

Universiteit van Amsterdam
Communicatiewetenschap ICW-C
groep 12
docent: Sjeel Visser
9 maart 2000

Literatuuronderzoek

What-a-story of media-event ?

Onderzoek naar de typering van de berichtgeving rond de Bijlmerramp

**Wieger Muntingh
Elsje de Ruijter
Sabrina de Vries**

Inhoud

Inleiding	1
Vraagstelling	1
Theorie over nieuwstypologieën	1
Nederlands voorbeeld	2
What-a-story	4
Media-event	6
Van what-a-story naar media-event	9
Bijlmerramp	11
Analyse	12
Conclusie	13

What-a-story of media-event ?

Onderzoek naar de typering van de berichtgeving rond de Bijlmerramp

Inleiding

Op 4 oktober 1992 stortte een vrachtvliegtuig van El Al neer op een flatgebouw in de Bijlmermeer. Het was een zondag, de pers was niet op volle sterkte en er was niet meteen duidelijkheid over de toedracht. Het duurde enkele weken voordat er consensus was over de oorzaak en de directe gevolgen. Toen verminderde de geruchtenstroom in de media, over de lading (giftige stoffen, radioactief uranium) en de toedracht (te zwaar beladen, motorverlies). Vergelijkbare gebeurtenissen worden in de literatuur *what-a-story* of *media-event* genoemd. Wanneer welke typologie gebruikt wordt lijkt willekeurig, of op zijn minst niet conform de oorspronkelijke definitie. Met dit onderzoek willen we duidelijkheid scheppen in de gebruikte terminologie en onderzoeken of de Bijlmerramp binnen een van deze typologieën valt. Centraal staat de vraag:

Vertoont de verslaggeving rond de Bijlmerramp tekenen van een *what-a-story* of van een *media-event* ?

Theorie over nieuwstypologieën

Developing news is onverwacht nieuws dat verder volgens plan verloopt. Journalisten reconstrueren de feiten en naarmate er meer feiten zijn, wordt de berichtgeving completer. *Developing news* past in de dagelijkse routine van de journalisten (Tuchman, 1978, p. 55). Tuchman geeft als voorbeeld: 'A plane crashed at 2:00 P.M. in Ellen Park when an engine caught fire and another went dead, killing eight people, injuring an additional fifteen persons, and damaging two houses. All else is amplification.' (Tuchman, 1978, p. 55).

Ontwikkelt *developing news* zich anders dan verwacht, dan is sprake van een *what-a-story*. De normale routine om *developing*

news te verwerken, verandert van zes in vijf stappen. Er wordt niet meer gekeken naar de journalistieke waarde van het onderwerp, evenmin of het binnen het budget past (Berkowitz, 1992a).

Voorbeelden van *what-a-stories* zijn het neerstorten van een vliegtuig, waarbij onduidelijkheid is over bijvoorbeeld het aantal slachtoffers, en het onaangekondigd terugtreden van een staatshoofd, zoals president Johnson in 1965.

In de door ons geraadpleegde literatuur wordt de term *what-a-story* vaak verwisseld met de term *media-event*. Een *media-event* voortoont veel overeenkomsten met een *what-a-story*. Een *media-event* is echter niet onverwacht, maar van tevoren gepland (Dayan & Katz, 1992, p. 7). Bovendien zou volgens Dayan en Katz een gebeurtenis aan een achttal kenmerken moeten voldoen, voordat gesproken mag worden van een *media-event*. Ontbreekt één van deze kenmerken, dan is er geen sprake van een *media-event* (Dayan & Katz, 1992). *Media-events* zijn bijvoorbeeld de Olympische Spelen en begrafenissen van beroemde mensen, als president Kennedy en prinses Diana. Hieruit vloeit voort dat de aanleiding van een *media-event* wél een onverwachte en derhalve niet geplande gebeurtenis kan zijn.

Nederlands voorbeeld

Voorbeelden van *media-events* en *what-a-stories* in de literatuur komen uit landen als de Verenigde Staten en Groot Brittannië. Nederlandse voorbeelden zijn niet beschreven. Bovendien is er verwarring over het gebruik van beide termen, mede doordat slechts door drie auteurs een beschrijving van een *what-a-story* gegeven wordt. Vanuit wetenschappelijk oogpunt is het daarom goed een *what-a-story* en een *media-event* te definiëren en op de verschillen te wijzen. Naar verwachting kunnen we een Nederlands voorbeeld aan de literatuur toevoegen.

