

Globalisering in culturele hitlijsten

De populariteit van Scandinavische
thrillers in Europa en de Verenigde
Staten

Veruschka Chérique Kavelaars

349172vk@eur.student.nl

349172

Erasmus Universiteit

Erasmus School of History, Culture and Communication

Eerste lezer: dr. M.N.M. Verboord

Tweede lezer: dr. B.C.M. Kester

22 juni 2012

Globalisering in culturele hitlijsten

De populariteit van Scandinavische thrillers in Europa en de Verenigde Staten

Titelblad

Veruschka Cherique Kavelaars

349172vk@eur.student.nl

349172

Erasmus Universiteit

Erasmus School of History, Culture and Communication

Master Media Studies

Media & Cultuur

22 juni 2012

Masterthesis CH4451

Globalisering in culturele hitlijsten: de populariteit van Scandinavische thrillers in

Europa en de Verenigde Staten

Eerste lezer: dr. M.N.M. Verboord

Tweede lezer: dr. B.C.M. Kester

Voorwoord

Toen ik aan deze masterthesis begon, had ik zeer weinig kennis en inhoudelijke informatie over dit onderwerp. Nooit eerder had ik mij op deze wijze verdiept in de wereld van bestsellerlijsten op nationaal en internationaal niveau. Deze verdiepte studie leerde mij veel over de verschillende nationaliteiten die in bestsellerlijsten staan, Scandinavische auteurs en boektitels en de veranderingen die binnen de lijst kunnen optreden binnen een korte termijn (meestal een week). De weinige keren dat ik een boekwinkel bezocht, viel mijn oog direct op (bekende) Scandinavische thrillers.

Aan het einde van deze studie, stel ik vast dat ik veel kennis en informatie heb opgedaan over de invloed van taal en cultuur bij de overdracht van culturele producten op internationaal niveau.

Het gehele proces om deze masterthesis tot een goed einde te brengen vergde veel tijd en energie. De masterthesis heeft als doel om een opkomende trend weer te geven van de Scandinavische thrillerboeken in een aantal Europese landen en in de Verenigde Staten. De verschillende processen en vormen van culturele globalisering maken het mogelijk om eenvoudig de grenzen over te steken en op internationaal niveau succes te hebben waardoor de traditiegetrouw sterke landen nieuwe concurrenten krijgen in de vorm van andere identiteiten wat leidt tot meer diversiteit in de internationale bestsellerlijsten.

Ik wil graag alle mensen bedanken die een bijdrage hebben geleverd tijdens dit proces. Een aantal mensen wil ik specifiek bedanken voor hun bijdrage en inzet. Ten eerste wil mijn ouders bedanken voor hun steun en het doorlezen van deze masterthesis inclusief de bijbehorende opmerkingen en commentaar. Daarnaast wil ik graag mijn eerste lezer Marc Verboord bedanken voor alle moeite en inzet de afgelopen periode. De feedback en kritiek hebben een bijdrage geleverd aan het leerproces door steeds meer te verdiepen in de beschikbare informatie. Daarnaast heeft hij geholpen bij het structureren en het vormgeven van deze studie en de bereidheid om al mijn vragen te beantwoorden. Tevens wil ik ook de tweede lezer noemen, Bernadette Kester, en haar bedanken voor het lezen, beoordelen en geven van feedback over deze studie over Scandinavische thrillers in Europa en de Verenigde Staten.

Veruschka Chérique Kavelaars, juni 2012

Samenvatting

Halverwege 2000 kwamen de eerste Scandinavische thrillerboeken in de Europese bestsellerlijsten terecht. Door de jaren is er een toename waargenomen van de boektitels die behoren tot het genre thriller en afkomstig zijn uit Scandinavië. Niet alleen in de wekelijkse lijsten maar eveneens in de jaarlijsten per land en continent zoals in Europa. Het doel van deze studie is om de culturele smaak van het publiek te inventariseren in verschillende taalgebieden in Europa en de Verenigde Staten. De culturele smaak van mensen wordt in kaart gebracht door dieper in te gaan op het onderwerp Scandinavische thrillers in een aantal Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten in de periode tussen 2005 en 2011. Aan de hand van de onderzoeksresultaten en de conclusie, worden de ontwikkelingen met betrekking tot de toekomstige perspectieven van Scandinavische thrillers in kaart gebracht en bediscussieerd. Ten slotte wordt er beschreven welke invloed de opkomst van Scandinavische thrillers op internationaal niveau heeft op de internationale bestsellerlijsten.

De centrale onderzoeksvraag die in deze studie is gesteld, luidt:

In welke mate is het aantal Scandinavische thrillers in bestsellerlijsten wereldwijd toegenomen in de periode tussen 2005 en 2011 en in hoeverre verschilt deze toename tussen taalgebieden en landen?

Om de centrale onderzoeksvraag te beantwoorden, zijn er diverse bestsellerlijsten van verschillende landen en taalgebieden onderzocht aan de hand van twee verschillende thema's. Voor deze studie is er gebruikt gemaakt van bestsellerlijsten uit een aantal landen uit Europa en de Verenigde Staten. Tot de Europese landen behoren binnen mijn onderzoek Noorwegen, Zweden, Duitsland, Nederland, Frankrijk en Italië en het Verenigd Koninkrijk. De onderzoeksperiode in deze studie zijn de jaren 2005/2006 en 2010/2011.

In het eerste thema "bestsellerlijsten" is er onderzocht of het mogelijk is om de bestsellerlijsten uit de bovengenoemde landen in kaart te brengen op basis van de verschillende nationaliteiten en de verschillende posities in kaart te brengen die de Scandinavische auteurs innemen met de geschreven thrillerboeken ten opzichte van andere landen. Het tweede gedeelte van deze studie "taalgebieden" is gericht op verschillende taalgebieden en de mate van

succes. Door onderzoek te verrichten naar het aantal boektitels, geschreven door Scandinavische auteurs, in het genre thriller per land, is er gekeken hoeveel succes deze Scandinavische auteurs hebben over een periode van verschillende jaren.

Deze studie toont aan het succes per taalgebied verschilt. In de Scandinavische en in de Europese bestsellerlijsten is er sprake van een toename over de afgelopen periode vanaf 2005 tot 2011 van het aantal Scandinavische boektitels behorend tot de categorie thriller. In de Engelstalige landen is de stijging kleiner dan bij de onderzochte bestsellerlijsten in de andere landen. Deze toename van Scandinavische thrillerboeken in de internationale bestsellerlijsten is mede verklaarbaar aan de hand van de concepten taal en cultuur die door een bepaalde mate van herkenning een bijdrage leveren aan het succes van de Scandinavische thrillerboeken. Daarnaast dragen verschillende culturele processen bij aan de mate waarin Scandinavische thrillerboeken eenvoudiger de grenzen over gaan en succes hebben. De resultaten geven duidelijk weer dat de Scandinavische thrillerboeken een concurrent zijn voor de thrillerboeken van de overige auteurs in de bestsellerlijsten afkomstig van andere nationaliteiten.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1. Introductie

Titelblad.....	2
Voorwoord.....	3
Samenvatting	4
Inhoudsopgave	6
Inleiding.....	9

Hoofdstuk 2. Het Globalisering

2.1 Definities en afbakening van het globaliseringsproces.....	11
2.2 Culturele globalisering en de rol van de culturele producten.....	13
2.3 Culturele processen: theoretische benaderingen van culturele globalisering.....	15
2.3.1 Cultureel imperialisme	16
2.3.2 Culturele stromingen en netwerken	17
2.3.3 Receptietheorie.....	18
2.4 Elementen van culturele globalisering.....	19
2.4.1 Culturele nabijheid	19
2.4.2 Cultural centrality.....	21
2.4.3 Cultuurbeleid	23
2.4.4 Culturele diversiteit	25
2.4.5 Hybridisatie	25
2.5 Globalisering in de boekenindustrie	26

Hoofdstuk 3. Land- en veldkenmerken

3.1 Introductie.....	28
3.2 Cultuur	29

3.3 Taal	30
3.4 Taalgebieden	30
3.5 Wereldvertaalsysteem	31
3.6 Rol van de Engelse taal.....	34
3.7 Land- en taalkenmerken als toepassing van taal en cultuur als Scandinavische succesfactor.....	33

Hoofdstuk 4. Methoden van onderzoek

4.1 Inleiding	38
4.2 Probleemstelling	38
4.2.1 Bestsellerlijsten	38
4.2.2 Taal.....	39
4.3 Onderzoeksmethode	39
4.3.1 Inhoudsanalyse	39
4.3.2 Kruistabellen	40
4.4 Operationalisering.....	41
4.5 Verwerking van de resultaten	42
4.6 Onderzoekperiode	42
4.7 Onderzoekseenheden	43
4.7.1 Landen	43
4.7.2 Bestsellerlijsten	45
4.7.4 Genre	46
4.7.3 Scandinavische thriller.....	47

Hoofdstuk 5. Resultaten

5.1 Inleiding	49
5.2 Scandinavische auteurs in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten	49
5.3 Het genre thriller in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten	52
5.4 De Scandinavische thriller en de mate van succes.....	53
5.5 Taalgebieden.....	56
5.6 Scandinavische boektitels in Europese en Amerikaanse taalgebieden	57

5.7 De opkomst Scandinavische thrillers per taalgebied	57
5.8 Het genre thriller per taalgebied in Europa en de Verenigde Staten.....	59

Hoofdstuk 6. Conclusie

6.1 Inleiding	59
6.2 De onderzoeksvraag	59
6.3 Deelvraag 1: Scandinavische auteurs in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten	59
6.4 Deelvraag 2: het genre thriller in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten	60
6.5 Deelvraag 3: de Scandinavische thriller en de mate van succes.....	62
6.6 Deelvraag 4: Scandinavische boektitels in Europese en Amerikaanse taalgebieden	63
6.7 Deelvraag 5: de opkomst Scandinavische thrillers per taalgebied	64
6.8 Deelvraag 6: het genre thriller per taalgebied in Europa en de Verenigde Staten.....	66
6.9 De conclusie.....	67
6.10 Discussiepunten en vervolgonderzoek.....	69

Literatuurlijst

Literatuur	72
Overige referenties.....	76

Introductie

In 2009 en 2010 werd er voor het eerst een scheiding gehanteerd in de Nederlandse bestsellerlijsten van boeken in de categorie "*Spanning*". De opkomst van boeken geschreven door auteurs van buitenlandse afkomst in het genre spanning – waarvan een thriller een onderdeel uitmaakt – , zorgde voor een aparte bestsellerlijst voor boeken geschreven door Nederlandse auteurs en buitenlandse auteurs (Stichting collectieve Propaganda van het Nederlandse boek, 2010). De Zweedse auteur Stieg Larsson bezette in 2010 de eerste en tweede plaats in de bestsellerlijst gebaseerd op het aantal verkopen over het gehele jaar. In 2009 bezette de auteur zelfs de gehele top drie van de jaarlijst. In 2009 was Stieg Larsson de enige Scandinavische auteur in de ze lijst, in 2010 stonden ook Henning Mankell (6) en Jussi Adler-Olsen (9) in de top 10 "*Nederlandse vertaalde Spanning*". In de top 100 best verkochte boeken van 2011 was Stieg Larsson de bestverkochte Scandinavische auteur en bezette de plaatsen 2 tot 4 waarbij iedere titel in de lijst meer dan 200.000 keer over de toonbank ging. In het verleden waren het in het bijzonder de Amerikaanse auteurs die de dienst uitmaakten in de Nederlandse en buitenlandse bestsellerlijsten, maar er lijkt een verschuiving te ontstaan naar auteurs afkomstig uit Scandinavische landen. Zij nemen hoge posities in de Nederlandse bestsellerlijsten. Maar is deze opkomst alleen in Nederland van toepassing of vindt dit ook plaats in andere landen die verder van Scandinavië afliggen? Wereldwijd lieten de Scandinavische auteurs de afgelopen jaren ook van zich spreken, aangezien Larsson in 2010 meer dan 20 miljoen exemplaren van zijn boektitels heeft verkocht en in 2008 zelfs de tweede plaats bezette in de lijst van de bestverkopende auteur ter wereld. Deze casus over Scandinavische thrillers roept verschillende vragen op wanneer culturele producties uit kleine landen succesvol zijn. Deze feiten en statistische gegevens laten zien dat thrillers van Scandinavische afkomst wereldwijd steeds meer in de belangstelling staan bij de consumenten. Er is een verschuiving waar te nemen van Amerikaanse auteurs zoals David Baldacci, James Patterson en John Grisham naar Scandinavische auteurs zoals Stieg Larsson, Camilla Läckberg en Jo Nesbo.

Binnen dit wetenschappelijke onderzoek wordt er specifiek onderzoek verricht vanuit het perspectief van een mediastudie in plaats van een culturele studie (Rantanen, 2005). Het verschil tussen deze twee studies zit in de elementen waar naar gekeken wordt. Culturele studies richten zich voornamelijk

op de cultuur als geheel terwijl mediastudies zich ook richten op de rol van consumenten. In dit onderzoek wordt er zowel gekeken naar het gedrag van mensen als naar de culturele elementen die een rol spelen bij het produceren en distribueren van de Scandinavische thrillers. De maatschappelijke inbedding van het verrichten van onderzoek naar globalisering is een logische, omdat media- en communicatievaardigheden essentieel zijn in het proces waarbij de uitkomst gemedieerde globalisatie is. Wetenschappelijk onderzoek draagt eraan bij om dit proces in kaart te brengen. Onderzoek naar globalisering en de rollen van culturele producten zijn van belang voor de theorievorming en geven een specifiek beeld hoe culturele producten passen in het proces van globalisering.

Sinds de eerste studies naar het proces van globalisatie, onderscheiden we verschillende fasen (Monge, 1998). De eerste fase was omstreeks 1990 toen de eerste onderzoeken werden gedaan waarbij wetenschappers onderzochten of er wel sprake was van globalisering. In de tweede fase vroeg iedereen zich af welke gevolgen globalisering met zich brengt. Op dit moment zijn we bij de derde fase van globalisering waarbij wetenschappers zich bezighouden met de respons om de negatieve gevolgen van globalisering aan te pakken.

Een wetenschappelijk onderzoek naar culturele globalisering in hitlijsten en bestsellerlijsten wereldwijd is nodig om te onderzoeken of er daadwerkelijk sprake is van een opkomst van Scandinavische thrillers of niet. Daarnaast wordt in dit onderzoek getracht om een verklaring te vinden waarom Scandinavische auteurs de laatste jaren steeds vaker een of meerdere posities innemen in de bestsellerlijsten wereldwijd terwijl dat in het verleden minder vaak voorkwam. Aan de hand van verschillende theoretische concepten en benaderingen wordt een basis gelegd op grond waarvan mogelijke verklaringen worden gevonden voor de opkomst van Scandinavische thrillers over de wereld. Voorbeelden van concepten die in deze studie worden aangehaald zijn culturele imperialisme, culturele nabijheid en de receptietheorie.

Allereerst volgt het theoretisch kader, gebaseerd op eerdere onderzoeken die mogelijk een bijdrage kunnen leveren aan deze studie. Hierna volgt het hoofdstuk methodologie waarin de keuze voor de toegepaste onderzoeksmethode wordt uitgelegd met aansluitend de resultaten. Deze studie wordt afgesloten met een conclusie waarin een antwoord wordt gegeven op de vraag of er sprake is van een toename van Scandinavische thrillers in de bestsellerlijst wereldwijd en of het taalgebied een rol speelt bij de mate van succes.

2.Globalisering

2.1 Definities en afbakeningen van het globaliseringsproces

Tegenwoordig vindt er veel communicatie plaats op een globale schaal, die steeds belangrijker wordt omdat de tijd en afstand steeds korter zijn om te overbruggen tussen het verzenden, ontvangen en reageren op een boodschap (Held & McGrew, 2003). Boodschappen worden in een zeer klein tijdsbestek over een lange afstand eenvoudig en snel getransporteerd en consumenten hebben eenvoudig toegang tot de informatie en communicatie van de originele bron. Met de huidige technologische ontwikkelingen van communicatiemiddelen kunnen mensen binnen een zeer kort tijdsbestek reageren op elkaars communicatie-uitingen waardoor ze ook snel over elkaars cultuur leren.

Het herschikken van afstand en tijd door de ontwikkelingen van de culturele producten, is een onderdeel van een groter transformerend proces in de huidige wereld (Held & McGrew, 2003). Dit proces omschrijven we als globalisering. Een van de kenmerken van globalisering is de groeiende onderlinge verbondenheid tussen de verschillende werelddelen welke in relatie staan met interactie en onafhankelijkheid. Het proces van globalisatie vindt alleen plaats wanneer er activiteiten plaatsvinden in een globale ruimte waar activiteiten worden georganiseerd, gepland of gecoördineerd op een globale schaal. Een globale schaal betekent in dit verband dat er diverse landen bij betrokken zijn. Een voorbeeld van globalisering in relatie tot boeken zijn internationale websites met boekrecensies zoals *The Internet Bookdatabase of Fiction (Ibdof)* en het aanbieden van boeken op het internet door een organisatie zoals *Amazon.com*. Deze activiteiten zijn in zekere mate wederkerig en beïnvloeden elkaar.

Aan de term globalisering zijn vier componenten verbonden, namelijk internationalisering, liberalisering, universaliteit en een westers concept (Held & McGrew, 2003). Wanneer we globalisering in relatie tot *internationalisering* bekijken, verwijst dit laatste begrip naar de groei van uitwisseling en de onderlinge onafhankelijkheid tussen landen. Hoe globaler de wereld is, hoe meer boodschappen, ideeën en investeringen de nationale grenzen overschrijden. Het component *internationalisering* accentueert tijdelijke trends die historische scenario's herhalen. Globalisering is een kenmerk van het moderne statensysteem waarbij de wereldeconomie bestaat uit pieken en dalen. Het proces van de component *liberalisering* duidt op het verwijderen van officieel opgelegde beperkingen tussen landen om een "open" of "grenzeloze"

wereldeconomie te vormen. De bedoeling hiervan is dat liberalisering leidt tot meer welvaart, vrijheid, vrede en democratie voor iedereen volgens voorstanders. Tegenstanders van het liberaliseringsproces binnen globalisering zien een strijdende wereldeconomie waarin er meer armoede, ongelijkheid en sociale conflicten zijn. De derde factor van globalisering is *universaliteit* (Held & McGrew, 2003). Bij *universaliteit* wordt uitgegaan van homogenisering van producten bestaand uit wereldwijde culturele, economische, juridische en politieke convergentie. Met de term homogenisering van producten wordt bedoeld dat producten steeds meer over dezelfde eigenschappen beschikken waardoor zij steeds meer op elkaar gaan lijken. Ten slotte wordt globalisering door Held als een *westers concept gezien*. Patronen van maatschappelijke relaties en betrekkingen van de moderne westerse wereld worden mondiaal verspreid door deze globalisering. Daardoor worden zij met de tijd sterker en verspreiden zij zich breder over de aarde, waardoor vrijwel niemand eraan ontkomt om in aanraking te komen met de gevolgen van het globaliseringsproces.

Het concept globalisering bestaat volgens Rantanen uit verschillende elementen die een belangrijke rol spelen binnen het globaliseringsproces (Rantanen, 2005). Als eerste punt noemt hij de mate van uitgebreidheid van globale netwerken waarbij tevens de intensiteit van globale onderlinge verbondenheid van belang is. Als tweede punt is de snelheid van de globale stroming van belang. Het laatste element heeft betrekking op de processen binnen de globale onderlinge verbondenheid. Flew & McElhinney (2006) zijn eveneens van mening dat het proces van globalisering uit een serie van onderling verbonden processen bestaat die hieronder nader wordt toegelicht.

Globalisering leidt tot een circulatie van ideeën, ideologieën en sleutelwoorden zoals westerse waarden, democratische aspiraties en milieubewustzijn (Flew & McElhinney 2006). Verder leiden internationale communicatiestromingen, die worden geleverd door telecommunicatie, informatie en mediatechnologieën zoals breedband, kabel, satelliet en internet, tot transnationale activiteiten zoals het circuleren van culturele grondstoffen, teksten, beelden en artefacten. Ook komen we meer in aanraking met internationalisering van producten, handel en financiering, waarbij er een sterke opkomst is van conglomeraten. En als laatste proces zien we internationale bewegingen van mensen, de opkomst van immigrantgemeenschappen en diaspora en een stijgende multiculturele aard van de nationale samenleving.

Doordat globalisering zeer complex en uitgebreid is en samenhangt met diverse aan verandering onderhevige factoren (denk aan politiek, het modernisme, de stand van de techniek enzovoort) is het begrip lastig beknopt te omschrijven. Dat geldt eens te meer voor de vorm culturele globalisering. In deze studie wordt het concept culturele globalisering van Crane (2002) toegepast, omdat de productie van culturele producten door deze wetenschapper wordt omschreven als een complex en dynamisch proces waarbij verschillende globale culturen zijn betrokken die oorspronkelijk afkomstig zijn uit vele verschillende landen en regio's en door een combinatie van factoren zijn geconvergeerd. De omschrijving van Crane (2002) om het concept globalisering te verduidelijken, refereert aan de overdracht en de verspreiding van media- en andere cultuurvormen over nationale grenzen gezien vanuit economische, technologische en politieke invalshoeken.

