

Den politiske presse.
En analyse af danske avisers politiske orientering

In Journalistica no. 5, 2007, Aarhus: Ajour.

The Political Press
An Analysis of Political Parallelism in Danish Newspapers

By STIG HJARVARD

Abstract

Contemporary media and press theory (e.g. Cook: "Governing with the News", Hallin & Mancini: "Comparing Media Systems") tend to agree on the decline of the political press. As news media get more commercial, their political influence is based on their role as independent journalistic institutions and not through ties to the political parties. However, recent developments in the Danish newspaper market seem to contradict this assumption. As free newspapers challenge older morning papers, we simultaneously experience the expansion of a politically neutral and purely commercial press, and a repoliticized press giving more prominence to opinions and values. Political parallelism between part of the press and the political institutions seems to persist.

About the author

Stig Hjarvard. Professor, Ph.D., Institut for Medier, Erkendelse og Formidling ved Københavns Universitet. Han har bl.a. udgivet bøgerne Internationale tv-nyheder (1995), Tv-nyheder i konkurrence (1999), News in a Globalized Society (redaktør, 2001), Det selskabelige samfund (2005) og Dansk tv's historie (redaktør, 2006). Han leder det forskningsrådsfinansierede projekt Aviser og Journalistik i forandring: Den trykte presse som en kulturel og politisk ressource 2007-2010: <http://aviser-mef.cms.hum.ku.dk/>

E-mail: stig@hum.ku.dk
<http://staff.hum.ku.dk/stig>

Den politiske presse

En analyse af danske avisers politiske orientering

AF STIG HJARVARD

Nyere medie- og presseteorier er generelt enige om, at i takt med at mediasystemet bliver mere kommercielt, får avisernes tilknytning til partier eller politiske grundholdninger en stadig mindre betydning. I det omfang, at nyhedsmedier udøver politisk indflydelse sker det alene i kraft af deres rolle som en uafhængig nyhedsinstitution, der via journalistiske valg påvirker den politiske dagsorden. Udviklingen i det danske avismarked modsiger imidlertid disse antagelser: Her ser vi på én og samme tid en vækst i en kommerciel og politisk neutral presse og en udvikling i den publicistiske presse, hvor der lægges betydelig vægt på politiske holdninger og værdier.

Såvel pressehistoriske udredninger som nyere teoretiske bidrag til forståelsen af pressens politiske rolle synes at være enige om, at pressen i den vestlige verden bliver mindre og mindre præget af politiske anskuelser og anknytninger til politiske partier. I USA begyndte afviklingen af "the partisan press" allerede i 1800-tallet, og kommercialisering og professionalisering af avisdrift og journalistik banede vejen for en massepresse præget af nyhedsorientering og objektivitet som journalistisk ideal (Schudson, 1978). I de nordiske lande begyndte løsrivelsen af aviserne fra de politiske partier ved begyndelsen af 1900-tallet, men det var i realiteten først efter 2. verdenskrig, at partipressen for alvor blev afviklet, og omnibuspressen – en presse for alle – blev det dominerende træk ved det samlede pressesystem (Høyer, 2005; Thomsen, 1981). Fælles træk ved denne udvikling var en øget uafhængighed

af de politiske partier, en adskillelse af news fra views, en større markedsorientering og efterfølgende markedsconcentration, hvor den tidligere eksterne pluralisme mellem aviser af forskellig politisk observans blev erstattet af en intern pluralisme. Som konsekvens skulle den enkelte avis i højere grad repræsentere forskellige synspunkter på opinionssiderne, og samtidig udvikledes en journalistisk professionalisme båret af idealerne om at rapportere upartisk og kritisk undersøge magtudøvelsen i samfundet, dvs. udøve rollen som fjerde statsmagt.

Nyere teoretiske bidrag har udviklet vores forståelse af forholdet mellem pressen og det politiske system, men generelt synes de at bekræfte den nævnte historiske udviklingstendens. Timothy E. Cook (1998) argumenterer således for, at nyhedsmedierne har opnået en stor uafhængighed vis-à-vis de politiske institutioner (parlament, partier osv.), men frem for at se dette som et udtryk for en afpolitisering af nyhedsmedierne har de i stedet indtaget en ny politisk rolle i samfundet. Nyhedsmedierne er selv blevet en slags politisk institution, og journalister kan betragtes som politiske aktører, fordi de nu udfylder en vigtig politisk funktion: De formidler ikke alene politisk relevant information, men bidrager dagligt til konstruktionen af den politiske dagsorden. I konsekvens heraf må de andre politiske aktører og institutioner i et vist omfang indrette sig efter de normer og rutiner, der kendetegner nyhedsmedierne. Paradokset er ifølge Cook, at nyhedsmediernes politiske indflydelse er et resultat af deres adskillelse fra de politiske institutioner:

[...] the political role of newsmen is that their political influence may emerge not in spite of, but because of, their principled adherence to norms of objectivity, deference to factuality and authority, and a let-the-chips-fall-were-they-may distance from the political and social consequence of their coverage (Cook, 1998: 85).

Ud fra dette synspunkt er det netop pressens apolitiske karakter, der giver den politisk indflydelse, ikke mindst ved at nyhedsværddier bliver en vigtig faktor i den politiske dagsordenssætning. I en dansk sammenhæng har Cooks tilgang inspireret studier hos ek-

sempelvis Lund (2002) og Pedersen et al. (2000). Cooks argument er et vigtigt korrektiv til den opfattelse, at partipressens afvikling nødvendigvis skulle være synonym med en tilsvarende reduktion i pressens politiske betydning. Selv den mest objektive journalistik kan få politiske konsekvenser, og professionelle journalistiske normer kan blive indoptaget som et vigtigt hensyn i de politiske institutioners virkemåde. Ikke desto mindre bekræfter Cooks tilgang opfattelsen af, at nyhedsmedierne generelt set er blevet afpolitiseret, i den forstand at de alene styres af professionelle og kommercielle motiver. Det kan muligvis forklares ved, at han alene beskæftiger sig med nyhedsmedier i USA, der generelt har været drevet ud fra kommercielle snarere end politiske motiver. Nyere udviklingstendenser i USA modsiger dog delvist denne antagelse, hvor Fox News er et tydeligt eksempel på, at også meget kommercielle nyhedsmedier kan praktisere en holdningspræget journalistik og tiltrække sit publikum i kraft af politiske præferencer (Lyengar and Hahn, 2007). Analyser viser også, at tilsyneladende neutrale og mainstream aviser i USA kan udvise en systematisk politisk drejning af nyhederne (Kahn & Kenny, 2002).

Daniel Hallin & Paolo Mancini's (2004) konstruktion af regionale modeller, for hvordan forholdet mellem medier og politik har udviklet sig over tid, er en frugtbar måde at skabe en overordnet forklaringsramme som afsæt for at udforske nationale forskelle. Deres tre regionale modeller, *den polariserede pluralisme model* for Sydeuropa, *den demokratisk korporative model* for Nordvesteuropa og *den liberale model* for Nordamerika og Storbritannien, vidner om, at vi bør se nærmere på de specifikke relationer mellem det politiske system og mediesystemet for at kunne forstå de nationale karakteristika for pressen. De nordiske lande er prototypiske for den demokratisk korporative model, og her er der nogle afgørende forskelle sammenlignet med de to andre modeller, hvoraf vi her primært skal fokusere på spørgsmålet om politisk parallelisme mellem pressen og det politiske system, dvs. hvorvidt nyhedsmedier grupperer sig i forhold til skillelinjer mellem de politiske partier og ideologier.

I den polariserede pluralistiske model finder man typisk en stærk politisk parallelisme og en mindre grad af journalistisk professionalisme, hvor det modsatte er tilfældet i den liberale model.

