekniken. Skulle den Gutenbergska traditionen gå i graven, bokhyllorna gapa tomma, bokhandlarna försvinna när ordet, boken kunde produceras och lagras elektroniskt? Många befarade Bokens snara död.

Den fråga, vi ställer oss idag, är den motsatta: Kommer den nya att tekniken bidra till att vi lättare, snabbare och kanske rentav billigare får i vår hand just den bok vi eftertraktar? Är det kanske så att elektronisk lagring, produktion och distribution kommer att återupprätta utgivningen och förbättra spridningen av litteratur som varken är storsäljande, består av trendiga kioskvältare eller är skriven på något av de stora världsspråken?

Maja-Brita Mossberg har på TELDOKs uppdrag gett sig ut bland författare, förläggare, producenter, bokhandlare och läsare för att söka efter svaret på den frågan. Maja-Brita har under sin odyssey från januari 1997 till slutet av mars 1998 inte fått ett – utan många – svar, som pekar på att företeelsen Print on Demand under den perioden utvecklats mycket snabbt.

När det gäller möjligheter, som bygger på den nya tekniken, saknar vi ofta vedertagna svenska uttryck. Det gäller även i detta fall. Print on Demand (PoD) kallas den snabbt framväxande flora av tillvägagångssätt som används för att framställa, lagra och distribuera trycksaker med hjälp av IT. Maja-Brita, tack för att du vägleder oss på just bokmarknaden.

TELDOK har under sin 15-åriga existens på traditionellt sätt tryckt och distribuerat ett stort antal rapporter och publikationer. Den här gången lever vi som vi lär dvs producerar efter behov. Denna rapport trycks först i en mindre PoD-utgåva. Huvudupplagan, i offsettryck, distribueras till vår givna läsekrets. Tilltryck kommer sedan att ske i Print on Demand-teknik alltefter beställningarna kommer in. Mart Marend, som du möter i rapportens avsnitt ”Med vändande post” hjälper oss med detta. Tack Mart för att du med föredömlig snabbhet får fram färdiga, snyggt redigerade rapporter ur de filer vi sänder på nätet till Gotland!

Sist men inte minst: Ett stort och varmt tack till alla er som delat med er av synpunkter och kunskaper inom området PoD. Utan er medverkan hade vi inte haft något att producera ens på begäran.

Stimulerande läsning önskas med nya infallsvinklar och ett kulturpolitiskt perspektiv på tekniken – ett stycke i sänder!

Bertil Thomgren

Ordförande

TELDOK Redaktionskommité

Agneta Qwerin

Ledamot

TELDOK Redaktionskommité

Författarens förvarning

Begreppet Print on Demand (PoD) har på senare tid kommit att användas i samband med framställning av trycksaker som lagras digitalt för att därpå tryckas upp efter behov och på begäran. Eftersom de digitala teknikerna visat sig möjliggöra framställning av böcker i sådana små upplagor som det tidigare inte har varit ekonomiskt försvarbart att producera har PoD-begreppet under det allra senaste året etablerats som begrepp även på bokmarknaden.

Det är denna speciella tillämpning – framställning av till synes traditionella pappersböcker i enstaka exemplar eller mycket små upplagor till ett rimligt styckpris och ofta distribuerade med hjälp av Internet – som föreliggande Teldokrapport i huvudsak uppehåller sig vid och begränsar sig till. Tillfogas bör att min avsikt inte varit att – annat än marginellt – beskriva den inte speciellt nya teknik som gjort PoD-utgivningen av böcker möjlig. Den som i första hand letar efter mera detaljerade tekniska beskrivningar, redovisningar av kostnaderna för PoD-leverantörernas maskinpark, uppräkningar av kommandon för framställning av digitala manuskript och liknande information löper därför risk att bli besviken.

Jag har i gengäld sökt belysa frågan: ”Kommer den digitala och teleburna tekniken att kunna återupprätta utgivningen och förbättra spridningen av böcker som varken är storsäljande, anpassade efter tillfälliga trender eller skrivna på något av de stora världsspråken?” Det har jag gjort genom att, utifrån olika aktörers perspektiv, beskriva de möjligheter som öppnas vid mötet mellan den Gutenbergska pappersboken och den digitala framställningstekniken, de komplikationer som uppstår, de betänkligheter och förväntningar som frodas, liksom den snabba utveckling av ”det litteraturrelaterade PoD-konceptet” som ägt rum under den period jag arbetat med rapporten.

Maja-Brita Mossberg

I

Inledning

Kommer den digitala och teleburna tekniken att kunna återupprätta utgivningen och förbättra spridningen av litteratur som varken är storsäljande, anpassad efter tillfälliga trender eller skriven på något av de stora världsspråken? Det är den grundläggande frågan i denna Teldokrapport. Svaret kan ännu inte ges. Nuläget kan emellertid studeras utifrån den anmärkningsvärda utveckling av Print on Demand som tagit fart under det senaste året.

NÅGOT OM BAKGRUNDEN

Vi har i Sverige enligt många bedömare Europas bräckligaste bokhandel. Stora förlagsgrupper satsar hårt på storsäljande skönlitteratur, på kok- och trädgårdsböcker, New Age och IT-litteratur¹. Stora bokhandelskedjor köper in bestsellers pallvis och till kraftigt rabatterat pris. Små bokhandlare har varken råd att köpa pallvis eller lagerhålla alla de nytgivna eller något äldre böcker som inte massproduceras och hårdlanseras. Den fullsorterade så kallade A-bokhandeln som, via avtal med förlagen, förbundit sig att lagerföra minst ett exemplar av varje nytgiven titel är numera ett minne blott. Den läsare som vill bläddra i och ta ställning till en lite udda bok får därför mycket ofta välja mellan att beställa den obesedd för avhämtning några dagar senare, eller låta bli. Om just *den* boken alls är möjlig att få tag på.

HEMMAGJORDA PROBLEM

Även om vissa drag i denna utveckling är internationella, så är en hel del av problemen hemmagjorda, och bottnar i att vi i Sverige under de senaste decennierna har fått en av världens mest avreglerade bokmarknader. Den

1 Bara under 1997 har det exempelvis utkommit långt mer än hundra kokböcker. Inget tyder på att det blir färre nästa år (Källa: Svensk Bokhandel 20/97).

fria prissättning av böcker som infördes i början av sjuttioalet² har visserligen lett till ökad konkurrens. Men böckerna har inte blivit billigare för alla de läsare som inte nöjer sig med storsäljande bestsellers, den (i sig begränsade) utgivningen av pocketböcker eller realisationernas bristande valfrihet.

Avregleringen har dock fört det goda med sig att vi kan köpa böcker mer spontant, exempelvis i varuhus och kiosker, i specialaffärer av typen Pocket Shop eller genom att skicka efter dem från floran av bokklubbar. Men även i dessa fall rör det sig om ett begränsat urval. Till detta kommer att de välsorterade bokhandlarna blir allt färre; sedan de fasta bokpriserna försvann har deras antal stadigt minskat. I hela landet finns omkring fyrahundra bokhandlar, varav 330 allmänbokhandlar³ och ett sjuttioal större specialbutiker⁴. Mer än var fjärde svensk kommun saknar numera ”riktig bokhandel” och två bokhandelsföretag per månad gick i konkurs under första kvartalet 1997⁵.

INTE VILKA KONSUMPTIONSVAROR SOM HELST

Allt detta visar egentligen bara att man inom bokhandeln – utöver effekterna av avregleringen – har genomgått samma hårdhänta struktur-omvandling/rationalisering som många andra detaljhandelsbranscher. Men bra böcker är inte som vilka lättroliga konsumtionsvaror som helst; om den bok man tänker köpa inte finns inne tar man inte (om än motvilligt) ett annat ”märke”. Vidare lämpar sig inte – i ett litet språk-område som vårt – de flesta böcker för massproduktion och de är inte heller någon färskvara som är ”bäst före” inom något år. Ändå har förändringarna medfört att såväl förlagens bokutgivning som detaljhandels distribution av böcker har fått en tydlig ”massproduktions- och färskvaruinriktning”. En inriktning som av allt flera bedöms innebära ett uppenbart och allvarligt hot mot spridningen av en mångsidig svensk kvalitetslitteratur.

-
- 2 I ett stort antal europeiska länder, bland annat Tyskland, tillämpas fasta bokpriser, något man önskar hålla fast vid och hittills också lyckats värna, trots att det strider mot EU:s konkurrenslagstiftning.
 - 3 För att definieras som *allmänbokhandel* måste ett företags huvudsakliga affärsidé vara att lagerföra och/eller på annat sätt tillhandahålla ett (enligt rådande bedömningar) brett sortiment av *allmänlitteratur*. Med *allmänlitteratur* menas skönlitteratur för barn och vuxna samt facklitteratur. Renodlad undervisningslitteratur ingår ej.
 - 4 *Specialbokhandlarna* vänder sig via sitt sortiment – exempelvis barnböcker, religiös litteratur och läromedel – i huvudsak till vissa kundkategorier.
 - 5 Källa: Svensk Bokhandel nr 10/97.

INTE LÄSARNA SOM SVIKER

Trots det minskande antalet välsorterade bokhandlare och utvecklingen för övrigt skylls den allt blygsammare försäljningen av ”smal” skön- och facklitteratur, liksom av klassiker och några år gamla titlar, ofta på att det är läsarna som sviker. Det är ett påstående som inte kan ledas i bevis, så länge den ”smala” kvalitetslitteraturen görs allt mera svårtillgänglig eller inte ens ges ut. Det är dessutom ett påstående som de små förlagen, liksom de mest ambitiösa bokhandlarna, går på knäna för att motbevisa.

I DETTA SKEDE FÖRÄNDRAS BILDEN

I detta skede förändras bilden – både i Sverige och internationellt – av främst två, ibland samverkande, faktorer. Det rör sig dels om den snabbt framväxande elektroniska bokhandel som agerar via Internet och förvisso utgör ytterligare ett hot mot den krympande skaran aktörer inom den traditionella svenska bokhandeln. Dels om den, enligt min mening ännu mera intressanta, utvecklingen av Print on Demand (PoD); den digitala och teleburna produktion och distribution av böcker som av allt att döma har förutsättningar att återupprätta utgivningen och förbättra spridningen av böcker som varken är bestsellers, frambringade av tillfälliga trender eller skrivna på något av de ”stora” språken.

RAPPORTENS INNEHÅLL

Möjligheterna att framställa, lagra och distribuera tryckta alster via digitala tekniker har inte tillkommit med tanke på bokläsarna och litteraturen och är inte heller nya. Trots detta ämnar jag fokusera min beskrivning till den rådande situationen för böcker, och bland annat visa på hur PoD gör det ekonomiskt möjligt att trycka upp mycket små upplagor – ja, till och med en bok åt gången! – till ett fast och rimligt styckpris. Ett pris som det med utnyttjandet av en mera traditionell bokframställningsteknik för närvarande skulle krävas en upplaga på många hundra exemplar⁶ för att nå ner till.

6 Det finns PoD-leverantörer som menar att övre gränsen för när PoD är lönsamt går vid 600–800 exemplar och de som hävdar att 300–400 exemplar utgör den brytpunkt, där valet mellan traditionellt boktryckeri och PoD avgörs av andra faktorer – exempelvis leveranstiden eller möjligheten att ändra i texten mellan varje tryckning.

– OCH UTGÅNGSPUNKT

Därmed har PoD – detta är rapportens utgångspunkt – förutsättningar att förbättra den rådande situationen för ”smal” nyskriven skön- fack- och utbildningslitteratur, för nyss utgiven men redan makulerad litteratur, för klassiker och annan äldre litteratur, för de små – måhända också stora – förlagen, den svenska bokhandeln, den svenska författarkåren samt alla de läsare som i dagens läge och av en eller annan orsak inte tillgodoses av det tillgängliga utbudet.

OMVÄLVNING ELLER BLYGSAM MARKNADSNISCH?

Frågan är alltså: Kommer Print on Demand att användas på detta sätt? Kommer denna de små upplagornas framställnings- och distributionsteknik att föra med sig något av en omvälvning när det gäller böckers tillgänglighet och mångfald, eller kommer den utveckling som så tydligt skjutit fart under år 1997 att bromsa upp – så att den digitala trycksaksframställningen/distributionen också i fortsättningen i huvudsak kommer att användas för olika typer av ständigt föränderliga (och kommersiellt mera intressanta?) bruksanvisningar och manualer? Svaret kan antagligen ges om några år. Nuläget kan emellertid belysas via intervjuer med de många mer eller mindre entusiastiska intressenter som omger PoD och kantar bokens väg från upphovsman till läsare.

NÅGRA SIDOSPÅR

Utöver den mera allmänna beskrivningen av PoD – tillämpningen, idéerna, förväntningarna och kritiken – samt intervjuerna med olika aktörer kommer jag i denna rapport att ägna speciell uppmärksamhet åt de av PoD betingade utvecklingsmöjligheterna inom den svenska bokhandeln. Det är dessutom oundvikligt att, om än marginellt, beröra Internetbokhandeln, samspelet mellan PoD och Internet samt de upphovsrättsliga frågor som blir allt mera brännande i en situation där tjocka romaner och andra litterära verk på några minuter kan transporteras från ett hörn av världen till ett annat via telenätet.

II

Vad är Print on Demand?

Vad som i brist på vedertagna svenska uttryck brukar kallas Print of Demand är en snabbt framväxande flora av möjligheter att framställa, lagra och distribuera olika typer av trycksaker via digitala tekniker och processer⁷. Formuleringar som ”Tryck per Styck”, ”Ring så trycker vi” och ”Book on Demand” förekommer också. Bland dem jag intervjuat framhålls ofta att begreppet ”Print on Demand” inte bör tolkas som ”tryck på begäran” utan snarare som ”tryck efter behov”.

TRYCK EFTER ANDRA KRITERIER ÄN BEHOV

I detta sammanhang – det vill säga PoD:s möjligheter att framställa böcker efter det faktiska behovet – finns anledning att nämna att upplagorna på de böcker som idag trycks med konventionell teknik ofta tycks fastställas mera utifrån förlagens ambition att erbjuda bokhandel och läsare ett acceptabelt styckpris, än utifrån faktisk (eller ens förväntad) efterfrågan. På grund av de jämförelsevis höga igångsättningskostnader som hör samman med traditionellt boktryckeri går det inte att få fram ett någorlunda acceptabelt styckpris ifall upplagan är mycket liten. Att upplagan är så stor som möjligt är även av intresse för upphovsmännen, vars honorar som regel fastställs utifrån antalet utgivna böcker. Eftersom skillnaden i kostnad mellan att trycka upp låt säga 1000 respektive 2000 exemplar av en bok ännu så länge⁸ är så liten att styckpriset i det närmaste halveras med fördubblat antal exemplar, hör det till vanligheterna att man tar fram för optimistiska upplagor.

7 Mera rättvisande vore att lösa upp begreppet utifrån de olika momenten i tillverknings- och distributionsprocessen och exempelvis tala om Non Impact Printing, Publishing om Demand och Bok på Begäran – se vidare avsnittet ”Det finns inga Print on Demand-maskiner”.

8 – ett förhållande som möjligen kan komma att förändras genom den pågående utvecklingen av mera digitaliserade offsetpressar –

ETT PÅGÅENDE RESURSSLÖSERI

De osålda böckerna drar på sig transport- och lagerkostnader och realiserar mestadels inom kort tid (ofta inom två år), varpå överskottet – inte sällan mer än halva upplagan! – makuleras inom en treårsperiod. Bortsett från det stötande i detta resursslöseri bidrar förfarandet till att den svenska bokmarknaden har fått den ”färskvaruprägel” som tidigare berörts – och som innebär en tidsmässig begränsning av den svenskspråkiga litteraturen. Detta, tillsammans med den eftertraktade ekonomiska vinning som står att finna i mycket stora upplagor, innebär också en kvalitetsmässig begränsning och ett hot mot det fria ordet. Så snart böckerna är slutsålda från förlaget går dessutom avnämarna, det vill säga författare, förlag och bokhandel, miste om den efterfrågan som – just när det gäller böcker – mycket väl kan växa fram på lite längre sikt.

KOMPLEMENT ELLER ALTERNATIV?

Alla jag talat med betonar att de ser Print on Demand som ett komplement till det traditionella boktryckeriet och inte som ett alternativ. Man anser inte heller att införandet av PoD hotar arbetstillfällena inom den grafiska branschen. Snarare tvärtom, eftersom PoD i hög grad förbättrar möjligheterna att trycka upp alster som annars inte skulle blivit publicerade i bokform. Risken för att ytterligare arbetstillfällen skall gå förlorade eller (i bästa fall) förändras ligger snarare i att de båda tillverkningsätten – på vissa punkter och lite sikt – kan komma att smälta samman. Idag är dock skillnaderna betydande:

TRADITIONELL BOKFRAMSTÄLLNING

Vid traditionell bokframställning produceras ett begränsat antal titlar i stora eller mycket stora upplagor. I processen ingår många arbetsmoment som ombesörjs av yrkeskunniga personer och en rikhaltig maskinpark. Böckerna trycks på stora ark, det vill säga papper som efter tryckningen viks, ofta till 16 sidor. Först när ett ark har tryckts i fastställt antal (=upplagan) fortsätter man med nästa. Därpå sker bland annat falsning (=vikning), plockning (=sortering), klamring (=häftning) eller limbindning samt skärning till rätt format. Igångsättningskostnaden är hög inte bara i samband med tryckningen av en boks första upplaga, utan även vid tryck av nya upplagor – som alltså även de bör vara jämförelsevis stora för att styckpriset skall bli acceptabelt.

BOKFRAMSTÄLLNING MED PoD

Med Print on Demand har man möjlighet att producera ett mycket stort antal titlar i små eller mycket små upplagor. Förfarandet kan –

grovt förenklat och kanske också en gnutta idealiserat – beskrivas som att man stoppar in en diskett i ena ändan av en lång maskin och efter några minuter kommer det ut en färdig bok i andra ändan. Mycket av förberedelsearbetet har som regel genomförts av bokbeställaren, inte sällan upphovsmannen (och det färdiga resultatet kan onekligen komma att se ut därefter). Maskinen⁹ kan handhas av en person. Böckerna trycks sida efter sida och exemplar efter exemplar. Först när inlagan till en bok är klar påbörjas alltså nästa. När kostnaden för det digitala tryckunderlaget (originalen) väl är avklarad kan beställaren låta producera hur små upplagor som helst till ett fastställt och – även med startkostnaden inräknad – acceptabelt styckpris.

MER ÄN EN TRYCKMETOD – EN HEL PROCESS

Men det speciella med PoD ligger inte enbart i förfarandet vid den materiella framställningen av en bok. Man kan – med ytterligare en förenkling – beskriva gången i den gängse bokframställningen och -distributionen på följande sätt:

Från manuskript → till tryckfärdigt material(original) → till fysisk produktion av böcker → till fysisk lagerhållning → till försäljning/orderansaffning → till leveranser av beställda böcker och lagerhållning i bokhandeln → till beslut om realisation → till leveranser och försäljning av reaböcker → till makulering av restupplagan.

Observera att processen från antaget manuskript till utgivning av en bok ofta tar mer än ett år. Från utgivningsdagen brukar det därpå ta uppemot tre år innan resterande böcker mals ner till makulatur.

Man kan med motsvarande förenklingar beskriva gången vid dagens bokframställning via PoD på följande sätt:

Från manuskript → till tryckfärdigt material(original) → till digital lagerhållning → till order → till fysisk produktion av böcker → till leverans av beställda böcker/beställd bok samt (eventuell) lagerhållning, till exempel av ett blädderexemplar, i handeln.

Observera att själva tillverkningen i detta fall förmodas ske först sedan böckerna är beställda och kanske också betalade. Hela produktionsproces-

9 Begreppet "digital tryckpress" används ofta trots att de maskiner som används är en typ av sofistikerade laserskrivare som mera bygger på en utveckling av fotokopieringstekniken, än av traditionella trycktekniker.

sen behöver inte ta många minuter – under förutsättning att beställaren levererar det tryckfärdiga originalet digitalt, det vill säga på diskett¹⁰, den beställda upplagan är liten och PoD-maskinen ledig.

Nästa utvecklingssteg, som man här i Sverige räknar med att ta inom kort, innebär ytterligare senareläggning av produktionen:

Från manuskript till → tryckfärdigt material (original) → digital lagerhållning → order → digital leverans av det tryckfärdiga materialet → produktion hos beställaren eller via en PoD-leverantör på den ort i världen (eller i det land) där beställaren finns.

Observera att produktionen i detta utvecklingssteg kan komma att ske först hos beställaren/distributören – exempelvis bokhandel, bibliotek, högskolor och universitet, företag, annan organisation – eller hos en PoD-utförare i dennas närhet, med de ytterligare tids- och miljövinster detta innebär.

TIDSVINSTER OCH ÄNDRINGSMÖJLIGHETER

Till allt detta kommer den korta leveranstid¹¹ som – i varje fall ännu så länge – hör ihop med PoD-framställda böcker, liksom möjligheterna för upphovsmannen att helt utan kostnad, eller utan nämnvärd kostnad, gå in och ändra i texten/aktualisera materialet mellan varje tryckning. Dessa poänger är naturligtvis av stort intresse i samband med vissa böcker och skrifter, exempelvis material som har ambitionen att vara rykande aktuellt, universitetslitteratur som ställs samman av utdrag ur olika texter (och där varje lärare kan vilja komponera sitt eget kompendium) eller ifall en skrift som denna Teldokrapport efterfrågas om något eller några år – då så mycket sannolikt har hänt att min grundläggande fråga (om den framtida tillämpningen av PoD) rentav kan besvaras.

10 De krav som ställs på originalet beskrivs närmare i nästa avsnitt.

11 –för närvarande ett par dagar (eller mindre) efter det att PoD-leverantören fått ett tryckfärdigt original –

III

Så går det till

MANUSKRIPDET

Grunden för att ge ut en bok, oavsett hur man ämnar gå tillväga, är ett färdigt och fullt läsbart manuskript. Detta kan i princip se ut hur som helst. Det kan vara handskrivet eller utskrivet på skrivmaskin (Alt A). Det kan vara skrivet på ordbehandlare/dator och lagrat på diskett eller annat digitalt medium, till exempel en så kallad SyQuest¹² (Alt B) Men det kan också bestå av färdigformgiva pappersidor (påsikter) eller sidor ur en tidigare publicerad bok – som med hjälp av en så kallad scanner kan kopieras och återuppstå som en ”Book on Demand” (Alt C)

FRÅN MANUSKRIFT TILL ORIGINAL

För att kunna matas in en digital tryckpress måste alla typer av pappersmanuskript omvandlas till datoriserade original. Vägen dit, liksom kostnaden, avgörs av vilkens sorts manuskript PoD-utföraren har att utgå från, vilket i sin tur avgörs av hur inblandad upphovsmannen/beställaren är i tillkomsten av det tryckfärdiga originalet.

ALTERNATIV A

Ett hand- eller maskinskrivet pappersmanuskript är nu för tiden allt annat än idealiskt i samband med bokproduktion i allmänhet och PoD i synnerhet. Texten måste nämligen sättas, det vill säga skrivas av/skrivas in i en dator. I samband med sättningen måste åtskilliga beslut fattas som har att göra med bokens utseende och läsbarhet. Det rör sig om sidstorlek, hur många och hur långa rader som skall finnas med på varje sida, val av stilsorter och stilstorlekar, kapitelrubriker, sidnumrering, blankrader, textindragningar och mycket annat. Såväl utskriften (inklusive en eller flera korrekturomgångar) som formgivningens tar tid. De PoD-leverantörer jag talat med erbjuder sig att svara för

12 SyQuest; ursprungligen ett varumärke, används som beteckning för en sorts portabel hårddisk med större kapacitet än vanliga disketter.

sättningar, men detta höjer avsevärt startavgiften och kan äventyra utgivningen av långa manuskript i små eller mycket små upplagor.

ALTERNATIV B

De manuskript som är bäst lämpade för PoD-framställning av tidigare opublicerade böcker är redan från början utformade som tryckfärdiga original. De är som regel skrivna på ett ordbehandlingsprogram, överförda till ett layoutprogram¹³ och sedan lagrade på vanliga disketter eller något annat för arbetets omfattning och/eller leverantörens maskinutrustning lämpat medium¹⁴. Om detta förfarande tillämpas har beställaren inga speciella kostnader för originalet.

Tekniska krav: PoD-utförarna kan ta emot manuskript som är utskrivna på olika typer av datorer (PC och Macintosh). De kan ställa speciella krav, exempelvis att originalet skall vara omvandlat till en så kallad Postscriptfil. Leverantören ger som regel instruktioner till den obehövande om hur man i så fall går till väga.

Visuella krav: Originalet skall vara formgivet, vilket innebär att det är beställaren som ansvarar inte bara för korrekturläsning och allt annat som har med textinnehållet att göra, utan också för det visuella, det vill säga eventuella illustrationer och de många andra utseendemässiga avgöranden som har med sättningen (se ovan) att göra. Av intresse är i detta sammanhang den utveckling som nätt och jämnt påbörjats inom Tidskriftsverkstäderna¹⁵ – ett antal kulturföreningar som erbjuder sina medlemmar all den teknik som krävs för att framställa digitaliserade original. I mån av resurser har man nu ambitionen att till låga priser erbjuda även andra upphovsmän kunskaper och praktisk hjälp.

Leverans av digitala original: Tilläggas kan att det digitaliserade originalet om så önskas kan överföras till PoD-leverantören via telefonnätet; antingen med hjälp av modem och Internetabonnemang eller via ISDN-kabel¹⁶.

13 – till exempel de vanligaste ordbehandlingsprogrammen samt layoutprogram av typen Page Maker och Quark Xpress –

14 Olika leverantörer kan ha olika krav i detta sammanhang.

15 Tidskriftsverkstäder finns för närvarande i Göteborg, Luleå, Malmö, Norrtälje, Stockholm och Århus.

16 ISDN; Integrated Services Digital Network. En ISDN-kabel är en typ av telefonledning som har större kapacitet att överföra digital information än det vanliga telefonnätets ledningar.