Omdat aan de hand van deze uitgangspunten de realiteit zo veel mogelijk benaderen en voornamelijk de dynamiek wordt meegenomen, terwijl er rekening wordt gehouden met maatschappelijke factoren, ben ik van mening dat deze definitie met zijn uitgangspunten het meest geschikt is als basis voor mijn onderzoek. In deze studie ga ik specifiek kijken naar de spreiding van thrillerboeken op internationaal niveau.

2.2 Culturele globalisering en de rol van culturele producten

Binnen het proces van globalisering spelen de culturele producten een grote rol (Ambirajan, 2000). De inhoud van culturele producten heeft een grote invloed op de huidige structuur van de maatschappij. De technologische vooruitgang en het globaliseringsproces stellen de culturele producten in staat om hun maatschappelijke impact uit te oefenen. Dagelijks komen mensen in aanraking met of maken mensen op diverse manieren een aantal keren per dag gebruik van culturele producten zoals internet, televisie, film en boeken.

Vanuit sociologisch en cultureel perspectief worden culturele producten gezien als een van de belangrijkste motieven van de huidige structurering van de sociale en culturele samenleving (Kaul, 2011). Culturele producten vereenvoudigen grote onderlinge afstanden en de tijdelijke flexibele maatschappelijke interactie tussen mensen doordat zij direct kunnen reageren. Ontwikkeling, imperialisme en globalisatie zijn drie invalshoeken om de wereld te interpreteren en te veranderen. Kaul (2011) geeft aan dat we het proces van globalisatie kunnen zien als de omvang van trends en invloeden over de

voorheen gestelde grenzen. Voorbeelden van trends en invloeden zijn ideeën, concepten, kennis, ethiek, technologie en gedrag. Gestelde grenzen zijn taal, cultuur, religie, politiek en milieu. In deze theorie worden globale mediasystemen beschouwd als een vorm van cultureel imperialisme waarbij het ene land het andere land domineert door de mate van export van culturele producten. In de hedendaagse samenleving zijn culturele producten getransformeerd in een business die wordt gedomineerd door massamediacorporaties die hun eigen interesse promoten op het niveau van individueel beheer.

Culturele producten worden door andere onderzoekers beschouwd als instrumenten om een verbinding te creëren tussen mensen (e.g. Hep, 2009). Taal is bijvoorbeeld gereedschap om mensen communicatief met elkaar te laten verbinden. Een medium als instrument wordt ook wel "human media" genoemd omdat bijvoorbeeld reizigers en diaspora communicatieve verbindingen maken tussen mensen in verschillende regio's.

Culturele producten worden vaak als toepassing gebruikt om de connectiviteit tussen mensen te kunnen vaststellen (Hep, 2009). De representativiteit van deze culturele goederen bouwt symbolische aaneenschakelingen tussen verschillende mensen en culturen. Connectiviteit bestaat volgens Hep (2009) uit twee aspecten, namelijk de mate van verbondenheid en een nieuwe betekenis aan mediaculturen die nader worden toegelicht. Verbondenheid is een algemeen traject van communicatie en is niet specifiek verbonden aan de culturele producten of als een nieuw topic. Deze communicatieve verbondenheid is gebaseerd op het fysieke aspect. Verbondenheid van communicatie refereert tevens naar een vaststelling van een specifiek soort van een link of een relatie, die resulteren in "begrijpen" of een "misverstand" (Hep, 2009). In deze studie vertaalt dit proces zich in wel of geen succes hebben in het buitenland. Indien een lezer het verhaal niet begrijpt door bijvoorbeeld een andere interpretatieve betekenis te geven aan de tekst, spreken we van een misverstand. Dit misverstand kan leiden tot weinig of zelfs tot geen succes in buitenlandse bestsellerlijsten.

Door het globalisatieproces kregen ook mediaculturen een nieuwe betekenis (Hep, 2009). Mediaculturen zijn alle culturen met als voornaamste middelen van betekenis toegankelijk zijn op basis van op technologie gebaseerde communicatieve middelen. Culturele producten zijn vanuit deze zienswijze translokaal en maken translokale communicatieve verbindingen mogelijk. De opkomst van nationale culturen is gerelateerd aan de verspreiding van de

massamedia. Wanneer de verschillende lokale bevolkingen zeer intensief aan elkaar verbonden zijn door culturele producten, raken zij betrokken in een communicatief proces en hebben of ontwikkelen zij een gemeenschappelijk “imaged community”.

Aan de hand van de beschreven theorie worden de culturele producten gezien als instrumenten die worden gebruikt om een verbinding te creëren tussen mensen waarbij de grenzen vervagen. Op deze wijze komen mensen eenvoudig in contact met elkaar waardoor zij in contact komen met andere culturen waarbij verschillende onderdelen zoals taal en gewoonten een rol in spelen. Een boek is een vorm van een cultureel product wat in de optiek van Hep (2009) tevens een verbinding creëert tussen mensen. Boeken gaan eenvoudig de grenzen over en worden tevens steeds vaker als input gebruikt voor films. Deze twee ontwikkelingen geven aan dat mensen onbewust in aanraking komen met andere culturen en soms met andere talen via culturele producten en dus worden toegepast als een bindingsinstrument waarbij de grenzen steeds minder zichtbaar worden.

2.3 Culturele processen: theoretische benaderingen van culturele globalisering

Zoals hiervoor besproken zijn er twee belangrijke kenmerken binnen het proces van globalisatie te onderscheiden: enerzijds temporale en geografische grenzen en anderzijds culturele grenzen. Aan de hand van deze kenmerken onderscheiden we verschillende theoretische ideeën die een interpretatie geven van de wijze waarop culturele producten de wereld over gaan. Achterberg, Heilbron, Houtman & Aupers (2011) veronderstellen evenals diverse andere wetenschappers dat er sprake is van een wereldwijde toename van het consumeren van buitenlandse culturele producten naast het consumeren van lokale producten maar zij stellen tevens dat niet ieder land aan deze vraag volledig kan voldoen. De belangrijke oorzaken hiervoor zijn het missen van kennis, vaardigheden en financiële mogelijkheden.

De stromingen binnen het proces van globalisering kunnen verschillende vormen aannemen en daardoor verschillende uitkomsten hebben (Achterberg et al., 2011). Een voorbeeld hiervan zijn de culturele producten afkomstig uit de Verenigde Staten. De culturele producten die afkomstig zijn uit de Verenigde Staten, zijn vaak in grote aantallen verspreid over de landsgrenzen en genieten wereldwijd bekendheid. De macht van de culturele industrie van de Verenigde

Staten is van invloed op culturele producten uit andere landen die in kleine mate worden geïmporteerd zoals beschreven wordt in het cultureel imperialisme.

Crane (2002) geeft aan dat alle vormen van culturele producten maatschappelijke identiteiten en sociale relaties samenstellen en afbreken, waardoor culturele globalisatie een aantal belangrijke en controversiële kwesties oplevert met betrekking tot het effect op de nationale culturen en de bijbehorende reactie hierop. In de volgende paragrafen bespreek ik de belangrijkste theoretische richtingen die culturele globalisering interpreteren.

2.3.1 Cultureel imperialisme

Toonaangevende machten binnen culturele globalisering zijn de economie en organisatorische infrastructuur (Crane, 2002). Deze machten komen gezamenlijk naar voren in de stroming van het cultureel imperialisme waarbij een bepaald land culturele producten produceert en distribueert over de gehele wereld. Deze vorm van overheersing, wordt veelal gezien als een economische factor. De markt binnen het proces van cultureel imperialisme is vaak een oligopolie. Dit wordt veroorzaakt door het feit dat de productie- en distributiekosten, alsmede de investeringskosten zeer hoog zijn waardoor het niet voor iedereen is weggelegd om tot deze markt toe te treden. Een ander kenmerk dat in verband staat met de hoge drempel om de betrokken markt te betreden, zijn de conglomeraten die een groeiende macht creëren (Crane, 2002). De mate van integratie biedt de conglomeraten de mogelijkheid om steeds meer grip te krijgen op de consumenten door steeds meer (kleine) bedrijven wereldwijd op te kopen, de gehele productie en distributie in eigen hand te houden en door dezelfde producten te verkopen aan verschillende culturele eenheden.

De uitbreiding van transnationale culturele uitwisselingen is grootschalig van de grond gekomen in de landen met een hegemonische culturele uitwisselingsstatus waarbij mogelijk ongelijkheid kan ontstaan, dus west Europa en de Verenigde Staten volgens Achterberg et al. (2011). Dit proces wordt omschreven als cultureel imperialisme waarbij de dominante culturen proberen de zwakkere culturen te overheersen. De zwakkere landen zijn veelal perifere landen, dus de niet-westerse landen (waaronder Afrika) en de Zuid- Amerikaanse landen. Volgens cultureel imperialisme-theoretici zou dit leiden tot meer homogene en uniforme globale culturen.

Een voorbeeld van cultureel imperialisme zijn de films afkomstig uit Hollywood die in menig bioscoop en hitlijst domineren wereldwijd (La pastina en

Straubhaar, 2005). Het maken van films brengt hoge kosten met zich waardoor veel landen films van eigen bodem niet kunnen permitteren of een klein aantal tegen lagere kosten. In de bestsellerlijst van de Verenigde Staten staan weinig boektitels die geschreven zijn door buitenlandse auteurs.

2.3.2 Culturele flows/networks

Binnen de stroming culturele networks en flows zijn er twee trends in toenemende mate herkenbaar (Crane, 2002). Ten eerste breiden conglomeraten hun invloed en controle steeds meer uit over een bepaalde globale cultuur en vindt er een stijging plaats van de vraag naar regionale mediaproducten voor een eigen mediaondersteuning van een netwerkmodel binnen het proces van culturele globalisatie. Binnen regio's of gebieden worden steeds vaker subnetwerken gecreëerd die een dichtere aansluiting hebben binnen het globale netwerk maar minder sterk zijn verbonden met andere gebieden.

Binnen het proces van culturele flows/networks zien we een stijging van niveaus zoals transnationaal, internationaal en macro regionaal (Crane, 2002). Het vervagen van grenzen maakt het eenvoudiger om culturele producten buiten de landsgrenzen tot een succes te maken. Het aantal producenten van culturele producten stijgt gestaag, waardoor er een bijdrage wordt geleverd aan de diversificatie van de globale cultuur. De invloed van een nationale cultuur wordt gedeeltelijk tegengehouden door de ontwikkeling van gevormde regionale culturen binnen de globale culturen. Regionale culturen representeren gedeelde gemeenschappen van taal en cultuur. Uit wetenschappelijk onderzoek is gebleken dat er bijvoorbeeld voor audiovisuele producten per regio veelal een of twee landen domineren en fungeren als centra voor productie. Ieder regio heeft zijn eigen dynamiek zoals een lucratieve markt in de Verenigde Staten of het exporteren van een specifiek genre zoals de Telenovela's uit Latijns-Amerika. Regionale markten ontwikkelen zich verder dan een in toenemende mate onderlinge verbondenheid afhankelijk van de wereldmarkt (Crane, 2002). Het netwerkmodel ziet globalisering als een proces dat bestaat uit een toenemende internationale dialoog welke minderheden meer mogelijkheden biedt aan de hand van een nichemarkt en het bouwen van progressieve solidariteit. Globalisatie selecteert elementen van culturen en vermengt deze tot nieuwe culturen aangepast voor een internationaal publiek.

De culturele flows/networks-theorie biedt een alternatief over het transmissieproces, waarbij de invloeden niet noodzakelijkerwijs afkomstig zijn uit dezelfde network of flow in dezelfde richting (Achterberg et al., 2011). Culturele

globalisatie komt overeen met een netwerk zonder een duidelijke gedefinieerd centrum of periferie. Globalisatie in de vorm van een cultureel netwerk is een minder samenhangend en eenvormig proces dan cultureel imperialisme en waarbij culturele invloeden bewegen in vele verschillende richtingen. Een effect van dit model is de culturele hybridisatie waarbij culturele onderdelen zoals technologie en taal zich mengen. Het proces van hybridisatie wordt toegelicht in de paragraaf cultuur (par. 2.5.4).

Een voorbeeld van een cultural flow is de muziekindustrie van Brazilië. Braziliaanse consumenten hebben een voorkeur voor muziek van eigen bodem maar de Braziliaanse muziekindustrie beschikt niet over voldoende kennis en ideeën (La Pastina & Straubhaar, 2005). Om aanvulling op deze elementen te bieden, worden de organisaties uit de Verenigde Staten aangetrokken om een bijdrage te leveren aan de Braziliaanse muziekindustrie. Binnen de internationale boekenwereld, hechten mensen steeds meer waarden aan boeken met hun eigen cultuur waaruit deze stroming ook van toepassing is op de verkoop van boeken. Nederlandse aanbieders van boeken promoten regelmatig de nieuwste Nederlandse titels. Uit recente cijfers blijkt dat de Nederlandse boeken steeds meer terrein winnen in de Nederlandse bestsellerlijsten (www.cpnb.nl). De data in deze studie zullen uitwijzen of deze theorie eveneens van toepassing is op de Scandinavische thrillers.

2.3.4 Receptietheorie

De receptietheorie richt zich op de respons van het publiek in plaats van op de verspreiding van culturele producten door creatoren en organisaties (Crane, 2002). De receptietheorie kijkt naar twee elementen. Ten eerste richt dit model zich op de reacties van mensen op specifieke producten op nationale en culturele identiteit over een langere termijn. De theorieën die hier uit voortvloeien benadrukken twee grote consequenties van globalisering, homogeniteit van culturele producten en hybridisatie van cultuur. De homogeniteit van producten verklaren we door middel van het feit dat nationale culturen steeds meer onderdelen van elkaar overnemen en in toenemende mate steeds meer overeen komen. Hybridisatie van cultuur verklaart Crane (2002) doordat nationale culturele aspecten van andere culturen worden overgenomen en meer divers worden.

Vanuit de receptietheorie wordt het publiek gezien als een interactief publiek als het gaat om het interpreteren van mediateksten op verschillende

wijzen (Crane, 2002). Mensen interpreteren de context van verschillende variaties en passen daarbij de maatschappelijke karakteristieken van de ontvanger zoals klasse, ras, leeftijd en geslacht toe tijdens hun interpretatieproces. Er zijn verschillende factoren die invloed uitoefenen op de overheersende rol van de Westerse - en specifiek de Verenigde Staten - producten in de globale cultuur. Ten eerste is de houding van de consument van belang. Publiek heeft een voorkeur voor lokale producties omdat zij zich eenvoudiger kunnen identificeren met de stijl, houding, waarden en gedrag.

Dit proces omschrijven we in de wetenschap als cultural discount (Lee, 2006). Het gevolg van deze houding van het publiek is dat boeken die zijn geschreven door bekende nationale auteurs overal worden aangeprezen en dat boeken van buitenlandse minder op de voorgrond worden gezet en dus minder worden gezien door het publiek.

Een tweede factor die van toepassing is binnen de receptietheorie, is de resistentie tegen Amerikaanse programma's, die door een aantal landen zelfs vermeden worden, zoals in Japan en Frankrijk (Crane, 2002). In deze landen proberen ze zoveel mogelijk culturele producten van eigen bodem aan te bieden.

Een derde factor is de mate waarin buitenlandse culturele producten van invloed zijn op de nationale en culturele identiteit (Crane, 2002). Landen worden in toenemende mate multicultureel. Het gevolg is dat nationaliteiten hoofdzakelijk eenvormig zijn, maar vanuit verschillende manieren worden bekeken afhankelijk van het ras en de etniciteit. Culturele identiteiten overschrijden vaak nationale grenzen, waarbij transnationale programma's een belangrijke rol vervullen in het creëren van een betekenis voor een culturele identiteit die de nationale identiteit doorkruist.

2.4 Elementen van culturele globalisering

Behalve de besproken hoofdprocessen van het concept globalisering, zijn tevens andere concepten van belang die in verband staan met globalisering.

Onderzoekers hebben geprobeerd te verklaren waarom bepaalde producten meer globaal succes hebben dan andere. Daarbij hebben ze gekeken naar kenmerken van producten en landen waarin deze succesvol werden. In de onderstaande paragrafen worden deze concepten nader toegelicht. In hoofdstuk 6 wordt aan de hand van de resultaten van deze studie gekeken of en in hoeverre er een verband is met de besproken concepten.

2.4.1 Culturele nabijheid

De eerste voorkeur van mensen voor de acceptatie van mediaproducten zijn de eigen taal en nationale cultuur. Wanneer producten niet door het land waar zij wonen gemaakt kunnen worden, hebben mensen een voorkeur voor een soortgelijke cultuur die gerelateerd is of zoveel mogelijk overeenkomsten biedt met hun eigen cultuur (La Pastina & Straubhaar, 2005). Verder worden universele genres gebaseerd op universele thema's waarvan de inhoud en de betekenis verschillen per cultuur. We kunnen dus concluderen dat culturele nabijheid een belangrijk vereiste is voor de acceptatie van culturele producten. Culturele nabijheid wordt gevormd door ruimtes van taalkundige en culturele gemeenschappen. Deze stromingen zijn aan veranderingen onderhevig wanneer culturen veranderen en staan in relatie met andere trends tussen landen. Culturele nabijheid wordt vaak toegepast om de culturele voorkeuren over de nationale grenzen uit te leggen (Ksiazek & Webster, 2008). Een van de voorkeuren is de taal, welke een machtige rol heeft in het publieke gedrag. Culturele nabijheid is het intuïtief aantrekkelijke idee dat mensen aangetrokken worden in de richting van de media uit hun eigen cultuur zoals La Pastina en Straubhaar aangaven in hun onderzoeken.

Straubhaar (2008) omschrijft culturele nabijheid als een voorkeur geven aan mediaproducten van de eigen cultuur of de cultuur die het meeste overeenkomt met de eigen cultuur. Dit concept wordt voornamelijk gebruikt om de aantrekkingskracht van buitenlandse en binnenlandse media te verklaren. De culturele karakters van kijkers, kunnen we omschrijven als de inhoud en de kijkers hebben een voorkeur voor hun eigen taal. Voorstanders van culturele nabijheid benadrukken de hoge mate van belangrijkheid van taal om de voorkeuren van mediaproducten aan te geven. Maar taal is niet het enige culturele element waar mensen belang aan hechten; ook zaken als kleding, lichaamstaal, religie en etniciteit zijn van belang.

Echter zijn er drie factoren die het proces van culturele nabijheid beperken. De eerste beperkende factor wordt gevormd door de materiële en structurele middelen die de mogelijkheid bieden aan landen om hun eigen mediaproducten te maken (La Pastina & Straubhaar, 2005). Voorbeelden zijn bijvoorbeeld kabels om HD televisie te kijken of specifieke drukmachines om boeken te drukken. Ten tweede is er sprake van economische barrières bij het publiek doordat zij niet over voldoende kapitaal en inkomen beschikken om de juiste middelen aan te schaffen. Hierdoor hebben zij niet altijd toegang tot de

media. Voorbeelden hiervan zijn digitale boeken. Als men niet beschikt over een e-reader, kan men niet een digitaal boek lezen. Een derde beperkende factor is het missen van de kennis en vaardigheden in landen met betrekking tot cultureel kapitaal. Het gevolg is dat mensen deze vormen van media gaan negeren.

2.4.2 Cultural centrality

Ieder land heeft zijn eigen culturele inhoud bestaand uit een economisch en cultureel onderdeel (Thiessen & Looker, 2008). Dat betekent dat er sprake is van ongelijkheid tussen de fysieke, maatschappelijke en culturele afstand van de kern. De fysieke component vangt de ruimtelijke dimensie van de culturele centrale, bijvoorbeeld een stad of het platteland. De sociale component verwijst naar de mate van interactie met de leden en de instellingen op een cultureel centrum. De culturele component verwijst naar de levensstijl en de waardencongruentie van een groep ten opzichte van een dominantere groep en heeft zowel betrekking op de economische factoren als de culturele factoren. De term cultural centrality heeft betrekking op de sterke positie van de eigen culturele producten. Hoe meer culturele producten het land zelf produceert, hoe minder buitenlandse producten die markt veroveren. Om de mate van cultural centrality te bepalen, is het van belang om de positie van de groep vast te leggen binnen een specifieke tijdsperiode. Vervolgens is de mate van gebruik en de mogelijkheid van toegang naar de culturele producten van belang.

Als we het concept van cultural centrality toepassen op de Europese boekenmarkt, blijkt uit onderzoek uitgevoerd door de Federation of European Publishers (2012) dat in 2010 de landen Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Spanje, Frankrijk en Italië de grootste aandelen hebben. In de tabel (2.1) hieronder wordt het aandeel van deze dominante landen beschreven ten opzichte van de overige landen van Europa. In 2010 hadden de bovengenoemde landen een gezamenlijk aandeel van 81,5%. Dat is 2,9% minder dan een jaar eerder. In het figuur zien we vanaf 2006 tot 2009 een stijging van 6,6% wat er op duidt dat de landen met de machtigste positie deze de afgelopen jaren hebben versterkt.

