

# Fra Partipresse over Omnibuspresse til Segmentpresse

AF IDA SCHULTZ<sup>1</sup>

Avisomlægninger, gratisaviser, internet og læserarketyper: Hvordan skal vi forstå de strukturelle ændringer, som dagspressen har gennemlevet i nyere tid? Denne artikel præsenterer et sociologisk perspektiv på nyere dansk pressehistorie inspireret af Pierre Bourdieus feltteori. Artiklen diskuterer, hvad der ligger i omnibusbegrebet, og foreslår en nuancering af den 'selvstændiggørelsestese', der præger den danske forskning på området. På baggrund af et bredere analytisk perspektiv, der ser journalistik som et felt defineret af relationer både til det politiske, men også til det økonomiske felt og andre sociale felter, formuleres en hypotese om, at omnibuspressen er blevet afløst af et nyt pressesystem: *segmentpressen*.

## Indledning

I nyere tid er der sket voldsomme, strukturelle forandringer i medielandskabet generelt og i dagspressen specifikt. Antallet af aviser og læsere har været langsomt dalende, de landsdækkende dagblade har genopfundet sig selv i både form og indhold, og på den politisk-økonomiske side af dagspressen har vi set fusioner, nye ejerformer og ændrede støtteordninger. Oveni eller indimellem er internettet ved at bide sig fast som nyhedsmedie, og i efteråret 2007 viste læsertallene, at de tre største aviser i Danmark var gratis.

Er gratisaviserne vor tids omnibusaviser, mens de nationale og lokale dagblade er på vej til at blive nichemedier? Eller er selve omnibuspressen afgået ved døden, uden vi har bemærket det? For at besvare spørgsmålene er det nødvendigt at tage et skridt tilbage og diskutere, hvad vi forstår ved omnibuspressen, hvilke strukturelle ændringer, der er sket i dagspressen, og hvordan den historiske udvikling skal forstås.

Denne artikel læser nyere dansk mediehistorie i et feltteoretisk perspektiv og præsenterer en overordnet hypotese om en udvikling fra partipresse over omnibuspresse til segmentpresse. Hypotesen om en segmentpresse er tidligere blevet fremført i pressen (bl.a. Andersen & Schultz 2006, Schultz 2007b), og diskussionen af 'selvstændiggørelsesstesen' er tidligere fremført i arbejdsrapporter (Schultz 2004, Schultz 2007c).<sup>2</sup>

### **Fra Partipresse til omnibuspresse<sup>3</sup>**

Den danske historie om aviser og journalistik fortæller oftest i forhold til tre overordnede perioder, der glider ind over hinanden og ikke kan adskilles skarpt i specifikke årstal (Andersen et. al. 1980, Hjarvard 1995, Jensen ed. 2001: I-IV, Søllinge & Thomsen 1989: I-III). Den første periode kan kaldes meningspressen. Perioden var kendetegnet ved en række forskellige publikationer, der omhandlede specifikke emner, og rettede sig til specifikke dele af befolkningen, eksempelvis afholdsblade og kirkelige blade. De to nyere perioder, som dette afsnit primært handler om, kaldes hhv. partipressen (eller firebladssystemet) og omnibuspressen.

#### *Partipressen*

Under enevælden frem til midten af 1800-tallet har Danmark en række mindre publikationer såsom skillingsviser, moralske tidskrifter og håndskrevne aviser (Jensen 2001). Publikationerne lignede ikke nødvendigvis det, vi i dag ville kunne genkende som en avis. På dette tidspunkt af pressehistorien er det for tidligt at tale om journalistik og journalister i moderne forstand. Om provinspressens aviser omkring 1860 skrives der blandt andet: „(...) De fleste var ejet af en bogtrykker, der selv redigerede dem. Økonomisk var de altså en bivirksomhed til bogtrykkeriet, og en egent-

ligt journalistisk virksomhed var der ikke tale om“ (Andersen et. al. 1980: 26).

I midten af 1800-tallet – med Grundloven fra 1849 som pejlemærke – begynder konturerne at aftegne sig på perioden, der kaldes partipressen. Politisk bliver der udskilt et højre og et venstre i dansk politik (dannelsen af det forenede Venstre sker i 1870), og aviser med klare partipolitiske tilhørsforhold begynder så småt at skyde op efter et stykke tid. Pressesystemet bliver også kaldt for firebladssystemet, fordi enhver større provinsby med respekt for sig selv havde fire blade, der svarede til de fire største politiske partier: Venstre, Socialdemokratiet, Konservative og Radikale.

### *Omnibuspressen*

Fra mellemkrigstiden og frem får både hovedstads- og provinsaviserne en ny rolle og selvforståelse. Nu taler man om en omnibuspresse, der betyder en presse „for alle“. Hvor partipressen kan forstås som et pressesystem, hvor aviserne erkendte sig åbent til en bestemt partipolitik, er omnibuspressen på flere måder et mere løst defineret pressesystem, med mange iboende forestillinger om demokrati, journalistik og offentlighed, der er fremtrædende på forskellige tidspunkter i historien. Én ting er omnibusaviser, en anden ting er en omnibuspresse. „I den vestlige verden er den største del af dagspressen i dag partipolitisk uafhængig, i det mindste officielt. Men herhjemme kan bladene med få undtagelser opdeles efter deres tilslutning til et bestemt politisk parti (...).“ (Thomsen 1965:12). Sådan skriver Niels Thomsen i bogen „Partipressen“ fra 1965, og citatet illustrerer vanskeligheden ved at definere begreberne entydigt. Derfor er det hensigtsmæssigt at forstå både omnibusaviser og omnibuspresse som idealtyper og begynde analysen med en bred diskussion af de forestillinger, der ligger i begreberne.