ALTERNATIV C

Om ett pappersmanuskript består av redan färdiga sidor (som till exempel kan vara utskurna ur en befintlig bok) måste dessa kopieras/-scannas, vilket kan ske direkt i PoD-maskinen. Originalen är därmed redo för tryck. Sidorna i den färdigställda boken kommer att se ut exakt som sidorna i det ursprungliga manuskriptet och resultatet blir en sorts faksimilupplaga. Förfarandet medför extra kostnader, men kan vara lämpligt i samband med tilltryck i småupplagor. Manuskripten till böcker som är tryckta under de senaste 15–20 åren är som regel redan omvandlade till digitala original. Även en del av dessa kan omvandlas för PoD-bruk. Men detta kräver för det mesta en hel del arbete, varför det är vanligt att även i dessa fall gå vägen över kopiering/scanning av boksidorna eller påsikterna – det vill säga de reproduktionsdugliga pappersoriginal som legat till grund för den tidigare utgåvan. Också i detta fall tillkommer originalkostnader.

Slutligen bör påpekas att jag i denna rapport huvudsakligen utgår från böcker som är tryckta i en färg, som regel svart, och har ett enkelt omslag i en eller två färger, som trycks upp samtidigt som boken. Många vill emellertid att deras böcker skall förses med ett mera exklusivt yttre, exempelvis ett omslag som trycks i flera färger och lackeras. Det vanliga är då att man tillverkar ett separat original för omslaget och en specialupplaga (exempelvis 500 exemplar) med hjälp av traditionellt offsettryck¹⁷. De omslag som blir över efter tryckningen av första upplagan har man på lut för framtida behov.

PLIKTEXEMPLAREN OCH DEN DIGITALA LAGERHÅLLNINGEN

Alla tryckerier har skyldighet att leverera ett exemplar av de böcker de trycker upp för arkivering i Kungliga Biblioteket samt ytterligare sex till universitetsbiblioteken. Även om det kommer att höra till sällsyntheterna med såpass små ”förstaupplagor” bör den första PoD-utgåvan av en bok alltså omfatta minst nio exemplar; de sju pliktexemplaren, författarens exemplar samt ett så kallat Master-exemplar som behålls av tryckeriet. Efter den första tryckningen bevarar PoD-utförarna det digitala originalen i sina datorer och kan därigenom, under den tid som avtalas och utan större igångsättningsprocedurer, framställa det antal exemplar av boken som beställaren från gång till annan efterfrågar.

¹⁷ Kostnaden för ett exklusivare omslag varierar med utseende och upplagestorlek. Det höjer märkbart priset på den färdiga boken.

FÖRSÄLJNINGEN OCH BETALNINGEN

En grundläggande skillnad mellan PoD och traditionell bokproduktion är att tryckkostnaden/styckpriset inte behöver erläggas förrän boken är beställd och kanske också betalad av sina kommande distributörer eller läsare. PoD gör det därmed ekonomiskt möjligt för många flera aktörer än tidigare att utifrån en relativt låg startkostnad (se nedan) ge ut böcker. Författare/upphovsmän kan komma att fungera som sina egna förläggare med allt vad det för med sig – bland annat ansvaret för marknadsföring och försäljning. Denna försäljning kan givetvis ske såväl via mera personliga och okonventionella, som via gängse metoder och distributionskanaler. Av intresse är också den försäljning av böcker som äger rum via de många nätbokhandlare som numera agerar via Internet samt de övriga möjligheter författarna numera har att presentera sig själva och sina verk och ta emot beställningar/betalning via Internet.

BOKPRODUKTIONEN OCH LEVERANSERNA

De maskiner som med hjälp av olika tillbehör (exempelvis för limbindning och renskärning) och på ett fåtal minuter förmår tillverka en tvåhundra-sidig roman representerar en sammansmältning av tekniker som ursprungligen utvecklats för kopiatorer och laserskrivare och i någon mån tryckpressar. Kvaliteten på trycket blir mycket likt offsetteknikens – och det vill till en fackman, hävdar flera av dem jag intervjuat, för att skilja en PoD-tryckt pocket från en som framställts med traditionella tryckmetoder, givetvis under förutsättning att originalet är perfekt.

Beträffande leveransen av de färdiga böckerna kan även denna ske på alla upptänkliga sätt och vis, och via olika kanaler; den enskilde författaren/beställaren kan komma knallande och hämta sina alster, PoD-leverantörerna kan träffa avtal om att skicka böckerna med bud och post eller mot postförskott till förlag, grossist, bokhandel, bibliotek, enstaka läsare etcetera. Vad gäller själva transporten tål att upprepas att denna kan ske *före* produktionen och på digital väg – det vill säga från den PoD-maskin där originalet finns lagrat och via telenätet till en annan PoD-maskin i mottagarens närhet eller ägo.

KOSTNADEN

Kostnaderna för PoD-framställda böcker framstår som låga i förhållande till nytugivna böcker, men jämförelsevis höga i förhållande till pockets. Mina huvudsakliga sagesmän, Arkitektkopia i Stockholm och Novum Grafiska i Göteborg, tillämpar olika regler för sin debitering och priserna varierar. Studerar man deras erbjudanden finner man emellertid att den som hösten

1997 kom med ett färdigformgivet, digitalt tryckunderlag (Alt B) eller ett pappersoriginal, lämpat att kopiera/scanna (Alt C) och beställde en upplaga om hundra exemplar av en tvåhundra­sidig bok, med omslag i två färger (som trycktes upp tillsammans med boken), hamnade i närheten av en styckkostnad på 80 kronor, det vill säga en total­kostnad för för­stautgåvan på cirka 8 000 kronor.

Eftersom startkostnader och kostnader för den digitala lagringen är fördelade på de hundra exemplaren i detta exempel sjunker styckpriset något i takt med nya beställningar. Priset sjunker dessutom (kanske med någon tia) om omslaget görs i en färg, medan det stiger märkbart ifall omslaget skall vara mera påkostat (förtryckt i offset), liksom om manuskriptet eller originalet kräver någon form av bearbetning.

Men det ryktas om lägre priser. I en artikel i Svensk Bokhandel¹⁸ menar Mats Bellander från KTH att man med den nya generation av små maskiner som är på väg ut på marknaden, och inte tar mer plats än en kvalificerad kontorskopiator, kommer att klara av att trycka en tvåhundra­sidig pocket på mindre än tio minuter och för omkring trettio kronor¹⁹.

18 Nr 10/97.

19 Observera att beloppen inte utan vidare kan jämföras med förlagens priser som även täcker ersättning till författaren (royalty), kostnader förknippade med manuskript och original (lektörs- och redaktörsarbete, formgivning, sättning, korrekturläsning med mera) samt kostnader för marknadsföring och försäljning. Innan den traditionellt framställda och spridda boken når sina läsare tillkommer dessutom eventuella pålägg till grossist, speditör, bokhandel eller annan distributör samt den ackumulerade mervärdesskatten.

IV

Olika sätt att se på saken

N Å G R A L Ä S A R P E R S P E K T I V O C H
T A N K E G Å N G A R

När man diskuterar fördelar och nackdelar med Print on Demand ur ett antal läsarperspektiv hamnar man dels i resonemang om böcker som är efterfrågade, men inte längre går att få tag på, dels i resonemang om böcker som av en eller annan orsak behöver komma ut, men som inte klarar av att armbåga sig fram på dagens marknad. Via en utveckling av PoD kan dessa böcker göras tillgängliga – något som, menar entusiasterna, innebär större mångfald och förbättrad valfrihet för oss som läsare. Mot detta invänder de tvivlande att det i vår tid inte är mångfalden som är problemet. Vi har redan en bokutgivning som är stor i förhållande till vårt lilla språkområde och de flesta av oss hinner inte – ens under vår hela livstid – läsa allt det vi vill och kanske bör. Problemet är inte heller valfriheten, utan snarare hur man skall klara av att välja och vraka i den aldrig sinande flod av läsning som det digitaliserade informationssamhället numera står till tjänst med.

Men det finns också andra, lite mer högtidliga, sätt att se på saken. Begrepp som demokrati och tillgång till det fria ordet dyker ideligen upp i resonemangen kring Print on Demand – liksom frågorna kring litteraturens betydelse för språkets utveckling och förfining. När jag i ett samtal med Agneta Qwerin, systemchef på Riksskatteverket och medlem i Teldoks redaktionskommitté, diskuterade Print on Demand ur olika genre- och läsarperspektiv, utspann sig följande samtal:

MOSSBERG: Jag gissar att du är representativ för den grupp nutidsmänniskor som tycker om att läsa och läser kolossalt mycket såväl i arbetet som för att hålla sig informerade i största allmänhet – men sannolikt har rätt lite tid för skönlitteratur.

QWERIN: Ja, och det känner jag skam för. Sorg och skam.

MOSSBERG: Sorg och skam!? Det är väldigt starka ord.

QWERIN: Ja. Skönlitteraturen har betytt oerhört mycket för mig ända sedan jag som barn botaniserade i bokhyllorna hemma. En av mina första stora läsoplevelser var *Fältskärens berättelser* och jag minns till och med att titeln var i rött och hur härligt snirkligt F:et var. Då var jag elva år. Jag läste fortfarande mycket skönlitteratur när mina barn var små, på nätterna och medan man ammade. Sedan läste man för dem. Nu är de vuxna. Och som det är idag... Jag vacklar i säng vid elvasnåret för att kunna gå upp vid sextiden. Trots att jag är så road blir det inte mycket tid till övers för nöjesläsning. Detta går inte obemärkt förbi. Jag upplever nämligen att under perioder då jag läser lite skönlitteratur, blir mitt eget språk fattigare.

MOSSBERG: Menar du att du *märker* det?

QWERIN: Ja, det är ingenting jag koketterar med. Jag behöver den påfyllning som skönlitteraturen är. Jag känner att jag tappar något annars; själva min uttrycksförmåga, själva mitt språkbruk smalnar. Och det var därför jag tog till så starka ord.

Att tillgången till ett rikt och nyanserat språk blir allt viktigare i det samhälle som håller på att växa fram och att allsidig tillgång till litteratur i allmänhet och skönlitteratur i synnerhet tillhör de bästa redskapen vad gäller utvecklingen av det egna språket²⁰ råder det numera inte mycket diskussion om. Vad som alldeles osökt kommer för mig – när jag ställer ordväxlingen med Agneta Qwerin i relation till de möjligheter som öppnas via Print on Demand – är ett citat av Artur Lundkvist²¹:

”Trots alla häpnadsväckande uppfinningar är och förblir språket mänsklighetens märkligaste och outhärligaste skapelse. Språket utgör själva förutsättningen för vår högre mänskliga medvetenhet. Utan språket kan vi inte tänka och heller inte känna på ett fullgånget sätt, ty också våra känslor bestäms i hög grad av våra språkliga möjligheter att ge dem form och inriktning. Detta borde vara självklart för var och en, men ändå ser det inte ut som om det vore det.”

20 – liksom förmågan att på ett fullgott sätt tillägna sig andra språk –

21 Citatet är hämtat ur Artur Lundkvists direktörstal vid Svenska Akademiens högtidsdag 1971.

En grannlaga uppgift

Ligger det i det svenska samhällets intresse att stödja utgivningen av kvalitetslitteratur och därmed också nya former för utgivning och spridning av goda böcker? Ja, som bokmarknaden har utvecklat sig under de senaste tjugo, trettio åren är den uppfattningen förhärskande. ”Men” framhåller Barbro Thomas, avdelningsdirektör på Kulturrådet och expert i 1997 års bokutredning²² ”det är en grannlaga uppgift för staten att gå in och stödja en bokproduktion. Vi har avskräckande exempel från andra håll i världen. Så i mitten av sjuttioalet gällde det att hitta en ordning där staten, och byråkrater som jag själv, inte kan styra själva utgivningen. Man kom då fram till den nuvarande konstruktionen som, med några förändringar, faktiskt har stått sig genom åren.”

DET STATLIGA UTGIVNINGSTÖDET

Det statliga utgivningsstödet som infördes 1975 – sedan 1968 års litteraturutredning konstaterat att situationen för kvalitetsböcker blivit kraftigt försämrad – är ett selektivt stöd till enskilda böcker inom olika genrer²³. Sammanfattningsvis avser stödet täcka viss del av produktionskostnaden för den aktuella boken. Genom att vara ett efterhandsstöd²⁴ som efter bokens publicering utgår till förlagen anses det inte påverka valet av titlar. Till stödet är kopplat vissa krav: bland annat måste den titel som fått stöd finnas tillgänglig för distribution i bokhandeln, antingen på hyllorna eller i (elektronisk eller tryckt) lagerkatalog. Vidare får böckerna inte överskrida ett fastställt maximipris eller – vilket är av intresse i samband med Print on Demand-utgivning – underskrida viss minimiupplaga. Stödet utdelas av Statens Kulturråd, medan beslut om vilka böcker som skall uppbära stöd fattas av ett antal, från Kulturrådet fristående, arbetsgrupper.

22 BOKEN I TIDEN. Betänkande från utredningen om boken och kulturtidskriften. SOU 1997:141.

23 Utgivningsstödet är indelat i ett antal stödordningar, bland annat ny svensk skönlitteratur och skönlitteratur i svensk översättning, facklitteratur, barn- och ungdomslitteratur, klassisk litteratur samt litteratur på invandrar- och minoritetsspråk.

24 Ett fåtal undantag förekommer, förhandsstöd kan exempelvis utgå i samband med utgivning av klassiker.

DE SAKKUNNIGA ARBETSGRUPPERNA

Den arbetsgrupp som väljs för varje stödområde arvoderas av Kulturrådet, men är för övrigt fristående och består av personer med stor bokkännedom. Det rör sig, beroende på vilken typ av litteratur som berörs, om litteraturforskare, kritiker, författare, bibliotekarier, lärare och andra typer av sakkunniga. Arbetsgrupperna utses av Kulturrådets styrelse och förnyas kontinuerligt.

UR SAMTALET MED BARBRO THOMAS:

MOSSBERG: Vilka kriterier måste uppfyllas för att få stöd?

THOMAS: Kvalitet och enbart kvalitet. Arbetsgrupperna får inte snegla på om förlaget är välmående eller spekulera i försäljningssiffror. De grundar sina avgöranden enbart på kvaliteten. Därpå tar någon på kansliet över och stoppar in fakta om boken i datorn som räknar fram stödbeloppet utifrån vissa regler, baserade på arkersättningsprincipen, vilket förenklat innebär att ju tjockare boken är, ju mera pengar kan den få.

MOSSBERG: Går det att uttala sig om vad stödet kan betyda i reda pengar?

THOMAS: Nu finns det ju både mycket tjocka och mycket tunna böcker, men om det skulle finnas en genomsnittsbok, så tror jag att stödet skulle hamna på mellan trettio- och fyrtiotusen kronor. Pengar som går till förlagen.

MOSSBERG: I princip kan alltså författare som är sina egna förläggare söka stöd. Men i praktiken? Vilken upplaga krävs?

THOMAS: Det beror på vilken kategori av böcker som vi talar om. Men som regel rör det sig om minst femtonhundra exemplar. I den nya bokutredningen föreslås dessutom att böcker som trycks i upplagor över sextusen exemplar bara får halva stödet. Samtidigt borde man nog ta i beaktande att vi är ett litet språkområde med en jämförelsevis stor utgivning och att titelbredden hela tiden ökar. Ser man till de lite udda titlarna är de presumtiva köparna onekligen ganska få. Mot den bakgrunden kan kanske den upplaga som vi har valt att ställa krav på vara i största laget. Den baserar sig egentligen på att det inte lönar sig för förlagen att trycka mindre upplagor än så med konventionell teknik.

MOSSBERG: Men som det är *just nu* blir alltså slutsatsen att det bara är författare som själva kan stå för kalaset, som har möjlighet att publicera sina verk via Print on Demand, eftersom de små och efterfrågebaserade upplagor det här kan bli frågan om gör att de, oavsett kvalitet, diskvalificerar sig för litteraturstöd?

THOMAS: Det har aldrig varit lätt att vara författare. Det är betydligt enklare att vara rik. För det är ju ingen självklar mänsklig rättighet att kunna ge ut en bok; när manuskriptet väl är skrivet krävs alltid en grundplåt.

Förlagen fyller i detta avseende viktiga funktioner, bland annat genom att sortera fram bra manuskript, sköta om marknadsföringen och ta den ekonomiska risken.

MOSSBERG: Men situationen är trots allt den att det *finns* förlagslösa författare som är mera litterärt än kommersiellt intressanta. Önskar de publicera sig via Print on Demand hör det till ovanligheterna att de har behövligt antal tusenlappar till hands. Den årliga genomsnittsinkomsten för en heltidsarbetande skönlitterär författare ligger en bra bit under hundratusen kronor²⁵.

THOMAS: Jag tror faktiskt att förlagen betyder ännu mer för den sortens författare som skriver bra böcker, men aldrig slagit igenom med dunder och brak. En bidragande orsak till att en sådan författare säljer ett visst, om än begränsat, antal exemplar är kanske att boken ser lockande ut med ett vackert omslag och en spännande baksidestext. Jag är inte alls säker på att sådana författare skulle nå ut ens till de läsare de brukar ha, ifall de öppnar eget och trycker sina böcker i en lite halvtaskig upplaga – för man får väl fortfarande anta att det inte blir riktigt samma kvalitet med Print on Demand? Sedan har du den andra sidan av saken. Det är läsaren. Vad vi på Kulturrådet satts att stödja är kvalitetslitteratur av *allmänt* intresse. Frågan är då när en upplaga blir så liten att den inte gärna kan anses vara av allmänt intresse. Det här må vara kontroversiellt och får stå för mig, men jag undrar om det är riktigt *bra* att kunna öka titelbredden obegränsat på en marknad som redan är så mättad? Mer än tretusen titlar allmänlitteratur gavs ut förra året. Är det då enbart av godo att var och en, med hjälp av ny teknik, kan ge ut sin egen bok? Jag undrar det.

MOSSBERG: Det kommer förstås att ges ut en hel del av mera privat natur – släktkrönikor, femtioårshyllningar och liknande – av folk som har råd med det. Men också skröp. Fast det kan bli tvärtom. Ett jättelikt digitalt lager med bra böcker. Både klassiker och ganska nya titlar, sådana som inte finns i att få tag på vare sig i bokhandeln eller från förlagen, men som – om än i enkel tappning – kan tas fram och tryckas upp efter behov. Då skulle man kunna trycka upp mer relevanta upplagor från första början och sedan lägga över manuskriptet på Internet eller i någon annan databas. Som läsare skulle man kunna gå in i bokhandeln

25 Enligt en undersökning av författarnas inkomster från 1993 hade de författare som definierades som heltidsförfattare (det vill säga ägnade minst 75% av sin arbetstid åt litterär verksamhet) en medianinkomst på totalt 116 000 kronor per år, medan de heltidsarbetande *skönlitterära* författarnas medianårsinkomst stannade på 84.500 kronor.

och be att få köpa den eller den författarens allra första eller näst sista bok. Det kan man inte nu.

THOMAS: Nej. Och det är nog där vi ser den största utvecklingspotentialen för Print on Demand. Jag tror säkert att den sortens teknik så småningom kommer att hitta sina former och att backlistutgivningen²⁶ blir den kulturpolitiskt mest betydelsefulla dimensionen. För det *är* ett dilemma att hålla en bred utgivning i lager i ett så litet språkområde som vårt. Det klarar vi faktiskt inte av. Det finns ju mängder av intressanta klassiker och lite äldre litteratur – sådant man tycker borde finnas tillgängligt i ett civiliserat land! – men som man inte längre kan få tag på i bokhandeln.

MOSSBERG: I bokutredningen nämns Print on Demand på några ställen.

THOMAS: Ja, och där finns ett förslag om att man, inom ramen för litteraturstödet, skall införa en ny och mera fri stödordning som bland annat skulle främja nyare utgivningsformer.

MOSSBERG: Fast jag är förstås fortfarande lite bekymrad för hur det skall gå för den där fattiga författaren, kanske en ung debutant, som inte skriver om det allra trendigaste och inte heller platsar i bestsellerismen – men kanske ändå är något i hästeväg.

THOMAS: Det är klart att man kan tänka sig olika, mera okonventionella lösningar. Att vi redan nu stödjer författare som själva ger ut sina böcker genom att ge verksamhetsbidrag till Författares Bokmaskin – som ju är avsedd att fånga upp den produktion som tidigare gavs ut av stencilförlag och liknande – var på sin tid en sådan okonventionell lösning. Nu har tekniken sprungit en bit till och då vill det kanhända till någonting annat. Visst är det möjligt att man skulle kunna konstruera en sorts starthjälp och se det som ett slags riskkapital, bara man definierar vad man önskar åstadkomma. Samtidigt måste man vara medveten om att det traskar omkring massor av människor här i världen – begåvningar, snillen, potentiella nobelpristagare! – som aldrig fick den chans de skulle velat ha. I min position ömmar jag naturligtvis särskilt för författare, men det här handlar också om många andra människor och om själva livet. Man får stå ut med att olika omständigheter, tidsandan och gud vet vad ställer sig hindrande i vägen. Och det tror jag faktiskt inte vi kan lösa med hjälp av ny teknik.

(18 november 97)

26 Backlist; förteckning som går bakåt i tiden. Används i bokbranschen om böcker som inte tillhör årets utgivning, men fortfarande går att beställa från förlaget. Ordet backlist används också som beteckning på ett bokförlags samlade utgivning sedan starten, med undantag av årets utgivning.

Jag skriver inte smala böcker

Sveriges Författarförbund har mer än tvåtusen medlemmar, varav en mer eller mindre namnkunnig skara utgörs av etablerade skönlitterära författare. Per Agne Erkelius är på många sätt representativ för dem. Trots sina uppemot ett tjugotal, mestadels kritikerrosade, romaner har han fått känna av hur bokmarknaden, liksom klimatet för de författare som av en eller annan orsak inte är på allas läppar, har hårdnat och förändrats. Han har emellertid svårt att föreställa sig att införandet av ny teknik på något mera avgörande sätt skulle förbättra situationen.

MOSSBERG: Du hör till dem som, tills helt nyligen, kunnat känna tryggheten i att ha ett och samma förlag hela tiden.

ERKELIUS: Ja, sedan 1961 med ett undantag. Det har hänt några gånger att jag har behövt förskott. Just den gången var min förläggare inte nöjd med det jag kunde visa upp, utan tyckte att jag skulle lägga det på hyllan. Men jag kände att det här var någonting som skulle kunna bli bra, att han inte riktigt kunnat bedöma mitt halvfärdiga manus. Så längre fram gick jag till ett annat förlag som gav ut boken. Den blev en framgång, fick bland annat ett rätt stort penningpris av Akademin. Men efter den utflykten återvände jag till fadershuset.

MOSSBERG: Som du nu motats ut ur. Detta tycks ha drabbat en hel del författare under de senaste åren, varav alla har det gemensamt att de inte hör till den lilla krets som skriver böcker som ges ut i upplagor på minst tiotusen, helst betydligt mera. I hur stora upplagor brukar dina romaner komma ut?

ERKELIUS: Under många år rörde det sig, om jag minns rätt, om fyra tusen. Till detta kom ibland bokklubbsförsäljning och pocketutgivning. Min mest lyckosamma roman, *Drömmen om Johannes*, såldes i nästan åttiotusen exemplar. Vad som drog upp siffran var att den trycktes i mer än fyrtyotusen exemplar som "En bok för alla". Men sedan har upplagorna gått neråt. Jag minns inte riktigt när detta började, men det kan ha varit omkring 1990. *Orgelspelaren* som är min senast utgivna roman trycktes i tretusen exemplar. Exakt hur mycket den har sålts vet jag inte. Man får för all del redovisning i oktober varje år, men de där trista kuverten har jag slutat öppna. Det har ändå stått klart att man på förlaget ägnat sig mindre och mindre åt att marknadsföra mitt författarskap och att mina böcker säljs allt mindre.

MOSSBERG: Det ena är naturligtvis inte oberoende av det andra. Jag tror inte detta är rätt forum för att fördjupa sig i känslan av att det pågår ett

ställningskrig mellan författarna och de stora förlagen. Men den känslan gör sig hela tiden påmind.

ERKELIUS: Ja, den finns där. Men det handlar också om en flathet från författarnas sida. Kanske jag inte borde kalla det flathet, utan snarare en rädsla. Skräcken för att plötsligt stå utan förlag. Hur som helst så måste min senaste roman ha sålts i mindre än femtonhundra exemplar, det vill säga mindre än halva upplagan, eftersom jag inte fått något betalt utöver garantihonoraret²⁷. Detta kan man jämföra med hur det var i slutet av sjuttioalet, då flera av mina böcker såldes i tolvhundra exemplar bara till biblioteken. Nu får man vara glad om biblioteken köper några hundra.

MOSSBERG: Då förlorar du också läsare på biblioteken? Vilket rimligen medfört att även din bibliotekersättning²⁸ minskat?

ERKELIUS: Det har jag inte hållit ordning på eftersom jag har garanterad författarpennning²⁹ som är oberoende av antalet utlånade böcker.

MOSSBERG: Då har du i alla fall en fast inkomst. Går det att leva på den? Eller måste du, som så många andra författare, förlita dig till en förmögen, eller i varje fall arbetssam, livskamrat?

ERKELIUS: Arbetssam är hon. Inte rik. Jag skulle överhuvudtaget inte ha kunnat vara författare på heltid om inte min hustru stått för större delen av kostnaderna för hem och hushåll. Det skulle inte ha gått utan författarpennningen heller. Utan den hade jag varit tvungen att ha åtminstone ett halvtidsjobb.

MOSSBERG: Hur stor är den garanterade författarpengen?

ERKELIUS: I år var den 113.500. Från det beloppet måste du dra bort egenavgifterna och skatten. Hälften är kvar då. Kanske.

MOSSBERG: Du har hållit författarkurser?

ERKELIUS: Jo, men ju äldre man blir desto mer upptagen blir man av sitt eget författarskap. Det blir svårare och svårare att riktigt kunna engagera sig

27 Vid avlämnandet av ett av förlaget antaget, färdigt manuskript erhåller författare mestadels så kallat garantihonorar, som utgör hälften av den upphovsrättsliga ersättning (royalty) som den aktuella upplagan kan inbringa. Garantihonoraret för en roman som trycks i 3000 exemplar håller sig ofta omkring fyrtil- till femtiotusen kronor. För inkomsten, bakom vilken det ofta ligger mer än ett års arbete, betalar författaren själv in sociala avgifter, så kallade egenavgifter, på cirka 35% samt inkomstskatt.

28 Bibliotekersättning för utlåning av verk i offentliga folk- och skolbibliotek utgår enligt vissa regler med knappt 60 öre (1997) per utlånad bok till den enskilde författaren – vilket utgör den så kallade författarpennningen.