Tabel 2.1: Overzicht Europese boek statistieken van 2010 European Book Publishing Statistics 2010.

Verkopen per gebied	2010	2009	2008	2007	2006
Aandeel boekverkoop in de Europese markt	81,5%	84,4%	83%	82,7%	77,8%

Noot. Uit "Books in Europe", Marketline, 2012, Marketline, Londen.

Op basis van een onderzoek uitgevoerd door Marketline (2012) geven de gegevens van 2011 weer welke specifieke landen een sterke positie hebben in de boekenmarkt in Europa (tabel 2.2). Deze gegevens zijn op basis van de omzet van het aantal verkopen per land per jaar. Duitsland heeft de sterkste positie in Europa met een aandeel van 22% gevolgd door Frankrijk met een aandeel van 18% en een omzet van €5,7 miljoen. Engeland staat op de derde plaats met een aandeel van 11,3% en ruim €3,6 miljoen aanzet binnen de boekenindustrie. Italië (8,9%) en Spanje(8,2%) sluiten de rij af van de top 5 met meer dan €2,6 miljoen aan omzet in 2011. In de onderstaande tabel zijn alle gegevens van de landen met de sterkste positie overzichtelijk weergegeven.

Tabel 2.2. Segmentatie Europese boekenmarkt omzet (€) en waarden (%) in 2011 per land.

Geografie	2011 (€ in miljoenen)	%
Duitsland	7.053,7	22,0%
Frankrijk	5.760,3	18,0%
Engeland	3.619,8	11,3%
Italië	2.684,2	8,9%
Spanje	2.621,1	8,2%
Overige landen Europa	10.149,6	31,6%
Totaal	32.068,8	100%

Noot. Uit "Books in Europe",Marketline, 2012, Marketline, Londen.

Op basis van wereldniveau in de boekensector heeft Europa (tabel 2.3) het grootste aandeel voor het aantal boekverkopen van alle continenten wereldwijd. Zij heeft in 2011 een aandeel gerealiseerd van 37,9% met een bijbehorende omzet van ruim €92 miljoen. Het continent Azië-Pacific volgt met een aandeel van 35,5% wereldwijd en een omzet van ruim €86 miljoen. Het derde is de Verenigde Staten die een gehalveerd aandeel en omzet heeft ten opzichte van Europa van €44 miljoen (omzet 18%). De overige continenten samen hebben een klein aandeel van 8,6% met een omzet van €20 miljoen. In de onderstaande tabel 2.3 zijn alle gegevens van de continenten met het grootste aantal boekverkopen over 2011 op een rijtje gezet.

Tabel 2.3. Segmentatie boekenmarkt per continent de omzet (€) en waarden (%) in 2011 per land.

Geografie	2011 (€ in miljoenen)	%
Europa	92.691,5	37,9%
Azië-Pacific	86.705,6	35,5%
Verenigde Staten	44.044,1	18%
Rest van de wereld	20.990,6	8,6%
Totaal	244.431,8	100

Noot. Uit "Books in Europe",Marketline, 2012,Marketline, Londen.

Aan de hand van bovenstaande gegevens is te zien dat in Europa de meeste boeken verkocht in 2011. De bovenstaande gegevens laten zien dat voor deze studie het continent met het grootste aandeel, Europa, een belangrijke speler is binnen de boekenmarkt.

2.4.3 Cultuurbeleid

Een ander model met betrekking tot culturele globalisatie zijn de strategieën om te gaan met, tegen of bevorderen van culturele globalisatie toegepast door landen, globale steden en culturele organisaties (Achterberg et al., 2011). Deze eenheden houden zich bezig met het behouden en beschermen van erfelijke culturen, strategieën voor het verjongen van traditionele culturen, strategieën die weerstand bieden tegen culturele globalisatie en strategieën voor het transformeren en veranderen van lokale en nationale culturen en voor globale consumptie. Vanuit dit perspectief is globalisering een proces waarbij organisaties streven naar het behouden van, positioneren of projecteren van hun cultuur in een globale cultuur. Bescherming van culturen vindt plaats in verschillende mate. Culturele globalisatie wordt volgens Crane (2002) gezien als een rommelig proces beladen met spanning concurrentie en conflict.

Crane (2002) onderscheidt binnen deze stroming drie verschillende hoofdstrategieën die door landen, culturele organisaties en wereldsteden worden gebruikt om culturele middelen te behouden, beschermen en verbeteren. Als eerste is het beschermen en behouden van nationale en lokale culturen. Deze strategie wordt voornamelijk toegepast door landen die in toenemende mate worden blootgesteld aan globale culturen. Klassieke en traditionele culturen moeten worden beschermd en behouden worden. Overheden voeren in een sterke mate controle uit over artistieke inhoud en performance omdat het wordt gezien als een bijdrage aan de nationale identiteit en een sterke verplichting aan de bescherming van inheems cultureel erfgoed.

Het bieden van weerstand aan globale cultuur is een andere strategie die wordt ingezet door de overheden van landen (Crane, 2002). Het begrijpen van nationale strategieën ten opzichte van culturele globalisatie, vereist begrip van verschillende aspecten van weerstand naar globale culturen. Door het inzetten van belastingen en subsidies proberen overheden controle te houden over de kanalen waardoor geïmporteerde producten worden verspreid voor het behouden van soevereiniteit van de nationale cultuur en culturele diversiteit.

In het film- en televisielandschap worden importquota's gehanteerd, grenzen gesteld of het subsidies aan eigen industrieën toegekend door de Europese Unie en de Raad van Europa (www.europa-nu.nl). In Europa geldt het beleid dat 50% van de media-inhoud van Europese afkomst moet zijn.

De derde strategie is de globalisering van nationale of lokale producten (Crane, 2002). Om het proces van culturele globalisatie te begrijpen is kennis nodig hoe nationale en lokale culturen worden getransformeerd om ze aantrekkelijker en betekenisvoller te maken voor buitenlandse bezoekers en consumenten. Dit activiteitstype bestaat uit vijf verschillende vormen waarbij de eerste drie substrategieën culturele bezienswaardigheden binnen een land getransformeerd worden om nieuwe beelden van een land naar buiten te brengen. De overige strategieën hebben betrekking op het creëren of hercreëren van nationale culturele onderdelen

Binnen Europa ontbreekt er een Europees beleid voor het culturele producten zoals boeken, maar daar wil de Federation of European Publishers (FEP) in de toekomst verandering in brengen omdat boeken veelal in hun eigen taal vertegenwoordigen met een grensoverschrijdende dimensie voor de meest voorkomende talen Engels, Frans, Spaans en Portugees. De Federation of European Publishers is van mening dat boeken een bijdrage leveren aan de educatie en cultuursector die van belang zijn.

Maar op nationaal niveau hanteren landen veelal wel een cultuurbeleid in verschillende vormen. Bijvoorbeeld in de vorm van subsidies of door het opstellen van een beleid om ondersteuning te bieden. Een van de speerpunten die veelal gehanteerd wordt in een beleid is de mate van culturele diversiteit. De mate van culturele diversiteit verschilt per land waarbij verschillende factoren van toepassing zijn waaronder de dominantie van landen in de boekenproductie en verspreiding van culturele massaproducten (Benhamai & Peltier, 2007). Maar om de overheersing van de dominante landen tegen te gaan zijn er landen die een beleid hebben opgesteld om hun eigen culturele goederen te beschermen. In diverse beleidsprocedures is het vastgelegd om kwetsbare culturen te beschermen tegen de diversiteit over de gehele wereld van dominante landen. Een voorbeeld waar de overheid een eigen beleid heeft opgesteld met betrekking tot de toegang van buitenlandse massa culturele productie is Frankrijk. De Franse overheid hanteert "product diversiteit" om de Franse culturele goederen en diensten te beschermen tegen bedreigingen door de globale massacultuur uit onder andere de Verenigde Staten. Deze verklaringen bevatten zowel een

politieke, als economische en culturele invloed. Behalve een subsidie ter ondersteuning om boeken te promoten, vindt er in een aantal landen censuur plaats. Een voorbeeld van censuur zijn de boeken van Jan Wolters die in de Arabische wereld ontoelaatbaar zijn en daarom ook geweerd. In deze studie speelt censuur geen rol omdat landen die deelnemen aan het onderzoek in sommige gevallen wel een cultuurbeleid hanteren zoals Frankrijk maar culturele producten worden niet verboden of geweerd wegens de inhoud.

2.4.5 Hybridisatie

De trend van de onderlinge verbondenheid wordt op dit moment begeleid door verschillende samenvallende en botsende notities van culturele veranderingen (Nederveen Pieterse, 1996). Een groeiende gevoeligheid van culturele verschillen, zorgt voor een bewustheid van de wereld die steeds kleiner wordt met als gevolg kleinere verschillen tussen culturen. Het groeiende bewustzijn van culturele verschillen vormt een deel van een algemene culturele verspreiding waarbij het gaat om een brede zelfflexibiliteit van de huidige samenleving. Dit omschrijft Nederveen Pieterse (1996) als drie processen die van toepassing zijn binnen globalisering. Culturele verschillen zijn onveranderlijk en kunnen rivaliteit en conflict genereren. Daar tegenover staat er een wijdverspreid begrip is dat de groeiende mondiale onderlinge afhankelijkheid en onderlinge verbondenheid kan leiden tot toenemende standaardisatie en uniformering zoals consumptisme. Een model dat verschilt van de bovenstaande modellen met betrekking tot interculturele relaties, is het proces van mengende translokale culturen mengen, aangegeven als hybridisatie. Deze drie processen zijn de hoofdvormen binnen het proces van globalisatie waarbinnen er nog vele verschillende processen te onderscheiden zijn. Het zijn processen omdat ze verschillende theoretische kenmerken omvatten. De tweede en derde bovengenoemde modellen zijn de voornaamste concepten die van toepassing zijn in dit onderzoek omdat bij het lezen van Scandinavische thrillers mensen uit verschillende culturele achtergronden in aanraking komen met andere culturen en vervolgens worden deze gemengd.

Nederveen Pieterse (1996) geeft aan dat hybridisatie verwijst naar een postmoderne sensibele van reizende culturen terwijl de andere besproken modellen vormen zijn van het modernisme die zijn aangegeven als versies van romantische en verlichting versies.

2.5 Globalisering en de boekenindustrie

Het publiceren van boeken is een van de vormen binnen de culturele productie-industrie. Maar in welke aspecten onderscheidt de boekenindustrie zich van de rest van de culturele industrie? De boekenindustrie is een universeel onderdeel van de cultuur van het land (Haugland, 1994). De producten zijn niet gebonden aan papier maar aan de ideeën. De boekenindustrie heeft evenals de andere culturele industrieën twee (economische) doelen voor ogen: produceren van de beste boeken en het produceren van winst. Deze twee kenmerken vormen en begrenzen de boekenindustrie en de producten. De kenmerken worden verder in kaart gebracht om een gedetailleerd beeld te creëren binnen de boekenindustrie wereldwijd.

Aan de hand van een onderzoek uitgevoerd door Marketline (2012), wordt de boekenmarkt op wereldniveau in kaart gebracht. In 2011 groeide de globale boekenmarkt met 0,6% tot een opbrengst van €90.308,9 miljoen. Binnen de wereldmarkt wordt in Europa het grootste aantal boeken verhandeld met een aandeel van 35,5%. Spelers in de boekenbranche variëren van onafhankelijke boekwinkels tot grote ketens en internetretailers. In deze studie van Marketline zijn alle vormen van boeken in hardcopy meegenomen. De laatste jaren is er sprake van een fluctuerende groei afgewisseld met een daling, maar aan de hand van verschillende economische modellen zijn de voorspelling positief door de forecastperiode af te sluiten met een matige groei. Door de opkomst van internet worden boeken voornamelijk online verkocht in plaats van de traditionele boekenwinkels. Binnen Europa is in 2011 een stijging gemeten van 10,1% ten opzichte van een jaar eerder met betrekking tot de verkopen waarbij er een omzet van \$35.320 miljoen is gemeten. Ondanks de gemeten groei van het afgelopen jaar, had Europa tevens met een fluctuerende omzet te maken.

De fluctuerende omzet in de boekenindustrie leidt er toe dat de markt van boeken zeer kwetsbaar is. Een andere factor waar uitgeverijen en auteurs mee te maken hebben, is het feit dat een klein gedeelte van alle gepubliceerde boeken lang in de bestsellerlijsten staan en lang in de verkoop meegaan (Greco,2005). Het overgrote gedeelte gepubliceerde boeken hebben een onvoorspelbare en korte levensduur. Sterauteurs en grote marketingbudgetten lijken de enige factoren die een bijdrage kunnen leveren aan succes. De boekenmarkt is aan verandering onderhevig en succes in het verleden is geen garantie voor de toekomst waarbij dit proces een dynamisch complex produceert.

Zoals als Haugland(1994) al aangaf, zijn zowel de boekenindustrie als het globalisatieproces gerelateerd aan culturele elementen van landen. Globalisering is een proces dat veel samenwerking vraagt tussen de verschillende landen, organisaties en gebieden en waarbij de compressie van tijd en ruimte is sterk van invloed op de boekenindustrie en de uitgeverwereld. Binnen het proces van globalisering speelt een aantal culturele elementen een rol in de mate waarin boeken in het buitenland worden geaccepteerd. Een voorbeeld van een cultureel onderdeel is de Engelse taal omdat het de eerste wereldtaal is waarmee het grootste deel van de wereldbevolking kan communiceren. De relatie tussen de Engelse taal en het concept van globalisering wordt gezien als een westers concept. De vertaling van boeken werkt als een brug tussen de culturele en nationale grenzen.

De besproken theoretische modellen die globalisatieprocessen in kaart brengen, zijn mogelijk van toepassing bij de verspreiding van Scandinavische thrillers waarbij het model van culturele netwerken het begin was van het wereldwijde succes en aanbod. De interesse in Scandinavische televisieprogramma's van een Deense organisatie was het begin (Agger, 2010). Zij konden echter niet alleen alle aspecten uitvoeren waardoor er coproducties met andere buitenlandse organisaties werd aangegaan. Maar niet alleen de televisieprogramma's werden een hit, ook de thrillerboeken werden een groot succes, waarbij sommige inmiddels ook verfilmd zijn.

In het volgende hoofdstuk land- en veldkenmerken wordt er dieper ingegaan op de culturele en taalaspecten die een belangrijke rol spelen in het wereldwijde succes van de keuze voor Scandinavische thrillerboeken.

3. Land- en veldkenmerken

3.1 Introductie

Globalisering van culturele producten zoals boeken, refereert naar het snelle ontwikkelingsproces van een complexe onderlinge verbondenheid tussen de maatschappij, verschillende culturen en individuen wereldwijd. Land- en veldkenmerken zijn van belang in dit onderzoek omdat ze de voorkeur van het publiek in kaart brengen die gevormd zijn binnen het proces van de culturele nabijheid binnen de nationale en culturele taalgrenzen (La Pastina & Straubhaar, 2005). De belangrijkste landkenmerken zijn de taal en de cultuur, omdat het publiek deze elementen toepast bij het interpreteren van culturele producten gebaseerd op hun eigen culturele en taal context. Een van de onderdelen van een cultuur is de taal. Taal is een reeks van gemeenschappelijke geluiden en symbolen waardoor individuen communiceren. Binnen een maatschappij worden verschillende talen gesproken waarbij sprekers, accenten en woorden verschillen per regio van een land. Een belangrijk onderdeel van taal of communicatie is ook de lichaamstaal. Ook deze kan verschillen per regio van een land.

De vraag is waarom buitenlandse thrillerboeken succesvol kunnen zijn als het publiek een voorkeur heeft voor producten uit hun eigen omgeving, terwijl de cultuur en taal niet volledig overeenkomen? La Pastina en Straubhaar (2005) stelden in diverse studies vast dat het publiek een voorkeur heeft bij de keuze van culturele producten, omschreven als de term culturele nabijheid. Dit begrip is in paragraaf 2.4.1 toegelicht. Een macrogenre dat voor een groot publiek toegankelijk is, is tevens een belangrijke succesfactor, maar ook gedeelde ervaringen uit het verleden van specifieke groepen binnen landen kunnen hieraan bijdragen zoals bij immigranten en bij diaspora (La Pastina & Straubhaar, 2005). Bij de verschillende bovenstaande beschreven succesfactoren spelen taal en cultuur een belangrijke rol.

In dit hoofdstuk wordt uiteengezet waarom taal en cultuur de boventoon voeren in de mate van succes van culturele producten wereldwijd.

Aan de hand van de belangrijke elementen taal en cultuur wordt het lokale aspect in dit hoofdstuk benaderd. In de eerste plaats wordt nader ingegaan op het begrip "*cultuur*" (paragraaf 3.2) door de visies van Swidler (1986), Lee (2009) en Crane (2002) nader te bestuderen en aan te geven op welke wijze het aspect cultuur in verband staat met deze studie. Het tweede concept dat

besproken wordt, is "taal". In deze paragraaf worden ideeën en theorieën van Bielse (2005), Matheier (2010) en Heilbron (2000) aangehaald en besproken.

Vanuit de geschiedenis van Europa zijn er verschillende taalgebieden gevormd, die mede van invloed zijn bij de keuze voor de acceptatie van culturele producten zoals boeken. Boeken worden veelal vertaald naar de huidige taal van het land, maar de beschreven culturele elementen en andere land- en veldkenmerken blijven overeind en zijn nog van toepassing. Ook wordt het wereldvertaalsysteem besproken en in verband gebracht met deze studie omdat talen hun eigen regels en regulaties hebben en worden gekenmerkt door de hoeveelheid en de variatie van sprekers. Ten slotte komt de rol van de eerste wereldtaal Engels naar voren omdat vele boeken in deze taal de hele wereld overgaan. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie waarin uiteen wordt gezet hoe de besproken concepten betrekking hebben op de Scandinavische thrillers en welke vragen er nog open staan, waar deze studie antwoord op moet geven.

3.2 Cultuur

Een van de land- en veldkenmerken is cultuur. De term cultuur bestaat uit symbolische elementen met inbegrip van overtuigingen en rituele, kunstvormen en informele gewoontes zoals taal, verhalen en rituelen van het dagelijkse leven. Deze symbolische vormen zijn sociale processen zoals vormen van gedrag en een visie binnen een gemeenschap (Swidler, 1986).

Uit de vele wetenschappelijke studies wordt duidelijk dat reizende culturele producten over de hele wereld worden aangepast aan de cultuur van het land. Dit proces wordt ook wel lokalisatie van culturele producten genoemd (Lee, 2009). In dit proces worden betekenissen en waarden geassocieerd met culturele producten die gecreëerd zijn binnen een lokale betekenis. Hieraan liggen twee ontwikkelingen ten grondslag. Ten eerste is het voor de waardering door het buitenlandse publiek noodzakelijk om over de culturele achtergrond en culturele kennis te beschikken. Dit begrip wordt verderop in de paragraaf uitgelegd. Ten tweede leiden esthetische smaken, sociale en culturele waarden en andere factoren tot een verschillend oordeel tussen landen. Meningeën worden gecreëerd door de interactie tussen publiek en tekst binnen de context (Lee, 2009). De interpretatie is gebaseerd op de ervaringen en kennis van het publiek. Het gevolg is dat mensen van verschillende maatschappelijke en culturele groepen kunnen komen tot verschillende opvattingen van dezelfde culturele producten.

Deze interpretatie geeft vele overeenkomsten weer met het eerder besproken onderdeel over de receptietheorie van Crane (2002). Buitenlandse culturele producten worden benaderd vanuit een lokale specifieke context door consumenten. Behalve vanuit de culturele betekenis, kunnen we het succes vanuit de economische invalshoek bekijken, genaamd cultural discount (Lee, 2006). Het begrip cultural discount betekent dat producten die zijn geworteld in een cultuur, minder aantrekkingskracht hebben in andere landen wanneer kijkers het moeilijk vinden om zich te identificeren met de patronen van de stijl, waarden, overtuigingen, instellingen en gedragsproblemen van het materiaal. Het concept cultureel discount toont overeenkomsten met het concept culturele nabijheid van La Pastina en Straubhaar (2008) omschreven in paragraaf 2.4.1, dat gaat over culturele nabijheid. Een belangrijk verschil tussen culturele nabijheid en cultural discount (Lee, 2006) is de invalshoek van waaruit er wordt gekeken.

Cultuur bestaat dus uit verschillende onderdelen en processen op verschillende niveaus bijvoorbeeld landelijk en regionaal (La Pastina en Straubhaar, 2008). De cultuur is van invloed op de interpretatie van culturele producten en daarmee van toepassing bij de keuze om wel of niet een cultureel product te accepteren en waarderen.