I Sydeuropa finder man med andre ord en stærkere politisk stillingtagen i journalistikken end man typisk finder i USA, hvor nyhedsjournalistikkens professionalisme er mere i højsædet. Tilsvarende er den polariserede pluralisme model kendetegnet ved en mere eliteorienteret avispresse og stærkere statslig påvirkning af mediasystemet, hvorimod den liberale model på et tidligt tidspunkt var præget af en massepresse og ringe statslig regulering af mediasystemet. På denne måde er den polariserede pluralisme model og liberale model hinandens modsætninger. Sammenlignet med disse træk udgør de nordiske lande en afvigelse: I den demokratisk korporative model finder man på én og samme tid en tidlig massepresse, en udvikling af journalistisk professionalisme, en høj grad af statslig regulering af mediasystemet og en vis grad af politisk parallelisme. Ifølge logikken fra de to andre modeller skulle alle disse træk ikke kunne være til stede på samme tid, da de forstås som modstridende faktorer: En massepresse og journalistisk professionalisme burde i princippet ikke sameksistere med politisk parallelisme og større statslig regulering af mediasystemet. Med andre ord udgør de nordiske landes pressesystem ikke kun en slags mellemting mellem de to andre modeller, men også en anomali.

Selvom Hallin & Mancini giver en systematisk og komparativ gennemgang af regionale forskelle mellem mediasystemer og politiske systemer, finder de, at udviklingen som helhed skubber det europæiske mediasystem i retning af den liberale model. Set i dette lys, vil de regionale forskelle ikke være vedvarende regionale særtræk, men successivt blive af historisk interesse som følge af, at kommercialiseringen præger de to andre regioner i den liberale models billede:

Commercialization, in the first place, is clearly shifting European media systems away from the world of politics to the world of commerce. This changes the social function of journalism, as the journalist's main objective is no longer to disseminate ideas and create social consensus around them, but to produce entertainment and information that can be sold to individual consumers. (Hallin & Mancini, 2004: 277).

Der er ingen tvivl om, at kommercialisering af pressen er en generel udviklingstendens i de fleste lande, men det behøver ikke nødvendigvis eller entydigt presse udviklingen i retning af den liberale model, som Hallin & Mancini antager. Desuden er idéen om, at kommercialisering uundgåeligt vil formindske avisernes politiske parallelisme baseret på en liberal pressemodel, der ikke fanger de specifikke og sammensatte relationer mellem politiske institutioner og medier i andre lande. Grundlæggende set er problemet hos dem, at deres teoretiske ramme placerer den liberale model og den polariserede pluralistiske model som hver sin yderpol, og andre pressesystemer skal så placeres og forklares inden for denne overordnede modsætning. Den samtidige tilstedeværelse af politisk parallelisme og journalistisk professionalisme behøver imidlertid ikke være en anomali, men kan udmærket forklares logisk ud fra den historiske og aktuelle politiske og mediemæssige kontekst. Kommercialisering og professionalisering fører ikke nødvendigvis til den politiske parallelismes forsvinden; specifikke kendetegn ved mediesystemet og det politiske system kan resultere i andre udviklingstendenser end den liberale model tilsiger.

For den danske presses udvikling vil vi argumentere for, at der på én og samme tid foregår en ekspansion af politisk neutrale aviser, fortrinsvis trafikomdelte gratisaviser, og en udvikling i den publicistiske presse, fortrinsvis de betalte morgen- og frokostaviser, hvor der lægges betydelig vægt på politiske holdninger og værdier. Det danske pressesystem bevæger sig ikke entydigt i den retning, som den liberale model foreskriver; der er snarere tale om, at under givne politiske betingelser kan kommercialisering både understøtte fremvæksten af politisk neutrale aviser og fastholde og uddybe den politiske stillingtagen i andre aviser. Snarere end at se denne udvikling som et fortsat paradoks ved det danske (og nordiske) pressesystem, skal man forstå den som en *funktionel differentiering*, hvor forskellige avistyper under indtryk af såvel den politiske som den mediemæssige udvikling kommer til at varetage forskellige funktioner, der tidligere var indeholdt i stort set alle aviser.

I det følgende skal vi belyse den politiske parallelisme i danske aviser for på den baggrund at revurdere såvel den danske dags-

presses udvikling som ovennævnte teorier om pressens politiske rolle, hvilket munder ud i en ny model for pressesystemets historiske forandring. Politisk parallelisme mellem mediesystem og politiske institutioner kan belyses på flere måder, og vi skal her skelne mellem tre niveauer for politisk parallelisme. For det første et *organisatorisk* niveau, hvor den politiske parallelisme viser sig i formelle, organisatoriske bånd eller personlige netværk mellem det politiske system og medierne. For det andet et *indholdsmæssigt* niveau, hvor den politiske parallelisme afspejler sig i avisernes indhold i forskellige genrer som leder, debatstof, nyheder, analyser m.fl. For det tredje et *modtagerniveau*, hvor den politiske parallelisme er synlig i form af systematiske politiske præferencer hos publikum for den ene eller anden avis som følge af deres opfattelse af avisens politiske ståsted.

Partipressens gradvise forsvinden i løbet af det 20. århundrede har på afgørende vis svækket den politiske parallelisme mellem avis og enkeltpartier på det organisatoriske niveau. Praktisk talt alle aviser er i dag uafhængige af partipolitiske interesser, og i stedet bekender nogle aviser sig til en politisk hovedstrømning, sådan at eksempelvis Jyllands-Posten er et „uafhængigt liberalt dagblad“, og at „Politiken og Ekstra Bladet ledes som uafhængige radikalt-socialliberale blade og organer for dansk frisind“ (citerer fra avisernes hjemmesider 17.10.07). Andre aviser og ikke mindst gratisaviserne indtager ikke en sådan politisk orientering. Hvordan denne bredere politiske orientering nærmere finder organisatoriske udtryk vil ikke blive behandlet nærmere her, men i stedet vil vi koncentrere os om den politiske parallelisme i indholdet og på modtagersiden.

Politisk polarisering

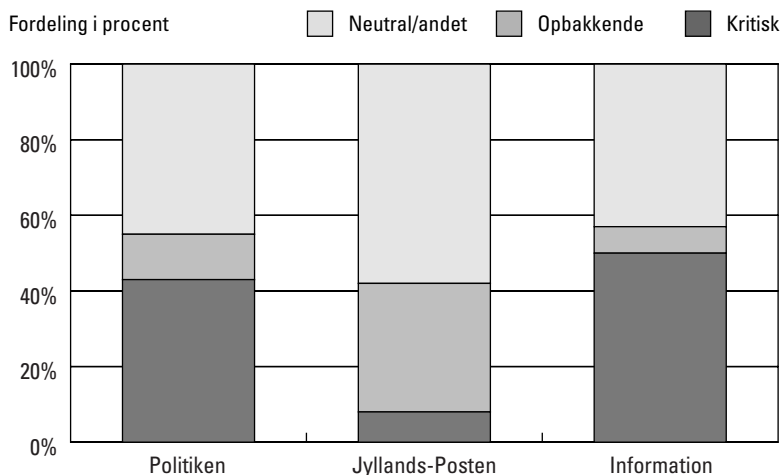
Gennem det sidste årti har det danske politiske system undergået en polarisering. Hvor den Christiansborgpolitiske scene tidligere har været kendetegnet ved mindretalsregeringer, der har søgt parlamentarisk støtte hen over midten, er dansk politik i dag domineret af to politiske blokke, henholdsvis en centrum-venstre blok og en højreblok. De to blokke har først og fremmest været delt på de værdipolitiske områder som f.eks. flygtninge og ind-

vandrere, Irakkrig, miljø og voldskriminalitet, hvorimod de traditionelle økonomiske og fordelingspolitiske områder i mindre grad har kaldt på blokpolitisk konfrontation. Den nye blokpolitik har resulteret i en opdeling af den landsdækkende presse i et regerings-oppositionspresses mønster, hvor eksempelvis Jyllands-Posten og Berlingske Tidende har støttet regeringens politik, og Politiken og Information har støttet oppositionens politik. Aviserne har naturligvis ikke fungeret som talerør for enkeltpartier eller politikere som i partipressens dage, men de har på lederplads og i den journalistiske dækning fremmet synspunkter og dagsordener, der har været sympatiske over for hver sin blok. For at illustrere denne nye blokpolitiske parallelisme på det indholdsmæssige plan vil vi fokusere på to tilfælde, hvor aviserne tog meget aktivt del i den politiske meningsdannelse, henholdsvis invasionen af Irak i 2003 og krisen omkring Muhammedkarikaturerne i 2005-06.