En af de centrale, strukturelle forskelle mellem partipresse og omnibuspresse handler om *ejerskabsideologi*. I artiklen „Ejer- og kontrolforhold i dansk presse“ skriver Erik Lund og Niels Thomsen: „Ejerformerne har en stærk, historisk bestemt sammenhæng med bladenes politiske indhold“ (Lund & Thomsen 1974:120). Partipressen, eller firebladssystemet, var kendetegnet ved stærke bånd mellem partier og aviser, og selv om ikke alle aviser var di-

rette ejet af en partipolitisk forening eller organisation, var der ikke tvivl om, hvilket parti den private ejer eller ejerkreds tilhørte, eller hvor redaktøren satte sit kryds på stemmesedlen (Lund & Thomsen 1974:123). I 1965 er flere af aviserne stadigvæk ejet af partibevejelser, og mange redaktører er politisk aktive (Thomsen 1965). Men omkring 1973 har ejerforholdene ændret sig betydeligt: „(...) medens udviklingen i årene 1948 – 1968 indebar en konstant stigning i de mere ‘private’ ejerformers andel af markedet, hovedsageligt på bekostning af de foreningsejede (A-Pressen m.v.) er i det sidste femår selveje blevet den betydeligste gruppe.“ (Lund & Thomsen 1974:110). Aviser i selveje stod for 49,1 % af oplaget (4 hovedblade) i 1973, men trods de ændrede ejerforhold erkendte de fleste aviser sig stadig til en bestemt politisk observans (Lund & Thomsen 1974:121f.). Mange andre faktorer end ejerideologien præger avisers orientering (se fx Ejbye-Ernst 1974), men det er nok rimeligt at antage, at en overvejende partipolitisk (sekundært publicistisk) ideologi i partipressen bliver afløst af en overvejende publicistisk (sekundært kommerciel) ideologi i omnibuspressen, eksempelvis udtrykt i forskellige redaktørerklæringer om „politisk uafhængighed“.

En anden central figur i forestillingen om omnibuspressen er *redaktørens rolle*. Under partipressen var redaktøren partiets mand. I omnibuspressen skal redaktøren i højere grad lede og fordele det journalistiske arbejde og drive et blad, end han skal udbrede partiets linje. „Rollen som lokalsamfundets og bestemte bevægelers talsmand og tillidsmand, ja selv skriveevnen trængtes tilbage af erhvervsrollen som redaktions- og bladleder.“ (Søllinge & Thomsen 1989 III:96). Naturligvis var der tale om en glidende overgang, hvor redaktørrollen ikke ændrede sig fra den ene dag til den anden. „Bladets redaktør kaldtes nu chefredaktøren til forskel fra den medredaktør, han havde overdraget en del af sine mange opgaver. (...). De fleste chefredaktører repræsenterede også bladet udadtil, f.eks. over for partiet og bystyret, men mange af dem overlod det tit til medredaktøren eller en politisk medarbejder at skrive lederen – hvis man ikke bare tog den fra partiets pressebureau. Nogle var samtidig bladets forretningsfører (direktør) – og andre sad i byråd eller folketing, om end færre end før 1915.“ (Søllinge & Thomsen 1989 III:94).

Omnibuspressens historie er også en historie om en *teknologisk udvikling*. I 1905 investerede Henrik Cavling som chefredaktør for Politiken i en Marioni-presse: „Den trykte i et nyt, mindre format – et skifte der dannede rammen om de ændringer af form, indhold og layout, som markerede den moderne, brede nyhedsavis’ – omnibusavisens fødsel.“ (Nielsen 2005:7). Med overgangen til cylinderrotationspressen bliver det muligt at trykke mange flere sider på en mere effektiv måde. Det medfører store ændringer i avisens format og layout. Senere bliver blytryk erstattet af offsettryk (med store typografstrejker i slutningen af 1970erne som følge, se Bennike & Ludvigsen 1978) og elektronisk databehandling bliver indført på redaktionerne.

Vi kan også forstå omnibuspressen som et pressesystem, der introducerer en ny og mere alsidig avis. Et af omnibusavisens kendetegn er en meget *bred stofudvælgelse*, der ikke mindst bliver mulig med den nye rotationspresse. Aviserne åbner op for mere end politiske nyheder, og ind kommer eksempelvis livsstilsstof som mode og sport. For Søllinge & Thomsen er den indholdsmæssige bredde i udvælgelse og prioritering af stofområder et kerneprincip for omnibuspressen, der beskrives som: „(...) en meget stor variation i prioriteringen og placeringen af alt alment stof. Navnlig på de første sider kappedes ildebrande, stormagtspolitik, fodboldlandskampe, skuespillerjubilæer, dyrskuer, regeringskrisen og jalousimord fra dag til dag om pladsen og de store overskrifter på temmelig lige fod.“ (Thomsen & Søllinge 1989 III:94).

*Form og layout* er også en dimension, der væver sig ind i forestillingen om omnibuspressen. Tæt forbundet med en bredere stofudvælgelse er det store broadsheet-format med klart afgrænsede sektioner og stofområder noget, der også forbindes med omnibuspressen. I et forskningsprojekt fra 1989 om fremtidens avis tages der udgangspunkt i den samme forståelse af omnibusavisen: „Almindeligvis opererer dansk avistypologi med fire hovedgrupper: Omnibusavisen, specialavisen, tabloidavisen og lokalavisen. (...) Nærmest en grænseoverskridende typologi er forsøgt med Det fri Aktuelt. Avisen har i stofvalg omnibusavisens intentioner, men i layout og format har den hentet det meste fra tabloidpressen.“ (Boesen & Lund 1989: 31). Omnibusavisen er alt-

så positivt defineret som en bred stofudvælgelse og negativt defineret som en avis, der ikke har samme form og layout som tabloidaviserne.

En tredje central forestilling handler om *læsere*. Hvor partipressen henvendte sig til medlemmer og tilhængere af bestemte politiske partier med nyhedsstof, der var udvalgt og vinklet i forhold til partiets linje, har omnibuspressen et langt bredere læseideal. „I takt med at internationale strømninger kom ind over Danmark, og massepublikummet blev en teknisk mulighed ved indførelse af den hurtige rotationspresse (...), fik man etableret omnibuspressen. Den avistype, der havde det som sit ideal at henvende sig til i princippet hvem som helst og havde stof om helst alle sider af tilværelsen.“ (Poulsen 1996:93).

Endelig handler forestillingen om overgangen fra en partipresse til en omnibuspresse også om en ny form for *objektiv journalistik*. Under partipressen skulle journalistikken afspejle en klar partipolitisk dagsorden, men ikke under omnibuspressen: „Avisen ville tækkes læsere af alle partifarver, og et af midlerne var ‘objektivitet’. Ved hjælp af det, og ved at holde kommentarer og nyhedsstof adskilt, kunne man blive accepteret som neutral og troværdig også hos læsere med andre politiske opfattelser. Sådan begyndte objektivitets-alderen herhjemme (...).“ (Meilby 1999: 76). Med objektiv journalistik kan vi altså både forstå en bestemt form for ikke-partipolitisk-farvet-journalistik og en adskillelse mellem ‘subjektive’ kommentarer og ‘objektive’ nyheder.