Dit onderzoek is tevens van waarde voor de journalisten zelf en hun publiek. Journalisten kunnen zien hoe de journalistieke

routines veranderen bij *what-a-stories* en bij *media-events*. Ze kunnen vervolgens leren hoe ze hun eigen routine beter kunnen aanpassen. Ook het publiek kan *media-events* en *what-a-stories* leren herkennen. Men kan zich er dan vervolgens op voorbereiden dat er geen ontkomen aan is; alle media zullen immers aandacht besteden aan het onderwerp.

Wij onderzoeken daarom of de berichtgeving omtrent de Bijlmerramp een *what-a-story* is, of toch meer kenmerken van een *media-event* vertoont. Om onze probleemstelling te kunnen beantwoorden, stellen we ons de volgende deelvragen:

Welke kenmerken hebben een *media-event* en een *what-a-story*?

Vertoont de Bijlmerramp deze kenmerken?

In ons onderzoek betrekken we de berichtgeving over de Bijlmerramp op de Nederlandse publieke televisiezenders en die in de landelijke dagbladen, gedurende de eerste maand na het ongeluk. *Het Parool* nemen we ook mee, want deze werd ten tijde van het ongeluk nog tot de landelijke dagbladen gerekend. Onder de Bijlmerramp verstaan we het ongeluk met een vrachtvliegtuig van het type Boeing 747 van de Israëlische vliegmaatschappij El Al op 4 oktober 1992 in de Bijlmermeer te Amsterdam.

Van *media-events* en *what-a-stories* proberen we duidelijke definities op te stellen. We geven hieronder eerst van beide typologieën een beschrijving met voorbeelden uit de geraadpleegde literatuur. Vervolgens stellen we een definitie op van de kenmerken waaraan een gebeurtenis moet voldoen voordat er het predikaat *media-event* of *what-a-story* opgeplakt mag worden. We benadrukken daarbij de verschillen tussen beide typologieën. Vervolgens wordt duidelijk gemaakt in welke categorie de berichtgeving rond de Bijlmerramp valt.

What-a-story

Nieuws dat zich anders ontwikkelt dan verwacht

De zoektocht naar een definiëring van *what-a-story*, begint bij Gaye Tuchman. Deze Amerikaanse onderzoekster deed in de

periode 1966 tot 1976 participerende observaties op nieuwsredacties van een televisiestation, een tweetal dagbladen en in de perskamer van het New Yorkse stadhuis. Zij is de eerste die de term *what-a-story* gebruikt. De term zou afgeleid zijn van de kreten die journalisten slaken op het moment dat *hard news* een andere wending neemt dan vooraf ingecalculeerd was: 'The story of the century!' en 'What a story!' Onder *hard news* verstaan we in dit geval: 'Gebeurtenissen die mogelijk kunnen worden geanalyseerd of geïnterpreteerd. Deze gebeurtenissen dienen zich aan of het zijn gebeurtenissen waarvan men denkt dat ze nieuwswaarde hebben.' (Tuchman, 1978, blz. 47). Naast het hierboven gegeven voorbeeld van president Johnson, noemt Tuchman (1978, p. 64) verder de moord op president Kennedy in 1965.

Dan Berkowitz doet in feite hetzelfde onderzoek als Tuchman, maar dan 25 jaar later. Ook hij onderzoekt journalisten door middel van participerende observatie. Berkowitz beperkt zijn onderzoek tot de nieuwsredacties van televisiestations. Hij beschrijft nauwgezet wat voor stappen genomen worden om een *what-a-story* in te passen in de dagelijkse routine van de journalistiek. Zoals hierboven al aangegeven werd, verandert die van zes in vijf stappen en wordt er niet meer gekeken naar journalistieke waarde of extra kosten.

De stappen worden:

- Het opmerken van de verandering;
- Het verzamelen van informatie over de ramp;
- Focus op de *what-a-story* en op wat daarmee te doen;
- Beslissing over de volgorde van uitzenden;
- Waar nodig aanpassing van de items tijdens de nieuwsuitzending (Berkowitz, 1992 p. 51-55).

Een voorbeeld van een *what-a-story* is het vliegtuigongeluk op een hotel in een stad in de Verenigde Staten, waarbij het hotel in brand vloog en negen mensen om het leven kwamen (Berkowitz, 1992b).