Som bekendt blev invasionen af Irak støttet af Danmark både politisk og militært, men den politiske beslutning om at deltage i krigen delte det politiske system. En analyse af danske mediers dækning af invasionen i Irak dokumenterede blandt andet, hvordan de enkelte aviser afspejlede forskellige politiske holdninger, selvom hovedparten af nyhedsdækningen beroede på samme kilder og især koalitions kilder (Hjarvard, Kristensen og Ørsten, 2004). De politiske forskelle kom ikke overraskende til udtryk på lederplads i aviserne, hvor eksempelvis Jyllands-Posten gav stærk støtte til invasionen, og Politiken var ganske kritisk. Den politiske tendens på de enkelte avisers lederplads var tillige synlig i opinionsstoffet (læserbreve, debatindlæg m.m.), sådan at man fandt langt flere indlæg, der støttede invasionen i Jyllands-Posten og mere kritik i Politiken og Information. Endelig – og mest afgørende i forhold til argumentet om den fortsatte politiske parallelisme – så man, at avisens holdning på lederplads afspejlede sig i avisernes journalistiske dækning. Analysen af det journalistiske stof, som aviserne havde valgt at prioritere som forsidestof, viste, at udvalget og vinklingen af historierne i Jyllands-Posten var mere fordelagtigt for regeringens position, hvorimod Politiken og Information var langt mere kritiske i de journalistiske forsidehistorier (*figur 1*).

Tilstedeværelsen af en politisk parallelisme var også tydelig under krisen omkring karikaturtegningerne af Muhammed i 2005-6, og den kan i sig selv betragtes som et resultat af den politiske rolle, som aviser og redaktører har tiltaget sig i dele af pressen (Hjarvard, 2006). Hverken Jyllands-Postens publicering af tegningerne eller reaktionerne hos andre politiske aktører blandt flygtninge og indvandrere kan forstås uden at inddrage den politiske sammenhæng, som Jyllands-Posten og andre aviser allerede indgik i før publiceringen af tegningerne. Da Jyllands-Postens kulturredaktør besluttede at offentliggøre de 12 tegninger og erklære, at også muslimer „må finde sig i hån, spot og latterliggørelse“ (JP, 30.9.05) var det ikke en isoleret handling fra en kulturredaktør, der handlede ude af trit med avisens øvrige redaktionelle policy. Tværtimod havde Jyllands-Posten og andre aviser, der støttede højreblokken i dansk politik, gennem flere år publiceret mange kritiske nyhedshistorier om flygtninge og indvandrere i Danmark, og ledere og opinionssider havde været præget af stærk kritik af eksempelvis islamisk fundamentalisme (Hervik,

Figur 1
Danske avisers dækning af invasionen af Irak i 2003.



Den overordnede politiske tendens i det journalistiske forsidestof i tre danske aviser: Politiken, Jyllands-Posten og Information. Stikprøve fra marts og april 2003. I alt 134 journalistiske enheder indgik i analysen, hvoraf 95 er artikler og 39 er større henvisninger. Kilde: Hjarvard, Kristensen og Ørsten (2004: 95).

2002). Tegningerne lå i forlængelse af denne redaktionelle linje, og de blev bevidst produceret med henblik på at videreføre denne linje; der var således ikke tale om, at avisen rapporterede om nogle allerede eksisterende kontroversielle tegninger. Jyllands-Posten inviterede tegnere til at afbilde Muhammed, og som følge af denne handling åbenlyse politiske karakter, var to af tegningerne en satire over Jyllands-Postens intention med disse Muhammed-tegninger, hvor en af tegningerne indeholdt en tekst med arabiske bogstaver, der sagde: „Jyllands-Postens skribenter er reaktionære og provokerende“. Denne kritik af Jyllands-Postens handling i selve tegningerne blev dog overset i den efterfølgende politiske tumult.

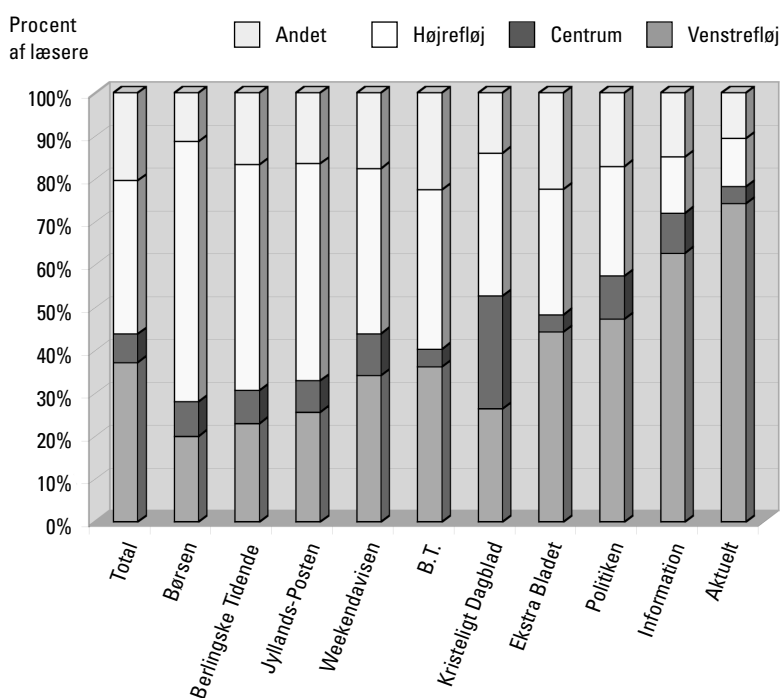
Man må tilsvarende forstå reaktionerne på tegningerne i denne blokpolitiske kontekst, hvor både aviser og politiske aktører for en stor dels vedkommende allerede havde indtaget deres faste pladser. For en række flygtninge- og indvandrergupper og deres politiske støtter blev Jyllands-Postens publicering af tegningerne set som endnu et led i en vedvarende politisk kampagne mod muslimer. Regeringen og statsministeren støttede generelt Jyllands-Posten position, om end den kom under betydeligt pres fra traditionelle støtter i industrien, i takt med at den internationale krise forværredes, og boykot af danske produkter greb om sig. Avisernes stillingtagen på lederplads og journalistiske prioriteringer fulgte regerings-oppositions-mønsteret. En analyse foretaget af dagbladet Information af tre større dagblades forsider gennem 24 dage under denne krise viste, at Jyllands-Postens forsider lagde betydelig mere vægt på spørgsmålet om ytringsfrihed, hvorimod Politiken kontinuerligt bragte kritiske artikler om regeringens håndtering af krisen. Hverken Jyllands-Posten eller Berlingske Tidende prioriterede dette emne i nær samme omfang (Information, 2006).

En politisk opdeling af avislæserne

Hvis vi dernæst fokuserer på avisernes læsere, finder vi også dér en politiske parallelisme i det danske pressesystem. I *figur 2 og 3* er de landsdækkende avisers læsere grupperet i forhold til deres politiske orientering (målt i forhold til læserens stemmeafgivning

ved sidste folketingsvalg). I såvel 1997 og 2006 er der en systematisk sammenhæng mellem læserens politiske synspunkter og de enkelte avisers overordnede redaktionelle policy. *Figur 2* giver et indtryk af situationen før der blev introduceret gratisaviser i Danmark, og *figur 3* giver mulighed for at vurdere, hvordan situationen så ud efter et par af gratisavisernes tilkomst. MetroXpress og Urban udmærker sig ved at have en læserskare, der i høj grad afspejler befolkningens generelle politiske sammensætning; der er en ganske svag venstreorientering i deres læserprofil, hvilket formentlig skyldes, at de som trafikomdelte aviser i storbyområder fortrinsvis læses af lønarbejdere. Betalingsaviserne har ikke

Figur 2
Avislæsning og politisk holdning i 1997.