Dermed er *journalistens rolle* også en anden i omnibuspressen end i partipressen. „Efter specielt amerikansk forbillede blev journalisten nu ikke længere den, der formidlede oplevelser, holdninger og meninger, men en anonym uafhængig frit i luften svævende person der objektivt viderebragte det, som var vigtigt for almenheden og samfundet“ (Poulsen 1996: 93). Hvor journalisten kan siges at have haft en partipolitisk, agiterende rolle i partipressen, ligger der en forestilling om en mere neutral, formidlende journalistrolle i omnibuspressen.

Et af de sidste elementer i forestillingen om overgangen fra partipresse til omnibuspresse, der dog sjældent bliver belyst, er de fundamentalt ændrede *konkurrenceforhold* på avismarkedet. I 1978 talte man om, at firebladssystemet var blevet afløst af et *et-*

*bladsystem* (Bennike & Ludvigsen 1978:20). I stedet for at have fire eller et par lokalaviser at vælge imellem, var der nu kun en enkelt avis tilbage i langt de fleste købstæder. „Der er ingen valgmuligheder, og selv om man kan supplere med en landsdækkende avis, findes der ikke noget fuldgældigt, dagligt supplement og korrektiv til den lokale nyhedsavis.“ (Bennike & Ludvigsen 1978: 22f). Dette var selvfølgelig ikke tilfældet for de store landsdækkende hovedstadsaviser.

I forlængelse af de ændrede konkurrenceforhold, men også omnibusavisens brede stofvalg og udvidede læserkredse, tyder flere kilder på, at også *annoncemarkedet* får en øget betydning i overgangen fra partipresse til omnibuspresse. I 1947 skriver Eigil Steinmetz en bog om „Den moderne dagspresse“, blandt andet på baggrund af erfaringer fra amerikanske aviser: „Den mere eller mindre bevidste afhængighed af et købedygtigt publikums ønsker (...), er kendsgerninger, også danske bladredaktioner må have blikket rettet imod.“ (Steinmetz 1947: 164f). Forholdet mellem avis og annoncører bliver også diskuteret i 1974: „Det er også en af myterne om dansk presse, at der overhovedet ikke eksisterer nogen form for forbindelse mellem tekst og annoncer. Det gør der, selv om mekanismen ikke er så enkel, at annoncørerne uden videre kan tilkøbe sig indflydelse på redaktionernes tekst.“ (Ejby-Ernst 1974: 24). Måske kan man forsigtigt antage, at annoncemarkedet var begyndende og kun havde en sekundær økonomisk rolle for dagbladsøkonomien under partipressen, mens det blev mere etableret og fik en større økonomisk rolle for den samlede dagbladsøkonomi under omnibuspressen.

### *Sammenfatning*

Som skitseret indtil nu er overgangen fra partipressen til omnibuspressen glidende og afhængig af, hvilke empiriske faktorer man ser på. Der er gode argumenter såvel for at datere overgangen til 1905 med indførelsen af rotationspressen og Henrik Cavlings nye avis-koncept som for at datere overgangen til 1920, hvor antallet af aviser var på sit højeste i Danmark (Thomsen 1972, Søllinge 1999: 39). Men vigtigere end spørgsmålet om årstal og afgrænsninger er, hvilke strukturelle forandringer der er sket fra et sociologisk perspektiv. Model 1 sammenfatter ovenstående

diskussion i en idealtypisk model. Indholdet i modellen skal ses som det første skridt på vejen til formuleringen af en tese om segmentpressen.

### Model 1

	Partipresse	Omnibuspresse
<b>Ejerskabsideologi</b>	Partipolitisk/Publicistisk	Publicistisk/Kommerciel
<b>Redaktørrolle</b>	Politisk	Journalistisk
<b>Stofudvælgelse</b>	Smal	Bred
<b>Teknologi</b>	Trykpresse/blytryk	Rotationspresse/offset
<b>Læserforestilling</b>	Vælgere	Borgere
<b>Journalistik</b>	Partisk	Tilstræbt objektiv
<b>Konkurrence</b>	Firebladssystem	Etbladssystem
<b>Annoncemarked</b>	Nyt /svagt	Etableret /stærkt

Indtil nu har vi identificeret ejerskabsideologi, redaktørrolle, stofudvælgelse, teknologi, form/layout, læserforestilling, journalistik, journalistrolle, konkurrence og annoncemarked som væsentlige udviklingstræk ved dansk pressehistorie. Men hvordan skal vi forstå denne udvikling? Næste afsnit redegør for den 'selvstændighedstese', der præger forskningen, og foreslår et nuancerende sociologisk perspektiv.

### Mod et nyt pressesystem

Medierne er blevet selvstændige aktører, vi har en selvstændig nyhedsinstitution, journalistikken er blevet selvstændiggjort, og den politiske journalistik er blevet selvstændig – sådan lyder en række udsagn i forskellige bøger om medier og journalistik (se også Ørsten 2005), der tilsammen kan læses som en 'selvstændiggørelsesstese' (Schultz 2004, Schultz 2007c).



## Selvstændighedsteses

„Fra partipressen, over omnibuspressen til medierne som selvstændige politiske aktører.“ (Togebly 2004: 2). På denne måde opsummerer Lise Togebly pressehistorien i forbindelse med Magtudredningen (se også Togebly et. al. 2003) og præsenterer dermed også et analytisk perspektiv, der kan læses andre steder.

Fra et medievidenskabeligt perspektiv diskuterer Stig Hjarvard mediernes nyere historie i bogen *TV-Nyheder i konkurrence* (Hjarvard 1999). Her præsenteres en model over „mediernes udvikling fra del af samfundsinstitution til medieinstitution“ (Hjarvard 1999: 40). Mediernes institutionelle karakter er selvfølgelig en klassisk sociologisk sandhed, men Hjarvard kobler her som en af de første i dansk sammenhæng selvstændighedsteses til et sociologisk institutionsbegreb, idet det fremføres, at „medierne er blevet en selvstændig institution, der interagerer med andre samfundsmæssige organisationer“ (Hjarvard 1999: 41, se også Hjarvard 1995). Samme perspektiv kan læses i en senere artikel, hvor der argumenteres for, at medierne er „blevet til en selvstændig institution, der på afgørende vis regulerer individernes adgang til og forståelse af både dem selv og de andre samfundsmæssige institutioner.“ (Hjarvard 2001: 35).

