

PRESSTÖDET OCH TIDNINGSLÄSNINGEN

INGELA WADBRING

I ungefär 40 år har vi haft presstöd i Sverige. Många pressutredningar har analyserat dess betydelse och hur stödet bäst ska utformas för att nå målet att värna mångfalden på dagstidningsmarknaden, för att därmed främja en allsidig nyhetsförmedling och opinionsbildning. Den senaste pressutredningen, vilket är den nionde i ordningen, arbetar just nu och ska vara färdig med sitt arbete i augusti 2013. Den skiljer sig från de tidigare utredningarna genom att ha ett bredare och mer förutsättningslöst direktiv där hela mediemarknaden ska tas med i analysen (Dir 2011:112). Sedan presstödet infördes 1972 har mediemarknaden onekligen förändrats radikalt.

Presstödet tillkom i en tid då många dagstidningar lagts ned och eftersom dagstidningarna då var den huvudsakliga informations- och opinionskanalen var det självklart att man från samhällets sida såg dem som viktiga. Medierna betraktades överhuvudtaget som viktiga ur ett samhällsperspektiv; radio och tv organiserades i samhällets tjänst, och det dröjde ända till slutet av 1980-talet innan vi fick kommersiell radio och tv. Sett till finansiering har dagspressen däremot alltid varit kommersiell även om den i de flesta fall haft, och fortfarande har, en publicistisk idé med utgivningen och inte bara en kommersiell.

I dagsläget finns det 15 orter som har två lokala dagliga tidningar som utkommer flera gånger i veckan. Har det någon betydelse för tidningsläsningen, i bemärkelsen att presstödet bidrar till att människor läser tidningar i större utsträckning? Detta kapitel ska handla om det. Utgångspunkten är således normativ; det är bra att människor läser lokala morgontidningar för det tänks i förlängningen leda till ett högre politiskt deltagande och en högre grad av opinionsbildning. På Presstödsnämndens hemsida är det formulerat enligt följande:

Målet med fördelningen är att värna om mångfalden på dagstidningsmarknaden och en bred spridning av dagstidningar över hela landet. Mångfald på tidningsmarknaden ska leda till en allsidig nyhetsförmedling och opinionsbildning. (www.presstodsnamnden.se, 2012)

Innan vi går över till den empiriska analysen ska emellertid några perspektiv dras upp, om än i kortformat. Perspektiven handlar om tre saker: presstödet och partipressen, den allmänna medieutvecklingen samt betydelsen av mångfald på mediemarknaden.

Presstödet och partipressen

När man talar om tidningar i konkurrens, gör man ofta det i termer av första- respektive andratidningar. Förstatidningen på en ort är den som har högst hushållstäckning (dvs. når flest hushåll), och andratidningen är följaktligen den som har lägst. I nästan samtliga fall har förstatidningen varit liberal, och andratidningen socialdemokratisk eller centerpartistisk (Hadenius & Weibull, 1991). Historiskt har det varit så att de privatägda förstatidningarna har satsat på ”tät” spridning, medan de organisationsägda andratidningarna satsat på större spridningsområden. Det är då de förstnämnda som kommit att bli det naturliga annonsorganet, eftersom det når störst andel av befolkningen på ett geografiskt avgränsat område (Gustafsson, 2007). Med tanke på annonsernas betydelse för finansiering har detta i många fall varit livsavgörande (Ots, 2012a).

Det innebär att det framför allt är socialdemokratiska och centerpartistiska tidningar som får presstöd. Banden mellan de politiska partierna och dagstidningarna har försvagats över tid, men inte försvunnit. Det finns traditionellt tre olika slags relationer: *ekonomiskt* genom bl.a. ägandet, *redaktionellt* genom såväl ledare som nyhetsbevakning samt *relationen med läsekreten*, genom dess politiska sammansättning och förväntningar på innehållet (Hadenius & Weibull, 1991). Den ekonomiska relationen är mycket svag idag, genom att ägandet i de flesta fall inte har någonting med politiska partier att göra (Hadenius et al, 2011; Alström & Nord, 2003), men relationen är starkare i de båda andra fallen. Ledarsidorna är fortfarande i viss mån märkta med, om inte partibeteckning, åtminstone en orientering gentemot en ideologi, och i exempelvis valrörelser är partiorienteringen tydlig också på nyhetsplats (Nord & Nygren, 2007). För läsarna är andratidningarna ofta ett medvetet partipolitiskt tidningsval. Det sistnämnda var extremt tydligt i samband med tidningen Arbetets nedläggning i Malmö (Wadbring et al, 2002).

