

What's in a name?

Een onderzoek naar de aandacht voor Stephen King in de
Amerikaanse en Nederlandse dagbladpers

Rini Negenborn – 299304

rini@negenborn.nl

Afstudeerscriptie Master Media & Journalistiek

Erasmus Universiteit Rotterdam

Begeleider: P.E.M. van Dijk

Code afstudeerproject: ND

Augustus 2006

Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
1. INLEIDING	4
1.1 RELEVANTIE.....	5
1.2 KANTTEKENINGEN.....	5
2. THEORETISCH KADER	6
2.1 ‘PRODUCTION OF CULTURE PERSPECTIVE’.....	6
2.2 DE TOTSTANDKOMING VAN EEN SUCCES.....	8
2.3 KUNST EN CULTUUR IN DE DAGBLADINDUSTRIE.....	11
2.4 TOT SLOT.....	13
3. ONDERZOEKSOPZET	14
3.1 DEELVRAGEN EN HYPOTHESES.....	14
3.2 DATA VERZAMELING.....	15
<i>The New York Times</i>	16
<i>NRC Handelsblad</i>	17
<i>Algemeen Dagblad</i>	19
3.3 DATA INVOERING.....	20
3.4 DATA VERWERKING.....	22
4. DE LOOPBAAN VAN STEPHEN KING	23
4.1 KING’S LEVEN EN SUCCES.....	23
4.2 TOT SLOT.....	27
5. RESULTATEN PRAKTISCH ONDERZOEK	29
5.1 VERENIGDE STATEN.....	29
<i>The New York Times</i>	29
5.2 NEDERLAND.....	31
<i>NRC Handelsblad</i>	31
<i>Algemeen Dagblad</i>	33
5.3 VERGELIJKING.....	34
5.4 TOT SLOT.....	36
6. SUCCES IN DE MEDIA	38
6.1 KOPPELING LOOPBAAN MET MEDIA-AANDACHT.....	38
6.1 TOT SLOT.....	40
7. CONCLUSIE & DISCUSSIE	41
LITERATUURLIJST	44
BIJLAGEN	47
BIJLAGE 1: INTERBEOORDELAARSBETROUWBAARHEIDSTOETS.....	I
BIJLAGE 2: BERICHTGEVING IN THE NEW YORK TIMES.....	II
BIJLAGE 3: BERICHTGEVING IN HET NRC HANDELSBLAD.....	V
BIJLAGE 4: BERICHTGEVING IN HET ALGEMEEN DAGBLAD.....	VIII
BIJLAGE 5: VERSCHENEN WERK.....	XI
BIJLAGE 6: NOMINATIES EN PRIJZEN.....	XV

Voorwoord

De interesse voor het onderwerp van mijn scriptie werd gewekt toen ik in november 2005 aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam de cursus 'Mediahypes' bij dr. P.E.M. van Dijk volgde. De manier waarop de colleges werden gegeven en de opdrachten die hierbij volbracht moesten worden, zorgden ervoor dat ik me verder wilde verdiepen in het verschijnsel hoge en lage cultuur en de vorming van succes binnen de wereld van de kunst en cultuur. Dankzij de intensieve begeleiding die er van begin af aan is geweest door mevrouw Van Dijk, werd ervoor gezorgd dat ik tot het eind gemotiveerd bleef om een goed product neer te zetten.

Door de nascholingsconferentie 'Kunst tussen hoge en lage cultuur' in april 2006 georganiseerd door de opleiding Algemene Cultuurwetenschappen van de Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen van de Erasmus Universiteit Rotterdam, heb ik op een actieve manier meegemaakt hoe hevig het debat gaande is omtrent de verschuiving van kunst binnen de hoge en lage cultuur en welke opvattingen hierbij allemaal spelen. Deze dag heeft ervoor gezorgd dat ik met een frisse kijk verder kon gaan met het voltooien van deze scriptie.

Mijn dank gaat uit naar de mensen om mij heen die hoofdstukken hebben gelezen en deze van commentaar hebben voorzien, en naar degene die mij op andere wijze hebben geholpen met mijn scriptie. In het bijzonder wil ik mijn begeleider Van Dijk bedanken voor haar goede begeleiding.

Rini Negenborn

2006

1. Inleiding

Er zijn diverse wetenschappers die zich hebben bezig gehouden met het concept 'succes', maar het blijft lastig om een eenduidige definitie te geven.¹ Successen in de wereld van de kunst en cultuur zijn tegenwoordig niet meer alleen afhankelijk van of iemand goed kan schrijven of zingen. Immers, er zijn veel mensen met een dergelijk talent, maar slechts weinig van hen hebben het voorrecht om uit te groeien tot een succes. Het pad dat gevolgd moet worden om uiteindelijk een succes te behalen in de wereld van de kunst en cultuur zal in deze scriptie centraal staan. Er zal ingegaan worden op de partijen die van invloed zijn op een succes en op de rol die de media daarbij spelen. In het bijzonder gaat deze scriptie over succes in het literaire veld. Daarbij zal het succes van de Amerikaanse bestsellerauteur Stephen King als casus dienen. Er is voor deze casus gekozen omdat Stephen King een schrijver is met een langlopend, wereldwijd succes op verschillende niveaus. Want ondanks het feit dat het om boeken binnen het horror-/thrillergenre gaat, is King onlangs genomineerd voor een Amerikaanse literatuurprijs en heeft hij in 2003 de prestigieuze National Book Award gewonnen. De centrale vraag die deze scriptie stuurt, luidt als volgt:

Op welke manier heeft het succes van Stephen King zich in de periode 1974 tot en met 2005 in Verenigde Staten en Nederland ontwikkeld en wat was de rol van de media hierbij?

We komen er niet meer onder uit: bijna in elke winkel waar we komen worden we geconfronteerd met een boek van Stephen King. Zowel in één van de diverse boekenketens die ons land rijk is, alsook bij de supermarkt of de drogist. Tegenwoordig worden overal boeken verkocht en blijkbaar mogen de boeken van Stephen King daarbij niet ontbreken. Sinds zijn eerst verschenen boek in 1974, getiteld *Carrie*, is King's carrière in een sneltreinvaart gegaan, waarbij diverse boeken zijn verfilmd. Van 1974 tot aan 2005 is er elk jaar minimaal één boek van zijn hand verschenen en het ziet er niet naar uit dat er snel een eind komt aan dat ritme. Naast het schrijven van horrorverhalen, werkt de auteur geregeld aan boeken van andere genres, zoals drama en science fiction.

In deze scriptie zal Stephen King als persoon, product en succes centraal staan. Er zal in worden gegaan op hoe de naam Stephen King zich door de jaren heen heeft gevormd tot een cultureel product. In het bijzonder zal er gekeken worden naar het succes van King in de Verenigde Staten. Onderzoeken hebben aangetoond dat er na de Tweede Wereldoorlog een groeiende aandacht is voor populaire kunst en cultuur. Mensen hebben meer interesse kregen voor kunstvormen als popmuziek en thrillerboeken, terwijl de hogere kunsten een verminderde aandacht hebben gekregen (zie verder hoofdstuk 2). Vanuit deze gedachte wordt er in deze scriptie uiteengezet hoe de carrière van een uiteindelijk succesvolle schrijver, die werkzaam is binnen de populaire kunsten (het horror/thrillergenre), verloopt. Om dit verloop weer te geven zal een groot deel van het onderzoek bestaan uit de

¹ Zie onder andere Van Dijk (2001) en Janssen (1998).

analyse van de berichtgeving die er over King verschenen is in de Amerikaanse pers. Daarna zal er een vergelijking worden gemaakt tussen het succes van King in de Verenigde Staten en het succes in Nederland. Ter verbreding zal er binnen Nederland een vergelijking gemaakt worden tussen de populaire pers en de serieuze pers. Deze vergelijking zal uitwijzen of een serieuze krant op eenzelfde manier reageert op een persoon die zich in het populaire cultuurcircuit begeeft als een populaire krant.

1.1 Relevantie

De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek is het verkrijgen van inzicht in hoe een bepaalde figuur in de Verenigde Staten en in Nederland kan uitgroeien tot een succesvolle maker van culturele producten. Er wordt ingespeeld op het lopende debat over de opkomst van populaire kunsten in de maatschappij. De scriptie zal in kaart brengen op welke manier het proces verloopt waarin een onbekende schrijver uitgroeit tot een persoon met een naam die per definitie leidt tot een goede verkoop. Om dit in kaart te brengen zal er een overzicht worden gegeven van de ontwikkelingen in King's carrière door de jaren heen, beginnend bij King's leven voordat hij zijn eerste bestseller in 1974 publiceerde en eindigend in 2005.

1.2 Kanttekeningen

Ter afbakening van het brede thema van deze scriptie, zal er in het bijzonder worden gekeken naar successen binnen de schrijverswereld. Behalve veel boeken heeft Stephen King ook veel films en een aantal theaterstukken heeft gemaakt, maar is hij vooral bekend geworden door zijn boeken. Hij zal dan ook in eerste instantie worden beschouwd als schrijver. Bij het analyseren van de media-aandacht zal er overigens wel worden ingegaan op de berichten die zijn geschreven naar aanleiding van King's films en theaterstukken. Dit om een zo compleet mogelijk beeld te geven van de aandacht voor deze figuur.

Een tweede afbakening is dat er voor Nederland alleen gekeken wordt naar de berichten die vanaf de jaren negentig tot aan 2005 verschenen zijn over Stephen King. De voornaamste reden voor deze beslissing is van praktische aard. Het is namelijk niet mogelijk om via databanken toegang te krijgen tot berichten die verder teruggaan dan de jaren negentig. De mogelijkheid om handmatig kranten door te bladeren op zoek naar berichten over Stephen King is vanwege de beperkte tijd afgewezen.

Een derde afbakening is dat er alleen gekeken wordt naar de media-aandacht vanuit de genoemde dagbladen. Aandacht vanuit de radio- of televisiehoek wordt in deze scriptie niet meegenomen.

2. Theoretisch kader

Dit hoofdstuk behelst het theoretische kader van deze scriptie. Voor een groot deel wordt een succes gevormd door het publiek dat enthousiast is over een bepaald product, in dit geval de schrijver Stephen King, maar daarnaast zijn er verschillende andere partijen en factoren die bepalend zijn voor het verloop van succes binnen het culturele veld.

De boeken van de schrijver Stephen King worden gerekend tot de populaire cultuur, dus in deze scriptie zal nagegaan worden op welke manier de populaire cultuur zich heeft ontwikkeld in de naoorlogse periode. Er wordt uiteindelijk een vergelijking gemaakt tussen het thuisland van de schrijver, de Verenigde Staten, en Nederland. Vervolgens zal ingegaan worden op de manier waarop een succes tot stand komt in de culturele wereld. De volgende vragen staan in dit hoofdstuk centraal.

1. Op welke manier komt een succes binnen de populaire cultuur tot stand?
2. Welke rol hebben de media bij de vorming van een succes?
3. Aan de hand van welke indicatoren kan succes binnen het culturele veld gemeten worden?

2.1 *'Production of culture perspective'*

Diverse onderzoekers hebben zich bezig gehouden met de wereld van de kunst en cultuur. In dit hoofdstuk zullen drie van deze onderzoekers aan bod komen met hun visies binnen het zogenaamde 'production of culture perspective'. Dit perspectief is afkomstig uit het cultureel-sociologische denkkader en heeft betrekking op de vorming van een cultureel product en de manier waarop een succes binnen de kunst en cultuur tot stand komt. Er wordt bij deze gedachte vanuit gegaan dat er verschillende partijen van invloed zijn op een cultureel product en dat deze invloed ook te merken is in de manier waarop een product wel of niet uitgroeit tot een succes. In 1954 is het 'production of culture perspective' voor het eerst geïntroduceerd door Richard Peterson, waarbij benadrukt is dat de wijze waarop het culturele veld is samengesteld, de inhoud van culturele producten bepaalt.² Paul Hirsch is één van de onderzoekers die zich na de introductie met deze gedachte heeft bezig gehouden. In 1972 heeft Hirsch beschreven hoe volgens hem de culturele industrie is opgebouwd.³ Hij is van mening dat er, zoals gezegd, verschillende partijen betrokken zijn bij de totstandkoming van een succes. De partijen (zoals agenten, uitgevers en distributiebedrijven) vormen een netwerk en bepalen van tevoren welke producten op de markt gebracht zullen worden en welke niet. Dit is een selectieproces waarbij de consument afhankelijk is van de keuzes die er gemaakt zullen worden. In zoverre wordt er van tevoren bepaald welke producten aandacht zullen krijgen en welke niet. Waar de macht van de bedrijven volgens Hirsch echter ophoudt, is wanneer het aankomt op het bepalen van werkelijke successen en mislukkingen. Hirsch is namelijk van mening dat de partijen die van invloed zijn op een product er

² Peterson, 1995.

³ Hirsch, 1972.

uiteindelijk niet daadwerkelijk voor kunnen zorgen dat de consument het product koopt. Zo kan het voorkomen dat er veel geld wordt gestoken in het promoten van een product, maar dat het uiteindelijk niet aanslaat bij het publiek. Voor deze bedrijven is het dan ook altijd een gok om te voorspellen welke producten het wel goed zullen doen en welke niet.⁴ Het uiteindelijke succes zal bepaald worden door de reactie van de media en het publiek op het product.⁵ Een onderzoeker die de culturele industrie vanuit een zelfde standpunt bekijkt is Becker.

Socioloog Becker spreekt met betrekking tot dit onderwerp over zogenaamde 'art worlds'. Voor deze werelden gebruikt hij de volgende definitie: "[an art world - RN] consists of the network of cooperative activity involving all the people who contribute to the work of art coming off as it finally does, using the conventional understandings they share."⁶ Becker is van mening dat het gehele netwerk dat betrokken is bij de totstandkoming van een kunstwerk, bepaalt hoe het kunstwerk uiteindelijk wordt en dat het kunstwerk niet hetzelfde zal zijn wanneer een schakel binnen het netwerk ontbreekt. Volgens hem kan er niet gesproken worden van dé kunstenaar, maar is er sprake van een heel team dat verantwoordelijk is voor het eindresultaat. Volgens Becker kan het publiek gezien worden als een schakel binnen het netwerk. Deze gedachte leidt er direct toe, dat de beoordeling van een kunstwerk altijd subjectieve zaak is. Binnen het publiek zijn er immers verschillende opvattingen en interpretaties mogelijk met betrekking tot de totstandkoming van het eindresultaat.⁷ Waar Hirsch het publiek en de media ziet als degene die uiteindelijk bepalen of een bepaald product uitgroeit tot een succes, ziet Becker het publiek als onderdeel van het product. De socioloog Bourdieu gaat hier nog een stap verder in door het noemen van de invloed van politiek en economie op de culturele industrie of het 'culturele veld', zoals hij dat noemt.⁸ De besproken onderzoekers zijn het er over eens dat kunst en cultuur de resultaten zijn van een collectief project en hebben hier alle drie een eigen term voor: Hirsch spreekt over netwerken, Becker over 'art worlds' en Bourdieu over 'het culturele veld'. Wat voor gevolg hebben deze ontwikkelingen op de inhoud van een product?

Diane Crane beschrijft in haar artikel 'The production of culture in National Cultural Industries' hoe onderzoek heeft uitgewezen dat binnen de culturele industrie de beslissingen over de inhoud van een cultureel product, hoofdzakelijk worden genomen door personen die doorgaans weinig verstand hebben van de culturele en kunstzinnige waarde van het product.⁹ Het doel daarbij is om een succesvol product op de markt te brengen, wat alleen behaald kan worden door het aanhouden van marktgerichte (commerciële) richtlijnen. Deze richtlijnen worden vervolgens doorgespeeld aan de makers van het product. Uit onderzoek is gebleken dat hierbij niet altijd rekening wordt gehouden met de ontwikkelingen binnen de doelgroep, waardoor het lastig kan zijn om een product goed op de markt

⁴ Idem: 645.

⁵ Idem: 649.

⁶ Becker, 1995.

⁷ Ibidem.

⁸ Bourdieu, 1979 en 1993.

⁹ Crane, 1992: 69

te brengen.¹⁰ Hieruit blijkt dat er een onderscheid kan worden gemaakt tussen een artistieke van en een commerciële kant van een product. Als voorbeeld zal nu in worden gegaan op de boekenindustrie.

Een kleinere industrie die tevens te maken heeft met de ontwikkelingen van grote conglomeraten is de boekindustrie: alles draait daarbij tegenwoordig om het verkopen van bestsellers. Er zijn kleine uitgevers die toch proberen zich te specialiseren in een bepaald soort boeken, maar over het algemeen kunnen deze niet op tegen de macht van de grote boekenketens. Er zijn verschillende partijen van invloed op het verkooptraject van een boek. Een boek doorloopt een aantal stadia waarbij deze partijen het boek goed- of afkeuren. Een belangrijke factor in Amerika die bepaalt op welke manier een boek verspreid wordt zijn de recensies die in het dagblad *The New York Times* verschijnen. Managers van boekenwinkels houden deze recensies bij en bepalen aan de hand daarvan of zij een boek wel of niet in grote getale inkopen. Het is dus voor een boek van belang om genoemd te worden in *The New York Times*. Toch heeft niet elk boek evenveel kans om gerecenseerd te worden: de boeken van uitgeverijen die adverteren in de *Times*, hebben een grotere kans om besproken te worden door een recensent van de krant dan boeken van andere uitgeverijen.¹¹

De eerste weken nadat een boek gepubliceerd is, zijn bepalend voor het volgende stadium van de verkoop. Al na een aantal weken wordt vaak voor de verkoper duidelijk of het boek een groot publiek zal trekken of niet. Wanneer er in de eerste weken weinig exemplaren van een boek zijn verkocht, is de kans erg klein dat de verkoop opeens zal stijgen en dus zal het boek niet meer breeduit gepromoot worden.¹²

2.2 De totstandkoming van een succes

Succes is een subjectieve en ongrijpbare term wat er toe leidt dat het niet eenvoudig is om er een eenduidige definitie aan te koppelen. Verschillende wetenschappers hebben onderzoek gedaan naar de voorwaarden die komen kijken bij het behalen van een succes. Zo heeft Nel van Dijk onderzoek gedaan naar de rol van uitgevers, critici en literaire tijdschriften en hun invloed op het succes van schrijvers.¹³ Zij is daarbij tot de conclusie gekomen dat er geen vaste lijnen zijn aan te geven over hoe een succes verloopt: alle drie de partijen kunnen van invloed zijn op het slagen of niet slagen van een schrijver. Zo worden auteurs die positieve kritiek hebben ontvangen eerder onderscheiden met een prijs, waarmee vervolgens nog meer succes behaald kan worden.

Een onderzoek met een soortgelijke conclusie is van Susanne Janssen.¹⁴ Janssen stelt dat het succes van het eerste boek van een auteur in hoge mate bepalend is voor het succes van verdere boeken. Wanneer het eerste boek aanslaat bij de kritiek, is de kans groter dat er tevens gekeken wordt

¹⁰ Idem: 67-69.

¹¹ Idem: 64-67.

¹² Idem: 70-73.

¹³ Van Dijk, 2001.

¹⁴ Janssen, 1998.

naar latere werken. Wanneer dit echter niet het geval is en het eerste boek niet positief wordt ontvangen, is de kans erg klein dat critici bij latere boeken positief zullen schrijven of überhaupt hun reactie zullen geven op het boek. Om de interesse van critici te behouden is het volgens Janssen belangrijk dat een schrijver zich het schrijven van boeken, zich tevens met andere zaken bezighoudt zoals het publiceren van ander materiaal dan boeken en het deelnemen aan de jury's van literaire prijzen.

Gebleken is dat critici een belangrijke rol kunnen spelen bij het behalen van een succes. In het artikel 'De reuzen voorbij. De metamorfose van de literaire kritiek in de pers sedert 1965' geven Van Dijk en Janssen een overzicht van de veranderingen in de literatuurkritiek na 1965.¹⁵ Door de decennia heen zijn er steeds meer media (zoals radio en televisie) zich gaan bezighouden met het bekritisieren van kunstproducten, waardoor de recensenten van de dag- en weekbladen concurrentie kregen. Om ervoor te zorgen dat de lezers van de culturele berichten niet overstapten naar andere media, moesten de dagbladen in ieder geval het tempo van hun concurrenten bijhouden. Mede door deze concurrentiestrijd is er een groei geweest in het aantal critici dat zich met de culturele producten en producenten bezighoudt. Deze groei is echter volgens recensent en auteur Theodor Holman één van de oorzaken die ertoe hebben geleid dat door de jaren heen de macht van de kunstcriticus is afgenomen. Er wordt volgens hem tegenwoordig niet meer gekeken naar wie de recensie heeft geschreven en wat de positieve en negatieve kanten van een bepaald boek zijn; daarvoor zijn er namelijk ten eerste teveel recensenten om daadwerkelijk nog een bepaalde persoon als favoriet te hebben en ten tweede is de inhoud van de recensies veranderd van een kritisch betoog naar een verhaal over het privé-leven van de schrijver.¹⁶ Ondanks dat de macht van de recensent afgenomen kan zijn, hebben de onderzoeken van Van Dijk en Janssen aangetoond dat de critici wel degelijk van belang zijn bij het bestuderen van een succes. De kritiek heeft namelijk invloed op de wijze waarop verkopers met de producten omgaan, maar ook op de positie van de auteur binnen de wereld van de schrijvers: bij positieve berichten zal de schrijver meestal hogerop komen dan bij negatieve berichten. Gesteld kan worden dat een succes onder meer gemeten kan worden aan de hand van het aantal berichten dat er in de media verschijnt en aan de hand van het oordeel van die berichten. Om tot een succes te komen zijn er echter nog andere partijen nodig die zich inzetten voor het product.

Wanneer er gekeken wordt naar boeken en de mensen achter deze culturele producten is er sprake van een hele ploeg die kunnen bijdragen aan het succes ervan. Van Rees en Dorleijn bespreken in hun artikel 'De impact van literatuuropvattingen in het literaire veld' de verschillende stadia die een boek in Nederland doorloopt voordat het eventueel een succes wordt. De eerste stap in het productieproces is die van het schrijven van een boek. Een schrijver in Nederland kan dit doen met behulp van zijn eigen budget, maar hij kan ook steun krijgen van beroeps- en adviesorganisaties of subsidieverstrekkingen. Vervolgens dient een uitgeverij geïnteresseerd te zijn in het uitbrengen van het

¹⁵ Van Dijk & Janssen, 2001.