Fra et politologisk perspektiv skriver flere af artiklerne i bogen *Politisk Journalistik* (Pedersen. et.al. 2000) sig ind i selvstændighedsteses med empiriske analyser af udviklingen af den politiske journalistik og forholdet mellem medier og politik. Den gennemgående analyse er, at journalistikken og den politiske journalistik er blevet selvstændig på baggrund af en løsrivelse fra partipolitiske interesser og fra afhængigheden af en parlamentarisk dagsorden. „I løbet af de 50 år er den politiske journalistik ikke alene gjort selvstændig, politikken er også blevet selvstændiggjort fra pressen eller fra medierne.“ (Pedersen 2000: 280). Det er altså ikke kun den politiske journalistik, der er blevet selvstændiggjort, men også journalistikken og politikken. Hvad angår det første, skriver Ove K. Pedersen: „Med den politiske journalistiks selvstændiggørelse forstår vi derfor dette: At den politiske nyhed skabes på grundlag af professionelle kriterier for nyhedsværdi, ubundet af de politiske institutioners formelle regelsæt, dagsor-

den, tidsrytmer og aktørkreds.“ (Pedersen 2000: 281). Med dette citat kobles selvstændiggørelsen af den politiske journalistik til de professionelle nyhedskriterier. Hvad angår selve journalistikken, læses den også ind i selvstændighedstesens i kapitlet skrevet af Peter Kjær. I hans forståelse af journalistik finder vi, at det både er et fag og en politisk aktør, og i begge tilfælde er selvstændighed nøgleordet: „Vi kan konkludere, at journalistikken ikke blot ses som uafhængig og som et selvstændigt fag, men også ses som en politisk aktør, som forventes at spille en selvstændig rolle som aktør i kommunikationsfællesskabet“ (Kjær 2000: 140). To år efter synes selvstændighedstesens for alvor at have bidt sig fast. I *Den redigerende magt* konstaterer Anker Brink Lund nemlig følgende: „Nyere dansk forskning dokumenterer, at partipolitisk uafhængige massemedier siden 1970erne i stigende grad udøver selvstændig indflydelse på politiske beslutninger.“ (Lund 2002: 11). Også andre stemmer abonnerer på selvstændighedstesens enten ud fra et systemteoretisk perspektiv (Esmark 2000) eller ud fra et neo-institutionelt organisationsperspektiv (Ørsten 2003, 2005).

Vi kan læse selvstændighedstesens på to niveauer, både på et overordnet abstrakt niveau (som hos Hjarvard 1999, 2001) og på et mere specifikt konkret niveau (som i analyserne af politisk journalistik jf. Pedersen et. al. 2000). De empiriske argumenter for selvstændighedstesens, ikke mindst som de kan læses i forskellige politologiske perspektiver, fokuserer på avisernes formelle løsrielse fra de politiske partier og på professionaliseringen af journalistikken (nyhedskriterier og profession). Perspektivet er vigtigt, men kan nuanceres. Spørgsmålet er, om det er nok at se på politik og politisk journalistik, hvis vi skal undersøge journalistikkens eller mediernes selvstændighed. Økonomiske hensyn har alle dage været en del af det at drive avis (se fx Steinmetz 1947, Ejby-Ernst 1974), og markedsmæssige vilkår er bestemt ikke blevet mindre væsentlige med den skærpede konkurrence om læsere/seere/lyttere/klikkere i nyere tid (se fx Andersen 2005 og Anker Brink Lunds efterskrift heri).

‘Selvstændighedstesens’ som analytisk perspektiv bidrager til en forståelse af forholdet mellem journalistik og politik. Men vil vi forstå pressesystemet, den historiske udvikling for dagbladene

eller journalistikken mere overordnet, kan det analytiske perspektiv nuanceres.<sup>4</sup> Selvstændiggørelseshestesen bidrager til at sætte lys på mediernes selvstændiggørelse *fra* det politiske system. Til gengæld giver selvstændighedstesen kun ringe plads til at sætte lys på andre vigtige forhold for dansk pressehistorie og journalistikkens selvstændighed, såsom økonomi, mediekonsumtion og produktionsbetingelser. Til dette formål er det nødvendigt med et bredere, sociologisk teoriapparat.

### *Mediernes autonomi*

Pierre Bourdieus refleksive sociologi udgør et af de væsentligste og mest omfangsrige sociologiske forfatterskaber i nyere tid. Dette afsnit kan derfor ikke redegøre for, hvordan vi kan forstå nyhedsmedier og journalistik feltteoretisk (se Schultz 2006; 2007a), men blot præsentere det analytiske perspektiv.<sup>5</sup>

En af de grundlæggende antagelser i feltperspektivet er, at det journalistiske felt dels er styret af dets egne logikker og praktikker, dels er defineret i forhold til det overordnede sociale rum og samfundets øvrige felter: "Journalism is a microcosm with its own laws, defined both by its position in the world at large and by the attractions and repulsions to which it is subject from other such microcosms" (Bourdieu 1998 [1996]: 39). Journalistikken (eller mediefeltet) er altså på den ene side defineret ved, at det har dets egne strukturerende logikker og praktikker, det man kunne kalde en indre bestemmelse af medier. Mediefeltet er på den anden side defineret ved dets relationer til andre felter, det man kunne kalde feltets ydre bestemmelse. Derfor giver det ikke så meget mening at tale om mediernes selvstændighed i et feltperspektiv. At tale om en „selvstændig“ journalistik (eller nyhedsinstitution eller medieinstitution) antyder nemlig, at journalistik teoretisk anskues i sig selv, isoleret fra samfundet eller isoleret fra andre af samfundets felter. Det feltteoretiske analyseperspektiv vil tværtimod insistere på, at journalistikken (og/eller medierne) er bestemt af dens placering i det sociale rum. Det journalistiske felt defineres ikke kun af dets relation til det politiske felt, men i lige så høj grad af dets relation til det økonomiske felt (fx markedskræfter) og det overordnede sociale felt (fx mediekonsumtion). Derfor argumenterer Bourdieu eksempelvis for, at det franske

journalistiske felt er blevet mindre autonomt i forhold til det økonomiske felt, blandt andet som en følge af tv's øgede markedsorientering og voksende fokusering på seertal (Bourdieu 1999 [1996]). På samme måde viser Tore Slaatta i en historisk analyse af erhvervsjournalistikken i Norge, hvordan det journalistiske felt har fået større autonomi i forhold til det politiske felt, men har mistet autonomi i forhold til det økonomiske felt (Slaatta 2003). Selvstændighedstesens spurgte til journalistikkens selvstændiggørelse *fra* det politiske system. Feltperspektivet spørger til journalistikkens relative autonomi i forhold til andre felter, ikke kun det politiske felt, men også det økonomiske felt, mediekonsumptionsfeltet osv.

