

de vlaamse dagbladpers : een pers met vele gezichten ? (*)

christiane fransen

De uitspraak dat iedere krant een eigen gezicht heeft, vindt men bij vele (communicatie)theoretici terug (Crowell 1975; Evans 1973). Ze stellen dat de voorpagina een spiegel van de hele krant moet zijn. Bovendien beklemtonen ze dat de voorpagina de identiteit van het blad moet uitstralen. De vraag is echter of dit ook in de realiteit zo is. Onderzoekers komen nl. wel eens tot de conclusie dat de verschillen tussen de voorpagina's miniem zijn (Stone 1987 : 66).

De theoretische beschouwingen van de wetenschappers en de praktische uitwerking ervan door de verschillende redacties stemmen dus niet altijd overeen. Daarom worden in deze tekst theorie en praktijk apart behandeld. De theorie komt aan bod in het eerste deel. In het tweede deel wordt dan nagegaan of de Vlaamse pers inderdaad vele gezichten heeft.

DE THEORETISCHE VOORPAGINA : DOELSTELLINGEN EN MIDDELEN

Doelstellingen

Het gros van de dagbladlezers komt bij het lezen van zijn dagblad eerst in contact met de voorpagina. Die is dan ook erg belangrijk en moet heel wat functies vervullen.

Een krant is, voor de uitgever althans, in de eerste plaats een commercieel produkt. Wil ze blijven voortbestaan, dan is het noodzakelijk dat er voldoende kopers zijn. De voorpagina moet bijgevolg een afficherende werking hebben en *aanzetten tot de koopdaad* (Agnes en Croissandeau 1979 : 47). Dit heeft ook een positieve weerslag op de adverteerders, die zoveel mogelijk potentiële kopers van hun produkt trachten te bereiken. Een voorpagina moet dus aantrekkelijk zijn, niet alleen om lezers te winnen, maar ook om adverteerders te lokken. Deze functie is vooral belangrijk voor kranten waarvan de oplage hoofdzakelijk of uitsluitend bestaat uit losse verkoop (b.v. '24 UUR' destijds).

De voorpagina moet bovendien *de identiteit van het blad uitstralen*. Ze moet een spiegel van de hele krant zijn en duidelijk de bedoeling, de ingesteldheid en het karakter van de krant aangeven (Verelst 1984 : 77). Dit kan zowel door de vormgeving als door de inhoud verwezenlijkt worden. Een andere functie van de dagbladcover bestaat erin dat hij *de lezer moet begeleiden* bij het lezen van zijn krant (Evans 1973 : 89). In onze gehaaste (informatie)maatschappij hebben velen maar weinig tijd om hun krant te lezen. De voorpagina moet het nieuws al graderen, zodat de ontvanger het gemakkelijker heeft bij de selectie. Ook door te signaleren wat er in de rest van de krant te lezen is, kan men de ontvanger helpen bij het maken van een selectie. Zowel de 'summary-index' (uiterst korte samenvattingen van artikels die elders in de krant staan) als de 'pagina-index' (inhoudstafel met de verschillende rubrieken) zorgen ervoor dat de lezer geen tijd moet verspillen aan het zoeken van de gewenste informatie (Evans 1973 : 60). Er staat echter niet alleen informatie op de volgende pagina's ! Ook de *informatiefunctie* van de voorpagina mag niet uit het oog verloren worden (Evans 1973 : 57). Met de komst van radio en televisie is de voorpagina wel minder 'hot news' gaan verschaffen, maar dit impliceert niet dat de informatiefunctie van de voorpagina (of algemener : de informatiefunctie van de pers) in belangrijkheid daalt. Dagbladen kunnen immers meer en langere berichten brengen dan radio en televisie. Dagbladen zullen dan ook nog heel wat informatie kunnen geven die de ontvangers nog niet kennen. Bovendien slagen kranten er soms in primeurs op hun cover te plaatsen. De voorpagina zal dus niet zo vlug haar informatiefunctie verliezen. Communicatiewetenschappers zijn het niet altijd eens over welke functies nu het belangrijkste zijn en dus de meeste aandacht verdienen. Bovendien bestaat het gevaar dat men uit al het voorgaande zou afleiden dat de voorpagina van een krant allesbepalend is. Dat zou echter een verkeerde conclusie zijn. De voorpagina is immers niet het alleenzaligmakende bestanddeel van een krant. Er zijn nog heel wat andere factoren die het al of niet kopen en/of lezen van een krant beïnvloeden. Een goede voorpagina kan een behoorlijke krant nog beter maken, maar ze kan een slechte krant niet goed maken.