Har då presstödet haft någon betydelse? Frågan är inte helt enkel att besvara. När presstödet infördes i Sverige 1972 fanns det 20 orter med två tidningar (Gustafsson, 2007); idag finns det 15 orter (Ots, 2012b). Marknadskoncentrationen är således stark, och har snarast ökat över tid. Om vi går utanför Sveriges gränser, till exempel till Norge, har antalet andratidningar halverats sedan presstödet infördes där (Humphreys, 2006). De underliggande ekonomiska problemen har presstödet således inte kommit tillrätta med, och dessutom kan beroendet av stödet motverka viljan att växa och förbättras. Särskilt i Sverige har en viktig fråga kommit att handla om att utgivare gör operationella och strategiska val som säkerställer att de får behålla presstödet, istället för att utveckla sina tidningar (Picard, 2006). Samtidigt vet man naturligtvis inte vad som hade hänt om presstödet inte hade funnits. I Danmark startade koncentrationsprocessen ungefär samtidigt som i Sverige och där sattes inget stöd in. Idag är det gratistidningar som tagit över mycket av den lokala nyhetsförmedlingen från de traditionella morgontidningarna (Gustafsson, 2007).

Trots tveksamma resultat av presstödet finns en politisk enighet i många länder om att det principiellt är något bra (Gustafsson et al., 2009; Humphreys, 2006). Samtidigt ifrågasätter EU sedan 2006 dess existens då man menar att det snedvrider konkurrensen på ett negativt sätt. Framför allt gäller det storstadstidningarna, där stödet också är på väg att trappas ned (Hadenius et al., 2011). Det svenska statliga stödet till dagstidningar består idag av två delar: driftsstöd och distributionsstöd. Driftsstödet ges till tidningar som har en hushållstäckning på orten som är under 30 procent. Distributionsstödet ges till alla tidningar som deltar i samdistribution av tidningar. År 2010 delades ungefär 550 miljoner kronor ut i presstöd (www.presstodsnamnden.se, 2012).

Medielandskapets förändring

Hela medielandskapet har stöpts om under den tid som det har funnits presstöd i Sverige. Vid presstödet införande fanns inte mycket av det vi idag tar för självklart; kommersiell radio och tv, dagliga gratistidningar och internet på olika tekniska plattformar. Utbudet är enormt mycket större idag än någonsin tidigare. Samtidigt har dagspressen inte stått still och stampat, utan den har i allra högsta grad följt med i utvecklingen; många i branschen har startat (och ibland sålt/lagt ner) radio- och tv-kanaler, några har startat dagliga gratistidningar och i stort sett alla finns på internet där man också bjuder in läsarna att delta (Hadenius et al., 2011; Hedman, 2009). Ett sätt att få en överblick över hur dagspressens utveckling sett ut i relation till andra viktiga förändringar i medielandskapet kan göras visuellt. I figur 1 finns en sådan översikt.

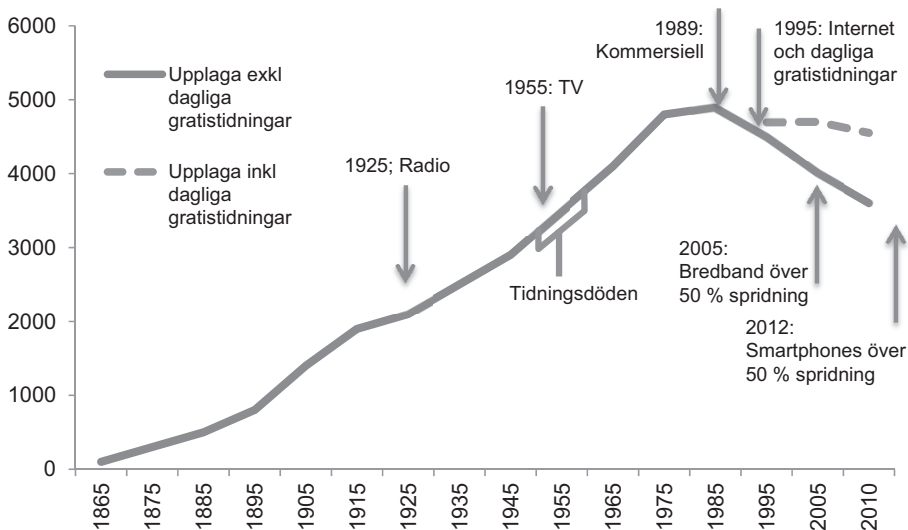
Det finns en lockelse i att alltid försöka starta tidsserier från noll, så ock i figur 1. Upplagorna var till en början små, men ökade ända fram till slutet på 1980-talet. Upplagans all time high var år 1989 med 536 exemplar per 1000 invånare (SOU, 2006:8). Allra flest flerdagstidningar – sett till titlar – fanns det på 1920-talet; dubbelt så många som idag (189 mot 94 år 2006). Framför allt är det 1950-talet som brukar räknas som den stora tidningsdödens decennium (Hadenius & Weibull, 1991), samtidigt som det tydligt visas i figur 1 att upplagorna fortsatte att öka långt därefter. Det finns således inget självklart samband mellan antalet titlar och upplaga. Nämnas bör också att det primärt var de liberala och moderata tidningarna som dog, inte de socialdemokratiska och centerpartistiska. Skälet till att de klarade sig relativt länge var ett omfattande stöd från partierna (ibid.).