29 Ur Sveriges Författarfond, som förvaltar och fördelar bibliotekersättningen, utdelas bland annat garanterad författarpennning. Drygt 230 författare, översättare och bokillustratörer uppbär garanterad författarpennning (1997).

i andras rader. Ibland har jag istället kunnat rädda inkomsten genom att skriva för radioteatern.

MOSSBERG: Bara för att rädda inkomsten?

ERKELIUS: Nej absolut inte. Lusten har också funnits! Men jag undrar ändå om jag skulle ha skrivit så pass mycket för radion ifall... Nåja, det kan man aldrig veta. Men att arbeta med en roman...

MOSSBERG: ... en större lycka?

ERKELIUS: Ja.

MOSSBERG: Kommer du ihåg en liten avlång broschyr som alla medlemmar av författarförbundet fick i somras? Den handlade om Print on Demand och bar –påhittigt nog! –titeln *En smal bok*.

ERKELIUS: Jodå, och jag tycker att man skall försöka undvika begreppet ”smal litteratur” för att skilja mellan det som skrivs av bästsäljande författare och det alla vi andra gör. Att definiera en bok som ”smal” bara för att den inte trycks i stora upplagor, det leder tankarna åt fel håll, speciellt när det handlar om böcker som inte är extrema på något vis, utan är lika lättlästa och intressanta som bästsäljarnas stapelböcker. Jag skriver inte smala böcker.

MOSSBERG: Det skall jag tänka på i fortsättningen! Men för att återgå till ämnet; vad vet du om Print on Demand? Vad tycker du?

ERKELIUS: Jag har förstås läst vad som skrivits om Print on Demand i *Författaren* och i dagspressen, när Curman, Forssell och Myrdal gav ut några böcker³⁰. Jag tänker att det här med att lägga in sitt manus och sin presentation på en databas kan vara oerhört bra för den som vänder sig till en speciell publik. Framför allt när det gäller fackböcker, där läsaren vet precis vad han är ute efter och omedelbart kan få grepp om vad en bok behandlar. Vad som också kan vara glädjande med Print on Demand är att den tekniken skulle kunna gynna översättningslitteraturen, som ju säljs förskräckligt dåligt här i landet, så snart den är översatt från något annat språk än engelska. Det är en litteratur som bara krymper och krymper, fastän det handlar om de riktigt stora författarnamnen! Som portugiserna António Lobo Antunes eller José Saramago. De säljs i några hundra exemplar i originalupplaga!

MOSSBERG: Du menar att också där finns ett specialintresse. En liten, men trofast krets hängivna läsare?

ERKELIUS: Ja, men när det rör sig om en svensk roman. Visst kanske man också då vänder sig till specialintresserade, men inte alls på samma sätt. Där har man inte samma sorts förväntningar. En sådan bok måste liksom betittas. Bläddras i. Den skall också se snygg ut. Vara typografiskt välgjord. Letar man i en databas är jag rädd att det antingen blir så att

30 Se nästa avsnitt.

man i första hand söker sig fram till sådant man redan känner till. Exempelvis Myrdal och Forssell. Sedan skulle Peter Curman och vi andra, som är mindre kända, komma i en lång radda. Eller så kastar man sig som läsare ut i det okända. Då är den stora risken att det till den skönlitterära samlingen författare har sällt sig en massa *verkligt* dåliga skribenter. För efter vad jag förstår kommer ingen att sitta och sovra, utan vem som helst får lägga in sig i databasen med sitt manus och sin presentation – och hur fasen skall man då kunna hitta?

MOSSBERG: Så kan det kanske bli. Skulle det vara så hotfullt?

ERKELIUS: Det kan i varje fall leda till att Print on Demand får grundmurat dåligt rykte och att läsare som inte är så litterärt bevandrade, utan beställer mera på måfå, lockas att köpa usla böcker. Sedan de upptäckt vilken smörja det är finns risken att de drar hela skönlitteraturen över en kam och aldrig köper något mera.

MOSSBERG: Vagar jag dra slutsatsen att du – trots att du nu är färdig med din nya roman, men för ögonblicket står utan förlag – inte är speciellt road av tanken på Print on Demand och inte heller intresserad av tanken på att börja fungera som din egen förläggare?

ERKELIUS: Nej, det är jag *inte*. Inte just nu i alla fall och jag tänker inte bli det heller, ifall jag inte blir absolut tvungen. Även om det hittills inte har gått så bra på den konventionella bokmarknaden...

MOSSBERG: Så kan du väl inte säga. Det är väl ändå lite blygsamt! Du har givit ut ett tjugotal, väl mottagna, romaner, uppbär garanterad författarpennning och har fått pris av Svenska Akademin... det handlar väl snarare om att du är utsatt för samma förändringar som så många andra författare?

ERKELIUS: Kanske det. Hur som helst vill jag nog fortsätta att komma ut på den traditionella bokmarknaden.

MOSSBERG: Nålsögat?

ERKELIUS: Ja, jag vill komma ut på ett förlag med rykte om sig att ge ut god litteratur. Det är en kvalitetsbestämning. Något så när, i och för sig. Det är det ena. Det andra och inte minst viktiga har vi redan varit inne på. Det är ekonomin. Skulle jag vara min egen förläggare så skulle jag inte kunna räkna med något garantihonorar. Och det är jag absolut beroende av. Jag kan inte sitta och vänta på att få min försörjning från en enstaka såld bok och sedan nästa exemplar och sedan nästa. Jag har visserligen ingen aning om vad det skulle kosta att ge ut på Print on Demand, men vad det än kan kosta skulle jag inte ha råd med det, även om jag kan tänka mig att vinsten per exemplar kanske är större än för en förlagsbok.

MOSSBERG: Hur stor vinsten per bok skall bli kan du ju själv bestämma.

ERKELIUS: Ja och på ett sätt skulle den väl komma fortare eftersom man inte måste sälja flera tusen exemplar innan det hela går ihop?

MOSSBERG: Jo, men vinsten uppträder förstås bara ifall boken säljs. Ifall du själv fungerar som försäljare.

ERKELIUS: Det skulle jag inte heller vilja vara. Jag *vill* inte det. Jag *kan* inte det. Att gå ut och på mitt som jag tycker allvarsamma sätt framföra det som är mitt, det vill säga tala om mitt författarskap och mina böcker... det tycker jag faktiskt väldigt mycket om. Men att fungera som försäljare! Jag vet att det finns författare som är bra på sådant. Författare som när de går ut på biblioteken alltid har med sig en liten – eller snarare stor! – väska med sina böcker och sedan står och säljer dem. Det har jag aldrig kunnat. Jag tycker att det känns försmädligt på något vis. Och framför allt tycker jag nog... Hur gammal är jag nu? Jag tycker att vid sextiotvå års ålder, då finns det egentligen bara tid att skriva³¹.

(4 september 97)

31 Efter det att intervjun genomfördes har Per Agne Erkelius nya roman antagits för utgivning hösten 98 av Wahlström & Widstrand Förlag.

Print on demand som verklighetspoem

Peter Curman är författare, före detta ordförande i Sveriges Författarförbund och nuvarande ordförande i KLYS³². Det var han som skrev den artikel i Sydsvenskan³³ som av allt att döma utlöste den utveckling av Print on Demand som inleddes under 1997. Artikeln började så här:

”Den nya tekniken – framför allt Internet – har i ett slag skapat nya spridningsmöjligheter för litteratur, som snart kan få de gamla förlagen att framstå som guttenbergska dinosaurier med sina gigantiska överheadkostnader, förlagskorridorer och hyror. Genom ’printing on demand’ har en ny och lättmanövrerad bokproduktion möjliggjorts, kopplad till nationella eller internationella databaser. Och eftersom man inte behöver vara förläggare för att hantera Internet kommer sannolikt författar- och kritikerinflytandet över utgivningen att öka. Jag påstår inte att författarna kommer att ta över förläggarrollen – för även i framtiden behöver vi olika kompetenser – men jag tror att den nya tekniken kan bredda mångfalden i bokutgivningen och ge oss tillgång till litteraturer som Frankfurtmässan på grund av sin inbyggda kommersiella struktur nu tvingas sortera bort.”

MOSSBERG: Där satte du en boll i rullning!

CURMAN: Det som skapade det stora publika intresset var *inte* Print on Demand. Den tekniken var inte ny utan användes inom branscher där det kommer nya modeller hela tiden och man inte kan ligga på ett jättelager med till exempel manualer. Samma sorts ändringsbehov finns i samband med undervisningslitteratur. Universitetet i Oslo har använt sig av denna uppdateringsbara tryckmetod i flera år och säkert också universitet i USA. Nej, det som väckte intresset var snarare *kopplingen* mellan Internet och Print on Demand och de kulturpolitiska möjligheterna. Jag menar att vår bild av världen har varit absurd. Vi blev överraskade när Sovjet föll ihop. Vi trodde att det fanns ett land som hette Jugoslavien. Jag menar att det är groteskt att vår litteratur inte speglat händelseutvecklingen i världen på ett bättre sätt. Nu står vi mitt i en omvälvning. Massor av nya författare har kommit fram, allt medan vår egen bokmarknad uppför sig som en tankbåt som inte klarar av att ändra kurs, trots att världen och landskapet omkring oss har förändrats. Vårt kulturliv är genomsyrat av anglosaxisk populärkultur, med en massutgivning av litteratur enligt bestseller-

32 Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd.

33 Sydsvenska Dagbladet 23/9 96.

konceptet och en television som är mera amerikansk än europeisk. Därför måste vi försöka tända gnistor! Se till att sätta fyr på bränder som lyser upp nya delar av världen, nu när tekniken öppnar möjligheter att utan stora ekonomiska risktaganden presentera litteratur från andra språkområden.

MOSSBERG: Låt oss för ett ögonblick återvända till hur det hela började!

CURMAN: Min utgångspunkt var alltså att jag tror att det bland många svenskar finns en växande medvetenhet om att väldiga litterära kontinenter ligger i mörker och en nyfikenhet på det som skrivs. Skälet till att detta inte ges ut är att det är ekonomiskt riskabelt att experimentera med nya litteraturer. Det finns ingen publik, säger förläggarna, och visst kan det ta tid att tända en publik.

MOSSBERG: Du menar att man skulle kunna tända en publik genom att lägga ut information om dessa böcker på Internet?

CURMAN: För det första måste man vara medveten om att det finns väldigt många som varken kan eller vill sitta och knappa på en apparat, och att det stora folkflertalet ännu så länge inte är uppkopplat till Internet. Även om det är en stor tillströmning så kommer det att dröja innan svenska folket har tillgång till Internet på samma självklara sätt som man har teveapparater.

MOSSBERG: Skönt att någon nämner det...

CURMAN: Ja, vi lever ju i nuet hela tiden och jag menar att om man bara kommer igång med en sorts nischutgivning som komplement till den traditionella utgivningen... och gör detta via Print on Demand och Internet, så att där finns en hemsida med titlar man kan välja bland, med smakprover ur böckerna och annan kringinformation... dessa böcker skall man sedan kunna distribuera i fulltext och krypterad form direkt till Print on Demand-maskiner på olika ställen i landet. Sedan behöver bokhandeln bara ...

MOSSBERG: Så den traditionella bokhandeln är alltså inblandad?

CURMAN: I högsta grad. För mig är det självklart att böcker skall säljas i bokhandeln och att det här kan vara ett sätt att göra den till ett mera spännande ställe att gå till. Bokhandeln har en stark ställning i alla kulturländer, men Sverige är inget kulturland i den meningen. De flesta böcker säljs inte längre i bokhandeln som trängs oerhört hårt av varuhusens lågpriser – samma bestsellers travade i högar överallt! – och olika former av direktförsäljning. Nu kommer Internetbokhandlarna också! Därför menar jag att när det gäller den här kulturpolitiskt intressanta nya utgivningen, så låt oss samtidigt passa på att dra nya kunder till bokhandeln, vilket till exempel invandrarna är. Den svenska bokhandeln är stängd för dem! Bara undantagsvis kan de beställa böcker, men då är det ofta både mycket dyrt och mycket krångligt. Med kombinationen Internet och Print on Demand kan de

få direkt access till sina ursprungsländers kultur och litteratur. Sedan har vi biblioteken som ofta saknar vissa titlar! Nu kan man där, med hjälp av den här tekniken, så att säga laga de delar av bokbeståndet som fallit bort.

MOSSBERG: Du talar både om utgångna titlar och om en kulturpolitiskt intressant ny utgivning, men än så länge finns det väl inte mer än en handfull ”Books on Demand”?

CURMAN: Vänta bara! Ta våra egna klassiker. Det är obegripligt att ett land som vårt inte håller sina klassiker levande, att jag inte kan gå in i vilken bokhandel som helst och få min Almqvist eller vad det nu kan vara. Men också här finns intressanta projekt, ett är Runebergsprojektet, där Linköpings universitet lägger in klassikerna i sin databank. Sedan kan du ta fram dem i fulltext på Internet.

MOSSBERG: Menar du att man kan beställa dem som ”Books on Demand”?

CURMAN: Det kräver antagligen några tekniska anpassningar, men är fullt möjligt. Jag tror vi kommer att få se en hel del exempel på den typen av utveckling. Också Dramatikerförbundet har ett epokgörande projekt på gång. Nämligen att ge ut den svenska dramatiken på Print on Demand. Det är texter som tidigare inte varit åtkomliga. De flesta har aldrig givits ut. Snart kan vilken ensemble som helst få tag på dem. Det är en litterär händelse som belyser den typ av värden som gömmer sig i den här sortens utveckling.

MOSSBERG: Apropå värden, så har du ofta tagit upp demokratiaspekten. Som jag har uppfattat det, så handlar det om vikten av att många sorters röster inte bara talar, utan också gör sig hörda – det vill säga de risker för det fria ordet som kommer sig av den sällning som numera äger rum, liksom det faktum att många, också väl mottagna, böcker inte ens når ut till hela bokhandeln.

CURMAN: Någon sorts kvalitetsurval *måste* i och för sig göras, inte minst för läsarnas skull. All den kunskap som finns nedärvd i de litterära förlagen, den kritiska verksamhet som bedrivs där, det faktum att väsentligheter sällas ut från oväsentligheter och att böckerna diskuteras i ett offentligt samtal är naturligtvis av stort värde. Men det kan också finnas en trångsyn. Ta poesi, som ju är en genre där det knappt finns någon lönsamhet alls, ens bland de mest kända poeterna! Där har jag sett exempel på att lysande invandrapoeter inte kommit fram för att de inte skriver på det sätt som man förväntar sig i Sverige.

MOSSBERG: Men för att återvända till hur det började. Den där artikeln...

CURMAN: Jo, men när man skriver sina artiklar... folk läser och säger att det var ju trevligt. Så är det borta. Jag börjar mer och mer tycka att man skall göra sina debattinlägg i verkligheten. Jag har varit med om att dra

igång de här stora litterära fartygskryssningarna³⁴, som egentligen har varit debattinlägg... ja, jag har till och med kallat dem för ”verklig-hetsdikter” och tagit upp dem i min verksförteckning under beteckningen ”havspoem”. Hur som helst: ett debattinlägg som genomförs i verkligheten får en helt annan genomslagskraft. Plötsligt händer det!

MOSSBERG: Händer vad?! Jag återkommer med en åsnas envishet till hur det hela började. Mera konkret och i praktiken?

CURMAN: Efter min artikel ringde Jurek Waldfogel från Arkitektkopia och frågade om jag trodde att det fanns författare som var intresserade av att själva ge ut böcker i små upplagor. Han tyckte det var egendomligt att förlagen inte brydde sig om att tjäna pengar även på böcker i mycket små upplagor, utan var så inriktade på bestsellerkonceptet. Han lyckades så småningom väcka mitt intresse både för de ekonomiska aspekterna och själva tekniken. Med kunskap om möjligheterna att förena Internet med Print on Demand såg jag för mig hur man på ett nytt sätt skulle kunna öppna den svenska marknaden exempelvis för utländsk litteratur.

MOSSBERG: Och sedan?

CURMAN: Vi tryckte ett antal böcker och bjöd in pressen för att se hur det gick till. Det var Jan Myrdal, Lars Forssell och jag. Myrdal behövde bland annat ett antal exemplar av sin bok *Barndom* som skulle användas som kurslitteratur, men som hans förlag inte var intresserat av att ge ut i så liten upplaga. Forssell ville ge ut en diktsamling. Arkitektkopia ställde upp med tekniken och så var det igång. Sedan dess har Arkitektkopia tryckt omkring sextusen böcker – skönlitteratur, fackböcker och annat – och allt pekar på att det här är en teknik som kommer att utnyttjas mer och mer.

MOSSBERG: Och du själv?

CURMAN: Sammanlagt gav jag ut sju böcker som inte längre fanns i handeln. På så sätt kan jag hålla mina böcker kuranta för dem som är intresserade. Och det gör inget om det inte är så många.

MOSSBERG: Efter vad jag förstått väckte ert experiment stort massmedialt intresse. Mer än ni väntat er?

CURMAN: Visst. Men det intressanta är att detta är en internationell rörelse. Intresset är nästan större utomlands. Där finns ett sug att veta mera. Jag skall till Columbia University i New York om ett par veckor för att tala om kombinationen Internet och PoD. Jag medverkar vid mängder av

34 Under 1992 och 1994 arrangerades två veckolånga havskryssningar där författare ur majoritets- och minoritetsbefolkningar från länderna kring Svarta Havet respektive Östersjön möttes omkring gemensamma frågor och delgav varandra sina erfarenheter av skrivandets villkor och ansvar.

seminarier, bland annat skall jag snart till Bulgarien. Allt beror på att vi ligger ute med vår information på nätet. Då blir det internationellt.

MOSSBERG: En av dina PoD-diktsamlingar är rentav översatt till turkiska.

CURMAN: Ja, och den har lustigt nog efterfrågats! Verkligheten är ju den att det bor uppemot trettio tusen turkar här i landet och några av dem är alltså uppkopplade till Internet. Det rör sig bara om något tjugotal sålda exemplar, men i alla fall.

MOSSBERG: Förra gången vi pratades vid var det bara sex.

CURMAN: Där ser du!

MOSSBERG: Hur många böcker har du sålt? All som allt?

CURMAN: Inte så många. Folket i Bild/Kulturfront sköter om det praktiska, så jag har ingen ordentlig redovisning än. Jag skulle tro att det gått runt, men inte mycket mer.

MOSSBERG: Så FIB/Kulturfront har fungerat som din PoD-förläggare”?

CURMAN: Det kan man säga, men nu kommer vi att starta en egen utgivning för att visa upp vad man kan göra.

MOSSBERG: Syftar du på det försöksprojekt som ni i dagarna fått pengar till från Framtidens Kultur?³⁵

CURMAN: Just det. Men vi saknar ännu så länge förlagskompetens i den arbetsgrupp som bildats. Det behöver vi få in.

MOSSBERG: Hm. Det har ju klankats på formgivningen av era böcker.

CURMAN: Vår avsikt var inte att ställa upp i en skönhetstävling, utan att visa att man kan använda sig av den här tekniken och göra det digitalt rakt igenom. Men det går utmärkt att göra vackra böcker också med Print on Demand. Givetvis är förarbetet lika viktigt för sådana böckerna som för alla andra.

MOSSBERG: Hur som helst är det alltså det här nya ”Print on Demand-förlaget” – eller vad det nu kan komma att kallas – som skall börja bygga upp ett så stort lager av titlar att det hela så småningom kan bli en faktor att räkna med på den svenska bokmarknaden?

CURMAN: Ja, men man behöver ju inte uppfinna cykeln två gånger, så om det finns ett existerande förlag som vi kan samarbeta med så gör vi det. Förhandlingar pågår och den här PoD-funktionen kan rentav komma att innebära ett lyft för den ordinarie verksamheten på det inblandade förlaget, eftersom det nog kommer att dyka upp böcker som byter omloppsbana. Blir de efterfrågade i större skala läggs produktionen om till traditionellt offsettryck.

35 Framtidens Kultur är en statlig stipendiefond. För igångsättning av ett treårigt projekt som syftar till att utveckla nya former för utgivning och spridning av litteratur har Författarcentrum Öst (som huvudman) tilldelats 700 000 kronor hösten 1997. Se vidare avsnittet ”PODIUM ett samverkansprojekt”.

MOSSBERG: När får du tid att skriva?

CURMAN: Det är mycket nu. Jag är ju också ordförande i KLYS och vi skall under kulturhuvudstadsåret på uppdrag av svenska regeringen och UNESCO-rådet arrangera en världskonferens för kulturarbetare kring tre frågor. Ett tema är den nya tekniken. Hela konferensen lägger vi ut som referat på Internet. Sedan kan delegaternas kolleger över hela världen sitta och följa med.

MOSSBERG: Ja, men när får du tid att skriva böcker?

CURMAN: Då drar jag mig tillbaka för ett tag.

MOSSBERG: Och när kommer du ut med något nytt?

CURMAN: Det kommer en roman. Den har en förhistoria som kan passa in här. Av en eller annan orsak kom jag på kant med min förläggare sedan alla år. Då lade jag ut ett avsnitt ur min kommande roman på nätet. Det var för ett slag sedan och jag hade alltså ingen svensk förläggare, utan tänkte ge ut den på Print on Demand. Nu kommer den kanske ut i Amerika.

MOSSBERG: Det menar du inte!

CURMAN: Jo, det var en professionell amerikansk översättare som hade läst det där lilla avsnittet. Hon skrev till mig. Nu har hon gjort en översättning. Den kommer också ut i Ryssland.

MOSSBERG: Och i Sverige?

CURMAN: Här har jag en ny förläggare som gått med på att boken ges ut i två upplagor, en Print on Demand som säljs på nätet och en i vanlig offsettryck. Boken skall ha samma pris, oavsett utgivningsform. Det hela är kanske inte strikt affärsmässigt, men nu vill jag pröva hela konceptet.

MOSSBERG: Ännu ett verklighetspoem?

CURMAN: Kanske det. Faktum är att en fjärdedel av landets kommuner inte har någon ordentlig bokhandel. Där skall man kunna få tag på min roman på Internet, till samma pris som i den vanliga bokhandeln. Jag vill också pröva olika betalningsrutiner. Kunderna får först betala, sedan får de boken. De kan betala både via nätet och via bank- eller postgiro och så fort betalningen är registrerad ger jag en signal till Arkitektkopia som trycker upp och distribuerar boken. Den här processen skall skall jag sköta själv. Man måste pröva sig fram, ingenting är färdigt.

MOSSBERG: Och hur gör man för att hitta din roman på nätet?

CURMAN: Det är ingen konst. Man går in på min hemsida med adressen [håtepekolonshlashslahvevevepunktmarebalticumpunktesseslashcurman](http://www.marebalticum.com/curman)³⁶.

MOSSBERG: Hm. Då så.

(23 september 97)

36 <http://www.marebalticum.com/curman>.

Att hålla full kontroll har aldrig varit möjligt

Den upphovsrättsliga juridiken har alltid anpassats till teknikens utveckling. Numera befinner den sig också mitt inne i en snabb och svåröverskådlig internationaliserings- och digitaliseringsprocess, något som på lite sikt sannolikt kommer att påverka utformningen av regelverken. Vem som egentligen har rätten att publicera böcker på digitala media är en av de aktuella tvistefrågorna i Sverige – en fråga som bidragit till att det sedan flera år råder ett avtalslöst tillstånd mellan författarnas och förläggarnas organisationer. Ur mitt samtal med Sara Pers-Krause, förbundsjurist på Sveriges Författarförbund:

MOSSBERG: Jag är medveten om att de upphovsrättsliga frågorna är långt ifrån lösta. Ändå vill jag fråga dig om vad du tror kan komma att hända i en situation när böcker distribueras digitalt för framställning via Print on Demand – exempelvis hos en tryckare eller i en bokhandel – och när delar av dem eller kanhända hela verk flyter omkring på Internet för vem som helst att läsa eller kopiera. Tror du att juridiken måste förändras?

PERS-KRAUSE: Nej, jag tror inte det finns anledning att ändra grundstommen i regelverket på grund av detta. Man kommer att kunna använda de kriterier vi redan har. Däremot måste man, och det har man alltid behövt göra, vartefter tekniken gått framåt, analysera de principer och begrepp som har med det upphovsrättsliga förfogandet att göra och komma fram till hur de skall de tolkas i relation till nya medier och ny teknik. Vad står till exempel det upphovsrättsliga begreppet exemplarframställning för? Den typen av frågor avhandlades förra året vid en diplomatkonferens, utan att man kom fram till några slutgiltiga ställningstaganden.

MOSSBERG: Så det hela befinner sig i något av en gråzon?

PERS-KRAUSE: Vår lagstiftning gäller. Men man måste vara realist och skilja på vad som kan vara angeläget rent principiellt och vad som är av mera praktiskt värde. Vad det exempelvis *går* att ta betalt för. Om man tänker sig att ett universitetsbibliotek köper ett enda exemplar av en lärobok och gör den tillgänglig, så att alla kan läsa den på sin skärm, hemma... då har man ryckt undan det ekonomiska fundamentet för den boken. Författare och förlag får ersättning för ett enda exemplar, som sedan läses gratis av tusentals studenter. Det är naturligtvis *ohållbart* att se den typen av tillhandahållande som fritt.

MOSSBERG: Men hur tar man betalt?

PERS-KRAUSE: Du kan se det som en uthyrning och ta betalt för den. Eller konstruera en form av användarlicens, där kostnaden antingen utgår från en beräkning av hur många som har tillgång till materialet eller av

hur många gånger materialet kan tänkas komma att utnyttjas. Det tror jag blir rätt vanligt.

MOSSBERG: Vem gör upp sådana avtal?

PERS-KRAUSE: Lämpligen olika upphovsrättsliga organisationer, exempelvis ALIS³⁷, som sedan återredovisar till författaren.

MOSSBERG: Och hur kan efterlevnaden kontrolleras?

PERS-KRAUSE: Det är förstås ett problem. Man arbetar med att utveckla tekniska hjälpmedel, men det är klart att man kan mygla. Det kan man med det allra mesta.

MOSSBERG: Hur som helst talar du nu om mera slutna nätverk, sådana som exempelvis byggs upp inom universitet och bibliotek, företag och organisationer, där någon ansvarar för innehållet och där det finns ett någorlunda överblickbart antal användare. Men på Internet är det ju annorlunda. Där kan var och en som så önskar skriva eller scanna in upphovsrättsligt skyddat material. Och vem som helst kan sedan ta del av det.

PERS-KRAUSE: Om någon lägger ut sin egen text exempelvis på sin hemsida, så är det upp till den personen om han eller hon vill hävda upphovsrätten eller inte. Men om någon kontaktar oss och vill använda en dikt av Tomas Tranströmer, så är det inte fritt. Det kan exempelvis regleras med en avgift per månad.