¹⁶ Idem: 210-211

boek. Deze uitgeverij promoot het boek bij boekenwinkels, bibliotheken en boekenclubs. Deze drie partijen richten zich vervolgens op het lezerspubliek. De uitgeverij heeft tevens een verbinding met de critici van dagbladen of wetenschappelijke werken. De tijdschriften die gespecialiseerd zijn in literatuur, hebben daarnaast soms ook een verbinding met de schrijver zelf.¹⁷ Voor Amerikaanse boeken geldt dat het voor een schrijver van groot belang is dat hij samenwerkt met een goede agent. Deze agent zet zich in voor de schrijver als vertegenwoordiger en zorgt ervoor dat de schrijver genoeg aandacht en publiciteit krijgt.

De bestsellerlijst is volgens Laura Miller in de Verenigde Staten te zien als een vorm van promotie.¹⁸ De bestsellerlijst wordt uitgebracht in de media en soms in winkels en geeft een overzicht van de op dat moment populairste boeken. Miller beschrijft in haar artikel de invloed die een dergelijke lijst heeft op de kopende consument. Mensen in de Verenigde Staten zijn volgens Miller sneller geneigd om een boek te kopen wanneer het op een bestsellerlijst staat, dan wanneer dat niet het geval is. Volgens berichten in het *NRC Handelsblad* lijkt dit principe ook in Nederland te gelden. Jungman en Hoenjet hebben beide een artikel geschreven over bestsellerlijsten en de invloed daarvan op het koopgedrag van de consument. Zo haalt Jungman diverse boekverkopers aan die bevestigen dat de boeken op de lijst extra goed verkocht worden.¹⁹ Hoenjet behandelt het probleem van de grote hoeveelheid aan boeken waar de consument een keuze uit moet maken en dan naar de bestsellerlijst grijpt.²⁰ De media zorgen voor extra reclame voor bepaalde boeken en de bestsellerlijsten worden onder meer in de dagbladen gepubliceerd, maar een groot deel van de promotie wordt door de winkels zelf gedaan. De consument weet dan ook zonder tussenkomst van de media welke boeken populair zijn, doordat de winkels hier de aandacht op vestigen. De winkelketens zorgen zelf voor reclame door middel van de eerder besproken bestsellerlijsten, maar ook andere lijsten zoals lijsten met nieuwe aanwinsten en lijsten met boeken die verwacht worden. Onderzoek heeft uitgewezen dat een bepaalde lay-out van een boek beter verkoopt en ook de indeling van de winkel zorgt ervoor dat de consument juist wel of niet geïnteresseerd is in een bepaald boek.²¹ Hieruit kan opgemaakt worden dat de media niet de enige factor zijn die van invloed zijn op een succes. Tevens zijn de media lang niet altijd de eerste die zich met een succes bezig houden. Zo kan het voorkomen dat de media-aandacht voor een boek pas op gang komt wanneer het boek al in de bestseller top 60 staat. In dat geval hebben de media geen aansporende rol, maar een volgende. Coser en anderen hebben tevens onderzocht op welke manier de media betrokken zijn bij een succes. Zij bespreken in hun artikel 'Book Reviewers' de rol van recensenten en hun relatie met uitgeverijen. Er worden veel boeken geschreven, maar slechts 15% wordt hiervan daadwerkelijk beoordeeld door recensenten. Dit betekent dat het publiek maar met een heel klein deel van het totale aanbod wordt geconfronteerd door de media en dat uitgeverijen door

¹⁷ Van Rees & Dorleijn, 2005: 4-7

¹⁸ Miller, 2000.

¹⁹ Jungman, 2002.

²⁰ Hoenjet, 2004.

²¹ Whiteside, 1980: 42-46.

middel van reclames en andere middelen ervoor moeten zorgen dat het publiek toch op de hoogte komt. Degene die bepaalt welke boeken gerecenseerd worden is ongedefinieerd. Vooral de relatie tussen uitgever en recensent is hierin bepalend: veel uitgevers hebben contact met een of meerdere recensenten waarbij ze een bepaald boek kunnen aanprijzen.²²

Tot nu toe lijkt het alsof een succes vooral afhankelijk is van de promotie en dus van het budget dat daarvoor te besteden is. Echter, in het bericht 'Why bestsellers sell best and other Publishing secrets' uit *The New York Times* beschrijft Sandra Salmans dat het hebben van geld niet per definitie bepaalt of een product in de Verenigde Staten uitgroeit tot een succes.²³ Volgens Salmans zal een boek een wezenlijke waarde moeten hebben om aan te slaan bij het publiek. Toch is volgens Salmans geld een noodzakelijk middel om het succes op te starten. Er wordt daarbij een plan gemaakt met betrekking tot de verschillende promotieactiviteiten: adverteren, televisieoptredens en signeersessies. Daarbij is het belangrijk om vast te stellen in hoeverre de auteur geschikt is om in het openbaar te treden. In sommige gevallen zal de auteur niet positief uitkomen op beeld of bij een signeersessie, waardoor er besloten kan worden dat de auteur niet op tournee gaat. In de Verenigde Staten wordt er over het algemeen 1 dollar per kopie uitgegeven voor de promotie. Dit komt volgens Salmans meestal neer op zo'n 40.000 tot 60.000 dollar per boek. De promotie van een populair boek kan uiteindelijk uitlopen tot zo'n 200.000 dollar.

2.3 Kunst en cultuur in de dagbladindustrie

Diverse onderzoeken hebben aangetoond dat er door de jaren heen steeds meer aandacht is voor kunst en cultuur in de landelijke dagbladen.²⁴ Aangezien deze scriptie voornamelijk naar de kunstkritiek in de Verenigde Staten kijkt, is het relevant om te bekijken hoe de situatie daar is. Iemand die hier naar onderzoek heeft gedaan is James Heilbrun. Heilbrun heeft zich in zijn onderzoek gericht op de aandacht voor populaire cultuur in *The New York Times*.²⁵ Hij heeft daarbij gekeken of het aantal berichten dat besteed is aan kunst en cultuur is toe- of afgenomen door de jaren heen, beginnend in 1962. Het resultaat van het onderzoek is dat er over het algemeen gesproken kan worden van een daling in het percentage berichten dat gaat over hogere kunstvormen (zoals theater, klassieke muziek en dans) en een stijging in het percentage berichten dat gaat over populaire cultuur (zoals films, televisie en radio). Een kanttekening bij het onderzoek van Heilbrun is dat deze niet expliciet heeft gekeken naar berichten over literatuur en/of boeken in het algemeen. Toch wordt met dit onderzoek wel aangetoond dat er een verschuiving gaande is van aandacht voor de hoge kunsten naar aandacht voor de lage kunsten.

²² Coser ea, 1982: 308-313.

²³ Salmans, 1985.

²⁴ Zie onder andere Janssen (1999) en Heilbrun (1997).

²⁵ Heilbrun, 1997.

Binnen ditzelfde onderzoekskader heeft Susanne Janssen onderzoek gedaan naar de berichtgeving met betrekking tot kunst en cultuur in vier grote Nederlandse dagbladen voor de periode 1965-1990.²⁶ In dit onderzoek heeft zij gelet op diverse vormen van kunst, waaronder film, muziek en literatuur. Bij de analyse van de resultaten is er een onderscheid gemaakt tussen de populaire en de serieuze kranten. Uit het onderzoek van Janssen kan worden afgeleid dat er door de jaren heen meer aandacht vanuit de pers is gekomen voor kunst en dat de aandacht voor populaire cultuur (waaronder non-literaire fictie) met name in de populaire kranten in Nederland een stijging heeft doorgemaakt.

Volgens Janssen is er in Nederland al lange tijd sprake van een ordening op basis van een hiërarchie binnen de culturele genres. Zo staan klassieke muziek en poëzie hoger in rang dan hiphop en horrorboeken. Echter, deze hiërarchie is aan het afzakken, waarbij er meer aandacht komt voor populaire cultuur.²⁷ Er is volgens Janssen steeds meer sprake van een daling in rang van de hogere kunsten door het gebruik van populaire middelen (marketingtechnieken en bestellerlijsten) om de verkoop van de producten te stimuleren, en een stijging van de populaire kunsten door bijvoorbeeld de komst van een oevreprijs voor schrijvers van misdaadboeken.²⁸

Oorzaken voor de groei van de populaire cultuur zijn onder meer te vinden in veranderingen binnen de samenleving. Sinds de jaren vijftig zijn er volgens Janssen vele gebeurtenissen geweest die hebben geleid tot een meer open samenleving. Zo was er in de jaren vijftig een sterke groei van de welvaart, waardoor men meer geld had om te consumeren. Deze welvaart uitte zich in het aanschaffen van luxe artikelen, zoals televisies en radio's. Deze apparaten werden steeds meer een vast onderdeel binnen het leven van de bevolking. Door de stijging van het programma-aanbod op de televisie en radio, kwam er concurrentie op gang, waardoor men meer mogelijkheden kreeg om zelf te bepalen waarnaar gekeken of geluisterd zou worden. Door het vrijkomen van subsidies voor culturele instellingen vanuit de overheid, kon er meer geld gestoken worden in het werven van een achterban, om op die manier uit te groeien tot grote verenigingen. Een gevolg van deze ontwikkelingen was dat men ruimer ging denken en nieuwsgierig werd naar andere meningen en gedachten. De gang van zaken op scholen werd vrijer en het aanzien dat er tot die tijd voor hogere kunsten was geweest, veranderde van karakter. Via het onderwijs kreeg men niet meer bijgebracht dat hoger opgeleiden zich alleen mochten bezighouden met de hogere kunsten. Doordat men niet meer via de opvoeding een bepaalde mening opgelegd kreeg, ontwikkelde men steeds vaker voorkeuren die voorheen alleen te vinden waren bij de onderste laag van de bevolking. De populaire cultuur kreeg meer aanhang en steeg in waardering vanuit de bovenste bevolkingslaag.²⁹

²⁶ Janssen, 1999.

²⁷ Janssen, 2005: 5-10.

²⁸ Idem: 10-11.

²⁹ Idem: 30-31.

In deze paragraaf is er geconstateerd dat er een verschuiving gaande is in de aandacht voor kunst vanuit dagbladen. Zowel voor Amerika als in Nederland is er aangetoond dat de aandacht voor de populaire kunsten in de dagbladen is gestegen.

2.4 Tot slot

De eerste vraag die in dit hoofdstuk beantwoord is, heeft betrekking op de totstandkoming van een succes binnen de kunst en cultuur. Er is gebleken dat een succes een complex begrip is en dat er vele factoren van invloed kunnen zijn op de vorming van een succes. Zo kan de uitgever invloed hebben op de reactie van de criticus, kan de criticus invloed hebben op de reactie van de boekverkoper en kan de boekverkoper invloed hebben op de koper. Wanneer er naar de tweede vraag gekeken wordt, welke rol hebben de media bij de vorming van een succes, blijkt dat de rol van de media groot is. Diverse onderzoeken hebben uitgewezen dat de aandacht vanuit de media grotendeels bepalen of een boek slaagt of niet. Daarmee is dit gelijk een antwoord op de derde vraag: Aan de hand van welke indicatoren kan succes binnen het culturele veld gemeten worden? In deze paragraaf zijn de volgende indicatoren aan bod gekomen:

- Het succes van het eerste boek
- Naast het schrijven andere activiteiten uitoefenen
- Aandacht van de media
- De uitgeverij
- De positie op een bestsellerlijst
- De aandacht vanuit boekenwinkels en boekenclubs
- De hoeveelheid nominaties en prijzen
- De inkomsten
- Verkoopcijfers

Deze indicatoren bieden een handvat om een antwoord te kunnen geven op de centrale vraag van deze scriptie:

Op welke manier heeft het succes van Stephen King zich in de periode 1974 tot en met 2005 in Verenigde Staten en Nederland ontwikkeld en wat was de rol van de media hierbij?

Met behulp van een praktisch onderzoek wordt getracht inzicht te geven in het succes van Stephen King. Het onderzoek bestaat uit een kwalitatief deel, waarin er een vergelijking wordt gemaakt van de besproken theorie uit dit hoofdstuk en de loopbaan van Stephen King, en een groot omvattend kwantitatief deel, waarin gekeken wordt naar de aandacht vanuit de media voor King. In het volgende hoofdstuk zal er besproken worden welke indicatoren wel en niet aan bod zullen komen in het praktische deel van deze scriptie.

3. Onderzoeksopzet

In het voorgaande hoofdstuk is er een lijst met indicatoren naar voren gekomen, aan de hand waarvan, volgens een aantal onderzoekers, een succes gemeten kan worden. In het eerste deel van het onderzoek van deze scriptie zal gekeken worden naar het succes van het eerste boek van King, andere activiteiten die worden uitgeoefend naast het schrijven, de uitgeverijen waar King mee samenwerkt, de hoeveelheid nominaties en prijzen die King heeft ontvangen, de verkoopcijfers van King's boeken en King's inkomen. Er wordt daarbij niet ingegaan op de manier waarop Stephen King zich in interviews profileert. Hiervoor is het namelijk noodzakelijk om alle interviews waar King aan mee heeft gewerkt, te bestuderen en dat is vanwege de beperkte tijdomvang niet mogelijk. In het kwantitatieve deel wordt de aandacht vanuit de media bestudeerd. Er wordt niet naar de aandacht vanuit de boekenwinkels en –clubs gekeken, omdat dat een andere manier van onderzoek vergt, waarvoor in deze scriptie wegens tijdgebrek geen aandacht aan wordt geschonken. De laatste indicator die buiten beschouwing wordt gelaten is de positie van King's boeken op bestsellerlijsten. Wegens een beperkte hoeveelheid bronnen is het niet mogelijk om een helder overzicht te geven van de gehele onderzoeksperiode. Bij het bestuderen van het succes wordt onderscheid gemaakt tussen het artistieke succes en het commerciële succes waar King mee te maken heeft.

3.1 Deelvragen en hypotheses

In hoofdstuk 2 is naar voren gekomen hoe de culturele industrie volgens Hirsch, Becker, Bourdieu en Crane in elkaar zit. Volgens deze onderzoekers ontstaat een product door de inspanning van een netwerk, waarbij alle schakels van invloed zijn op het eindproduct. Om te kunnen onderzoeken hoe het succes van Stephen King is verlopen, zal allereerst nagegaan worden hoe het netwerk rondom Stephen King in elkaar zit. Dit zal gebeuren door middel van een kwalitatief onderzoek. De volgende vraag zal hierbij beantwoord worden.

1. Welke partijen zijn betrokken bij de totstandkoming en de ontwikkeling van het succes van Stephen King?

Uiteindelijk wordt er een kwantitatief onderzoek uitgevoerd om te onderzoeken hoe er vanuit de dagbladpers op de boeken en films van King is gereageerd. Allereerst zal daarbij inzicht worden gegeven in de stand van zaken met betrekking tot de dagbladpers in de Verenigde Staten en Nederland en met betrekking tot de rol die de te onderzoeken kranten daarin hebben. Vervolgens komt de volgende vraag aan bod.

2. Welke verschillen en overeenkomsten zijn er tussen de geanalyseerde berichten van de Amerikaanse en de berichten van de Nederlandse pers?

De verwachting is dat er door de jaren heen steeds meer aandacht voor de producten van Stephen King is gekomen. Allereerst omdat Stephen King een steeds bekendere schrijver is geworden, maar ook

doordat het verschil tussen hoge en lage cultuur is afgenomen. Zo hebben boeken van het detective-/thriller-genre door de jaren heen meer aanzien gekregen. Toch heeft het onderzoek van Janssen uitgewezen dat er een verschil in aandacht is tussen de serieuze en de populaire dagbladen. Daardoor zal de hoeveelheid aandacht vanuit de populaire dagbladen waarschijnlijk hoger liggen aan de aandacht vanuit de serieuze dagbladen. Bij de vergelijking tussen de aandacht in de Verenigde Staten en de aandacht in Nederland wordt verwacht dat er weinig tot geen verschil is. Stephen King is uitgegroeid tot een wereldwijde bekendheid, waardoor men in Nederland evenveel aandacht zal besteden aan de schrijver als in de Verenigde Staten.

3.2 Data verzameling

Om de media-aandacht van Stephen King in de Verenigde Staten en Nederland te meten, is ervoor gekozen om naar de berichtgeving in een aantal dagbladen te kijken. Allereerst wordt de aandacht in de Verenigde Staten in kaart gebracht door de berichtgeving over Stephen King in *The New York Times* over de periode 1974-2005 te bestuderen. Door het hoge aantal lezers heeft deze krant een belangrijke positie binnen de Amerikaanse dagbladindustrie en er mag van worden uitgegaan dat de behandelde onderwerpen in *The New York Times* representatief zijn voor de interesses van het cultureel onderlegde, hoger opgeleide, Amerikaanse publiek.

Om te onderzoeken of de aandacht voor Stephen King in Nederland even groot is als de aandacht in de Verenigde Staten wordt er ter vergelijking gekeken naar een tweetal Nederlandse dagbladen, het *NRC Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad*. Er is voor het *NRC Handelsblad* gekozen, omdat het een soortgelijke krant als *The New York Times* betreft. Beide kranten hebben als doelgroep de hoger opgeleide, welvarende lezer, waardoor er logischerwijze sprake zou moeten zijn van een zelfde soort berichtgeving en onderwerpkeuze. Ter verbreding van het onderzoek wordt er binnen Nederland een vergelijking gemaakt tussen de populaire en de serieuze pers. De krant die bij dit onderzoek de populaire pers vertegenwoordigt is het *Algemeen Dagblad*. Aangezien het voornaamste deel van het onderzoek zich richt op de Verenigde Staten en Nederland slechts ter vergelijking dient, is er vanuit praktische overwegingen voor gekozen om het onderzoeksdomein van het succes van King in Nederland te beperken vanaf de jaren negentig tot en met 2005. Concreet wordt er gekeken naar de berichten in *The New York Times* van 1974 tot en met 2005, de berichten in het *NRC Handelsblad* van 1990 tot en met 2005 en de berichten in het *Algemeen Dagblad* van 1992 tot en met 2005.

Om de krantenberichten te verzamelen is gebruik gemaakt van twee verschillende programma's. Voor de berichten uit *The New York Times* is er zowel gebruik gemaakt van het programma Proquest Historical Newspaper (voor de periode 1986-2001) als van het programma Lexis Nexis (voor de perioden 1970-1986 en 2002-2005). Proquest Historical Newspaper is een online dienst die toegang biedt tot alle berichten die in de twintigste eeuw en later zijn verschenen van zeven

grote Amerikaanse dagbladen. Lexis Nexis is een soortgelijke online dienst, die niet alleen kijkt naar Amerikaanse dagbladen, maar ook naar bijvoorbeeld Nederlandse. Voor de berichtgeving van het *NRC Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad* is dan ook gebruik gemaakt van Lexis Nexis. Lexis Nexis heeft als beperking dat het met betrekking tot de Nederlandse dagbladen niet erg ver terug in de tijd gaat. De berichten van het *NRC Handelsblad* gaan niet verder terug dan 1990 en de berichten van het *Algemeen Dagblad* zijn niet ouder dan 1992. Met behulp van zoekwoorden kan er gezocht worden binnen de berichten. Voor deze scriptie is er gebruik gemaakt van het zoekwoord ‘Stephen King’. Alle berichten waar deze woordencombinatie in voor komt, zijn doorgelezen en beoordeeld op relevantie. Er zal nu dieper in worden gegaan op de verschillende kranten.

The New York Times

Op 18 september 1851 verschijnt de eerste editie van de dagelijkse ochtendkrant *The New York Times* (toen nog onder de titel *The New York Daily Times*). Het doel van de krant was en is om nieuws, entertainment en informatie van hoge kwaliteit over te brengen op de samenleving. Daarbij zijn de neven doelen om de werknemers op een goede manier te behandelen en het vertrouwen van de lezers niet te schaden. Adolph Ochs, de persoon die *The New York Times* heeft opgekocht toen het er slecht mee ging in de jaren negentig van de negentiende eeuw, zei zelf over de krant dat deze gemaakt werd “without fear or favor”.³⁰ Hiermee bedoelde hij dat *The New York Times* op een zo neutraal mogelijke manier verslag wilde doen van het nieuws. Er is dus geen specifieke religieuze of politieke stroming waar *The New York Times* aanhanger van is. Onderzoek heeft echter uitgewezen dat ten tijde van de presidentsverkiezingen, de krant een lichte voorkeur heeft voor de kant van de Democratische partij (bijvoorbeeld door het benadrukken van onderwerpen waarbij de zwakke kant van de Republikeinse partij naar voren komt).³¹

The New York Times ziet het als een taak om verschillende meningen naar voren te laten komen om op die manier een nieuwsbericht zowel in de diepte als in de breedte te benaderen. In 1970 was de *Times* dan ook, volgens de ‘*The New York Times Community*’, de eerste krant die plaats maakte voor de mening van de lezer, vlak naast de pagina waarop de mening van de redactie naar voren kwam. Over het algemeen wordt *The New York Times* gezien als een hoogwaardige krant. Een bewijs hiervoor zijn de 91 Pulitzer-prijzen die het dagblad in de wacht heeft gesleept voor uiteenlopende categorieën, zoals de verslaggeving van de ramp op 11 september 2001, maar ook voor de rol die *The New York Times* vervult op het internet.³²

Door de jaren heen is *The Times* uitgegroeid tot één van de grootste kranten van de Verenigde Staten die zeven dagen per week verschijnt, met een oplage van 1,7 miljoen kranten op zondag en doordeweeks dagelijks 1,1 miljoen kranten. Daarmee worden op zondag nagenoeg zeven miljoen

³⁰ *New York Times Community*, 2005: 4-6.

³¹ Puglisi, 2004.