Middelen

De doelstellingen van de voorpagina kunnen via verschillende wegen verwezenlijkt worden. Een van de middelen waarover men beschikt, is de *vormgeving*. Die moet de voorpagina een ordelijk en aantrekkelijk voorkomen geven, de persoonlijkheid van het blad uitstralen, het nieuws graderen en de leesbaarheid bevorderen. Westley (1972 : 224) maakt een onderscheid tussen enerzijds de esthetische functie (aantrekkelijk voorkomen en uitstraling van de identiteit) en anderzijds de nieuwsfunctie (nieuwsgrade-

ring en leesbaarheid bevorderen). De laatste krijgt echter vaak te weinig aandacht, ten gunste van de esthetiek. De opmaak van de voorpagina is soms zelfs al bepaald vooraleer het nieuws zelf er is. Allen (1947 : 173) noemt dergelijke voorpagina's 'too-studied', en hij vraagt zich af hoe het komt dat sommige vormgevers streven naar zo onnatuurlijke covers : 'Why should studied symmetry (...) be a desirable quality for a news page ? (...) Experienced painters purposely avoid it. Artistic photographers instinctively shy away from it. So why should such a cramping, inhibiting and unnatural thing as studied symmetry be striven for on a news page when a page can be such a dynamic, fluently alive thing when it seems natural and spontaneous ?'.

De inhoud van de voorpagina mag dus zeker niet buiten beschouwing gelaten worden. De vormgeving zal immers mede bepaald worden door de inhoud, en dit geldt trouwens niet alleen voor de eerste pagina. De inhoud moet ook de identiteit van het blad uitstralen, en bovendien zullen de lezers niet alleen worden aangetrokken door de vorm, maar ook door de inhoud (Hüther 1973 : 121). Die inhoud zal de ontvanger ook beïnvloeden bij de selectie die hij maakt. Dat is gedeeltelijk positief : de lezer wordt begeleid (zie supra). De andere kant van de medaille is dat de lezer in vrij grote mate (en vaak onbewust) zijn vrijheid verliest om zelf zijn selectie te maken.

DE PRAKTIJK : DE VLAAMSE DAGBLADCOVERS ONDER DE LOEP

Bij een (inhouds)analyse van de Vlaamse dagbladpers van de laatste dertig jaar kan men zich afvragen of deze pers inderdaad vele gezichten heeft. Om dit te onderzoeken hebben we van acht Vlaamse dagbladtittels (De Morgen, De Nieuwe Gazet, De Standaard, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad en Het Volk) de voorpagina's geanalyseerd. Deze voorpagina's zijn representatief voor de Vlaamse dagbladcovers. De vijf andere Vlaamse dagbladen (De Antwerpse Morgen, De Gentenaar, De Nieuwe Gids, Gazet van Mechelen en Vooruit) hebben immers dezelfde voorpagina als één van de geselecteerde bladen, en ze werden dan ook niet in de steekproef opgenomen. We hebben de voorpagina's geanalyseerd zowel qua vorm als qua inhoud. We hebben onderzocht welke inhoudscategorieën voorkomen op de voorpagina (1), in welk kader nieuwsfeiten op de cover geplaatst worden (van regionaal nieuws tot internationaal nieuws), wat de verhouding is tussen tekst-, titel- en illustratie-oppervlakte, hoe het kleurgebruik geëvolueerd is, ... Van de acht geselecteerde bladen werden in totaal vier geconstrueerde weken geanalyseerd, nl. uit '59, '69, '79 en '89. Dit liet toe om ook een uitspraak te doen over de evolutie van de laatste dertig jaar.

Actuele situatie

Op dit ogenblik heeft de Vlaamse dagbladpers acht gezichten. Toch moet hieraan duidelijk toegevoegd worden dat deze gezichten meestal niet zo erg veel van elkaar verschillen. Enkel De Standaard en (in mindere mate) De Morgen onderscheiden zich op verschillende vlakken (zowel inhoudelijk als vormelijk) van de andere kranten.