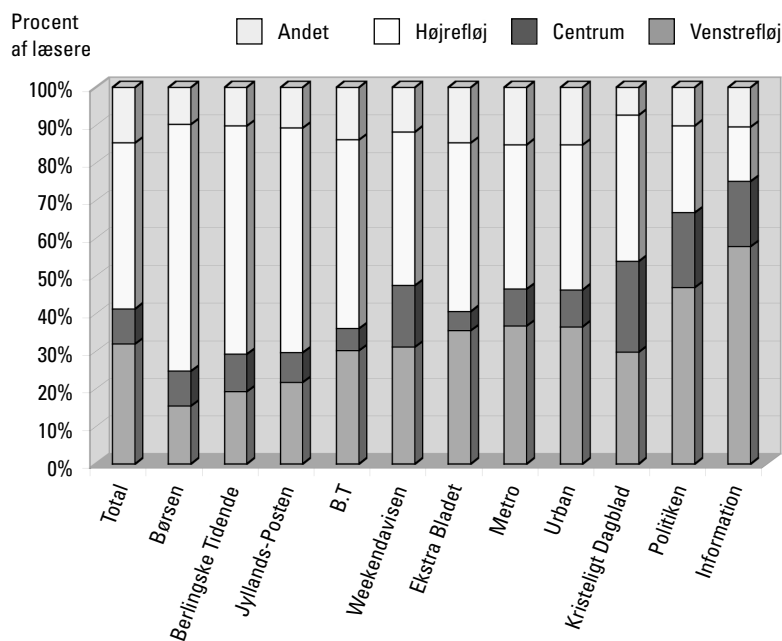


Stemmeafgivning ved seneste folketingsvalg. Alle danskere fra 18 år og opefter i året 1997. Højrefløj: Venstre, Konservative og Fremskridtspartiet/Dansk Folkeparti. Centrum: Radikale Venstre, Kristeligt Folkeparti og CD. Venstrefløj: Socialdemokratiet, SF, Enhedslisten og Minoritetspartiet. Andet: Stemte ikke, husker ikke, vil ikke fortælle om stemmeafgivning eller ikke gammel nok på tidspunktet til at kunne stemme. Total: Gennemsnit af hele befolkningen. Kilde: Index Danmark / TNS Gallup. N= 16.326.

bevæget sig i retning af gratisavisernes læserprofil, men fastholdt deres politiske læsergrundlag som enten højrefløjsaviser eller centrum-venstre aviser. Eftersom den danske befolkning som helhed bevægede sig mod højre i denne periode, ser man i visse tilfælde en mindre forskydning i denne retning. Flere gratisaviser blev som bekendt introduceret i 2006, men tal for disses politiske profil var ikke tilgængelige i skrivende stund.

Sammenhængen mellem politisk holdning og hvilken avis, man læser, siger imidlertid ikke direkte noget om, hvordan læserne opfatter den pågældende avis's politiske orientering. For nærmere at belyse dette har vi foretaget en spørgeskemaundersøgelse.

Figur 3
Avislæsning og politisk holdning i 2006.



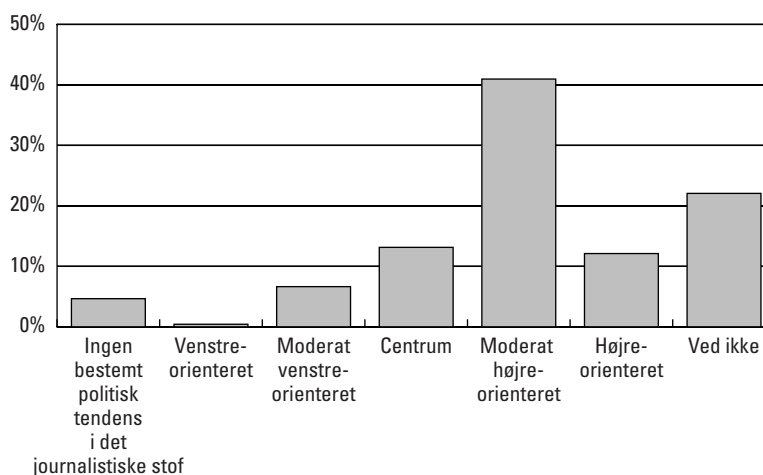
Stemmeafgivning ved seneste folketingsvalg. Alle danskere fra 18 år og opefter i året 2006. Højrefløj: Venstre, Konservative og Dansk Folkeparti. Centrum: Radikale Venstre, Kristendemokraterne og CD. Venstrefløj: Socialdemokratiet, SF, Enhedslisten og Minoritetspartiet. Andre: Stemte ikke, husker ikke, vil ikke fortælle om stemmeafgivning eller ikke gammel nok på tidspunktet til at kunne stemme. Total: Gennemsnit af hele befolkningen. Kilde: Index Danmark / TNS Gallup. N= 21.505.

søgelse blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning, hvor de er blevet bedt om at vurdere den politiske tendens i en række landsdækkende avisers forskellige stofområder. Konkret er de adspurgt om den politiske tendens i avisens ledere, i sammensætningen af debatstoffet og i det journalistiske stof. De har kunnet angive den politiske tendens på en fempunktsskala over det politiske spektrum: venstreorienteret, moderat venstreorienteret, centrum, moderat højreorienteret og højreorienteret. De har tillige kunnet angive, at der ingen bestemt politisk tendens er i henholdsvis ledere, debatstof og journalistisk stof, ligesom muligheden for at svare „ved ikke“ har foreligget.

For at få et samlet indtryk af læsernes vurdering af den politiske tendens er det nødvendigt at sammenholde alle disse svarmuligheder. Den mest simple form for vurdering er, om mange eller få siger, at der ingen bestemt politisk tendens er i stoffet, men en høj grad af „ved ikke“-besvarelser kan ligeledes ses som indikator for, at læserne ikke anser den politiske tendens for udtalt; i hvert fald har den ikke en karakter, der gør dem i stand til at vurdere den. En tilkendegivelse af, at den politiske tendens er enten højreorienteret eller venstreorienteret giver en klar indikation af en holdningsmæssig tendens, mens en placering af avisen som præget af

Figur 4

Læsernes vurdering af den politiske holdning i Jyllands-Postens journalistik. N=218. Gennemført af Zapera i september 2007.



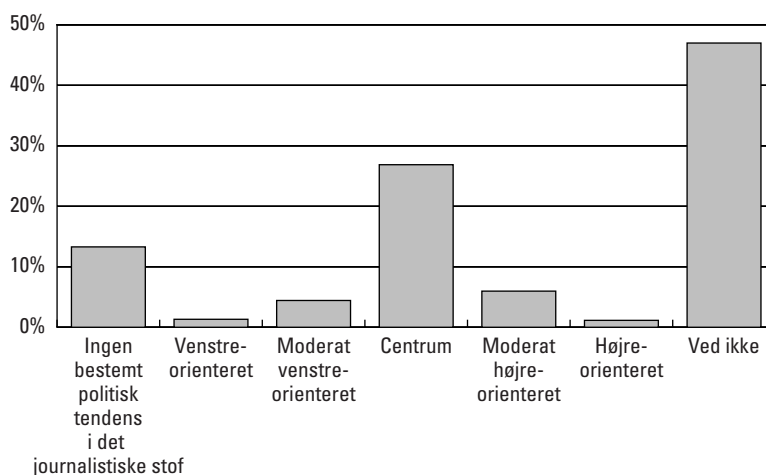
en centrumtendens kan såvel være et udtryk for, at læseren finder en klar politisk tendens, som en afspejling af, at læseren vurderer, at avisen alt i alt fordeler den politiske sol og vind lige. Der er tale om en internetbaseret spørgeskemaundersøgelse (CAWI) gennemført i perioden 3.-8. september 2007 af analysebureauet Zapera med i alt 1.003 respondenter, og resultaterne er vejlet i forhold til køn, alder, geografisk placering og politisk stemmeafgivning ved sidste valg. I de følgende resultater inddrages alene vurderinger blandt personer, der inden for den sidste uge har læst i den pågældende avis.