³² *New York Times Community*, 2005: 1-3.

mensen bereikt en doordeweeks bijna vijf miljoen. Ongeveer de helft van de oplage wordt verspreid in en rondom New York; de andere helft daarbuiten. Voor de zondag-editie geldt een hogere oplage voor het gebied buiten New York.³³ Op het aspect ‘invloedrijk’ scoort *The New York Times* een eerste plaats, vergeleken met andere media en dagbladen, en laat daarmee 155 gegadigden achter zich

Onderwerpen die vooral gewaardeerd worden door de lezers van *The New York Times* zijn de rubrieken religie, onderwijs en wetenschap. Deze laatste heeft daarvoor meerdere prijzen gewonnen. Onderwerpen die daarnaast aan bod komen zijn eten, sport, werk en huiselijke inrichting. Deze rubrieken vullen een katern op een vaste doordeweekse dag. Op zondag wordt er tevens aandacht besteed aan reizen, kunst, boeken, werk, inrichting en een terugblik op de week met verschillende meningen. Daarbij zijn er rubrieken die verschillen per regio, zoals makelaardij, advertenties voor auto's en vacatures.³⁴ In hoofdstuk 2 is al naar voren gekomen dat de recensies van boeken in *The New York Times* veel gelezen worden. *The New York Times Books Review* is een katern dat is toegevoegd aan de *Sunday Times* en dat door ongeveer 1,5 miljoen lezers wordt gelezen.³⁵

NRC Handelsblad

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) heeft in 2004 een rapport uitgebracht waarin de positie van dagbladen in Nederland staat beschreven.³⁶ De situatie die hierboven geschetst is, is daarin terug te vinden in de daling van het aantal dagbladtitels: in 1950 waren dit er 65 en in 1975 45, een daling van 30%.³⁷ Voor deze scriptie is het alleen relevant om te kijken naar de landelijke dagbladen. In de periode 1990-2004 is het aantal landelijke dagbladen nagenoeg gelijk gebleven. Het enige dagblad dat van een landelijke positie naar een regionale is gegaan, is *Het Parool*. Uiteindelijk telt Nederland zeven landelijke dagbladen: *Algemeen Dagblad*, *het Nederlands Dagblad*, *NRC Handelsblad*, *het Reformatorisch Dagblad*, *De Telegraaf*, *Trouw* en *de Volkskrant*. De uitgeverijconcerns die bij de landelijke dagbladen horen zijn De Telegraaf Holdingmaatschappij (voor *De Telegraaf*) en PCM Uitgevers (voor het *Algemeen Dagblad*, *NRC Handelsblad*, *Trouw* en *de Volkskrant*).³⁸

De oplage van de landelijke dagbladen is volgens het SCP in de periode 1981-2003 in eerste instantie gestegen, maar later gaan dalen. Het onderzoek maakt daarbij een onderscheid tussen de zogenaamde kwaliteitskranten als het *NRC Handelsblad*, *Trouw* en *de Volkskrant* en de overige kranten. De totale oplage was in 1981 1823.000, in 1995 1960.000 en in 2003 1833.000. Wanneer dit alleen wordt bekeken voor de kwaliteitskranten gelden de volgende cijfers: 517.000 in 1981, 748.000 in 1995 en 696.000 in 2003.³⁹

³³ *New York Times* Advertising Research Department, september 2005.

³⁴ Idem: 2.

³⁵ Crane, 1992: 71.

³⁶ Huysmans, ea., 2004.

³⁷ Idem: 30.

³⁸ Idem: 30-31.

³⁹ Idem: 39.

Het *NRC Handelsblad* is een samensmelting van de kranten het Amsterdamse *Algemeen Handelsblad* en de uit Rotterdam afkomstige *Nieuwe Rotterdamsche Courant*. Al in 1914 waren er plannen voor samenwerking binnen één krant, maar de uiteindelijke actie bleef uit.⁴⁰ In eerste instantie probeerde de gefuseerde organisatie van de twee kranten in de jaren zestig nog wel twee kranten te produceren, maar vanwege een daling in het aantal lezers, was het een onoverkomelijke situatie. Het gevolg hiervan was dat er werd besloten om verder te gaan met één krant. Deze maatregel leek een goede oplossing, maar de journalisten die werkzaam waren bij de twee kranten waren het hier niet mee eens. Vooral op inhoudelijk vlak waren er nogal wat verschillen tussen de Amsterdammers en de Rotterdammers.

Als voorbeeld voor het *NRC Handelsblad* werd er in 1970 door de redactie in eerste instantie gekeken naar buitenlandse kranten als *The Times* en *The Guardian*. De hoofdgedachte was dat er een kwaliteitskrant moest komen voor een middelbaar en hoger opgeleid publiek. Daarbij werden geen banden onderhouden met bepaalde religieuze en/of politieke partijen. Kernwoorden als betrouwbaar, snel, actueel, levendig, opinie en analyse moesten centraal staan bij de berichtgeving, maar met duidelijke scheidingen tussen verschillende meningen en opvattingen. Daarnaast zou er een nieuwe indeling van de rubrieken worden aangehouden, waarbij elke rubriek (opinie, kunst, sport, binnenland, buitenland, economie) een eigen pagina zou krijgen.⁴¹

Volgens het rapport van het SCP was er in de periode 1981-1995 een groei in de oplage van het *NRC Handelsblad*. In 1981 was de oplage van de krant 138.000 kranten en in 1995 was dit gegroeid naar 267.000. Na 1995 was er echter sprake van een langzame terugloop met een oplage van 259.000 kranten in 2003.⁴² In het vierde kwartaal van 2005 lag de oplage op 232.807 kranten.⁴³

De aandacht voor kunst en cultuur in het *NRC Handelsblad* is sinds de jaren zestig drastisch toegenomen. Janssen beschrijft in haar onderzoek het verloop van kunstgerelateerde pagina's in de periode 1965-1990.⁴⁴ In 1965 en 1970 besteedde de krant in totaal 33 pagina's aan kunst. In 1975 groeide dit aantal naar 45 pagina's en uiteindelijk waren er in 1990 77 pagina's in het *NRC Handelsblad* met berichten over kunst in de breedste zin van het woord: muziek, dans, boeken, musical, theater, enzovoorts. Wanneer gekeken wordt naar het aandeel van boeken (waaronder alle fictieve genres en zowel populaire als serieuze literatuur) binnen de kunstpagina's, valt op dat de serieuze kranten (in Janssen's onderzoek zijn dat het *NRC Handelsblad* en *De Volkskrant*) ten opzichte van andere kunstuitingen in 1990 de meeste pagina's besteden aan de berichtgeving over boeken: 38% van de kunstpagina's was ingeruimd voor berichten over boeken.⁴⁵

⁴⁰ Heyting, 2002.

⁴¹ Rümke, 2002.

⁴² Huysmans, ea., 2004: 41.

⁴³ Persmediamonitor, 2005.

⁴⁴ Janssen, 1999.

⁴⁵ Janssen, 1999: 338.

Algemeen Dagblad

Het *Algemeen Dagblad* is na de Tweede Wereldoorlog (1946) opgericht als vervolg op het *Dagblad van Rotterdam*. Net als het *NRC Handelsblad* profileert het *Algemeen Dagblad* zich als een krant zonder binding met een politieke of religieuze stroming. Het dagblad maakt veel gebruik van grafieken en grote koppen, om op die manier toegankelijk te zijn voor een groot publiek. Om achtergrondinformatie bij de nieuwsberichten te kunnen bieden, heeft het *Algemeen Dagblad* een magazine dat wekelijks bij de krant gevoegd is en een website. De redactie probeert dagelijks een populair, betrouwbaar en landelijk dagblad te maken, wat tot nu toe erg succesvol is.⁴⁶ In het vierde kwartaal van 2005 is het *Algemeen Dagblad* dan ook de krant met de op een na grootste oplage (514.769) van alle landelijke dagbladen.⁴⁷ Berichten uit mei 2006 vertellen echter dat het niet goed gaat met de krant en dat het magazine op zaterdag verdwijnt.⁴⁸

In een interview in 2000 met een journalist van het *NRC Handelsblad* vertelde waarnemend hoofdredacteur van het *Algemeen Dagblad*, Peter de Jonge, dat er in de laatste tien jaar van de twintigste eeuw een verschuiving plaatsvond bij de lezers van het *Algemeen Dagblad*. De lezers zouden minder tijd hebben voor het lezen van een krant, waardoor het noodzakelijk was om de inhoud van de krant daarop aan te passen. Deze aanpassingen zijn terug te vinden in de overzichtelijkheid van de berichten door de toevoeging van puntsgewijze achtergrondinformatie en foto's, waardoor de krant snel te lezen is.⁴⁹

Volgens De Jonge onderscheidt het *Algemeen Dagblad* zich van andere kranten doordat het niet gericht is op sensatie. Er wordt getracht op een betrouwbare manier informatie over te brengen op de lezer. Daarbij heeft het *Algemeen Dagblad* katernen als 'Uw goed recht' en een dagelijkse sportbijlage, die niet in andere kranten te vinden is. Toch was volgens De Jonge de verwachting dat het *Algemeen Dagblad* zich steeds meer zal richten op het internet, waardoor de papieren editie van de krant uiteindelijk zal verdwijnen.⁵⁰

Sinds 1 september 2005 is het *Algemeen Dagblad* samen gegaan met een zevental regionale kranten in een gecombineerde krant op tabloid formaat.⁵¹ De meningen over deze samensmelting waren verdeeld, maar toch heeft het *Algemeen Dagblad* dagelijks alleen al met de landelijke editie een bereik van 1,8 miljoen mensen en een oplage van 602.580 kranten.⁵²

⁴⁶ NRC Webpagina's, oktober 2005.

⁴⁷ Persmediamonitor, 2005.

⁴⁸ Elsevier.nl, 25 mei 2006.

⁴⁹ NRC Webpagina's, oktober 2005.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Media Facts, 5 september 2005.

⁵² AD Adverteren, z.j.

Volgens het rapport van het SCP is er tot 1990 sprake geweest van een groei in oplage van het *Algemeen Dagblad*, met als hoogtepunt 409.000 kranten in 1990. Na deze periode is er sprake van een daling tot 2003, met een oplage van 296.000 kranten.⁵³

Met betrekking tot het aantal kunstberichten wijst het onderzoek van Janssen uit dat het Algemeen Dagblad in 1965 23 pagina's aan kunst besteedde en in 1990 40 pagina's.⁵⁴ Er is dus sprake geweest van bijna een verdubbeling van de aandacht voor kunst. In tegenstelling tot de aandacht voor boeken bij de serieuze pers, gaan bij de populaire kranten de meeste kunstgerelateerde berichten over muziek en film. Het percentage van de kunstpagina's dat wel over boeken ging was in 1965 14,5% en in 1990 11,7%.

3.3 Data invoering

Om te onderzoeken wat voor aandacht er vanuit de dagbladen voor Stephen King is, is gebruik gemaakt van een aantal variabelen. Van alle berichten waarin Stephen King is aangehaald, zijn zes variabelen genoteerd, namelijk 'datum', 'berichtgeving', 'genre', 'lengte', 'onderwerp' en 'waardeoordeel'. Er wordt verwacht dat er met behulp van deze variabelen antwoord gegeven kan worden op de tweede deelvraag.

Met de variabele 'datum' wordt inzicht gegeven in het tijdsverloop van de aandacht. Met de variabele 'berichtgeving' wordt inzicht gegeven in de hoeveelheid tekst die er gewijd is aan Stephen King binnen het bericht. Daarbij is er een onderscheid gemaakt tussen vier vormen van berichtgeving: primaire berichten, waarbij het hele bericht is gewijd aan Stephen King, secundaire berichten, waarbij er ten opzichte van het hele bericht een relatief groot deel van het bericht is gewijd aan Stephen King, tertiaire berichten, waarbij er ten opzichte van het hele bericht een relatief klein deel van het bericht is gewijd aan Stephen King en quataire berichten, waarbij Stephen King slechts wordt aangehaald voor een willekeurige vergelijking.

De derde variabele is 'genre'. Bij deze variabele wordt het bericht ingedeeld bij één van de zes genres: recensies, interviews, nieuwsberichten, achtergrondartikelen, aankondigingen van televisieprogramma's of algemene aankondigingen. Een bericht is een recensie, wanneer er door de auteur een oordeel wordt gegeven over een product (een boek, een film/televisieprogramma of een theaterstuk). Een bericht wordt tot een interview gerekend, wanneer in het bericht duidelijk naar voren komt dat er voor het schrijven van het bericht een gesprek is geweest tussen de auteur en de persoon in kwestie, waarvan het resultaat is te lezen in het bericht. Een bericht valt onder nieuwsbericht, wanneer het doel van het bericht is om een nieuwsfeit over te dragen aan de lezer, zonder dat daarbij een mening wordt gegeven. Een bericht is een achtergrondartikel, wanneer het bericht ingaat op achtergrondinformatie bij een nieuwsbericht; deze berichten zijn over het algemeen langer dan

⁵³ Huysmans, e.a., 2004: 41.

⁵⁴ Janssen, 1999: 338.

nieuwsberichten. Een bericht wordt tot een aankondiging van een televisieprogramma gerekend, wanneer er kort over verschillende programma's die op televisie gaan komen, wordt geschreven. Dit in tegenstelling tot een recensie, waarbij er meer ruimte wordt besteed aan één of een klein aantal producten en waarin een oordeel wordt gegeven. Wanneer er geen sprake is van een televisieprogramma, maar van een aankondiging voor bijvoorbeeld een evenement, dan wordt het bericht geplaatst onder het genre 'algemene aankondigingen'.

De vierde variabele waarop het bericht beoordeeld is, is 'lengte'. Bij bijna alle berichten is door de online informatiediensten vermeld hoeveel woorden het bericht telt, waardoor er geen twijfel over mogelijk is. Bij de enkele berichten waar de lengte niet bij vermeld staat, worden de woorden geteld, zodat ze toch meegenomen worden bij de analyse. Van een aantal berichten is niet bekend hoeveel woorden het bericht heeft, omdat het niet mogelijk is om het volledige bericht in te zien, maar slechts een samenvatting. Dit gaat over de berichten van *The New York Times* uit de jaren zeventig. De berichten kunnen wel beoordeeld worden op datum, genre, onderwerp en berichtgeving, maar niet op lengte en waardeoordeel. Het gaat hier namelijk om een samenvatting van het oorspronkelijke bericht. Er is in bijna alle gevallen gekeken naar de lengte van het volledige bericht, ook wanneer slechts een deel van het bericht daadwerkelijk over King gaat. Dit is gedaan omdat het niet mogelijk is om vast te stellen hoeveel woorden er exact aan de schrijver zijn besteed in het geval van niet-primaire berichten. Het gehele bericht is namelijk gewijd aan een onderwerp waar King bij betrokken is, waardoor er niet zomaar een bepaald aantal woorden genoemd kan worden. Alleen bij de berichten waar er wel een duidelijk onderscheid is te maken tussen een King-gerelateerd onderwerp en een ander onderwerp, zoals bij recensies over verschillende producten, is er alleen gekeken naar de lengte van het stuk dat over King gaat.

De vijfde variabele is 'onderwerp'. Er zijn vijf onderwerpen waar de berichten over verdeeld worden: King algemeen, boeken, film op televisie, film in de bioscoop en theater. De berichten die over een bepaald product van King gaan (een boek, een theaterstuk of een film) worden bij het desbetreffende onderwerp ingedeeld. Wanneer een bericht over King als persoon gaat, wordt het ingedeeld bij het onderwerp 'King algemeen'.

Als laatste is er gelet op het waardeoordeel van de auteur van een bericht over het werk van Stephen King. In dit geval wordt er gekeken of de schrijver positief, negatief of neutraal schrijft over King. Dit is de meest subjectieve variabele van allemaal en vereist dan ook enige voorwerk. Aangezien alle analyses gebaseerd zijn op de interpretatie van één persoon, wordt er voorafgaand aan het onderzoek een zogenaamde interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstoets uitgevoerd met in totaal drie personen. Deze personen beoordelen alledrie in totaal tien berichten op de verschillende variabelen. Vervolgens worden deze antwoorden met elkaar vergeleken door middel van een Cohen's Kappa-test in het programma SPSS, waarna duidelijk wordt in hoeverre de interpretaties met elkaar overeenkomen. Uiteindelijk is gebleken dat voor de vier getoetste variabelen ('genre', 'berichtgeving', 'waardeoordeel' en 'onderwerp') geldt dat er sprake is van een geslaagde Kappa-test: de waarden

komen boven de 80%. Een uitgebreide beschrijving van de resultaten van deze test en verdere informatie over de opzet van de toets is te vinden in bijlage 1.

3.4 Data verwerking

Alle berichten zijn in SPSS ingevoerd. Vervolgens is allereerst in kaart gebracht in hoeveel berichten per krant aandacht is besteed aan Stephen King (met de variabele 'datum'). Met behulp van de variabele 'genre' is nagegaan om wat voor soort berichten het gaat. Aangezien er veel berichten zijn die slechts een paar woorden of enkele zinnen aan King wijden, zijn alle berichten ingedeeld op het aandeel dat King heeft binnen het bericht (met behulp van de variabele 'berichtgeving'). Hiermee komt naar voren welke berichten daadwerkelijk over King gaan en welke berichten slechts indirect aandacht aan hem besteden. Aangezien er bij dit onderzoek gekeken wordt naar de vorming van succes, wordt er vooral van uitgegaan dat op basis van de berichten die King als onderwerp hebben en de berichten die een deel van het bericht aan King wijden (de primaire en secundaire berichten), veel zeggen over het succes. De tertiaire en de quataire berichten geven wel extra informatie over het aantal berichten en het soort berichten dat er over King geschreven is. Verdere analyses worden uitgevoerd met alleen de primaire en de secundaire berichten.⁵⁵ Allereerst wordt het tijdsverloop van alle primaire en secundaire berichten uiteengezet. Vervolgens wordt het genre en het onderwerp van de berichten bepaald. Dankzij de variabelen 'genre' en 'onderwerp' wordt duidelijk om wat voor berichten het gaat. Het is daarbij ook van belang om te weten of de berichten positief, negatief of neutraal gestemd zijn en hoelang de berichten zijn. De variabelen 'waardeoordeel' en 'lengte' geven daar inzicht in.

⁵⁵ In Rosengren (1983 en 1987) komt naar voren dat slechts een enkele verwijzing naar een persoon in een bericht kan leiden tot een groter aantal berichten over de persoon. Om deze reden zijn de tertiaire en quataire berichten wel meegenomen in het onderzoek.

4. De loopbaan van Stephen King

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de volgende deelvragen: Welke partijen zijn betrokken bij de totstandkoming en de ontwikkeling van het succes van Stephen King? Uit hoofdstuk 2 is gebleken dat er diverse indicatoren zijn aan de hand waarvan een succes gemeten kan worden. De volgende indicatoren komen in dit hoofdstuk aan de orde: het succes van het eerste boek van King, andere activiteiten die worden uitgeoefend naast het schrijven, de uitgeverijen waar King mee samenwerkt, de hoeveelheid nominaties en prijzen die King heeft ontvangen, de verkoopcijfers van King's boeken en King's inkomen. Een volledig overzicht van alle werken die King heeft gepubliceerd, is te vinden in bijlage 4. Een overzicht van alle nominaties en prijzen die King heeft gewonnen, is te vinden in bijlage 5.

4.1 King's leven en succes⁵⁶

Op 21 september 1948 wordt Stephen King geboren. Enkele jaren na zijn geboorte loopt vader King weg van huis en blijft Ruth Pillsbury-King alleen over met haar twee zoons. Het gezin leeft in extreme armoede en het vertellen van verhalen met veel humor zorgt ervoor dat het leven nog enigszins dragelijk is. Zowel Stephen als zijn geadopteerde broer David lezen veel en wanneer zij in 1959 een stencilmachine vinden, beginnen zij met het schrijven van verhalen. In het bijzonder is King geïnteresseerd in science fiction- en horror-verhalen. Zelf is hij voor veel dingen bang, zoals kleine ruimtes, spinnen en het getal 13. In zijn verhalen komen deze angsten terug.

In zijn tienerjaren, begin jaren zestig, heeft Stephen een baantje als grafdelver, waarvan hij de ervaringen laat terugkomen in onder andere het korte verhaal 'I was a teenage Grave Robber'. Het verhaal stuurt hij – zoals hij eerder heeft gedaan – naar het tijdschrift *Comics Review* en het wordt gepubliceerd. In de jaren die volgen doet hij naast zijn studie Engels meerdere pogingen om zijn verhalen gepubliceerd te krijgen, maar er is geen interesse voor. Hieruit blijkt dat het van belang is dat een boek of artikel aanslaat bij een uitgever. Wanneer de uitgever geen interesse toont, is het voor een schrijver erg lastig om toch onder de aandacht van het grote publiek te komen.

King leert in 1967 zijn vrouw Tabitha kennen en ze krijgen twee kinderen. De armoede heerst in het gezin, waardoor ze genoodzaakt zijn om in een gehuurde trailer te wonen, met een telefoonlijn die geregeld wordt afgesloten. Hij werkt als leraar Engels, waar het gezin krap van kan rondkomen. In de avonduren schrijft King verhalen voor diverse mannentijdschriften. Een aantal keer stuurt hij een verhaal op naar uitgeverij Doubleday om op die manier door te kunnen breken naar het grote publiek. King kiest voor Doubleday vanwege het grote aantal boeken dat deze uitgeverij publiceert. Aangezien King in deze tijd nog geen agent heeft, is hij genoodzaakt om direct contact te zoeken met een

⁵⁶ Tenzij anders aangegeven, wordt er in deze beschrijving gebruik gemaakt van de volgende bronnen: Documentaire FEAR, FAME AND FORTUNE, 2004 en King, 2000.

uitgever. In deze periode leert hij William Thompson kennen, een redacteur bij Doubleday. Ondanks dat Thompson een fan is van de manuscripten die King had ingestuurd, worden deze toch niet geaccepteerd door andere personen binnen de uitgeverij. Hiermee wordt bevestigd dat er bij het publiceren van een boek diverse partijen van invloed zijn op het eindproduct. Dit sluit aan bij de theorie van het 'production of culture perspective', waarbij, zoals gebleken is in hoofdstuk 2, de nadruk ligt op het netwerk dat zich bezig houdt met een product. Dankzij het netwerk kan een product uitgroeien tot een succes, maar wanneer er weinig mensen zijn die achter het product staan, wordt het succes belemmerd.

Wanneer King in 1974 bijna de hoop heeft opgegeven om ooit met het schrijven geld te verdienen, stuurt hij als laatste poging het verhaal 'Carrie' naar Thompson op. Thompson is direct enthousiast en kan King 2500 dollar aanbieden als voorschot op een te schrijven boek onder dezelfde titel. Ondanks dat het in die tijd geen groot bedrag is, krijgt King weer voldoende motivatie om door te gaan met schrijven. Het boek *Carrie* wordt een groot succes en er wordt met New American Library (NAL) onderhandeld over de rechten voor een paperbackversie van het verhaal. Onderhandelaar Bob Banker weet hier 400.000 dollar uit te slaan, waarvan King de helft krijgt. Er worden dus contracten gesloten met diverse grote uitgeverijen om een nog succesvoller product uit te kunnen brengen, waarbij er een aparte onderhandelaar is die ervoor zorgt dat er genoeg geld wordt betaald voor het product. Vanaf dit moment zal het alleen maar beter gaan met de loopbaan van King. Vele boeken worden uitgebracht, waarbij er tevens aandacht is voor de filmrechten. Filmmaatschappij Columbia Pictures brengt de filmversie van *Carrie* uit, waarbij de opnames ongeveer twee miljoen dollar hebben gekost. In totaal heeft de film in de Verenigde Staten alleen al 30 miljoen dollar opgebracht, waarbij dus gesproken kan worden van een geslaagde missie. Al vroeg in King's loopbaan kiest hij ervoor om zich bezig te houden met het uitgeven van andere werken, naast zijn boeken.