Räknas dagliga gratistidningar in i upplagan – vilket inte är en självklarhet – så är den totala papperstidningsupplagans nedgång inte så våldsamt stor ens sedan slutet av 1980-talet, trots allt som i övrigt har hänt i medievärlden. Därtill ska också läggas alla sajter på nätet som är en förlängning och komplement till papperstidningarna men som inte kan mätas upplagemässigt alls på samma sätt.

Mycket mer går naturligtvis att säga om medieutvecklingen, men vad vi kan konstatera utifrån ovanstående är att dagspressen tappar i upplaga, men det har inte haft med tidningsdöden att göra. Vi kan också konstatera att nya medier och inte minst

plattformar tillkommit, och även om det kausala sambandet mellan utvecklingen av dessa nya medier och plattformar och en nedgång i tidningsupplagan inte kan fastslås empiriskt, är det förstås rimligt att tänka sig att det hänger ihop. Samtidigt leder utvecklingen till en slags mångfald som i sin tur ger större möjligheter att ta del av medieinnehåll på olika sätt.

Figur 1 Dagspressens upplageutveckling och viktiga förändringar i medielandskapet



Källa: Hadenius et al (2011); Holmberg et al (1983); www.ts.se (löpande).

Mångfald

Vad mångfald, eller pluralism, är kan diskuteras. Det är vanligt att skilja mellan strukturell och innehållslig mångfald. Med fler medier och plattformar ökar den strukturella mångfalden, men vi ska här koncentrera oss på tidningsbranschen. Den strukturella mångfalden på tidningsmarknaden har minskat radikalt över tid. Medan dagspressen tidigare i stor utsträckning ägdes av lokala familjer, stiftelser eller organisationer, är det idag ett fåtal stora koncerner som äger de allra flesta tidningsföretagen (Sundin, 2011). Det är dessutom så att på de orter där det finns mer än en dagstidning, dvs. konkurrerande, är det i elva fall av 15 en och samma ägare till de båda konkurrerande tidningarna (Ots, 2012a). Flera av dessa äger också lokala tv- och/eller radiokanaler (Hadenius et al., 2011). I de fall det finns lokala dagliga gratistidningar på marknaden, ägs dessa i huvudsak av samma tidningsföretag; undantaget är Metro som är fristående (Wadbring, 2009).

Vad gäller den strukturella mångfalden finns det två konkurrerande synsätt på huruvida staten ska lägga sig i marknaden eller inte; antingen att staten ska lägga sig i för att skydda allmänhetens rättigheter och behov, eller att staten ska stå helt utanför mediasystemet och bara se till att det fria flödet av utbud och efterfrågan kan flöda fritt (Sanchez-Taberno, 2006). I Sverige har staten valt den förra linjen av dessa två. Tanken med det har förstås varit att det ska leda till en innehållslig mångfald, men frågan är om det gör det.

Rent teoretiskt borde fler lokala tidningar leda till fler ögon som granskar och fler röster som hörs och i förlängningen en större bredd i utbudet. Men det är inte självklart att det blir så. Det finns studier som visar att flera tidningar på en ort snarare leder till ett mer likriktat innehåll (Ots, 2012b:3)

.../many weak papers tend to spend their limited resources on duplicating similar content whereas a single strong actor would have more resources to appeal to a broad audience.