3.3 Taal

Een ander belangrijk element voor de acceptatie van culturele producten is de taal (Heller, 2000). Buitenlandse producten kunnen vertaald worden, nagesynchroniseerd of ondertiteld. Maar door de vertaling gaat er altijd iets verloren van de betekenis.

Tekst kunnen we omschrijven als een verzameling van geluiden en symbolen waarbij individuele personen communiceren. Het vertalen van een tekst betekent dat een tekst gelokaliseerd wordt. Daarbij kun je denken aan onder andere de schrijfstijl, de toon en de karakters (Heller, 2000).

Maar vertalingen en taal kunnen we ook vanuit andere perspectieven bekijken. In de wereld zijn er verschillende taalgebieden waardoor taalbarrières ontstaan tussen verschillende culturen. Het wereldvertaalsysteem maakt het mogelijk om groepen met elkaar te laten communiceren. Bielse (2005) en Heilbron (2000) gaan dieper in op deze materie. Maar ook de rol van de Engelse taal wordt nader toegelicht aangezien deze taal door de meeste mensen wordt gesproken als eerste of tweede taal. Renni Shoet, Boninche, Kim, & Li Li (2001)

gaan dieper in op de rol van de Engels taal in relatie tot culturele producten die internationaal actief zijn.

3.4 Taalgebieden

De huidige indeling van talen binnen Europa en de rest van de wereld heeft een lange geschiedenis (Matheier, 2010). In Europese taalgebieden wordt er verwezen naar de taal en sociale gebieden waarin verschillende Europese talen met elkaar in contact zijn geweest en of ze van invloed zijn op elkaar in de taal of het sociolinguïstisch niveau. Binnen Europa hebben de grote talen Grieks en Latijn een grote invloed gehad op de vorming van alle huidige Europese talen.

Menselijke taal kan geclassificeerd worden aan de hand van twee vormen die een grote invloed hebben in het huidige taalsysteem per land in de wereld (Ruhlen, 1991). In dit hoofdstuk wordt er specifiek gekeken naar het continent Europa en naar de Verenigde Staten omdat deze gebieden in deze studie worden onderzocht. In de hedendaagse wereld worden er meer dan 5000 talen gesproken en geschreven.

In de Verenigde Staten wonen vele verschillende volkeren die elk hun invloed hebben (gehad) op de vele talen die op dit continent worden gesproken (Ruhlen, 1991). In 1976 werden er 62 genetische taalfamilies onderscheiden in Noord-Amerika en Mexico die zeer op elkaar lijken. Deze werden voornamelijk gesproken door de oorspronkelijke bewoners van het Noord-Amerikaanse continent, de Indianen. In het huidige Noord-Amerika (voornamelijk de Verenigde Staten) zijn de sporen van de talen van het Europese continent duidelijk zichtbaar in de Engelse, Franse en Spaanse talen die in grote gebieden worden gesproken door de grote groep immigranten.

3.5 Wereldvertaalsysteem

Een vertaling van een tekst of woorden staan centraal om te begrijpen en daarnaast om globale verbondenheid te creëren, waarbij de focus van vertalingen belangrijke gevolgen heeft op de manier waarop globalisatie in de hedendaagse samenleving wordt begrepen (Bielse,2005).

Talen hebben hun eigen regels en regulaties en worden gekenmerkt door kenmerken van verschillende soorten en variëren in de hoeveelheid sprekers (Heilbron, 2000). Talen bevatten gemeenschappelijke kenmerken en zijn onderling verbonden door meertalige sprekers en vormen een opkomende wereld. Steeds meer mensen leren een buitenlandse taal maar veel

communicatie tussen groepen is afhankelijk van vertalingen. Een analyse van het internationale wereldtaalsysteem en de positie van de taalgroepen bezetten binnen dit systeem is een voorwaarde voor het begrijpen van de rol van de vertalingen binnen de specifieke lokale en nationale contexten. Het belang van vertalingen binnen een taalgroep hangt bijvoorbeeld af van de positie binnen het internationale vertalingssysteem. De dynamiek van het internationale vertalingssysteem is gebaseerd op de core-periferiestructuur (Heilbron, 2000). Taalgroepen komen niet altijd overeen met een staat. Sommige centrale talen zoals Engels, Duits, Frans en Spaans hebben een bovengemiddelde nationaal karakter. De structuur van het internationale vertaalsysteem is statisch. De positie van taalgroepen verandert in de loop van de tijd. Centrale talen verliezen soms hun aandeel en perifere talen verbeteren hun positie in de internationale ranking. Het internationale vertaalsysteem is hiërarchisch en het omvat de centrale, semi-perifere en perifere talen. Hoe centraler een taal in het wereldvertaalsysteem staat, hoe groter het aandeel vertaalde boeken wereldwijd. De Engelse taal heeft de meest centrale positie binnen de ranking. De andere talen die een centrale rol hebben, maar wel een kleiner aandeel, zijn Frans, Duits, Spaans en Russisch (Heilbron,2000). Deze talen inclusief Engels hebben gezamenlijk een aandeel van 75% in het internationale wereld taalsysteem. Semi-perifere talen hebben een aandeel van 1-3% ieder en zijn onder andere Zweeds, Deens en Italiaans (Heilbron,2000). Perifere talen hebben een aandeel van minder dan 1% en hebben voornamelijk veel personen die de taal spreken; dit zijn onder andere Arabisch en Chinees.

3.6 De rol van de Engelse taal

Culturele globalisatie is nauw verbonden met de ontwikkeling van Engels als globale taal (Renni Shoet, Boninche, Kim, & Li Li, 2001). De Engelse taal is een hegemonische taal in de hedendaagse wereld. Mede door de impact van het Britse Rijk in de kolonisatie periode en de dominantie van de Amerikaanse economie, cultuur, wetenschap, technologie en politiek in de hedendaagse wereld. Engels verschilt van alle andere talen omdat zij in de wereld is uitgegroeid tot een *lingua franca*. Meer dan 80% van alle opgeslagen informatie is in het Engels; Engels is tevens de belangrijkste taal binnen de wereld van media en entertainment (Renni Shoet, Boninche, Kim, & Li Li,2001). In 1995 werd Engels in 75 landen officieel erkend als eerste of tweede taal. Zelfs non-sprekers worden in het dagelijkse leven geconfronteerd met de Engelse taal in

onder meer reclames, overheidsfuncties of interne persoonlijke communicatie. Deze groep mensen wordt omschreven als leden van een groeiende cirkel die zijn blootgesteld aan het gebruik van Engels op vele informele niveaus via de dynamische processen van globalisering. Een wereldtaal kenmerkt zich niet alleen in het aantal absolute sprekers, maar ook door diverse uitvoeringen die gesproken worden over de gehele wereld door inheemse en non-native gemeenschappen (Renni Shoet, Boninche, Kim, & Li Li, 2001). In deze studie richt ik mij op de vertaling van Scandinavische thrillerboeken. Het grootste aantal boeken wordt vertaald naar de taal van het land waarin ze verkocht worden, maar een deel wordt vertaald naar het Engels en eveneens buiten Engelstalige landen verkocht waar Engels de tweede taal is.

3.7 Conclusie: taal en cultuur als Scandinavische succesfactor

Aan de hand van verschillende besproken theoretische concepten van taal en cultuur, is het duidelijk dat er verschillende factoren van invloed zijn op de boekenindustrie in Europa en in de Verenigde Staten. De boekenindustrie is een lastige industrie om te beschrijven aangezien veel gegevens niet openbaar zijn of niet gepubliceerd worden zoals marktgegevens of statistieken van diverse landen omdat er geen overkoepelende organisatie is die alle gegevens verzameld en verwerkt zoals dat wel gebeurt bij film en televisie. Binnen het thema land- en veldkenmerken is het duidelijk dat taal en cultuur twee elementen zijn die een grote invloed hebben op de acceptatie van culturele producten in het buitenland. Als mensen zich niet kunnen identificeren met de elementen van cultuur zoals gedrag, waarden, kleding en de taal, is succes moeilijk te behalen.

Scandinavische thrillers worden vertaald naar de oorspronkelijke taal van het land waar ze worden uitgegeven, waaruit lijkt te kunnen worden afgeleid dat taal geen enkele rol meer zou moeten spelen. In het concept van culturele nabijheid uit hoofdstuk 2 hebben de taalmarkten de belangrijkste rol omdat zij de culturen met elkaar verenigen. Europa bestaat uit verschillende taalmarkten die in het verleden zijn ontstaan. Ieder taalfamilie heeft zijn eigen talen die overeenkomsten en verschillen tonen. De taalfamilie waar een taal onder valt, is van invloed op de acceptatie en de vraag naar de Scandinavische thrillerboeken. Scandinavische thrillerboeken worden vertaald in het Engels of in andere talen om ze succesvol de grenzen te laten over gaan (Overdotter Alm & Weststahl Stenport, 2009). Stieg Larsson is in 2004 overleden maar zijn crimetrilogie leeft nog altijd voort. Het boek "*The Girl with the Dragon Tattoo*" is hier een

voorbeeld van en werd in 2008 wereldwijd uitgebracht. Het was in datzelfde jaar het best verkochte novel met meer dan 30 miljoen kopieën wereldwijd. De boeken zijn in meer dan 35 talen beschikbaar. Maar dit is niet het enige boek dat in dit succesvolle proces terecht is gekomen.

Als we het culturele element nader bekijken in de Scandinavische thrillerboeken, komt deze steeds minder overeen naarmate de afstand tussen de Scandinavische landen en de rest van de wereld groter wordt (Overdotter Alm & Weststahl Stenport, 2009). Dit is te verklaren aan de hand van het genre crime dat voor veel mensen bekend is en waarbij de consument in ieder land een eigen betekenis en invulling aan geeft. De algemene aspecten zoals de verhaallijn, de mate van identificatie met de werkelijkheid in combinatie met nieuwsgierigheid over het verloop van de verhaallijn maken Scandinavische boeken volgens verschillende wetenschappelijke onderzoekers en studies tot een wereldwijd succes.

Daarnaast speelt er ook het gevoel van historische groepen met gedeelde betekenis uit het verleden een rol (Carpenter, 1993). In de 19^{de} eeuw emigreerden veel Zweden naar Amerika vanwege de economische crisis in het land. Veel Zweden hebben dus grootouders in de Verenigde Staten wonen, waardoor zij een band hebben met het land. Maar voordat de Baltische Staten gevormd waren, behoorde dat gedeelte van Europa eveneens toe aan Scandinavië, waardoor er ook een historische band is gevormd met deze gebieden.

De successen van de Scandinavische thrillers zijn niet alleen afhankelijk van de juiste samenwerkingen tussen uitgeverijen of marketing. Smaakvoorkeuren in de concepten taal en cultuur spelen een veel belangrijke rol waarmee men kan inspelen op de successen.

Tabel 3.1. Gemiddeld aantal uitgegeven boektitels in Europa en Verenigde Staten in 1992

	Aantal nieuwe titels per jaar (mln.)	Populatie (miljoen)	Titels per miljoen populatie
U.S.A.	56,027	248.7	225
Verenigd Koninkrijk	59,837	57.1	1,048
Frankrijk	40,882	56.2	728
Duitsland	66,754	79.1	844
U.S.S.R.	79,861	290.9	274
Denemarken	10,825	5.1	2,108
Noorwegen	5,661	4.2	1,343
Zweden	11,502	8.4	1,368

Noot. Uit United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO, 1992, *Statistical Yearbook, 1991.*

In tabel 3.1 hierboven is het aantal uitgegeven titels van een aantal landen ter vergelijking met de Scandinavische titels weergegeven (Carpenter, 1993). Alhoewel de informatie uit 1991 komt, geeft de tabel weer dat Duitsland en de voormalige Sovjetunie de meeste nieuwe titels op de markt brengen. Aangezien er weinig data en informatie beschikbaar zijn van het aantal boeken wereldwijd, is er gekozen voor oudere data om een beeld te creëren van het aantal uitgegeven boektitels op jaarbasis van verschillende landen. De Scandinavische landen Zweden, Noorwegen en Denemarken produceren resoluut gezien de minste nieuwe titels op jaarbasis in vergelijking met de andere genoemde landen in de lijst. Uit de studie blijkt tevens dat dat de kleinste populatie is die in de studie voorkomt. In tegenstelling tot de Verenigde Staten (248.7 miljoen), de U.S.S.R (290.9 miljoen), het Verenigd Koninkrijk (57.1 miljoen) en Frankrijk (56.2 miljoen), hebben de Scandinavische landen een zeer kleine populatie per land. Dit resulteert dan ook in een kleiner aantal titels per miljoen van de populatie. Denemarken heeft 2.108 boektitels per miljoen inwoners terwijl Noorwegen slechts 1.343 boektitels per miljoen inwoners produceert. Zweden produceert 1.368 boektitels per miljoen inwoners waarmee het land boven het Verenigde Koninkrijk staan. In de landen die een groter aandeel hebben in de boekenmarkt zien we duidelijk meer boektitels per miljoen inwoners.

Tabel 3.2. Aantal vertalingen van boeken aan de hand van het wereldvertaalsysteem van een van de Scandinavische talen naar het Engels, Frans, Duits en Russisch in 1992.

Publicatie land	Totaal aantal vertalingen (in mln)	Engels	Frans	Duits	Russisch	Scandinavisch	Overig
Denemarken	1,591	54%	7%	9%	1%	20%	8%
Noorwegen	901	64%	3%	6%	1%	20%	6%
Zweden	1,937	65%	6%	7%	2%	12%	8%
Scandinavië	442	61%	5%	8%	1%	17%	8%
Wereld	55,132	45%	11%	8%	11%	3%	22%

Noot. Uit United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO 1992, *Statistical Yearbook, 1991*.

Boeken zijn een van de weinige culturele producten die direct worden vertaald naar de oorspronkelijke taal van het land (Carpenter, 1993). Verreweg de meeste titels die vertaald worden in alle Scandinavische landen, worden voor de helft of meer vertaald naar het Engels blijkt uit tabel 3.2. De gegevens laten verder zien dat boeken die naar de Franse taal worden vertaald, liggen tussen de 3% (Noorwegen) en 7% (Denemarken). Tussen de 7% (Zweden) en 9% (Denemarken) van alle gepubliceerde boeken wordt vertaald in het Duits. In 1991 werd slechts 8% van alle uitgegeven boektitels wereldwijd vertaald in het

Duits. Zoals Bielse (2005) al aangaf in haar onderzoek behoort de Russische taal tot een van de talen in het wereldvertaalsysteem. 11% Van alle boeken wereldwijd wordt vertaald in het Russisch. In het Scandinavische gebied is daar zeer weinig zichtbaar van omdat dit slechts 1% betreft van alle geproduceerde boektitels. Opvallend is dat in Zweden het dubbele aantal boekentitels in het Russisch worden vertaald ten opzichte van alle overige Scandinavische landen. Binnen Scandinavië worden ook boektitels vertaald in de overige Scandinavische talen. Op wereldniveau hebben deze talen slechts een aandeel van 3% in het wereldvertaalsysteem, maar binnen Noorwegen, Denemarken en Zweden een veel groter aandeel. Denemarken en Noorwegen hebben een aandeel van 20% en Zweden een kleiner aandeel, te weten van 12%. Tot slot wordt ongeveer 8%, met uitzondering van Noorwegen, vertaald naar alle overige talen in de wereld. Alhoewel deze gegevens uit 1991 komen, geven ze een wel indicatie van het wereldvertaalsysteem, gezien vanuit Scandinavisch oogpunt.

Tabel 3.3 Verhouding Scandinavische uitgegeven literatuur in 1992.

Afkomst	Literatuur
Deens	70%
Noors	66%
Zweeds	63%
Wereld totaal	51%

Noot. Uit United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO, 1992, *Statistical Yearbook, 1991*.

Ook kunnen we het genre statistische gegevens betrekken bij deze studie (Carpenter, 1993). De bovenstaande tabel (tabel 3.3) geeft aan dat 70% van de Deense boektitels behoort tot de categorie literatuur. In Noorwegen is 66% van de uitgegeven boektitels een vorm van literatuur. In Zweden worden 63% van alle geproduceerde boektitels tot de categorie literatuur gerekend. Als we deze drie landen vergelijken met de wereld, zien we dat ongeveer de helft van alle uitgegeven boektitels tot de categorie literatuur behoort. Uit de bovenstaande gegevens blijkt dat het percentage geproduceerde titels in de categorie literatuur hoger ligt in vergelijking tot de rest van de wereld.

Het succes van Scandinavische thrillers in Scandinavië zelf, is theoretisch verklaarbaar aan de hand van taalkundige en culturele aspecten. De normen en waarden van een van de Scandinavische culturen komen gedeeltelijk overeen met die van de andere landen die daar deel van uit maken. De symbolische vormen van sociale processen zoals normen, waarden en de visie van een gemeenschap zijn voor het publiek herkenbaar. Evenals de omgeving waar de verhalen zich afspelen. De mate van herkenbaarheid van taalkundige en culturele

elementen is een belangrijke succesfactor voor de Scandinavische thrillers in Scandinavië en mogelijk ook in de gebieden daarbuiten. Deze studie zal uitwijzen of de theoretisch ingenomen standpunten eveneens een deel van het succes van Scandinavische thrillers kan verklaren. Dit zal zichtbaar worden in de hoofdstukken over data en de conclusies.

4. Methodologie

4.1 Introductie

Op basis van het gevormde theoretische kader, wordt er in deze studie onderzoek gedaan naar de opkomst van de Scandinavische thrillerboeken over een periode van vijf jaar in diverse landen.

4.2 Probleemstelling

De probleemstelling in dit onderzoek is geformuleerd, luidt:

In welke mate is het aantal Scandinavische thrillers in bestsellerlijsten wereldwijd toegenomen tussen 2005 en 2011 en in hoeverre verschilt deze toename tussen taalgebieden en landen?

In deze studie wordt er specifiek onderzoek gedaan naar het gebied Scandinavië, hiertoe behoren de landen Noorwegen, Finland, Zweden en Denemarken. De auteurs hebben dus een Scandinavische nationaliteit van oorsprong. Ieder land heeft zijn eigen taal, cultuur en media-inhoud. De landen die betrokken worden in dit onderzoek zijn er in totaal acht. Hierbij gaat het om alle bovengenoemde Scandinavische landen, United Kingdom (UK), Duitsland, Nederland, Italië en de Verenigde Staten (VS). De Scandinavische landen worden in dit onderzoek vergeleken met Engelstalige landen (UK en de VS), Mediterrane (Italië) en de tussenliggende landen Nederland en Duitsland. Om de probleemstelling overtuigend en helder te beantwoorden, zijn er deelvragen opgesteld aan de hand van de besproken thema's in het theoretisch kader waarvan de antwoorden daarop gezamenlijk de conclusie vormen van deze studie.

4.2.1 Bestsellerlijsten

Wanneer we een boek een bestseller noemen, spreken we van een bepaalde ranking binnen de hitlijsten maar hier zijn geen concrete aantallen aan verbonden. Deze titel wordt vooral gegeven door leden en instituties binnen het culturele veld. De samenstelling van de diverse partijen voor het toekennen van de titel bestseller bestaan uit producenten, distributeurs, media en consumenten.

De bestsellerlijsten worden per tijdeenheid, veelal wekelijks, gepubliceerd. In dit onderzoek wordt er gekeken hoeveel boeken in het genre thriller in de bestsellerlijsten van verschillende landen staan en welke posities zij innemen.

Maar er wordt ook gekeken naar de posities in de wekelijkse hitlijsten voor de verkochte aantallen. De deelvragen zijn de volgende:

- 1. Hoeveel Scandinavische auteurs staan er in de buitenlandse bestsellerlijsten die een of meerdere boeken in het genre thriller hebben uitgegeven?*
- 2. Wel aandeel hebben de Scandinavische auteurs die het genre thriller schrijven in de buitenlandse bestsellerlijsten ten opzichte van andere nationaliteiten?*
- 3. Welke mate van succes hebben de Scandinavische auteurs in de buitenlandse bestsellerlijsten?*

4.2.2 Taal

Het tweede thema binnen dit onderzoek is de taal. Zoals in het theoretisch kader is beschreven, spelen taal en taalgebieden een belangrijke rol in de mate waarin een buitenlands culturele product wordt geaccepteerd. Verder is er ook geconstateerd aan de hand van onderzoeken in het geval van een vertaling naar de wereldtaal Engels dat de oorspronkelijke betekenis van de tekst verdwijnt. Mensen waarvan Engels niet de oorspronkelijke taal is, mijden eerder een buitenlands boek. De vraag in dit onderzoek luidt dan ook welke invloed de taal heeft bij het exporteren van de Scandinavische thrillers. Een deel van de boeken zijn vertaald naar de oorspronkelijke taal van het land. De deelvragen hiervoor luiden:

- 4. Welke rol spelen taalgebieden in de mate van succes van de Scandinavische thrillerboeken?*
- 5. Is het geografisch element van belang in de mate waarin Scandinavische thrillerboeken succesvol zijn wereldwijd?*
- 6. Is er verschil in succes voor de Scandinavische auteurs in specifieke taalgebieden?*

4.3 Onderzoeksmethode

4.3.1 Inhoudsanalyse

De waarnemingstechniek die bij deze studie wordt toegepast, is een inhoudsanalyse aangezien de trend laat zien hoe het verloop van de verkoop van het aantal Scandinavische thrillers is. Worden er met de jaren meer exemplaren verkocht, of is er sprake van een explosie wanneer de boeken gepubliceerd

worden? De tweede trendanalyse laat zien welke posities de thrillers innemen en of er sprake is van een daling of stijging.