King krijgt de smaak te pakken en verzoekt Doubleday om de verhalen die hij heeft ingestuurd voordat *Carrie* uit kwam, alsnog uit te brengen. Doubleday is echter van mening dat er niet in één keer teveel producten van King op de markt moeten worden gebracht, waardoor King besluit om de boeken onder het pseudoniem Richard Bachman uit te brengen. De boeken slaan echter niet aan bij het publiek. King vertelt in een interview over de invloed van Doubleday op de inhoud van zijn verhalen aan de hand van een voorbeeld waarbij het eind van een hoofdstuk te bloederig zou zijn, waardoor hij het moest herschrijven.⁵⁷ Hieruit blijkt de macht die een uitgever heeft op het te publiceren werk. Het is dus niet altijd de schrijver die uiteindelijk bepaalt hoe het werk eruit komt te zien, maar het is de uitgever die hier het laatste woord heeft. Het volgende grote succes van King na *Carrie* is het verhaal *The Shining* uit 1977. Voor 50.000 dollar worden de hardcoverrechten verkocht en de rechten op de paperbackversie worden verkocht voor 2,5 miljoen dollar. In 1978 ontstaat er echter onenigheid tussen King en Doubleday, waardoor King de samenwerking stopzet en overstapt

⁵⁷ Underwood & Miller, 1990: 67-68.

naar de uitgever van zijn paperbackboeken, NAL. NAL biedt King een voorschot van 2,5 miljoen dollar voor drie boeken.

Gedurende deze periode ontmoet King de agent Ralph Vicinanza die zich bezig zal houden met het promoten van King's boeken buiten de Verenigde Staten.⁵⁸ Binnen de VS start King een samenwerking met literair agent Kirby McCauley.⁵⁹ Begin jaren tachtig leert King de regisseur George Romero kennen en er groeit een waardevolle vriendschap en samenwerking. Het gevolg is een aantal films waar de twee aan gewerkt hebben. Het samenwerken met een regisseur is wederom een voorbeeld van de activiteiten die King naast het schrijven van boeken onderneemt.

In 1987 is King uitgegroeid tot één van de populairste schrijvers van de Verenigde Staten, wat tot gevolg heeft dat lastige fans zich opdringen en zelfs inbreken in het huis waar King en zijn vrouw wonen. Tegelijkertijd worden in schoolbibliotheken steeds minder exemplaren van zijn boeken opgenomen door de agressie de boeken zouden opwekken. Toch groeit de verkoop en hebben er eind jaren tachtig wereldwijd meer dan 100 miljoen boeken hun weg naar de lezer gevonden. Dit aantal geeft aan hoe populair de boeken zijn bij het publiek en hoe groot het commercieel succes is. In de *The New York Times* van 11 januari 1989 wordt bericht over een overeenkomst tussen Viking Penguin en NAL voor de rechten over vier boeken van King voor 30 à 40 miljoen dollar.⁶⁰ Gedurende de jaren bij Viking heeft King vooral een nauwe samenwerking met de redacteur Chuck Verrill.⁶¹ Zoals Coser heeft aangetoond is het voor een schrijver van groot belang om goed in de markt te liggen bij de uitgever, zodat de uitgever bereid is om veel reclame te maken voor de schrijver.

Ondanks dat King veel geld heeft, blijft hij bescheiden en houdt hij zich veel bezig met zijn directe omgeving. Zo laat hij in zijn buurt een honkbalveld aanleggen, koopt hij een bijna failliet radiostation op en zamelt hij geld in voor de lokale bibliotheek. Hieruit blijkt wederom dat King zich, naast het schrijven van boeken, graag inzet voor andere activiteiten.

Naarmate de jaren verstrijken gaat het steeds beter met King's carrière. De filmversie van het boek *Misery* krijgt vier Oscarnominaties en eind jaren negentig heeft King dan ook meer dan 300 miljoen verkochte boeken wereldwijd. In bijlage 6 is een lijst opgenomen met nominaties en prijzen die King in Amerika heeft ontvangen. Deze lijst geeft aan dat veel werken van King gewaardeerd worden door het publiek en/of een jury. In 1997 start King een samenwerking met Jack Romanos (directeur van Simon & Schuster/Scribner) en brengt bij deze uitgeverij diverse romans uit. Ondanks een dramatisch ongeluk in 1999 waarbij King wordt aangereden door een busje⁶², wordt in 2000 de samenwerking verlengd, waarbij dochterondernemingen Pocket Books en Simon & Schuster Audio

⁵⁸ Amazon.com, z.j.

⁵⁹ Schneider, z.j.

⁶⁰ McDowell, 11 januari 1989.

⁶¹ Offman, 29 maart 2000.

⁶² Anoniem, 21-06-1999.

worden ingeschakeld voor respectievelijk de paperbackboeken en de audio-boeken. Scribner blijft uitgever van de hardcoverboeken.⁶³

In 2000 slaat King een nieuwe weg in door het uitgeven van verhalen via het internet. Via berichten in het *NRC Handelsblad* kan achterhaald worden welke partijen betrokken zijn geweest bij het internetboek *Riding the Bullit*, namelijk Len Kawell (de directeur van Glassbooks Inc.) en Simon & Schuster/Scribner. Beide zijn verantwoordelijk voor de distributie van het internetboek.⁶⁴

Later in het jaar 2000 besluit King om een boek in delen op het internet aan te bieden. De lezer betaalt per hoofdstuk en wanneer er voldoende mensen betaald hebben, zal een volgend hoofdstuk worden geplaatst. Volgens berekeningen van het *NRC Handelsblad* zal het neerkomen op 10 dollar voor het volledige boek. In hetzelfde bericht wordt King geciteerd; hij vertelt dat de kosten voor het plaatsen van het boek en de advertentiekosten ongeveer neerkomen op 124.000 dollar.⁶⁵ In 2003 wordt al het werk van King beloond met de fameuze Amerikaanse prijs 'The National Book Foundation Medal for Distinguished Contribution to American Letters'.⁶⁶ Deze prijs staat hoog aangeschreven binnen de literaire wereld en het feit dat een schrijver van boeken binnen het populaire genre van de thriller een dergelijke prijs wint, geeft aan dat de grens tussen hoge en lage kunsten aan het afzwakken is.

Aan het eind van de twintigste eeuw verschijnen er in het *Algemeen Dagblad* berichten over het inkomen van King. In 1996 wordt het inkomen geschat op 58 miljoen dollar.⁶⁷ Een opmerkelijk gegeven hierbij is dat exact een jaar (en drie dagen) later een bericht in dezelfde krant meldt dat het inkomen voor '96 en '97 samen ligt op 84 miljoen dollar.⁶⁸ Dat zou betekenen dat de schrijver in 1997 'slechts' 26 miljoen dollar zou hebben verdiend. De vraag is dus in hoeverre de bedragen kloppen. Volgens de krant is de schrijver in ieder geval de best betaalde schrijver uit de geschiedenis.⁶⁹

Een bijzondere samenwerking is er geweest tijdens de productie van de *Dark Tower*-serie. Deze serie telt zeven delen en is het resultaat van een afspraak tussen Robert K. Wiener (directeur van Donald M. Grant Publisher Inc.), Susan Moldow (onderdirecteur van Scribner) en de Penguin Group (Viking, Plume Books en NAL).⁷⁰

Uit diverse bronnen blijkt dat de agent die King tot op heden bijstaat Arthur Greene is. Er zijn echter geen bronnen te vinden waaruit blijkt wanneer deze samenwerking tot stand is gekomen en waar de twee elkaar van kennen.

Bij de situatie in Nederland is er in tegenstelling tot die in Amerika geen sprake van wisselende samenwerkingen. Alle boeken die in Nederland zijn uitgebracht, zijn verschenen bij

⁶³ The Write News, 2000.

⁶⁴ Kunstredactie, 31-03-2000a & Kunstredactie, 21-07-2000b

⁶⁵ Carvalho, 22-08-2000.

⁶⁶ Reuters, 18-09-2003.

⁶⁷ Kunstredactie, 10-09-96.

⁶⁸ Kok, 13-09-1997.

⁶⁹ Anoniem, 05-02-2000.

⁷⁰ PR-Newswire, 13 februari 2004.

uitgeverij Luitingh-Sijthoff. In 1980 werd het eerste boek van King uitgebracht (zes jaar later dan in Amerika) en sindsdien zijn er tot en met 2005 78 vertaalde boeken van Stephen King bij deze uitgeverij verschenen. Volgens bronnen van Luitingh-Sijthoff heeft King in Nederland in totaal bijna vijf miljoen boeken verkocht.⁷¹ De agent die verantwoordelijk is voor de samenwerking met Luitingh-Sijthoff, is zoals hierboven al is aangegeven Ralph Vicinanza, die verantwoordelijk is voor het succes van King buiten de VS.

4.2 Tot slot

Terugkoppelend naar de deelvraag die in dit hoofdstuk centraal stond ‘Welke partijen zijn betrokken bij de totstandkoming en de ontwikkeling van het succes van Stephen King?’, is King’s loopbaan in drie fases op te splitsen. In de eerste periode, +/- 1959-1974, ontwikkelt King zijn schrijverskunsten. Al op jonge leeftijd begint hij te schrijven en zijn hele leven staat in het teken van het schrijven van fantasierijke verhalen. Zelfs toen hij eenmaal getrouwd was en een baan had, ging al het geld dat hij over had naar het schrijven van boeken. Door zijn obsessie hebben King en zijn vrouw meerdere malen gemerkt hoe het is om zonder geld te leven. Op het moment dat King bijna de moed wilde opgeven, sloeg het verhaal *Carrie* aan bij Thompson van uitgeverij Doubleday. Deze stap markeert de tweede fase van King’s loopbaan: 1974-1978. King brengt *Carrie* uit in boekvorm en vanaf 1974 stroomt het geld binnen. Er worden contracten gesloten voor de rechten van de paperback-versie van *Carrie* en het verhaal wordt verkocht aan een filmmaatschappij voor een filmversie. In 1978 ontstaat er onenigheid tussen Doubleday en King, waardoor King overstapt naar New American Library. Met deze stap start een nieuwe fase van King’s succes, die nog steeds bezig is. De overstap zorgt ervoor dat het alleen maar beter gaat met King’s carrière en in 1987 wordt King uitgeroepen tot Amerika’s populairste schrijver. In de jaren die volgen leert King personen kennen die hem helpen om een nog groter succes te behalen.

De volgende indicatoren zijn in dit hoofdstuk besproken: het succes van het eerste boek van King, andere activiteiten die worden uitgeoefend naast het schrijven, de uitgeverijen waar King mee samenwerkt, de hoeveelheid nominaties en prijzen die King heeft ontvangen, de verkoopcijfers van King’s boeken en King’s inkomen. Alle zes de indicatoren zijn terug te vinden in de loopbaan van King. Het eerste boek van King, *Carrie*, groeit uit tot een groot succes, waardoor er gesproken wordt over een paperback- en een filmversie van het boek.

Al aan het begin van King’s carrière week hij geregeld uit naar andere producten buiten zijn boeken om. In bijlage 5 is een lijst met verschenen werk opgenomen, waarin te zien is dat King naast het schrijven van fictieve boeken ook heeft gewerkt aan korte verhalen, films, strips, non-fictieve

⁷¹ Na contact te hebben gehad met uitgeverij Luitingh-Sijthoff heb ik een overzicht van oplage-cijfers van alle uitgegeven boeken van Stephen King bij deze uitgeverij tot mijn beschikking gekregen. Aangezien het hierbij om vertrouwelijke informatie gaat, is mij verzocht om het document niet in zijn geheel op te nemen in deze scriptie.

boeken, kinderboeken en scripts. Buiten deze producten om heeft King zich ook ingezet voor goede doelen in zijn eigen omgeving, zoals aan het aanleggen van een sportveld en het inzamelen van geld voor de lokale bibliotheek.

De uitgeverij waar King mee samenwerkt wisselt van tijd tot tijd. De eerste uitgeverij van de hardcoverboeken is Doubleday. De paperbackboeken worden in die tijd verzorgd door NAL. Na een onenigheid met Doubleday stapt King volledig over naar NAL. In 1989 ontstaat er een samenwerking tussen NAL en Viking Penguin die goed verloopt. Toch stapt King in 1997 volledig over naar Simon & Schuster/Scribner voor zowel de hardcover- en de paperbackboeken als de audioboeken. Voor zover bekend, heeft King door de jaren heen drie agenten gehad, waarvan er één zich heeft beziggehouden met de promotie van King's producten buiten de Verenigde Staten. Er zijn tussendoor samenwerking geweest met diverse partijen, zoals regisseur Romero en uitgeverijen (buiten de hierboven genoemde), maar dit was altijd van korte duur.

In bijlage 6 van deze scriptie is een overzicht te vinden met nominaties en prijzen die King in de Verenigde Staten heeft ontvangen. Deze lijst is echter niet compleet, aangezien bijvoorbeeld de gewonnen awards voor Misery hier niet vermeld worden. Toch is de lijst zoals deze nu is indrukwekkend te noemen voor een auteur die in eerste instantie gerekend werd tot vertegenwoordiger van de populaire cultuur.

Er zijn in §3.1 diverse malen verkoopcijfers en inkomsten naar voren gekomen. Ondanks dat het altijd de vraag blijft in hoeverre deze cijfers correct zijn, is er wel degelijk sprake van een stijgende lijn in de getallen. Op basis daarvan zou er gesteld kunnen worden dat deze stijgende lijn betekent dat het succes van King ook groeit. In het volgende hoofdstuk zal het aandeel van de media bij de vorming van dit succes centraal staan.

5. Resultaten praktisch onderzoek

In dit hoofdstuk wordt een antwoord gegeven op de tweede deelvraag: welke verschillen en overeenkomsten zijn er tussen de geanalyseerde berichten van *The New York Times* en de berichten van de Nederlandse kranten het *NRC-Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad*? Om tot een antwoord te komen zijn er in totaal met behulp van de programma's Lexis Nexis en Proquest Historical Newspaper 640 krantenberichten verzameld en in SPSS ingevoerd. Hieronder worden de resultaten besproken.

5.1 Verenigde Staten

The New York Times

In bijlage 2 zijn de resultaten van de analyses in diagramvorm te vinden. Bij de analyse van de krantenberichten in *The New York Times* is gebruik gemaakt van 374 berichten. Deze berichten zijn verschenen in de periode 1974-2005. In het eerste deel van deze periode – 1974-1979 – is er geen gebruik gemaakt van het volledige bericht, zoals bij de overige berichten wel het geval is, maar slechts van een samenvatting waarin kort aangegeven staat waar het bericht over gaat. Op basis van deze samenvatting kan wel gezegd worden wat de uitkomsten voor de variabelen 'genre', 'berichtgeving' en 'onderwerp' zijn, maar er kan niets gezegd worden over de lengte van het bericht en het waardeoordeel van de auteur.

In figuur 3 is te zien dat veruit het merendeel van alle berichten tot het genre 'recensie' gerekend kan worden (47%). Hiertoe worden niet alleen de recensies over producten van Stephen King gerekend, maar ook recensies waar King om de één of andere reden wordt aangehaald. Op de tweede plaats staat het 'achtergrondartikel' met 27% van alle berichten, gevolgd door de nieuwsberichten met 17%. De overige genres 'interview', 'aankondiging' en 'televisie aankondiging' zijn laag vertegenwoordigd, met alledrie minder dan 3% van de berichten.

Wanneer er naar de onderwerpen gekeken wordt, valt op dat de meeste aandacht uitgaat naar de boeken van Stephen King. 44% van alle berichten gaat hier op in. Op de tweede plaats staat 'King algemeen' met 30% van de berichten, gevolgd door de bioscoopfilms, de televisiefilms en de theaterstukken, met respectievelijk 14%, 10% en 2% van alle berichten (zie figuur 4).

Zoals gezegd bij figuur 3, is bij deze uitkomsten geen onderscheid gemaakt tussen berichten waarin veel over King wordt geschreven en berichten waar slecht met enkele woorden King wordt aangehaald. Aangezien het toch bepalend is voor de mate van aandacht om een onderscheid te maken tussen de verschillende manieren waarop King aangehaald wordt, is er een verdeling gemaakt tussen de verschillende vormen. In figuur 5 is hiervan het resultaat te zien. 41% van alle berichten heeft King als hoofdonderwerp. Deze berichten gaan dus niet over andere personen of zaken, maar alleen over Stephen King-gerelateerde onderwerpen. De categorie waarbij King wel veel aan bod komt, maar in totaal niet meer dan de helft van het bericht beslaat wordt 'secundair bericht' genoemd. Opvallend

genoeg staat deze categorie niet op de tweede plaats, maar op de derde. De categorie ‘tertiair bericht’, waarbij er slechts met een aantal zinnen over King wordt gepraat, eindigt met 34% op de tweede plaats. Aangezien de categorieën ‘tertiair bericht’ en ‘quartaair bericht’ niet op een verdiepende manier ingaan op Stephen King, zal er bij de verdere analyse niet meer verwezen worden naar deze berichten. Er wordt vanuit gegaan dat deze berichten niet bij dragen aan de rol van de media bij de vorming van een succes. Toch geven de tertiaire en de quartaire berichten wel een beeld van de hoeveelheid aandacht die er voor King is (geweest).

Na het verwijderen van de twee categorieën blijven er nog 207 berichten over. In figuur 6 is een tijdslijn te zien met een overzicht van de berichten. In de periode 1980-2000 is het aantal berichten nagenoeg gelijk gebleven. Met een uitschieter in het begin van de negentiger jaren, ligt het aantal berichten in die periode steeds op rond de tien berichten per jaar. Vanaf 2000 is er een stijging te zien in de hoeveelheid berichten. De reden hiervoor heeft te maken met het feit dat King zich in deze tijd gaat bezighouden met het verspreiden van boeken via internet, zogenaamde ‘eBooks’, wat een discussie opwekt over het nut van uitgeverijen, en met het feit dat King een literaire prijs in ontvangst neemt, wat een discussie opwekt over de grens tussen literaire en populaire literatuur.

In figuur 7 is te zien hoe de verdeling naar genres er bij het geselecteerde aantal berichten uitziet. Wederom zijn de recensies het best vertegenwoordigd met 60%, gevolgd door de nieuwsberichten en de achtergrondartikelen. In dit geval is er echter wel een verschil, namelijk dat de nieuwsberichten op de tweede plaats staan en de achtergrondartikelen met 13% als derde eindigen. De reden voor het verschil met de uitkomst van figuur 3 is dat de categorie ‘achtergrondartikelen’ juist de categorie is waarbij er vaak kort op King wordt ingegaan. Juist die artikelen zijn in dit geval niet meegenomen in de analyse, waardoor de verdeling nu anders ligt.

Figuur 8 toont welke onderwerpen het meest aan bod zijn gekomen. Net als bij de berekening van alle berichten, staan in dit geval de boeken van King met 49% op de eerste plaats. Dit onderwerp wordt gevolgd door de berichten die over King in het algemeen gaan (22% van de geselecteerde berichten), de bioscoopfilms (17%), de televisiefilms (9%) en het theater (2%).

Het beeld dat tot nu toe is geschetst geeft inzicht in het aantal berichten, het soort berichten en de onderwerpen die behandeld worden in de berichten. Hieruit kan echter nog niet worden opgemaakt op welke manier er over King werd gesproken. Figuur 9 laat een verdeling tussen de geselecteerde berichten zien op basis van het waardeoordeel van de auteur. Het deel van de diagram waarbij onbekend is wat het oordeel van de auteur is geweest heeft betrekking op de berichten die aan het begin van deze paragraaf zijn aangehaald, namelijk de berichten in de jaren zeventig. Aangezien er niet bekend is op welke manier de auteurs in die tijd over King dachten, zijn deze berichten bij het vaststellen van het oordeel buiten beschouwing gelaten. Veruit de meeste auteurs zijn positief over Stephen King. Bij 46% van de geselecteerde berichten kwam duidelijk een positief standpunt over de schrijver naar voren. Bij 36% van de berichten is er geen standpunt ingenomen en is het bericht bij de

groep 'neutraal' ingedeeld. Slechts 13% van de geselecteerde berichten bevat een negatief oordeel tegenover King en/of zijn werk.

Om het overzicht compleet te maken toont de variabele 'lengte' hoe lang de berichten zijn die over King zijn verschenen. In figuur 10 is te zien dat zo goed als alle berichten minder dan 3000 woorden tellen, met een uitzondering van twee berichten die daarboven komen. De meeste berichten (51%) hebben een lengte tussen de 500 en de 1000 woorden. Het is lastig om te berekenen hoeveel woorden er precies over Stephen King geschreven zijn, aangezien de secundaire berichten niet volledig gewijd zijn aan de schrijver. Voor een berekening van het aantal woorden zal er dan ook alleen naar de primaire berichten – die volledig over King gaan – gekeken worden. Voor *The New York Times* komt dat neer op 112624 woorden ($\mu=793,13$; $SD=565,687$).

Al met al kan er geconcludeerd worden dat de berichten in *The New York Times* over Stephen King vooral verschenen zijn vanaf 1980, met een sterke groei vanaf 2000. Vanaf de jaren tachtig zijn er jaarlijks in ieder geval negen berichten verschenen, met af en toe een verdubbeling van dit aantal als uitschieter. Inhoudelijk gezien gaat het bij de berichten vooral om recensies over de boeken van King. Er wordt over het algemeen positief en neutraal over King geschreven in de berichten, die een gemiddelde lengte van tussen de 500 en de 1000 woorden hebben. Om nu een vergelijking te maken met Nederland, zal er eerst uiteengezet worden hoeveel en wat voor soort berichten er in het *NRC Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad* verschenen zijn.

5.2 Nederland

NRC Handelsblad

In bijlage 3 zijn negen diagrammen te vinden met een overzicht van alle berichten die over Stephen King verschenen zijn in *NRC Handelsblad*. In totaal zijn er over de periode 1990-2005 120 berichten geanalyseerd. In figuur 11 is te zien dat bijna de helft van de berichten (48%) betrekking heeft op een aankondiging voor een televisiefilm of -programma waar Stephen King in voor komt. Hieruit kan opgemaakt worden dat er relatief veel films en programma's van en over Stephen King zijn verschenen op de Nederlandse televisie.

Een gelijk percentage berichten is te vinden in de categorieën 'nieuwsberichten' en 'achtergrondartikelen', beide komen in 15% van de berichten voor. Het minste komen interviews voor, namelijk in slechts 2% van alle geanalyseerde berichten. Daarbij dient opgemerkt te worden dat er geen enkel interview met Stephen King zelf naar voren is gekomen. Het percentage berichten dat in deze categorie wordt genoemd, heeft betrekking op interviews met personen die King aanhalen.

Wanneer de berichten vervolgens op onderwerp gesorteerd worden (figuur 12), valt op dat eveneens nagenoeg de helft van de berichten gaat over films die op de televisie komen. In deze categorieën vallen de aankondigingen van tv-films, zoals deze in de rubriek 'Televisie en radio

voorkeur' verschijnen, maar ook recensies. Op de tweede plaats, met 23%, staan de berichten die gaan over Stephen King als schrijver. Op de derde plaats staan de berichten over King's boeken, kort daarop gevolgd door de berichten over King's films, respectievelijk 13% en 12%. Het aandeel berichten dat gaat over het theater is met 2% zo goed als nihil.