### *Indikationer på et nyt pressesystem*

I dagens mediebillede er der flere udviklingstræk, der peger på en hypotese om et nyt pressesystem. Dette afsnit præsenterer nogle empiriske iagttagelser, der støtter formuleringen af en tese om overgangen fra en omnibuspresse til en segmentpresse.

Et af kendetegnene ved omnibusavisen er opdelingen mellem kommentar og nyhed. De store avisers dækning af Muhammed-krisen (se Kunelius et. al. 2007, Villadsen 2007) viste dog tegn på et vist sammenfald imellem den holdning, der blev udtrykt i lederspaltten, og den måde nyhedsstoffet blev dækket på: Ifølge en optælling foretaget af Information, var vinklingen af nyhedsstoffet i Berlingske Tidende, Jyllands-Posten og Politiken parallel med den opinion, der blev udtrykt i avisernes ledere (Information 03.03.06, se også Politiken 11.03.06, Schultz-Jørgensen 2006). En undersøgelse af mediernes dækning af Irak-krigen (omkring krigsudbruddet) viste det samme, nemlig at der en sammenhæng mellem opinionen udtrykt i lederspaltten og den nyhedsmæssige dækning (Hjarvard et. al. 2004). Både Muhammed-krisen og Irak-krigen er en slags medieundtagelsestilstande, men spørgsmålet er, om ikke det også gælder for meget af hverdagens rutinejournalistik? Indtil undersøgelser påviser sammenfald mellem holdninger på lederplads og nyhedsstof i rutinejournalistikken, kan vi med rimelighed antage det ud fra almene betragtninger (se også Andersen & Schultz 2006): For det første er de fleste iagttagere enige om, at dagbladene var meget ens i løbet af

1980'erne og begyndelsen af 90'erne, men at især Berlingske Tidende, Jyllands-Posten og Politiken har fundet en skarpere profil i udvælgelsen og vinklingen af nyhedsstoffet og i prioriteringen af stofområder, der harmonerer med avisernes overordnede observans.

For det andet vil de fleste trofaste abonnenter nok heller ikke blive overraskede over en undersøgelse, der påviser, at aviserne har forskellige politiske vinkler på fælleshistorierne, eller at aviserne udvælger, vinkler og prioriterer stofområdet forskelligt. Mon ikke disse forskellige 'nyhedspolitikker' netop er en tungtvejende årsag til, at nogle læsere vælger at betale over 3.000 kroner om året for Jyllands-Posten, mens andre læsere ikke kunne drømme om at abonnere på andet end Politiken eller Kalundborg Folkeblad?

For det tredje er det velkendt for annoncører, der har en interesse i at målrette deres annoncer til helt bestemte målgrupper, at Berlingske Tidendes læser bor et andet sted på det politiske landkort end Informations læser. Nogle aviser skriver til den selvstændige, mandlige erhvervsdrivende med en længerevarende merkantil uddannelse bosat nord for København, mens andre aviser skriver til den handlekraftige kvinde midt i livet med en mellemlang uddannelse indenfor social- og sundhedssektoren. Alt andet lige må vi antage, at læserskabelonerne influerer på den brede stofudvælgelse, der var kendetegnende for omnibuspressen. Eksempelvis er der nok begrænsninger for, hvor meget „Handlingens kvinde“, der er en af B.T.'s arketyper, interesserer sig for udenrigspolitik og erhvervsstof (se fx læserprofiler på [www.bt.dk](http://www.bt.dk)). For det fjerde kan man argumentere for, at omnibusavisen har ændret sig ved i stigende grad at fokusere på livstils- og forbrugerjournalistik, den såkaldte servicejournalistik, i en grad, så Stig Hjarvard taler om en moderne omnibusavis: „Den moderne omnibusavis overtager i stigende grad denne servicevirksomhed, der tidligere var ugebladenes og magasinpressens anliggende.“ (Hjarvard 1995, kap. 6:1f). Med andre ord: Flere empiriske indikationer tyder på, at den objektive journalistik (i form af en skarp adskillelse mellem kommentar og nyhed samt en neutral journalistik) og den brede stofudvælgelse måske ser anderledes ud, end den gjorde i 60'ernes eller 80'ernes omnibusavis.

Det er dog ikke kun på indholdssiden, der er sket forandringer, og de er ikke kun sket i de sidste par år. I begyndelsen af artiklen så vi flere faktorer, der kendetegnede overgangen fra et pressesystem til et andet, blandt andet ejerskab og konkurrenceforhold. Ved årtusindeskiftet skete der nogle fundamentale, strukturelle ændringer i den danske presse i form af avisfusioner, dannelsen af mediehuse og i den forbindelse: introduktionen af udenlandsk kapital på det danske mediemarked (Jaurt & Prehn 2001, se også Høyer & Pöttker (eds.) 2005, Williams 2003). Dertil kom introduktionen af gratisaviser. Gratisaviserne er interessante af flere årsager, blandt andet fordi deres introduktion peger på nogle nye, ændrede eller måske blot mere udtalte logikker i dagspressen. Vi kan nok antage, at gratisavisernes introduktion ikke er drevet af publicistiske, men af kommercielle interesser, og de første år har vist, hvordan annoncemarked, distribution og risikovillighed er de væsentligste drivkræfter i udviklingen (Andersen & Rasmussen 2007: 2). Men samtidig med store skift fra betalende til ikke-betalende læsere synes de samlede oplags- og læsertal at pege på, at avislæsningen er forholdsvis stabil (Bakker 2007, Andersen et. al. 2005). Gratisaviserne er dog ikke den eneste signifikante udvikling i dagspressens nyere historie, og årene før var også præget af store forandringer.

Danske Dagblades Forening [DDF] udgav i 2004 rapporten „Dagbladene 1970-2003“ (DDF 2004), der giver en nuanceret indsigt i branchens udvikling og pressens nyere historie. 1990'erne beskrives som en konsolideringsperiode præget af dagbladsfusioner og internetaktiviteter, der leder til et nyt strukturelt landskab i det danske pressesystem (DDF 2004: 8). I den regionale dagspresse begyndte fusionerne i begyndelsen af 90'erne og varede de næste ti år. I hovedstaden var 90'erne præget af en gradvis halvering af oplagene for B.T. og Ekstra Bladet og ikke mindst lanceringen af internetaviser mellem 1996 og 1998. Fra år 2000 sker der også store strukturelle ændringer i medielandskabet blandt andet påvirket af internationale trends (DDF 2004: 11f):

*Annoncedgang:* Dagbladenes privilegerede position på annoncemarkedet var langsomt blevet udfordret ved introduktionen af tv reklame i slutningen af 80'erne, men fra 2000 til 2003 faldt dagbladsannonceringen drastisk med 24%.