Sammenligner vi først en enkelt betalingsavis, Jyllands-Posten, med en enkelt gratisavis, 24timer, og ser på læsernes vurdering af, om der er en politisk tendens i det journalistiske stof, finder vi markante forskelle. I Jyllands-Postens tilfælde finder kun 4,7% af læserne, at der ingen bestemt politisk tendens er i det journalistiske stof. 22,1% ved ikke, om der er en sådan politisk tendens, mens de øvrige angiver en placering på den politiske højre-venstreskala. Her finder 41%, at Jyllands-Posten er moderat højreorienteret i sin journalistik, 12,1% finder, at den er højreorienteret, og 13,1% finder, at journalistikken er præget af en centrumtendens. Yderst få finder, at Jyllands-Postens journalistik befinder sig til venstre for midten. Ser vi dernæst på gratisavisen 24timer, der i øvrigt udgives af samme bladhus, ser vi en helt anden vurdering af det journalistiske stof. Her finder 13,3%, at der ikke er nogen bestemt politisk tendens, og hele 47% svarer „ved ikke“. De resterende placerer avisens journalistik som entydigt præget af en politisk midtertendens. Mange læsere ser således en tydelig politisk tendens i Jyllands-Postens journalistik, mens 24 timers journalistik altovervejende fremstår som apolitisk eller midtsøgende.

Forskellene mellem Jyllands-Posten og 24timer viser sig at afspejle en generel forskel mellem betalingsaviser og gratisaviser. Betalingsaviserne har nogenlunde samme lave svarprocent som Jyllands-Posten, når det gælder svarene „ingen bestemt politisk tendens“ og „ved ikke“, mens de øvrige gratisaviser ligger på nogenlunde samme niveau som 24timer, når det gælder disse spørgsmål. Generelt gælder det, at læserne har lettere ved at vurdere den politiske holdning på lederplads og sværest ved at vurdere tilstedeværelsen af en politisk tendens i debatstoffet. Ande-

Figur 5

Læsernes vurdering af den politiske holdning i 24 timers journalistik. N=236. Gennemført af Zapera i september 2007.

**Tabel 1**

Læsernes vurdering af politisk tendens i avisers ledere, debatstof og journalistiske stof. Procentandel af den pågældende avis' læsere, der finder, at der ingen bestemt politisk tendens er i det pågældende stofområde. N=1003. Gennemført af Zapera i september 2007.

	Lederen	Debatstoffet	Journalistikken
Børsen	3,9	4,3	9,2
Berlingske Tidende	0,4	3,3	3,8
Jyllands-Posten	2,6	5,1	4,7
Kristeligt Dagblad	18,4	32,8	25,0
B.T.	8,1	4,7	8,4
Nyhedsavisen	7,6	8,2	10,1
Urban	–	10,3	13,9
24timer	–	8,4	13,3
MetroXpress	–	11,5	13,3
Ekstra Bladet	8,7	8,2	6,6
Politiken	0,0	6,3	2,4
Information	2,8	9,0	6,6

len af „ved ikke“ i vurderingen af den politiske tendens i det journalistiske stof placerer sig midt imellem de to andre stofkategorier (*tabel 1-2*).

Ser vi videre på, hvordan læserne af de pågældende aviser indplacerer avisens ledere, debatstof og journalistiske stof på en politisk højre-venstreskala, viser der sig markante forskelle (*figur 6-8*).

Læserne vurderer generelt, at der er en klar parallel mellem de holdninger, der kommer til udtryk på lederplads, i debatstoffet og i det journalistiske stof. Aviser som Information og Politiken vurderes til at være præget af en moderat venstreorientering, hvorimod aviser som Børsen, Berlingske Tidende og Jyllands-Posten er præget af en moderat højreorientering i alle stoftyper. Gratisaviserne placeres omkring en centrumtendens, men da der samtidig er omkring halvdelen af deres læsere, som ikke finder sig i stand til at svare på den politiske tendens, skal centrumtendensen, som nogle udpeger, nok snarere tolkes som en måde at an-

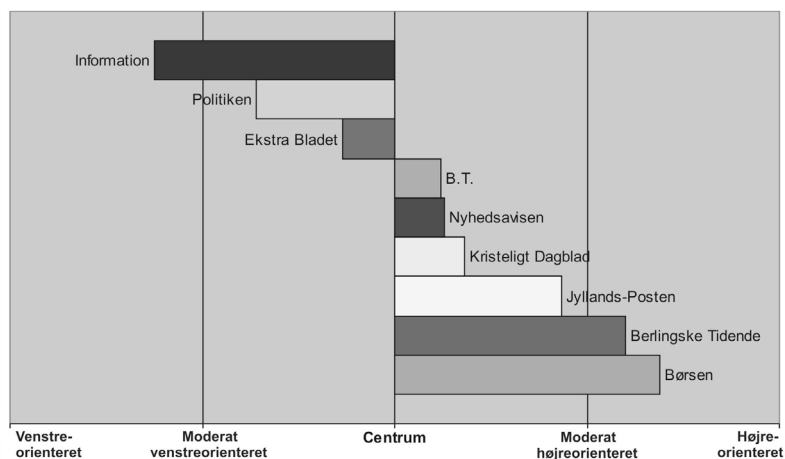
Tabel 2

Læsernes vurdering af politisk tendens i avisers ledere, debatstof og journalistiske stof. Procentandel af den pågældende avis' læsere, der svarer „ved ikke“. N=1003. Gennemført af Zapera i september 2007.

	Lederen	Debatstoffet	Journalistikken
Børsen	9,5	27,6	10,3
Berlingske Tidende	8,1	17,7	10,2
Jyllands-Posten	18,5	21,9	22,1
Kristeligt Dagblad	5,8	9,2	5,8
B.T.	29,7	42,9	34,4
Nyhedsavisen	40,4	49,7	39,9
Urban	–	57,0	49,6
24timer	–	57,9	47,0
MetroXpress	–	55,7	47,3
Ekstra Bladet	27,5	36,3	31,3
Politiken	7,8	17,9	10,0
Information	9,3	9,3	9,3

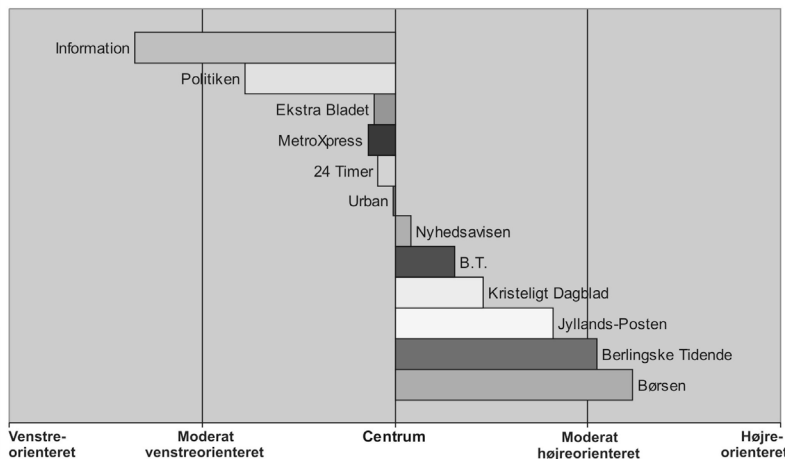
Figur 6

Læsernes vurdering af den politiske tendens på avisens lederplads (MetroXpress, 24timer og Urban har ikke ledere i traditionel forstand). N=1003. Gennemført af Zapera i september 2007.