Medieekonomen Mart Ots (ibid) pekar på att om man ska kunna producera ett bra och brett utbud, så är snarare samarbeten att föredra framför konkurrens. Ett exempel som talar både i samma och motsatt riktning kan hämtas från lokala valstudier. Medieforskarna Lars Nord och Gunnar Nygren (2007) har analyserat lokal valjournalistik i samband med valet 2006 och fann att mediestrukturen tycktes betyda mer för kvantiteten än kvaliteten i bevakningen. Fler medier på en marknad ledde inte till en självständig och spännande journalistik. Å andra sidan fann de också en avvikelse: de socialdemokratiska andratidningarna ägnade genomgående större uppmärksamhet åt vänsterblocket.

Normalt har mångfaldsdiskussionen således handlat antingen om den strukturella nivån (ägandet, ofta inom en bransch) eller om innehållsnivån (vad som står i de enskilda tidningarna). Konsumentperspektiv lyser däremot med sin frånvaro (Ots, 2009), även om det finns enstaka studier också kring det, exempelvis kring tidningen Arbetets nedläggning. Där var det tydligt att den partipolitiska dimensionen var viktig, genom att människor aktivt valde bort Sydsvenska Dagbladet och också explicit angav partipolitiska skäl till sina val (Wadbring et al, 2002). Även i senare studier visar det sig tydligt att den mån det finns möjlighet att välja mellan tidningar av olika politisk färg så görs det valet, men det försvagas över tid. Möjligen har det också en hel del att göra med traditioner, inte bara politik (Weibull, 2006).

Förutsättningarna för analysen

Även om man talar om en- respektive tvåtidningstyper, så är det regioner det handlar om snarare än orter. Sveriges kommuner kan delas in i 70 A-regioner, och det är dessa som är rimliga att använda i analysen eftersom tidningars spridning stämmer överens med dessa. Om vi jämför 2011 med hur det såg ut ungefär 20 år tidigare så får vi ett relativt långt tidsspann. År 1993 är första helt jämförbara året i

SOM-undersökningarna där alla relevanta variabler finns med, varför detta är valt som första analyspunkt. Då fanns vare sig dagliga gratistidningar eller internet, och utvecklingen av kommersiell radio och tv var ännu i sin linda. I tabell 1 finns förutsättningarna för analysen. Det har inte hänt särskilt mycket på de närmare 20 åren. Den största förändringen är att en något större andel av befolkningen bor i storstadsområdena och att det är något färre regioner/orter som har en konkurrens-situation på tidningsmarknaden. De orter om hade två tidningar 1993 och som inte har det 2011 var Linköping (A-region 09), Skövde (39) och Örebro (45). Å andra sidan har Karlskoga (46) tillkommit som konkurrensregion år 2011.

Tabell 1 Olika slags orter i analysen

	1993	2011
Storstadsregionerna		
Antal kommuner	47	47
Antal regioner	3	3
Andel av befolkningen	30	36
Orter med två tidningar		
Antal kommuner	68	57
Antal regioner	15	13
Andel av befolkningen	21	17
Orter med en tidning		
Antal kommuner	169	186
Antal regioner	52	54
Andel av befolkningen	49	47

Kommentar: Antalet regioner var samma de båda åren, antalet kommuner var 284 år 1993 och 290 år 2011.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år (befolkning & kommuner), Hadenius et al (2011) samt Nya Lundstedt (www.kb.se) för konkurrensorter.

Ungefär hälften av befolkningen bor således i regioner där det utkommer en tidning på marknaden, medan ungefär en tredjedel bor i storstadsområdena och en femtedel på orter där det utkommer två tidningar. Skillnaderna mellan 1993 och 2011 är relativt små. Värt att notera är emellertid att de tidningar som finns på tvåtidningsorter i många fall inte har exakt samma spridningsområde. Ett exempel kan hämtas från Gävle, där Gefle Dagblad i Gävle kommun har en hushållstäckning på 43 procent, medan Arbetarbladet har 17 procent. Lite inåt landet, i Sandviken, är förhållandena de motsatta: Arbetarbladet har 40 procent och Gefle Dagblad har 21 (www.dagspress.se). Här är förklaringen just partipolitisk (Hellingwerf, 1995). Samtidigt är det naturligtvis så att man kan prenumerera på eller läsa exempelvis en storstadstidning eller en annan tidning alldeles oavsett var man bor.