Omdat in veel gevallen slechts met enkele woorden gesproken wordt over de schrijver, is er een onderscheid gemaakt op basis van het aandeel dat King inneemt in het gehele bericht. Het resultaat hiervan is te vinden in figuur 13. In het figuur is te zien dat ruim 63% van de berichten King kort aanhaalt. In 1% van de berichten wordt King alleen in een willekeurig verband aangehaald. Voor de verdere analyse zal, net als in het geval van *The New York Times*, alleen gebruik worden gemaakt van de berichten waarbij het geheel of een groot deel van het bericht over King gaat.

Als de genoemde berichten uit het totale aantal verwijderd worden, ziet de verdeling er uit zoals dat in figuur 14 wordt geschetst. Er blijven van de 120 berichten nog 43 berichten over die geheel of voor een groot deel op Stephen King als schrijver, filmmaker of persoon ingaan. Figuur 14 toont de verdeling van de berichten door de jaren heen. Over het algemeen worden één of twee berichten geplaatst per jaar. Een opvallende uitschieter hierbij is de periode 1998-2001. In deze periode valt 63% van het totaal aantal verschenen berichten. Wanneer deze periode nader bekeken wordt, wordt duidelijk waardoor deze stijging is ontstaan. Stephen King komt in 2000 naast de gebruikelijke films en boeken met een nieuw concept op de markt, waar het *NRC Handelsblad* ruime aandacht aan schenkt: het publiceren van boeken via internet. Door deze manier van publicatie wordt er buiten uitgeverijen om gewerkt. In de berichten wordt er gediscussieerd over de mogelijke gevolgen van een situatie waarin meerdere schrijvers over zouden gaan op deze manier van verspreiden van hun verhaal.

In figuur 15 is te zien tot welke genres de berichten gerekend kunnen worden. Bijna 42% van de berichten is in de vorm van een recensie. Deze recensies gaan over films of theaterstukken waar Stephen King een belangrijke rol bij heeft gespeeld of over boeken van de schrijver. Op de tweede plaats staan de achtergrondartikelen (33%), gevolgd door nieuwsberichten (21%) en aankondigingen (5%). Een verdeling naar onderwerp laat zien dat het merendeel van de berichten gaat over boeken van King (33%). Hierop volgen de berichten over Stephen King zelf, films in de bioscoop, films op televisie en het theater (figuur 16).

Tot nu toe is er stil gestaan bij het soort berichten en de tijd waarin de berichten verschenen zijn. Het is echter ook van belang om na te gaan op welke manier er over Stephen King geschreven is, neutraal, positief of negatief, en hoeveel woorden een bericht over Stephen King gemiddeld telt. Figuur 17 en 18 geven hier een overzicht van. Allereerst het waardeoordeel. Over het algemeen is er neutraal of positief over Stephen King geschreven. Slechts 9% van de berichten had een negatieve invalshoek. Deze berichten zijn vooral te vinden in het genre 'recensies' en bij berichten waarin King wordt aangehaald als een schrijver met weinig talent. Desalniettemin is veruit het merendeel van de berichten positiever over de schrijver.

Veruit het grootste deel van de berichten (80%) heeft een omvang van 1000 woorden of minder. De 20% die hier buiten valt, zijn zo goed als allemaal achtergrondartikelen, waarbij de tekst over King slechts een deel van het bericht in beslag neemt. Stephen King dient bij deze berichten als inleidende of vergelijkende factor van het verhaal. Het totale aantal woorden van de primaire berichten in het *NRC Handelsblad* komt neer op 12422 woorden ($\mu=443,64$; $SD=492,327$).

Concluderend kan er over de berichten in het *NRC Handelsblad* gezegd worden dat vooral ten opzichte van latere jaren tot 1998 het aantal berichten per jaar relatief laag lag met ongeveer twee berichten per jaar. Na die periode is dat aantal wel gestegen, maar zoals het er nu naar uitziet is die stijging van tijdelijke aard geweest, omdat er vanaf 2002 sprake was van een resolute daling. Inhoudelijk gezien gaan de berichten vooral over de boeken van King en over King als persoon. Deze onderwerpen komen in het bijzonder tot uiting in de vorm van recensies, nieuwsberichten en achtergrondartikelen. Slechts een kleine 10% van de berichten is negatief over King; de berichten zijn dus voornamelijk positief en neutraal gestemd. Op enkele uitschieters na vallen de geanalyseerde berichten onder de 1000 woorden.

Algemeen Dagblad

In bijlage 4 zijn de diagrammen te vinden met een overzicht van alle berichten die over Stephen King verschenen zijn in het *Algemeen Dagblad*. In totaal zijn er over de periode 1992-2005 146 berichten geanalyseerd. Net als bij de bespreking van voorgaande kranten, zal er in dit geval eerst naar alle berichten gekeken worden en daarna naar een select aantal. Het genre dat het meest vertegenwoordigd is die van de televisieaankondigingen, met 43%. Op de tweede plaats staat het genre 'nieuwsberichten' (16%) gevolgd door de recensies (14%) en de overige aankondigingen (14%) (zie figuur 19). De minste aandacht is er voor achtergrondartikelen en interviews. Bij de interviews moet echter opgemerkt worden dat er in geen enkel geval sprake is van een interview met Stephen King. De berichten die onder dit genre vallen, zijn interviews met bekende sporters die ervoor uitkomen dat zij boeken van King lezen.

Een onderverdeling naar onderwerp (figuur 20) laat zien dat veruit het merendeel van de berichten betrekking heeft op de films die op televisie komen (42%). Met 23% en 21% volgen de berichten over de boeken van King en over King zelf. De films in de bioscoop en het theater krijgen veruit de minste aandacht.

Ook bij het *Algemeen Dagblad* is een onderverdeling gemaakt op basis van het aandeel dat King heeft binnen het bericht (zie figuur 21). Uit deze onderverdeling blijkt dat er geen berichten zijn waarbij King in de vierde categorie (quartaire bericht) geplaatst zou worden. Opvallend is dat zowel de primaire berichten als de tertiaire berichten een bijna gelijk percentage hebben (42% en 45%), terwijl de secundaire berichten slechts 13% van de berichten beslaan. Toch wordt er vanwege de geringe toevoeging van de tertiaire berichten aan het succes van King geen verdere analyse gemaakt met deze groep berichten en blijven er na aftrek nog 81 berichten over.

Na een rustige start in 1992 stijgt het aantal berichten per jaar geleidelijk. Rond 1996 ontstaat er een piek en sinds die tijd komt er steeds na een piek een dal, gevolgd door weer een piek. Zo laag als het aantal berichten tot 1995 is geweest, wordt het tot 2004 niet. Daarna zakt het aantal naar drie berichten in 2004 en één in 2005 (zie figuur 22). De pieken die de berichtgeving heeft gekend zijn vooral te wijten aan de vele boeken en films waar King bij betrokken is. Een bijkomende oorzaak is het auto-ongeluk dat King in 1999 heeft gehad en waar het *Algemeen Dagblad* een aantal keer over bericht heeft. Ook krijgt King veel aandacht van de krant voor het verschijnen van zijn boeken op internet in 2000.

In figuur 23 is weergegeven hoe de verdeling tussen de verschillende genres is. Net als bij de analyse van alle berichten is ook nu nog het genre van de ‘televisie aankondigingen’ het best vertegenwoordigd met 35% van de berichten. Op de tweede plaats staat het genre ‘recensies’ gevolgd door de nieuwsberichten. Het medium televisie is logischerwijze ook bij de onderverdeling op onderwerp het populairst met het onderwerp ‘film op tv’ bij 35% van de geselecteerde berichten. De televisiefilms worden gevolgd door de boeken met 27% en de bioscoopfilms met 20% van de berichten (zie figuur 24).

In figuur 25 is te zien dat het oordeel van de auteurs hoofdzakelijk positief of neutraal is. Voor 12% van de berichten geldt dat de auteur een negatieve mening heeft laten doorschemeren in het bericht. Meer dan de helft van de berichten is ingedeeld in de categorie ‘positief’ en 37% van de berichten heeft een neutrale toon.

Over de lengte van de berichten valt te zeggen dat alle berichten – op één na uitgezonderd – onder de 1000 woorden vallen. Meer dan de helft van de berichten valt daarbij onder de 200 woorden. Het totale aantal woorden van de primaire berichten is 10678 ($\mu=172,23$; $SD=163,934$).

Uit de analyse van de berichten van het *Algemeen Dagblad* kan geconcludeerd worden dat er een aantal pieken zijn in de hoeveelheid berichten die per jaar over King zijn verschenen, maar dat het doorgaans boven de drie berichten per jaar ligt, met uitschieters naar negen berichten of zelfs hoger. Bij de berichten ligt de nadruk op de aankondigingen voor televisieprogramma’s, wat tevens terug te zien is in het feit dat de meeste berichten betrekking hadden op televisiefilms. De berichten zijn over het algemeen positief of neutraal van toon en hebben meestal een lengte van 500 of minder woorden.

5.3 Vergelijking

Om tot een antwoord op de in dit hoofdstuk gestelde deelvraag te komen, worden voorgaande resultaten met elkaar vergeleken. Het eerste boek van Stephen King kwam uit in 1974, maar toch duurde het even voordat *The New York Times* echt aandacht kreeg voor de schrijver. In 1974 verscheen wel een bericht over King’s boek *Carrie*, maar vervolgens duurde het tot 1976 voordat er andere berichten verschenen en pas na 1980 kwam er een constante aandacht voor het werk van King op gang, met gemiddeld meer dan negen berichten per jaar. De aandacht voor King vanuit de

dagbladen in Nederland ging wat langzamer. Vooral in de eerste helft van de jaren negentig lag het aantal berichten per jaar op één á twee bij zowel het *NRC Handelsblad* als het *Algemeen Dagblad*. In deze laatste krant zijn vanaf 1996 meer berichten verschenen, maar het *NRC Handelsblad* hield zijn ritme tot eind jaren negentig aan. Toch ligt het aantal van negen berichten in *The New York Times* hoger dan het gemiddelde aantal in de twee andere kranten. Af en toe komt er een uitschieter van meer dan tien berichten, maar aangezien deze uitschieters in alle drie de kranten te vinden zijn, is dat ook niet opvallend te noemen. Wat wel opvallend is, is dat in alle drie de kranten diep wordt ingegaan op de ontwikkelingen van King met zijn internetboek.

Een onderwerp dat zowel bij het *NRC Handelsblad* als bij *The The New York Times* veel aandacht krijgt is het winnen van de hoogstaande ‘Medal for Distinguished Contribution to American Letters’ door King in 2003. Het *Algemeen Dagblad* bericht hier niet over. Dat de serieuze kranten aandacht schenken aan het debat over de vraag of King überhaupt tot een literaire schrijver gerekend mag worden, is niet verrassend. De kranten zijn van oudsher bedoeld voor de culturele elite en het is dan ook logisch dat ze aandacht besteden aan een dergelijke discussie. Met betrekking tot het aantal berichten kan gesteld worden dat in de periode 1992-2005 er in *The New York Times* 122 berichten zijn verschenen, in het *NRC Handelsblad* 43 en in het *Algemeen Dagblad* 81 (wanneer er alleen gekeken wordt naar de primaire en secundaire berichten). De grote verschillen tussen de drie kranten zijn toch wel verrassend te noemen. Vooral omdat er in eerste instantie van uitgegaan is dat er weinig verschil tussen *The New York Times* en het *NRC Handelsblad* zou zitten. Dit vanwege de overeenkomstige doelgroep die zij hebben voor hun kranten. Een verklaring voor het verschil zou kunnen liggen in het feit dat *The New York Times* een grotere krant is, met meer ruimte voor kunst en cultuur dan dat bij het *NRC Handelsblad* het geval is.

In de twee ‘serieuze’ kranten is het grootste deel van de berichten in te delen onder de categorie ‘recensie’. Bij het *Algemeen Dagblad* echter, is de meerderheid van de berichten te vinden bij de ‘televisie aankondigingen’. Een dergelijk verschil is tevens te vinden in de behandelde onderwerpen: bij het *Algemeen Dagblad* staat op nummer één van de behandelde onderwerpen de televisiefilm. Op nummer twee van dezelfde krant staan de boeken en op nummer drie de bioscoopfilms. Bij de ‘serieuze’ kranten is de top drie als volgt: boeken, King algemeen en bioscoopfilms. Deze uitkomst komt volledig overeen met de verwachting die er bij dit onderdeel was. De ‘serieuze’ kranten hebben meer aandacht voor de boeken van King dan voor zijn films. De gedachte hierachter is wellicht dat de boeken, ondanks dat het misschien geen literatuur is, wellicht dichter bij de ideeën van kunst en cultuur staan van *The New York Times* en het *NRC Handelsblad* dan de films waar King aan mee heeft gewerkt. Daarbij komt dat over het algemeen kranten sowieso meer aandacht aan boeken besteden dan aan films. Het *Algemeen Dagblad* besteedt juist meer aandacht aan films dan aan boeken. Een reden hiervoor zou kunnen liggen bij de gedachte dat het *Algemeen Dagblad* verwacht dat de lezer meer geïnteresseerd is in films dan in boeken.

Wanneer er naar de oordelen van de auteurs gekeken wordt, valt op dat in alle drie de kranten het oordeel 'negatief' wordt toegekend aan een gering aantal berichten. Bij *The New York Times* gaat het om 12,56%, bij het *NRC Handelsblad* om 9,3% en bij het *Algemeen Dagblad* om 12,35%. De berichten die positief zijn over Stephen King hebben in alle drie de gevallen een aanzienlijk aandeel. Bij de 'serieuze' kranten gaat het om een percentage in de 40% en bij het *Algemeen Dagblad* zelf om 50%. Dit geringe verschil kan gebaseerd zijn op toeval, maar het kan ook verklaard worden door het idee dat het *Algemeen Dagblad* zich wellicht positiever kan uitlaten over een populaire, non-literaire, schrijver als Stephen King dan dat de andere twee kranten.

De lengte van de berichten is de laatste variabele waarop de kranten geanalyseerd zijn. In de *The New York Times* heeft het merendeel van de berichten een lengte van tussen de 500 en de 1000 woorden, met een uitloop naar 3000. In het *NRC Handelsblad* hebben de meeste berichten over King minder dan 500 woorden. Toch valt een redelijk aantal berichten tussen de 500 en de 1000 woorden en kent het *NRC Handelsblad* tevens berichten die rond de 3000 woorden liggen. In zoverre is er weinig verschil tussen de twee genoemde kranten. Het *Algemeen Dagblad* daarentegen heeft een andere verdeling. Bij deze krant vallen alle berichten onder de 1000 woorden, één bericht uitgezonderd. Het merendeel van de berichten valt onder de 500 woorden, waarmee deze krant zich onderscheidt van de twee 'serieuze' kranten. Wanneer er naar het totaal aantal woorden van de primaire berichten in de overeenkomstige periode (1992-2005) gekeken wordt, komt dat voor *The New York Times* neer op 70707 woorden ($\mu=862,28$; $SD=691,264$), bij het *NRC Handelsblad* komt het neer op 12422 woorden ($\mu=443,64$; $SD=492,327$) en voor het *Algemeen Dagblad* komt het neer op 10678 woorden ($\mu=172,23$; $SD=163,934$). Hieruit kan opgemaakt worden dat *The New York Times* een ruime meerderheid behaalt met het aantal woorden van de primaire berichten. Het *Algemeen Dagblad* heeft daarbij het minste aantal woorden besteed aan Stephen King.

5.4 Tot slot

Als antwoord op de deelvraag 'welke verschillen en overeenkomsten zijn er tussen de geanalyseerde berichten van *The New York Times* en de berichten van de Nederlandse kranten het *NRC-Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad*?' kan er samenvattend het volgende worden gezegd. In *The New York Times* verschijnen doorgaans meer berichten over King dan dat in de Nederlandse kranten het geval is. Wellicht heeft dit te maken met de ruimte die de kranten tot hun beschikking hebben voor dergelijke berichten; *The New York Times* heeft een grotere afzetmarkt en beslaat meer pagina's dan het *NRC Handelsblad*. Het verschil zou tevens verklaard kunnen worden door een grotere aandacht vanuit de Amerikaanse pers voor populaire cultuur dan vanuit de Nederlandse pers.

Een ander verschil is de aandacht voor lopende discussies. Zo gaat *The New York Times* meer dan de andere kranten in op de gevolgen voor het publiceren van boeken via internet en behandelt het de kwestie van Stephen King die een literaire prijs wint. Het *Algemeen Dagblad* gaat eveneens in op

dit laatste bericht, echter deze krant benadert het gegeven niet vanuit een debat, maar slechts als nieuwsbericht. Dit geldt tevens voor het debat over het uitbrengen van online boeken. Het *Algemeen Dagblad* besteedt hier ruime aandacht aan, maar doet dit alleen door het bespreken van het succes van de website en het boek en niet zozeer door de gevolgen te behandelen. Het *NRC Handelsblad* doet dit overigens wel.

Een derde verschil is de lengte van de berichten. De berichten in *The New York Times* beslaan meer woorden dan de berichten in de Nederlandse kranten. Dit zou eveneens te maken kunnen hebben met de beschikbare ruimte in de krant, maar daarover kan hier geen concrete uitspraak worden gedaan.

Er zijn naast verschillen ook overeenkomsten tussen de twee landen. Zowel *The New York Times* als het *NRC Handelsblad* hebben een gelijke top drie bij de berichten wanneer het aankomt op genre en onderwerp. Ook is er een overeenkomst tussen de landen door het nagenoeg gelijke percentage berichten dat een negatieve lading heeft ten opzichte van Stephen King.

Er zijn naast verschillen en overeenkomsten tussen de twee landen ook verschillen en overeenkomsten te noemen tussen het *NRC Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad*. Een verschil tussen de twee kranten is dat het *Algemeen Dagblad* meer berichten heeft geplaatst in de onderzochte periode dan het *NRC Handelsblad*, maar dat het *NRC Handelsblad* uiteindelijk meer woorden aan de primaire berichten heeft besteed dan het *Algemeen Dagblad*. Het *NRC Handelsblad* gaat bij de berichtgeving meer in op discussievorming, terwijl het *Algemeen Dagblad* dit niet doet. Het *Algemeen Dagblad* legt in de berichtgeving de nadruk op korte berichten met betrekking tot film. Het *NRC Handelsblad* maakt gebruik van langere berichten en richt zich dan op boeken of op Stephen King als persoon.

De enige overeenkomst die uit het onderzoek afgeleid kan worden, is dat zowel het *NRC Handelsblad* als het *Algemeen Dagblad* vooral een positieve of neutrale berichtgeving hebben ten opzichte van Stephen King. In het volgende hoofdstuk zal na worden gegaan in hoeverre de bevindingen van het voorgaande hoofdstuk aansluiten bij de media-aandacht.

6. Succes in de media

In hoofdstuk 4 van deze scriptie is er aan de hand van de theorie uit hoofdstuk 2 een analyse gemaakt van King's loopbaan. In hoofdstuk 5 is er in gegaan op de media-aandacht die er voor Stephen King is geweest door de jaren heen. In dit hoofdstuk zullen de voorgaande hoofdstukken met elkaar in verband worden gebracht.

6.1 Koppeling loopbaan met media-aandacht

Vanwege de beperkte bronnen is het niet mogelijk om na te gaan op welke manier er over King in de jaren zeventig is geschreven, er is alleen bekend dat er door *The New York Times* over King is geschreven. Toch vertellen de samenvattingen over de berichten ook al wat. Zo verscheen er op 7 augustus 1977 een bericht met de mededeling dat King van Doubleday is overgestapt naar New American Library. *The New York Times* hield dus nauwlettend in de gaten of er ontwikkelingen waren in de carrière van King. Dit bericht verscheen echter pas twee jaar na de verschijning van het succesvolle boek *Carrie*.

Wat opvalt, is dat er diverse berichten zijn die aangeven dat King een succesvolle auteur is. Zo verschijnt op 23 augustus 1981 in *The New York Times* een bericht waarin staat: "Stephen King has taken complete charge of the fiction possibilities this week. His "Cujo" has moved up from fifth to first place on the hardcover list, and his "Firestarter" continues in the top mass paperback spot. "Cujo" is outselling the second-place "Noble House" by a healthy 15 percent.". Naast aandacht voor de werken van King, komt zijn samenwerking met andere partijen ook aan de orde in de Amerikaanse krant. Op 21 september 1981 verschijnt een bericht met betrekking tot de samenwerking tussen King en Straub voor het boek *The Talisman*: "Apparently having concluded that two vivid imaginations should be better than one, Stephen King and Peter Straub, a couple of thriller writers who regularly turn out best sellers, are going to write a novel together.". Zelfs in de beginjaren van King's is dus te zien dat er in *The New York Times* aandacht is voor verkoopcijfers, samenwerking en uitgeverijen. Zowel voor King's boeken als voor King's andere producten is er aandacht vanuit de krant, zelfs wanneer het, achteraf gezien, om een flop gaat, heeft de krant er meerdere berichten aan gewijd. Bijvoorbeeld in het geval van *Carrie* de musical. Op 29 november 1985 verschijnt hierover het eerste bericht als aankondiging op de musical die gaat komen. Op 8 mei 1988 verschijnt een tweede bericht over het stuk. Een ander stuk dat verschenen is in het theater is *Ghost Stories*. Hierover zijn de recensenten minder te spreken, zoals te lezen is op 5 augustus 1990: "The lure of Mr. King's page-turners remains elusive in Stageworks' stagebound stories. What is most disappointing here is that they just aren't any fun.".

Ondertussen gaan de berichten over het netwerk rondom King door. Zo wordt op 11 januari 1988 bericht dat King een contract heeft getekend met Viking en verschijnt er op 22 maart van

hetzelfde jaar een bericht over de verkoop van vier boeken aan The Book of the Month Club. Bij de berichten over de samenwerking wordt gedetailleerde informatie, zoals bedragen en eisen. Zo staat in het bericht op 7 november 1997 in *The New York Times* het volgende: “The negotiations [tussen King en Simon&Schuster – RN] came after Mr. King’s highly unusual public search for a new company to replace Viking, his longtime publisher. His original \$17 million asking price prompted much complaining in the publishing industry that such a conventional deal was a money-losing proposition.” en verderop “... Mr. King will almost share 50 percent of the profits and will receive an advance that is small by his standards – almost \$2 million a book.”.

Ook is er aandacht vanuit de Amerikaanse krant voor de prijzen die King in de wacht sleept. Vooral de nominatie en het winnen van een literaire prijs zorgt voor veel ophef, dat wil zeggen, er worden in korte tijd verschillende berichten aan gewijd. De krant zelf bericht er neutraal over, maar haalt de meningen van tegenstanders aan: “The National Book Foundation, which hands out the prestigious National Book Awards, has decided to bestow its annual medal for distinguished contribution to American letters on the man who bestowed pig's blood, homicidal jalopies and ax-wielding nurses on our libraries.”(16 september 2003).