In dit onderzoek is gekozen voor een trendanalyse, om de vastgestelde doelstellingen te bereiken. In de eerste plaats volgt hieruit een beschrijving van de interne structuur, dat wil zeggen het beschrijven van het gedrag van een veranderd verschijnsel in de loop der jaren aan de hand van een cijferreeks. Worden er meer Scandinavische thrillerboeken verkocht en nemen ze steeds hogere posities in binnen de hitlijsten? Hierbij is het vooral belangrijk of er sprake is van systematische patronen binnen de cijferreeks.

Een trend is een onderdeel van een tijdsreeks waarmee men de op- en neerwaartse beweging over een langere tijd onderzoekt. We spreken van een lange termijnontwikkeling van een tijdreeks. Als we de lange termijnontwikkeling hebben vastgesteld, kunnen we als tweede doelstelling een voorspelling van het toekomstige gedrag van het verschijnsel doen. De bestudering van een tijdreeks leidt er toe dat er een inzicht wordt verkregen in het verloop van het verschijnsel en er worden ontwikkelingen gevolgd. Als derde doel binnen deze studie worden onderlinge relaties met elkaar vergeleken tussen meerdere tijdsreeksen, om inzicht te krijgen binnen specifieke processen die ten grondslag liggen aan de veranderingen binnen de tijdsreeksen. De processen worden inzichtelijk gemaakt door de relaties met andere tijdsreeksen te onderzoeken. De waarde van een variabele wordt niet alleen bepaald door voorafgaande waarden van voorafgaande van dezelfde variabele, maar ook door een of meer voorgaande waarden van andere variabelen.

De trendanalyses worden voorgesteld aan de hand van kruistabellen en in tabellen en grafieken in de alinea hieronder uitgebreider toegelicht.

4.3.2 Kruistabellen

Om de trend binnen deze studie te onderzoeken, wordt er gebruik gemaakt van een trendanalyse om een verschijnsel verschillende malen te observeren. Het verschijnsel in deze studie is de mate waarin Scandinavische thrillerboeken in buitenlandse bestsellerlijsten voorkomen. Om de trend vast te stellen, worden aan de hand van het programma SPSS kruistabellen gemaakt om de samenhang te analyseren en te toetsen op een statisch verband. De verkoopcijfers en de ranking in de bestsellerlijsten worden op bepaalde tijdvakken gemeten, namelijk een keer per week (alle overige bestsellerlijsten) of een keer per maand (Zweden). De waarnemingen in deze studie worden uitgedrukt in absolute

getallen, dus het aantal verkopen per boektitel per jaar per land en welke ranking, maar ook in relatieve cijfers zoals verhoudingen (Scandinavische thrillers vs. overige boeken) en gemiddelden om de waarden te vergelijken.

4.4 Operationalisering

Een gedeelte van de data die wordt gebruikt voor deze studie, is in het verleden voor een groter wetenschappelijk onderzoek naar bestsellers verzameld en verwerkt. De data van de landen Frankrijk, Duitsland en de Verenigde Staten zijn verzameld, bewerkt en onderzocht voor de studie *Market Logic and Cultural Consecration in French, German and American Bestsellers* van Verboord (2011).

Alle bestsellerlijsten uit dit onderzoek zijn gebaseerd op verkoopcijfers per week, uitgezonderd Zweden. In Zweden worden er maandlijsten gepubliceerd op basis van verkoopcijfers.

De data van de Verenigde Staten zijn afkomstig van de Amerikaanse krant de New York Times. De gegevens van de Franse boekenlijst zijn afkomstig van de l'Express en de data van de Duitse bestsellerlijsten uit de krant Der Spiegel.

De data van de landen Zweden en Noorwegen waren alleen op papier beschikbaar en zijn voor deze studie digitaal verwerkt in een SPSS-bestand. De bestsellerlijst van Noorwegen is afkomstig van de Noorse website www.bokogsamfunn.no en behoort tot de Noorse boekenvakorganisatie. De data uit de Zweedse lijst is afkomstig van de website van de SVB (www.Svensk Bokhandel.se). De data van de landen Nederland, Italië, het Verenigd Koninkrijk waren tevens de afgelopen jaren verzameld en al digitaal ingevoerd. De Italiaanse data zijn afkomstig van Tuttolibri, de wekelijkse bijlagen van de Italiaanse krant La Stampa. In deze lijst staan Italiaanse en buitenlandse fictieboeken genoteerd op basis van de hoogste verkoopcijfers. De Nederlandse data zijn afkomstig van de CPBN, een Nederlandse boekenorganisatie. Uit de top 60 zijn wekelijks de fictieboeken geselecteerd. Dat betekent dat er geen heruitgaven van goedkope pockets in staan, non-fictieboeken en de goedkope paperbacks. De gegevens van de Engelse bestsellerlijst zijn afkomstig uit het Engelse boekenblad Bookseller. In deze boekenlijst zijn de verkoopdata opgenomen van de originele fictieboeken. Heruitgaven en pockets zijn dus niet meegerekend. De boeken in de Engelse lijst zijn veelal hardcover. Dit geldt overigens ook voor de boeken in de Amerikaanse bestsellerlijst. In het SPSS-bestand zijn de namen van de auteurs en de boeken geplaatst samen met het aantal weken dat zij in de bestsellerlijsten stonden en per tijdsperiode (meestal

een week) de plaatsing. Alle bestsellerlijsten in deze studie worden wekelijks geactualiseerd behalve de bestsellerlijst van Zweden. Deze bestsellerlijst verschijnt maandelijks. Deze bestanden zijn gekoppeld aan een ander bestand waarin vele namen van auteurs zijn verwerkt. Behalve de namen van de auteurs zijn tevens de kenmerken van de auteur verwerkt zoals de oorspronkelijke taal en het geslacht. De kenmerken van de auteurs zijn gevonden aan de hand van diverse internetbronnen en naslagwerken. De gegevens van de jaren 2005 en 2006 zijn gecombineerd net als de data van de jaren 2010 en 2011 aangezien het logischer is per periode een vergelijking te maken. Met de ingevoerde data zijn alle grafische berekeningen gemaakt in de vorm van kruistabellen en grafieken. Voor de eerste drie deelvragen behorend tot het thema "bestsellerlijsten" zijn de variabele bestsellerlijsten, de genres, landen van de auteurs, jaartallen en aantal weken in de lijst gebruikt. Voor het tweede thema "taal" zijn dezelfde variabele genoemd maar is de variabele bestsellerlijst vervangen door het variabele taalgebied. De resultaten uit de kruistabellen zijn overgenomen en verwerkt in andere tabellen om een duidelijkere en eenvoudige weergave te bieden.

4.5 Verwerking van de resultaten

De uitkomsten van de trendanalyse worden besproken in het hoofdstuk 5 de Resultaten in deze studie. De posities van de Scandinavische thrillers worden geanalyseerd en bewerkt met behulp van het statistische dataprogramma SPSS. Door het gebruik van dit programma is het mogelijk om een samenhang te signaleren tussen de posities in de bestsellerlijsten en taalgebieden in Europa en Amerika.

4.6 Onderzoeksperiode

De onderzoeksperiode van de posities van Scandinavische thrillers in de bestsellerlijsten wereldwijd wordt onderzocht over een periode van 6 jaar, tussen 2005 en 2011. Er is voor deze periode gekozen omdat de Scandinavische thrillers ongeveer 10 geleden jaar voor het eerst op de buitenlandse markt beschikbaar waren. Verder is er voor deze periode gekozen om een beeld te geven over een recente periode. Ten eerste wordt er in deze studie uitgegaan van een trend wat betekent dat er naar een aantal jaren worden gekeken over een middellange periode. Om een actueel en representatief beeld te creëren van de posities van Scandinavische thrillers in bestsellerlijsten worden de laatste jaren onderzocht.

4.7 Onderzoekseenheden

4.7.1 Landen

Ieder land in Europa heeft een eigen mediasysteem gebaseerd op onder andere de culturele en politieke invalshoeken van het land. Iedereen gebruikt en interpreteert media verschillend. Twee landen binnen dit onderzoek hebben Engels als eerste taal, namelijk de Verenigde Staten en de United Kingdom. De overige landen hebben een eigen eerste taal die niet vergelijkbaar is met de Engels taal en tot andere taalgebieden behoren. Verder worden verschillen en overeenkomsten zichtbaarder welke voortkomen uit de waarden van de oorspronkelijke cultuur zoals statistieken van boekverkopen. Het succes van de uitgeverijen is volledig afhankelijk van de consumentenbestedingen en is sterk gerelateerd aan meetbare factoren zoals economische groei en werkgelegenheid (Marketline,2012). Deze factoren komen terug in de mate van concurrentie binnen deze markt.

Frankrijk

Het afgelopen jaar (2011) groeide de Franse boekenmarkt met 3.6% en realiseerde een omzet van \$5.760,3 miljoen (Marketline, 2012). Daarmee heeft Frankrijk een aandeel van 18% in de Europese boekenmarkt. In 2008 en 2009 was er sprake van een enorme stijging in de Franse boekenmarkt van een respectievelijke 6,9% en 5,3%. In 2010 ging het beduidend slechter met een verlies van -0,5%. Ruim 58% van de verkochte boeken ging via retailers, gevolgd door de verkoop in supermarkten. De kopers binnen de Franse boekenmarkt worden omschreven als talrijk, klein en beschikken over weinig financiële middelen. Veel genres vertonen identieke overeenkomsten en zijn voor consumenten moeilijk te onderscheiden. Retailers hebben veelal alleen de bestverkopende boektitels op voorraad, waardoor de consument beperkt is in de keuze.

Duitsland

Duitsland heeft in 2011 het grootste aandeel (22%) binnen de Europese boekenmarkt (Marketline,2012) gehad. Daaruit werd een omzet van ruim \$7.053 miljoen gerealiseerd. Ruim 69% van alle boeken is verkocht in retailverband gevolgd door discountwinkels (15%).

Nederland

De Nederlandse boekenmarkt kromp in 2011 met 4.5% en leverde \$819.3 miljoen op (Marketline, 2012). Het aandeel van de Nederlandse boekenmarkt in Europees verband is 2.6% en daarmee een van de laagste. Ruim 76% van alle boeken werd verkocht in retailhandels gevolgd door discountwinkels met een aandeel van 8.4%.

Verenigde Koninkrijk

De boekenmarkt van het Verenigde Koninkrijk groeide in 2011 met een percentage van 3,3% voor het eerst sinds 2008 en leverde \$3.619,8 miljoen op (Marketline, 2012). Binnen de Europese boekenmarkt heeft het Verenigd Koninkrijk een aandeel van 11,3%. Minder dan de helft van alle boeken werd verkocht via retailers. Opvallend is dat 23,5% van de boeken werd verkocht via andere specialistische winkels.

Italië

Net als de Nederlandse boekenmarkt, kromp de Italiaanse boekenmarkt met 1,2% waarbij een omzet van \$ 10.523 miljoen werd behaald (Marketline,2012). Vanaf 2008 neemt de groei binnen de Italiaanse boekenmarkt af. Het aandeel binnen de Europese boekenmarkt is 11,4% in 2011. Het segment boeken binnen de Italiaanse uitgeverijenmarkt heeft een aandeel van 27,2% achter magazines (49,3%).

Verenigde Staten

De boekenmarkt van de Verenigde Staten had in 2011 een omzet van \$ 44.044,1 miljoen (Marketline, 2012). Binnen de uitgeverijen van de Verenigde Staten nemen boeken het grootste segment in met een aandeel van 50,8%. Op wereldniveau heeft de Verenigde Staten een aandeel van 18% binnen de globale uitgeverijenmarkt.

Zweden

Vanaf 2008 is er sprake van een daling van het aantal boekverkopen in Zweden. Gemiddeld worden er 10% minder boeken verkocht op jaarbasis (www.forlaggare.se). Om de boekensector toch te laten groeien is er besloten om het BTWpercentage te verlagen van 25% naar 6%. Veel Zweedse

consumenten kopen boeken via internetwinkels zoals amazone.com. Een positief punt is de toenemende export van Scandinavische boeken.

Noorwegen

In tegenstelling tot het buurland Zweden is er in Noorwegen in 2009 en 2010 wel een groei gemeten in het aantal boekverkoppen op jaarbasis (Den Norske Foreleggerforening). De meeste boeken worden verkocht via de boekwinkels maar de komst van het internet vormt een steeds grotere bedreiging. Vooral voor de traditionele boekenclubs die steeds minder verkopen. De omzet in Noorwegen was in 2010 6 miljard euro.

4.7.2 Bestsellerlijsten

Bestsellerlijsten refereren naar nieuwe gepubliceerde boeken, welke in grote hoeveelheden worden verkocht op basis van een vastgestelde ranking (Van Dijk, 2004). Op basis van verkoopgegevens per tijdsperiode worden er bestsellerlijsten vastgesteld. Bij het toekennen van de titel bestseller is, wordt nooit toegekend op basis van een vast aantal verkochte exemplaren van een boek zoals wel in de muzikwereld plaatsvindt in de vorm van een platinaplaat bij de verkoop van 2.000.000 exemplaren (. Het doel van een bestsellerlijst is een overzicht per tijdseenheid te geven van de meeste verkochte aantallen titels (Sorensen,2007). De bestsellerlijsten worden vervolgens gepubliceerd in kranten, tijdschriften en vakbladen en worden beschikbaar gesteld in verschillende databases. Een bestseller verschilt van een lang verkopend boek aangezien een lang verkopend boek voor een langere periode wordt gedrukt en te koop wordt aangeboden, terwijl een bestseller binnen kort termijn in grote aantallen wordt verkocht. De status van de bestsellerlijst wordt gerefereerd aan kwaliteit. De populariteit van een boek of van een auteur is gunstige informatie om te beslissen het boek te kopen omdat verondersteld wordt dat de kwaliteit hoog is. De bestsellerlijsten hebben ook sterke invloed op de consument waardoor de verkopen sterk geconcentreerd zijn op alleen de bestsellingproducten. Dit proces is van betekenis in het kader van de productvariëteit: Als de vraag naar bestsellers groter is, kan dat van invloed zijn op de niet-bestsellertitels waardoor de vraag en aankopen afnemen met als gevolg dat deze boeken steeds minder worden verkocht.

Succes om een plaats in de bestsellerlijsten te veroveren is nooit gegarandeerd maar gerichte marketingactiviteiten kunnen wel een bijdrage

leveren om een plaats te veroveren (Van Dijk, 2004). Een mogelijkheid die van Dijk noemt, is om activiteiten zoals adverteren in vakbladen, reviewcopies te sturen naar belangrijke mediaoutlets en een constante stroom van persberichten uit te geven voor en na de publicatie en in iedere activiteit de titel van het boek te noemen.

4.7.3 Genre

Het genre waarmee de Scandinavische boektitels bekendheid hebben gekregen, is de thriller, en een genre wat wereldwijd tot de topselling literatuur behoort (Scaggs, 2005). Een genre is een omvangrijke groep van fictie auteurs en/of specifieke titels die over dezelfde karakteristieken en kenmerken beschikken (Saricks, 2001). Deze boeken hebben specifiek eigen patronen. Genres zijn niet beperkt tot traditionele elementen zoals mysteries en romantiek, maar bevatten een grotere groep fictiepatronen die kenmerken en karakteristieke elementen delen zoals liefde en geweld. Zoals Saricks beschreef dat genres bestaan uit verschillende subgenres, vindt datzelfde proces plaats bij een crimefictie. Crime fictie is een onderdeel van het subgenre thriller (Vidovic & Hansen, 2009). Een thriller behoort tot het genre fictie. Ze bevatten elementen van andere genres zoals avontuur, actie of mysterie. Het subgenre thriller is eveneens op te delen in verschillende soorten. Een thriller kunnen we definiëren als een pakkend verhaal gericht op een plot gelegen in het gedetailleerde kader van een bijzondere groep dat helden en heldinnen plaatst in gevaarlijke situaties waaruit zij zichzelf moeten bevrijden. Een van de soorten thrillers is crime. Crime thrillers worden verteld vanuit de crimineel en staat veelal in relatie met de onderwereld. Een onbekende wereld voor de lezers maar wel een fascinerende wereld. Een ander kenmerk van crime is het niveau waarin de planning en toedracht wordt toegelicht. De focus van een crime boek ligt op de criminelen en hun ontsnapping. Een laatste specifiek element voor crimeboeken zijn de ingewikkelde plots en de wendingen aan het eind van het verhalen.

Trott (2008) legt uit welke basiselementen voor een verhaallijn van een thriller van belang zijn. Naar aanleiding van een gepleegd misdrijf, lost een detective het mysterie op. De misdaad kan gaan over zaken zoals moord, ontvoering of terroristische daden. De lezer wil altijd weten of de mysteries worden opgelost en de dader(s) worden gepakt, maar de belangrijkste reden zijn de aanwijzingen die naar de uiteindelijke uitkomst leiden. De lezer hanteert het gevoel van gerechtigdheid. Een tweede reden voor het kiezen van het genre thriller is het karakter van het hoofdpersonage, de detective. Het karakter van

het hoofdpersonage moet de lezers steeds dieper terugbrengen in de tijd en het verhaal om hen een geboeid beeld te kunnen laten vormen van de daad. De setting van de omgeving heeft betrekking op de locaties waar het verhaal zich afspeelt als reden nummer vier. Veel lezers willen meer te weten komen over een cultuur en nieuwe periodes die worden blootgelegd worden een mysterie. Voorbeelden zijn stedelijke omgevingen en geïsoleerde of exotische locaties.

De stemming van het boek houdt de aandacht van specifieke publieksgroepen en bevat tevens crossgenres zoals romantiek, fantasie of horror. Als laatste component noemt Trott de taal als belangrijke component omdat het lezers kan aantrekken maar ook kan afstoten door het taalgebruik en de schrijfwijze.

4.7.4 Scandinavische thriller

Sinds 2000 is er sprake van een versnelde opkomst van de Scandinavische thrillers toen de publishing company Klim door kreeg dat er veel vraag was naar Scandinavische televisieformats (Agger, 2010). De samenwerkingen met Europese partners maakten het eenvoudig om toegang te krijgen tot de buitenlandse markt en waren het begin van een reeks buitenlandse successen.

De Scandinavische thriller onderscheidt zich volgens experts van andere thriller boeken door de realiteit in de verhalen en de maatschappelijke misstanden die worden beschreven (Agger, 2010). Agger(2010) meent dat Scandinavische crimefiction is gebaseerd op de realiteit, waarbinnen maatschappelijke problemen worden gereflecteerd. Het concept van een realistisch genre biedt een benadering die over algemeen als een middel voor onderlinge verbondenheid tussen misdaadfiction en de samenleving wordt gezien waarbij het onderzoek wordt gedraaid naar de samenleving. Realisme is een van de belangrijkste onderdelen die Scandinavische boeken kenmerken, waarbij de verhouding met de maatschappij centraal staat.

Auteurs zoals Kim Smage, Anne Holt en Elsebeth Egmont focussen zich in hun boeken op vrouwen. Het genre crime fictie met een oriëntatie op het geslacht doordat het geschreven is door vrouwen, vrouwen de hoofdpersonen zijn in het verhaal of het verhaal een vrouwelijk standpunt of invalshoek vertegenwoordigt

5.Resultaten

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de dataverzameling en verwerking ervan weergegeven en gepresenteerd. Allereerst worden de resultaten per deelvraag gepresenteerd. De resultaten worden iedere paragraaf eerst weergegeven in de vorm van een tabel en worden vervolgens toegelicht.

De omvang van de onderzochte data betreft 4.208 boektitels en 1722 auteurs over de jaren 2005/2006 en 2010/2011. De meeste auteurs hadden in de onderzochte periode meerdere boektitels in de bestsellerlijsten staan. De resultaten van deze studie worden in het volgende hoofdstuk (6) uitgelegd wat het betekent voor deze studie en in relatie gebracht met de culturele processen.

5.2 Scandinavische auteurs in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten

Per land wordt over vier jaren (2005, 2006, 2010 en 2011) het aantal Scandinavische auteurs weergegeven die een plaats hadden in een of meer bestsellerlijsten van Duitsland, Nederland, Frankrijk, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Italië. Hieronder bespreek ik de resultaten van de Scandinavische landen een voor een.

Tabel 5.1. Overzicht Deense boektitels in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (n=1.722).