MOSSBERG: Ringer folk verkligen om sådant?! Vet de flesta ens om att varena liten dikt är upphovsrättsligt skyddad?

PERS-KRAUSE: Nej, och det är ett pedagogiskt problem, men ingen nyhet! Inte unikt för digitala medier. Det finns massor av tryckt material som piffas upp med dikter. Många hetsar upp sig över tekniken och tror att det är första gången i världshistorien som ett otillåtet förfogande grasserar, men så är det ju inte. Det finns en enorm piratkopiering! En del kan man komma tillrätta med genom stickprover. Det finns redan organisationer, exempelvis Bonus, som skickar ut folk till högskolor och andra användare för att kontrollera omfattningen på deras kopiering. Stim skickar ut folk till caféer, restauranger och butiker för att reglera utnyttjandet av musik. Alis gör stickprover på Internet. Men att hålla *full* kontroll på det olovliga utnyttjandet har aldrig varit möjligt.

MOSSBERG: Så från kontrollsynpunkt är det här området rätt darrigt?

PERS-KRAUSE: Å andra sidan kan man komma rätt långt för att förhindra det digitala missbruket genom kryptering. Det skulle kunna fungera så att varje användning registreras dels på verket och dess upphovsman, dels på användaren som därpå debiteras. Som användare kan du då inte

37 ALIS (Administration av litterära rättigheter i Sverige) tillvaratar och bevakar enskilda litterära upphovsmäns intressen.

komma åt det aktuella verket utan att din organisation har gjort upp avtal eller du själv har tillgång till en kod. Det är tanken. Men det hänger på tekniken. Inom det här området bedrivs ett intensivt forsknings- och utvecklingsarbete, och så länge det tekniska inte är löst har de flesta författare inget kommersiellt intresse av att lägga ut sina verk på nätet. Det försämrar bland annat deras möjligheter att få betalt i andra medier. I det här fallet kommer nog marknadskrafterna att göra sitt, så att på lite sikt så gott som alla mer omfattande litterära alster blir krypterade. Även på Internet. Jag tror för övrigt att det ganska snart utvecklas bättre betalningsmekanismer som gör det lätt att ta betalt per titt.

MOSSBERG: Men det handlar inte bara om den ekonomiska upphovsrätten utan också om den ideella. Om ett litterärt verk utnyttjas för syften och i sammanhang som upphovsmannen aldrig avsett och inte för sitt liv kan acceptera? Kan man i dagens läge göra något åt ett sådant missbruk?

PERS-KRAUSE: Ja, om det upptäcks. Så har det alltid varit.

MOSSBERG: En helt annan fråga är vad som kan tänkas hända rent avtalsmässigt om Print on Demand blir ett mera vedertaget sätt att producera böcker i små och mycket små upplagor?

PERS-KRAUSE: Det kommer att uppstå många olika situationer. Jag kan mycket väl tänka mig att Print on Demand kan vara ett bra komplement till exempel när det gäller den kategori böcker som är utgångna från förlagen och där förlagen inte är intresserade av att ge ut någon ny upplaga eller där rättigheterna har gått tillbaka till författaren, liksom när det gäller klassiker och den kategori böcker som annars inte skulle komma ut. Vi har också diskuterat att Print on Demand kan komma att bli användbart i början och/eller på slutet av en boks karriär. Hur det än blir med den saken är det nog viktigt att se Print on Demand som ett komplement till den traditionella utgivningen så att det inte utvecklas till en teknik som undergräver den så att säga tunga förlagsutgivning som gör att yrkesförfattare kan överleva på sitt skrivande.

MOSSBERG: Ja, man kan fråga sig vad som händer ekonomiskt när publicist och upphovsman inte längre kan utgå från en förutsebar upplaga och det bara trycks några enstaka exemplar åt gången?

PERS-KRAUSE: För den som har tid och råd och kunskaper tillräckligt för att fungera som sin egen förläggare – och försäljare – kan man nog komma fram till vettiga avtalsformer till exempel mellan författare, och tryckeri och mellan författare och formgivare. Men om de etablerade bokförlagen verkligen skulle börja använda sig av tekniken ...

MOSSBERG: Det är väl inte otänkbart?

PERS-KRAUSE: Inte alls. Det kan komma att ligga i förlagens intresse att använda Print on Demand för författare vars böcker de inte tror kommer att sälja i flera tusen exemplar. I så fall måste man vara mycket observant på förlagens insatser och skyldigheter. Rör det sig om ett förlag som i stort sett bara åtar sig att lagra manuskriptet digitalt och sedan spotta ut enstaka exemplar på begäran, det vill säga utan att de gör sig besvär med att marknadsföra och distribuera den aktuella boken, så är det inte rimligt att författaren nöjer sig med den andel av intäkten han eller hon tidigare haft.

MOSSBERG: Helt andra royaltysatser?

PERS-KRAUSE: Ja, vår inställning är att författaren har tagit en stor ekonomisk risk bara genom att skriva boken, utan att veta om den kommer att ges ut. Blir boken antagen är det förlagets tur att åta sig vissa saker. Om inte kan det bli så att den ekonomiska risken i samband med en Print on Demand-utgivning är minimal för förlaget, medan författaren förväntas överleva på att det någon gång ibland dimper ner tjugo kronor i brevlådan. För att undvika den utvecklingen tror jag det blir viktigt att hålla isär de olika produktionssätten och etablera sådana villkor när det gäller Print on Demand som innebär en rimlig kompensation för vad författare och förläggare de facto gör. Annars kan tekniken komma att fungera som ursäkt för förlagen att göra ännu mindre vad gäller distribution och marknadsföring för de författare som inte skriver bestsellers... och för att sänka upplagorna *ännu* mer! Men också i det här fallet är du en smula tidigt ute. Kom igen om ett halvår eller kanske två, så har det antagligen klarnat.

(24 september 97)

Liten upphovsrättslig lathund

- Det är (med vissa undantag) *tillåtet* att för enskilt bruk framställa enstaka kopia av upphovsrättsligt skyddade litterära verk. Det är också tillåtet att i egna texter använda kortare citat ur upphovsrättsligt skyddade verk, under förutsättning att citatet används som hjälpmedel i den egna framställningen samt att källan och upphovsmannens namn anges.
- Det är *inte tillåtet* att utan upphovsrättsinnehavarens tillstånd göra ett upphovsrättsligt skyddat litterärt verk tillgängligt för allmänheten, vari inbegripes spridning av exemplar till allmänheten samt offentligt framförande och visning av verket, exempelvis vid uppläsningar för publik, inom utbildningsväsendet (där speciella villkor dock oftast avtalats) eller på bildskärm.
- Vid användning av upphovsrättsligt skyddade litterära texter *skall* upphovsmannens namn anges. Vidare får texterna *inte* användas i sådan form eller i ett sådant sammanhang som kränker upphovsmannens litterära anseende eller egenart.
- Upphovsrätten gäller till och med det sjuttionde året efter det år då upphovsmannen avlidit.

Ett sätt att anpassa sig till att man inte säljer

Syftet med att skriva böcker är att nå ut till en offentlighet. Om den offentligheten blir minimal upphör en väsentlig del av meningen med skrivandet och förläggarverksamheten. Sett från den synpunkten betyder en teknik som Print on Demand inte mycket mera än en möjlighet för föga efterfrågade författare att anpassa sig till det faktum att de inte säljer, menar Dan Israel, som bland annat förlägger facklitteratur och biografier på anrika Norstedts Förlag. ”Det är i varje fall min uppfattning just nu”, tillägger han under vårt samtal, som föregåtts av en livlig diskussion kolleger emellan om priset för att lägga över en tidigare publicerad fackbok till produktion via Print on Demand. Ur samtalet:

ISRAEL: Det som är intressant för oss är inte att ge ut böcker i tvåhundra exemplar, oavsett om de går att trycka i en så liten upplaga eller inte. Hela den kommersiella idén med ett bokförlag är att ge ut större upplagor än så, att kunna leva på verksamheten. Vad gäller nyutgivning anser jag att Print on Demand är ointressant. Åtminstone för ett stort förlag. Vad gäller tidigare utgivna titlar har jag just gjort ett experiment, beroende på att jag blev kontaktad av en person som ville ha sjuttio exemplar av en viss bok för en studiecirkel. Det visar sig att jag kanske kan producera den för något under hundralappen.

MOSSBERG: Det låter väl inte så farligt?

ISRAEL: Kanske inte. Men skulle vi lägga på våra egna omkostnader och dessutom få en vinst och sedan låta det hela gå via bokhandeln, så hamnar man lätt på det tredubbla med moms och allt. Så rent prismässigt är det inte intressant, ifall man inte går förbi bokhandeln som ju är vår viktigaste avnämare. Det kan man möjligen göra med en sådan här liten studiecirkelbok, men frågan är om Print on Demand skulle vara av något större affärsmässigt intresse ens i det fallet. Kanhända skulle man kunna se det hela som en sorts service till författarna och eventuellt också – och i så fall på lite sikt – som en möjlighet att snabbt kunna få fram en bok utan att hålla den i lager.

MOSSBERG: Någon sorts läsar-service? För böcker som inte längre går att få tag på, utan att ställa sig i kö på biblioteket?

ISRAEL: Varför skulle man inte kunna ställa sig i kö på biblioteket? Tänk dig att du bara behöver några enstaka exemplar. Då blir kostnaderna skyhöga. Kanske kan du få fram en mediokert tryckt bok för fem, sexhundra kronor. Och även om startkostnaden med Print on Demand blir lägre, så måste du till det lägga olika hanteringskostnader. Så

småningom, när allt flera böcker lagras digitalt, kanske det blir mer intressant.

MOSSBERG: Men lagras inte alla nyutgivna böcker digitalt?

ISRAEL: Numera gör de det. Men större delen av den litteratur som kan komma på tal måste trots allt läsas in på nytt och kodas. Fråga mig inte hur det går till.

MOSSBERG: Du menar att det kostar mera än det smakar. Och det i en situation när kraven på avkastning väl stegrats?

ISRAEL: Att lönsamhetskraven ökat under de sista årtiondena gäller nog generellt för bokbranschen. Det hänger bitvis ihop med en ny ärgeneration och en ny ägarstruktur. Bokförläggeriet omgavs tidigare av en högre kulturell status, en annan nimbus, än vad det gör idag. Ägarna vill ha utdelning på sina pengar oavsett vad de valt att satsa på. De sätter inte kulturella ambitioner främst.

MOSSBERG: En bestsellerkultur har vuxit fram.

ISRAEL: Uppmärksamheten koncentreras numera till ett färre antal författare. Utvecklingen är för ögonblicket väldigt tydlig på Ordfront förlag som ger ut Henning Mankell. Jag såg hur det gick till på nära håll. Har kunnat följa hans författarskap från upplagor på tvåtusen till den situation som råder nu, där förstaupplagan trycks i hundrafemtio tusen exemplar. Men detta är ingen utveckling förlagen skapat. Jag menar att den härrör sig mera till massmedias sätt att fungera, än till att bokförlagen eftersträvar den. Det gör dem bara mera sårbara och skapar allvarliga problem, särskilt när det gäller skönlitteratur, där det kan tänkas komma många bra författare som aldrig når ut till sin publik.

MOSSBERG: Det är förstås den andra sidan av saken; sjunkande upplagor för allt fler författare, också de som betraktas som etablerade. Realisationer. Makuleringar.

ISRAEL: Det gäller framför allt ett mellanskikt. Tidigare sålde man ett antal titlar i upplagor på mellan tio och femtontusen exemplar. Det är betydligt mera sällsynt nu.

MOSSBERG: Det är mot den bakgrunden intresset för Print on Demand har vuxit fram inom författarkåren.

ISRAEL: Men deras problem kommer att kvarstå. Jag kan för all del tänka mig att om en författare vill ge ut dikter och förlagen inte är intresserade, så är det klart att han kan trycka upp en mindre upplaga än vad som var möjligt tidigare. Och på det sättet kan det förstås komma ut fler böcker. Så om man nöjer sig med att skriva för trehundra personer...

MOSSBERG: ... det kan man förstås inte leva på ...

ISRAEL: ... och det kan ju inte heller vara meningen med skrivandet. Jag menar att Print on Demand är ett sätt att anpassa sig till att man inte

säljer. Men syftet med att skriva är att nå ut till en offentlighet. Om den offentligheten försvinner eller blir minimal, då upphör en stor del av meningen med skrivandet. Det är en allvarlig utveckling för utan respons och feedback riskerar många författarskap att gå i stå. Att bli publicerad är alltså inte problemet. Problemet är att nå ut till sina läsare. Därför är Print on Demand ingen lösning. Jag tror att det finns en massa orealistiska förväntningar på den tekniken. Och vad gäller förlagen, så finns det inte under överskådlig tid, eller i varje fall för närvarande, några hållbara ekonomiska incitament för att hålla på med detta. Men kom igen om något år så får vi se.

(5 september 97)

Det hör till saken att vi inte makulerar

Anamma Böcker i Göteborg hör till de små förlag som numera svarar för en aktningvärd del av utgivningen av sådana titlar som bara undantagsvis brukar växa till fem- eller sexsiffriga bestsellers – men där man inte sällan träffar på inhemska debutanter och nobelpristagarkandidater. Förlaget startades 1991 av två bokälskare; juristen Kerstin Aronsson och forskaren Annika Persson. Det sysselsätter två personer på heltid och ger numera ut ett tiotal nya titlar per år i upplagor som ofta ligger mellan femtonhundra och tretusen exemplar. Det rör sig i huvudsak om skönlitteratur och fackböcker, med tyngdpunkt på humaniora. Åtskilliga titlar ges efter något år också ut som pocket i upplagor som kretsat mellan tre- och trettiotusen.

MOSSBERG: Jag har fått för mig att intresset för Print on Demand är större bland de små förlagen än hos de stora. Ligger det något i det?

ARONSSON: Det är möjligt. Som litet förlag kan man vara snabb med att haka på det nya. Min första tanke var att här kommer det ett helt nytt sätt att trycka. Vi diskuterade en hel del omkring detta med små upplagor, men hamnade i en rad frågor. Hur skall man exempelvis hantera författarnas förväntningar på att nå ut till läsarna?

MOSSBERG: Är det så mycket bättre att få sina böcker makulerade?

ARONSSON: Det hör till saken att vi inte makulerar. Våra böcker går att få tag på ända tills upplagan är slut. Det handlar också om kvaliteten. Visserligen fuskas det lite med inbundna böcker nu för tiden, eftersom de sällan är trådbundna, utan limbundna, och det kan man förstås diskutera från kvalitetssynpunkt. Men våra böcker har ändå hårda pärmar och ett formgivet omslag. Att nå upp till den graden av kvalitet på en Print on Demand-bok är svårt. Samtidigt är min erfarenhet att de allra flesta författare är väldigt måna om att ge ut en ”riktig bok”. Ser man till våra viktigaste försäljningskanaler, tror jag dessutom inte att det skulle gå att introducera en skönlitterär Print on Demand-utgåva som en ”riktig bok” vare sig i bokhandeln eller bokklubbar.

MOSSBERG: Det sensuella i en vacker bok är viktigt för dig?

ARONSSON: Det handlar inte bara om det. Jag har ofta diskuterat det tekniska utförandet med våra försäljare. Vi har provat att ge ut nya böcker, oinbundna och i lite mindre format. Det var ingen god idé. Till detta kommer frågan: hur få ekonomi i så små upplagor? Jag är själv förtjust i tanken på att göra böcker tillgängligare, så att människor vågar sig på att pröva nya författarskap av ren och skär nyfikenhet. Som det nu är skall det mycket till innan man lägger upp flera hundra kronor för en bok man inte vet någonting om. Självklart skulle läsarna våga testa mera om priset på böcker sjunker... och jag hoppades länge att Print on Demand skulle föra med sig en sådan möjlighet. Men hur

jag än vänder och vrider på det, blir det förfärligt dyrt. Skall man trycka en upplaga på det sättet – exempelvis en liten testupplaga och sedan några fåtal exemplar åt gången – så blir priset *absurt*. Man måste också fråga sig hur små författarnas inkomster kan få lov att bli? Redan som det nu är hör det till sällsyntheterna att någon kommer över minimiroyalty³⁸, det vill säga kanske femton, tjugotusen för en roman som säljs i cirka tusen exemplar.

MOSSBERG: Skall du ha hårda pärmar och ett designat omslag blir det rätt dyrt med Print on Demand. Men en enkel pocket i ett par hundra exemplar kan du nog få för omkring femtio kronor styck.

ARONSSON: Men redan det är *väldigt mycket*. Tar man den kostnaden. Plus royalty till författaren. Plus marknadsföringspengarna. Distributionen. Vad våra säljare skall ha. Då kommer man upp i ett F-pris på mer än hundra kronor, innan vi som förlag har fått ett enda öre för det redaktionella. Då kostar den enkla pocket du talar om, med moms och allt, uppemot tvåhundrafemtio kronor ute i handeln. Det är fullkomligt otänkbart.

MOSSBERG: Det redaktionella... får ni in många obeställda manuskript?

ARONSSON: Jag skulle gissa omkring fyrahundra varje år. Mest svensk skönlitteratur. Det tar sin tid. Skulle man ge var och en av de författare vi tackar nej till ett konstruktivt utlåtande skulle det inte rymmas inom hela vår arbetstid.

MOSSBERG: Hur många manuskript brukar ni fastna för?

ARONSSON: En eller ett par procent. 1997 hade vi visserligen fyra skönlitterära debutanter. Men det är extremt. Normalt ger vi ut en eller kanske två nya författare. Ser man till tidsaspekten jobbar vi med det redaktionella mellan sex och tolv månader tillsammans med författaren, som kanske dessförinnan arbetat ett eller ett par år med sin roman. Vi anlitar formgivare för omslagen och en och annan inlaga, men det mesta klarar vi av själva. Det ingår i redaktörsarbetet och var en av förutsättningarna för att vi skulle kunna dra igång förlaget. Till detta kommer att vi lägger ner oerhört mycket energi och tid – åtminstone ett halvår! – på lanseringen av sådana böcker och upplagor som de stora förlagen inte längre satsar på, knappt ens bryr sig om att marknadsföra.

MOSSBERG: Att efter en sådan investering i tid och kraft gå ut med någon sorts lite försiktig testupplaga är inget alternativ?

38 Enligt det oftast använda normalkontraktet utgår royalty normalt med 27,5 % av försäljningspriset till bokhandeln. Royaltyunderlaget (F-priset) reduceras vid försäljning till bokklubbar och realisation.

ARONSSON: Det är inte bara ekonomiskt utan också *mentalt* otänkbart. Det skulle vara att ifrågasätta vår egen kompetens när det gäller att sovra fram bra böcker. Sammanfattningsvis menar jag att det, rent ekonomiskt, inte är någon idé att ge ut en bok om man inte är rätt säker på att kunna sälja sju, åtta, niohundra exemplar. Det är först då den börjar gå ihop. Visst förekommer det att man ger ut böcker man redan från början vet kommer att bli en dålig affär. Det kan röra sig om en författare man introducerar och gärna vill satsa på. Eller ett angeläget ämnesområde vars läsekrets är begränsad. Men även i de fallen vill vi ha ett tekniskt utförande som accepteras i våra säljkanaler. Allt detta betyder inte att jag är negativ till Print on Demand i sig. Allting förändras snabbt och varje ny teknik tillför ny kompetens. Och visst! Har man en upplaga som sålts slut kan det vara bra att kunna lagra boken så att man snabbt kan trycka upp ett fåtal exemplar. Print on Demand möjliggör ju också för många flera att göra sig hörda och det befrämjar yttrandefriheten. Det är bara det att Print on Demand blivit så fokuserat under det senaste året. När en teknik blir så uppmärksam gäller det att vara noga med vad som sägs utåt. Man måste vara rädd om människors själar. Man måste göra klart för författare och andra att det är långt ifrån givet att de når ut till läsare, bara de satsar sina tusenlappar. Print on Demand är inget saliggörande. Det är på tok för tidigt att stämma in i någon hallelujakör.

(16 januari 98)

En stilla ström av klassiker

Bakom förlaget Pontes i Lysekil står den före detta bibliotekarien Margareta Marin, som på stadsbiblioteket i Göteborg kunde konstatera hur vissa efterfrågade klassiker föll i trasor och inte kunde köpas in och lånas ut på nytt, medan andra inte ens fanns utgivna på svenska. För fjorton år sedan sadlade hon om till förläggare med inriktning på klassisk översättningslitteratur. Hon hör därmed till den skara av små förläggare som inte sällan står både för översättandet och redaktörsarbetet. År efter år sipprar en ström av utländska titlar ut på marknaden från det lilla bostads- och förlagshuset med utsikt över havet och boklådor som trängt sig in i minsta vrå.

MOSSBERG: Jag har fått för mig att intresset för Print on Demand är större bland de små förlagen än hos de stora. Ligger det något i det?

MARIN: Jag vet inte hur andra förlag ser på det här, men själv tycker jag att det är mycket intressant. Jag är entusiastisk inför möjligheten att kunna satsa på en osäker titel utan att dra på mig alltför stora tryckerikostnader. Det är en möjlighet som har med tryckfrihet att göra. Som ger sådana författarskap som ingen tidigare vågat satsa på en bättre chans, eftersom riskvilligheten ökar hos förlagen.

MOSSBERG: Du har just givit ut en bok i femtio exemplar.

MARIN: Ja, det råkar vara en ny roman av en spansk författare, bosatt i Sverige. Den hade vi aldrig vågat ge ut traditionellt. I just det här fallet har vi varit två förlag inblandade. Vi har samarbetat med Invandrarförlaget som bland annat svarat för korrekturläsningen och en stor del av marknadsföringen. Boken är alltså utgiven på spanska och kostar omkring hundra kronor styck att trycka.

MOSSBERG: Blir inte det förskräckligt dyrt?

MARIN: Det är en tjock roman. Det skulle ha rört sig om en många gånger större kostnad med traditionell teknik. Och skulle det snabbt växa fram en efterfrågan, så är det ingenting som hindrar att vi genast övergår till offsettryck.

MOSSBERG: Vad anser du om det tekniska utförandet?

MARIN: Jag är nöjd. Balansen mellan sidhuvud och sidfot kunde för all del vara lite bättre, men sådant kan inträffa oavsett tekniken och det har jag möjlighet att rätta till redan i nästa vända.

MOSSBERG: Som lekman ser jag ingen skillnad mellan den här och andra limbundna böcker. Men hur tänker du få ut den till läsarna?

MARIN: Jag har med den i min katalog och kommer så småningom också att göra en hemsida för förlaget på Internet. Dessutom är den redan med på en hemsida för Immigrantinstitutet. Det gäller också att försöka få den uppmärksam i spanskspråkig invandrapress. Få ut den till bibliotek med många spansktalande besökare. Kanske kan vi få den

recenserad i spansk press utomlands och se ifall det växer fram en marknad där.

MOSSBERG: Eftersom du brukar ge ut äldre klassiker som är fria för vem som helst att publicera har du normalt inga problem med royalties till författaren eller de efterlevande. Men den här spanske författaren? Vad får han för sina femtio exemplar?

MARIN: Han har fått böcker motsvarande mer än tjugo procent av försäljningsvärdet. Det här med avtalsformer och Print on Demand är emellertid något som snabbt behöver bli reglerat. För jag *tror* verkligen på den nya tekniken och hoppas kunna känna av marknaden på liknande sätt med andra böcker. Men man får naturligtvis tänka sig för både en och två gånger med tanke på allt arbete man lägger ner, oavsett tryckteknik. Man måste också hitta en del nya sätt att stötta sina böcker. För även om man med hjälp av en liten testupplaga skulle få mycket positiva tidningsrecensioner, så har detta inte längre någon avgörande betydelse. Däremot kan det komma en enorm rusch om boken visas upp i något soffprogram i teve. För några år sedan hyllades en av mina titlar i *Läslustan* som en erotisk roman, helt utan runda ord. Bokhandlare från alla hörn av landet ringde som galna redan morgonen därpå.

MOSSBERG: Men mestadels går det inte riktigt till på det viset?

MARIN: Nej. Ta en av mina allra första böcker. *Berömda renässanskonstnärers liv* av Giorgio Vasari. Det är en klassiker inom konstvetenskapen som jag lade märke till att folk frågade mycket efter, när jag arbetade på biblioteket. Den hade kommit ut på trettioalet och jag insåg att när vårt enda exemplar inte längre hängde ihop, så skulle ingen längre kunna få tag i den. Den *behövde* ges ut på nytt och blev en av de böcker som gjorde att jag började som förläggare. Apropå den minskande betydelsen av recensioner kan jag berätta att jag fick in beställningar på fyra, fem exemplar efter en positiv understreckare i Svenska Dagbladet. Allt som allt. Men sedan har det förstås visat sig att den säljs ändå. Nu har jag sålt av den i fjorton år.

MOSSBERG: Du levererar böckerna här hemifrån?

MARIN: Ja. Och jag har i och för sig ingenting emot att ha böcker i lager. Boklådor översvämmar huset. Men visst vore det bekvämare att lagra digitalt. Antagligen billigare också. Det är ju inte gratis att ha böckerna i lager, ens om man sköter det själv. De behöver till exempel förvaras i uppvärmda utrymmen. Och som jag burit böcker! Jag skall säga dig att det kommer snart en dag när jag inte längre orkar släpa runt på tjugokilos bokkartonger.

(26 januari 98)

Print on demand i praktiken

Universitetsforlaget i Oslo är Norges största läromedelsförlag med en utgivning som täcker alla utbildningsnivåer – från grundskola till universitet – och därutöver en mera marginell utgivning av allmänlitteratur. Produktionschef Oddvar Fless berättar att intresset för Print on Demand – eller Publishing on Demand som är det begrepp man använder sig av – har stegrats kraftigt, inte minst på grund av de erfarenheter som vunnits sedan man för omkring fyra år sedan inrättade dotterbolaget, Pensumtjeneste AS, som producerar specialkomponerade kompendier för användning inom högre utbildning.

PUBLISHING ON DEMAND

För Universitetsforlagets och en rad andra norska förlags räkning lägger Pensumtjeneste in artiklar, kapitel eller andra typer av utdrag ur tidigare publicerad litteratur på en databas och sammanställer dem till ”skraddarsydda läromedel” på begäran av lärare vid universitet och andra högre läroanstalter. Studenterna, som tidigare, fullt befogat, brukat klaga på den dyrbara undervisningslitteraturen, kommer nu billigare undan, samtidigt som deras läromedel kan uppdateras eller på annat sätt förändras från termin till termin och från lärare till lärare.