En eller två – spelar det någon roll?

Även om läsning står i fokus, finns i tabell 1 också prenumeration inlagd; är det så att man i större utsträckning prenumererar om det finns flera tidningar att prenumerera på? Det är inte självklart, eftersom man naturligtvis kan läsa tidningen exempelvis på jobbet också. Det första och viktiga resultatet i tabell 2 är den allmänna nedgången. I genomsnitt har andelen hushåll som prenumererar respektive individer som regelbundet läser en betald morgontidning minskat med 12 respektive 14 procentenheter mellan 1993 och 2011.

Tabell 2 Hushållsprenumeration respektive regelbunden läsning på olika slags orter, 1993 och 2011 (procent)

	Prenumeration			Regelbunden läsning		
	1993	2011	Diff.	1993	2011	Diff.
Genomsnitt i landet	75	63	-12	73	59	-14
Tvåtidningsorter	82	68	-14	83	68	-15
Entidningsorter	77	66	-11	72	63	-9
Stockholmsregionen	60	57	-3	63	48	-15
Göteborgsregionen	73	57	-16	73	50	-23
Malmöregionen	86	61	-25	81	56	-25

Kommentar: Med regelbunden läsning avses minst 5 dagar/vecka, och enbart läsning av betalda tidningar, inte dagliga gratistidningar. Antalet svarande år 1993 (2011 inom parentes) på tvåtidningsorter cirka 390 (810) personer, på entidningsorter 910 (2250), i Stockholmsregionen 315 (920), Göteborgsregionen 140 (470) och i Malmöregionen 100 (280) personer.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år.

Förutom att studera den övergripande nivån går det att göra jämförelser på flera ledder; mellan orter, mellan år samt mellan prenumeration och läsning. Åtminstone tre viktiga resultat är viktiga att lyfta fram.

För det första, allra högst 1993 ligger Malmöregionen, både avseende prenumeration och läsning. Det är också i Malmöregionen som nedgången är allra störst över tid: minus 25 procentenheter. I början på 1990-talet fanns fortfarande tidningen *Arbetet*, en av de största S-märkta tidningarna i landet. Den gick i konkurs 1992 men ombildades direkt, och levde till augusti 2000 då den åter gick i konkurs (Gustafsson, 2002). Den fanns således inte kvar på marknaden 2011, vid det andra mätillfället. Å andra sidan fanns ändå två tidningar kvar i Malmöregionen; *Sydsvenska Dagbladet* och *Skånska Dagbladet*. Skåne har emellertid utvecklats till en stark region för dagliga gratistidningar, vilket vi återkommer till längre fram.

För det andra kan man göra flera jämförelser mellan en- respektive tvåtidningsorter. Tvåtidningsorterna ligger något högre både ifråga om prenumeration och läsning,

och skillnaderna ökar något över tid. Differensen är emellertid större 1993 än vad den är 2011. En annan jämförelse mellan en- respektive tvåtidningsorter som kan göras är förändringen över tid på respektive typ av ort, och den är något större på tvåtidningsorter än på entidningsorter. Sammantaget tyder detta på att betydelsen av två tidningar på en ort – eller i en region – har minskat. Det leder inte till särskilt många fler prenumeranter eller regelbundna läsare, vilket det i något större utsträckning gjorde 1993.

För det tredje är utvecklingen i Stockholms- och Göteborgsregionen värd att notera. Nedgången i hushållsprenumeration är ganska måttlig över tid, men nedgången i regelbunden läsning är stor. År 2011 är det 57 procent av hushållen som prenumererar på en morgontidning, men bara 48 procent som läser minst fem dagar i veckan. Det är, precis som ifråga om Malmöregionen, ett område där det finns dagliga gratistidningar. Vi ska därför inkludera dem i den kommande analysen.

I samband med det ska vi emellertid också analysera andelen som läser en respektive två betalda tidningar. I tabell 3 visas hur den utvecklingen ser ut, först exklusive alla dagliga gratistidningar, men i sista spalten med det tillskott som de dagliga gratistidningarna ger.

På tvåtidningsorter, som är de mest intressanta i detta sammanhang, har andelen som läser två tidningar halverats mellan de båda undersökningsåren. År 1993 var det 25 procent som regelbundet läste två tidningar, år 2011 är det 13 procent som gör det. Utvecklingen på entidningsorter ser likadan ut, även om nivån än aningen lägre. Analysen säger däremot ingenting om huruvida det är lokala tidningar eller storstadstidningar som läses. I båda fallen, men särskilt på entidningsorter, kan man emellertid anta att det är storstadstidningar som i många fall är andratidningen.