Narrative

What-a-stories kunnen ook uitgroeien tot wat Ronald Bishop 'an overarching news narrative' noemt (1999, p. 91). Aan de hand van een verslag van de berichtgeving rond de onverwachte dood van prinses Diana schetst hij het verloop van zo'n *narrative*. Vrijwel onmiddellijk na het ongeluk en de eerste berichtgeving daarover, markeerden serieuze journalisten een scheidslijn tussen zichzelf en de *paparazzi*. In de daaropvolgende week signaleert Bishop een publieke discussie over journalistiek door de journalisten zelf. Zo'n *overarching news narrative* duikt vooral daar op waar de professionele journalistiek in het gevaar komt. De toch al moeizame relatie die journalisten hebben met de objectiviteit wordt door een *narrative* nog complexer. Het is niet het ontbreken van objectiviteit, maar een reflectie van de routines die de praktijk van de journalistiek kleuren. Journalisten gebruiken de *narrative* in een poging hun geschonden reputatie te herstellen. Het is alsof ze ons een kijkje in de keuken geven, maar niet langer dan tot het moment waarop ze de gebeurtenis weer onder controle hebben. Berkowitz (in: Bishop, 1999, p. 92) meent dat journalisten ons dat kijkje alleen gunnen in *talkshows* op zondagmorgen. Bishop toont echter aan dat een *narrative* een belangrijk onderdeel kan zijn van de berichtgeving over een *what-a-story*, een gebeurtenis van geweldige impact (Bennet e.a., 1985).

Een definitie van what-a-story

Wij definiëren een *what-a-story* als een nieuwsontwikkeling die voldoet aan de volgende drie (chronologische) kenmerken:

- De aanleiding is ‘developing news’, ofwel onverwacht nieuws dat volgens een bepaalde routine verwerkt kan worden;
- De verwachte ontwikkeling van het nieuws krijgt een onverwachte wending;
- De betreffende journalisten erkennen dat er iets vreemds aan de hand is;
- Vooraf geprogrammeerde uitzendschema’s of krantindelingen worden omgegooid om (ruim) aandacht te kunnen besteden aan deze ontwikkeling.

Wij hebben voor deze definiëring van het begrip *what-a-story* gekozen, omdat deze stap voor stap aangeeft hoe de ontwikkeling van een *what-a-story* in de praktijk plaatsvindt. Op deze manier kan de berichtgeving omtrent een bepaalde gebeurtenis stap voor stap (van aanleiding tot ontwikkeling) bekeken worden aan de hand van de definiëring om zo tot de conclusie te komen of er al dan niet sprake is van een *what-a-story*. De situatie waarin de controle over de *what-a-story* weer hervonden is en de berichtgeving van aard verandert, behoort volgens ons niet binnen de definiëring van een *what-a-story*. Dit vanwege het feit dat het desbetreffende kenmerk niets te maken heeft met de *what-a-story* zelf, maar met de situatie erna. Deze ‘nieuwe’ situatie kan derhalve niet meer omschreven worden als een *what-a-story*. Binnen dit onderzoek wordt slechts ‘het traject’ van de aanleiding tot de ontwikkeling van een *what-a-story* onderzocht.

Media-event

Nieuws waarbij velen zich betrokken voelen

Het grootste verschil tussen een *media-event* en een ander type berichtgeving is dat een *media-event* geenszins berust op routine. In feite zouden *media-events* eerder als ‘routineonderbrekingen’

kunnen worden beschreven, oftewel onderbrekingen van het normale dagelijkse mediaprogramma. (Dayan & Katz, 1992, p.5). Een tweede kenmerk van een *media-event* is het overbrengen van de situatie zoals deze in *real time* gebeurt. *Media-events* worden derhalve altijd *live* uitgezonden. Dit brengt voor de media een spanningselement van onvoorspelbaarheid met zich mee, want met zo'n uitzending zou van alles mis kunnen gaan.

Daarnaast worden *media-events* buiten de media om georganiseerd. Buiten de media om, wil in dit geval zeggen dat de gebeurtenis plaatsvindt ergens buiten de studio (dit wordt wel een *remote location* genoemd) én dat de gebeurtenis niet is ingeleid door één of andere omroeporganisatie. Met ingeleid bedoelen we in dit geval georganiseerd. De gebeurtenis vindt niet plaats op initiatief van de omroeporganisaties, maar op initiatief van andere organisatoren. Deze organisatoren van *media-events* zijn openbare organisaties of groepen met wie de media samenwerken, zoals de regering, politieke partijen of het Olympische Comité (Dayan & Katz, 1992, p. 6). De Olympische Spelen, maar ook bijvoorbeeld het Songfestival zijn gebeurtenissen die onder andere aan dit kenmerk van 'het buiten de media om georganiseerd worden' voldoen.