BEHOVET AV SMÅUPPLAGOR

På läromedelsförlag i allmänhet och norska läromedelsförlag i synnerhet finns emellertid också andra behov av trycktekniker, lämpade för småupplagor. Ett läromedel (huvudboken) i ett eller annat ämne åtföljs ofta av olika ”resursenheter”, exempelvis lärarhandledningar, facit eller övningshäften, som det är en fördel att kunna framställa i takt med efterfrågan. I Norge är det dessutom lag på att alla läromedel på grundskole- och gymnasienivå skall produceras på de båda officiella språken; bokmål och nynorsk. Behovet av att tillgodose såväl större som mindre målgrupper – bara cirka en elev på tio har nynorsk som första språk – har lett till att Print on Demand numera uppmärksammas även inom moderföretaget. Ur mitt samtal med Oddvar Fless:

MOSSBERG: Hur tolkar du begreppet Publishing on Demand?

FLESS: Både som den digitala produktion av böcker och andra publikationer, där upplagan på vårt eget initiativ bättre än tidigare anpassas till det beräknade behovet, och som den produktion som sker på speciell begäran.

MOSSBERG: Har jag uppfattat dig rätt om jag säger att ni för närvarande urskiljer tre separata användningsområden för Publishing on Demand;

för det första kompendierna för den högre utbildningen, där inte bara upplagestorleken, utan också innehållet styrs av beställarens önskemål. För det andra olika typer av bredvidmaterial till läromedel, lärarhandledningar och liknande, vars upplaga kan vara svår att beräkna, men som regel bara uppgår till en bråkdel av huvudbokens. För det tredje måste ni tillgodose behoven hos de elever som har nynorsk som första språk?

FLESS: Det är riktigt. Hittills har vi framför allt använt tekniken inom Pensumtjänsten, men från och med 1998 kommer vi att använda oss av den också vid produktion av andra läromedel.

MOSSBERG: Håller ni er med egna maskiner?

FLESS: Nej, det är vi som har databasen eller på annat sätt har tillgång till de digitala originalen, men själva tryckningen lämnar vi ut.

MOSSBERG: Till företag som tidigare arbetat med långt drivna kopieringstekniker eller till traditionella tryckerier som skaffat ny teknik?

FLESS: Bägge delarna. Kanske med en övervikt för kopieringsföretagen, men det håller nog på att ändra sig. Det kommer fram företag som arbetar med vad de kallar "banelaser". Det kan knappast kallas för en kopieringsteknik, utan rör sig om en sorts laserskrivare som matas med papper på rullbana.

MOSSBERG: Vem framställer de digitala originalen?

FLESS: Det kan vi här i huset. Det händer också att vi beställer dem från leverantören.

MOSSBERG: Anser du att det är svårare att framställa ett original för en Print on Demand-producerad bok, än för en bok som framställs med traditionell offsetteknik?

FLESS: Rör det sig bara om text är det ingen nämnvärd skillnad. Men så snart illustrationer kommer in i bilden måste man ta vissa hänsyn.

MOSSBERG: Men det framstår ändå som lönsamt med Print on Demand?

FLESS: Ja, i upplagor på upp till fem, sexhundra exemplar. Rör det sig om sex till sjuhundra kan du lika gärna trycka på vanligt sätt.

MOSSBERG: Men priserna måste väl ändå bli rätt höga, ifall du bara tar fram låt säga hundra exemplar?

FLESS: Skulle vi använda konventionell teknik skulle de bli högre.

MOSSBERG: Hur små upplagor kan ni i extremfallet tänkas ha behov av?

FLESS: När det gäller Pensums universitetslitteratur är upplagorna som regel mindre än hundra exemplar. Också här på Universitetsförlaget förekommer mycket små upplagor. Exempelvis detta supplement till en lärarhandling! Det består av ett stort antal overheadbilder i färg, samlade i en ringpärm. Det är ett material vi producerar själva, här i huset. Hittills har vi bara gjort tio eller tjugio exemplar åt gången.

MOSSBERG: Räknar du med att ni i framtiden kommer att växla mellan olika tekniker? Exempelvis ifall en bok, som till att börja med

- framställts som Print on Demand, får oväntat stor efterfrågan? Eller om ni bestämmer er för att producera ett eller annat läromedel med traditionell teknik, men i en mindre förstaupplaga än normalt, för att gå över till Print on Demand vid eventuella efterleveranser?
- FLESS: Ännu så länge har vi inte varit med om det. Men sådana situationer kan mycket väl uppstå. Jag kan inte tänka mig annat än att vi ibland kommer att gå från den ena tekniken till den andra.
- MOSSBERG: Händer det att ni använder er av digitala transporter, det vill säga distribuerar originalen till Print on Demand-leverantörer någon annanstans i landet eller till leverantörer utomlands och sedan trycker upp böckerna där?
- FLESS: Inte såvitt mig är bekant. Men jag känner bara till den produktion jag svarar för och den sker här i Oslo.
- MOSSBERG: Ni både framställer och förfogar över de digitala originalen. Hur ser man på författarnas ersättning i en situation när förlagen kanske bara producerar ett fåtal pappersböcker åt gången?
- FLESS: Författare och andra rättighetsinnehavare honoreras per sida och antal sålda exemplar enligt avtal mellan Pensumtjeneste och Norsk Faglitterær Forfatterforening. Individuella avtal med enskilda författare förekommer också.
- MOSSBERG: Hur stor del av er totala utgivning består för närvarande av Publishing on Demand?
- FLESS: Inte så mycket hittills. Merparten av den produktionen har Pensumtjenester stått för. Men 1998 blir det mera. Det beror bland annat på den utveckling som skett på sista tiden. Antalet Print on Demand-leverantörer har ökat. Själva tekniken – inte minst möjligheterna att med maximal exakthet scanna in sidor ur tidigare utgivna böcker – har förbättrats. Och priserna har sänkts. Vår strategi är därför att det vi tidigare tryckt för mycket av i fortsättningen skall tryckas upp efter behov. Jag kan tänka mig att vår Publishing on Demand-utgivning kan komma att uppgå till femtio, sextio, kanske sjuttio nya titlar redan nästa år. Av en totalutgivning på omkring trehundra sjuttio titlar.
- MOSSBERG: Alltså femton till tjugo procent?
- FLESS: Någoting ditåt. Till det kommer ett antal tilltryck av tidigare utgivna titlar. Om man bortser från den problematik som uppstått kring de digitala rättigheterna, så finns det enligt min mening bara två faktorer att ta hänsyn till. Teknologin och ekonomin. Och det är uppenbart att vi med de nya teknikerna fått ett bättre ekonomiskt fundament vid framställning av småupplagor än vad vi hade för bara något år sedan.

(5 december 97)

Tryckfärdigt eller tryckvärdigt?

”Det är trist och förvånande hur lättvindigt annars bildade och nyanserade humanister ger sig den nya tekniken i våld och sväljer dess begränsningar lika villigt som dess fördelar, som om bristerna vore nödvändiga” skriver Christer Hellmark, grafisk formgivare och förlagsredaktör, som nyligen utkommit med boken *Bokstaven, ordet, texten* på Ordfront förlag. Under rubriken *Boken, typografin och IT-samhället* publicerade han våren 1997 – och med anledning av den stora uppmärksamhet som de tre författarnas³⁹ ”Print on Demand-utspel” tilldrog sig – nedanstående tänkvärda inlägg som vi har fått tillåtelse att återge.

”Människor som älskar idéer måste älska ordet och det betyder att de [...] måste vara livligt intresserade av de kläder orden bär. Ju mer de tänker, desto mer chockerade bör de bli över motsättningen mellan en klar idé och en oredig typografi” sa Beatrice Warde, klok amerikansk typografivetare på trettioalet.

Hur fel hade hon inte! tänker jag när jag bläddrar i ett par av de skrifter som trion Curman, Forsell och Myrdal under stolta fältrop för hundratjugo spänn låter xeroxkopiera åt allmänheten.

Vad är det första man tänker på när man ställs inför en uselt korrekturläst text, uppställd efter skrivmaskinsprinciper, med för små indrag vid nya stycken, satt med petiga niopunktersbokstäver på rader som är nittio tecken långa (lagom är sextio)? Radavståndet är för snålt. Sidorna som saknar paginering innehåller en bra bit över fyratusen tecken (lagom är tvåtusen)? Jag talar här om Jan Myrdals I de svartare fanornas tid.

Vad tänker man? Jo, att boken ropar efter editering! Här behövs en *bokförläggare* som inför läsaren kan skydda författaren mot sig själv. Här behövs en *förlagsredaktör* som med förmåga, inlevelse och rödpenna kan hjälpa författaren att ge struktur åt textmassan. Här behövs en *korrekturläsare* som kan upprätta konsekvens, kolla namnstavningar och rätta datorns avstavningsfel. Och här behövs en *formgivare* som kan ge texten bekväm läsbarhet, med utgångspunkten att den är till för läsaren, inte en ort för slutförvaring av författarens tankar.

Förläggareföreningen behöver nog inte bli så uppskrämd av detta utspel: det förklarar bättre än de själva varför bokförlagen behövs.

39 Curman, Forsell, Myrdal; se avsnittet ”Print on Demand gör ordet friare”.

Samuel Columbus, 1600-talsskalden, skrev i sin *Svensk ordskötsel angående bokstäfver, ord och ordesätt* att bokstäverna med sina streck, prickar och linjer ”liksom afcopiera tanckan och dess tolk, språket”. Typografins uppgift är nämligen att göra tankar synliga för ögat. Det hela är en känslig process och det intima samröre som pågår mellan läsare och författare på boksidan nyttjar subtila verkningsmedel.

Barnets läsinläring från 5–6-årsåldern strävar hela tiden bort från medvetenheten om själva läsprocessens mekanismer. Målet är nått när vi som vana läsare fullständigt trängt in under textens formmässiga yta och kan gå direkt på innehållet. Vi river byggnadsställningen och går in i huset. Läsandet har blivit så självklart att vi inte tänker på det, trots att vi oupphörligen sysslar med det.

Ivar Lo-Johansson drömde om en bok som man kunde läsa på flera tidsplan, i flera berättelseskikt samtidigt. Som genom ett hål skulle man kunna skåda in i romanens framtid, eller bakåt med något annat mystiskt hjälpmedel än det egna minnet av det redan lästa. Det finns likheter, men jag tror att han föreställde sig något vida mer virtuellt än hypertextlänkade informationssjok på Internet. Det mest fantasi-eggande med Ivar Lo:s spekulationer – det tyckte han nog själv också – ligger i omöjligheten att fysiskt förverkliga en sådan bok.

Det riktar uppmärksamheten mot det som Lars Gustafsson i en understreckare i *Svenskan* för en tid sedan kallade ”den immateriella boken”. Boken jag håller i handen, bläddrar i, läser ur, är inte den verkliga boken, utan bara en tillfällig *avbildning* av den immateriella boken. Tanckan kan afcopieras i växlande former, i olika materiella medier.

Att boken ser ut som den gör just nu, betyder inte att den alltid kommer att göra det. Codexformen – blädderboken, till skillnad från bokrullen eller lerplattan – är ungefär lika gammal som vår tideräkning. Det är ingen slump att den överlevt; boken är helt enkelt en utmärkt uppfinning för att förvara och hämta fram information – på många sätt fortfarande och framgent överlägsen datorer, CD-ROM och Internet.

Typografihistoriens vågor är långa; vi trycker fortfarande våra böcker med rak högerkant på texten, bara för att munkarna präntade medeltidens böcker i räta kolumner – kanske ville de spegla tillvarons strikta gudomliga ordning.

Samma sak med bokstavsformerna – de små kuvert i vilka typografien postar innehåll till läsarna. Vi återkommer ständigt till samma gamla typsnitt eller till nytolkningar av de gamla formerna: Garamond, Bodoni, Century, Bembo, Berling, Sabon, Galliard.

Den digitala revolutionen har inte i grunden ändrat på detta, bara packat de gamla typsnitten i resväskan och dragit vidare, precis som vid alla tidigare teknikskiften.

Det är påfallande med vilken tröghet förändringar sker på det tryckta, det visuella, ordets område – och det finns ingen som har visat att det skulle gå till på något annat sätt den här gången.

Den digitalt burna informationen har stora fördelar, som på många, även ännu okända sätt kommer att förändra vårt sätt att tänka och kommunicera. Men det är trist och förvånande hur lättvindigt annars bildade och nyanserade humanister ger sig den nya tekniken i våld och sväljer dess begränsningar lika villigt som dess fördelar, som om bristerna vore nödvändiga. Deras iver att inte framstå som gammalmodiga gör dem okritiska.

De typografiska begränsningarna på Internet dikteras sannerligen inte av omsorg om läsaren. Enbart teknikkunskaper kan vara nöjda med att bokstäverna kan ha åtta olika storlekar, inte fler, och att texten i normalfallet rinner ut på skärmens fulla bredd, satt med obestämda standardtypsnitt som styrs inte av en formgivare eller någon annan med kunskaper om läsbarhet, utan av mottagaren själv.

När nu kvaliteten på många webplatser har börjat öka är det mest för att traditionella läsbarhetsregler vinner insteg – i bästa fall kompletterade med funktionell anpassning till datorskärmens alldeles speciella villkor. Ibland blir det nästan komiskt; ett nytt sätt att behålla textens design på Internet är att i ett speciellt program helt enkelt avbilda till exempel sidorna i en bok och lägga ut dem på nätet.

Boken överlever ett tag till – var så säker. Inte på något bibliofilt Skansen, utan mitt ibland oss. Mitt i samhället, mitt i kulturen, där den befunnit sig de senaste tvåtusen åren.

(ur Ordfront Magasin nr 2/97)

Print on demand gör ordet friare

Det är ingen tillfällighet att just Arkitektkopia tidigt engagerade sig i Print on Demand. Ända sedan företagets tillkomst har man drivit en verksamhet där produkten kännetecknats av korta och till varje mottagare anpassade serier samt högt utvecklad distributionsteknik: olika byggnadsritningar behövde inte bara mångfaldigas utan också, snabbt och med hög grad av pålitlighet, spridas till mängder av aktörer, från byggherrar och entreprenörer till byggnadsnämnder och andra myndigheter. Själva logistiken – numera också förmågan att ta emot, lagra, leverera och uppdatera digitalt – har alltså alltid spelat en framträdande roll inom företaget, bekräftar Jurek Waldfogel, anställd på Arkitektkopia och medlem i den projektarbetsgrupp som bildats för att utveckla nya former för utgivning och spridning av böcker⁴⁰.

MOSSBERG: Jag är intresserad av hur en händelse börjar hända, eller i varje fall tar fart. Som detta genombrott för Print on Demand som väl får sägas ha ägt rum i år.

WALDFOGEL: Ja, vi hade haft utrustningen sedan 1992 och dessutom försökt lansera Print on Demand inom förlagsvärlden vid ett antal bokmässor i Göteborg, utan att något nämnvärt skedde. Det var först hösten 96, sedan jag läst en artikel av Peter Curman som det rullade igång. Uppmuntrad av att någon gick omkring med samma funderingar som vi, tog jag kontakt med Peter. Vi började diskutera hur vi skulle processa det här vidare. Det hela resulterade i den presskonferens vi anordnade i början av detta år och där en konstellation av tre ganska namnkunniga författare demonstrerade möjligheten att själva framställa och sprida sina böcker. Vi hade räknat med kanske ett tjugotal journalister. Det kom över hundra. I princip förekom Print on Demand i media varenda dag under minst en månads tid. Därefter har vi fram till semestern producerat omkring tusen böcker i månaden. I upplagor som varierat från ett enda exemplar och upp till tvåhundra.

MOSSBERG: Hur var det förra året?

WALDFOGEL: Inte en enda bok.

MOSSBERG: Vad har det rört sig om för genrer?

40 Se avsnittet ”PODIUM – ett samverkansprojekt”.

WALDFOGEL: Allt från skönlitteratur till belysningsteknik. En författare beställde sin första bok, som handlar om en man i San Francisco, i trettio exemplar. Nu ger han ut en till. Den här gången i femtio exemplar. Tillsammans med Sveriges Dramatikerförbund driver vi ett projekt för utgivning av ett sjuttioal svenska teaterpjäser. Vi trycker dem både som pocketböcker och som pjäshäften. För Institutionen för klassiska språk vid Stockholms Universitet har vi digitaliserat kurslitteraturen i latin; lektorn i ämnet behöver varken ligga på litteratur som inte används eller kassera något.

MOSSBERG: Och hur gör ni med upphovsrätten?

WALDFOGEL: Det sköter han. Vi är inget förlag. Ingen bokhandel heller för den delen. Men för att återgå till universiteten så diskuterar vi också möjligheten för forskarna att lägga ut sina egna rapporter på nätet i form av färdiga printerfiler, eller beställa hem material från andra forskare världen över och låta printa ut dem här.

MOSSBERG: Är allt detta en bra affär?

WALDFOGEL: Tjaa... Ser man till vad som hänt för oss det sista halvåret kan man för det första konstatera att det faktiskt föreligger ett behov av små och mycket små upplagor. För det andra kan man fråga sig hur många av de böcker som vi hittills tryckt, som skulle publicerats ifall vi arbetat med traditionell teknik? Men det har onekligen varit väldigt mycket introduktionsarbete.

MOSSBERG: Inte så lönsamt alltså?

WALDFOGEL: Självklart måste det finnas lönsamhet om vi skall jobba med det. Förlagen borde nog ta sig en funderare över de affärer som de *inte* gör. Print on Demand är ju inte en tillverkning som är *i stället* för den traditionella, utan ett *komplement* – en affärsmöjlighet som kanske passar in på några procent av deras titlar och som de inte borde släppa från sig. Metoden kan användas för att ta fram små testupplagor av nya böcker, göra tilltryck av sådana som är utgångna och hålla klassiker vid liv. *En Print on Demand-bok tar ju aldrig slut!* Och om de etablerade aktörerna upplever allt detta mera som ett hot än som en möjlighet, så dyker det nog upp nya aktörer som inte gör det.

MOSSBERG: Du tror alltså på pappersbokens framtid?

WALDFOGEL: Det är riktigt. Men jag tror också att förlagen måste ta vara på de nya möjligheterna om de vill behålla sina läsare och fylla på med ny publik. Gör man inte det riskerar nog den bokläsande skaran att krympa. Idag växer det upp en Internet-generation som tar till sig omvärlden på helt nya sätt. Hur får man den att hitta till bokhandeln? Hur får man den att börja läsa böcker?

MOSSBERG: Du ser den digitala spridningen som viktig?

WALDFOGEL: Ja, tillgängligheten till Internet är hög i Sverige. Men det är ändå inte frågan om att alla måste vara uppkopplade till nätet. Växer det

fram en utgivning, tillgänglig via Internet, kommer distributionen av färdiga böcker att ske på olika sätt. När det kommer fram billigare maskiner är det till och med möjligt att bokhandel, bibliotek och andra verksamheter skaffar sig egen utrustning. Eller så utvecklas lokala printershoppar som producerar böcker från alla hörn av världen medan du väntar.

MOSSBERG: I så fall kan du ha bidragit till att sätta fart på något som ni kanske inte får så stor glädje av själva.

WALDFOGEL: Det har aldrig varit meningen att vi skall ha någon sorts ensamrätt. Det har vi inte heller. Ju fler aktörer som jobbar med det här, ju bättre är det.

MOSSBERG: Vad tycker du själv är det bästa med Print on Demand?

WALDFOGEL: Svårt att säga. Det rymmer så många möjligheter. Detta med att kunna hålla information högaktuell är bara ett exempel. Vi trycker en miljörapport för Industriförbundet. Den har de lagt ut på sin hemsida. Där uppdateras den hela tiden. Vill deras medlemsföretag ha rapporten i form av en bok, så klickar de bara i en ruta. Då går beställningen till oss. Vi trycker upp och skickar dem den allra senaste versionen. Ser man till det mera traditionella bokmarknaden så möjliggör Print on Demand för individer att själva ge ut en bok, utan någon censurerande instans. Vi har, kanske en smula pretentiöst, myntat begreppet ”Print on Demand gör ordet friare”.

(22 september 97)

Man borde förstås standardisera

Novum Grafiska i Göteborg startade för tolv år sedan som ett traditionellt tryckeri med en modern offsetpress och målsättningen att endast och allenast ägna sig åt industrityck och förlagsproduktion i svartvitt. Att vid den tidpunkten starta en ny verksamhet med stöd av gedigen branschkunskap, men utan att belastas av tidigare investeringar i äldre teknik, visade sig emellertid inbjuda till ytterligare satsningar. Företaget – idag moderbolag i en grafisk koncern – bedriver numera verksamhet på fyra platser, håller sig med tio offsetpressar och fyra digitala tryckpressar⁴¹ samt den övriga teknik som gör att man kan leverera såväl i svartvitt som i fullfärgstryck, såväl i jätteupplagor som i mycket små upplagor, såväl på papper som på olika digitala media, såväl till till den stora kunden i huset strax intill som – i svindlande hastighet – till kunder och samarbetspartners på andra sidan jordklotet. Ur ett samtal med marknadschefen Lars-Göran Rundqvist:

MOSSBERG: När vi för nästan ett halvår sedan talades vid hade ni nyligen skickat en liten broschyr med titeln *En smal bok* till medlemmarna i Författarförbundet. Den hade väckt intresse, inte bara hos mig. Därpå sågs vi på bokmässan där ni demonstrerade en digital press som på några minuter spottade fram eleganta Strindberg-faksimiler, tjocka akademiska avhandlingar och ett tidigare opublicerat manuskript av Vilgot Sjöman. Vad har hänt mera? Hur utvecklade sig året 1997 sett i ett Print on Demand-perspektiv?

RUNDQVIST: Det viktigaste för oss var det samarbete vi inledde med SIS⁴². Det förtroende vi då fick och den teknik vi använder oss av är vi mycket stolta över. SIS förlag sänder med hjälp av RadioLan tryckoriginalen till sina standarder – det kan röra sig om allt från tekniska informationsblad och mera utförliga broschyrer till tjocka handböcker – från ett av sina fönster på S:t Eriksgatan i Stockholm och till ett av våra fönster på Hälsingegatan mitt emot.

MOSSBERG: RadioLan???

RUNDQVIST: Man kan likna det vid en liten parabol. Det rör sig om två plattor, små som en pocketbok. När en redaktör på SIS är klar med sitt originalarbete skickar han det från deras RadioLan direkt till vårt. Därifrån går det rätt in i den digitala pressens server. Vad det handlar om är att vi håller på att eliminera hela deras trycksakslager, femtontusen olika standarder som ofta uppdateras. Dessa kommer nu att lagras i en databas och tryckas upp i den takt de efterfrågas, det vill säga som

41 – varav den mest avancerade, Xerox Docutech 6180, trycker 180 sidor/minut –

42 SIS; Standardiseringen i Sverige, Swedish Standards Institution.

Print on Demand. Samtidigt parallellpubliceras materialet, om kunderna så önskar, på andra media. De kan få det online, det vill säga hem till den egna datorn, eller via Internet. De kan få det via andra typer av nätverk, på CD-ROM med mera. Men inte nog med det! Vi har också blivit representerade i IPN⁴³, ett globalt nätverk för tryckerier. Det innebär att vi har tillgång till produktionsenheter över i stort sett hela världen. De anslutna företagen erbjuder sina kunder likartade tjänster och produkter och håller sig med kompatibla maskinparken, vilket betyder att kunderna får samma utseende och kvalitet på sina trycksaker, oavsett var i världen de produceras. Själva kommer vi till exempel att framställa omkring fem miljoner sidor text för Scania hos vår kollega i Sao Paulo vilket innebär stora inbesparingar vad gäller ledtider, lagerkostnader och transporter.

MOSSBERG: Ni ligger rätt långt framme, inte sant?

RUNDQVIST: Ja, det vill jag nog påstå.

MOSSBERG: Och hur går det med den mera litterära produktionen?

RUNDQVIST: Där har det inte hänt så mycket. Även om det i grund och botten inte är någon skillnad på att göra en handbok för industrin och en vanlig bok, så har vi på sista tiden inte sökt oss åt det hållet. Vår förlagsproduktion ligger redan som det är på omkring tjugofem procent av omsättningen. I Stockholm är vi inhyrda hos Liber och har anförtrots deras interna printning, liksom en och annan bokproduktion, både i offset och digitalt.

MOSSBERG: Har ni i det sammanhanget givit ut någon kursspecifik litteratur? Jag talar om kompendier som tas fram i småupplagor och där läraren, inte förlaget, fattar beslut om vad just de eleverna skall läsa just den terminen?

RUNDQVIST: Nej, det önskemålet har vi inte ställt inför. Men så skulle man mycket väl kunna göra. Det är smalt. Det är precist. Och skulle det sedan visa sig att en sådan bok blir efterfrågad i större skala, så byter vi teknik. Det är vår styrka här i huset att vi enkelt växlar mellan olika tekniker. Man kan trycka upp en liten testutgåva digitalt för att ta reda på om just den boken håller på marknaden. Visar den sig vara framgångsrik går man över till offset.

MOSSBERG: Kan man i så fall använda samma tryckunderlag?

RUNDQVIST: Självfallet.

MOSSBERG: Har någon låtit göra någon sådan testutgåva?

RUNDQVIST: Inte hittills. Men det pratas mycket om det. Däremot har vi producerat en och annan titel i mycket små förstaupplagor, ända ner till tolv exemplar. Men med så små upplagor är det väldigt svårt både

43 International Printers Network.

att ge kunderna ett bra pris och att nå lönsamhet. Det beror framför allt på de många diskussioner – om papperskvalitet, format, marginaler, typografi och jag vet inte allt – som uppstår omkring varje original när uppdragsgivaren inte är professionell nog. Då handlar det sällan om att bara ta emot disketten. Man borde förstås standardisera väldigt mycket.

MOSSBERG: Konstruera några mallar att välja bland?

RUNDQVIST: Just det. Men det har vi inte hunnit. Av resursskäl.

MOSSBERG: Du är mindre entusiastisk nu än för ett halvår sedan?