Figur 7

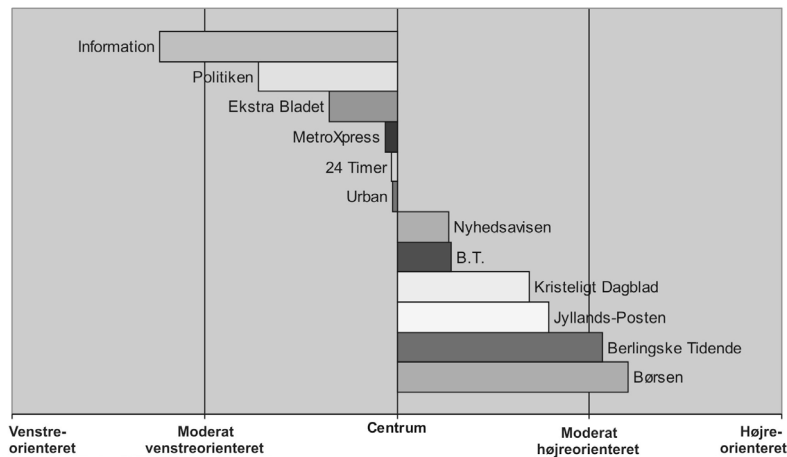
Læsernes vurdering af den politiske tendens i debatstoffet. N=1003. Gennemført af Zapera i september 2007.



give manglende eller varieret politisk tendens end som et udtryk for en meget markant artikulering af et politisk centrumsynspunkt. Formiddagsaviserne Ekstra Bladet og B.T. placerer sig lidt til henholdsvis venstre og højre for centrum, og som helhed pe-

Figur 8

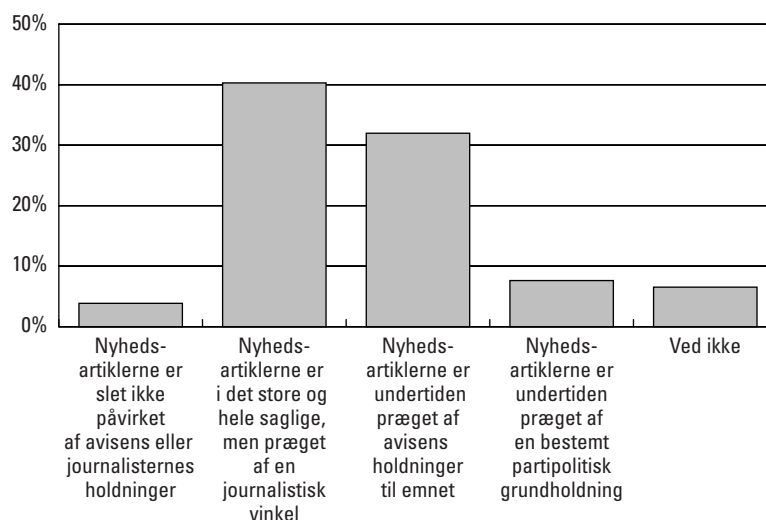
Læsernes vurdering af den politiske tendens i det journalistiske stof. N=1003. Gennemført af Zapera i september 2007.



ger vurderingerne af deres politiske ståsted og andelen af „ved ikke“-besvarelser på, at de, hvad angår politisk tendens for læserne, udgør en mellemtung mellem morgenavisernes tydelige politiske tendens og gratisavisernes mangel på samme.

Nu kunne man indvende, at den tydelige overensstemmelse mellem læsernes vurdering af politisk holdning i leder, debatstof og journalistisk stof skyldes, at nogle af respondenterne ikke evner at skelne klart mellem disse stofområder eller ikke formår at skelne mellem en politisk tendens eller simpel vinkling af en journalistisk historie. Men en sådan fortolkning er der næppe belæg for. En tidligere undersøgelse blandt et repræsentativt udvalg af danskerne peger på, at de udmærket formår at skelne mellem de forskellige måder, som holdninger kan sætte sig igennem på, også når det gælder det journalistiske stof (*figur 9*). Adspurgte, om nyhedsstoffet er påvirket af avisens eller journalistens holdninger, svarer ganske få, at det ikke er tilfældet, og ganske få ved ikke, om det er tilfældet. Knap 45% af befolkningen vurderer, at „nyhedsartiklerne i det store og hele er saglige, men præget af en journalistisk vinkel“, mens godt 35% vurderer, at „nyhedsartiklerne undertiden er præget af avisens holdninger til emnet“. Endelig siger godt 8%, at „nyhedsartiklerne er undertiden præget af

Figur 9
Vurderinger af nyhedsartiklers mulige holdning



Svar på spørgsmålet: „Avisernes nyhedsartikler fortæller om, hvad der sker i samfundet. Vurderer du, at nyhederne er påvirket af journalistens eller avisens holdning? (f.eks. i valget eller vinklingen af nyheder, brugen af billeder m.m.)“. Respondenterne er blevet bedt om, at svaret skal tage udgangspunkt i den avis, man har læst mest i den seneste måned. N= 912. Gennemført af Zapera i januar 2005.

en bestemt partipolitisk grundholdning“, hvad der turde være et ganske stærkt udsagn, der går på tværs af enhver opfattelse af journalistisk upartiskhed. Meget tyder altså på, at der er delte meninger om, hvorvidt journalistikken er båret af journalistiske, bredere holdningsmæssige eller politiske synspunkter; men der er ikke noget, som peger i retning af, at avislæserne ikke kan forholde sig kritisk evaluerende til journalistikkens politiske tendens.

Som helhed peger disse resultater på, at der for betalingsaviserne eksisterer en betydelig grad af politisk parallelisme, såvel i den objektive læseradfærd (læsning af avis følger politisk holdning) som i den subjektive vurdering af avisens indhold (ledere, debatstof og journalistik opfattes som politisk tonet). Endvidere peger svarene på, at den journalistiske institutions ideal om adskillelse af nyheder fra holdning, af news fra views, blandt en del

af befolkningen ikke vurderes at være realiseret – og som adfærd viser – at den heller ikke i alle tilfælde er ønsket. For nogle læsere er valget af avis netop bestemt af den pågældende avis' holdning i såvel ledere, debatstof som journalistik.

Et opdelt pressesystem

Trods kommercialisering af avismarkedet og nyhedsmediernes generelt, eksisterer der fortsat en politisk parallelisme mellem dele af pressen (betalingsavisene) og de politiske institutioner. Parallelismen viser sig i mindre grad på det organisatoriske niveau, selvom nogle aviser fortsat har som erklæret målsætning, at de vil fremme bestemte politiske orienteringer såsom socialliberale eller liberale grundholdninger. Parallelismen er til gengæld synlig i avisernes redaktionelle indhold, herunder både eksplícitte ledertilkendegivelser, opinionsstof i øvrigt og i det journalistiske stof. Læserskarens politiske sammensætning udviser tilsvarende en fortsat politisk parallelisme, når det gælder betalingsavisene, og det samme er tilfældet med læsernes opfattelse af de enkelte avisers politisk orientering. Den fortsatte politiske parallelisme er i øvrigt ikke begrænset til Danmark. Nylige studier af norsk presse har peget på en tilsvarende tendens; et studie af avisdækningen af lokalvalg i Norge dokumenterer en vis grad af politisk parallelisme i nyhedsjournalistikken (Allern, 2007), og et studie af den norske avis VG's behandling af partiledersstriden i Arbejderpartiet mellem Thorbjørn Jagland og Jens Stoltenberg peger ligeledes på en politisk bias i rapporteringen (Halse, 2006).

Den samtidige eksistens af politiske parallelisme og kommercialisering udfordrer den teoretiske ramme og de modeller, som Cook (1998) og Hallin & Mancini (2004) har fremsat; de er muligvis mere dækkende for udviklingen i USA og Sydeuropa, men behæftet med betydelige mangler i beskrivelsen af den danske og nordiske udvikling. For at forstå den danske udvikling nærmere, skal vi derfor afslutningsvis skitsere nogle centrale kendetegn ved pressesystemet og placere den aktuelle udvikling i et historisk perspektiv.