Een ander belangrijk kenmerk van een *media-event* is dat zowel media als publiek de gebeurtenis van tevoren ziet aankomen. Er kan dus door beide op geanticipeerd worden. Voorbereidingen kunnen vaak al in een vroeg stadium getroffen worden. Zo werden bijvoorbeeld de Olympische Spelen van Los Angeles in 1984 meer dan 4 jaar van tevoren al aangekondigd (Dayan & Katz, 1992, p.7).

Kenmerkend voor een *media-event* is verder dat de gebeurtenis door de media met *reverence* en *ceremony* worden gepresenteerd. Dat houdt in dat de media de gebeurtenissen plechtig en met eerbied behandelen en dat er bij de journalisten sprake is van ontzag. In de journalistiek waar normaal gesproken bij elke gebeurtenis 'het kritische standpunt' voorop staat, wordt een *media-event* respectvol en zonder kritiek behandeld en in de

audiovisuele media blijkt dit uit het feit dat *media-events* andere programma's kunnen onderbreken, maar zélf zelden worden onderbroken. Of hoogstens om bijvoorbeeld (kort) te vertellen welke muziek men op de achtergrond hoort, of de naam te geven van een belangrijk persoon die in de gebeurtenis een rol speelt. Onderbrekingen door reclame worden veelal uitgesteld. *Media-events* staan derhalve boven de normale programmering (Dayan & Katz, 1992, pp. 7-8).

Verzoening

In een uitzending van een *media-event* zullen de media proberen om deze zo te presenteren dat (conflict)situaties buiten de gebeurtenis even worden vergeten. Dayan en Katz (1992, p. 8) noemen dit het element van verzoening. Bij de trouwerij van Charles en Diana bijvoorbeeld werd even de situatie rondom de terreur in Noord-Ierland 'stilgelegd' door de media. Bij al deze rituelen die plaatsvinden bij *media-events* is sprake van een heel groot publiek dat elkaar stimuleert om bijvoorbeeld naar een uitzending van een *media-event* te gaan kijken. Op deze manier heeft het publiek een actieve rol binnen het geheel. *Media-events* moedigen het publiek aan tot intergratie (elkaar vertellen van de gebeurtenis, samen kijken) en tot een nieuwe kijk op de maatschappij (geen conflictsituaties, slechts verzoenende beelden) (Dayan & Katz, 1992, p. 8-9).

Tot slot worden *media-events* gekarakteriseerd door eenheid van tijd, dat betekent dat ze gerelateerd zijn aan de duur van de *live* uitzending (Dayan & Katz, p. 90).

Een definitie van media-event

Wij definiëren een *media-event* als een nieuwsontwikkeling die voldoet aan alle van de volgende zeven kenmerken:

- Buiten de media om 'georganiseerd';
- Anticipatie en voorbereiding;
- Routineonderbreking;
- *Live (real time)*;
- *Reverence* en *ceremony*;

- Element van verzoening;
- Actieve rol van het publiek.

Wij hebben binnen onze definiëring van een *media-event* gekozen voor zeven van de acht kenmerken van een *media-event* die Dayan en Katz hebben beschreven in hun boek *The Live Broadcasting of History*. De definiëring geeft wederom stap voor stap aan hoe de ontwikkeling van een *media-event* in de praktijk plaatsvindt. Of er al dan niet sprake is van een *media-event* blijkt uit het eveneens stap voor stap volgen van de verschillende punten binnen de definiëring en het vergelijken van deze stappen met de ontwikkeling van de berichtgeving omtrent de gebeurtenissen in de praktijk.

Zoals uit onze definiëring blijkt, hebben wij het kenmerk 'eenheid van tijd' niet als een apart kenmerk opgenomen. Volgens ons is 'eenheid van tijd' namelijk een onderdeel van het kenmerk dat handelt over het 'live uitzenden van *media-events*'.