*Diversifikation:* Nedgang i avisoplag og læsertal kombineret med færre annonceindtægter betød, at bladhusene begyndte at investere i internetaktiviteter, men også lokalradio- og tv.

*Gratisaviser:* MetroXpress blev lanceret i København i 2001, og snart efter fulgte flere trafikuddelte og husstandsomdelte gratisaviser både i København og i provinsen.

*Internationalt ejerskab:* I 2000 blev det Berlingske Officin købt af norske Orkla. Det betød, at danske dagblade for første gang var ejet af udenlandske investorer, hvis man ser bort fra Børsen, der havde været ejet af svenske Bonnier i en årrække.

*Co-optition:* Sammentrækningen af 'cooperation' og 'competition' beskriver den relation som Berlingske og Politiken indgik i, da de i 2001 etablerede et fælles avistrykkeri og oprettede Info-Media Huset sammen med Jyllands-Posten.

*Fusioner:* Endelig var de første år af det 21. århundrede kendetegnet ved den store fusion, der samlede de to bladhuse Morgenavisen Jyllands-Posten og Politikens Hus i mediehuset JP/Politikens Hus, og „med et slag ændrede styrkeforholdet mellem dagbladsmarkedets største aktører.“ (DDF 2004: 12).

Både selvstændighedstesens tolkning af udviklingen i den politiske journalistik og de mange empiriske indikatorer, der bliver synlige i et bredere sociologisk perspektiv, peger på, at omnibuspressen har ændret sig radikalt eller er blevet afløst af et nyt presssystem.<sup>6</sup> Ikke mindre væsentligt indikerer de store strukturelle forandringer omkring medieudbud, mediekonsumtion og medieøkonomi, at dagspressens relative autonomi kan antages at have ændret sig i nyere tid.

## Segmentpressen

Denne artikel har argumenteret for en sociologisk hypotese om dagspressens historiske udvikling: fra partipresse over omnibuspresse til segmentpresse.

Første afsnit, „Fra partipresse til omnibuspresse“, diskuterede forestillingen om omnibuspressen og identificerede en række indikatorer på den glidende overgang fra partipresse til omnibuspresse: ejerskab, redaktørrolle, stofudvælgelse, teknologi,

form/layout, læsere, journalistik, journalistrolle og konkurrenceforhold. Andet afsnit, „Mod et nyt pressesystem“, identificerede og diskuterede 'selvstændighedsteser' i dansk medieforskning, foreslog feltteorien og begrebet 'relativ autonomi' som et nyt analytisk perspektiv og præsenterede ud fra dette perspektiv en række empiriske indikatorer på, at et nyt pressesystem har afløst omnibuspressen.

På denne baggrund fremsættes hypotesen om segmentpressen. Begrebet segmentpresse er valgt, fordi det signalerer en avis til „nogle“ og ikke til „alle“, fordi det indikerer en markedsorientering, og fordi det lægger sig op af en bred livstils politisk og ikke snæver partipolitisk forståelse af politik. Model 2 illustrerer dagspressens sociologiske udviklingstræk fra partipresse over omnibuspresse til segmentpresse i form af en hypotese om tre idealtypiske perioder.<sup>7</sup>

Et sidste spørgsmål står tilbage. Er gratisaviserne de nye omnibusaviser? Hvis vi forstår en omnibusavis alene i forhold til antal-

## Model 2

	<b>Partipresse</b>	<b>Omnibuspresse</b>	<b>Segmentpressen</b>
<b>Ejerskabsideologi</b>	Partipolitisk/ Publicistisk	Publicistisk/ Kommerciel	<i>Kommerciel/ Livsstilspolitisk</i>
<b>Redaktørrolle</b>	Politisk	Journalistisk	<i>Journalistisk- økonomisk</i>
<b>Stofudvælgelse</b>	Smal	Bred	<i>Segmenteret</i>
<b>Teknologi</b>	Trykpresse/ blytryk	Rotationspresse/ offset	<i>Digital, elektronisk</i>
<b>Læserforestilling</b>	Vælgere	Borgere	<i>Forbrugere</i>
<b>Journalistik</b>	Partisk	Tilstræbt objektiv	<i>Vinklet objektiv</i>
<b>Konkurrence</b>	Firebladssystem	Etbladssystem	<i>Multiplatform</i>
<b>Annoncemarked</b>	Nyt/svagt	Etableret/ stærkt	<i>Dominerende/ spredt</i>
<b>Organisation</b>	Avis	Bladhus	<i>Mediehus</i>
<b>Medier</b>	Print	Print + Radio	<i>Print + Radio + Internet</i>
<b>Oplag</b>	Stigende	Faldende	<i>Differentieret</i>



let af læsere, er svaret muligvis ja. Men som denne artikel har argumenteret for, er det hensigtsmæssigt at forstå omnibusavisen og omnibuspressen lidt bredere end blot læsertal. De store forandringer for aviserne i de senere år tyder på, at vi er gået ind i en ny pressehistorisk fase, segmentpressen. Før mere forskning på området bidrager til en bred, sociologisk beskrivelse af dagspressens strukturelle udvikling, er det svært at placere gratisaviserne i mediehistorien. Men indtil da kan vi arbejde ud fra hypotesen om, at også gratisaviserne er en del af den nye segmentpresse.

## NOTER

1. Tak til Anker Brink Lund, Ebbe Dal, Lasse Jensen og Henrik Bo Nielsen for baggrundsinterview og kommentarer til hypotesen om segmentpressen. Tak til kollegaer fra projektet „Aviser og Journalistik i Forandring“ for kommentarer til tidligere versioner af arbejdspapiret og til kollegaer fra Journalistik og Kommunikation på RUC for forslag til forbedringer af denne artikel. Tak til Ebbe Dal, Lilja Vestergaard og medarbejderne i DDF for gode råd og hjælp til arkivarbejde i efteråret 2007.
2. Artiklen er et led i forskningsprojektet „Fra Omnibuspresse til Segmentpresse“, der er et delprojekt under „Aviser og Journalistik i Forandring“, finansieret af Forskningsrådet for Kultur og Kommunikation. Hypotesen om segmentpressen vil blive undersøgt empirisk og afrapporteret i foråret 2008. Denne artikel bygger på teoretiske kilder, sekundæmpiri og baggrundsinterview.
3. Dette afsnit bygger på et eksplorativt litteraturstudie af forskellige pressehistoriske kilder (se referencer). Det skal nævnes, at mens der er mange kilder om partipressen og mange referencer til partipressen som pressehistorisk periode, har det været sværere at finde kilder, der direkte omhandlede omnibuspressen eller italesatte perioden som en sådan. Eksempelvis diskuterer artiklen „Partipressen på vej ud?“ (Bogø & Thomsen 1979) ikke omnibuspressen eksplicit.
4. Selv om der eksempelvis skelnes mellem „uafhængighed“ og „frihed“ i konklusionen på *Politisk Journalistik* (Pedersen 2000: 282), levner det politologiske perspektiv kun ringe plads til at se avisernes selvstændighed i lyset af andet end forholdet til det politiske system. Om definitionen på „journalistikens selvstændighed“ skriver Kaj O. Pe-