Den øgede kommercialisering af den danske presse har flere komponenter. Den mest åbenbare forandring i de senere år har

været gratisavisernes fremkomst og succes, der har gjort dem til landets mest læste aviser. De arbejder som rent kommercielle foretagender, hvor de gamle betalingsaviser prøver at kombinere kommercielle og publicistiske motiver. En anden vigtig faktor har været forandring i ejerskabsforhold, hvor flere aviser er kommet på udenlandske hænder. Salget af Det Berlingske Officin til først norske Orkla og dernæst britiske Mecom Group har lagt øget kommercielt pres på denne avisgruppe, samtidig med at MetroXpress og Nyhedsavisen har øget den udenlandske styring af pressen. Hensynet til interne danske forhold, herunder den politiske proces og meningsdannelse, er derfor alt andet lige mindre udtalt i det nuværende pressesystem sammenlignet med tidligere. Som reaktion på den øgede kommercielle udfordring har de politisk set meget forskellige aviser Jyllands-Posten og Politiken slået sig sammen i et fælles selskab, JP/Politikens Hus. Der er naturligvis tale om et fornuftsægteskab, der skal sikre stordriftsfordele i den øgede konkurrence, men man har samtidig skabt et fælles selskab, hvormed man håber at kunne forsvare eksistensen af en presse, der ikke er rent kommerciel, men kombinerer publicistiske og forretningsmæssige interesser.

Den kommercielle faktor ser ud til at have en anden indflydelse på gratisaviserne end på betalingsaviserne. I gratisavisernes tilfælde ser vi en type nyhedsmedier, der satser på nyheder og forbrugerstof. Opinionsstoffet er særdeles begrænset: Der er enten ingen ledere eller også er holdningsindlæg skrevet af enkeltpersoner udefra, ofte kendisser. Læserbreve har en lav prioritet, og selvom nogle gratisaviser har blogs på internettet, er der kun få meningstilkendegivelser i den trykte udgave. Som følge af et kommercielt pres er der yderst sjældent basis for større journalistisk research, og i stedet er der en udbredt brug af nyhedsbureauer til at producere korte nyhedshistorier. Betalingsaviserne tenderer til at gå i den modsatte retning og opprioriterer baggrund, analyse, kommentar, opinion etc. Der er visse undtagelser i dette mønster, hvor eksempelvis Nyhedsavisen har lidt mere opinionsstof og plads til større journalistisk research. De gamle tabloidaviser Ekstra Bladet og B.T. ser ud til at have sværest ved at finde en ny position i det ændrede pressesystem og prøver på forskellige måder at tilpasse deres hidtidige blandede underhold-

nings-, menings- og nyhedsudbud til klarere målgrupper end hidtil.

Som helhed har udviklingen skabt et opbrud i det pressesystem, som har været dominerende i Danmark siden efterkrigstiden. I anden halvdel af det 20. århundrede udgjorde de danske aviser et *integreret pressesystem*. Det var integreret, fordi stort set alle aviser var baseret på halvvejs publicistiske, halvvejs kommercielle interesser, udgav såvel nyheder som opinion og kombinerede det populære med det seriøse. Sagt på en anden måde, var aviserne orienteret mod en mainstream: Tabloidaviser var naturligvis underholdningsorienterede, men bragte ikke desto mindre en del politiske nyheder og debat. Morgenaviserne bragte seriøst nyhedsstof og politisk debat, men bortset fra enkelte og ganske små aviser, havde de samtidig et bredt og populært indhold; de var seriøse aviser med en populær tone. Danmark har hverken haft ekstremt tabloide aviser eller stærkt elitære aviser, sådan som man finder det i eksempelvis England og Tyskland. Pressesystemets integration af det populære med det politiske, af nyheder med opinion og af kommerciel interesse med publicistisk ambition skal givetvis ses i sammenhæng med velfærdsstatens opbygning og konsolidering i samme periode. Det var et pressesystem, der slog bro mellem sociale klasser, mellem politiske holdninger og mellem markeds kræfter og offentlig interesse.

I det nye pressesystem, der er under udvikling, ser vi to distinkte avistyper: på den ene side den rent kommercielle avis, der leverer nyheder til forbrugeren. Her er gratisavisen prototypen. På den anden side en halvt kommerciel, halvt publicistisk avis, der forsøger at omforme den gamle avistype til en ny virkelighed, hvor den ikke længere er dominerende. Her er betalingsavisen prototypen. De gamle tabloidaviser har ikke nogen klar plads i dette system, hvorfor de også har de største problemer med at fastholde læserne. Som nyere analyser – måske overraskende – har påvist, konkurrerer gratisaviserne ikke i synderligt omfang direkte med betalingsaviserne (Wadbring, 2007a; Bakker, 2007). De betalte aviser oplever vigende læsertal, men denne udvikling er et meget langsigtet fænomen, der satte ind meget før gratisaviserne dukkede op. Og som Bakker (2007) viser i en omfattende international komparativ undersøgelse, finder man i Norge no-

genlunde samme tilbagegang for betalingsaviser som i mange andre lande, selvom gratisaviser endnu ikke præger markedet. Det er i den sammenhæng værd at notere, at de mindre og opinionsorienterede aviser som Information, Kristeligt Dagblad og Børsen ikke oplever tilbagegang i læsertal, men tværtimod har opnået en mindre vækst i de senere år. Forholdet mellem gratisaviser og betalingsaviser ser således snarere ud til at dreje sig om markedsdeling og komplementaritet end om substitution; gratisaviser har skaffet nye avislæsere og flere dobbeltavislæsere og derved blandt andet stoppet faldet i avislæsningen.

Den nye pressestruktur kan kaldes det *opdelte pressesystem*, fordi det består af to forskellige typer af aviser: Gratisaviser og betalingsaviser tjener hver især en forskellig funktion, har forskelligt indhold, henvender sig til et delvist forskelligt publikum, udgives med forskellig interesse og finansieres med forskellige forretningsmodeller. Med andre ord har det danske pressesystem undergået en *funktionel differentiering* på avismarkedet. Betragter vi udviklingen ud fra Hallin & Mancini's (2004) optik, afspejler især gratisavisernes fremvækst et skridt i retning af den liberale pressemodel. De er båret af en rent kommerciel interesse og orienteret mod et nyhedsideal, der lægger vægt på politisk neutralitet eller upartiskhed. I lyset af den fortsatte politiske parallelisme i dele af pressen, må vi imidlertid tage en række forbehold over for deres fortolkning af udviklingen, hvoraf vi her skal koncentrere os om to begrænsninger ved deres modeller.

For det *første* behøver den politiske parallelisme ikke være i uoverensstemmelse med det kommercielle imperativ, da en politisk profil og en publicistisk funktion også kan have kommerciel værdi. Så længe der er dele af befolkningen, der ønsker at tage del i den mere politiske del af meningsdannelsen, vil interesse for politisk orientering kunne omsættes til købekraft. Nogle aviser kan desuden bruge den politiske segmentering af avislæsere til at optræde som politiske aktører. Under partipressen var avisen et talerør for det politiske parti og dets fremtrædende politikere; i dag kan avisen og dens redaktører og fremtrædende meningsmagere (politiske redaktører og kommentatorer tilknyttet avisen) takket være den manglende organisatoriske forbindelse til et parti artikulere politiske synspunkter på vegne af sine læsere og

på denne måde spille en mere uafhængig politisk rolle vis-à-vis de traditionelle politiske aktører, partierne og de folkevalgte. På denne måde har Flemming Rose på Jyllands-Posten, Erik Meier Carlsen på B.T. og Tøger Seidenfaden på Politiken gennem flere år haft en platform til at påvirke den politiske meningsdannelse, hvor de har haft større politisk frihed end tilfældet ville have været i partipressens dage.