Van what-a-story naar media-event

We constateerden dat *media-events* vooruit gepland en symbolisch zijn, maar volgens Bishop (1999, p. 95) ontstaat een *media-event* vaak uit traditioneel *hard news*. In het geval van de al eerder genoemde berichtgeving over Diana's dood, was dat volgens Bishop het geval. De nadruk werd hierin gelegd op de verschillen tussen journalisten van serieuze nieuwsorganisaties en die van *tabloids*. Eerstgenoemden zetten zich af tegen de *paparazzi*, door veel aandacht te besteden aan de rol die ze hadden in de dood van Diana. Later verschoof de aandacht naar beroemdheden in het algemeen en de publiekshonger naar *boulevardnieuws*.

Bishop (1999, p.95) verklaart dit gedrag door een lijn te trekken tussen de gebeurtenissen rond Diana's dood en een *media-event*. Beelden van grote bergen bloemen en oprecht huilende mensen, waren het bewijs dat haar dood mensen bij elkaar bracht. Haar

begrafenis was voor iedereen. De berichtgeving zat boordevol *reverence* en *ceremony*.

Zelfonderzoek

Media-events worden volgens Bishop gepresenteerd in een *narrative* met schurken en helden, in dit geval de *paparazzi* en de journalisten. Volgens Hall (in: Bishop, 1999, p. 95) is het de vorm van deze verhalen die de inhoud bepaalt. Zelfonderzoek is simpelweg een nieuwe vorm. Het is een van de strategieën die journalisten toepassen op de berichtgeving van een *what-a-story* (Bennet e.a., 1985). Als zo'n gebeurtenis zich voordoet beginnen journalisten aan een zelfbespiegeling. Ze stoppen daar weer mee als de gebeurtenis handelbaar wordt en ingepast kan worden in het gewone werkritme.

Wat we hier zien gebeuren is dat berichtgeving die aanvankelijk een *what-a-story* was, door de journalisten afgebogen wordt naar een *media-event*, omdat ze zichzelf willen beschermen tegen de onduidelijkheid in de berichtgeving. Dit *media-event* ontstaat niet uit een van tevoren aangekondigd evenement, maar vanuit een *what-a-story*. We passen de definitie van een *media-event* daarom aan, in zoverre dat we ook dan spreken van een *media-event* als de media zelf een *narrative* gaan schrijven rondom een *what-a-story*. We spreken dus ook van een *media-event* als berichtgeving verpakt wordt in de vorm van een *narrative* en de aanleiding daartoe een *what-a-story* is. Deze kenmerken gaan dan ten koste van twee algemene kenmerken van een *media-event*, namelijk 'buiten de media om georganiseerd' en 'anticipatie en voorbereiding'.

Bijlmerramp

Tijdens de eerste week van de Bijlmerramp was er veel onduidelijkheid; onder andere over het aantal slachtoffers dat gevallen zou zijn. Dit werd mede veroorzaakt door de geruchten over een groot aantal illegale bewoners van de flat Kruitberg, waar het vliegtuig tegenaan gebotst was. Jan van de Plasse zette alles

op een rijtje (De Journalist, 1992, p. 22). In de tabel hieronder is te zien hoe per krant het aantal slachtoffers per dag varieert.

	5 oktober	6 oktober	7 oktober	8 oktober	9 oktober	10 oktober
De Telegraaf	Tientallen	> 250				Mogelijk minder doden
Algemeen Dagblad	Zeker 100					Aantal doden kleiner
de Volkskrant	Zeker enkele tientallen	Schatting 250				
Trouw	Vrees voor paar honderd	250			Aantal lager dan verwacht	Dodental rond 60
Het Parool	> 200		Aantal onzeker			
NRC Handelsblad	> 200		Lager dan vermoed			

Bron: De Journalist (1992)

Uiteindelijk berichtten alle kranten vier dagen later het volgende: 26 doden en 38 vermisten. De aandacht die door de landelijke dagbladen aan de Bijlmerramp wordt besteed, is de eerste week na de ramp groot. In de tabel op pagina 12, staat weergegeven welke percentages de dagbladen van de totale redactionele ruimte en van het oppervlak van de voorpagina voor de Bijlmerramp inruimden.

	% totale redactionele ruimte	% voorpagina
Het Parool	20.2	52.8
De Telegraaf	15.5	58.6
Trouw	18.6	45.7
Algemeen Dagblad	13.3	44.3
de Volkskrant	11.3	47.1
NRC Handelsblad	8.4	31.4

Bron: De Journalist (1992)

Analyse

Vertoont de berichtgeving omtrent de Bijlmerramp nu meer kenmerken van een *what-a-story* of van een *media-event* ?