dersen, at han forstår det „(...) ikke som et spørgsmål om hvem der ejer medierne, ej heller om hvordan avisens bestyrelse eller dens direktion eller dens redaktion sætter grænser for den journalistiske frihed, men som et spørgsmål om, hvordan den politiske nyhed bliver skabt som et journalistisk produkt – efter hvilke nyhedskriterier, med hvilket indhold og gennem hvilke processer i forholdet mellem politikere og journalister“ (Pedersen 2000: 281f). Citatet illustrerer, hvordan det analytiske perspektiv som selvstændighedstesen anlægger, primært ser journalistik, journalistisk praksis og journalistisk selvstændighed som et forhold mellem journalistik og politik. Hvis vi vil forstå den historiske udvikling for pressen, giver det anledning til flere spørgsmål end svar: Hvordan kan man fx forstå moderne pressehistorie uden at se på ejerskab? Hvordan kan man afgøre, om journalistikken er selvstændig uden at se på „hvordan avisens bestyrelse eller dens direktion eller dens redaktion sætter grænserne for den journalistiske frihed“? Hvordan kan man forstå nyhedskriterier uden at se på journalistikkens produktionsbetingelser, fx hvordan nyhedskriterierne tolkes på forskellige medier og forskellige redaktioner (jf. Schultz 2006)?

5. Den franske sociologi Pierre Bourdieu har ikke udviklet en specifik teori om medier (se Bourdieu 1998 [1996], Bourdieu 2005), men i hans teoretiske arbejde om sociale felter, kulturproduktion og magt (se fx Bourdieu 1993, 1996 [1992]), finder man kimen til, at andre har kunnet arbejde videre med teorien som et bud på en egentlig mediesociologi (se fx Benson & Neveu (eds.) 2004, Couldry 2004, Slaatta 2004, Hesmondhalgh 2006, Schultz 2005, 2006). Andre perspektiver, der trækker på et feltperspektiv i udviklingen af teorier om medier og journalistik er fx Thompson 1995, Slaatta 2003, Hallin & Mancini 2004 og i dansk sammenhæng Schultz 2007a.
6. Andre kilder har også diskuteret udviklingen, dog ud fra andre perspektiver. Eksempelvis har Michael Bruun Andersen forholdt sig til journalistikkens rolle og udvikling fra et presseetisk standpunkt (Andersen 2006). I 1995 fremskrev Stig Hjarvard udviklingstendenser i nyhedsformidlingen og argumenterede for et „delt pressesystem“, blandt andet bygget på en forventning om ændret nyhedsforbrug. Et pressesystem, der er del i hhv. omnibusaviser/public service medier på den ene side og sensationspresse/kommercielle radio-/tv nyheder på den anden side (Hjarvard 1995, kap. 6:12). Da tesen om et delt

pressesystem både indbefatter den skrevne og den elektroniske presse ligger den uden for denne artikels rækkevidde, men tesen vil blive diskuteret nærmere i de kommende undersøgelser.

7. Hypotesen vil blive kvalificeret, nuanceret og valideret ved mere indgående undersøgelser i foråret 2008 på baggrund af et bredt empirisk materiale, der vil inkludere litteraturstudier, branchestatistik om produktionsforhold, statistisk materiale om udviklingen i læsertal-, oplags- og annoncetal, interview med erfarne redaktører og branchefolk m.v. Forfatteren modtager gerne kommentarer og forslag til artiklen samt artikler og studenteropgaver om emnet på email ischultz@ruc.dk.

## REFERENCER

- Andersen, Lissie Ø., Per Jauert, Elsebeth Korsgaard, Frands Mortensen, Kim Redlich, Øystein Sande, Mogens Schmidt og Keld Vorup Sørensen (1980). *Massekommunikation og offentlighed. En tekstantologi fra massekommunikationens historie i Danmark 1834-1978*. Århus: Modtryk.
- Andersen, Marie Bakholdt & Christoffer Husted Rasmussen (2007). „Det danske marked for gratisaviser“. Kandidatafhandling. Institut for afsætning. København: Copenhagen Business School.
- Andersen, Michael Bruun (2006). „Fra presseetik til markedsmoral“. *Journalistica* 1:1: 21-36.
- Andersen, Michael Bruun & Ida Schultz (2006). „Avisen som forretning og demokratiets vogter“. Information 17 03 2006.
- Andersen, Ole E. (2005). *Nye kurver i medielandskabet – en analyse af mediaudbud- og forbrug i Danmark 1994-2004*. Frederiksberg: Forlaget Markedsføring.
- Bakker, Piet (2007). “The impact of free daily newspapers on the circulation of paid newspapers”. ICA Conference paper. [www.icahdq.org](http://www.icahdq.org).
- Bennike, Sigurd og Jacob Ludvigsen (1978). *Beretningen om blæsten på Berlingereren, bladkonflikterne 1977 og befolkningens behov*. København: Dansk Media Komite.
- Benson, R. (1998). “Field Theory in a Comparative Context: A new Paradigm for Media Studies.” *Theory and Society* 28: 463-498.
- Benson, Rod og Eric Neveu (red.) (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK: Polity Press.