For det *andet* er den politiske parallelisme ikke nødvendigvis i modstrid med journalistisk professionalisme. Betalingsaviserne har generelt et større udvalg af egenproducerede nyhedshistorier og kvalitetsjournalistik i form af interviews, analyser, baggrund m.m. sammenlignet med hovedparten af gratisaviserne, og de betalte avisers fortsatte eksistens vil givetvis bero på deres evne til også at levere et professionelt journalistisk produkt af høj kvalitet, da et politisk interesseret publikum typisk også vil efterspørge dette. En avis' politiske grundholdning vil undertiden komme i konflikt med den journalistiske professionalisme, når det gælder vurdering af nyhedsværdi og vinkling af historier, men det vil i praksis oftere blive et spørgsmål om at afbalancere forskellige hensyn med hinanden, end det vil resultere i en direkte og åbenlys konfrontation. Avisens politiske grundholdning vil sjældent være eksplicit artikulert i den daglige redaktionelle proces, men snarere være en del af de ansattes tavse viden om gældende normer i virksomheden. Der vil imidlertid også være grænser for, hvor langt en avis kan gå med at bedrive holdningsbaseret journalistik. Men set i lyset af ovennævnte undersøgelse af avislæsernes egne opfattelser af, hvorvidt avisjournalistikken er påvirket af politiske holdninger, kan man have den hypotese, at læsernes rammer for, hvor langt man kan gå, er bredere, end man typisk vil finde blandt journalisterne.

Hvis vi sætter de igangværende forandringer ind i et længere historisk perspektiv, kan vi iagttage nogle lighedspunkter med et ældre pressesystem. Pressestrukturen i perioden fra 1870 og frem til 2. verdenskrig var grundlæggende set et *klassebaseret system*. Partipressen, der kulminerede med firebladssystemet i de fleste større byer, repræsenterede de fire partiers sociale grundpiller: bønder (Venstre), husmænd (Radikale Venstre), arbejdere (Socialdemokratiet) og godsejere/industri (Konservative). I Køben-

Figur 10

Den historiske udvikling af pressesystemet i Danmark.

	Kommerciel presse	Politisk presse
1870-1945 Klassebaserede pressesystem: Opdeling efter parti- og klasseskel: bønder, husmænd, arbejdere, godsejere/industri	<i>Populærpressen i København:</i> Nyheder og underholdning Primært kommerciel	<i>Partipressen:</i> „Firebladssystemet“ i større byer Opinions- og nyhedsstof Primært publicistisk
1945-2001 Integrerede pressesystem: Den kombinerede populære og politiske presse	<i>Omnibuspressen:</i> Tabloid- og morgenaviser Nyheder og opinion Kommerciel og publicistisk	
2001- Opdelte pressesystem: Opdeling efter politiske holdninger og udgivers interesse: kommerciel eller publicistisk	<i>Gratisaviser:</i> Nyheds- og servicepresse Intet eller personligt opinionsstof Rent kommerciel	<i>Betalingsaviser:</i> Nyheder og baggrund Politiske kommentarer og holdningspræget journalistik Kommerciel og publicistisk

havn var billedet lidt mere sammensat, men også her fulgte opdelingen af aviser grundlæggende klasseforskelle. Den københavnske populærpresse, der omkring århundredeskiftet var lige så udbredt som de politiske aviser i hovedstaden, var kommerciel og leverede nyheder og underholdning til arbejdere og almue. Danmarks største avisentreprenør på dette tidspunkt, Jens Christian Ferslew, havde også organiseret sin kommercielle presse efter klasseforskelle, idet han udgav aviser til henholdsvis eliten, middelklassen og folket.

Det opdelte pressesystem, vi ser etableret i disse år, er ligeledes opdelt i en kommerciel presse og en mere politisk presse, der prøver at kombinere et kommercielt og publicistisk sigte. I et vist omfang vil dette system formodentlig også blive præget af en stærkere opdeling i forhold til social klasse sammenlignet med det integrerede pressesystem. Ingela Wadbring (2007b) har på

baggrund af svenske data påvist, at valget mellem at læse en betalingsavis eller en gratisavis også er præget af klasseforskelle. På den ene side kan læsning af gratisaviser kompensere for vigende læsning af betalingsaviser blandt lavindkomstgrupper. På den anden side vil gratisaviser primært forsyne lavindkomstgrupperne i samfundet med nyheder og forbrugsstof; de vil i mindre grad skabe en kontakflade til samfundets politiske diskussion og opinionsdannelse.

Der er naturligvis også betydelige forskelle mellem det nye og det klassebaserede pressesystem, og ikke mindst er den politiske parallelisme mindre formelt organiseret i dag sammenlignet med tidligere. Der er således ikke tale om en tilbagevenden til et gammelt pressesystem, men den historiske sammenligning kan tjene til at forstå den igangværende udvikling lidt bedre, end hvis vi alene sammenligner med det integrerede pressesystem, vi har vænnet os til gennem det sidste halve århundrede, og som derfor fremstår med en grad af naturlighed, der forhindrer kritisk analyse. Den igangværende udvikling er præget af kommercialisering, men det vil ikke nødvendigvis føre til en rent liberal pressemodel i Danmark. Det nærmere samspil mellem presse og politik, mellem journalistisk professionalisme, publicistiske ambitioner og kommercielle interesser kan resultere i mere sammensatte presseforhold end eksisterende teorier foreskriver. Ikke mindst er der behov for en mere nuanceret beskrivelse af pressens politiske rolle, end teorier med afsæt i en amerikansk medievirkelighed angiver. Partipressen er død, men rygterne om den politiske presses død er stærkt overdrevne.

REFERENCER

- Allern, Sigurd (2007). "From Party Press to Independent Observers? An Analysis of Election Campaign Coverage Prior to the General Elections of 1981 and 2005 in Two Norwegian Newspapers", pp. 63-79, *Nordicom Review* Vol. 29, No. 2.
- Bakker, Piet (2007). *The impact of free daily newspapers on the circulation of paid newspapers*, Paper presented to the ICA Conference in San Francisco, May 25-29, 2007.

- Cock, Timothy E. (1998). *Governing with the News. The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hallin, Daniel & Paolo Mancini (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Halse, Rolf E. S. (2006). „Politisk slagside i uafhængig presse?“, pp. 67-89 i *Sociologisk Årbok 2006*, 1-2.
- Hervik, Peter (2002). *Mediernes muslimer. En antropologisk undersøgelse af mediernes dækning af religioner i Danmark*. København: Nævnet for etnisk ligestilling.
- Hjarvard, Stig, Kristensen, Nete Nørgaard and Ørsten, Mark (2004). *Mediernes dækning af invasionen af Irak 2003*. København: Modinet.
- Hjarvard, Stig (2006): „Medier og religion i mediernes offentlighed“, pp. 44-71 i Lisbet Christoffersen (ed.): *Gudebilleder*. København: Tiderne Skifter.
- Høyer, Svennik (2005). “The Rise and Fall of the Scandinavian Party Press” i Høyer, S. & Pöttker, H. (eds.): *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*. Göteborg: Nordicom.
- Information (2006). „Har Muhammed-sagen genoplivet partipressen?“, af Jacob Sejer Pedersen and Maria Skov. *Dagbladet Information*, 3. marts, 2006.
- Kahn, Kim Fridkin & Kenny, Patrick J. (2002). “The Slant of the News: How Editorial Endorsements Influence Campaign Coverage and Citizens’ Views of Candidates”, pp. 381-394, *American Political Science Review*, vol. 6, no. 2.
- Lund, Anker Brink (2002). *Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*. Århus: Århus Universitetsforlag.
- Lyengar, Shanto & Hahn, Kyo S. (2007). *Red Media, Blue Media. Evidence of Ideological Polarization in Media Use*. Paper presented to the ICA Conference in San Francisco, May 25-29, 2007.
- Pedersen, Ove Kaj et al. (red.) (2000). *Politisk journalistik*. Århus: CFJE/Ajour.
- Schudson, Michael (1978). *Discovering the News*. New York: Basic Books.
- Thomsen, Niels (1981). “Politics and the Development of Mass Communication” i Allart, E (ed.): *Nordic Democracy*, Copenhagen: Det danske selskab.
- Wadbring, Ingela (2007a). „Konsekvenser av dagliga gratistidningar på marknaden – svenska erfarenheter“, pp. 86-101, *MedieKultur* no.

42/43, 2007.

Wadbring, Ingela (2007b). "The Role of Free Dailies in a Segregated Society", pp. 135-147, *Nordicom Review* Vol. 29, No. 2.