Bestsellerlijst	2005/2006	%	2010/2011	%	Totaal	Totaal %
Duitsland	0	0%	3	2,4%	3	1,3%
Nederland	0	0%	3	3,8%	3	2,0%
Noorwegen	4	1,1%	1	0,6%	5	0,6%
Zweden	1	2,9%	1	0,6%	2	1,3%
Frankrijk	0	0%	0	0%	0	0%
Italië	0	0%	0	0%	0	0%
Verenigd Koninkrijk	0	0%	0	0%	0	0%
Verenigde Staten	0	0%	0	0%	0	0%

In 2005 en 2006 stonden er Deense auteurs in de Scandinavische bestsellerlijsten van Noorwegen (4) en Zweden (1). In de periode 2010/2011 stonden er in zowel in de Duitse als in de Nederlandse bestsellerlijst drie Deense auteurs. In de bestsellerlijsten van Noorwegen en Zweden staat maar een

Deense auteur genoteerd. In de overige Europese bestsellerlijsten en die van de Verenigde Staten staan geen Deense auteurs genoteerd.

Tabel 5.2. Overzicht Zweedse boektitels in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (n=1.722)

	2005/2006	%	2010/2011	%	Totaal	Totaal %
Frankrijk	4	1,4%	14	4,5%	28	3,0%
Duitsland	8	2,9%	6	2,4%	14	3,0%
Nederland	5	3%	17	7,1%	22	5,6%
Verenigde Staten	0	0	7	1,9%	7	0,9%
Verenigd Koninkrijk	0	0	3	0,5%	3	0,5%
Italië	3	1,1%	14	5,9%	17	3,2%
Noorwegen	27	10,5%	30	19,4%	57	39,5%
Zweden	96	50%	106	56%	202	37,2%

Het aandeel van de Zweedse auteurs in Europa en de Verenigde Staten tussen 2005 en 2011 is groter dan van de Deense auteurs. In de periode 2005/2006 stonden er vier Zweedse auteurs in de Franse bestsellerlijst. In de Duitse bestsellerlijst stonden acht Zweedse auteurs vermeld en in de Nederlandse lijst waren er vijf auteurs van Zweedse afkomst genoteerd. In de Italiaanse bestsellerlijst werden er drie noteringen ingenomen door de Zweedse auteurs. De Zweedse auteurs waren het meest nadrukkelijk aanwezig in hun eigen bestsellerlijst met 96 noteringen en 23 noteringen in de Noorse bestsellerlijst. In 2010/2011 vond er een stijging plaats van het aantal boeken wat in de Scandinavische bestsellerlijsten heeft gestaan. In de Zweedse bestsellerlijst stonden 106 Zweedse auteurs en dertig in de Noorse bestsellerlijst. In 2010/2011 hadden de Zweedse auteurs verschillende noteringen in de Europese en Amerikaanse hitlijsten. De meeste noteringen waren de Nederlandse (17) bestsellerlijst gevolgd door de Italiaanse bestsellerlijsten (14). In 2010/2011 hadden de Zweedse auteurs voor het eerst verschillende noteringen te pakken in de Verenigde Staten (7) en het Verenigd Koninkrijk (3). In de Italiaanse bestsellerlijst is tevens een stijging merkbaar van elf noteringen meer dan in de periode 2005/2006. In de Duitse lijst vond er een afname plaats van acht naar zes noteringen in 2010-2011.

Tabel 5.3. Overzicht Noorse boektitels in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (N= 1.722).

	2005/2006	%	2010/2011	%	Totaal	Totaal %
Frankrijk	0	0%	0	0,3%	1	0,2%
Duitsland	1	0,9%	4	1,2%	5	1,1%
Nederland	1	0,6%	4	1,2%	5	1,3%
Verenigde Staten	0	0%	1	0,2%	1	0,1%
Verenigde Koninkrijk	0	0%	2	0,5%	2	0,3%
Italië	1	0,4%	1	0,4%	2	0,4%
Noorwegen	80	57,9%	54	35,7%	124	19,3%
Zweden	4	2%	11	5,9%	15	14,7%

De Noorse auteurs hadden in 2005/2006 en 2010/2011 weinig noteringen in de onderzochte Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten. In 2005/2006 stond er zowel in de Nederlandse, Duitse en de Italiaanse bestsellerlijsten maar een notering vermeld voor de Noorse auteurs. De Noorse auteurs waren in grote getale aanwezig in hun eigen bestsellerlijst met 80 noteringen. In de Zweedse bestsellerlijst stonden er maar vier noteringen voor de Noorse auteurs.

In 2010/2011 waren er meer noteringen in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten waarvan er vier in zowel de Duitse als de Nederlandse bestsellerlijst. In de Engelse hitlijst komen de Noorse auteurs twee keer voor en ze hebben een notering in de Italiaanse en Amerikaanse bestsellerlijsten. In de Scandinavische bestsellerlijsten staan in de perioden 2010/2011 de meeste noteringen voor de Noorse auteurs in de Noorse (124) bestsellerlijsten. In de Zweedse bestsellerlijst hadden de Noorse auteurs vijftien noteringen.

Tabel 5.4. Overzicht Finse boektitels in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (N=1.722).

	2005/2006	%	2010/2011	%	Totaal	Totaal %
Frankrijk	1	0,3%	3	1%	3	0,7%
Duitsland	1	0,4%	0	0	1	0,2%
Italië	1	0,4%	0	0	1	0,2%
Noorwegen	2	0,6%	1	0,7%	3	1,1%
Zweden	6	3,2%	3	1,4%	9	2,3%
Nederland	0	0	0	0	0	0%
Verenigd Koninkrijk	0	0	0	0	0	0%
Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0%

De Finse auteurs hadden in de onderzochte jaartallen het minste aantal vermeldingen in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten. In de periode 2005/2006 was er een vermelding in de Franse, de Duitse en de Italiaanse bestsellerlijsten. In de Scandinavische landen Noorwegen en Zweden hadden de Finse auteurs meer noteringen namelijk twee in Noorwegen en zes in Zweden. In de periode 2010/2011 was er alleen een vermelding in de Franse bestsellerlijst (3), in 2011 in dezelfde lijst waren er twee vermeldingen. Verder hebben zij nog enkele noteringen in de Zweedse (3) en Noorse (1) bestsellerlijsten gehad.

Achter de absolute aantallen zijn de relatieve getallen weergegeven als het aandeel dat de Scandinavische auteurs hebben in de verschillende Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten. De percentages geven aan dat de Scandinavische auteurs in de bestsellerlijsten in hun eigen land het grootste aandeel hebben in de bestsellerlijst. In de bestsellerlijsten van de overige landen hebben de Scandinavische auteurs een zeer klein aandeel.

5.3 Het genre thriller in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten

In de tabel 5.5 wordt het aantal Scandinavische auteurs weergegeven die hoofdzakelijk boeken schrijven die behoren tot het genre crime en mysterie en een of meerdere posities innemen in de bestsellerlijsten in Europa.

Tabel 5.5. Overzicht Scandinavische auteurs in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten actief in het genre crime en mysterie in percentage tussen 2005 en 2011 (N=1.722).

Bestsellerlijst	Noorwegen	Zweden	Denemarken	Finland
Frankrijk	0,7%	10,8%	0%	0%
Duitsland	2,6%	6,5%	3,2%	0,6%
Nederland	2,1%	8,9%	4,2%	0%
Verenigde Staten	0,2%	1,7%	0%	0%
Verenigd Koninkrijk	0,6%	0,9%	0%	0%
Italië	0,5%	7,6%	0%	0%
Noorwegen	36,3%	27,5%	2%	0%
Zweden	5,3%	54,7%	1%	0%
Totaal	0,9%	4,7%	0,9%	0,1%

Het grootste aandeel Scandinavische auteurs die thrillerboeken schrijven en een notering hebben in de bestsellerlijsten zijn de Noorse en de Zweedse auteurs. Het aandeel Noorse auteurs die boektitels schrijven die behoren tot het

genre crime en mysterie is 36% in de Noorse bestsellerlijst. In de andere Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten, staan er weinig Noorse thrillerboeken in. In de Duitse (2,6%) en de Nederlandse (2,1%) bestsellerlijst staan de meeste Noorse thrillerboeken genoteerd.

De Zweedse auteurs die boektitels hebben geschreven behorend tot het genre crime hebben het grootste aantal boektitels in de Zweedse bestsellerlijst (54,7%). Ook in de Noorse bestsellerlijst hebben de Zweedse thrillerboeken een aandeel van 27% ten opzichte van de overige genres in de bestsellerlijst. De Zweedse thrillerboeken komen tevens regelmatig voor in de Franse (10,8%), de Nederlandse (8,9%) en de Italiaanse (7,6%) bestsellerlijst.

De Deense auteurs hadden de meeste thrillerboeken in de Nederlandse (4,2%) en de Duitse (3,2%) bestsellerlijst terwijl zij in een aantal buitenlandse bestsellerlijsten niet voorkomen zoals de Italiaanse en Amerikaanse. Dit laatste is tevens van toepassing op de Finse auteurs die alleen in de Duitse (0,1%) bestsellerlijst voor kwam met thrillerboeken. De Finse auteurs komen wel in de onderzochte Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten voor maar niet met boeken die behoren tot het genre thriller.

5.4 De Scandinavische thriller en de mate van succes

De derde deelvraag heeft betrekking op de mate van succes die de Scandinavische auteurs hebben op de bestsellerlijsten. Om de mate van succes te meten, wordt er gekeken naar twee verschillende variabelen die de mate van succes weergegeven. Ten eerste is er onderzocht hoeveel nummer één posities de Scandinavische auteurs hebben ingenomen en de tweede maatstaf is het aantal weken dat ze in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten stonden. In het overzicht hierboven zijn alleen de weken opgenomen waarin de auteurs een nummer één klassering innamen.

Tabel 5.6. Overzicht Scandinavische auteurs met een nummer één positie in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (N=1.722).

Lijst land	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totaal
Denemarken											
Duitsland	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2
Frankrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Noorwegen											
Noorwegen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zweden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verenigd Koninkrijk											
Verenigd Koninkrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Zweden	Frankrijk	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	4
	Duitsland	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Nederland	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3
	VS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	Noorwegen	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4
	Zweden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Verenigd Koninkrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Noorwegen	Verenigd Koninkrijk	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Noorwegen	8	2	2	0	1	0	1	1	2	1	18
	Frankrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Duitsland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Italië	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Zweden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finland	Verenigd Koninkrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Noorwegen	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	3
	Frankrijk	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
	Duitsland	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Italië	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Zweden	0	0	2	2	0	0	4	0	0	0	8
	Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal		16	8	9	1	3	0	3	7	2	1	50

De Deense auteurs hadden in de onderzochte jaren twee keer een nummer een positie veroverd in de Duitse bestsellerlijsten, namelijk voor drie en zeven weken.

De Zweedse auteurs hadden in meerdere onderzochte Europese en de Amerikaanse bestsellerlijsten een nummer één klassering. In de Franse bestsellerlijst is er een boektitel geweest, geschreven door een Zweedse auteur, die een week op nummer een heeft gestaan. Er zijn twee Scandinavische auteurs die twee weken de hoogste positie hebben behaald en een Zweedse auteur die drie weken op een nummer een positie heeft gestaan. In de Duitse bestsellerlijst is er een Zweedse schrijver die één week op nummer een heeft gestaan. In de Nederlandse lijst zijn er twee Zweedse auteurs die een nummer één positie hebben behaald, waarvan er een boektitel twee weken op nummer één heeft gestaan en een boektitel drie weken op de nummer één positie heeft gestaan.

De Noorse auteurs hebben alleen in de Engelse bestsellerlijst een nummer één positie gehaald op hun eigen land na. In de Noorse bestsellerlijst behaalden meer dan achttien Noorse auteurs de hoogste klassering. De Finse auteurs hebben helemaal geen nummer één positie behaald in de onderzochte jaren.

Tabel 5.7. Overzicht Scandinavische auteurs aantal weken in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (N=1.722).

Scandinavisch land	Bestsellerlijst	1-4	5-8	9-12	13-16	17-20	21-24	25-28	29-32	33-36	37-40	41-44	45-52	Totaal
Denemarken	Nederland	3	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	7
	Duitsland	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	4
	Noorwegen	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	Frankrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Zweden	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Verenigd Koninkrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zweden	Italië	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Frankrijk	7	2	3	4	1	0	0	0	0	0	0	0	17
	Duitsland	9	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	14
	Nederland	6	7	2	2	0	1	1	0	0	0	1	2	22
	Verenigde Staten	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
	Verenigd Koninkrijk	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	Italië	13	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Noorwegen	Zweden	68	11	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	81
	Noorwegen	14	18	7	4	0	0	0	0	0	0	0	0	43
	Frankrijk	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	Duitsland	5	2	1	8	0	0	0	0	0	0	0	0	16
Finland	Nederland	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	UK	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Italië	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Zweden	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
	Noorwegen	57	24	16	11	3	1	0	1	0	0	0	0	113
	Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Verenigd Koninkrijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal	Verenigde Staten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Frankrijk	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	Duitsland	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Italië	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Zweden	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Noorwegen	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal		203	75	34	31	6	3	1	1	0	0	1	4	349

Een tweede belangrijk meetinstrument is voor een periode van hoeveel weken de Scandinavische auteurs in de bestsellerlijsten staan. In de

bovenstaande tabel 5.7 er wordt weergegeven hoeveel weken de Scandinavische boeken in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten staan. Om de tabel overzichtelijk te houden, is er gekozen om per vier weken als een periode te beschouwen. In de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten zien we dat de Deense auteurs weinig voorkomen. Zij staan wel voor een periode van één tot vier weken in de Nederlandse bestsellerlijst. Een Deense auteur is het gelukt om een jaar lang in de Duitse bestsellerlijst te blijven, wat een opmerkelijk resultaat genoemd mag worden.

De Zweedse auteurs hebben de meeste buitenlandse noteringen in de Nederlandse bestsellerlijst (22) waar tevens de langste periode wordt behaald in de bestsellerlijst. De Zweedse auteurs hebben de meeste noteringen in hun eigen bestsellerlijst met 81 stuks.

De Noorse auteurs hebben het langste aantal weken in de Duitse bestsellerlijst gestaan (16 weken). De Noren spannen de kroon met de 113 vermeldingen in de Noorse bestsellerlijst. Zoals de tabel aangeeft staan de Noorse auteurs voor een korte periode in de bestsellerlijst waardoor dit hoge aantal mogelijk is.

De Finse auteurs hebben niet voor een lange periode in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten gestaan maar waren wel voor een periode van één tot vier weken te vinden in de bestsellerlijsten van Duitsland en Italië. In de lijsten van Noorwegen en Zweden waren de Finse auteurs zelf vijf tot acht weken aanwezig. In totaal hebben 349 Scandinavische auteurs een of meerdere posities in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten gehad.

5.4 Taalgebieden

De deelvragen vier tot zes hebben betrekking op het thema taalgebieden. In de eerste deelvraag (deelvraag 4) wordt er per taalgebied gepresenteerd hoeveel boektitels er per land in de bestsellerlijsten een positie hebben ingenomen. In deelvraag 5 wordt er per onderzocht periode van twee jaar het aantal naar de verschillende taalgebieden gepresenteerd. In de laatste paragraaf wordt er per taalgebied het genre gepresenteerd.

5.5 Scandinavische boektitels in Europese en Amerikaanse taalgebieden

In tabel 5.8 zijn het aantal Scandinavische boektitels weergegeven die in de periode van 2005 tot 2011 in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten

stonden. Behalve de Scandinavische boektitels zijn tevens de Engelse, de Franse en de Duitse boektitels in de tabel weergegeven om een vergelijking te maken. De Scandinavische boektitels worden dus in verhouding gebracht met drie talen behorend tot het wereldvertaalsysteem die daarin een centrale rol spelen.

Tabel 5.8. Overzicht Scandinavische boektitels in diverse Europese en Amerikaanse taalgebieden tussen 2005 en 2011 (N=4.208).

	Frank-rijk	Duits-land	Neder-land	Verenigde Staten	Verenigd koninkrijk	Italië	Noor-wegen	Zweden	Totaal
Scandina-vische taal	4,9%	5,8%	6,9%	1,0%	1,0%	3,8%	59,5%	62,9%	
Engelse taal	33,8%	48,2%	43%	97,6%	97,8%	37%	32,1%	29,5%	
Frans taal	54,4%	4,9%	2,5%	0,3%	0,2%	6,3%	1,0%	1,6%	
Duitse taal	1,0%	33,8%	1,8%	0%	0%	1,7%	1,8%	1,4%	

De meeste Scandinavische boektitels komen in de Scandinavische taalgebieden voor. In Zweden (62,9%) en Noorwegen (59,5%) hebben zij het grootste aandeel. Maar in de andere Europese taalgebieden hebben de Scandinavische boektitels ook een aandeel. In Nederland en Duitsland was het aandeel van de Scandinavische boektitels het grootst terwijl in de Engelstalige taalgebieden Scandinavische boektitels relatief weinig voorkomen. In vergelijking met de centrale talen binnen het wereldvertaalsysteem speelt alleen de Engelse taal een belangrijke rol in andere onderzochte taalgebieden.

De overige talen Frans en Duits hebben een groot aandeel in hun eigen taalgebieden maar in de onderzochte buitenlandse taalgebieden worden deze boektitels in minder mate verkocht.

De Scandinavische boektitels hebben in de gehele Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten een aandeel van 3,8%. Het verschil met de Duitse taal is 1,5% meer voor de Duitse boektitels in de buitenlandse taalgebieden. De Engelstalige boektitels hebben met afstand het grootste aandeel in de buitenlandse taalgebieden met een aandeel van 63,9%.

5.6 De opkomst Scandinavische thrillers per taalgebied

In deze deelvraag wordt er over vier jaren onderzocht, in welke mate de taalgebieden een rol spelen in de opkomst van de Scandinavische trillerboeken. In 2005/2006 waren de meeste posities (11) van boeken geschreven door Scandinavische auteurs in het Duitse taalgebied.

Tabel 5.9. Overzicht Scandinavische boektitels actief in taalgebieden per jaar in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (n= 4.208).

Jaar	Taalgebied	Aantal	Totaal % 2005-2006
2005/2006	Noorwegen	116	70,7%
	Zweden	111	58%
	Frankrijk	7	2,3%
	Duitsland	11	5%
	Nederland	6	3,8%
	Italië	5	1,9%
	Verenigd Koninkrijk	0	0%
	Verenigde Staten	0	0%
	Totaal	144	1,9%
	2010/2011	Noorwegen	88
Zweden		116	65,9%
Frankrijk		26	7,4%
Duitsland		16	6,5 %
Nederland		32	13,2%
Verenigde Staten		8	1,9%
Verenigd Koninkrijk		6	1,5%
Italië		15	5,8%
Totaal		307	5,3%

Ook het Nederlandse (6) en Franse (7) taalgebied waren er enkele Scandinavische boeken in de bestsellerlijsten te vinden. In de Italiaanse bestsellerlijst waren vijf Scandinavische boektitels te vinden. In de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk waren geen boeken van Scandinavische auteurs in de lijsten te vinden.

In de periode 2010/2011 was de grootste toename van Scandinavische boeken in Nederlandse (26), Franse (19) en Italiaanse taalgebieden (10). In het Duitse taalgebied is er weinig veranderd betreft het aantal noteringen in de bestsellerlijst ten opzichte van eerdere jaren (5). Wel zijn er voor het eerst Zweedse boektitels doorgebroken in de Engelstalige taalgebieden namelijk het Verenigd Koninkrijk (6) en de Verenigde Staten(8).

Tabel 5.10. Overzicht Scandinavische boektitels met een nummer een positie in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (N=4.208).

	Frankrijk	Duitsland	Neder-land	Verenigde Staten	Verenigd Koninkrijk	Italië	Noor-wegen	Zweden	Totaal
Scandinavisch	10,6%	7,7%	0%	1,3%	2,0%	0%	76,9%	83,3%	2,8%
Engels	26,3%	46,2%	62,5%	98,7%	98%	53,3	0%	8,3%	81,8%
Frans	52,6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5,5%
Duits	0%	38,5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2,8%

In tabel 5.10 staan het aantal Scandinavische boektitels weergegeven die een nummer een positie hebben behaald in verschillende Europese en Amerikaanse taalgebieden. In deze tabel worden tevens de boektitels van de Engels, de Frans en de Duits taal weergegeven omdat deze een centrale rol

spelen binnen het wereldvertaalsysteem waarmee een vergelijking wordt gemaakt om de mate van succes te bepalen. De meeste nummer een posities zijn behaald in Frankrijk en Duitsland. In vergelijking met de Engelstalige boektitels, geven de data weer dat zij in alle onderzochte Europese en Amerikaanse taalgebieden de hoogste positie innemen in tegenstelling tot de Duitse en Franstalige boeken.

5.7 Het genre thriller per taalgebied in Europa en de Verenigde Staten

In de laatste kruistabel wordt er per genre specifiek het aantal boektitels aangegeven in de verschillende taalgebieden in de periode tussen 2005 en 2011.