RUNDQVIST: Ja, vi fick ju många kontakter, både genom vårt utskick *En smal bok* och på bokmässan. Men som det för närvarande ser ut är jag mera reserverad. Att hålla på och producera en bok åt gången och sedan skicka den hit och dit kostar nog mera än det smakar. Det blir en annan sak om förlagen börjar tänka mera som industrin, när de är osäkra på en titel. Börjar dra ner rejält på sina lager. Undvika kassationer. Förse sig med en litet plocklager genom att exempelvis utgå från en upplaga på låt säga tvåhundra exemplar, och sedan fylla på i takt med efterfrågan. Då blir det intressant också för vår del. Men allt går nu så fort att det är nästan kusligt. Så min uppfattning kan mycket väl ha förändrats om ett halvår igen, beroende på vart tekniken leder oss.

(19 februari 98)

Det finns inga print on demand-maskiner

Mats Bellander, teknisk rådgivare för grafiska branschen och utlånad på halvtid till Tekniska Högskolan för forskning om produktionstyrning av tryckerier, hjälpte tålmodigt till med att bringa en smula större reda i den vokabulär som börjat växa fram. Samtidigt gav han en liten skymt av bakgrunden samt några glimtar av vad som är på gång och vad som kanske komma skall. Här några utdrag ur vårt samtal:

OM PRINT ON DEMAND:

BELLANDER: Print on Demand är ingen maskin. Ingen teknik. Det är en affärsstrategi. Man kan också säga att Print on Demand är en applikation av Non Impact Printing. En tillämpning som innebär att du trycker upp vad du behöver för stunden. Som tryckare eller förläggare håller du dig med ett ytterst litet lager, exempelvis max tjugo exemplar på hyllan. Så trycker du upp tjugo till när lagret är nere på fem. Eller så har du inget lager alls. Som bokhandlare kan du bestämma att den här boken kan jag ha hemma i några exemplar, den här i ett enda blädderexemplar och den här bara i katalogen. Du får fördelar i form av att kunna leverera snabbt, trots minskad lagerhållning och mindre bundet kapital.

OM NON IMPACT PRINTING

BELLANDER: Att tala om digitala tryckmetoder är inte rättvisande. Då är det bättre att använda benämningen elektroniskt tryck, eftersom de kopieringstekniker som kan användas för Print on Demand inte nödvändigtvis är digitala, men alltid elektroniska. Elektroniskt tryck är alltså ett bredare och mera användbart begrepp. Ännu tydligare –ännu mer avgränsande och beskrivande –är Non Impact Printing⁴⁴.

MOSSBERG: Du menar tryckpressar, som varken trycker eller pressar?

BELLANDER: Ja, det begreppet avslöjar att det inte handlar om tryck i vedertagen mening. Men man skall definitivt inte haka upp sig alltför mycket på maskinerna eller tekniken. Det finns redan nu en lång rad varianter, från bläckstråleskrivare till höghastighetsprinters i färg –och det kommer hela tiden nya varianter, som du kan beordra att skriva ut hundratals sidor i tur och ordning. Sedan behöver du bara lite efterbehandling för att få fram en bok.

44 Impact; stöt, sammanstötning, pressa in, sammanpressa.

MOSSBERG: Nu är Print on Demand redan så etablerat att jag tillåter mig att använda det begreppet. Men vill man vara tydlig borde man alltså hellre tala om **Non Impact Printing** vad gäller själva tryckförfarandet, **Publishing on Demand** – det vill säga efter behov – i förlagssammanhang och **Book on Demand**, eller varför inte Bok på Begäran, när tekniken möter konsumenterna exempelvis i bokhandeln eller på biblioteket.

LITE OM BAKGRUNDEN OCH VAD SOM ÄR PÅ GÅNG

MOSSBERG: Som du vet talar jag i det här sammanhanget i första hand om rätt enkla pocketböcker i enfärgstryck.

BELLANDER: Då är vi tillbaka i början av åttiotalet som teknisk utveckling betraktat. Redan då stötte jag på höghastighetskrivare i svartvitt. De kunde göra småupplagor av tjocka dokument på mycket kort tid. Så började det. Det som är mest aktuellt inom grafiska branschen av idag är emellertid digitalt tryck i färg. Det rör sig om en sorts färgskrivare, höghastighetsprinters, med stor produktionskapacitet.

MOSSBERG: Betyder det att vi snart kan få barn- och faktaböcker i fullfärg via Print on Demand?

BELLANDER: Det finns nog redan ett och annat framme i den vägen. Men minst lika intressant är den teknik med digitalt tryck i ena ändan och traditionell offset i den andra, som också är på gång och nog kommer att bli dominerande i branschen. Du skickar alltså in ettor och nollor i tryckpressen och gör på så sätt plåten. Sen kör du ut det hela som i en vanlig offsetpress, men med den skillnaden att du kan göra ändringar för varje cylinderväx. Här har du en hybrid som klarar av att göra *ett* unikt exemplar i taget. Där du tidigare behövt trycka, säg tusen exemplar för att få lönsamhet kommer du nu ner i upplagor på femhundra, kanhända mindre. Med en kvalitet på färgtrycket som ligger mycket nära vanlig offset.

GLIMTAR AV FRAMTIDEN

BELLANDER: Utvecklingen är på väg mot allt mindre upplagor och Print on Demand kan vara ett steg på den vägen. I ett längre perspektiv tror jag det står printers överallt i hemmen, eller i varje fall mycket lokalt. Så du köper inte längre en tjock bok om ellära, ifall du bara är intresserad av transformatorer. Istället beställer du fram texter om transformatorer på Internet, plockar ihop din egen bok, hämtar hem den över nätet och printar ut den. Med skönlitteraturen blir det möjligen annorlunda. Det kan komma att finnas elektroniska böcker i form av hoprull-

bara dataskärmar, tunna som ett lite grövre papper och batteridrivna. Du tankar hel enkelt in den bok du önskar.

MOSSBERG: Och bokhandeln?

BELLANDER: Den, liksom förlagen, kan få nya funktioner och till exempel specialisera sig på olika genrer. Vara en sorts kvalitetsgaranti genom att stå för urvalet. Ta hand om betalningen och administrera det upphovsrättsliga.

MOSSBERG: Finns det något som oroar dig i en så specialiserad och tekniskt sofistikerad framtid?

BELLANDER: Det skulle vara arkiveringsmöjligheterna. Vad kommer vi att lämna efter oss? Ett bra papper med bra tryck håller åtminstone i några hundra år. En diskett kanhända tjugo.

MOSSBERG: Men du tror uppenbarligen att i stort sett alla – inom en någorlunda överblickbar framtid – kommer att använda disketter och datorer, allt bättre och billigare skrivare och ett starkare, mer utvecklat Internet?

BELLANDER: Det behöver inte vara alla. Det räcker om det blir tillräckligt många. Normalt är det så att du inte behöver täcka in hela befolkningen för att slå om till ett nytt system. För man kommer förr eller senare till den punkt när det inte längre lönar sig att använda gammal teknik. Då måste de som inte har hängt med antingen införliva sig i det nya eller stå utanför. Och kom ihåg att det jag pratat om inte är särskilt visionärt. Det går att åstadkomma redan nu.

(22 september 97)

Skall vi ha kvar en svensk detaljhandel med böcker?

När författarna får lägre royalty för böcker som säljs via bokklubbar än för dem som säljs i bokhandeln... när nya prispressande internetbokhandlar växer som svampar ur jorden och de utländska kan leverera böcker som slipper undan tjugofem procent i moms... när ett stort svenskt förlag visar sådant ointresse för detaljhandel av böcker att de erbjuder samma priser till bokhandeln som till internetkonsumenten... när mer än var fjärde svensk kommun saknar allmänbokhandel – och beslutsfattarna i de kommuner som bevarat en egen bokhandel värderar dess service, kompetens och leveransförmåga så lågt, att de äventyrar sin bokhandels hela existens genom en allt njuggare inställning till lokala inköp... då är det inte konstigt om en och annan frågar sig ifall vi alls skall ha kvar en svensk detaljhandel värd namnet, menar Thomas Rönström, VD i Svenska Bokhandlareföreningen och engagerad i ”Print-on-Demand-projektet”⁴⁵.

MOSSBERG: Du lever i en ständig turbulens?

RÖNSTRÖM: Ja. Ett annat exempel på sådana frågor som drabbar oss inom detaljhandeln är att det sprids en föreställning om att vi är hutlöst dyra. Det är lika orättvist som okunnigt. Med hjälp av lättköpta, populistiska, helt absurda räkneexempel – där man utgår från ett inköpspris utan moms och bortser från att det kan kosta något att hålla sig med butikslokaler och personal – kommer man fram till att vi gör enorma pålägg. När ställs motsvarande frågor till andra branscher? Till förlagen? När fick vi ta del av liknande uträkningar av de pålägg de gör på sina tryckkostnader? Nej, sådant förekommer inte. Men själva har vi i *decennier* tvingats brottas med den här demagogin – något varenda handlare får stå till svars för, eftersom fördomarna sprids också till allmänheten. Till sist kan man fråga sig: Ska vi ha någon detaljhandel med böcker? Hur skall den i så fall finansieras? Ska vi ha statliga butiker?

MOSSBERG: Menar du att det var bättre förr i tiden, innan marknaden avreglerades och de fasta bokpriserna försvann?

RÖNSTRÖM: Det vill jag inte påstå. Fram till 1970 hade vi en situation som var kolossalt reglerad. Förlagen ägde böckerna och bokhandeln hade den exklusiva rätten att sälja dem. Vi hade drygt femhundra bokhand-

45 Se även avsnittet ”PODIUM – ett samverkansprojekt”.

lare indelade i ett A-lag och ett B-lag. Idag har vi mer än trehundra välsorterade allmänbokhandlar och ett sjuttioal större specialbokhandlar. Därutöver ett antal servicebokhandlar med ganska blandat sortiment samt mängder av andra ställen där man kan köpa böcker. Vi har en av världens mest avreglerade bokmarknader som man i många länder avundas oss – och har lärt oss att leva med fri konkurrens. Men det bör vara konkurrens på lika villkor. Och visst tycker jag att ”den riktiga bokhandeln” utsatts för onödigt hård konkurrens. Det första som drabbade oss var förlagens bokklubbar som lyckades gå från nästan ingenting och till en fjärdedel av marknaden för allmänlitteratur, bland annat med hjälp av den prisdiskriminering som blev resultat av att författarna accepterade lägre royalty för bokklubbsböcker, något vi nu med stöd av den nya lagen anmält till konkurrensverket.

MOSSBERG: Och priserna i detaljhandeln? Blev de lägre?

RÖNSTRÖM: Böcker har alltid betraktats som rätt dyra. Men vi har fått ett stort utbud av billiga pockets och – tack vare priskonkurrensen – en kraftig dämpning av priserna på de mest lättsålda böckerna; det kan röra sig om allt från ett tjugotal och upp till något hundratal titlar per år. För det stora antalet titlar har bokpriserna emellertid följt den allmänna prisutvecklingen ganska så väl.

MOSSBERG: Borde man inte väntat sig att de skulle sjunka? Både med tanke på den frisläppta konkurrensen och de sänkta tryckkostnader som blivit följderna av datoriseringen inom den grafiska branschen?

RÖNSTRÖM: Det är möjligt. Ser man till bokmarknaden som helhet kan man konstatera en betydande ekonomisk tillväxt under de senaste decennierna. I stort sett hela tillväxten har tillfallit förlagen. Bokhandeln har nått och jämnt hållit ställningarna. Flera bokhandlar slås ut än det tillkommer nya, något som drabbar framför allt de små kommunerna. Att förlagens direktförsäljning via bokklubbarna skulle ha nått helt nya läsargrupper, som det ofta hävdats, är dessutom rent nonsens. De har bidragit till utslagningen inom detaljhandeln, utgjort ett alternativ för de redan läsvana och bara mycket marginellt nått ut till andra läsargrupper.

MOSSBERG: Hur ser du mot denna bakgrund på bokläsandets framtid?

RÖNSTRÖM: Bokläsandet bland vuxna har ökat och det är glädjande att vi – bland annat tack vare ett läsfrämjande samhällsarbete – har fått ett antal läsglada generationer. Å andra sidan visar bokutredningen att barn och ungdomar läser mindre än förut. Fortsätter resurserna att minska för bibliotek och skola kan man ha anledning att oroa sig.

MOSSBERG: För bokens framtid?

RÖNSTRÖM: Nej, jag är övertygad om att det skrivna ordet, utgivet i bokform, har lång tid framför sig. De många hotbilder mot boken som

manats fram i samband med teknikens utveckling har aldrig infriats. Ny teknik skall man inte vara rädd för. Den skall man använda sig av. Det som eskalerat under de senaste åren är information om böcker. Datoriseringen har medfört en formlig explosion och inom handeln fick vi den första generationen katalogdatorer för ungefär fem år sedan. Den generationen datorer håller nu på att avlösas av nästa, där tillgången till information är mindre sårbar, eftersom den inte är beroende av ständig uppkoppling till Seelig⁴⁶. Handlarna får en CD-romskiva, CDBOK, som de lägger in på sina hårddiskar och där informationen uppdateras varje natt. CDBOK rymmer för närvarande närmare en miljon tillgängliga titlar. Utöver det svenska utbudet finns ett stort antal engelska och amerikanska böcker, den norska bokhandelns databas och inom kort också den danska och den finska. Dessutom har varje bokhandel som kopplar upp sig på Internet gratis tillgång till bibliografisk information om allt som utgivits på svenska under de senaste mer än hundra åren via Libris, Kungliga Bibliotekets fantastiska databas.

MOSSBERG: Samtidigt som bokhandlarna – i varje fall de stora – kan erbjuda alla dessa virtuella titlar, så tvingas jag i realiteten att forcera trave efter trave med bestsellers, innan jag kommer fram till hyllorna med andra böcker. Där händer det allt oftare att jag inte får tag på den bok jag söker. Trots att jag badar i böcker saknar jag alltså möjlighet att stå en stund och bläddra i den jag vill fundera lite över.

RÖNSTRÖM: Från att förr i tiden ha kunnat visa alla nya böcker rent fysiskt måste man – med det utbud som finns idag – jobba med ett begränsat sortiment och göra resten tillgängligt på bästa sätt. Det är man bra på inom bokhandeln. Medierna bländas av alla dessa oprofessionella Internetbokhandlar som växer som svampar ur jorden och erbjuder miljoner titlar till pressade priser. Men kan de leverera? De erbjuder ju titlar som inte finns i sinnesvärlden.

MOSSBERG: På sätt och vis är det ju det ni ämnar göra. Erbjud böcker som ännu inte finns i verkligheten. Via Print on Demand.

RÖNSTRÖM: Ja. Men vi kommer att kunna leverera. Print on Demand, det vill säga böcker som framställs på kundernas begäran, blir ett intressant tillskott till den service bokhandeln redan ger. Det finns ju mängder av titlar som är utgångna från förlagen och som våra kunder får stå och köa för på biblioteken. Ifall de ens finns där.

MOSSBERG: Hur skulle det gå till rent praktiskt?

46 AB Seelig & Co; den svenska bokhandelns informations- grossist och distributions-företag.

RÖNSTRÖM: Det är lite för tidigt att uttala sig om. Massor av frågor återstår att lösa. Men ser man till själva projektarbetet måste vi först av allt få fram ett sortiment. Ser man till bokhandeln så måste de handlare som vill vara med vara datoriserade och uppkopplade till Internet. För bokköparna är det fortfarande viktigt att vi finns på plats rent fysiskt och inte bara uppträder som ett flimmer på skärmen för den begränsade del av svenska folket som har tid och möjlighet att använda Internet.

MOSSBERG: Vad tror du att Print on Demand kan komma att betyda för bokhandeln lite framåt i tiden?

RÖNSTRÖM: Vi har inga orealistiska förväntningar. Det säger sig självt att det inte kan bli en jättesak, rent ekonomiskt, att trycka upp enstaka titlar på begäran. Det handlar om helt andra värden. Det intressanta är möjligheten att erbjuda våra kunder böcker som annars inte skulle vara tillgängliga. Det hela blir dubbelt intressant när bokhandeln, som jag ju företräder, för en gångs skull kan vara med i hela utvecklingsprocessen.

(8 september 97)

MOSSBERG: Du kan nu se tillbaka på det år som gått. Hur har PoD-projektet, som numera går under namnet PODIUM, avancerat?

RÖNSTRÖM: Vad som har hänt sedan vi sågs i höstas är att många PoD-projekt dragits igång. Det skulle till exempel förvåna mig mycket om man inte inom de flesta förlag sitter och funderar på hur man skall kunna använda sig av tekniken för att trycka upp osäkra titlar i små upplagor.

MOSSBERG: Men ni har andra utgångspunkter?

RÖNSTRÖM: Vi kommer inte att använda begreppet Print on Demand annat än för böcker som trycks på begäran, det vill säga böcker som framställs först när någon frågat efter dem. Arbetet är nu inne i ett intensivt skede och det första vi måste göra är att bygga upp ett sortiment. Det blir till att börja med rätt så begränsat och får växa till sig efter hand som behoven synliggörs. Vi arbetar inte efter genrer, utan diskuterar ett antal segment. Här måste jag vara lite hemlighetsfull, men en del kan du ju själv lista ut. Ett naturligt segment är backlistböcker, där vi med hjälp av bokhandel och bibliotek spårar upp titlar som efterfrågas av och till, men inte går att köpa från förlagen. När detta väl är gjort återstår en hel del arbete med varje enskild titel. Rättighetsfrågorna måste lösas och digitala tryckunderlag tas fram. Ett annat segment är invandrarlitteraturen, som vänder sig till medborgare som har stora svårigheter både med att få sin litteratur utgiven och att förvärva litteratur på sina hemspråk. För att ta ännu några exempel på de segment vi diskuterar kan jag nämna sådan ny litteratur på svenska som kan ha svårt att leta sig ut på marknaden. Dit hör bland annat den

finlandssvenska skönlitteraturen; flera mycket namnkunniga författare kommer inte längre ut i delupplagor här i Sverige.

MOSSBERG: Det innebär samarbete med de finska bokförlagen?

RÖNSTRÖM: Ja, finns det en förläggare med en titel som man bedömer ha sådana marknadsförutsättningarna att den med fördel kan erbjudas vårt projekt, så kommer vi självfallet att vara öppna för det. Vi kommer att kunna samarbeta med många olika förlag.

MOSSBERG: Också de svenska?

RÖNSTRÖM: Givetvis. En annan stor fråga vi brottas med är prisbilden. Det här är böcker som kommer att säljas på begäran i bokhandeln, men också via Internet. Meningen är att kunden skall få betala samma pris, oavsett distributionssätt. Redan detta förhållande gör det svårt att hitta en prisbild. Till det kommer att det finns en smärtgräns för vad en Print on Demand-bok kan få lov att kosta med tanke på att utförandet är ganska enkelt. PODIUM har visserligen förlagskompetens, men skulle vi betrakta oss som ett förlag med sedvanliga kostnader och pålägg, så kommer det aldrig att lyckas. Nej, vi måste se det här som skilda världar. PODIUM är inget förlag, utan en unik Print on Demand-företeelse som arbetar utifrån helt nya normer. Det är vi alla överens om.

MOSSBERG: När räknar ni med att något händer ute i bokhandeln?

RÖNSTRÖM: Jag hoppas på att vi skall kunna ha några bokhandlar igång under försommaren och på lite sikt räknar jag med att alla med datorisering kommer att gå med. Innan dess måste vi ha fått fram några bra sidor på Internet, där vår lista – till att börja med kanske ett tjugofemtal titlar – presenteras och ha löst en rad tekniska problem, bland annat vad gäller beställningsfunktioner och transporter. Sedan är marknadsföringen ute i butiken viktig; dekaler, Internethörna och blädderexemplar. Den information vi hittills har gått ut med tyder på att handlarna är entusiastiska inför grundtanken att göra efterfrågade, men utgångna, böcker mera tillgängliga. De uppfattar det också som värdefullt att bokmarknadens alla intressenter är engagerade i PODIUM.

MOSSBERG: Ja, och det rör sig ju inte bara om de professionella. Även läsarna är aktivt inblandade, eftersom det är de som med sina önskemål sätter igång processen.

RÖNSTRÖM: Kundorienteringen är alltid viktig. Men det enligt min mening mest unika är ändå att marknadens hela kedja av aktörer – från upphovsmän och publicister, till tryckare, speditörer och handlare – i detta samarbete måste vara så öppna mot varandra, så beredda att förhandla, jämka, till exempel om prisnivån. Detta är oerhört spännande och har aldrig förut förekommit inom våra branscher. Vi får också signaler om att det ute i världen redan har uppstått ett starkt intresse för den här modellen.

(29 januari 98)

En härlig vision

Wettergrens Bokhandel med sammanlagt sju allmänbokhandlar varav fem i Göteborg och två i övriga västsverige samt egen nätbokhandel är ett av Sveriges äldsta och mest väletablerade familjeföretag i branschen – ett företag som varken upplever sig som vidare hotat eller anser sig ha förändrats särskilt dramatiskt genom åren. Konkurrenten från bokklubbarna lägger visserligen sin tunga hand över oss alla, medger Carl Wettergren, bokhandlare i fjärde generationen, och berättar att detta bland annat fick till följd att man för en period kanhända satsade lite väl hårt på presentartiklar. Den tiden är förbi. Trots att man är, och alltid varit, ytterst energisk när det gäller att erbjuda kunderna ett fullödigt sortiment händer det emellertid på tok för ofta att kunder lämnar också Wettergrens boklådor med oförrättat ärende, eftersom den bok de söker inte längre går att få tag på.

MOSSBERG: Med er storlek, era butikslägen och ert mer än hundraåriga renommé behöver ni inte kämpa med näbbar och klor för att alls överleva?

WETTERGREN: Det kan man säga. Men man måste vara medveten om att tillväxtpotentialen för böcker är betydligt sämre än den för kontors- och pappersvaror. Bokklubbarna lägger sin tryckande hand över oss. Och visst är det irriterande för att inte säga osunt, när förlagen värvar medlemmar genom att strax efter jul erbjuda folk samma böcker för mindre än en tia som vi bara några veckor tidigare tvingats sälja för två- trehundra kronor styck.

MOSSBERG: Ni har själva öppnat nätbokhandel.

WETTERGREN: Ja. Och redan fått lönsamhet på den. Min uppfattning är att vi kommer att sälja via nätet till företagskunderna. Främst kontorsvaror; lättvalda, standardiserade produkter. Men vanliga bokköpare... jag betvivlar att de flesta kommer att sitta hemma och knäppa på sin dator. Fast visst kommer Internethandeln att ta några procent av bokförsäljningen. Och visst skall vi vara med och ta så stor andel som möjligt, men jag tror ändå det blir marginellt, i varje fall för skönlitteraturen. Däremot kan Internet bli viktig på läromedelssidan, ett område vi numera arbetar väldigt lite med. Vi är ett lokalt företag som aldrig kommer att bli förmögna på undervisningslitteratur eller på att skicka böcker till Japan och Arjeplog. Vad vi däremot funderar över är att bilda ett kulturellt nätverk i Göteborg. Tanken är att våra Internetbesökare skulle kunna länka sig än hit än dit; till biblioteken, teatrarna eller muséerna.

MOSSBERG: Och priserna? Säljer ni böckerna billigare i er nätbokhandel?

WETTERGREN: Faktiskt inte, även om det kan se så ut. Medlemmarna i vår Internetbokhandel får tjugo procents rabatt på butikspriset via ett så kallat tjugokort. Våra butikskunder erbjuds att köpa samma tjugokort för åttio kronor. Det lönar sig mycket snabbt. På så sätt har vi löst problemet just nu.

MOSSBERG: Det gavs ut mer än hundra kok- och matböcker i höstas. Är inte det ett exempel på ett sortiment som kan vara en smal sak att erbjuda via Internet, men där det väl knappast går att hålla full sortering ute i butikerna?

WETTERGREN: Är böckerna nyutgivna har vi dem nog i butiken. Men visst är det hela lite befängt. Och nästa säsong... ja då skall kanske alla förlag ge ut älska-dig-självböcker. Letar du å andra sidan efter båtböcker, så finns det nästan ingenting just nu. Vi lever i en tid av trender och, utöver det som hårdlanseras, avgörs bokhandelns sortiment av den enskilde handlarens ambitionsnivå. Vill man ägna sig åt bestsellerism, så går det bra. Självan ser jag att det är både tråkigt och meningslöst att driva en bokhandel utan ett brett urval. Vi har en ambition att hålla böckerna på hyllan och lägger ner åtskillig tid på att besluta om vårt sortiment. Våra anställda är mycket lyhörda för kundernas önskemål. Böcker från de stora förlagen vållar oss inga problem. Då kan det vara besvärligare med vissa småförlag, som inte lagt in sig på Seeligs databas.

MOSSBERG: Ni är förstås datoriserade. Hur ser du på det?

WETTERGREN: Vi är inte längre hänvisade till att slå i lagerkataloger som är inaktuella redan innan de kommer ut. Nu får vi dagsfärs information, men ännu så länge bara på titelnivå. Vi vill gärna ha mera, exempelvis information om vad den eller den författaren har skrivit tidigare. Och varför inte recensioner?

MOSSBERG: Vad tror du om bokens framtid?

WETTERGREN: Jag tror till exempel inte att vi får se någon ny upplaga av Nationalencyklopedin. I varje fall inte utan statliga subventioner. Det blir för dyrt. Men när det gäller fackböcker och handböcker för gemene man, liksom skönlitteratur... där tror jag böckerna blir kvar. Jag ser inget alternativ till pappersboken, någon innovation som skulle göra att man börjar konsumera böcker på nytt sätt.

MOSSBERG: Det talas om hoprullbara datorer, tunna som papper, där man enkelt – om än inte gratis – kan ladda in roman efter roman.

WETTERGREN: Ja, mycket är möjligt redan idag och tekniken utvecklas oerhört snabbt, men i dagsläget tror jag mera på Print on Demand.

MOSSBERG: Ni kommer att delta i det planerade projektet?

WETTERGREN: Vi tycker det är fascinerande. Det viktigaste för bokhandeln är ju att kunna erbjuda en mångfald bra böcker. Det är alarmerande att våra stora förlag, som jag för övrigt tycker blir allt fegare i sina satsningar, går samman. Å andra sidan blir de små förlagen allt mer

viktiga. Men ta våra klassiker. Att ett land som vårt inte har en klassikerutgivning värd namnet är minst sagt beklämmande. Genant. Print on Demand kan bli ett sätt att lösa det problemet. Att via en databas gå in och hämta fram den klassiker som en person, som kanske vill fördjupa sig i ett speciellt författarskap, är ute efter... eller en lite nyare bok som är utgången från förlaget... och kanske till och med trycka upp den här i butiken! Det är en härlig vision! Vi har ju väldigt många förfrågningar. Men hur det hela skall fungera mera i detalj, med rättigheter, databaser och maskiner... det har jag ännu så länge inget grepp om.