I storstadsområdena kan vi också notera en halvering av andelen tvåtidningsläsare, men nivån är lägre än på andra orter både 1993 och 2011. Sammantaget visar analysen i huvudsak att det är läsningen i allmänhet som gått ned, och att andelen som läser två tidningar också minskat.

Om vi vänder oss till den sista kolumnen – där betydelsen av dagliga gratistidningar visas – så finns data enbart för 2011 eftersom den första dagliga gratistidningen inte startade förrän 1995. Vi utgår från samma andel läsare i respektive typ av ort som i föregående analys, men ser här istället vilket *tillskott* de dagliga gratistidningarna ger till den läsning som redan finns av betaltidningar, vare sig människor läser en eller två sådana. Slående är då att den summa vi får fram av betalda och dagliga morgontidningar är högre än den totala andelen läsare år 1993 på två av tre ortstyper; dock inte tvåtidningsorterna. På de orter där det utkommer en (1) betaltidning, var det 2011 63 procent som läste en eller två betalda tidningar – men om vi räknar med också de dagliga gratistidningarna blir andelen läsare 74 procent, vilket är något högre än hur det såg ut på motsvarande orter 1993, innan de dagliga gratistidningarna startat. Mönstret är detsamma i storstadsregionerna.

Tabell 3 Olika kombinationer av läsning på olika orter, 1993 och 2011 (procent)

	Regelbunden läsning (> 5 d/v) av en respektive två betaltidningar (> 3 d/v)		Regelbunden läsning (>5 d/v) av minst en betaltidning respektive tillskottet av en daglig gratistidning (> 3 d/v)
	1993	2011	2011
Tvåtidningsorter			
Läser minst en betaltidning	83	68	68
Därav tvåtidningsläsare (delmängd)	(25)	(13)	
Tillskott av dagliga gratistidningar			+6
Summa	83	68	74
Entidningsorter			
Läser minst en betaltidning	72	63	63
Därav tvåtidningsläsare (delmängd)	(21)	(11)	
Tillskott av dagliga gratistidningar			+11
Summa	72	63	74
Storstadsområdena			
Läser minst en betaltidning	68	50	50
Därav tvåtidningsläsare (delmängd)	(16)	(8)	
Tillskott av dagliga gratistidningar			+22
Summa	68	58	72

Kommentar: Frågorna är inte ställda på exakt samma sätt de båda åren, men är jämförbara.¹ Siffrorna inom parentes är delmängder.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år.

Slutsatser och framåtblick

Den övergripande slutsats som kan dras, är faktiskt att starten av de dagliga gratistidningarna idag har större betydelse än presstödet vad gäller andelen regelbundna läsare av dagstidningar. Samtidigt vet man inte vad som hade hänt om presstödet inte hade funnits – och inte heller om de dagliga gratistidningarna inte hade funnits. Att tidningar tryckta på papper förlorat i betydelse vet vi sedan tidigare (se t.ex. Adam Shehata och Ingela Wadbrings respektive Mathias Färdighs och Oscar Westlunds kapitel i denna bok), men betydelsen av presstöd tycks också ha minskat. Det är föga förvånande. Mediemarknaden har förändrats radikalt sedan första mättilfallet, 1993, och det hade varit högst märkligt om pressen hade behållit sin ställning.

Andelen läsare på tvåtidningsorter är också något högre än på entidningsorter även 2011, samtidigt som man kan ställa sig frågan om det finns andra faktorer än tidningsstrukturen som skiljer de olika typerna av orter åt. Analysen ger inget svar på det.

Något som analysen inte heller ger svar på men som bör bli nästa fråga att ta sig an, är huruvida läsningen av flera tidningar spelar någon roll för opinionsbildningen – och om det i så fall är spelar någon roll om dessa tidningar är betalda eller gratis. Men det är, som sagt, en annan fråga.