- Boesen, Birgitte og Erik Lund (1989). *Få styr på udviklingen. Om journalistisk kvalitet, design og teknik på vej mod år 2000*. Århus: Danmarks Journalisthøjskole.
- Bogø, Anette og Niels Thomsen (1979). „Partipressen på vej ud? En indholdsanalyse af Anette Bogø præsenteret af Niels Thomsen.“ *Pressens Årbog*: 140-147.
- Bourdieu, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1996 [1992]). *The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Bourdieu, Pierre (1998 [1996]). *On Television*. New York: The New Free Press.
- Bourdieu, Pierre (2005). „The Political Field, the Social Science Field, and Journalistic Field. Bourdieu and the Journalistic Field” I: Benson, Rod og Eric Neveu (2005): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK: Polity Press: 29-47.
- Couldry, Nick (2003). „Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu’s field theory.” *Theory and Society* 32: 653-677.
- DDF [Danske Dagblades Forening] (2004). „Dagbladene 1970-2003“. Specialversion til DDFs medarbejdere af rapport til Statsministeriets arbejdsgruppe vedr. dagspressens Finansieringsinstitut. Danske Dagblades Forening.
- Ejbye-Ernst, Arne (1974). „Redaktøren mellem kilder, kunder og kapital.“ *Pressens Årbog*: 9-26.
- Hallin, Dan og Paolo Mancini (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge Cambridge: University Press.
- Hjarvard, Stig (1995). „Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati“. Statsministeriet, Medieudvalget. [http://smu.imv.au.dk/hjarvard/hjarvard\\_idx.html#6.3](http://smu.imv.au.dk/hjarvard/hjarvard_idx.html#6.3)
- Hjarvard, Stig (1999). *TV-nyheder i konkurrence*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hjarvard, Stig, Nete Nørgaard Kristensen og Mark Ørsten (2004). „Mediernes dækning af invasionen i Irak 2003“. Modinet working paper no. 13. [http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer\\_working\\_papers.htm](http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer_working_papers.htm)
- Hovden, Jan-Fredrik (2001). „The Norwegian Journalistic Field. Issues and Problems in an Ongoing Research Project”. 15th Nordic Confe-

- rence on Media and Communicaiton Research, Reykjavik, Iceland.
- Høyer, Svernik og Horst Pöttker (red.) (2005). *Diffusion of the News Paradigm 1850-2000*. Göteborg: NORDICOM.
- Information 03.03.2006: „Har Muhammed-sagen genoplivet partipressen?“. Maria Skov & Jakob Sejer Pedersen.
- Jauert, Per og Ole Prehn (2001). “The Danish Media Landscape. Structure, Economy and Consumption.” I Ulla Carlson and E. Harrie. *Media Trends 2001 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Statistics and analysis*. Göteborg: NORDICOM: 209-217.
- Jensen, Klaus Bruhn (red.) (2001). *Dansk Mediehistorie (Bind 1-4)*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Kjær, Peter (2000). „Forestillinger om politik og journalistik – et historisk blik“, pp 87-145 i Pedersen et. al. (2000).
- Kunelius, Risto et. al. (red.) (2007): *Reading the Mohammed Cartoons Controversy. An international Analysis of Press Discourses on Free Speech and Political spin*, Working papers in International Journalism 2007/1.
- Lund, Anker Brink (2002). *Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*. Århus: Århus Universitetsforlag.
- Lund, Erik og Niels Thomsen. (1974). „Ejer- og kontrolforhold i dansk presse.“ *Pressens Årbog*: 104-131.
- Meilby, Mogens (1999). *Journalistikkens grundtrin*. Århus: Forlaget Ajour.
- Nielsen, Flemming Steen (2006). „Sidste rulle på Rådhuspladsen“. *Petit Grafiana*. Danmarks Mediemuseum.
- Pedersen, Ove K., Peter Kjær, Anders Esmark, Maja Horst og Erik Meier Carlsen (2000). *Politisk Journalistik*. Århus: Forlaget Ajour.
- Politiken 11 03 2006: „Når aviser politiserer“. Anne M. Sørensen.
- Poulsen, Jørgen (1996). „At læse avis“. Dagbladsprojektet. Papirer om faglig formidling. Roskilde Universitetscenter.
- Schultz, Ida (2004). „Medier og magt i et feltperspektiv“. Upubliceret arbejdspapir. *Medier og Magt i Skandinavien*. Konference afholdt af MODINET. September 2004.
- Schultz, Ida (2005). „Bag nyhedskriterierne – en etnografisk feltanalyse af nyhedsværdier og journalistisk praksis“. Ph.d.-afhandling. Journalistik, Roskilde Universitetscenter.
- Schultz, Ida (2006). *Bag nyhederne – værdier, idealer og praksis*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Schultz, Ida (2007a). “The Journalistic Gut Feeling. Journalistic Doxa,

- News Habitus and Newsroom Capitals". Journalism Practice. Vol. 1/ Issue 2. Routledge.
- Schultz, Ida (2007b). „Velkommen til Segmentpressen“. *Fagpressen*. Februar 2007.
- Schultz, Ida (2007c). "The Segment Press. Structural Changes in the Danish Media Order 1970-2005". Paper. *The Future of Newspapers*. Cardiff University. September 2007.
- Schultz-Jørgensen, Søren (2006): „Avisen som parti“. Politiken 12.03. 2006.
- Slaatta, Tore (2003). *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Steinmetz, Eigil (1947). *Den moderne dagspresse*. København: Det Schønbergske Forlag.
- Søllinge, Jette D. og Niels Thomsen (1989). *De danske aviser 1634-1989 bind 1-3*, Dagpressens Fond. Odense: Odense Universitetsforlag.
- Søllinge, Jette D. (1999). „Danish Newspapers: Structure and Developments“. I: *Nordicom Review* (1). 1999.
- Thomsen, Niels (1965a). *Partipressen. En undersøgelse af danske dagbladets politiske bindinger*. Institut for presseforskning og samtidshistorie.
- Thomsen, Niels (1965b). „Ejerforholdene i dansk presse.“ *Pressens Årbog*: 7-28.
- Thomsen, Niels (1972): *Dagbladskonkurrencen 1870-1970, bind I og II*, København: Universitetsforlaget i København.
- Togebj, Lise (2004). „Mediernes magt og magten over medierne“. *Seminar om de skandinaviske maktutredningarnas medieanalyser*. Stockholm, SNS Medieforum.
- Togebj, Lise, Jørgen Goul Andersen, Peter Munk Christensen, Torben Beck Jørgensen og Signild Vallgård (2003). *Magt og demokrati i Danmark – hovedresultater fra magtudredningen*. Århus: Århus Universitetsforlag.
- Villadsen, Berit (2007): *Avisdækningen af sagen om Muhammed-tegningerne*, Specialeafhandling. Roskilde Universitetscenter.
- Williams, G. (2003). *European Media Ownership: Threats on the Landscape. A Survey of who owns what in Europe*. Brussels, European Federation of Journalists.