MOSSBERG: Och som affär betraktat?

WETTERGREN: Uppemot åttio, åttiofem procent av våra kunder klarar sig själva fram till kassan. De övriga behöver assistens. Redan idag gör vi mycket beställningsarbete. Det rör sig om många moment för varje titel och det säger sig självt att det är svårt att räkna hem förtjänst på sådana transaktioner.

MOSSBERG: Speciellt om det visar sig att boken inte går att få tag på.

WETTERGREN: Javisst. Men nästa gång hör just den kunden kanske till den majoritet som klarar sig själv. Med Print on Demand blir det nog likadant; det kan bli svårt att få varje enstaka affär att bli speciellt lönsam. Ändå känns det hela väldigt lockande. Det är en ny idé som ger oss inom handeln möjligheter att bli duktigare på det vi håller på med.

(9 februari 1998)

Allt annat är en halvmesyr

Bokhandeln Böcker och Blad ligger i ytterkanten av köpcentrat i Henån med fyratusen invånare. Skyltfönstren är små, men välfyllda, och kunderna gör sin entré via en trapphall där en monter, laddad med pocketböcker skvallrar om vad som komma skall. Till vänster bokhandeln, till höger banken. Rakt fram en trappa till sommarens travar med reaböcker; långt mer än en tredjedel av årsomsättningen hänför sig till de veckor då Orust översvämmas av båtfolk och sommargäster. På ovanplanet ryms också administrationen för de båda innehavarna – Gunnel och Reinhold Hedenblad – övriga verksamheter; hans familjeföretag, hennes konsultverksamhet samt kansliet för bokhandelskedjan Ugglan med lokala bokhandlare över hela landet. De kallar sig entreprenörer, driver sin bokhandel ”för att det är så roligt”, har nyligen öppnat ännu en boklåda i ett köpcenter utanför Uddevalla – och hyser stort intresse för utvecklingen av PoD.

MOSSBERG: Ni driver en så kallad servicebokhandel. Vad betyder det?

R.HEDENBLAD: För att uttrycka det enkelt rör det sig om en mindre bokhandel med rätt till statligt sortimentsstöd⁴⁷. Man kompenseras i någon mån för sådana förmåner som större bokhandlare förhandlar sig till från förlagen. För att få stödet måste man förbinda sig att köpa in ett visst antal nyttgivna böcker.

MOSSBERG: Hade ni kunnat dra igång affären utan andra inkomstkällor?

R.HEDENBLAD: Knappast. Folk sa att jag var galen som startade en bokhandel på Henån. Det är ju en rätt speciell verklighet vi lever i. Säljer böcker som kan kosta flera hundra kronor – men som folk lika gärna kan låna gratis tvärs över torget. Vi har uppemot tretusen olika böcker, ofta bara i ett enda exemplar, och kunder av alla de sorter. Barn. Pensionärer. Studerande och företag. Från kommunen är det bara biblioteket, som brukar köpa av oss. Företag vill gärna ha en långsiktig relation till sina leverantörer, men kommuner fungerar annorlunda. De är så pressade att de inte reflekterar över långsiktiga effekter. För om kommunerna – genom att alltid ta det anbud på kursböcker och kontorsvaror som verkar billigast vid första ögonkastet – lyckas med att slå ut all lokal verksamhet, så är risken stor att de efter ett slag får betala dyrt för det kalaset. Man måste *odla* konkurrensen.

47 Ur Bokutredningen SOU 1997:141: Syftet med stödet är att underlätta för servicebokhandeln att lagrhålla ett i förhållande till bokhandelns storlek bra urval av god och efterfrågad litteratur. [–] De enkäter som BFI har låtit genomföra visar att stödet är ett överlevnadsvillkor för många bokhandlare. (BFI; Bokhandelns Finansieringsinstitut, min anm.)

MOSSBERG: Ni får slita rätt hårt?

G.HEDENBLAD: Inte så farligt. Vi står inte själva i butiken. Men visst har jag jobbat mycket gratis under dessa sjutton år.

MOSSBERG: Ni har mycket beställningar?

G.HEDENBLAD: Det blir en del.

MOSSBERG: Sköter ni beställningarna med hjälp av dator?

R.HEDENBLAD: Ja, vi har katalogdator, men abonnerar inte på CDBOK.

MOSSBERG: Händer det ofta att en bok som efterfrågas är slut på förlaget?

G.HEDENBLAD: Det händer.

R.HEDENBLAD: Rätt så ofta.

MOSSBERG: Så ni följer utvecklingen av Print on Demand med intresse?

R.HEDENBLAD: Jag tror på Print on Demand för lokala försäljningsställen.

Men efter vad jag hört⁴⁸ är tanken att vi skulle beställa böcker via Internet och därpå få fram dem med hjälp av något tryckeri. Min vision ser annorlunda ut. För kan man få en färdig bok i handen efter en kvart, vore det absurt och minst sagt tungrott om man skulle behöva åka iväg någonstans, för vår del flera mil, för att hämta den! Nej, Print on Demand kan aldrig bli ekonomiskt intressant för vår del om det skall gå omvägen via ett tryckeri. Min vision är att man – kanske om några år, då man kan köpa någon typ av utvecklad laserskrivare till överkomligt pris – skall kunna erbjuda den servicen på samma sätt som vi för närvarande erbjuder faxning och kopiering. Kunden kommer alltså in och frågar efter en titel vi inte har inne. Vi går då in i någon databas och ser efter om den boken finns som Print on Demand. Så får man fram den, till exempel på dess ISBN-nummer. Därpå frågar man kanske vilken storlek kunden vill ha på texten, visar stilprover, talar om hur många sidor boken blir i den eller den stilgraden och vad den kostar i det ena eller andra utförandet. Jag föreställer mig att de skall kunna välja också mellan olika typer av bindning.

MOSSBERG: Din vision tycks handla om en parallell utgivningsform? Att förlagen redan från början erbjuder sig att leverera *antingen* i pappersform *eller* digitalt? Även när det gäller nyutgivningen?

R.HEDENBLAD: Varför inte? När det gäller vissa böcker.

G.HEDENBLAD: Enklare faktaböcker. Olika typer av utbildningslitteratur. Lite udda romaner.

R.HEDENBLAD: Utländsk litteratur... man kan verkligen fråga sig om det är vettigt att skicka en bok från USA till Sverige? Eller ta diktsamlingar. Istället för att ge ut en titel i några hundra exemplar, kunde förlagen ge ut flera och leverera dem digitalt först när de efterfrågas. Bortsett från

48 Se även avsnittet ”PODIUM – ett samverkansprojekt”.

diktsamlingar, som ju ofta är rätt tunna, blir det här inga billiga böcker. Det är jag medveten om. Man kan jämföra med vad vi tar för att kopiera: en krona sidan. Så kostnaden för en roman blir nog, med tanke på utrustning och arbetstid, ungefär densamma som för en nytgiven bok. Men jag tror faktiskt våra kunder är villiga att betala vad det kostar för att få just den bok de vill ha. Och få den direkt.

MOSSBERG: Det ligger något i det. Det rör sig ju om böcker kunderna verkligen är ute efter. Men ni två är de första jag träffat på som verkar övertygade om att det här kanske kan bli en god affär!

R.HEDENBLAD: Det kan bero på att vi i distributionsledet inte håller oss med några mera fantasifulla vinstmarginaler och förväntningar. Men visst! Vi tror det kan bli intressant också affärsmässigt. Bara det kommer billigare maskiner. Bara man gör det själv.

G.HEDENBLAD: Allt annat är en halvmesyr.

(18 februari 98)

Ökar man tillgängligheten ökar hela kakan

Skapar teknikutvecklingen nya möjligheter måste man också utnyttja dem så mycket som möjligt. Dels för att göra bra affärer, men också för att öka tillgängligheten vad gäller böcker, menar Sören Wahlund, tidigare marknadsdirektör på Seelig och VD i Bokia-kedjan, sedan ett knappt år VD i Akademibokhandeln Butiks AB med ett drygt tjugotal allmänbokhandlar och ett tiotal campusbutiker⁴⁹. ”Erfarenheterna visar dessutom” tillfogar han ”att intresset och därmed också försäljningen ökar i takt med tillgängligheten. Det man tillför i ena kanten av kakan försvinner inte från den andra. Det resonemanget tror jag gäller både för Internetbokhandeln och Print on Demand.”

MOSSBERG: Ni är Sveriges till volymen största bokhandelsföretag.

WAHLUND: Ja. Vi har flera av landets mest välsorterade butiker med Citybutiken här i Stockholm som flaggskepp. Där har vi mer än hundratusen titlar i fysiskt lager. Också några av våra mest traditionsrika butiker – före detta Lundeqvistska i Uppsala och Gumperts i Göteborg – med tiotusentals titlar på hyllorna är synnerligen välförsedda för att vara i så litet språkområde som vårt.

MOSSBERG: Då är ni stora nog att köpa in och sälja böcker pallvis. Hur ser du på den utvecklingen i relation till den litteratur som vänder sig till en mera sparsmakad läsekrets?

WAHLUND: Jag ser inte motsättningen. Anledningen till att man har stora upplagor på vissa böcker är att de har stor efterfrågan. Det är inget negativt i att se till att den tillgodoses. Så när jag läser i tidningarna om hur bedrövligt allting är, hur utgivningen urvattnas och bokhandeln tunnast ut så tycker jag att det är mera myt än verklighet. Man kan komplettera bilden med ett annat perspektiv: det har aldrig någonsin sålts mera böcker! Vi står mitt i en expansion. I USA växer det fram otroliga megabokhandlar. Hundratals boklådor i nya lägen, i gigantiska shoppingcentra och på andra ställen där folk rör sig. Överallt böcker! Boklådor med en titelbredd som inte sällan når upp till vår Citybutiks. Och den är ändå Skandinavien största!

MOSSBERG: Nu talar du om USA. Inte precis om Nässjö eller Haparanda.

WAHLUND: Visst. Men det visar ändå på en fantastisk utveckling för en traditionell produkt som ideligen blivit dödsdömd. När filmen kom. När radion kom. När teven kom. När videon kom. När Internet kom. Och så vidare. Ändå har bokläsandet bara ökat.

49 – specialaffärer för kurslitteratur, ofta lokaliserade till universitetsområden.

MOSSBERG: Och vad säger du om den rådande trendkänsligheten? Att det ges ut uppemot tvåhundra matböcker under ett år, samtidigt som det knappt går att få tag på någonting alls om till exempel fritidsbåtar eller frukträd?

WAHLUND: Branschen är levande. Den svänger. Man måste vara lyhörd för allt som kan tänkas hamna på toppen av intresset något år framöver. Men visst kan det slå så tokigt. Att alla kastar sig över samma sak. Desto bättre om ny teknik kan ge oss möjlighet att täppa till luckorna, så att de där sjuutton personerna som vill ha en bok i ett visst ämne också har chans att få det.

MOSSBERG: Nu är du inne på Print on Demand.

WAHLUND: Ja, ser man det hela från det andra hållet är det klart att det är jättebra om ny teknik gör det möjligt att få fram böcker som det annars inte skulle gå att få fram. Det är emellertid rätt svårt att förutse hur stor del av sortimentet som kan komma att beröras, eftersom vi varken vet hur fort utvecklingen går, hur snabbt man kan komma ner i kostnad eller hur många som är intresserade av att exploatera denna nya möjlighet. För närvarande utgår nog de flesta från att det under ett antal år kommer att kosta mera än det smakar och att Print on Demand inte blir av intresse för vad vi definierar som ”commercial books”, där den industriella produktionen leder till priser som de mycket små upplagorna aldrig kan konkurrera med, ens i en kostnads-spiral neråt. Ändå är jag ganska så övertygad om att detta med att lagra böcker digitalt och trycka på knappen och få ut dem just när man behöver dem, har framtiden för sig.

MOSSBERG: Med tanke på ert utbud av kurslitteratur och liknande?

WAHLUND: I de flesta campusbutiker erbjuder vi redan olika former av kompendieservice. Då rör det sig väl inte riktigt om det du kallar Print on Demand utan om lite enklare lösningar. Men inom det användningsområdet kan man nog räkna med att Print on Demand kommer att utvecklas och växa. Sedan har vi det andra området, nämligen tidigare utgivna böcker, som man från förlagens sida inte längre vill ligga på i lager. Också där tror jag att Print on Demand kan komma att förverkligas inom överskådlig tid, liksom när det gäller vissa typer av mera svårtillgängliga böcker som det redan från början blir för dyrt att ta fram i korta serier. Kanske kan man på sikt ha produktionsanläggningar utplacerade. Kanske att kunderna är villiga att betala extra, speciellt när det rör sig om professionell användning, då kostnaden ofta inte är så avgörande.

MOSSBERG: Man kan ju också vara lite visionär och – i likhet med en bokhandlare jag tidigare intervjuat – fråga sig varför en nätbokhandel i USA skall låta skicka en beställd bok över hela världen, ifall köparen skulle kunna få fram den direkt, genom att gå in till er, varpå ni

kontaktar det aktuella förlaget som distribuerar originalet digitalt via en telefonledning, så att ni på några minuter kan få fram en färdig bok.

WAHLUND: Det där är komplicerat eftersom det får konsekvenser i flera led.

Hela utgivningsstrukturen kommer att påverkas, exempelvis storleken på grundupplagan. Men frågar du mig om jag, utifrån ett bokhandlarperspektiv, skulle vilja ha möjlighet att välja mellan att beställa en bok i fysisk form eller per lina – i en situation när kunden står framför mig och boken inte råkar finnas hemma – så skulle jag självklart vilja ha den valmöjligheten. Kunna erbjuda mina kunder möjligheten att välja mellan att vänta några dagar eller att för en extra kostnad få boken direkt. Men frågan är alltså inte så enkel utifrån ett branschperspektiv. Den illustrerar emellertid vikten av att vi följer utvecklingen så noga som möjligt. Självklart vill vi vara med så snart det börjar hända saker.

MOSSBERG: Ni har startat egen Internetbokhandel. Trots att alla verkar vara överens om att nätbokhandeln inte går ihop?

WAHLUND: Det stämmer. Ta till exempel den ledande nätbokhandeln, Amazon, som varit igång tre år i USA, som erbjuder mer än en miljon titlar och haft en enorm framgång vad gäller volymen sålda böcker, men fortfarande går med stora förluster. Samtidigt är hela den här utvecklingen väldigt spännande; tekniken i sig gör att postorderverksamhet effektiviseras. För egentligen är det ju ingenting annat än en form av avancerad postorder det rör sig om. För oss inom Akademi-bokhandeln är nätbokhandeln framför allt ett komplement till vår huvudverksamhet. Den ger oss en möjlighet att visa upp oss på marknaden, presentera vårt utbud och våra butiker och utgör en naturlig del av marknadsföringen. Vi ökar tillgängligheten och säljer en del böcker till dem som så vill. Dessutom kan man nog utgå från att det blir lättare för oss som har en fungerande huvudverksamhet att få det hela att gå ihop, än vad det är för den som måste bygga upp det hela från scratch⁵⁰.

MOSSBERG: Samtidigt gör ni ert utbud tillgängligt på sådana platser där man inte har tillgång till en väl sorterad bokhandel.

WAHLUND: Ja, men tittar man på vilka som köper så ligger tyngdpunkten inte på glesbygd, utan på storstad eller förorter till storstad.

MOSSBERG: Och priserna? Konkurrerar ni med er själva?

50 Utöver Akademi-bokhandelns egen nätbokhandel har KF Media, Akademi-bokhandelns ägare, sedan intervjun genomfördes köpt 45 % av Sveriges största virtuella nätbokhandel, Bokus. (Virtuell bokhandel; bokhandelsföretag utan eget fysiskt lager, men med tillgång till stora databaser och – via Internet – snabba beställnings- och distributionsrutiner.)

WAHLUND: Hittills har vi inte varit prisaggressiva på det viset.

MOSSBERG: På sikt? Tror du ändå inte att den rent virtuella bokhandeln kommer att innebära ett allvarligt hot mot den traditionella?

WAHLUND: Också den bästa nya tekniken har en gräns för hur mycket den förmår ta över. Var den gränsen går avgörs bland annat av de stora plusvärden som finns i en butik. Som kund kan du komma in, skaffa dig överblick och få kontakt med personal som är kvalificerad. Som kan ta fram bra alternativ och ge den rådgivning som du och ingen annan kan behöva. Du kan ta i boken, bläddra i den, köpa den, gå hem och läsa den. Omedelbart. Det är trots allt en våldsam skillnad mellan att köpa böcker på det viset och att sitta och fingra på en dator. Erfarenheterna visar dessutom att intresset och därmed också försäljningen ökar i takt med tillgängligheten. Det man tillför i ena kanten av kakan försvinner inte från den andra. Det resonemanget tror jag gäller både för Internetbokhandeln och Print on Demand. Så skapar teknikutvecklingen nya möjligheter måste man också utnyttja dem så mycket som möjligt.

(6 mars 1998)

Lugn i stormen

Man känner sig förflyttad till ett annat tempo och en annan mera stillsam tid – eller en sedan länge inarbetad boklåda i något annat land – när man tassar mellan de höga hyllorna i blankt mörkt trä och orienterar sig med hjälp av gavlarnas handtextade genreskyltar. Böcker, böcker, böcker! Hur många titlar som lockar här eller kan hämtas upp från husets källarlager kan de båda ägarna inte längre hålla räkning på. De öppnade Partille Bokhandel utanför Göteborg under en period när många andra tvingades att lägga ner och med ett butiksläge som fick olyckskorparna att kraxa. De före detta lärarkollegerna Margareta von Geijer och Gunilla Ericsson förvaltar och förmedlar såväl den svenska nyutgivningen som en imponerande mängd utländsk litteratur och backlisttitlar utan annat datorstöd än det som fanns att tillgå redan för tretton år sedan.

MOSSBERG: Ni har ett väldigt sortiment!

VON GEIJER: När vi startade fanns krav på att en allmänbokhandel skulle ha minst fyratusen titlar. Då hade vi en mindre lokal. När vi flyttade in i det här huset hade vi med oss sex, sju tusen böcker. Skulle jag tro. Här är det mer än tre gånger så stort.

MOSSBERG: Har du ofta förfrågningar om böcker som inte går att få tag i?

VON GEIJER: Nej. Det kan röra sig om en eller annan klassiker. Men annars? Nej, det är inte vanligt. Och alla böcker *kan* ju faktiskt inte finnas. Problemet är snarare att det ges ut för mycket. Jag tycker inte alls det känns som om vi behövde mera.

MOSSBERG: Det var rätt svårt att få till stånd ett sammanträffanden med dig och vi har inte lång stund på oss. Ni måste slita hårt?

VON GEIJER: Vi jobbar mycket. Kunderna ramlar inte bara in. Och det är långa öppettider. Nio till arton. Efteråt är det mycket kvar; allt från dammsugning till beställningar av de böcker som vi sålt under dagen. Man måste hela tiden vara påpasslig, hålla sitt lager uppdaterat. Så är det våra litterära lördagar med uppläsningar och författarmöten. Minst sextio, sjuttio gäster – ibland över hundra – brukar trängas i butiken.

MOSSBERG: Och ny teknik? Använder ni katalogdator? CDBOK? Internet?

VON GEIJER: Vi har ingenting sådant. Vi anser inte att vi behöver det. Dels har vi våra kataloger. De kommer regelbundet och fungerar mycket

bra. Dels sköter vi våra dagliga kompletteringar med hjälp av en micronic⁵¹. Enklare kan det inte bli.

MOSSBERG: Och Print on Demand? Har du bildat dig en uppfattning?

VON GEIJER: Egentligen inte. Vi har visserligen låtit trycka upp en diktsamling av Lars Forssell⁵² på kundernas förfrågan. Vi fick den på några dagar, så det fungerade utmärkt.

MOSSBERG: Ni beställde via Internet?

VON GEIJER: Jag vet inte riktigt hur vi gjorde. Men det hade varit enklare om den givits ut på ett förlag. Uppriktigt sagt anser jag inte att Print on Demand är något som skulle gynna vår bokhandelsvardag. Men det kan förstås ändra sig med tiden.

(11 mars 1998)

51 I de böcker som levereras från Seelig finns så kallade SRO-kort (SRO; Seelig Re-order System). Bokhandlaren är utrustad med en läspenna som hör ihop med ett modem som i sin tur kan kopplas till Seeligs via telenätet. Bokhandlare med denna utrustning brukar gå igenom dagens skörd av SRO-kort, besluta vilka titlar som skall ombeställas, koppla upp sig till Seeligs, dra med läspennan över SRO-kortets streckkod, varefter beställningen är genomförd. Den effektueras nästa dag och böckerna levereras som regel påföljande morgon direkt till butikerna.

52 Se avsnittet "Print on Demand som verklighetspoem".

Podium – ett samverkansprojekt

Print on Demand-projektet PODIUM är en direkt följd av det samarbete mellan ett antal författare och företaget Arkitektkopia, som ledde till den uppmärksammade presskonferensen i januari 1997⁵³. Projektet startade våren 1997 i form av en arbetsgrupp. Dess huvudman, Författarcentrum Öst, ansökte om och erhöll i september samma år ekonomiskt bidrag från den statliga stipendiefonden Framtidens Kultur ”för igångsättning av ett treårigt projekt som syftar till att utveckla nya former för utgivning och spridning av litteratur”. I januari 1998 anställdes en projektledare och den mera konkreta verksamheten inleddes därpå under namnet PODIUM. Projektet presenterade sig på Internet⁵⁴ i januari 1998 och avgav då följande avsiktsförklaring: Att i en bred kulturpolitisk samverkan bredda utbudet av svensk och utländsk kvalitetslitteratur.

SAMVERKANSPARTNERS

Följande parter ingår i den projektgrupp som redovisas: Författarcentrum Öst, Stockholms Stadsbibliotek, Svenska Bokhandlareföreningen, Tidsskriftsverkstaden i Stockholm, Författares Bokmaskin, Arkitektkopia Colorcenter AB samt bokförlaget En bok för alla⁵⁵. I den ursprungliga arbetsgruppen ingick även representanter för Kulturrådet och Kungliga Biblioteket, vilka numera intar en observatörsroll.

PODIUMS BÖCKER

Den grundläggande tanken bakom PODIUM är att med hjälp av jämförelsevis ny teknik (Non Impact Printing och Internet) tillgängliggöra sådana böcker som av en eller annan orsak inte går att få tag på i handeln, annat än

53 Se bland annat avsnittet ”Print on Demand gör ordet friare”.

54 Internetadress: <http://www.swepod.com>

55 *Författarcentrumverksamheterna* (en riksorganisation och fyra lokalorganisationer) är ideella föreningar som har till uppgift att vidga kontakterna mellan författare och allmänhet och föra ut litteraturen i samhället. *Författares Bokmaskin* är en okommersiell enhet för produktion av böcker av ”skönlitterär och innovativ karaktär”, öppen för var och en som är beredd att satsa eget arbete, pengar och tid. *Tidsskriftsverkstäder* som finns i sex svenska städer tillhandahåller tekniska kunskaper och teknisk utrustning, bland annat för framställning av digitala original. (Källa: Kulturkatalogen 1997, Statens Kulturråd)

möjligan antikvariskt. Det kommer –med tanke på resursknappheten, den kartläggning som krävs för att få fram ett lämpligt urval titlar, arbetet med att förvärva rättigheter och träffa olika typer av avtal, digitalisering av manuskript, presentation av böckerna med mera –att ta sin tid att bygga upp ett digitalt bestånd av PODIUM-böcker. Inledningsvis har man inhämtat information om ofta efterfrågade, men svårtillgängliga eller inte tillgängliga titlar via de förfrågningar och väntelistor som förekommer i bokhandeln och på biblioteken. Man kommer också att uppmana alla kunder som –via bokhandel, bibliotek och Internet –kommer i kontakt med PODIUM att ge sina önskemål till känna. PODIUMS sortiment kan –i varje fall på detta tidiga stadium –sägas vara indelat i två olika områden och ett antal segment:

PODIUMS EGEN LISTA:

Projektet kommer att arbeta på ett förlagsliknande vis (eller i samarbete med befintliga förlag) vad gäller tidigare utgivna titlar, så kallade *backlistböcker*, *inklusive svenska klassiker*. Detta segment avses omfatta alla typer av allmänlitteratur, det vill säga tidigare utgiven, men inte längre åtkomlig skönlitteratur, barn- och ungdomslitteratur och facklitteratur. Ett viktigt segment utgörs dessutom av *litteratur på andra språk än svenska*. I detta sammanhang kan *nyskriven litteratur* av svenska medborgare som skriver på sitt ursprungsspråk, eller i Sverige bosatta utländska författare, komma att tillgängliggöras, liksom litteratur på originalspråk från olika länder. Ett tredje segment, som redan nu kan urskiljas, är *finlandssvensk litteratur*; många även i Sverige väletablerade finlandssvenska författare ges inte längre ut här. I dessa fall kan det –i samarbete med de finlandssvenska förlagen – antingen bli frågan om Non Impact Printing eller förmedling av traditionellt framställda böcker.

PODIUMS FRIA DEL:

Inom detta område erbjuds debutanter och andra författare som önskar ge ut *nya böcker* –och samtidigt fungerar som *egenförläggare* –att lagra sina tryckfärdiga manuskript i PODIUMS databas, att presentera sig och sina verk på PODIUMS hemsidor på Internet samt att dra fördel av det system för produktion, distribution och försäljning som PODIUM successivt bygger upp. PODIUM har när det gäller ”den fria delen” inte för avsikt att genomföra för någon typ av sovring. Man är visserligen inte främmande för att problem kan uppstå i detta sammanhang men räknar med att ta itu med dem först om de skulle dyka upp.

ATT KÖPA PODIUMS BÖCKER

Så som planeringen just nu ser ut kommer PODIUMS med tiden framväxande bestånd av böcker att kunna inhandlas på följande sätt: (Alt A) Via till PODIUM anslutna *bokhandlare*, som kommer att marknadsföra konceptet i sina butiker, tillhandahålla blädderexemplar och vara uppkopplade till Internet – där information om PODIUMS titlar kommer att återfinnas, liksom prisuppgifter och enkla beställningsrutiner (så småningom också information om författarens övriga produktion, utdrag ur recensioner och liknande). Kunden kan välja mellan att hämta boken i butiken eller få den hemskickad per post. (Alt B) Via de *bibliotek* som önskar förmedla denna typ av service. Kunden kan välja mellan att få boken hemsänd mot postförskott efter ett fåtal dagar eller att hämta den i en till PODIUM ansluten bokhandel. (Alt C) Via *Internet*, där samma beställnings- och betalningsrutiner tillämpas som i biblioteken.