What-a-story

De aanleiding is *developing news*; het neerstorten van een vrachtvliegtuig krijgt echter een onverwachte wending. Het is in de eerste instantie bijvoorbeeld niet duidelijk hoeveel slachtoffers er zijn gevallen bij de ramp en wat het vrachtvliegtuig aan lading met zich mee droeg. De betreffende journalisten erkennen dat er wegens alle onduidelijkheden van de ramp iets vreemds aan de hand is. Vooraf geprogrammeerde uitzendschema's of krantindelingen worden omgegooid om (ruim) aandacht te kunnen besteden aan deze ontwikkeling. Verslaggevers worden naar de redacties geroepen om ondersteuning te bieden. Op een zondagavond is de bezetting echter minimaal. Om dit te illustreren volgt een citaat van Jan van de Plasse (1992, p. 22) die destijds op een redactie werkzaam was. 'Het bleef trouwens de hele avond verder verwarrend. We snakten dan ook meer dan ooit naar de maandagochtend bladen. Daarin zouden de zaken ongetwijfeld op een rij gezet zijn. Hetgeen tegenviel. Niet zo verbazingwekkend bij een ramp op zondagavond met paniekerige agenten en geïrriteerde verslaggevers alom.' Nadat de controle over de berichtgeving hervonden is, verandert de *narrative* meer en meer in een *media-event*.

Media-event

Ook de latere berichtgeving is een onderbreking van de journalistieke routine. Debatten in de Tweede Kamer worden *live* uitgezonden. Deze gebeurtenissen worden buiten de media om ‘georganiseerd’ en ze worden voldoende vroeg aan de media en het publiek doorgegeven opdat een ieder zich er goed op kan voorbereiden. Uitgezonden beelden van ceremoniële kransleggingen dragen bij tot een gevoel van saamhorigheid en eerbied voor de slachtoffers. Het publiek speelt door te blijven vragen naar het hoe en waarom van de toedracht en de gevolgen een grote, actieve rol. Deze beschrijving van de gebeurtenissen omtrent de Bijlmerramp klopt met de kenmerken van een *media-event*. Naar onze mening kan derhalve worden gezegd dat de berichtgeving omtrent de Bijlmerramp zich heeft ontwikkeld van een *what-a-story* tot een *media-event*.

Conclusie

De berichtgeving over de ramp met een El Al vrachtvliegtuig op 4 oktober 1992 in de Bijlmermeer, vertoont de eerste week na het ongeluk duidelijk kenmerken van een *what-a-story*. De latere berichtgeving vertoont de belangrijke kenmerken van een *media-event*. De Bijlmerramp is dus gedurende de eerste week een voorbeeld van een Nederlandse *what-a-story*. Niet gezegd kan worden dat de Bijlmerramp zich ontwikkelt in een *media-event* door toedoen van de media; er ontstaat geen *narrative*. Wel is het zo dat later de Bijlmerramp door de aandacht eromheen, met name de parlementaire enquête, uitgroeit tot een *media-event*. Deze situatie (van een *what-a-story* naar een *media-event*) heeft zich niet alleen bij de Bijlmerramp voorgedaan. Zowel bij de berichtgeving omtrent de dood van president Kennedy als bij prinses Diana vindt eenzelfde ontwikkeling plaats. Het is nog te vroeg om een uitspraak te doen over de vraag of er sprake is van een logisch gevolg. Wellicht zou nadere studie op deze nu nog open vraag antwoord kunnen geven.

Literatuur

- Berkowitz, D. (1992, winter). Non-routine news and newswork; exploring a what-a-story. Journal of communication, 42 (1), pp. 82-94.
- Berkowitz, D. (1992, spring). Routine newswork and the What-A-Story; a case study of organizational adaption. Journal of Broadcasting & Electronic Media, spring 1992, pp. 43-60.
- Bennet, W.L., Gessett, L.A. & Halton, W. (1995). Repairing the news; a case study of the news paradigm. Journal of communication, 35, 50-68.
- Bishop, Ronald. (1999). From behind the walls; boundary work by news organizations in their coverage of princess Diana's death. Journal of communication inquiry 23;1, 90-112.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992). Media events; the live broadcasting of history. Cambridge: Harvard University Press.
- Plasse, J. van de. (1992). Een ramp op zondagavond. De Journalist, oktober 1992, p. 22-23.
- Tuchman, Gaye. (1978). Making news; a study in the construction of reality. New York: The Free Press.