

VOORWOORD VAN DE UITGEVER

Dit zou een fictief voorwoord van de uitgever van dit boek kunnen zijn. Misschien is het wel echt geschreven door de uitgever van dit boek, al zou die de toon te vrolijk vinden (schat ik in). Misschien is het voorwoord door iemand anders geschreven, misschien door niemand of door de machine.

Mijn eerste weggeefboek. Dat wil niet zeggen dat u, lezer, onder de kin gekieteld gaat worden. Ik ben slechts de uitgever van een en ander, en ik heb niets te zeggen over die curieuze types die de boeken schrijven waarmee ik de markt op ga (ze luisteren gewoon niet naar me), maar ik mag (moet, blijkbaar) wel zelf het nihil obstat geven aan wat ik weggeef. Nu ik iets weggeef, krijg ik eindelijk het eerste woord.

Boekenliefhebbers zijn net mensen, en daarom is het vervelend om met liefhebbers van boeken om te gaan. Of het nu gaat om de hippe liefhebbers van actuele titels, de sombere en zwijgzame relicten die leescultuur vooral zien als iets met de nadruk op *cultuur*, of de ongewassen liefhebbers van tweedehandse, een beetje beduimelde banden, die broeinesten van bacteriën en ongefundeerd superioriteitsbesef.

Alle auteurs met wie ik werk, zijn ijdel. Ze zijn allemaal bereid om een dierbare die niet al te jong meer is op te offeren voor een

kans om een boek te mogen publiceren. Over die opgeofferde dierbare schrijven ze dan dat boek.

Lezers zijn, geloof me, nog ijdeler dan auteurs. De lezer, dat is nu werkelijk het meest over alle paarden getilde wezen dat ik ken. In vergelijking met de gemiddelde lezer is de gemiddelde seriemoordenaar een engel.

U niet, lezer, of auteur. U bent hier, in dit boek, en dat bewijst dat u iets meer smaak heeft dan de rest. Dat 'iets meer' klinkt alsof het weinig is, maar: verheffing gaat per nanometer. De meeste mensen, ook ik, zijn hun leven lang bezig om met mes en vork te leren lezen.

Het boekenvak is niet dood. Het honderd procent literaire partje van dat vak is in transitie. Minder en minder titels worden minder en minder verkocht, dat is wel jammer. Lang leek dit een gratuite klacht, totdat het geen gratuite klacht meer was. Kijk om u heen in de boekhandel en u ziet: overal dezelfde titels die geen van alle iets met literatuur vandoen hebben. De paar uitgevers die nog echte literatuur uitgeven passen in een hondenhok (voor een niet al te grote hond) en de paar auteurs die compromisloos zijn, kun je op de vingers van twee handen tellen. Door gaans worden ze door hun niet meer zo literaire uitgevers bij het grofvuil gezet als hun werk na een titel of vijf minder en minder rendeert.

De literatuur is, of was, bij uitstek het domein van twijfel, traagheid en nuance. Maar wie verkoopt twijfel? Wie durft het aan een boek uit te geven dat geen plot heeft, dat het moet hebben van de adem?

In een klimaat van pre-sales, influencers en algoritmische aanbevelingen lijkt dat een verloren strijd.

De goede uitgever weet: juist in dat verloren terrein schuilt het begin van betekenis. Ergens in het niemandsland is nieuw

leven mogelijk. Als u nu met uw hoofd begint te schudden: ik ijl niet, ú bent doof voor mijn opmerkingen of negeert ze met opzet.

Nu literatuur geen commercieel product meer is, verdwijnt de behoefte om haar te omarmen. Onderwijs, media en boeken-supermarkt trekken hun handen ervan af. Populisten zetten de trend: taalkunst is vies en dient gemarginaliseerd. Elitair is het nieuwe scheldwoord.

Elitaire mensen zijn mensen die neerkijken op het publiek dat door populisten bediend wordt. Daarom moeten die elitaire mensen weg.

Instrumenten die de spreiding van het ‘moeilijke boek’ moeten bevorderen, worden niet of verkeerd gebruikt. De vaste boekenprijs is eerder een kartelafpraak dan een manier om de boekhandel te verleiden om eens een niet meteen goedlopend boek in te kopen. Recht van retour doet de rest. Het cb (voorheen Centraal Boekhuis) is een te duur, nauwelijks functionerend paard van Troje gebleken, dat voor boeken in kleinere oplages niet efficiënt is. Wat de populist niet kapot krijgt, draait de markt zelf de nek om.

De literaire uitgever anno nu moet minder manager zijn, meer mysticus. Minder marketeer, meer medium. Niet alleen boekenboer, maar ook klankbord, vormgever van visie, beschermer van wat nog niet luid kan spreken. Niet om de wereld te negeren, maar om haar iets terug te geven dat ze dreigt te vergeten: de waarde van het ongrijpbare.

Marc Vleugels
(of wie, of wat, dan ook)