De Nederlandse kranten berichten beduidend minder over het netwerk waar King deel van uitmaakt. Wel is er aandacht voor nominaties en prijzen. Zo bericht het *NRC Handelsblad* in 1990 tweemaal dat King is geselecteerd voor de publieksprijs van het Nederlandse boek. Het *NRC Handelsblad* bericht diverse malen over het succes van King in het algemeen. De krant doet dit met weinig woorden: “Bij de romans waren James Redfield, Stephen King en John Grisham de best verkochte schrijvers van 1996.”(26-05-1997), maar feit is dat er melding van wordt gemaakt. Ook voor de inkomsten van King is aandacht vanuit het *NRC Handelsblad*, wederom met weinig woorden: “De rest van de toptien wordt gevuld door de vroegere Britse beatgroep The Beatles (5de met 98 miljoen dollar), de Amerikaanse komiek Jerry Seinfeld (6^e met 94 miljoen), de Amerikaanse illusionist David Copperfield (7de met 85 miljoen), de Amerikaanse horrorboekenschrijver Stephen King (8de met 84 miljoen), de Amerikaanse acteur Tom Cruise (9de met 82 miljoen) en de Oostenrijks-Amerikaanse acteur Arnold Schwarzenegger (10de met 74 miljoen).” (12-09-1997).

Het *Algemeen Dagblad* behandelt net als het *NRC Handelsblad* King’s inkomsten, maar doet dit op een uitgebreidere manier. Op 5 februari 2000 meldt de krant het volgende: “Horror-schrijver Stephen King heeft een megadeal gesloten met zijn uitgever. King ontvangt voor het schrijven van drie nieuwe werken maar liefst 110 miljoen gulden. Hiermee is hij de best betaalde schrijver uit de geschiedenis.”. Ook voor het behalen van nominaties heeft de krant aandacht: “Andere genomineerden zijn J.K. Rowling en Stephen King. Zij zijn gekozen door een panel van 6000 boekverkopers en bibliothecarissen. De Quills Awards worden op 11 oktober in New York uitgereikt.” (06-08-2005).

6.1 Tot slot

Wanneer de carrière van King wordt vergeleken met de aandacht vanuit de Amerikaanse en Nederlandse dagbladen valt op dat *The New York Times* zowel ingaat op de uitgeverijen waar King mee samenwerkt, andere activiteiten van de schrijver, nominaties en prijzen, inkomsten en verkoopcijfers. Bij de Nederlandse kranten worden niet al deze punten behandeld. Vooral berichten over het netwerk van King komen weinig voor.

7. Conclusie & Discussie

De hoofdvraag die in het begin van deze scriptie gesteld is, luidde als volgt: *Op welke manier heeft het succes van Stephen King zich in de periode 1974 t/m 2005 in Nederland en de Verenigde Staten ontwikkeld en wat was de rol van de media hierbij?* Met behulp van twee deelvragen is geprobeerd een antwoord te vinden op deze vraag. Allereerst is er in deze scriptie ingegaan op de totstandkoming van succes in de wereld van de kunst en cultuur en zijn indicatoren gegeven waarmee een succes gemeten kan worden. Door deze stap te maken is de hoofdvraag in een bredere context geplaatst, waarmee kan worden aangegeven wat de positie van deze scriptie is binnen het wetenschappelijke domein. De meetpunten van het succes van een schrijver zijn te vinden in de verkoopcijfers, de inkomsten, de personen waar de schrijver mee samenwerkt, de prijzen (en nominaties) die een schrijver voor zijn producten in ontvangst neemt, het uitoefenen van andere activiteiten, de aanwezigheid van zijn boeken op bestsellerlijsten, de uitgever, het succes van het eerste boek en de aandacht die een schrijver krijgt vanuit de media.

In hoofdstuk 4 over de loopbaan van Stephen King is naar voren gekomen op welke manier het succes van King zich door de jaren heen heeft gevormd en welke personen daarbij een rol hebben gespeeld. Hiermee is ingegaan op het succes van het eerste boek van King, andere activiteiten die worden uitgeoefend naast het schrijven, de uitgeverijen waar King mee samenwerkt, de hoeveelheid nominaties en prijzen die King heeft ontvangen, de verkoopcijfers van King's boeken en King's inkomen. In hoofdstuk 5 is ingegaan op de indicatoren binnen de media-aandacht: de hoeveelheid berichten, het soort berichten en het oordeel van de berichten. Er is gekeken naar de aandacht vanuit de dagbladindustrie en binnen deze industrie is onderscheid gemaakt tussen de zogenaamde populaire en serieuze pers en tussen de aandacht vanuit de Verenigde Staten, in de vorm van de berichtgeving in *The New York Times*, en de aandacht vanuit Nederland, in de vorm van de berichtgeving in het *NRC Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad*.

De volgende hypothesen zijn aan het begin van het onderzoek gesteld.

1. Er is door de jaren steeds meer aandacht voor de producten van Stephen King gekomen.
2. Er is nagenoeg geen verschil tussen de aandacht vanuit de Verenigde Staten en de aandacht vanuit Nederland.
3. De aandacht vanuit de populaire dagbladen is groter dan de aandacht vanuit de serieuze dagbladen.

De eerste hypothese klopt deels. Bij *The New York Times* is inderdaad sprake van een geleidelijke groei in het aantal berichten met betrekking tot Stephen King en die groei zal waarschijnlijk blijven doorgaan. Bij het *NRC Handelsblad* kan eveneens gesproken worden over een lichte groei. Echter, bij het *Algemeen Dagblad* is er constant sprake van een piek en een dal, waarbij het niet zo is dat er steeds meer berichten verschijnen. Deze hypothesen zijn dus deels verworpen. Terugkoppelend naar de theorie

kan gesteld worden dat er bij een groeiend succes sprake is van een toenemende media-aandacht, in dit geval in de vorm van steeds meer berichten gewijd aan King. Dit sluit dus aan bij de visie van Hirsch, Becker, Bourdieu en Crane, die stellen dat de media een schakel vormen in het culturele veld en bijdragen aan de vorming van een succes. Ondanks dat er een verschil is tussen het populaire dagblad en de serieuze kranten, houden beiden hun aandacht op de schrijver gericht en zijn ze dus betrokken bij de vorming van het succes.

De tweede hypothese moet eveneens verworpen worden. King heeft met vele personen gewerkt die zijn succes hebben gesteund, waardoor hij is uitgegroeid tot een wereldberoemde auteur, die door de jaren heen steeds meer respect heeft gekregen van de critici. Vergeleken met *The New York Times* hebben de Nederlandse dagbladen weinig aandacht gehad voor Stephen King, het soort berichten ligt echter wel gelijk. Hieruit kan worden opgemaakt dat er vanuit de Amerikaanse (serieuze) media meer aandacht is voor populaire cultuur, dan dat bij de Nederlandse media het geval is. Een deel van het verschil in aantal berichten kan samengaan met het verschil in omvang tussen de Amerikaanse en de Nederlandse kranten, maar een bijkomende reden kan te maken hebben met een verschil in aandacht voor populaire cultuur.

De derde hypothese moet ook verworpen worden. Wanneer er gekeken wordt naar het verschil tussen het serieuze *NRC Handelsblad* en het populaire *Algemeen Dagblad*, valt op dat er weliswaar meer berichten in het *Algemeen Dagblad* zijn verschenen, maar dat het *NRC Handelsblad* uiteindelijk meer woorden heeft besteed aan Stephen King. Er is dus niet meer aandacht voor de schrijver vanuit de populaire dagbladen dan vanuit de serieuze. Hiermee is aangetoond dat er weinig verschil is tussen de aandacht voor lage cultuur vanuit de populaire en serieuze dagbladen; Een serieuze krant als het *NRC Handelsblad* besteedt misschien minder vaak berichten aan een schrijver als Stephen King dan dat het *Algemeen Dagblad* doet, maar maakt de berichten wel langer, waarmee de krant aangeeft toch geïnteresseerd te zijn in de producten van een schrijver uit de populaire cultuur.

Binnen de Nederlandse dagbladen is er toch ook een verschil te zien; het *Algemeen Dagblad* heeft zich vooral gericht op berichten over de films van King in de vorm van vele korte berichten. Het *NRC Handelsblad* bevat echter, evenals *The New York Times*, vooral langere berichten over King's boeken. Daarnaast heeft het *NRC Handelsblad* zich, meer dan het *Algemeen Dagblad*, beziggehouden met het oproepen van discussie. Bijvoorbeeld in de periode dat King was genomineerd voor een literaire prijs. Hiermee is aangetoond dat er wel degelijk een verschil is in de manier waarop een serieuze krant naar een schrijver als King kijkt als dat het geval is bij een populaire krant. De discussies waren vooral gericht op het feit of King zich zou mogen rekenen tot de literaire schrijvers en of hij überhaupt wel in aanraking zou mogen komen voor een literaire onderscheiding. In het populaire dagblad was hier geen twijfel over mogelijk; daar werd niet stilgestaan of King wel of niet goed genoeg zou zijn voor een bepaalde onderscheiding.

Er is gebleken dat het succes van Stephen King langzaam op gang is gekomen, maar dat na het verschijnen van zijn eerste boek in de Verenigde Staten, er vanuit *The New York Times* volop aandacht

was voor de schrijver. Er was in eerste instantie sprake van een commercieel succes (hoge verkoopcijfers en een hoog inkomen), dat later ook uitgroeide tot een artistiek succes, in de vorm van media-aandacht en verschillende onderscheidingen; hiermee zijn hoge en lage cultuur naar elkaar toegekomen. Hieruit kan worden opgemaakt dat het voor een kunstenaar mogelijk is om zich eerst te 'bevinden' in het domein van de lage cultuur, dat tot uiting komt in het commerciële succes, en later doorgroeit naar de hoge cultuur, door de media-aandacht en de onderscheidingen.

Feit is dat de geanalyseerde media nauw betrokken zijn geweest bij het succes van King. Er is niet alleen stilgestaan bij de producten waar King aan werkt, maar ook bij King als persoon. [ik zou Holman hier niet noemen, omdat het gaat om een journalistieke bijdrage en niet om een wetenschappelijk stuk] Er is steeds minder sprake van een inhoudelijk betoog over een bepaald boek of een bepaalde film, en steeds meer aandacht voor het privé-leven van een artiest.

In zijn totaliteit draagt deze scriptie bij aan breder onderzoek met betrekking tot de berichtgeving over kunst en cultuur in de media. Het geeft inzicht in de verschillen die er zijn tussen populaire en serieuze pers en het toont aan welke verschillen er zijn tussen de Amerikaanse en de Nederlandse manier van berichten. Wanneer er naar de beperkingen van deze scriptie gekeken wordt, kunnen de volgende voorstellen voor vervolgonderzoek worden opgesteld.

Allereerst kan een vervolgonderzoek ingaan op meerdere kranten. Er is nu binnen de Verenigde Staten gebruik gemaakt van één krant en binnen Nederland van twee kranten. Deze aantallen zouden uitgebreid kunnen worden, om een nog beter beeld te krijgen van alle aandacht die er vanuit de dagbladindustrie is geweest voor het succes. Een volgend onderzoek zou daarnaast kunnen ingaan op meerdere landen. In dit onderzoek zijn twee landen bestudeerd, maar er zou tevens naar andere landen en bijvoorbeeld andere werelddelen gekeken kunnen worden, om op die manier te onderzoeken hoe ver een succes kan reiken.

Het is ook mogelijk om bij een volgend onderzoek naar andere media dan kranten te kijken. Het is waarschijnlijk dat er vanuit de televisie- en radiowereld aandacht is voor een succes, maar ook vanuit het internet zijn er websites die worden opgezet om een bepaald persoon te steunen bij zijn succes.

Literatuurlijst

- Anoniem, 'Stephen King zwaargewond'. In: *Algemeen Dagblad* (21-06-1999).
- Anoniem, 'Monsterdeal voor King', In: *Algemeen Dagblad* (05-02-2000).
- Becker, H.S., 'A New Art Form: Hypertext Fiction'. In: M. Lourdes Lima dos Santos, *Cultura & Economia* (Lisbon: Edições do Instituto de Ciências Sociais, 1995), 67-81.
- Bourdieu, P., *The field of cultural production* (Cambridge: Polity, 1993)
- Bourdieu, P., *Distinction: a social critique of taste* (London: Routledge, 1979)
- Carvalho, H., 'Succes Stephen King op internet'. In: *NRC Handelsblad* (22-08-2000).
- Coser, Lewis, A., C. Kadushin & W. W. Powell, 'Book Reviewers'. Uit: *Books. The Culture & commerce of publishing*. (New York: Basic Books, Inc. Publishers, 1982) 308-332.
- Crane, D., 'The production of culture in National Cultural Industries'. In: *The production of Culture. Media and the Urban Arts*. (Newbury Park: Sage Publications, 1992) 49-76.
- Dijk, N. van & S. Janssen, 'De reuzen voorbij. De metamorfose van de literaire kritiek in de pers na 1965'. In: J. Bardoel, C. Vos, F. van Vree & H. Wijffjes (eds.), *Journalistieke cultuur in Nederland*. (Amsterdam: AUP, 2001) 208-235.
- Dijk, N. van, 'Critical support, interviews and sidelines. Institutional factors that contribute to success in the art world'. In: S. Janssen, M. Halbertsma, T. IJdens & K. Ernst (eds), *Trends and strategies in the arts and cultural industries*. (Barjesteh van Waalwijk van Doorn & Co's uitgeversmaatschappij, 2001) 331-340.
- Heilbrun, J., 'The competition between High Culture and Populare Culture as seen in *the New York Times*'. In: *Journal of Cultural Economics* (21, 1997) 29-40.
- Hirsch, P., 'Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems'. In: *The American Journal of Sociology* (77-4, 1972) 639-659.
- Hoenjet, H., 'Regelrecht naar de ramsj'. In: *HP/De Tijd* (30-04-2004).
- Huysmans, F., J. de Haan & A. van den Broek, *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. (Den Haag: SCP, 2004).
- Janssen, S., 'Art journalism and cultural change: The coverage of the arts in Dutch newspapers 1965-1990'. In: *Poetics* (26, 1999) 329-348.
- ---- *Het soortelijk gewicht van kunst in een open samenleving. De classificatie van cultuuruitingen in Nederland en andere westerse landen na 1950*. (Rotterdam, 2005).
- ---- 'Side-roads to success: The effect of activities on the status of writers'. In: *Poetics* (25, 1998) 265-280.
- Jungman, B., 'Zoveel boekhandels, zoveel lijstjes'. In: *de Volkskrant* (22-01-2002).
- King, S., *Over leven en schrijven* (Amsterdam: Luitingh-Sijthoff, 2000).
- Kok, 'Michael Crichton'. In: *Algemeen Dagblad* (13-09-1997).
- Kunstredactie, 'Oprah weer nr 1'. In: *Algemeen Dagblad* (10-09-1996).
- Kunstredactie, 'E-book King gehackt'. In: *NRC Handelsblad* (31-03-2000a).
- Kunstredactie, 'Stephen King is schrik uitgevers'. In: *NRC Handelsblad* (21-07-2000b).
- McDowell, E., 'A monster of a deal for Stephen King'. In: *The New York Times* (11-01-1989).
- Miller, L. J., 'The Best-seller List as Marketing Tool and Historical Fiction'. In: *Book History* (3, 2000) 286-304.

- Peterson, R. A., 'Culture studies through the production perspective. Progress and prospects'. In: D. Crane (ed.), *The Sociology of Culture. Emerging theoretical perspectives*. (Blackwell: Oxford 1994), p. 164-189.
- Puglisi, R., *Being the New York Times: the Political Behaviour of a Newspaper* (London School of Economics, 2004).
- Rees, van & Dorleijn, 'De impact van literatuuropvattingen in het literaire veld'. (Stichting Literatuurwetenschap 2005).
- Reuters, 'Stephen King wint belangrijke prijs'. In: *NRC Handelsblad* (18-09-2003).
- Rosengren, K.E., *The climate of literature. Sweden's literary frame of reference, 1953-1976*, (Lund: Studentlitteratur, 1983).
- Rosengren, K.E., 'Literary criticism: Future invented'. In: *Poetics* (16, 1987) 295-326.
- Salmans, S., 'Why Bestsellers sell best and other publishing secrets'. In: *The New York Times* (09-06-1985).
- Underwood, T. & C. Miller (red), *King over Stephen King: de meester van de horror aan het woord*. (Utrecht: Luitingh-Sijthoff. 1990).
- Whiteside, T., 'Chain Store Systems'. In: *The Blockbuster complex. Conglomerates, Show Business, and Book Publishing*. (Connecticut: Wesleyan University Press, 1980) 39-48.

Websites

- AD Advertiser. 'Bereik en oplage' (z.j) – 18-04-2006
<http://advertiser.ad.nl/pages.php?page=bereikenoplage>
- Amazon.com, 'The Green Mile: The complete serial novel' (z.j.) – 18-04-2006
<http://www.amazon.com/gp/product/product-description/0743210891/103-8468071-8527003>
- Elsevier.nl, 'Weer ontslagen bij Algemeen Dagblad' (25-05-2006) – 30-07-2006
<http://www.elsevier.nl/nieuws/economie/nieuwsbericht/asp/artnr/99963/index.html>
- Heyting, 'De fusie van NRC en Handelsblad' (08-07-2002) – 13-04-2006
<http://www.nrc.nl/krant/article108850.ece>
- Media Facts. 'Mineur over nieuwe AD' (05-09-2005) – 18-04-2006
<http://www.mediafacts.nl/dossiers/artikel.php?id=3021>
- New York Times Advertising Research Department. 'At the Top in the 2004-2005 U.S. Opinion Leaders Study' (z.j.) – 15-04-2006
http://nytmarketing.com/mediakit/docs/readership/opinion_leaders.pdf
- New York Times Advertising Research Department. '#1 National Newspaper Among U.S. College Students' (September 2002) – 15-04-2006
http://nytmarketing.com/mediakit/docs/readership/NYT_college_study.pdf
- New York Times Advertising Research Department. 'Average Net Paid Circulation' (September 2005) – 15-04-2006
http://nytmarketing.com/mediakit/docs/circ_and_demos/NYT_sunday_weekday_circ.pdf
- New York Times Advertising Research Department. 'Consumer Profile: Adult Readers' (November 2005b) – 15-04-2006
http://nytmarketing.com/mediakit/docs/readership/MRI_adult_consumer_profile.pdf
- New York Times Advertising Research Department. 'High-Quality Demographic Profile' (November 2005a) – 15-04-2006
http://nytmarketing.com/mediakit/docs/readership/MRI_high_quality_demos.pdf

- New York Times Community, 'Did You Know... Facts about the New York Times 2005' (2005, 4-6) – 15-04-2006 http://www.nytimes.com/community/nyt_factsheet.pdf
- NRC Webpagina's. 'Wij zijn nergens bang voor' NRC Handelsblad (oktober 2005) – 18-04-2006 <http://www.nrc.nl/W2/Lab/Profiel/Krant/hoofdredacteuren.html>
- Offman, C. 'Brave new e-books', (Salon Books, 29 maart 2000) – 28-03-2006 <http://archive.salon.com/books/feature/2000/03/29/ebooks/print.html>
- Persmediamonitor, 'Betaalde kwartaal oplage 2004-2005' (2005) – 30-07-2006 http://www.persmediamonitor.nl/cgi-bin/display.cgi?path=1_1
- PR-Newswire, 'Last Three Volumes in Stephen King's Dark Tower Series To be Published Beginning with Wolves of the Calla in Fall '03' (13 februari 2004) – 27-03-2006 <http://www.prnewswire.com/cgi-bin/stories.pl?ACCT=104&STORY=/www/story/02-13-2003/0001891307&EDATE=>
- Rümke, 'Korte geschiedenis van NRC Handelsblad' (08-06-2002) – 13-04-2006 <http://www.nrc.nl/krant/article108852.ece>
- Schneider, P. 'Collecting the Works of Stephen King', (Hill House Publishers, z.j.) – 28-03-2006 <http://www.hillhousepublishers.com/hh-collectingking01.htm>
- StephenKing.com, 'His Works' (2006) – 08-06-2006b.
- ----, 'Awards won' (2006) – 08-06-2006b.
- The Write News, 'Simon & Schuster Inc. and Stephen King Extend Copublishing Agreement' (2000) – 27-03-2006 http://www.writenews.com/2000/011400_simonschuster_king.htm

Overige bronnen

- Documentaire: FEAR, FAME AND FORTUNE (House of Knowledge, 2004).
- *Algemeen Dagblad*, 14-02-1992 t/m 17-12-2005.
- *New York Times*, 26-05-1974 t/m 14-12-2005.
- *NRC Handelsblad*, 13-04-1990 t/m 17-12-2005.

Bijlagen

Bijlage 1: Interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstoets

FIGUUR 1 DATA VAN BERICHTANALYSE DOOR DRIE PERSONEN	I
FIGUUR 2 RESULTATEN KAPPA-TOETS.....	I

Bijlage 2: Berichtgeving in *The New York Times*

FIGUUR 3 VERDELING OP GENRE VAN ALLE BERICHTEN	II
FIGUUR 4 VERDELING OP ONDERWERP VAN ALLE BERICHTEN	II
FIGUUR 5 HET AANDEEL VAN KING BINNEN HET BERICHT	III
FIGUUR 6 TIJDSLIJN VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	III
FIGUUR 7 VERDELING OP GENRE VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	III
FIGUUR 8 VERDELING OP ONDERWERP VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	IV
FIGUUR 9 VERDELING OP OORDEEL VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	IV
FIGUUR 10 VERDELING OP AANTAL WOORDEN VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	IV

Bijlage 3: Berichtgeving in het *NRC Handelsblad*

FIGUUR 11 VERDELING OP GENRE VAN ALLE BERICHTEN	V
FIGUUR 12 VERDELING OP ONDERWERP VAN ALLE BERICHTEN	V
FIGUUR 13 HET AANDEEL VAN KING BINNEN HET BERICHT	VI
FIGUUR 14 TIJDSLIJN VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	VI
FIGUUR 15 VERDELING OP GENRE VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	VI
FIGUUR 16 VERDELING OP ONDERWERP VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	VII
FIGUUR 17 VERDELING OP OORDEEL VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	VII
FIGUUR 18 VERDELING OP AANTAL WOORDEN VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	VII

Bijlage 3: Berichtgeving in het *Algemeen Dagblad*

FIGUUR 19 VERDELING OP GENRE VAN ALLE BERICHTEN	VIII
FIGUUR 20 VERDELING OP ONDERWERP VAN ALLE BERICHTEN	VIII
FIGUUR 21 HET AANDEEL VAN KING BINNEN HET BERICHT	IX
FIGUUR 22 TIJDSLIJN VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	IX
FIGUUR 23 VERDELING OP GENRE VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	IX
FIGUUR 24 VERDELING OP ONDERWERP VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	X
FIGUUR 25 VERDELING OP OORDEEL VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	X
FIGUUR 26 VERDELING OP AANTAL WOORDEN VAN GESELECTEERDE BERICHTEN	X

Bijlage 4: Verschenen werk

FIGUUR 27 OVERZICHT MET UITGEBRACHTE WERKEN	XIV
---	-----

Bijlage 5: Nominaties en prijzen

FIGUUR 28 OVERZICHT MET NOMINATIES EN PRIJZEN.....	XVI
--	-----

Bijlage 1: Interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstoets

Voor het uitvoeren van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheidstoets is gebruik gemaakt van drie personen. Om zoveel mogelijk opties open te houden, is ervoor gekozen om drie totaal verschillende mensen te gebruiken. Persoon 1 is de onderzoeker zelf: vrouw, 23 jaar, hoog opgeleid. Persoon 2 is man, 32, middelbaar opgeleid. Persoon 3 is vrouw, 58 jaar, lager opgeleid.