Uit tabel 1 blijkt dat De Standaard heel wat meer 'serieuze' informatie verschaft, die niet zozeer als doel heeft de lezers te ontspannen, maar waarbij de klemtoon ligt op het informeren van de lezer over wat er in de wereld gebeurt. Twee derde van de oppervlakte van de voorpagina wordt ingenomen door politiek, economisch en sociaal nieuws. De Standaard is dus

TABEL 1 : De inhoudscategorieën op de voorpagina (in % van de opp.)

Krant Categ.	DM	DNGa	DS	GvA	HBvL	HLN	HNB	HV
Politiek (*)	30,3	14,7	39,8	23,3	25,3	20,4	16,7	10,8
Economie (*)	12,7	8,7	15,3	11,1	13,4	7,7	8,1	11,7
Soc. nieuws (*)	12,7	10,6	12,9	12,2	6,1	5,5	9,4	12,2
Rampen en ongev.	9,5	13,3	3,5	11,4	8,9	11,5	12,9	18,9
Misd. en gerecht.	10,8	16,6	3,5	12,8	16,8	20,7	17,6	14,0
Cultuur (*)	3,3	3,2	3,5	3,7	0,4	2,1	3,0	2,1
Show en amusement	1,1	4,0	0,2	1,7	1,8	1,6	2,2	2,7
Religie (*)	0,0	0,0	2,4	0,8	0,6	0,3	1,0	1,5
Sport	3,0	2,9	0,5	3,2	3,2	3,4	2,4	2,0
Wetenschap (*)	0,3	5,5	7,8	5,5	6,9	4,5	6,8	6,3
Milieu (*)	4,7	0,8	0,2	1,1	0,2	0,9	0,8	1,6
Gemengd nieuws	1,7	10,5	4,8	4,3	10,7	11,5	10,2	9,2
Bladwijzer	5,7	5,9	1,9	4,6	2,1	5,7	1,5	4,2
Betaald DW	3,3	2,2	2,9	3,2	2,7	2,9	3,2	1,8
Diversen	0,8	1,1	0,8	1,0	0,9	1,3	4,0	0,9
Totaal	99,9	100,0	100,0	99,9	100,0	100,0	99,8	99,9

(*) 'serieuze' informatie

dus duidelijk een 'dagblad voor staatkundige, maatschappelijke en economische belangen', zoals in de ondertitel van de krant overigens aangegeven wordt. Verder blijkt dat deze krant meer internationaal en buitenlands nieuws op de voorpagina plaatst (tabel 2). Op basis van deze inhoudelijke elementen kunnen we besluiten dat De Standaard als een kwalitatief

betere krant beschouwd mag worden: ze is wereldbewust (en legt dus meer nadruk op internationaal nieuws) en ze richt zich naar een intellectueel publiek, dat zich interesseert voor politiek en economie.

TABEL 2: Het kader waarin een bericht geplaatst wordt (in % van de opp.)

Kader	Krant							
	DM	DNGa	DS	GvA	HBvL	HLN	HNB	HV
Internationaal	2,3	2,1	5,5	4,2	4,4	3,0	2,4	2,9
Buitenlands	31,3	25,0	49,3	40,5	40,5	39,4	34,1	28,9
Nationaal	32,0	29,9	28,5	23,4	24,6	24,1	24,5	28,7
Gemeensch./gewest	8,3	3,2	6,6	4,7	4,6	2,5	5,2	5,5
Regionaal/lokaal	17,1	31,7	3,4	18,4	20,4	22,2	24,6	27,4
Niet van toep.	9,0	8,1	6,9	8,8	5,5	8,8	9,3	6,6
Totaal	100,0	100,0	100,2	100,0	100,0	100,0	100,1	100,0

De vormgeving van de voorpagina is bij De Standaard heel sober. Uit tabel 3 kunnen we afleiden dat de hoeveelheid tekst op de voorpagina bij deze krant hoger ligt dan bij de populaire kranten. Het aandeel van de illustratie-oppervlakte ligt dan ook heel wat lager. Bovendien heeft De Standaard een 'grijze' voorpagina (tabel 4) in tegenstelling tot de andere bladen, die een kleurenopmaak hebben. Deze resultaten maken nogmaals duidelijk dat De Standaard een kwalitatief betere krant is. Ze zal er waarschijnlijk van uitgaan dat de lezer de krant vooral leest omwille van de 'serieuze' inhoud, en dat hij zich minder zal laten leiden door de vormgeving. Een voorpagina met een sobere opmaak zal door de lezer van De Standaard bijgevolg meer geapprecieerd worden dan een kleurige en fleurige voorpagina met vele illustraties en grote titels.