Tabel 5.11. Overzicht Scandinavische boektitels actief in het genre crime en mysterie per taalgebied in Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011 (N=4.208).

	Frankrijk	Duitsland	Nederland	Verenigde Staten	Verenigde Koninkrijk	Italië	Noorwegen	Zweden	Totaal
Scandinavisch	15,1%	13,6%	16,8%	1,9%	1,8%	8,1%	68,6%	64,1%	65,8%
Engels	55,4%	63%	51,8%	97,8%	97,5%	44,2%	29,4%	35,9%	33,5%
Frans	25,2%	0,6%	0%	0%	0%	8,1%	0%	0%	0%
Duits	0,7%	18,8%	1,6%	0%	0%	2,0%	0%	0%	0%

De Scandinavische boektitels behorend tot het genre thriller stonden het meest in de Zweedse (64,4%) en Noorse (68,6%) taalgebieden. Het aandeel in de overige onderzochte taalgebieden is het grootst in Frankrijk (15,1%) en Nederland (16,8%). De Engelstalige thrillerboeken hebben in vele buitenlandse bestsellerlijsten het grootste aandeel waarbij in de Engelstalige gebieden, de Engelstalige boeken bijna de gehele bestsellerlijst in beslag nemen.

De grote van het aandeel in van de Engelstalige boeken in buitenlandse taalgebieden is 63% in de Duitse bestsellerlijst en 55% in de Franse bestsellerlijst. De Engelstalige boektitels hebben in de onderzochte Europese en Amerikaanse taalgebieden het grootste aandeel en heeft daarmee het grootste aandeel van alle buitenlandse taalgebieden in andere talen in de onderzochte Amerikaanse en Europese bestsellerlijsten. De thrillerboeken van Franse en Duitse afkomst komen ter vergelijking met de Scandinavische boektitels weinig voor in de overige onderzochte taalgebieden behalve hun eigen taalgebied.

6. Conclusie

6.1 Inleiding

In deze wetenschappelijke studie is er gekeken naar de opkomst van Scandinavische thrillerboeken in verschillende Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten van de jaren 2005, 2006, 2010 en 2011. Er is in deze studie specifiek onderzocht of de mate van succes van de Scandinavische thrillers in verband staat met taalgebieden. Allereerst wordt de centrale onderzoeksvraag, die de rode lijn in de gehele studie vormt in de paragraaf hieronder aangehaald. Vervolgens wordt de centrale onderzoeksvraag beantwoord aan de hand van de gepresenteerde resultaten in het hoofdstuk resultaten. Aan de hand van de conclusie wordt er een terugkoppeling naar de beschreven theorie gemaakt en beoordeeld in welke mate die van toepassing is op de gevonden resultaten. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een paragraaf waarin aanbevelingen voor vervolgonderzoek worden beschreven waarna diverse discussiepunten de revue passeren aan de hand van de resultaten.

6.2 Conclusie

Aan het begin van deze studie werd de onderstaande onderzoeksvraag geformuleerd:

In welke mate is het aantal Scandinavische thrillers in bestsellerlijsten wereldwijd toegenomen tussen 2005 en 2011 en in hoeverre verschilt deze toename tussen taalgebieden en landen?

6.3 Deelvraag 1: ***hoeveel Scandinavische auteurs staan er in de buitenlandse bestsellerlijsten die een of meerdere boeken in het genre thriller hebben uitgegeven?***

Aan de hand van de gepresenteerde resultaten hebben verschillende Scandinavische landen vanaf 2005 in verschillende Europese hitlijsten diverse posities ingenomen. De Scandinavische auteurs hebben een aandeel van 3.5 % in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten met uitzondering van de Scandinavische bestsellerlijsten tussen 2005 en 2011. In de Scandinavische bestsellerlijsten hebben de Scandinavische thrillerboeken een aandeel van 50.5% in de periode tussen 2005 en 2011. Van alle Scandinavische landen zijn de thrillers afkomstig van Zweedse auteurs het meest frequent in de

bestsellerlijsten terug te vinden. De Zweedse auteurs komen vanaf 2005 voor in de Franse, de Nederlandse, de Duitse en de Italiaanse hitlijsten. De Noorse schrijvers hebben minder boektitels dan de Zweedse auteurs in de bestsellerlijsten maar zijn voornamelijk populair in Duitsland en Nederland. Vanaf 2010 komen de Deense en de Finse auteurs vaker voor in de Europese bestsellerlijsten. Enkele bekende auteurs uit Scandinavië die regelmatig in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten voorkomen zijn Jussie Adler-Olsen (Denemarken), Lars Kepler (Noorwegen), Camilla Lackberg (Zweden) en Arto Paasilinna (Finland). De Deense auteurs komen in het bijzonder voor in de Nederlandse en Duitse bestsellerlijsten terwijl de Finse auteurs behalve in de Duitse bestsellerlijst, het meest voorkomen in de Franse en Italiaanse bestsellerlijsten.

Opvallend resultaat van mijn studie is dat weinig Scandinavische thrillerboeken in de bestsellerlijsten in de Engelse en de Amerikaanse lijsten voorkomen. Dit resultaat is een vorm van het concept cultural centrality (Thiessen & Looker, 2008). Het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten zijn landen waar jaarlijks vele thrillerboeken worden geproduceerd door auteurs van eigen bodem. De boekenindustrie in deze landen behoort tot de grootste van de wereld. Het is dus moeilijk voor buitenlandse auteurs om in een bestsellerlijst een of meerdere positie(s) te veroveren, die economisch en cultureel zeer goed ontwikkeld is. Het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten hebben beide een zeer sterke positie binnen hun eigen boekenmarkt waardoor het voor Scandinavische auteurs moeilijker is om in de bestsellerlijst een positie te veroveren (Thiessen & Looker, 2008).

6.4 Deelvraag 2: *welk aandeel hebben de Scandinavische auteurs die het genre thriller schrijven in de buitenlandse bestsellerlijsten ten opzichte van andere nationaliteiten?*

Aan de hand van de resultaten kunnen we concluderen dat de Scandinavische thrillerboeken een groot deel van de Europese markt bedienen. Ook op de Amerikaanse markt krijgen de Scandinavische auteurs steeds meer voet aan de grond, maar de markt die zij bedienen qua aantal verkopen van boektitels is tot op heden kleiner dan in Europa. In de periode tussen 2005 en 2011 is het aandeel van de Scandinavische auteurs die thrillerboeken schrijven vergroot en worden dus een steeds grotere concurrent van de Engelstalige thrillerboeken. Deze thrillerboeken zijn altijd aantrekkelijk over de gehele wereld aangezien het

genre mensen aanspreekt. Het genre thriller is voor veel mensen aantrekkelijk om te lezen. Het aandeel thrillerboeken in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijst verschilt weinig in vergelijking met de overige boekgenres die in de lijsten staan. Het genre thriller behoort al geruime tijd wereldwijd tot een van de bestverkochte vormen van literatuur. Voordat de Scandinavische auteurs dit genre massaal gebruikten, stonden voornamelijk de Amerikaanse auteurs erom bekend om literatuur in dit genre te schrijven en te publiceren. Maar op basis van welke kenmerken onderscheidt een Scandinavische thriller zich van andere thrillers zoals van Amerikaanse of Engelse auteurs? Veel van de Scandinavische thrillers zijn gebaseerd op maatschappelijke misstanden in de samenleving (Agger, 2009). Voorbeelden hiervan zijn de rol van vrouwen (Liza Marklund en Camilla Lackberg) en kritische crime fiction waar de nadruk wordt gelegd op de waarden en normen in de samenleving (Stieg Larsson en Henning Mankell).

De rol van de receptietheorie is in deze studie duidelijk naar voren gekomen aangezien alle data zijn gebaseerd op verkoopcijfers waarbij de smaak, in dit geval van thrillerboeken, van de consument centraal staat. Crane (2002) maakt een onderscheid tussen twee subprocessen die plaatsvinden binnen de receptietheorie. Ten eerste is er sprake van homogeniteit van culturen waarbij culturen steeds meer elementen overnemen van elkaar. Daarnaast speelt hybridisatie een rol waarbij eveneens culturele elementen van andere culturen worden overgenomen met als resultaat dat de culturen diverser worden. De receptietheorie laat zien dat door het overnemen van culturen eveneens culturele producten worden overgenomen omdat mensen ze beter begrijpen en zich kunnen verplaatsen en identificeren met het culturele product. Thrillerboeken hebben een aantal overeenkomsten maar verschillen eveneens van elkaar. Een misdaad en de weg naar de oplossing zijn de overeenkomsten die Scandinavische thrillers hebben met overige thrillers. Onderscheid wordt gemaakt op basis van de maatschappelijke problemen en kwesties die worden beschreven.

Mogelijk kunnen we het succes van de Scandinavische thrillers toeschrijven aan het proces van culturele globalisering maar om dit vast te stellen, is meer onderzoek nodig.

6.5 Deelvraag 3: de Scandinavische thriller en de mate van succes

De mate van succes verschilt per bestsellerlijst en dus per land. In de Scandinavische bestsellerlijsten staan Scandinavische boektitels zelden voor een

periode van vier weken op de hoogste positie. Wel staan de Scandinavische boektitels voor een langere periode in de Scandinavische bestsellerlijsten. In de Europese en Amerikaanse bestsellerlijst wordt eveneens weinig langdurig de hoogste positie behaald. De meeste Scandinavische thrillers staan maximaal twee tot drie weken in de buitenlandse bestsellerlijsten op de hoogste positie. Het merendeel van de Scandinavische thrillerboeken staat niet langer dan vier weken in de buitenlandse bestsellerlijsten. In landen zoals Nederland en Duitsland staan de thrillerboeken in een aantal gevallen voor een langere periode in de bestsellerlijsten. Auteurs die bijvoorbeeld voor een langere periode in de Nederlandse bestsellerlijsten hebben gestaan, zijn Henning Mankell en Jussie Adler-Olsen. Stieg Larsson heeft zelfs met drie boektitels in de periode 2010/2011 in de Nederlandse bestsellerlijst gestaan, namelijk met "*Mannen die vrouwen haten*", "*Gerechtigdheid*" en "*De vrouw die met vuur speelde*", waarvan er meer dan 222.000 exemplaren per titel zijn verkocht (CPBN,2010). De mate van succes in buitenlandse bestsellerlijsten is aan de hand van verschillende culturele processen verklaarbaar. Culturele flows en networks zorgen voor een stijging van niveaus waarbij de landsgrenzen vervagen. Dit proces maakt het steeds eenvoudiger om culturele producten de grens over te krijgen. Crane (2002) geeft tevens aan dat nationale en regionale culturen steeds meer overnemen op het gebied van taal en cultuur waardoor er een globale cultuur ontstaat. Binnen deze globale cultuur vindt een toename plaats van Scandinavische boektitels. Op basis van eerdere successen van Scandinavische thrillerboeken, is er steeds meer vraag door uitgeverijen, sales agenten en consumenten naar steeds meer boektitels in het genre thriller van Scandinavische afkomst. Verder speelt bij de mate van succes tevens de receptietheorie een rol. Crane (2002) geeft weer dat het publiek vanuit de receptietheorie de context van verschillende variaties interpreteert en daarbij zelf maatschappelijke karakteristieken toepast zoals klasse, leeftijd en geslacht tijdens het interpretatieproces. Binnen de Scandinavische thrillerverhalen kan het publiek zich dus een interpretatie vormen. Als laatste geeft Crane (2002) aan dat landen in toenemende mate multicultureel worden. Transnationale culturele producten zoals Scandinavische thrillers vervullen dan een belangrijke rol in het creëren van een betekenis voor culturele identiteit die de nationale identiteit doorkruist. Dit zijn verschillende verklaringen die een rol spelen in de mate van succes van de Scandinavische triller in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten over de periode van 2005 tot 2011.

In zowel de Scandinavische, de Europese en de Amerikaanse bestsellerlijsten nemen veelal dezelfde auteurs een (hoge) positie in. Namen die regelmatig voorkomen in de bestsellerlijsten zijn Jussie Adler-Olsen (Denemarken), Per Olov Enquist (Zweden), Camilla Lackberg (Zweden) en Stieg Larsson (Zweden).

6.6 Deelvraag 4: de opkomst Scandinavische thrillers per taalgebied

Bij de vorige deelvragen was deze studie gericht op de posities in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten. In de komende deelvragen ligt de focus op de verschillende taalgebieden in Europa en de Verenigde Staten en op de vraag in welke mate deze een rol spelen in de mate van het succes van de Scandinavische thrillerboeken. De resultaten geven weer dat de taalgebieden die dichtbij Scandinavië liggen qua afstand, Scandinavische boektitels een hogere mate van succes hebben. Behalve de verschillende taalgebieden, speelt tevens de geografische afstand een rol. Een uitzondering is het Verenigd Koninkrijk. De mate van populariteit van de Scandinavische boeken in de Europese taalgebieden wordt verklaard door de invloed van taal en cultuur in het verspreidingsproces van culturele goederen. Dit sluit aan bij het concept culturele nabijheid. La Pastina en Straubhaar (2005) beargumenteren dat mensen een voorkeur hebben voor culturele producten, waaronder boeken, die in hun eigen land geproduceerd worden. Dit betekent dat de taal en de cultuur een belangrijke rol spelen bij de acceptatie van culturele goederen. In de Scandinavische thrillerboeken zijn de culturele elementen en de taal in een hoge mate herkenbaar voor de Scandinavische consumenten waardoor hun voorkeur voor de boeken toeneemt ten opzichte van boeken die geschreven zijn door auteurs die niet afkomstig zijn uit Scandinavische landen. De uitkomsten in deze studie laten dit beeld ook zien. Er stonden minder buitenlandse boektitels in de bestsellerlijsten van Scandinavische afkomst. In de Scandinavische bestsellerlijsten stonden meer Scandinavische titels dan in de overige bestsellerlijsten waarbij de Zweedse thrillerboeken het grootste aantal bevatten. De resultaten geven dus weer dat de Scandinavische thrillers zeer worden gewaardeerd door de Scandinavische lezers en dat de Scandinavische boeken het populairst zijn in Scandinavië zelf. La Pastina en Straubhaar (2005) geven verder aan dat mensen een voorkeur hebben voor producten die de meeste overeenkomsten vertonen met hun eigen taal en cultuur wanneer een eigen productie van culturele producten niet mogelijk is. Dit verklaart het succes in de omringende landen van Nederland en Duitsland en de geringe mate van succes

in het Verenigd Koninkrijk. De Nederlandse en Duitse taal en cultuur bieden meer overeenkomsten dan bijvoorbeeld de Franse en Italiaanse cultuur. De taal speelt echter in dit resultaat een kleine rol aangezien alle boeken worden vertaald naar de oorspronkelijke taal van het land of naar de wereldtaal Engels. De cultuur lijkt dus een omvangrijkere en specifieke rol te spelen aangezien landen als Italië en Frankrijk betreft de afstand liggen verder af van Scandinavië dan Nederland en Duitsland.

Ook al zijn de verschillende Scandinavische culturen niet volledig hetzelfde als de Nederlandse of de Duitse cultuur, gelijkenissen zijn er wel tussen deze culturen. De overeenkomsten tussen de verschillende culturen zorgen ervoor dat de lezers zich kunnen verplaatsen in het verhaal en de situatie of elementen van het verhaal volledig herkenbaar zijn. Op deze wijze kunnen mensen zich volledig inleven in de situatie en dus in het verhaal, omdat het hen zelf had kunnen overkomen. Ze kunnen zich met het verhaal identificeren. Taalgebieden spelen wel degelijk een belangrijke rol in de mate van het succes van de Scandinavische thriller, maar is tevens afhankelijk van de culturele component van zowel het land waar het wordt uitgegeven als de Scandinavische cultuur.

6.7 Deelvraag 5: Scandinavische boektitels in Europese en Amerikaanse taalgebieden

Scandinavische thrillers komen niet alleen voor in de bestsellerlijsten van landen die vanuit geografisch opzicht dicht bij de Scandinavische landen liggen. En de taal dus gelijkenissen heeft of op elkaar lijkt. Maar de geografische afstand speelt wel een rol in de mate van succes, al kan deze niet los gezien worden van de elementen taal en cultuur. De geografische afstand speelt wel een rol in de mate van succes. In de vorige vraag werd er al op ingegaan dat de mate van succes van Scandinavische thrillerboeken groter is naar mate de afstand kleiner is tot één van de Scandinavische landen. Zo valt te verklaren dat de mate van succes groter is in landen zoals Nederland en Duitsland. Maar niet alleen in het Nederlandse of Duitse taalgebied is de mate van succes groot. Ook in de Franse en Italiaanse taalgebieden doen de Scandinavische boektitels het goed.

Het succes in de Franstalige boekenmarkt is te verklaren aan de hand van twee factoren. Frankrijk behoort tot een van de landen waar op jaarbasis de meeste boeken worden verkocht wereldwijd. Frankrijk is een land dat tot de top behoort van alle Europese landen met betrekking tot het uitgeven van boektitels. Frankrijk hecht veel waarde aan haar eigen cultuur en heeft daartoe een eigen

beleid opgesteld met betrekking tot het aantal culturele producten die mogen worden uitgegeven. Ook voor boeken gelden daar specifieke regels voor. Dat betekent dat Frankrijk op economisch en cultureel gebied sterk vertegenwoordigd is door de eigen cultuur. Voornamelijk de Finse en de Zweedse auteurs staan in de Franstalige bestsellerlijst. Hoe is dit verschijnsel te verklaren? Zij hebben een van de hoogste omzetten op Duitsland na. Een hoge omzet betekent dat in verhouding met andere landen, veel mensen boeken kopen en lezen. De Franse bestsellerlijsten zijn minder gericht op Anglo-Saksische boeken. Behalve de boeken van Franse afkomst, is er meer ruimte voor boeken afkomstig uit andere omliggende landen en taalgebieden. Door het succes van deze titels, werden er grotere aantallen thrillerboeken van Scandinavische afkomst internationaal verkocht en vertaald naar diverse talen.

De resultaten geven weer dat in Italië de Scandinavische auteurs eveneens succes hebben met thrillerboeken. De thrillers zijn minder succesvol dan in Nederland en Duitsland maar het succes is groter dan in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk.

In de Italiaanse bestsellerlijsten staan niet alleen maar boektitels uit Italië en omliggende landen. Een aantal Scandinavische auteurs komt steeds vaker voor in de bestsellerlijsten van Italië. De mate van succes in de Italiaanse bestsellerlijsten kunnen we verduidelijken als een tussenrol tussen de theoretische concepten cultural centrality en culturele nabijheid. Meer onderzoek kan meer inzicht geven in de geografische afstand tussen Italië en de Scandinavische landen is op de VS na groter dan overige onderzochte landen. De cultuur en de taal van Italië biedt eveneens minder overeenkomsten dan bijvoorbeeld Nederland of Duitsland met een van de Scandinavische landen.

Aangezien er wel succes wordt behaald met de Scandinavische thrillers, begrijpt de Italiaanse bevolking (deels) wel de cultuur en het verhaal dat is geschreven. Scandinavische auteurs staan bekend om het verwerken van maatschappelijke thema's. Dit is ook een mogelijke verklaring voor het succes van de thrillers, dat de maatschappelijke beschreven problemen de Italiaanse bevolking bekend voorkomen, waar zij zich eenvoudig in kunnen leven in de boeken. Om over dit proces meer zekerheid te krijgen, is er meer onderzoek nodig. Italië heeft niet de grootste boekenmarkt van Europa maar cultural centrality speelt voor een klein gedeelte vermoedelijk wel een rol in het succes. Het genre crime en mysterie is een van de populairste genres in Italië. Maar vanuit de consument is er ook vraag naar thrillers uit andere culturen waarbij de

Engelstalige thrillers wel in de lijst voorkomen maar geen overheersende rol spelen. Dit betekent dat er ruimte is voor thrillerboeken uit andere landen, waaronder uit Scandinavië.