Not

- ¹ År 1993 är följande frågor ställda: Om du läser någon morgontidning regelbundet – ungefär hur många dagar per vecka brukar du läsa denna? där svarsalternativen motsvarar antalet dagar i veckan, respektive Läser du ytterligare någon morgontidning – åtminstone tre dagar i veckan? År 2011 är frågan ställd: Läser du eller tittar du i någon eller några morgontidningar regelbundet? Om du läser mer än en morgontidning, ange först den som du betraktar som din huvudtidning. Frågan gäller inte läsning på internet. Därefter kan tre tidningar anges, och antalet dagar per vecka. Frågan om dagliga gratistidningar är separat, och de som angivit sådana titlar på ovanstående fråga har rensats bort.

Referenser

- Alström, Börje & Nord, Lars (2003) *Den skånska modellen. En VD, två kulturer, tre tidningar och fyra bröder*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.
- Dir 2011:112 (2011) *Översyn av det statliga stödet till dagspressen*.
- Gustafsson, Karl Erik; Örnebring, Henrik & Levy, David A. L. (2009). *Press Subsidies and Local News: The Swedish Case*. Working Paper. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Gustafsson, Karl Erik (2007). *Det svenska presstödet marknadskonsekvenser. En analys på uppdrag av Kulturdepartementet*. Stockholm: Kulturdepartementet
- Gustafsson, Karl Erik (2002) "Arbetet 1887-2000", i Wadbring, Ingela; Weibull, Lennart & Bergström, Annika (red) *Efter Arbetet. Synen på nedläggningen och dess konsekvenser*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (1991) *Partipressens död?* Stockholm: SIM
- Hadenius, Stig; Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2011) *Massmedier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm: Ekerlids förlag
- Hedman, Ulrika (2009). *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete. Nättidningarnas användarskapade innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Hellingwerf, Karin (1995) *Tidningsläsning i Gästrikland*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Holmberg, Claes-Göran; Oscarsson, Ingemar & Rydén, Per (1983) *En svensk presshistoria*. Stockholm: Esselte

- Humphreys, Peter (2006) "Press Subsidies in the Context of the Information Society. Historical Perspective, Modalities, Concepts and Justification", in Fernández Alonso, Isabel; de Moragas, Miguel; Blasco Gil, José Joaquín & Almiron, Núria (eds) *Press Subsidies in Europe*. Barcelona: Generalitat de Catalunya
- Nord, Lars & Nygren, Gunnar (2007) *Präktiga massmedier. De lokala mediernas valbevakning 2006*. Stockholm: Sveriges kommuner och landsting
- Ots, Mart (2009) "Efficient Servants of Pluralism or Marginalized Media Policy Tools?: The Case of Swedish Press Subsidies", i *Journal of Communication Inquiry*, 33:4, pp 376-392.
- Ots, Mart (2012a) "Mediernas ekonomiska villkor" i Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red) *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur
- Ots, Mart (2012b, in press) "Competition, Collaboration and Cooperation – Swedish Provincial Newspaper Markets in Transition", in *Journal of Media Business Studies*
- Picard, Robert G. (2006) "Issues and Challenges in the Provision of Press Subsidies" i Fernández Alonso, Isabel; de Moragas, Miguel; Blasco Gil, José Joaquín & Almiron, Núria (eds) *Press Subsidies in Europe*. Barcelona: Generalitat de Catalunya
- Sanchez-Taberno, Alfonso (2006) "The European Press in the Beginning of the 21st Century. Defining Characteristics and Future Trends" i Fernández Alonso, Isabel; de Moragas, Miguel; Blasco Gil, José Joaquín & Almiron, Núria (eds) *Press Subsidies in Europe*. Barcelona: Generalitat de Catalunya
- SOU 2006:8 (2006) *Mångfald och räckvidd. Slutbetänkande av Presskommittén 2004*. Stockholm: Fritzes
- Sundin, Staffan (2011) *Den svenska mediemarknaden 2011*. Göteborg: Nordicom
- Wadbring, Ingela (2009) *Gratis skräp eller demokratiskt tillskott? Dagliga gratistidningar i Sverige*. Stockholm: Institutet för mediestudier
- Wadbring, Ingela; Weibull, Lennart & Bergström, Annika (2002) (red) *Efter Arbetet. Synen på nedläggningen och dess konsekvenser*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Weibull, Lennart (2006) "Finns det fortfarande en partipress?", i Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Du stora nya värld*. Göteborg: SOM-institutet
- www.dagspress.se (2012-04-30)
- www.kb.se/soka/tidningar-och-tidskrifter/Nya-Lundstedt-tidningar/ (2012-04-30)
- www.presstodsnamnden.se (2012-04-11)
- www.ts.se (löpande)