De krant die het dichtst aanleunt bij De Standaard (vooral wat de inhoud van de voorpagina betreft), is De Morgen. Deze krant brengt ook heel wat politiek, economisch en sociaal nieuws op de voorpagina, ze besteedt bovendien relatief veel aandacht aan milieuberichtgeving (tabel 1), ze plaatst geen meerkleurige bijdragen op de voorpagina (tabel 4) en vermeldt bijna altijd haar bronnen (tabel 5). Dat laatste heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de redactie van De Morgen erg veel belang hecht aan het besef dat de lezer het recht heeft te weten op welke bronnen de artikels gebaseerd zijn.

TABEL 3 : Tekst-, titel- en illustratieoppervlakte op de voorpagina (in %)

Krant Oppervlakte	DM	DNGa	DS	GvA	HBvL	HLN	HNB	HV
Tekst	52,9	45,8	60,0	50,7	50,0	44,2	53,9	44,6
Titel	23,8	21,8	21,0	24,6	22,2	24,4	22,7	25,9
Illustratie	23,3	32,4	19,0	24,7	27,8	31,4	23,4	29,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

TABEL 4 : Kleurgebruik op de voorpagina (in % van aantal bijdragen)

Krant Kleur	DM	DNGa	DS	GvA	HBvL	HLN	HNB	HV
Geen kleur	74,3	74,1	97,1	90,5	78,0	76,7	83,2	77,7
Eén kleur	25,7	20,8	2,9	4,9	9,9	14,1	9,6	16,9
Meerdere kleuren	0,0	5,1	0,0	4,6	12,1	9,2	7,2	4,4
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

De Nieuwe Gazet en Het Laatste Nieuws vormen eigenlijk een tweeling : ze hebben ongeveer hetzelfde uiterlijk, en ook hun karakters trekken vrij goed op elkaar. Over het algemeen brengen beide kranten dezelfde inhoudscategorieën op de voorpagina (tabel 1). Wel plaatst De Nieuwe Gazet meer berichten in een regionaal kader (tabel 2). Dat komt wellicht door het feit dat deze krant vooral in één provincie gelezen wordt : 95 % van de oplage wordt verspreid in de provincie Antwerpen (2).

Gazet van Antwerpen springt in het oog door de lage graad van bronvermelding op de voorpagina (tabel 5). Bovendien plaatst dit blad heel wat minder gekleurde bijdragen op de voorpagina dan de andere populaire bladen (tabel 4). Het Belang van Limburg daarentegen heeft wel een kleurige en fleurige voorpagina. Meer dan 12 % van alle bijdragen op haar cover zijn meerkleurig.

Het Volk trekt vooral onze aandacht wanneer we kijken naar het politieke nieuws. Deze krant besteedt hieraan erg weinig aandacht in vergelijking met de andere bladen. Het politieke nieuws komt bij Het Volk slechts op de vijfde plaats (tabel 1). Wel brengt dit blad het meeste nieuws over rampen en ongevallen, en ook de categorie misdaad en gerechtelijk nieuws krijgt heel wat aandacht. Bovendien is het verwonderlijk dat Het Volk

niet meer sociaal nieuws op de voorpagina plaatst dan de andere kranten, alhoewel ze banden heeft met het A.C.W.

TABEL 5 : Aandeel ondertekende artikels op de voorpagina

Krant	Jaar	1959	1969	1979	1989	gemiddeld
DM		-	-	87,3	95,5	90,4
DNGa		20,0	27,9	44,7	53,7	38,0
DS		48,8	54,2	54,7	89,7	65,2
GvA		25,0	11,5	20,6	49,0	29,6
HBvL		18,9	16,4	37,0	84,8	39,7
HLN		37,6	39,5	51,4	57,4	47,3
HNB		25,8	50,9	45,3	79,4	52,8
HV		57,4	29,4	63,2	85,3	67,5
Gemiddeld		32,1	31,8	51,2	73,4	51,2

Tenslotte is er nog Het Nieuwsblad. Deze krant is nergens een echt buitenbeentje, maar ook zij besteedt behoorlijk wat aandacht aan de categorieën rampen en ongevallen en misdaad en gerechtelijk nieuws (tabel 1).