6.8 Deelvraag 6: het genre thriller per taalgebied in Europa en de Verenigde Staten

De deelvragen met betrekking tot de taalgebieden geven duidelijk weer dat de Scandinavische thrillers het zeer goed doen in de Scandinavische bestsellerlijsten. Ook hieruit blijkt het concept van culturele nabijheid in de praktijk weer. De eigen of aanverwante taal en cultuurelementen die het beste overeenkomen met de huidige taal en cultuur van het land verdienen de voorkeur. Bijvoorbeeld de omgeving en de plaatsten komen de lezers bekend voor. Dit proces zien we tevens in de andere taalgebieden voorkomen. In de andere taalgebieden hebben de Scandinavische thrillerboeken een groter aandeel dan de Franstalige en de Duitstalige thrillerboeken in dezelfde lijsten. Enerzijds speelt hier het genre een rol en specifiek de kenmerken van een Scandinavische thriller. Deze kenmerken komen overeen met de kenmerken die besproken zijn in paragraaf 6.4., namelijk de maatschappelijk kwesties die als thema voor het boek worden gebruikt, besproken door Agger (2010). Verder speelt bij deze vraag de receptietheorie van Crane (2002) een belangrijke rol binnen de ontvangst. De receptietheorie betreft de reacties van de mensen over een langer termijn van specifieke producten waarbinnen hybridisatie een rol kan spelen. Nationale aspecten worden overgenomen door andere culturen en hierdoor meer divers. De diversiteit is van invloed op de interpretatie en dus op de mate van acceptatie van Scandinavische thrillers. De houding, stijl, waarden en gedrag van de personages in het verhaal van de Scandinavische thrillers hebben een bepaalde mate van herkenbaarheid waarbij het taalgebied weinig invloed heeft. Zowel in het Italiaanse, het Franse of het Duitse taalgebied zijn de Scandinavische thrillers populair en hebben Scandinavische auteurs een aandeel. De enige uitzondering hierop is het taalgebied waar Engels wordt gesproken. Hier hebben zij wel een aandeel maar deze is kleiner dan in de overige onderzochte taalgebieden. De Engelstalige thrillerboeken zijn altijd aantrekkelijk over de gehele wereld aangezien Engels de eerste wereldtaal is en dus voor een belangrijk deel van de wereldbevolking gezien en al een langere tijd in de markt beschikbaar is. En daarnaast spreekt het genre thriller veel mensen aan wat het grote marktaandeel van de Engelse thrillerboeken verklaart.

6.9 De conclusie

Aan de hand van de resultaten kunnen we concluderen dat de Scandinavische thrillerboeken een groot deel van de Europese markt bedienen. Zij hebben hun marktaandeel tussen 2005/2006 en 2010/2011 steeds meer vergroot en worden dus een steeds grotere concurrent van de andere uitgegeven boeken. Uit de resultaten blijkt dat de thrillers van Scandinavische afkomst, een steeds groter aandeel in de bestsellerlijsten in Europa en in de Verenigde Staten innemen. Het aantal boeken, geschreven door Scandinavische auteurs, zijn de afgelopen jaren toegenomen in zowel de Scandinavische, Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten. Vanaf 2005 is er een stijgende lijn waarneembaar van het aantal Scandinavische boeken dat op internationaal niveau wordt gepubliceerd. De cultuur en de taal hebben in deze verspreiding van deze boektitels een bijdrage geleverd.

De rol van de receptietheorie is in deze studie duidelijk naar voren gekomen aangezien alle data zijn gebaseerd op verkoopcijfers waarbij de smaak van de consument centraal staat. Crane (2002) maakt een onderscheid tussen twee subprocessen die plaatsvinden binnen de receptietheorie. Ten eerste is er sprake van homogeniteit van culturen waarbij culturen steeds meer elementen overnemen van elkaar. Daarnaast speelt hybridisatie een rol waarbij eveneens culturele elementen van andere culturen worden overgenomen met als resultaat dat de culturen diverser worden. De receptietheorie laat zien dat bij het overnemen van culturen eveneens culturele producten worden overgenomen omdat mensen ze beter begrijpen en zich kunnen verplaatsen en identificeren met het culturele product. Thrillerboeken hebben een aantal overeenkomsten maar verschillen eveneens van elkaar. Een misdaad en de weg naar de oplossing zijn de overeenkomsten die Scandinavische thrillers hebben met overige thrillers. Onderscheid wordt gemaakt op basis van de maatschappelijke problemen en kwesties die worden beschreven.

Behalve de culturele elementen, is voor veel mensen tevens het genre aantrekkelijk. Dat komt duidelijk naar voren in de twee deelvragen. Het genre thriller behoort al geruime tijd tot de topselling literatuur. Voordat de Scandinavische auteurs dit genre massaal toepasten, stonden voornamelijk de Amerikaanse auteurs erom bekend in dit genre te publiceren. Interessant is op basis van welke kenmerken een Scandinavische thriller zich onderscheidt van andere thrillers zoals van Amerikaanse of Engelse auteurs. Veel van de Scandinavische thrillers zijn gebaseerd op maatschappelijke misstanden in de

samenleving (Agger, 2009). Voorbeelden hiervan zijn de rol van vrouwen (Liza Marklund en Camilla Lackberg) en kritische crime fiction waar de nadruk wordt gelegd op de waarden en normen in de samenleving (Stieg Larsson en Henning Mankell). Mogelijk kunnen we het succes van de Scandinavische thrillers toeschrijven aan het proces van culturele globalisering, maar om dit vast te stellen is meer onderzoek nodig.

De deelvragen met betrekking tot de taalgebieden geven duidelijk weer dat de Scandinavische talen het zeer goed doen in de Scandinavische bestsellerlijsten. Ook hieruit blijkt het concept van culturele nabijheid in de praktijk weer. De eigen of aanverwante taal en cultuurelementen die het beste overeenkomen met de huidige taal en cultuur van het land verdienen de voorkeur. Dit proces zien we tevens in de andere taalgebieden. Landen die geografisch gezien het dichtste bij een van de Scandinavische landen liggen, hebben gemiddeld genomen meer boektitels van Scandinavische afkomst in de bestsellerlijst dan landen waarbij de geografische afstand groter is en in een ander taalgebied liggen ten opzichte van Scandinavië.

Maar bij de verspreiding van culturele producten waaronder boeken, spelen er nog andere factoren en instituties een rol. Om een specifiek en breder beeld van de verspreiding van Scandinavische thrillerboeken in de internationale bestsellerlijsten te krijgen, is een vervolgonderzoek wenselijk. Een mogelijkheid om een specifiek en breder beeld te vormen rondom de verspreiding van Scandinavische thrillers is het verrichten van onderzoek naar het proces op basis waarvan uitgevers en literaire agenten een keuze maken uit alle beschikbare boektitels om die te vertalen en uit te geven. De opkomst van de Scandinavische thrillerboeken in de internationale bestsellerlijsten heeft gezorgd voor een verschuiving van nationaliteiten van auteurs. Niet langer zijn auteurs uit voornamelijk Engelstalige landen prominent aanwezig in de lijsten maar zien we steeds meer auteurs van andere nationaliteiten in de bestsellerlijsten waarvan de boeken worden vertaald naar de oorspronkelijke taal van het land. Het proces van culturele globalisering heeft er voor gezorgd dat tijd en afstand de gehele wereld bereikbaar maken in een kort tijdsbestek en heeft het mogelijk gemaakt om culturele producten wereldwijd af te zetten. Door het proces van culturele globalisering vervagen de grenzen tussen landen waardoor culturele producten steeds eenvoudiger over de grens gaan. Boeken van Scandinavische afkomst zijn anders dan andere culturele producten omdat ze afhankelijk zijn van vertalers, maar dat is geen belemmering om internationaal

succes te hebben in de Europese en Amerikaanse bestsellerlijsten. We zien dat er ondanks de resultaten van deze studie nog enkele discussiepunten open staan waaraan we niet direct invulling kunnen geven. Deze worden besproken in de volgende paragraaf.

6.10 Discussiepunten en vervolgonderzoeken

Gedurende deze studie zijn er aan de hand van de resultaten verschillende punten naar voren gekomen die meer of nadere vragen oproepen. Enerzijds omdat ze aan de hand van het theoretisch kader niet direct te onderbouwen zijn, anderzijds omdat er niet een eenzijdig antwoord op gegeven kan worden. De manier van verspreiding van culturele producten en het precieze proces van culturele globalisering zijn twee punten die een aantal vragen oproepen aan de hand van de resultaten. In het theoretisch kader zijn verschillende theoretische processen beschreven aan de hand waarvan wordt aangegeven op welke wijze culturele producten zich internationaal verspreiden. Deze processen verschillen van elkaar en komen op verschillende wijze tot uiting. Verschillende doelgroepen en andere factoren spelen hierbij een rol. De manier waarop culturele producten worden verspreid aan de hand van deze factoren en doelgroepen is divers en lastig te achterhalen. In deze wetenschappelijke studie zijn deze componenten niet meegewogen, maar zij hebben wel degelijk een rol van betekenis in het gehele proces van boeken die worden uitgegeven op internationaal niveau. Voorbeelden van factoren zijn de manier waarop boeken zijn vertaald, de marketing rondom het boek en de rol van de uitgever. Behalve de boekverkoop in winkels, speelt internet een grote rol bij de internationalisering van culturele producten. Consumenten kunnen steeds eenvoudiger boeken aanschaffen die in hun eigen land niet of nauwelijks verkrijgbaar zijn. Internet speelt dus tevens een belangrijke rol in het verspreidingsproces van culturele goederen. De vraag is welke bijdrage internet levert in het huidige tijdperk aan de verspreiding van boeken. Het bereik van internet is onmetelijk waardoor nieuwe technologische ontwikkelingen zich sneller opvolgen. Een voorbeeld van een technologische ontwikkeling op het internet is het e-book.

Deze studie heeft zich gericht op de rol van de ontvangers, aangegeven als consumenten. Maar binnen het proces van de verspreiding van boeken zijn er meer spelers bij betrokken. De rol van de uitgevers en de literaire agenten die de rechten kopen en verkopen zijn in deze studie niet onderzocht, maar ook zij spelen wel een belangrijke rol in het proces om boeken tot een succes te maken.

Wanneer uitgevers en literaire agenten de rechten willen kopen, spelen succes uit het verleden en in andere landen een belangrijke rol. Zij hebben de grootste kans dat in hun land het boek mogelijk tot een succes zal uitgroeien. Om de rol van de uitgevers en literaire agenten op de juiste wijze in kaart te brengen en te beoordelen welk aandeel zij in het gehele proces van internationale verspreiding bijdragen, is meer kwalitatief onderzoek nodig.

Een laatst discussiepunt dat ik in dit onderzoek niet nader heb onderzocht is welke de typische inhoudelijke kenmerken van Scandinavische thrillers zijn en in hoeverre die aansluiten op de cultuur van diverse landen. Waarom lijkt de Scandinavische cultuur meer op Nederlandse cultuur dan op de Italiaanse cultuur? Om deze vraag te beantwoorden, is er eveneens meer kwalitatief onderzoek nodig.

Aan de hand van deze studie naar culturele globalisering in Europese bestsellerlijsten, is er een aantal vragen open gebleven en zijn er nieuwe ontstaan die vragen om meer wetenschappelijk onderzoek naar Scandinavische boeken wereldwijd. In deze studie zijn voornamelijk de bestsellerlijsten uit landen behorend tot West-Europa en de Verenigde Staten onderzocht. In deze landen kwamen Scandinavische thrillers in verschillende mate voor. Om een completer beeld van Europa te krijgen, zou een aanvullend onderzoek met landen uit Oost-Europa, zoals de Balkan en Griekenland, een mogelijkheid zijn. Er zijn weinig wetenschappelijke onderzoeken beschikbaar die jaarlijks een uitgebreid actueel beeld geven van de internationale positie van de boekenindustrie. Landen in Oost-Europa zijn op cultureel en taalgebied verschillend ten opzichte van landen die behoren tot West-Europa, maar dat kenmerkende verschil maakt een vervolgstudie zeer interessant. Mogelijk kunnen de gevonden resultaten naast de resultaten van deze studie worden neer gelegd en met elkaar worden vergeleken. Daarnaast is aanvullend onderzoek mogelijk om voor andere werelddelen een indruk te krijgen naar de verspreiding van Scandinavische thrillerboeken. Voorbeelden van continenten waar onderzoek naar kan worden gedaan, zijn Latijns-Amerika met landen zoals Argentinië, Brazilië en Chili. Een aantal Scandinavische thrillerboeken is de afgelopen jaren onder andere vertaald naar het Thais en het Chinees. Deze informatie biedt input voor een onderzoek in landen die behoren tot het Verre Oosten. In welke mate zien we in die landen Scandinavische thrillers terug in de bestsellerlijsten?

De opkomst van de Scandinavische thrillerboeken heeft gezorgd voor een verschuiving in de bestsellerlijsten. Het gevolg is dat in de internationale

bestsellerlijsten meer auteurs van verschillende nationaliteiten in staan. Deze veranderende samenstelling is een aanleiding om een wetenschappelijke studie te verrichten naar de verschillende nationaliteiten in bestsellerlijsten over een bepaalde periode om te onderzoeken of er sprake is van een verschuiving. Als er sprake is van een verschuiving van nationaliteiten over een periode, kan men vervolgens deze verschuiving in kaart brengen door gericht onderzoek te doen naar de verschillende nationaliteiten van de auteurs. Dit zijn enkele suggesties naar aanleiding van deze studie. Veranderingen in de wereld op onder andere politiek, economisch en technologisch vlak, biedt steeds meer mogelijkheden om de mediawereld uitgebreider en nauwkeurig in kaart te brengen aan de hand van wetenschappelijk onderzoek. Deze studie heeft aan de hand van acht verschillende internationale bestsellerlijsten een stukje van de puzzel in kaart gebracht en opgelost. Aan de hand van meer wetenschappelijk onderzoek de komende jaren, zullen steeds meer stukjes van de puzzel op zijn plaats vallen waardoor een goed beeld van culturele globalisering in bestsellerlijsten van boeken wereldwijd kan worden verkregen.

Referentielijst

Literatuur

Achterberg, P., Heilbron, J., Houtman, D., & Aupers, S. (2011). A cultural globalization of popular music? American, Dutch, French, and German popular music charts (1965 to 2006). *American Behavioral Scientist*, 55(5), 589-608.

Agger, G., & Phil, D. (2009). Scandinavian crime fiction, mediatization and cultural citizenship. *Aalborg:Krimi Og Kriminaljournalistik i Skandinavien*.

Alm, C. O., & Stenport, A. W. (2009). Corporations, crime, and gender construction in Stieg Larsson's the girl with the dragon tattoo: Exploring twenty-first century neoliberalism in Swedish culture. *Scandinavian Studies*, 81(2), 157.

Ambirajan, S. (2000). Globalisation, media and culture. *Economic and Political Weekly*, 2141-2147.

Benhamou, F., & Peltier, S. (2007). How should cultural diversity be measured? An application using the French publishing industry. *Journal of Cultural Economics*, 31(2), 85-107.

Bielsa, E. (2005). Globalisation and translation: A theoretical approach. *Language and Intercultural Communication*, 5(2), 131-144.

Carpenter, R. (2009). A Scandinavian information elite. *Libri*, 43(2), 134-141.

Crane, D. (2002). Culture and globalization: Theoretical models and emerging trends. *Global Culture: Media, Arts, Policy, and Globalization*, 1-25.

De Swaan, A. (1993). The emergent world language system: An introduction. *International Political Science Review*, 14 (3), 219-226.

Donahue, D. (2010). Hardcover bestsellers/fiction. *The Publishers Weekly*, 257 (24), 10.

Federation of European Publishers. (2009). *Europe and the book*. Brussel: Federation of European Publishers.

Flew, T., & McElhinney, S. (2002). Globalization and the structure of new media industries. *The Handbook of New Media*. London, Sage Publications, 304-319.

Greco, A.N. (2005). *The book publishing industry*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Haugland, A. (1994). Books as Culture/Books as commerce. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 71(4), 787-799.

Heilbron, J. (2000). Translation as a cultural world system. *Perspectives: Studies in Translatology*, 8(1), 9-26.

Held, D. & McGrew, A. (2003). *The global transformations reader. an introduction to the globalized debate*. Malden: Blackwell Publishing Ltd.

Heller, M. (2010). The commodification of language. *Annual Review of Anthropology*, 39, 101-114.

Hepp, A. (2008). *Translocal media cultures: Networks of the media and globalization: Connectivity, Networks and Flows*. New York: Hampton Press.

Johnson, J. G., Newbury, S. L., & John Carter Brown Library. (1988). *The book in the Americas: The role of books and printing in the development of culture and society in colonial Latin America*. Providence: The John Carter Library.

Jordao, C. M. (2009). English as a foreign language, globalisation and conceptual questioning. *Globalisation, Societies and Education*, 7(1), 95-107.

Kaul, V. (2011). Globalisation and media. *J Mass Communicat Journalism*, 1(105), 2.

Klein, B. (2002). *Fictions of the sea. Critical perspectives on the ocean in British literature and culture*. Aldershot: Ashgate Publishing Group.

Knight, G. C. (1972). *American literature and culture*. Lanham: Cooper Square Publishers.

Ksiazek, T. B., & Webster, J. G. (2008). Cultural proximity and audience behavior: The role of language in patterns of polarization and multicultural fluency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 485-503.

La Pastina, A. C., & Straubhaar, J. D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences. *Gazette*, 67(3), 271.

Lane, M., & Booth, J. (1980). *Books and publishers: Commerce against culture in postwar Britain*. London: Lexington Books.

Lee, F. L. F. (2006). Cultural discount and cross-culture predictability: Examining the box office performance of American movies in Hong Kong. *Journal of Media Economics*, 19(4), 259-278.

Marketline. (2012). *Books in Europe*. Industry Profile No. 0201-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Marketline. (2012). *Books in Germany*. Industry Profile No. 0165-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Marketline. (2012). *Books in France*. Industry Profile No. 0164-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Marketline. (2012). *Books in the Netherlands*. Industry Profile No. 0176-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Marketline. (2012). *Books in the United States*. Industry Profile No. 0183-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Marketline. (2012). *Global books*. Industry Profile No. 0199-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Marketline. (2012). *Publishing in Italy*. Industry Profile No. 0171-2129. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database

Marketline. (2012). *Publishing in the United States*. Industry Profile No. 0072-0781. London: Marketline. Retrieved from Datamonitor database.

Mattheier, K. J. (2011). Is there a European language history? *Multilingua-Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*. 29(3-4), 353-360.

McKenzie, R. (2006). *Comparing media from around the world*. London: Pearson.

Monge, P. (1998). Communication structures and processes in globalization. *Journal of Communication*, 48(4), 142-153.

Nederveen Pieterse, J. (1996). Globalisation and culture: Three paradigms. *Economic and Political Weekly*, 1389-1393.

Ohmann, R. M. (1996). *Selling culture: Magazines, markets, and class at the turn of the century*. London: Verso Books.

Rantanen, T. (2005). *The media and globalization*. London: SAGE Publications LTD.

Ruhlen, M. (1991). *A guide to the world's languages: Classification*. Stanford: Stanford University Press.

Saricks, J. G. (2001). *The readers' advisory guide to genre fiction*. Chicago: American Library Association.

Scaggs, J. (2005). *Crime fiction*. London: Taylor and Franchise Group.

Shipley, J. T. (1964). *Dictionary of world literature: Criticism, forms, technique*. Oxford: Taylor & Francis.

Short, J. R., Boniche, A., Kim, Y., & Li, P. L. (2001). Cultural globalization, global English and geography journals. *The Professional Geographer*, 53(1), 1-11.

Sorensen, A. T. (2007). Bestsellers and product variety. *The Journal of Industrial Economics*, 55(4), 715-738.

Straubhaar, J. D. (2008). Global, hybrid or multiple? Media flows and identities in the age of satellite TV and the internet. *Nordicom Review: Nordic Research on Media & Communication*, 29(2), 11-29.

Swidler, A. (1986). Culture in action: Symbols and strategies. *American Sociological Review*, 273-286.

Thiessen, V., & Looker, D. E. (2008). Cultural centrality and information and communication technology among Canadian youth. *Canadian Journal of Sociology*, 33(2), 311-336.

Verboord, M. (2011). Market logic and cultural consecration in French, German and American bestseller lists, 1970-2007. *Poetics*, 39, 219 - 315.

Wester, F. (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen a/d Rijn: Kluwer.

Overige referenties

Agger, (2010). G. *Approaches to Scandinavian crime fiction*. Retrieved January, 17, 2012, from http://www.krimiforsk.aau.dk/awpaper/Agger_ApproachesToScandinavianCrimeFiction.w15.pdf

Book market statistics. (2011).The Swedish bookmarket statistics and trends. Retrieved May, 28, 2012, from <http://forlaggare.se/in-english/book-market-statistics>

Stichting Collectieve Propaganda van het Collectieve boek (CPBN). (2011) *CPBN top 100 2010*. Retrieved May, 17, 2012, from http://web.cpb.nl/engine/download/blob/cpb/61970/2011/5/cpb_top100-feb2011.pdf?app=cpnb&class=8353&field=61970&id=279

Den Norske forleggersforening. (2010). Retrieved May, 30, 2012, from <http://www.forleggerforeningen.no/nor/bransjestatistikk>

RIAA's gold and platinum programm. (2012). Retrieved may, 17, 2012, from <http://www.riaa.com/>

Europa-Nu. Audiovisueelbeleid.(.). Retrieved May,17, 2012, from http://www.europa-nu.nl/id/vggbnhigl7xa/audiovisueel_beleid

Topplistor svensk bokhandel. (2012). Retrieved May, 17, 2012, from <http://www.svb.se/bokfakta/svenskatopplistor>

Vidovic, R., & Hansen, D.*Thrillers-A guide for readers' advisors.* (2009). Retrieved bebruary 28, 2012, from https://www.library.ns.ca/files/thrillers_1.pdf