Deze drie personen hebben in totaal tien berichten geanalyseerd; drie berichten afkomstig uit *The New York Times*, drie berichten afkomstig uit het *NRC Handelsblad* en vier berichten uit het *Algemeen Dagblad*. De interpretaties van deze drie personen zijn weergegeven in figuur 1.

Bericht	Genre			Berichtgeving			Waardeoordeel			Onderwerp		
	pp1	pp2	pp3	pp1	pp2	pp3	pp1	pp2	pp3	pp1	pp2	pp3
1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	2	2
2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	1	1	1
3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2
4	1	1	1	3	2	3	1	1	1	4	4	4
5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4
6	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1
7	6	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	5	5	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
10	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	1

Figuur 1 Data van berichtanalyse door drie personen

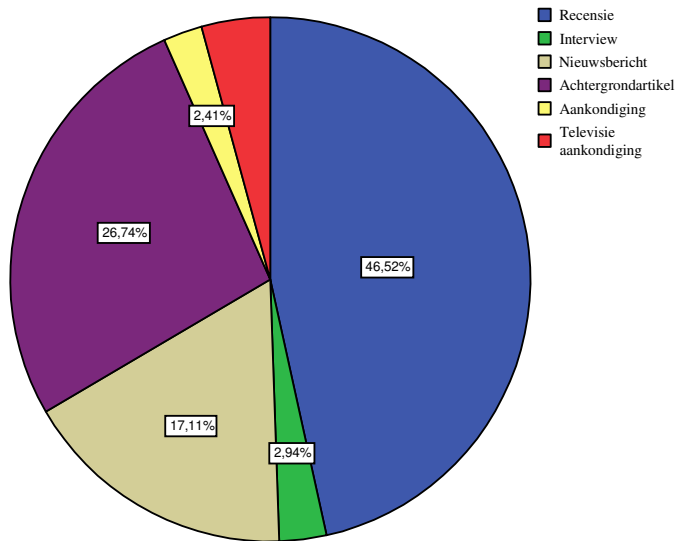
Op basis van bovenstaande gegevens kan er met behulp van SPSS een vergelijking worden gemaakt tussen de resultaten, een zogenaamde Cohen's Kappa-toets. In figuur 2 zijn de resultaten van deze vergelijking te vinden.

	Genre	Berichtgeving	Waardeoordeel	Onderwerp
pp1 x pp2	1,000	0,833	0,808	1,000
pp2 x pp3	1,000	0,833	1,000	1,000
pp1 x pp3	1,000	1,000	0,808	1,000
Gemiddeld	1,000	0,889	0,872	1,000

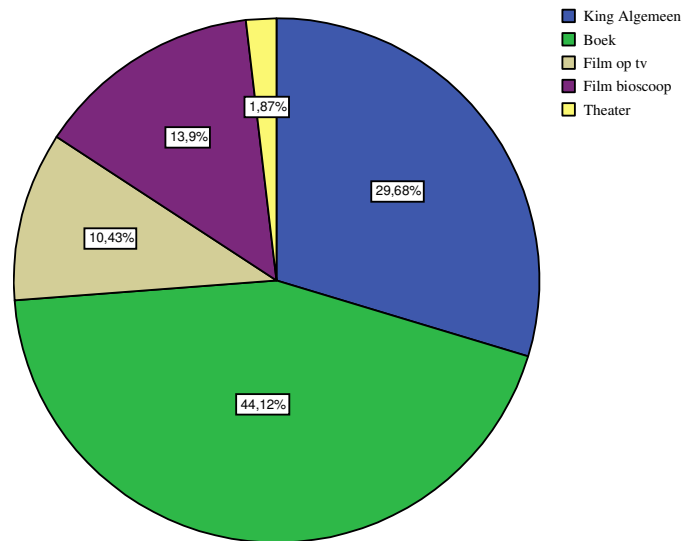
Figuur 2 Resultaten Kappa-toets

In bovenstaand figuur is te zien dat de samenhang tussen de drie personen verschilt per variabele. De variabelen 'genre' en 'onderwerp' hebben een samenhang van 100%; alle drie de personen waren het eens over de resultaten. De interpretaties bij de variabelen 'berichtgeving' en 'waardeoordeel' hebben geen 100%, maar 88,9% en 87,2%. Toch komen deze percentages boven de 80%, die doorgaans gehanteerd wordt voor een voldoende overeenkomst. In dit geval kan er dus gesteld worden dat de Kappa-toets geslaagd is.

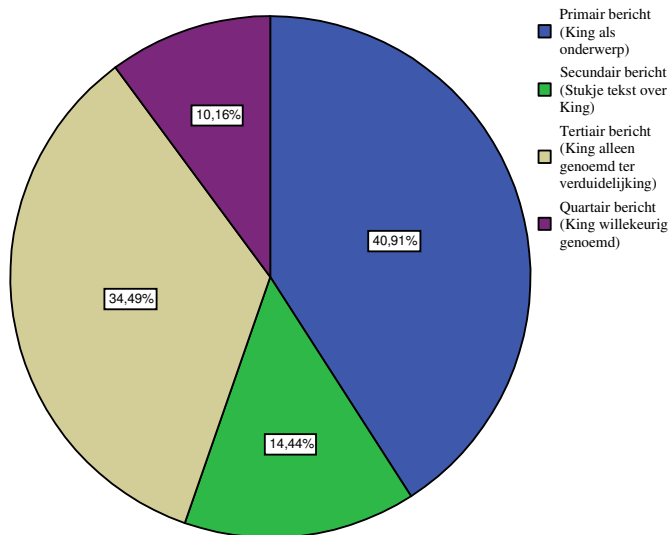
Bijlage 2: Berichtgeving in The New York Times



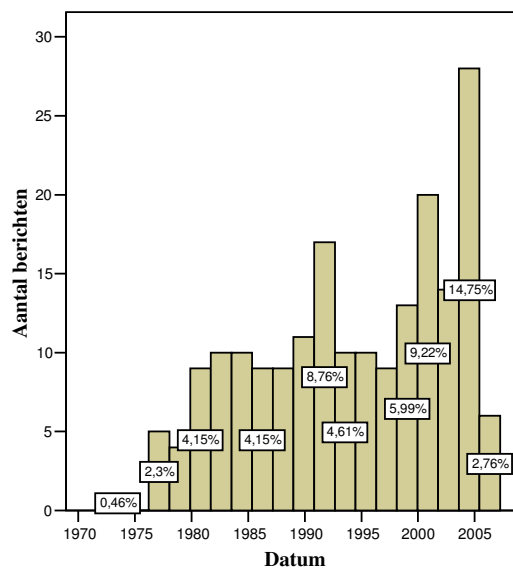
Figuur 3 Verdeling op genre van alle berichten



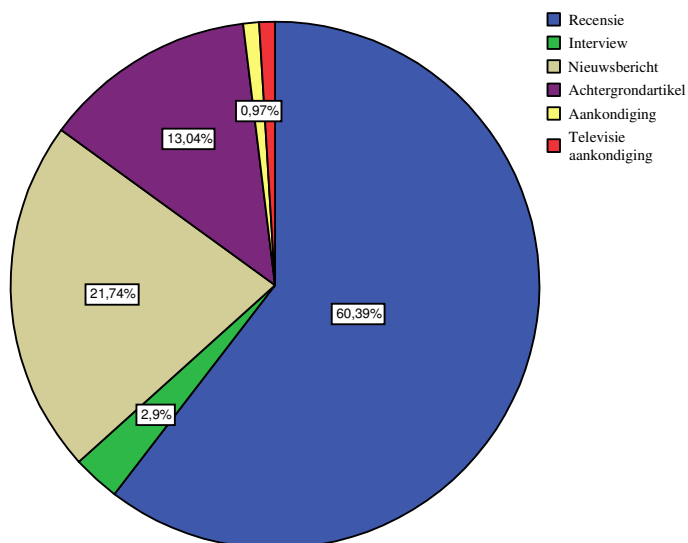
Figuur 4 Verdeling op onderwerp van alle berichten



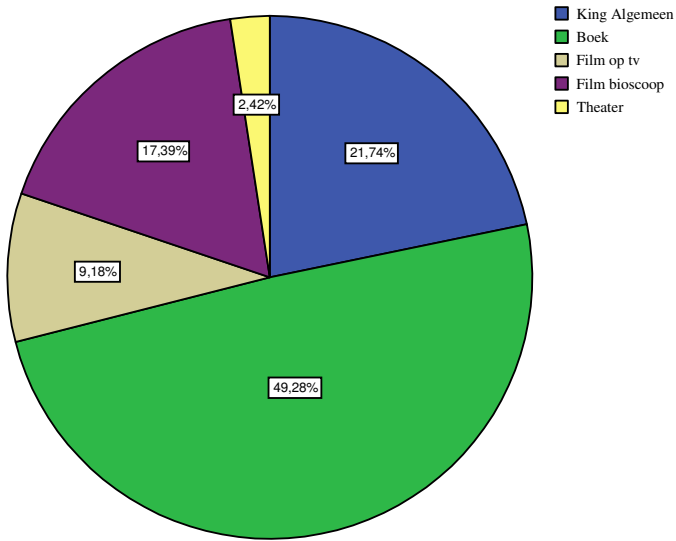
Figuur 5 Het aandeel van King binnen het bericht



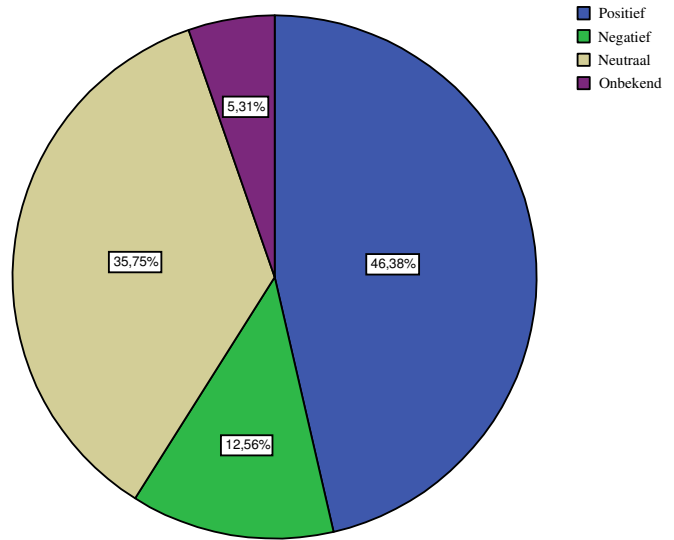
Figuur 6 Tijdslijn van geselecteerde berichten



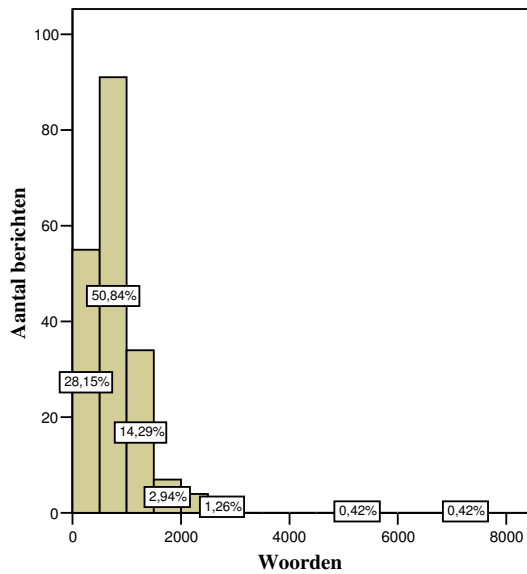
Figuur 7 Verdeling op genre van geselecteerde berichten



Figuur 8 Verdeling op onderwerp van geselecteerde berichten

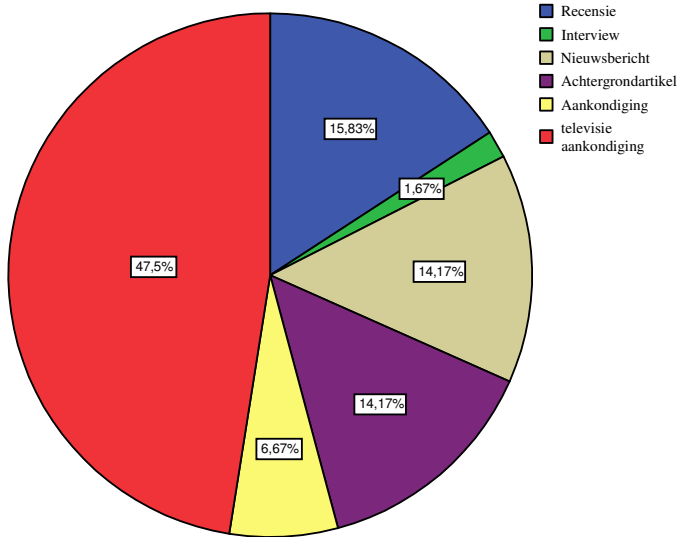


Figuur 9 Verdeling op oordeel van geselecteerde berichten

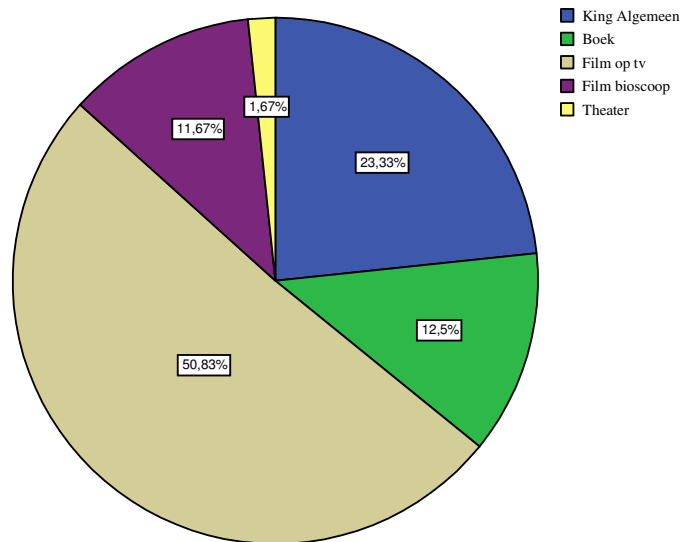


Figuur 10 Verdeling op aantal woorden van geselecteerde berichten

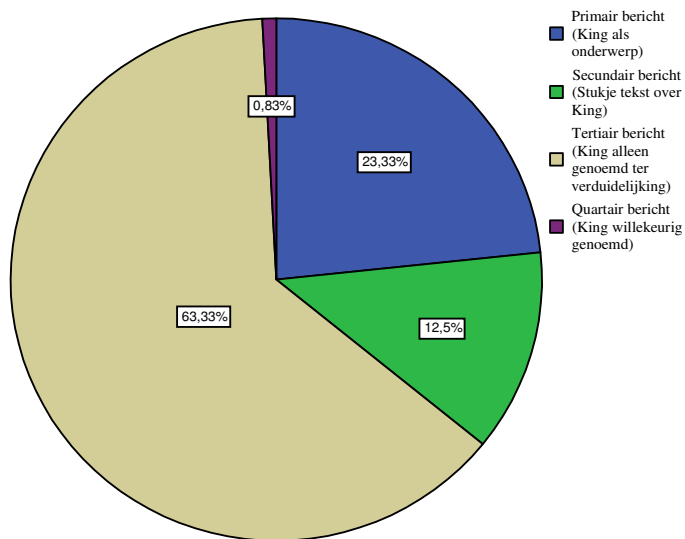
Bijlage 3: Berichtgeving in het NRC Handelsblad



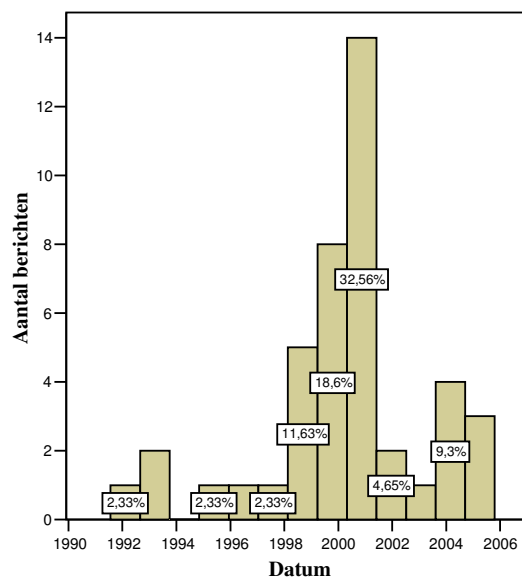
Figuur 11 Verdeling op genre van alle berichten



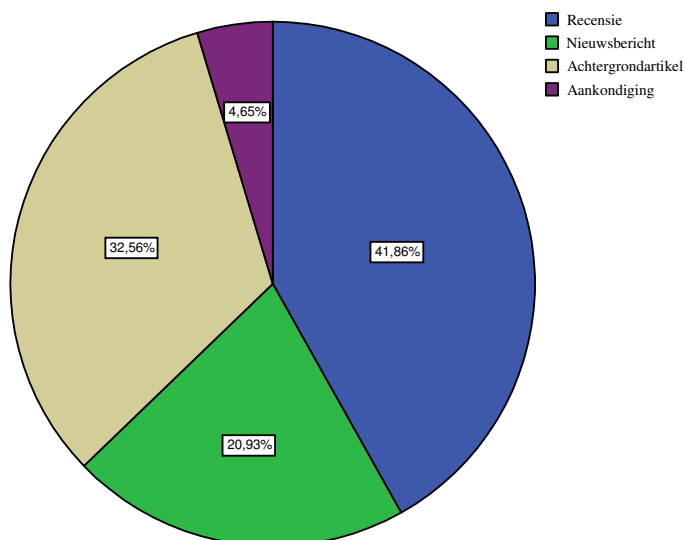
Figuur 12 Verdeling op onderwerp van alle berichten



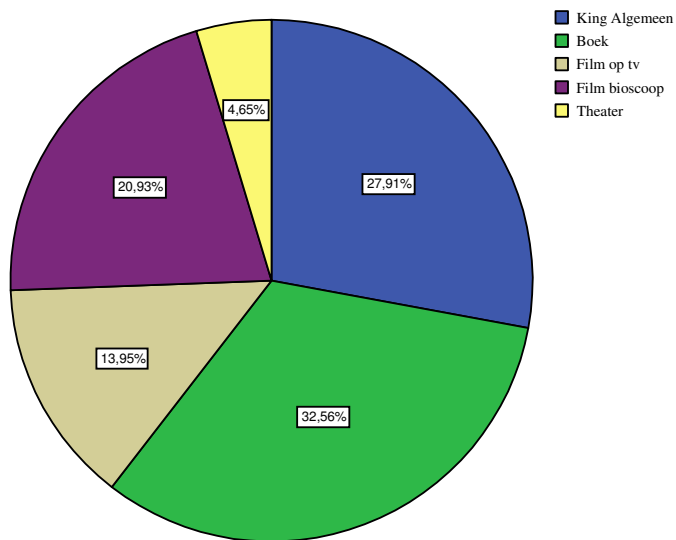
Figuur 13 Het aandeel van King binnen het bericht



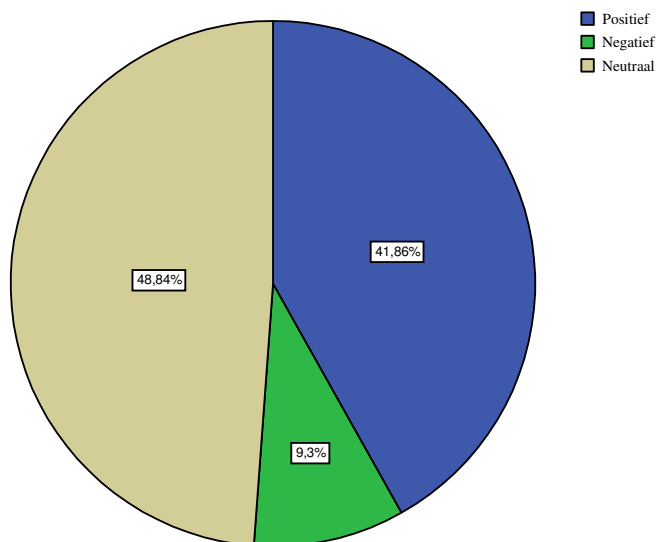
Figuur 14 Tijdslijn van geselecteerde berichten



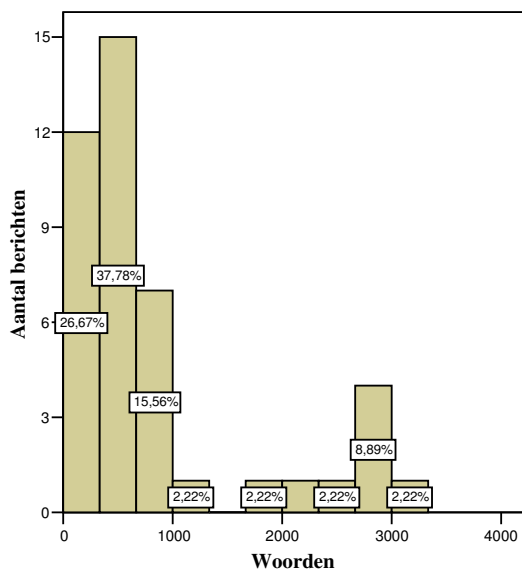
Figuur 15 Verdeling op genre van geselecteerde berichten