Met de geconstateerde verschillen in het achterhoofd kunnen we stellen dat we niet alle kranten over dezelfde kam kunnen scheren. Maar ook het onderscheid tussen kwalitatief betere en populaire kranten is niet strikt te trekken. Dit onderscheid is immers geen dichotomie, maar er zijn heel wat gradaties mogelijk. Zo kunnen we ons afvragen of De Morgen een populaire krant is, of tot de kwalitatief betere kranten gerekend mag worden. Wanneer we, op basis van onze resultaten over de voorpagina (tabel 1), de onderzochte kranten rangschikken van de kwalitatief beste krant tot de meest populaire, bekomen we het volgende lijstje : De Standaard, De Morgen, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg, Het Nieuwsblad en Het Volk, De Nieuwe Gazet en als laatste Het Laatste Nieuws.

Evolutie van de laatste dertig jaar

Een meervoudige evolutie

De Vlaamse dagbladcovers hebben er niet altijd hetzelfde uitgezien. Dertig jaar geleden stond er veel meer politiek nieuws op de voorpagina's van de Vlaamse dagbladen. Ook de categorieën sociaal en gemengd nieuws

waren heel wat omvangrijker dan vandaag. De categorieën milieuberichtgeving en bladwijzer daarentegen vergroten voortdurend (tabel 6). Over het algemeen wordt de inhoud van de voorpagina iets minder 'serieus'. Wellicht willen de kranten vermijden lezers af te stoten door te serieuze onderwerpen op de voorpagina te plaatsen. De stijging van de hoeveelheid milieunieuws op de cover is mede te verklaren door het feit dat er sowieso al meer milieunieuws in de krant wordt opgenomen. Of dat een gevolg is van onze maatschappij, die steeds meer milieubewust wordt, of dat men eerder moet spreken van een wisselwerking tussen de pers (of algemener : de media) en de maatschappij, blijft hierbij een interessante vraag.

TABEL 6 : De inhoudscategorieën op de voorpagina (in % van de opp.).

Jaar	1959	1969	1979	1989
Categ.				
Politiek	31,5	25,0	17,6	19,4
Economie	8,7	8,0	13,5	13,6
Soc. nieuws	11,5	8,8	12,2	7,2
Rampen en ongev.	10,8	8,5	11,5	12,4
Misd. en gerecht	10,2	13,9	21,1	10,4
Cultuur	2,7	0,9	1,0	5,8
Show en amusement	0,6	0,7	1,7	4,5
Religie	2,5	0,4	0,2	0,7
Sport	1,8	1,5	2,6	4,2
Wetenschap	5,4	15,3	0,8	3,5
Milieu	0,0	0,2	1,1	2,3
Gemengd nieuws	11,2	11,7	6,5	4,3
Bladwijzer	1,0	2,0	5,0	6,0
Betaald DW	1,1	3,2	3,3	3,3
Diversen	1,1	0,0	1,9	2,6
Totaal	100,1	100,1	100,0	100,2

Op vormelijk vlak hebben de Vlaamse voorpagina's de laatste dertig jaar nog een grotere evolutie doorgemaakt. Het aantal illustraties is lichtjes toegenomen, maar het kleurgebruik is fors de hoogte in gegaan. Blijkbaar trachten de kranten (vooral de populaire kranten) meer en meer lezers aan te trekken door meer gebruik te maken van illustraties en kleuren. Ze hebben de technologische verbeteringen aangegrepen om hun economische doelstellingen beter te kunnen bereiken.

De Vlaamse voorpagina's hebben ook nog andere evoluties ondergaan : de bronvermelding is sterk toegenomen (tabel 5) en ook de verwijzing naar volgende pagina's is de hoogte in geschoten (tabel 7). Het aantal onderwerpen op de voorpagina stijgt voortdurend (20 onderwerpen op 1 voorpagina is tegenwoordig geen uitzondering), zodat de gemiddelde oppervlakte per bijdrage erg klein wordt. Bijgevolg is men genooddaakt enkel het begin van het artikel op de voorpagina af te drukken en verder te verwijzen naar andere pagina's. Dat is handig voor de gehaaste dagbladlezer, die niet over de tijd beschikt om de volledige krant te lezen, ook al omdat die een steeds groter volume krijgt. De voorpagina wordt m.a.w. meer en meer een 'doorkijkpagina'.

