

LYD BOGE

Cliff Hansen

Forlagschef for Gyldendal Digital, Gyldendals afdeling for digitale produktioner inden for referenceværker og lydbøger.

– Bogen, der ikke er en bog

På overfladen er lydbogen så forskellig fra dens trykte pendant, at den kan være svær at opfatte som en egentlig bog. Ja, faktisk kan lydbogen siges at være fjernere fra originalen end nogen anden af bogens manifestationer – fx e-bogen.

Men selvom forskellene er store, er der også ligheder og paralleller. I denne artikel afdækkes disse for dermed at pege på lydbogens særlige fordele – og med dem give nogle bud på, hvorfor lydbøger inden for de allerseneste år har oplevet et regulært gennembrud i Danmark.

Baggrund

Lydbøger har indtil for relativt nylig næsten udelukkende henvendt sig til brugere, der ikke selv kan læse på traditionel vis, nemlig svagtseende/blinde, læsesvage/ordblinde og børn. Dette fokus på let afgrænselige kundesegmenter har haft en markant påvirkning af lyd-bogsmarkedet i forhold til titeludvalg, salgskanaler, prissætning etc.

Groft sagt har der eksisteret et almindeligt kommercielt børne-lydbogsmarked med fokus på titler til børn i førskolealderen. Titlerne har typisk været klassikerne og priserne i samme leje som de trykte bøger. Aktørerne på markedet har været de traditionelle forlag.

Ved siden af dette har der eksisteret et nichemarked af voksenlydbøger, som primært har rettet sig mod biblioteker. Titlerne har været et bredt udsnit af det almindelige bogmarked, dog med en overrepræsentation af de "litterære" titler snarere end af de "trivielle".

Priserne har været markant højere end det kommercielle markeds – priser på mellem kr. 1.500 og 3.000 var således normale. Den høje pris begrundedes i de høje produktionsomkostninger i kombination med en begrænset efterspørgsel. Dette marked har været domineret af små og dedikerede lydbogsforlag, mens bogforlagene har været nærmest fraværende.

Forandringen

Inden for de seneste 6-8 år – og for alvor inden for de seneste blot 1-2 år – er lydbogsmarkedet kommet under store forandringer. Efterspørgslen fra det kommercielle marked er steget, og de store forlag har næsten alle etableret sig som udgivere af lydbogstitler.

Først i 2007 blev der af Forlæggerforeningen etableret en officiel lydbogsstatistik. Følgelig er estimater af markedsstørrelsen før da behæftet med betydelig usikkerhed, men et forsigtigt gæt er, at markedet (målt i omsætning) er vokset med omkr. 40-50% fra 2006 til 2007. Omsætningen var i 2007 på ca. 40 mio. kr.

Grundlæggende ændringer i et komplekst marked kan sjældent forklares alene ud fra få konkrete forhold, men skyldes mange både store og små forandringer og disses gensidige påvirkninger. På lydbogsmarkedet kan der dog identificeres tre forhold, som synes at have haft særlig betydning for udviklingen.

I 2001 introducerede Apple den første iPod (mp3-afspiller). I løbet af kort tid eksploderede salget af denne enhed, hvilket resulterede i en hidtil uset udbredelse af mobil aflytning af musik. iPod'en – og i vekslende grad dens efterligninger – gør det nemt at overføre musik fra ens computer til afspilleren, og da lydbøger håndteres på samme måde som musik på en computer, var der på få år etableret en platform for "lydbøger-på-farten", som aldrig tidligere havde eksisteret.

En forudsætning for iPod'ens succes var formentlig de ændrede livsvaner, som slog igennem i samme periode. Det moderne menneske er mere på farten og mere aktiv uden for hjemmet og arbejdspladsen. Dette forhold betyder, at der er et potentielt behov for underholdning – også af anden karakter end blot musik – mens man pendler, dyrker sport, udøver sin hobby etc. Dette behov kan opfyldes af bl.a. lydbøger.

Introduktionen af internettet omkr. 1995, som vi kender det i dag, har de seneste år tydeligt vist os, at det var starten på en medierevolution, som vi i dag står midt i. De traditionelle trykte og elektroniske medier er under pres, fordi brugerne hurtigt og ubesværet vender sig

mod nye medieformer leveret via nettet og computere. Denne tilvæning til nye medier har formentligt gjort det nemmere at få brugere til at acceptere lydbogen som det – for de fleste – nye medie, den er.

Lydbogens udstyr – fra yderst til inderst

Da Gyldendal ved årsskiftet 2006/07 besluttede en relancering af lydbøger, var det naturligt at nytænke hele lydbogens værdikæde for derigennem at identificere de elementer, der er vigtigst, og på hvilken måde disse optimeres.