Figuur 16 Verdeling op onderwerp van geselecteerde berichten

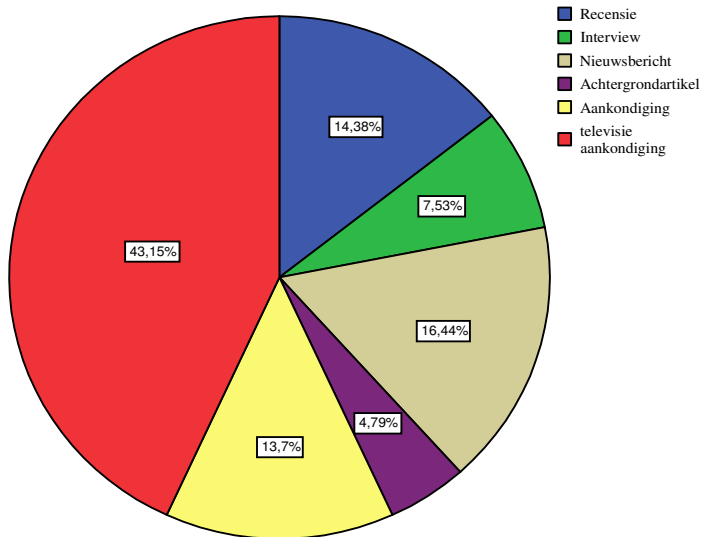


Figuur 17 Verdeling op oordeel van geselecteerde berichten

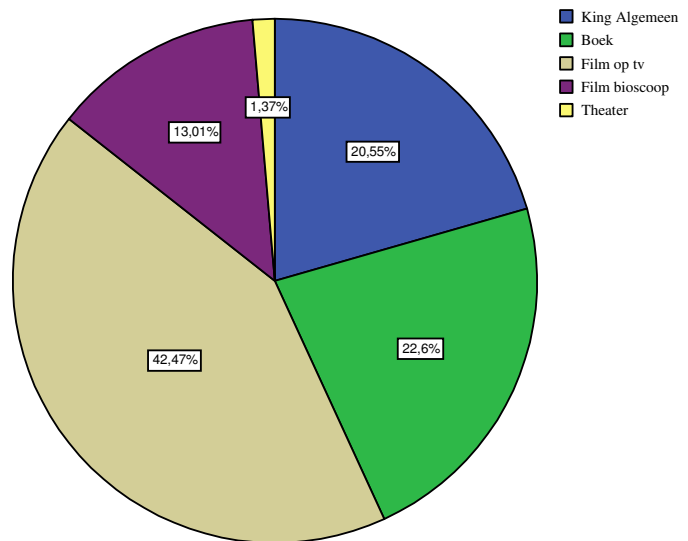


Figuur 18 Verdeling op aantal woorden van geselecteerde berichten

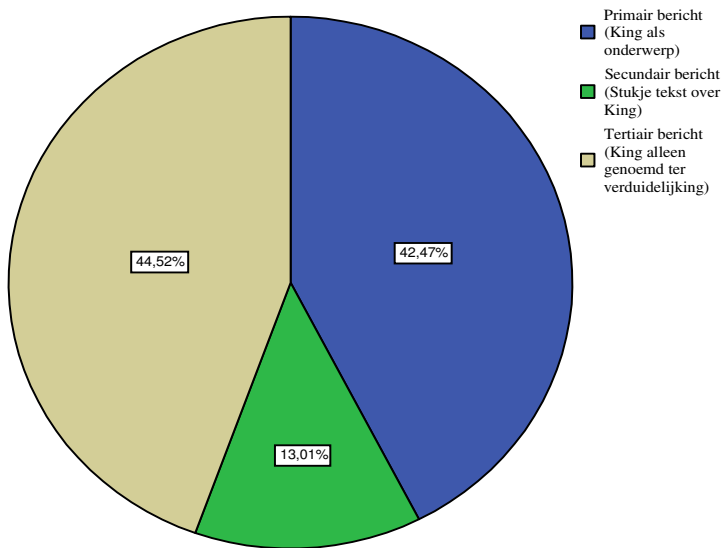
Bijlage 4: Berichtgeving in het Algemeen Dagblad



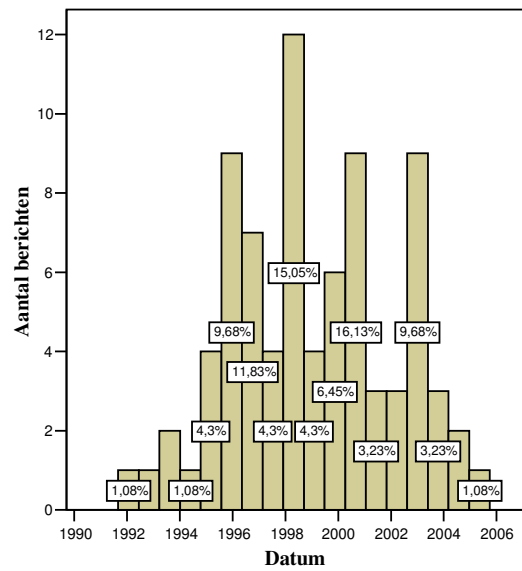
Figuur 19 Verdeling op genre van alle berichten



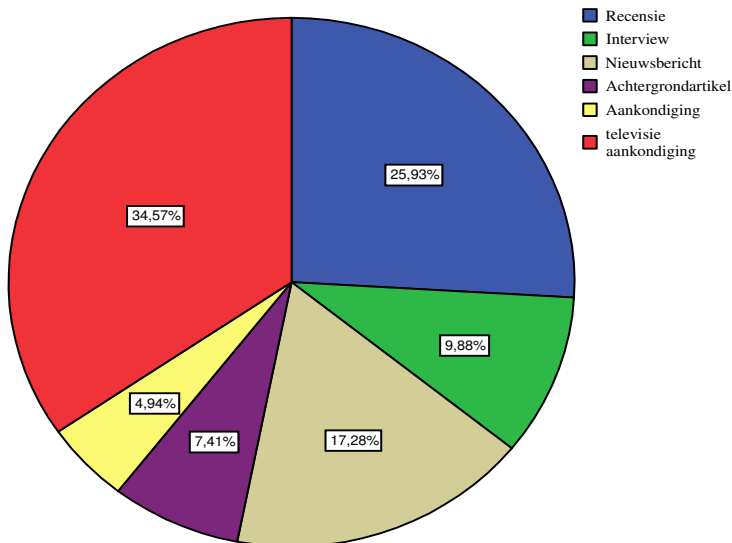
Figuur 20 Verdeling op onderwerp van alle berichten



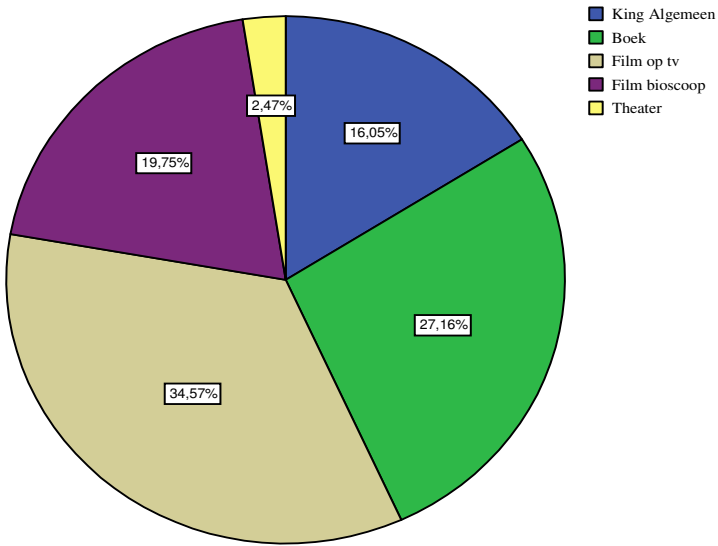
Figuur 21 Het aandeel van King binnen het bericht



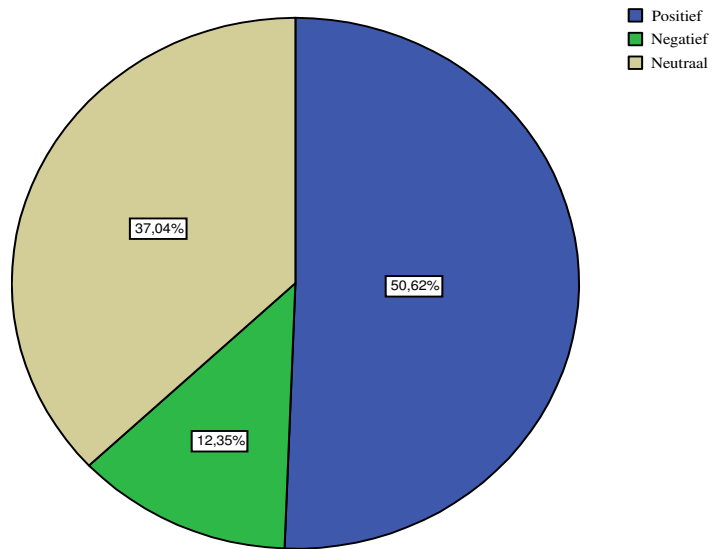
Figuur 22 Tijdslijn van geselecteerde berichten



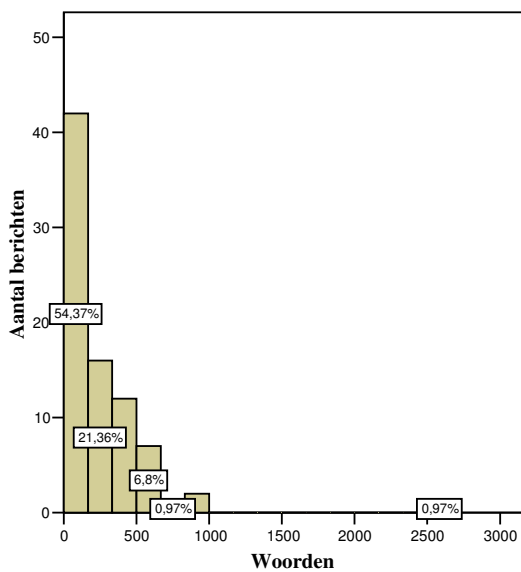
Figuur 23 Verdeling op genre van geselecteerde berichten



Figuur 24 Verdeling op onderwerp van geselecteerde berichten



Figuur 25 Verdeling op oordeel van geselecteerde berichten



Figuur 26 Verdeling op aantal woorden van geselecteerde berichten

Bijlage 5: Verschenen werk

In deze bijlage is een overzicht opgenomen van alle producten die Stephen King door de jaren heen heeft gemaakt. De lijst is afkomstig van King's persoonlijke website.⁷²

Titel	Soort	Jaartal
Cell	Boek	2006
The Colorado Kid	Film	2005
The Dark Tower VI: Song of Susannah	Boek	2004
The Dark Tower VII: The Dark Tower	Boek	2004
The Dark Tower V: Wolves of The Calla	Boek	2003
Dreamcatcher	Movie	2003
1408	Kort verhaal	2002
All That You Love Will Be Carried Away	Kort verhaal	2002
Autopsy Room Four	Kort verhaal	2002
The Death of Jack Hamilton	Kort verhaal	2002
Everything's Eventual	Kort verhaal	2002
Everything's Eventual	Verhalenbundel	2002
From a Buick 8	Boek	2002
In The Deathroom	Kort verhaal	2002
L.T.'s Theory of Pets	Kort verhaal	2002
Little Sisters of Eluria	Kort verhaal	2002
Lucky Quarter	Kort verhaal	2002
Lunch at the Gotham Cafe	Kort verhaal	2002
The Man in the Black Suit	Kort verhaal	2002
Riding the Bullet	Kort verhaal	2002
Road Virus Heads North, The	Kort verhaal	2002
Rose Red	TV Film	2002
Black House	Boek	2001
Dreamcatcher	Boek	2001
Hearts in Atlantis	Film	2001
The Green Mile	Boek	2000
On Writing	Non-Fictie	2000
The Plant	Boek	2000
Secret Windows	Non-Fictie	2000
The Girl Who Loved Tom Gordon	Boek	1999
The Green Mile	Film	1999
Hearts in Atlantis	Verhalenbundel	1999
Riding the Bullet	Kort verhaal	1999
Storm of the Century	Script	1999
Storm of the Century	TV Film	1999
Apt Pupil	Film	1998
Bag of Bones	Boek	1998
My Pretty Pony	Kort verhaal	1998
The Dark Tower IV: Wizard & Glass	Boek	1997
The Night Flier	Film	1997
Quicksilver Highway	TV Film	1997
The Shining	TV Film	1997
Six Stories	Verhalenbundel	1997
Trucks	TV Film	1997
Desperation	Boek	1996
The Green Mile 1: The Two Dead Girls	Boek	1996
The Green Mile 2: The Mouse on the Mile	Boek	1996

⁷² StephenKing.com, 2006.

The Green Mile 3: Coffey's Hands	Boek	1996
The Green Mile 4: The Bad Death of Edward Delacroix	Boek	1996
The Green Mile 5: Night Journey	Boek	1996
The Green Mile 6: Coffey on the Mile	Boek	1996
The Regulators	Boek	1996
Thinner	Film	1996
Dolores Claiborne	Movie	1995
The Mangler	Film	1995
Rose Madder	Boek	1995
Insomnia	Boek	1994
The Shawshank Redemption	Film	1994
The Stand	TV Film	1994
Brooklyn August	Kort verhaal	1993
Chatterly Teeth	Kort verhaal	1993
Crouch End	Kort verhaal	1993
The Dark Half	Film	1993
Dedication	Kort verhaal	1993
The Doctor's Case	Kort verhaal	1993
Dolan's Cadillac	Kort verhaal	1993
The End of the Whole Mess	Kort verhaal	1993
The Fifth Quarter	Kort verhaal	1993
Head Down	Non-fictie verhaal	1993
Home Delivery	Kort verhaal	1993
The House on Maple Street	Kort verhaal	1993
It Grows on You	Kort verhaal	1993
The Moving Finger	Kort verhaal	1993
My Pretty Pony	Kort verhaal	1993
Needful Things	Film	1993
The Night Flier	Kort verhaal	1993
Nightmares & Dreamscapes	Verhalenbundel	1993
Popsy	Kort verhaal	1993
Rainy Season	Kort verhaal	1993
Sneakers	Kort verhaal	1993
Sorry, Right Number	Kort verhaal	1993
Suffer the Little Children	Kort verhaal	1993
The Ten O'Clock People	Kort verhaal	1993
Tommyknockers	TV Film	1993
Umney's Last Case	Kort verhaal	1993
You Know They've Got a Hell of a Band	Kort verhaal	1993
Dolores Claiborne	Boek	1992
Gerald's Game	Boek	1992
Sleepwalkers	Film	1992
The Dark Tower III: The Waste Lands	Boek	1991
The Golden Years	TV Serie	1991
Needful Things	Boek	1991
Sometimes They Come Back	TV Film	1991
Four Past Midnight	Verhalenbundel	1990
Graveyard Shift	Film	1990
It	TV Film	1990
The Langoliers	Kort verhaal	1990
The Library Policeman	Kort verhaal	1990
Misery	Film	1990
Secret Window, Secret Garden	Kort verhaal	1990
The Stand, The Complete and Uncut Edition	Boek	1990
The Sun Dog	Kort verhaal	1990
The Dark Half	Boek	1989
Dolan's Cadillac	Kort verhaal	1989

Creepshow II	Film	1987
The Dark Tower II: The Drawing of the Three	Boek	1987
The Eyes of the Dragon	Boek	1987
Misery	Boek	1987
The Running Man	Film	1987
Tommyknockers	Boek	1987
It	Boek	1986
Maximum Overdrive	Film	1986
Stand By Me	Film	1986
The Ballad of the Flexible Bullet	Kort verhaal	1985
Beachworld	Kort verhaal	1985
Big Wheels: A Tale of the Laundry Game	Kort verhaal	1985
Cain Rose Up	Kort verhaal	1985
Cat's Eye	Film	1985
For Owen	Kort verhaal	1985
Gramma	Kort verhaal	1985
Here There Be Tygers	Kort verhaal	1985
The Jaunt	Kort verhaal	1985
The Man Who Would Not Shake Hands	Kort verhaal	1985
The Mist	Kort verhaal	1985
The Monkey	Kort verhaal	1985
Morning Deliveries	Kort verhaal	1985
Mrs. Todd's Shortcut	Kort verhaal	1985
Nona	Kort verhaal	1985
Paranoid: A Chant	Kort verhaal	1985
The Raft	Kort verhaal	1985
The Reach	Kort verhaal	1985
The Reaper's Image	Kort verhaal	1985
Silver Bullet	Film	1985
Skeleton Crew	Verhalenbundel	1985
Survivor Type	Kort verhaal	1985
Uncle Otto's Truck	Kort verhaal	1985
The Wedding Gig	Kort verhaal	1985
Word Processor of the Gods	Kort verhaal	1985
Children of the Corn	Film	1984
Cycle of the Werewolf	Boek met illustraties	1984
Firestarter	Film	1984
The Talisman	Boek	1984
Thinner	Boek	1984
Christine	Film	1983
Christine	Film	1983
Cujo	Film	1983
The Dead Zone	Movie	1983
Pet Sematary	Boek	1983
Apt Pupil	Kort verhaal	1982
The Body	Kort verhaal	1982
The Breathing Method	Kort verhaal	1982
Creepshow I	Strip	1982
Creepshow I	Film	1982
The Dark Tower I: The Gunslinger	Boek	1982
Different Seasons	Verhalenbundel	1982
Rita Hayworth and the Shawshank Redemption	Kort verhaal	1982
The Running Man	Boek	1982
Cujo	Boek	1981
Roadwork	Boek	1981
Danse Macabre	Non-Fictie	1980

Firestarter	Boek	1980
The Shining	Film	1980
The Dead Zone	Boek	1979
The Long Walk	Boek	1979
Salem's Lot	TV Film	1979
Battleground	Kort verhaal	1978
The Boogeyman	Kort verhaal	1978
Children of the Corn	Kort verhaal	1978
Graveyard Shift	Kort verhaal	1978
Gray Matter	Kort verhaal	1978
I Am the Doorway	Kort verhaal	1978
I Know What You Need	Kort verhaal	1978
Jerusalem's Lot	Kort verhaal	1978
The Last Rung on the Ladder	Kort verhaal	1978
The Lawnmower Man	Kort verhaal	1978
The Ledge	Kort verhaal	1978
The Man Who Loved Flowers	Kort verhaal	1978
The Mangler	Kort verhaal	1978
Night Shift	Verhalenbundel	1978
Night Surf	Kort verhaal	1978
One for the Road	Kort verhaal	1978
Quitters, Inc.	Kort verhaal	1978
Sometimes They Come Back	Kort verhaal	1978
The Stand	Boek	1978
Strawberry Spring	Kort verhaal	1978
Trucks	Kort verhaal	1978
The Woman in the Room	Kort verhaal	1978
Rage	Boek	1977
The Shining	Boek	1977
Carrie	Film	1976
Salem's Lot	Boek	1975
Carrie	Boek	1974
Bag of Bones	Film	Onbekend
The Girl Who Loved Tom Gordon	Kinderboek	Onbekend
The Girl Who Loved Tom Gordon	Film	Onbekend
Kingdom Hospital	TV Serie	Onbekend
The Langoliers	TV Film	Onbekend
The Mist	Film	Onbekend
Pet Sematary	Film	Onbekend
The Sun Dog	Film	Onbekend

Figuur 27 Overzicht met uitgebrachte werken

Bijlage 6: Nominaties en prijzen

In deze bijlage is een overzicht opgenomen van nominaties en prijzen die Stephen King door de jaren heen in Amerika heeft ontvangen. De lijst is afkomstig van King's persoonlijke website.⁷³

Bram Stoker Awards

Jaar	Categorie	Titel	Positie
1987	Best Novel	Misery	Winnaar
1988	Long Fiction	The Night Flier	Genomineerd
1990	Long Fiction	The Langoliers	Genomineerd
	Fiction Collection	Four Past Midnight	Winnaar
1991	Novel	Needful Things	Genomineerd
		Dark Tower III	Genomineerd
1993	Fiction Collection	Nightmares & Dreamscapes	Genomineerd
1994	Novel	Insomnia	Genomineerd
1995	Long Fiction	Lunch at the Gotham Café	Winnaar
1996	Novel	The Green Mile	Winnaar
1997	Long Fiction	Everything's Eventual	Genomineerd
1998	Novel	Bag of Bones	Winnaar
	Short Fiction	Autopsy Room Four	Genomineerd
1999	Novel	Low Men in Yellow Coats	Genomineerd
	Fiction Collection	Hearts in Atlantis	Genomineerd
2000	Long Fiction	Riding the Bullet	Genomineerd
	Nonfiction	On Writing	Winnaar
2001	Novel	Black House	Genomineerd
2002	Novel	From A Buick 8	Genomineerd
2003	Fiction Collection	Everything's Eventual	Genomineerd

Horror Guild

1997	Novel	Desperation	Winnaar
2001	Non-Fiction	On Writing	Winnaar
	Long Story	Riding the Bullet	Winnaar
2002	Novel	Black House	Winnaar
2003	Novel	From A Buick 8	Winnaar
	Collection	Everything's Eventual	Winnaar

Horror Writers Association

2003	Lifetime Achievement Award		Winnaar
------	----------------------------	--	---------

Hugo Awards

1982	Non-Fiction	Danse Macabre	Winnaar
------	-------------	---------------	---------

Locus Awards

1982	Non-Fiction	Danse Macabre	Winnaar
1986	Collection	Skeleton Crew	Winnaar
1997	Novel	Desperation	Winnaar
1999	Novel	Bag of Bones	Winnaar

⁷³ StephenKing.com, 2006.

2001	Non-Fiction	On Writing	Winnaar
National Book Foundation			
2003	Medal for Distinguished Contribution to American Letters		Winnaar
Nebula			
1980	Novellette	The Way Station	Genomineerd
O. Henry Award			
1996		The Man in the Black Suit	Winnaar
World Fantasy Awards			
1976	Novel	Salem's Lot	Genomineerd
1979	Collection/ Anthology	Night Shift	Genomineerd
	Novel	The Stand	Genomineerd
1981	Novel	The Mist	Genomineerd
1982	Short Fiction	Do the Dead Sing?	Winnaar
1983	Collection/ Anthology	Different Seasons	Genomineerd
	Novella	The Breathing Method	Genomineerd
1984	Novel	Pet Sematary	Genomineerd
1985	Novel	The Talisman	Genomineerd
	Novella	The Ballad of the Flexible Bullet	Genomineerd
1986	Collection/ Anthology	Skeleton Crew	Genomineerd
1987	Novel	IT	Genomineerd
	Short Fiction	The End of the Whole Mess	Genomineerd
1988	Novel	Misery	Genomineerd
1995	Short Fiction	The Man in the Black Suit	Winnaar
2000	Collection	Hearts in Atlantis	Genomineerd
2004	Collection	<u>Lifetime Achievement Award</u>	Winnaar

Figuur 28 Overzicht met nominaties en prijzen