OM PRISET OCH REGLERINGEN AV KOSTNADER

Beträffande kostnaden kommer PODIUMS böcker att ha samma pris, oavsett beställnings sättet. Samtliga inköp kommer att slussas via någon till projektet ansluten bokhandel. Bokhandeln faktureras av PODIUM som i sin tur reglerar övriga kostnader (främst royalties till upphovsmännen, tryckerikostnader samt den egna driften).

PODIUMS SAMARBETSFÖRHOPPNINGAR

PODIUM räknar också med att kunna etablera sig som en kvalificerad, Internetburen informations- och sambandscentral för tidigare svårtillgänglig eller otillgänglig kvalitetslitteratur samt som en rådgivande instans för upphovsmän och andra. Man ämnar bland annat etablera ett nätverk av kompetenta samverkanspartners till vilka man kan slussa författare som behöver råd och hjälp exempelvis med formgivning och framställning av digitala original. Man avser också att förmedla information om tillgänglig (även traditionellt framställd) litteratur på de nordiska språken. Man undersöker möjligheterna till nära samarbete med Sveriges Dramatikerförbunds Drama Direkt-projekt inom vars ram en betydande andel av den svenska dramatiken håller på att göras tillgänglig, bland annat i form av stycktryckta pjäshäften eller pocketböcker⁵⁶, jämte möjligheterna till samarbete med det så kallade Runebergs-projektet vid universitetet i Linkö-

56 Internetadress: <http://www.dramadirekt.com>

ping⁵⁷, där ett stort antal svenska klassiker håller på att digitaliseras och läggas ut på Internet. Vidare söker man utveckla lämpliga former för samarbete med svenska och utländska förlag. Samverkan – främst i form av nätverk för erfarenhets- och kunskapsutbyte – har härutöver inletts med en rad, främst europeiska, författarorganisationer som visat stort och aktivt intresse för projektet.

NÅGOT OM NULÄGET (MARS 98) OCH FRAMTIDEN

Hedengrens Bokhandel i Stockholm fungerar inledningsvis som pilotbutik för PODIUM-projektet. Under försommaren 1998 räknar man med att vidga försöksverksamheten till att omfatta ett större antal bokhandlare, lokaliserade till väst- och mellansverige samt Norrbotten. Målsättningen är att PODIUM innan projekttiden löpt ut skall ha etablerat samarbete med intresserade bokhandlare och bibliotek över hela landet samt att projektet vid den tidpunkten skall kunna övergå i en självfinansierad verksamhet, utan eget vinstintresse.

(15 mars 1998)

57 Internetadress: <http://www.liu.se>

Med vändande post

Medan denna rapport skrivs kommer nya aktörer in i bilden. Den i sammanhanget kanske mest intressanta är informationskonsulten Mart Marend. Med sin yrkesmässiga bakgrund, bland annat som bildredaktör inom förlagsvärlden, började han redan för tio år sedan – tillsammans med företrädare för det då nystartade företaget Nykopia i Stockholm – att diskutera möjligheterna att framställa böcker med Non Impact Printing. Sommaren 97 bedömde han tekniken vara tillräcklig utvecklad och marknaden måhända mogen för Books-on-Demand. På Gotland, dit han flyttat några år tidigare, startade han därför hösten 97 en Internetburen verksamhet som erbjuder författare som själva önskar ge ut sina böcker samt förlag som önskar ta fram småupplagor av backlistböcker ”tryckning, distribution och en marknadsplats” samt alla upptänkliga kringtjänster ”som textredigering, formgivning och marknadsföring.”⁵⁸

DEN FÖRMEDLANDE LÄNKEN

Marends företag fungerar alltså som en länk mellan det befintliga manuskriptet – i vilket utskriftsskick det vara må – och den färdiga boken. Författare som kan leverera sina textsidor färdigredigerade på diskett eller via elektronisk post kan redan dagen därpå, med vändande post, räkna med att få första exemplaret av sin bok⁵⁹ hemsänt för granskning. Övriga författare och upphovsmän erbjuds ”flexibla lösningar” med olika typer av ”förlagsnära tjänster” och produktionskalkyler.

I STARTGROPARNA

Verksamheten⁶⁰ befinner sig ännu så länge i sin begynnelsefas och någon mera målgruppsinriktad marknadsföring har ännu inte startat. Det viktiga är att få *hela* flödet att fungera, menar Mart Marend, såväl vad gäller själva produktionen som när det gäller att få böckerna att nå ut. Som exempel på

58 Marend vänder sig också till andra skribenter, exempelvis forskare och journalister, samt till skolor, företag, myndigheter och andra organisationer med behov av att snabbt och uppdateringsbart få fram exempelvis rapporter, dokumentationer eller analyser. Beträffande denna typ av uppgifter – se även nästa avsnitt.

59 – producerad av Nykopia Tryck AB i Stockholm –

60 – vars erbjudanden är mera detaljerat presenterade på Internetadressen:
<http://www.books-on-demand.com> –

vad som hittills hänt kan emellertid nämnas det dryga tiotal böcker som producerats eller är på gång – alltifrån omtryck av skönlitterära backlisttitlar, till nytgivning av romaner, en diktsamling, en diger släktkrönika och en mastig fackbok i ekonomi. I flertalet fall har originalen krävt någon form av förädling/bearbetning. Flera av böckerna har dessutom försetts med ett standardiserat omslag, vilket sänkt kostnaden för den färdiga boken. Det är också troligt, menar Marend, att han inom en snar framtid kommer att låta sina uppdragsgivare – om de så önskar – välja mellan ett antal färdigformgivna inlagemallar.

VARJE BOK MÅSTE GENERERA INKOMSTER

Marends uppdragsgivare – de ansvariga utgivarna – betalar en startkostnad⁶¹. Till detta kommer utlägg för eventuella kringtjänster samt det avtalade styckpriset för varje producerad bok. Uppdragsgivarna bestämmer själva sina alsters försäljningspris. De priser som erbjuds via Internet har hittills varierat mellan 110 och 290 kr inklusive porto och moms. Köparna erhåller den beställda boken per post med bifogad faktura, ställd till Marends företag som i sin tur reglerar kostnaderna och månatligen redovisar behållningen till sina uppdragsgivare. Marend betonar vikten av att ”varje bok som går genom mitt system måste generera inkomster”. För uppdragsgivarnas del har de initiala kostnaderna mestadels varit täckta efter försäljning av fyrtio till sextio exemplar. Därefter börjar också de få betalt för sitt arbete.

DEN STÖRSTA UTMANINGEN

Det är inte prisbilden, menar Marend, som är den största och mest intressanta utmaningen, utan frågorna kring hur Books on Demand skall nå ut till sina läsare via Internet, bokhandel, bibliotek och skraddarsyddas kanaler. ”Samtidigt”, tillfogar han, ”kan man, när man gör upp sina kalkyler, ju inte undgå att fundera över det kulturpolitiskt vanvettiga i att mer än hälften av en boks pris består av olika sorters skatt.”⁶²

(30 mars 1998)

61 Denna kan, enligt uppgift på hans Internetsida, uppdaterad 980101, begränsa sig till tusen kronor.

62 Sverige har, vid sidan av Danmark, Europas högsta bokmoms.

V

Några reflexioner och slutsatser

Allt mera ihållande, allt starkare och från allt flera håll framhålls att det i vår tids massmediala brus föreligger ett stort behov av sådana publicistiska verksamheter som garanterar sina läsare mångfald och innehållslig fördjupning. Insikten om detta behov bildar utgångspunkt för den studie/rapport – ELECTRONIC PUBLISHING; Strategic Developments for the European Publishing Industry towards the Year 2000 (EL-PUB2) – som publicerades 1996 inom ramen för EU-kommissionens program INFO 2000. I förordet konstateras hur betydelsefulla olika former av publicistisk verksamhet har varit för social och kulturell utveckling och förändring, ända sedan Gutenbergs dagar – samt hur dessa verksamheter under vår egen tid har kommit att förlora i betydelse⁶³.

SKENHÄNDELSER OCH ÅSIKTSMANIPULATION

Det är lätt att hålla med om dessa konstateranden. Ytliga och fragmentariska, ovederhäftiga och hetsande, fördomsbefrämjande och sensationaliserande budskap, riktade till stora, påverkbara och snabbt föränderliga opinioner, har gång på gång under vårt tidevarv och i vår egen världsdal – främst på grund av de förhållanden som haft med makten över medierna att göra – konkurrerat ut den mera mångsidiga och eftersinnande kunskapsförmedling som förekomsten av ett stort antal fria upphovsmän och publicister har förutsättningar att borga för.

63 "Electronic mass communications (and in particular television) became a much more effective channel than the printed word for reaching large numbers of people."

INTE ETT SPÅR AV PAPPERSBOKEN

Vikten av att bygga upp en *inhållsligt stark* publicistisk industri som bygger på Europas historiska förläggartiditioner⁶⁴ betonas kraftigt i rapportens förord. I all sin småskalighet ansluter sig Print on Demand-konceptet⁶⁵ till dessa tankegångar. Det är dock svårt att i EU-rapporten – trots att den inriktar sig på förläggarverksamhet i vid mening och dess tidsperspektiv är kort (1996–2000) – hitta spår vare sig av den traditionella pappersbokens existens och värde eller av Print on Demand som en av flera möjligheter att nå fram till den intresseinriktade diversifiering och den övergång till mera personlig läsarservice som rapporten förutser och förespråkar⁶⁶.

EU-RAPPORTENS FRAMTIDSPERSPEKTIV

Däremot framhålls under fältropet ”from scribe to screen” i en räckta framtidsperspektiv att informationssamhällets löften kommer att ha infriats år 2000⁶⁷, att det är regeringarna som kommer att svara för tillgängligheten och den innehållsliga kvaliteten i denna utveckling, att det är publicisterna som kommer att svara för takten och mångfalden, att konsumenterna kommer att vara villiga att betala för att ta del av förlagens och bokhandlarnas elektroniska utbud⁶⁸ samt att övergången från det tryckta ordets ”produktorienterade” till bildskärmarnas ”serviceinriktade” förlagsverksamhet inom ett fåtal år kommer att gynna också aktieägarnas intressen

64 ”As we move towards the Information Society, the European Commission has stressed the importance of development of a strong content industry which builds on the historical tradition of publishing in Europe.”

65 För enkelhetens skull använder jag mig i fortsättningen av begreppet ”Print on Demand-konceptet” både för böcker som stycktrycks på begäran (Books on Demand) och för böcker som framställs med Non Impact Printing-tekniker i små eller mycket små upplagor.

66 Detta kan delvis ursäktas av att rapporten, trots ambitionen att täcka in alla typer av publicistisk verksamhet, har en viss slagsida mot utgivning av tidningar och tidskrifter, att den fokuserats till multimedia och online-utgivning samt att den behandlar ett brett fält; även behoven av tekniska förbättringar, liksom kraven på europeiska och nationella myndigheter vad gäller exempelvis uppbyggnad av regelverk och infrastrukturer, tas upp.

67 ”By 2000, the promise of the Information Society will be fulfilled because users and government initiatives will increasingly focus their attention on high quality content.”

68 ”Users will pay for Electronic Publishing if it offers improved content quality, efficiency of use, and personalised service.”

genom avgiftsbeläggning av användningen, intäkter från kommissionärsuppdrag samt – framför allt – reklam⁶⁹.

BEFINTLIGA RESURSER OCH BEHOV

Jag skall emellertid inte uppehålla mig ytterligare vid de goda intentionerna eller de många antaganden, framtidsvisioner och rekommendationer som framläggs i Europakommissionens rapport⁷⁰ eftersom dessa bara i ringa mån ansluter sig till PoD-konceptet. Ett koncept som – till skillnad från de lite luftigare strategier som presenteras i EL-PUB2 – har vuxit fram underifrån och utifrån befintliga tekniker. Tekniker som inte, med informationstekniska mått mätt, kunnat betraktas som nya. Tekniker som, vad gäller framställning av böcker, nog skulle ha förblivit i skymundan ett bra slag till, om inte en och annan eldsjäl gripit in.

ELDSJÄLAR OCH MASSMEDIER

Det var alltså inte själva tekniken, utan snarare författaren Peter Curmans agerande – styrt av hans ambitioner att med hjälp av ny teknik värna om mångfalden, vidga författarnas, kritikernas och även läsarnas inflytande över bokutgivningen samt tillgängliggöra utländsk litteratur – som utlöste den utveckling av PoD-konceptet som tog fart i början av 1997. Avgörande för utvecklingen var också Curmans förmåga att, i samarbete med företaget Arkitektkopia, använda verkligheten som experimentell arena på ett sätt som tilldrog sig massmediernas intresse⁷¹.

ETT MÅTT AV SENSATIONALISERING

Journalisterna⁷² rapporterade inte bara om hur färdiga böcker spottades fram på några få minuter⁷³. De nappade också på uttalanden av en karaktär som gjorde att de kunde ge sin rapportering ett drag av sensationalisering, genom att skildra Print on Demand som en konflikt mellan författarna och

69 "The profitability of Electronic Publishing will be secured by taking advertising shares from TV."

70 Kan beställas på Internetadressen <http://www.echo.lu/elpub2/en/home.html>

71 Beträffande den presskonferens som arrangerades 20 januari 1997 – se avsnittet "Print on Demand gör ordet friare".

72 – varav många rimligen redan bör ha känt till möjligheten att framställa tjocka skrifter med hjälp av Non Impact Printing –

73 Mart Marend (se föregående avsnitt) uppger ett år senare att den tid som åtgår för att framställa en cirka 200 sidor tjock bok med användande av den just nu mest avancerade tekniken uppgår till omkring en och en halv minut.

bokförlagen. Huruvida denna vinkling varit av godo eller ondo är omöjligt att avgöra. Sannolikt är emellertid att den bidrog till att PoD-konceptet (enligt uppgift från en av de inblandade) erhöll nästan en timmas uppmärksamhet i rikstäckande etermedia och dessutom förekom dagligen i pressen under åtminstone två månaders tid.

FRÖN SOM SÅTTS

Sannolikt är också att publiciteten bidragit till att Print on Demand-begreppet idag måste betraktas som etablerat inom den svenska bokbranschen. En hel del frön har också såtts bland författare och andra intressenter på det internationella planet, inte minst i sådana hörn av världen där yttrandefriheten sitter trångt till och där värdet av den nya tekniken med sina gränsöverskridande kvaliteter inte kan överskattas.

NULÄGET: DEN 31 MARS 1998

I samma ögonblick som dessa rader skrivs pågår två internationella konferenser i Stockholm. ”The Power of Culture” samlar kulturministrar och andra delegater från 130 länder, vilka utifrån UNESCO-rapporten ”Our Creative Diversity” skall försöka enas om en global kulturpolitisk handlingsplan. Också i denna väntas begreppet diversity (i betydelsen mångfald) samt värnandet om yttrandefrihet ges stort utrymme. Samtidigt pågår ”World Conference on Culture 1998” – där konstnärliga och litterära yrkesutövare från världens alla hörn har samlats för att bland annat diskutera den nya teknikens inflytande på kulturutvecklingen.

ETT PRAKTIKFALL

Igår, konferensernas första dag, hade flertalet föreläsare vid kulturarbetarkonferensen lämnat in manuskript till arrangörerna i Stockholm. Vid sin dator i Fröjel på Gotland sammanställde Mart Marend⁷⁴ första versionen av den vid det laget 164 sidor långa konferensdokumentationen. Utöver sedvanlig information (program, presentation av föreläsarna, deltagarlista med mera) innehåller den förslag till ett upprop till ministrarna i den parallella konferensen samt anföranden och föreläsningar. Den redigerade texten sändes kl 18.12 via elektronisk post till tryckeriet i Stockholm och *i morse* överlämnades var sitt exemplar till deltagarna i Världskulturkonferensen och lite senare även till ministrarna i den parallella konferensen⁷⁵.

74 Se även föregående avsnitt.

75 Den damp dessutom ner i min göteborgska brevlåda för någon timma sedan.

Imorgon inleds arbetet med en version, där den definitiva formuleringen av uppropet och samtliga föreläsningar är avsedda att finnas med. Går allt enligt planerna⁷⁶ kommer denna snyggt formgivna ”konferenspocket” (vid det laget också illustrerad) att delas ut i samband med att Världskulturkonferensen avslutas.

SAM SPELET MELLAN FYSISKA OCH DIGITALA VERKLIGHETER

Genom detta ”praktikfall” sprids – på ett handgripligt sätt – kunskap om Print on Demand-konceptet och några av dess mera spektakulära tjänster⁷⁷ till hundratals kulturarbetare och politiker från olika hörn av världen. Kulturarbetare på många kontinenter följer dessutom konferensen och har via elektronisk post möjlighet att delta i diskussionerna, som läggs ut på Internet och uppdateras varje halvtimme. Givetvis kan de som inte själva är fysiskt närvarande också passa på att knappa in en beställning av dokumentationen⁷⁸ – varför inte under fältropet ”from scribe to screen and back again”?

DET UTAN JÄMFÖRELSE VIKTIGASTE

Vad gäller andra intressentgrupper finns det nog anledning att förmoda att den kunskap om PoD, som fjolårspubliciteten i bästa fall ledde till, har sjunkit undan. Även om information redan har börjat spridas via Internet, bokhandel och bibliotek⁷⁹ måste det avgörande för konceptets framtid och förankring hos *den bokläsande allmänheten* – vara, att man inom branschen, och inom rimlig tid, lyckas i arbetet med att bygga upp *ett ansenligt digitalt lager* av sådana ofta efterfrågade klassiker och backlistböcker som inte längre går att beställa från förlagen samt av litteratur från andra länder. Helst även sådana nyutgivna titlar som låter tala om sig.

ÖVRIGA FRÅGOR

Trots att mycket hänt under den tid som jag försökt beskriva i denna rapport kvarstår ett otal frågor, varav följande nog får räknas till de viktigare:

- Kommer den öppenhet och de samverkansförhoppningar som präglar intentionerna i PODIUM-projektet att kunna leda till att bokläsarna

76 – vilket det gjorde –

77 – den snabba produktionen och möjligheterna att göra ändringar i texten –

78 – en tredje version som även omfattar avskedstalen och inlägg i den elektroniska debatten. Denna kan beställas på Internetadressen <http://www.books-on-demand.com>

79 Se avsnitten ”PODIUM – ett samverkansprojekt” och ”Med vändande post”.

- inom överskådlig tid och på ett enkelt sätt⁸⁰ får tillgång till information om i stort sett *alla* böcker som kan framställas på begäran?
- Kommer man inom bokhandeln – givet att *tillgängliggörandet* av böcker är PoD-konceptets viktigaste förtjänst samt att bra böcker inte är en färskvara – att sluta upp kring PODIUM-projektet och dess externa produktion och traditionella transporter (via posten) eller välja att ligga lågt i avvaktan på egna maskiner och digitala leveranser?
 - Hur ställer sig de etablerade förlagen till PoD-konceptet? Är den mestadels negativa inställning från de svenska förlagens sida som jag redovisat i denna rapport och som daterar sig till hösten 97 *representativ idag* och bland majoriteten av förlagen?
 - Kommer för båda parter acceptabla *avtal*, där den överenskomna upplagan inte längre utgår från antalet färdigtryckta exemplar, att kunna ingås mellan författare och förlag, exempelvis i samband med övergång till Publishing on Demand när en upplaga sålts slut, men enstaka böcker fortfarande efterfrågas, eller i samband med digital lagring jämte Publishing on Demand av viss del eller hela upplagan?
 - Kommer kvalitetsböcker som tillverkats i en upplaga på exempelvis fyrahundra exemplar, först sedan de efterfrågats, att få samma förutsättningar att erhålla *statligt produktionsstöd* som böcker som trycks i femtonhundra exemplar⁸¹ men bara säljs i fyrahundra?
 - Hur finansiera *det redaktionella arbetet med och digitaliseringen av icke tillgänglig*, men ofta efterfrågad äldre litteratur?
 - Hur kommer sådana viktiga aktörer, främst inom *biblioteks- och utbildningsväsendet*, som jag i denna rapport bara i förbigående berört att förhålla sig till PoD-konceptet?

INFÖR MILLENIESKIFTET

Först när svaren på dessa och en lång rad andra frågor kan ges, kommer också min ursprungliga fråga – ”Kommer Print on Demand att återupp-
rätta utgivningen och förbättra spridningen av litteratur som varken är storsäljande, anpassad efter tillfälliga trender eller skriven på något av de stora världsspråken?” – att kunna besvaras. Kanske blir detta möjligt redan vid ingången av år 2000. Jag hoppas i så fall på att kunna återkomma med en uppföljande beskrivning av den kulturpolitiskt intressanta process som just har inletts.

(31 mars – 3 april 1998)

80 – via bokhandel, bibliotek eller egen Internetanvändning –

81 – minimiupplagan för att erhålla statligt produktionsstöd –

Några aktuella TELDOK-rapporter

Utkomna rapporter från 1993 och senare kan beställas gratis i enstaka exemplar på telefon 020 23 00 11 och/eller från <http://www.teldok.framfab.se>. Ange rapportnummer för säker leverans!

Den som i fortsättningen önskar erhålla skrifter från TELDOK får automatiskt alla TELDOK Rapport och alla TELDOK-Info, löpande, gratis, i ett exemplar. Anmäl detta, liksom adressändringar o d, till Anna Karlstedt, FAX: 08-32 65 24. Läs mer på...

<http://www.teldok.framfab.se>

TELDOK Rapport 121

Elektronisk handel: Status och trender
av Peter Fredholm

Med elektronisk handel öppnas dörrarna mot nya marknader för de företag som förstår att elektronisk handel handlar mer om affärsutveckling och organisationsförändring än om datorer, programvaror och nätverk. Mest omfattande är den handel som sker "business to business". I rapporten beskrivs utvecklingen av den elektroniska handeln i näringslivet, idag och tre år framåt.

TELDOK Rapport 120

Cybershoppare, intermediärer och digitala handelsmän. Elektronisk handel i ett hushållsperspektiv
av Lennart Forsebäck

Rapporten beskriver en verklighet som nu på allvar börjar tränga in i de svenska hushållen. Med flera Internet-anslutna datorer i våra hem, växande datamognad och ett allt större utbud av varor och tjänster som bjuds ut över nätet kan nät-handeln mycket väl explodera ett stycke in på det nya millenniet.

TELDOK Rapport 119

Vårdkedjan & informationstekniken. Erfarenheter av datorstöd för sjukvårdens informationsfloder
av Jonny Sägänger & Mats Utbult

Genom datorstöd för att hantera information om patienterna, deras tillstånd och behandling kan vården få mer tid, bättre vårdbeslut, bättre resultatuppföljning och kvalitetsutveckling, det berättar läkare, sjuksköterskor, undersköterskor, läkarsekretärer och datasystemutvecklare i vården.

TELDOK Rapport 118

Klarar den svenska offentlighetsprincipen mötet med Cyberrymden?
av Krister Thelin, Anders R Olsson och Peter Seipel

Hur påverkar Internet, Cyberrymden och elektroniken de grundläggande frågorna om integritetsskydd, yttrandefrihet och demokrati? I denna skrift diskuteras detta mot bakgrund av vår offentlighetsprincip och den pågående IT-utvecklingen.

117 *IT i arbetsliv och samhälle. Ett rundabordssamtal med mänskliga perspektiv*

116 *The TELDOK Yearbook 1997. Telecommunications and Information Technology in Sweden from a User's Perspective*

115 *Internetanvändningen i Sveriges befolkning*

TELDOK Info 17

Smarta kort – den smartaste lösningen?

av Ulla-Karin Höynä

Lättläst översikt baserad på intervjuer och materialinsamling. I Europa – som leder utvecklingen – säljs årligen hundratal miljoner smarta telefonkort. Därutöver finns det smarta kortet bl a som elektronisk portmonnä, buss- eller flygbiljett, hälsokort med medicinska uppgifter, elektroniskt ID-kort, tjänsteleg eller kundkort för att samla lojalitetspoäng.

16 *Att utnyttja den nya friheten i tid och rum – en liten skrift om flexibelt arbete*

15 *Elektroniska marknader – dagligvara och vision*

Via TELDOK 33

Demokratin i det högfrekventa samhället: Från en ATP-fråga på tio år till tio ATP-frågor på ett år

av Stig-Björn Ljunggren

Författaren hävdar att demokratin ligger pyrt till: den är till sin natur trög och kräver tid – och är därmed illa ute i en värld som är hyperaktiv. Den ideala demokratin fungerar som en studiecirkel, men i vår tid är det snarare reuterskärmen som står i centrum för politikens uppmärksamhet.

Via TELDOK 32

”IT-ism” – Informationstekniken som vision och verklighet

av Magnus Johansson, Jörgen Nissen & Lennart Sturesson

Någonstans mellan stora löften om informationsteknikens betydelse – vad författarna kallar ”IT-ism” – och många människors egen erfarenhet av att använda tekniken finns en besvärande diskrepans mellan vision och verklighet. Genom att förstå diskrepansen och mekanismerna bakom den kan vi förhoppningsvis bättre tolka samtidens färd in i framtiden...

Via TELDOK 31

Vill du bli nådd? – för och emot ”att vara ständigt uppkopplad”

av Per Gustafsson (red)

Rapporten diskuterar vad informationstekniken innebär för människor och deras kommunikation. Finns det risk för överbelastning av information? Fattar vi bättre beslut med de nya verktygens hjälp? Är verktygen anpassade till människan? Uppstår det klyftor mellan dem ”som har” och dem ”som inte har” tillgång till den nya tekniken?

Via TELDOK 30

Från grovarbetare till nätsurfare?

av Bo Carlsson & Rebecka Byron

Vilka krav ställer det framtida IT-samhället på skolan och hur skall det gå för dem som inte vill eller kan tillgodogöra sig ökade teoretiska kunskaper? Frågorna bildar utgångspunkten för denna rapport, som bygger på intervjuer och rundabordssamtal med experter.

29 *Informationsteknik – reflexer av det mänskliga*

28 *Så byggdes en världsindustri – entreprenörskapets betydelse för svensk mobiltelefoni*

TELDOK Referensdokument L

55 rapporter från TELDOK 1991-1995

av Bengt-Arne Vedin

Korta beskrivningar om innehållet i 55 av TELDOKs skrifter.