Processen mandede bl.a. ud i et totalt redesign af lydbøgernes fysiske indpakning – mest markant ved, at lydbøgerne ændrede format fra det kvadratiske musik-cover-format til et mere boglignende aflangt format. Beslutningen blev truffet i dialog med boghandlerne; ønsket var nemlig at skabe et format, der signalerer “bog”, og som fungerer maksimalt hos boghandlerne, hvor lydbogen skal kunne placeres naturligt og håndterbart i forhold til bøgerne.

Valget af det nye format har dertil en række andre fordele: ligheden med bogen gør det fx meget lettere at versionere bogomslaget til lydbogsudgaven, den øgede bagsideplads giver bedre mulighed for længere forklarende tekster etc.

I dag har størstedelen af branchen taget dette format til sig, og vi har dermed i Danmark et format, som er optimeret til lydbøger, hvor man i udlandet endnu altovervejende benytter musik-cover-formatet.

Et for øjet mindre synligt format-spørgsmål knytter sig til det tekniske fil-format, som lydbogen gemmes i på cd-skiven. Der findes her grundlæggende to formater: cd-audio-formatet, som almindelige musik-cd'er anvender, og mp3-formatet, som er standarden for lydfiler distribueret på nettet.

Førstnævnte har den fordel, at det kan afspilles på samtlige cd-afspillere, men den ulempe, at lyddata fylder meget (en bog fylder typisk mellem 10 og 20 cd'er i dette format). Mp3-formatet har den fordel, at lyddata fylder meget lidt (en bog kan normalt være på en enkelt cd), hvad der også gør, at lydfilerne hurtigt og nemt lader sig overføre til mp3-afspillere. Men formatet har den ulempe, at det kun kan afspilles på nyere cd-afspillere og computere.

Som det ses, gives der her ikke et simpelt valg. For nogle titler er audio-cd-formatet det rigtige, for andre er mp3 det. Valget er ikke altid helt entydigt, men i hovedtræk udgives titler, der retter sig mod et publikum, for hvem “USB-kabel” og “iPod” ikke er fremmedord, i mp3-formatet, mens titler til et mindre teknisk avanceret publikum udgives i cd-audio-formatet.

Lydbogens vigtigste udstyr er utvivlsomt selve indlæsningen. Når man skal lytte til en stemme i mange timer (fx tager Harry Potter og

Dødsregalierne mere end 25 timer at høre), er det afgørende, at den besidder visse kvaliteter – som det forsøges at beskrive herunder.

Indlæsningen skal naturligvis være klar og fejlfri (her kan egen-navne drille selv rutinerede indlæsere), men dertil skal den være båret af en naturlig rytme og behagelig stemmeføring. En af de største faldgruber for indlæseren er, at teksten dramatiseres for voldsomt. Derved overtages nemlig lytterens egen mulighed for fortolkning og fikseres af indlæseren.

På Gyldendal har vi valgt at gøre udstrakt brug af kendte skuespillere som indlæsere. Fordelen ved dette er især, at køberen vil kende stemmen på forhånd, samt – naturligvis – at disse skuespillere har en professionel trænet stemme.

Mht. stemmer er det dog nødvendigt at bemærke, at der kan være et ikke ubetydeligt subjektivt element i vurderingen af dem.

Afrunding

En af lydbogens særlige kvaliteter er dens sociale aspekter. Læsningen af en trykt bog er oftest et personligt projekt – lytningen af en lydbog behøver ikke at være det i samme grad. Lydbogen kan opleves sammen med andre og giver dermed en fælles og samtidig oplevelse, som muliggør et helt særligt fælles engagement. Et oplagt eksempel herpå er familiens lytning af en bog på bilferie-turen.

Lydbogsproducenternes fokus på læsesvage grupper er stærkt reduceret, men lydbogen har naturligvis stadig den kvalitet, at den kan formidle litteratur til disse grupper. Brugen i denne sammenhæng vil utvivlsomt udvide sig som følge af den øgede tilgængelighed, som det større udbud og lavere priser tilvejebringer. Lydbogen kan fx bruges som hjælpelæsning for børn, der har svært ved at fordøje en hel bog, idet de kan veksle mellem lytning og læsning.

Til de allerede nævnte skal lægges, at lydbogen i fremtiden også vil blive distribueret ubesværet via nettet og direkte til brugerens afspiller – det være sig iPod, mobiltelefon eller noget helt tredje.

Lydbogens position er således i dag stærkere end nogensinde – stadig flere bliver opmærksomme på dens særlige kvaliteter.