TABEL 7 : Verwijzing naar andere pagina's (in % van aantal artikels)

Verwijzing	Jaar	1959	1969	1979	1989
Geen verwijzing		68,5	75,0	74,1	37,7
Wel verwijzing		31,5	25,0	25,9	62,3
Totaal		100,0	100,0	100,0	100,0

Geen rechtlijnige evolutie

De evolutie van de Vlaamse dagbladcovers van de laatste dertig jaar is niet rechtlijnig verlopen. Vooral gedurende het laatste decennium zijn de Vlaamse voorpagina's aan een sterke evolutie onderhevig geweest. De verschillen tussen 1959 en 1979 daarentegen zijn maar miniem, althans op de meeste onderzochte vlakken. Het recente karakter van de vastgestelde evolutie is wellicht te verklaren door de steeds grotere concurrentie met andere media, o.a. een bepaald soort (ontspannings)weekbladen en (vooral) de televisie. Het aanbod via de kabel is de laatste jaren erg uitgebreid, en het aantal uren zendtijd per dag is bij sommige netten zelfs gestegen tot 24 uur (b.v. CNN, MTV). De dagbladen zullen dan ook alle mogelijke inspanningen doen om niet door deze media verdrongen te worden. Bovendien beïnvloeden de dagbladen elkaar. Zo zien we b.v. dat door de komst van '24 UUR', die het volledig moest hebben van de losse verkoop en er dus extra aantrekkelijk moest uitzien, heel wat dagbladen het uitzicht van hun cover veranderden (b.v. Het Volk, Het Laatste Nieuws, De Morgen, Gazet van Antwerpen, ...).

En de toekomst ?

Wat de toekomst zal brengen, kan niemand ons vertellen. Wel kunnen we met een hoge waarschijnlijkheid voorspellen dat de Vlaamse voorpagina's ook de volgende decennia (jaren) zullen evolueren. De media zijn immers in volle ontwikkeling (satelliettelevisie, datacommunicatie, ...) en ook de (Vlaamse) dagbladders zal hierdoor beïnvloed worden. Of dit gepaard zal gaan met een toename van het aantal gezichten, of dat het veeleer de andere richting uitgaat, blijft voorlopig nog een groot vraagteken.

(*) Samenvatting van de gelijknamige eindverhandeling door de auteur aangeboden tot het verkrijgen van de graad van Licentiaat in de Communicatiewetenschap, Fac. Soc. Wet., Dep. Com. Wet., K.U. Leuven, juli 1990, 140 blz, promotor: W. Van der biesen.

NOTEN

- (1) De afbakening van de inhoudscategorieën werd (mits enkele aanpassingen aan het specifieke doel van ons onderzoek) overgenomen uit andere onderzoeken: Dejaegher, P. en Dhondt, P. (1985), *Stentorstemmen en gefluister*. Eindverhandeling, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, pp. 158-164, en Vandormael, J. (1980), *Een morfologie van de Belgische Nederlandstalige dagbladders*. Eindverhandeling, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, pp. 11-16.
- (2) X. (1988), Belgische dagbladen. Gegevens per dagblad, *De Pers*, 34 (1) : 95.

LITERATUURLIJST

- Agnes, Y. en Croissandeau, J.M. (1979), *Lire le journal : pour comprendre les mécanismes de la presse écrite*. S.1., Editions F.P. Lobies.
- Allen, J.E. (1947), *Newspaper designing*. New York, Harper and Brothers.
- Crowell, A.A. (1975), *Creative news editing*. Iowa, The Iowa State University Press.
- Evans, H. (1973), *Newspaper design*. London, Heinemann.
- Hüther, J. et al. (1973), *Inhalt und Struktur regionaler Grosszeitungen*. Düsseldorf, Bertelsmann Universitätsverlag.
- Stone, G.C. (1987), *Examining newspapers : What research reveals about America's newspapers*. Newbury Park, Sage Publications.
- Verelst, J. (1984), *De foto in de pers. Een inhoudsanalyse van drie Vlaamse dagbladen*. Eindverhandeling, Faculteit Sociale Wetenschappen, K.U. Leuven.
- Westley, B.H. (1972), *News editing*. New York, Houghton Nufflin Company.