

Massemedier, ofte bare omtalt som **media** eller **mediene**, er midler for **massekommunikasjon**, det vil si kommunikasjonskanaler eller meddelelsesmidler som gjør det mulig å spre et budskap til mange mennesker over et stort område på kort tid. Begrepet oppstod på **1920-tallet** da moderne **teknologi** skapte en rekke nye muligheter for å distribuere og formidle **informasjon**. De tradisjonelle massemediene er **aviser**, **radio** og **fjernsyn**, der avsenderne når et stort publikum hver dag, men også **ukeblader**, **tidsskrifter**, **tegneserier**, **bøker**, **film**, **CDer** og **Internettet** regnes som massemedier. Massemediene formidler **nyheter** og **informasjon**, **underholdning**, **reklame** og **propaganda**.

Medienes virkelighetskonstruksjoner kan ha ulike konsekvenser for sosialisering og identitetskonstruksjon til ulike grupper i samfunnet. Enkelte grupper hevdes å bli utelatt fra medieoffentligheten mens andre grupper i vesentlig grad blir fremstilt som avvikende. Særlig gjelder dette etniske minoriteter fra ikke-vestlige nasjoner, men det gjelder også for eksempel eldre, handikappede, ungdom eller homofile.

Samfunnsbetydning

Mediebransjen er svært viktig både **økonomisk**, **kulturelt** og **politisk** i det moderne **samfunnet**. Det fins lokale, regionale, nasjonale og internasjonale mediebedrifter med et stort antall ansatte, både **journalister**, **underholdere**, **teknikere** og andre. Mange av selskapene har stor påvirkningskraft og **meningsmakt**, særlig de som arbeider med **TV**, som er det mediet som når bredest og har størst gjennomslagskraft i dag. Informasjonskanalene er imidlertid mange og impulsene flere enn noen gang. Likevel er ofte nyhetsbildet, reklamen og de nye ideene som formidles, like i forskjellige medier. Da massemediene dessuten når stadig større grupper, vil de føre til større ensretting av informasjon og **holdninger**.

Den fjerde statsmakt [rediger]

Massemediene, særlig presse og **kringkasting**, kalles ofte «**den fjerde statsmakt**» fordi de indirekte kontrollerer de andre statsmaktene **regjering**, **parlament** og **domstoler** gjennom overvåking og rapportering fra journalistene i de frie **redaksjonene**.

Medier er den ubestemte flertallsformen av **medium** og brukes på **norsk** særlig om **massemediene**.

Ordet "medium" har å gjøre med en mellomposisjon, med relasjoner og utveksling.

Et medium kan defineres på mange måter. Noen skiller mellom:

- primærmedier: verken avsender eller mottaker trenger tekniske apparater (f.eks. lyd som medium, språk som medium)

- sekundærmedier: avsender (f.eks. en forfatter som får en bok publisert av et forlag) trenger tekniske apparater for å få produsert sitt verk, men mottakeren trenger ikke tekniske apparater (noen vil riktignok trenge briller for å lese)

- tertiærmedier: både avsender og mottaker trenger avanserte tekniske apparater (utstyr til å kringkaste TV-produksjoner, TV-apparat for å kunne se produktene)

Det er sekundær- og spesielt tertiærmediene som oftest kalles medier. Et medium kan i så fall defineres som organisatoriske og tekniske apparater og innretninger til formidling av meninger, informasjon og kulturprodukter. Et medium kan også oppfattes som en allianse av tre komponenter: en teknologisk oppfinnelse, en finansiering og en sosial bruksmåte.

Ifølge den tyske medieforskeren Friedrich Kittler er medier i en viss forstand isolerte i forhold til hverandre. Han hevder at det å overføre budskaper fra medium til medium alltid innebærer å underkaste dem andre standarder og utforminger. Et medium kan forsterke visse opplevelsesmåter og innskrenke andre. Medier både inkluderer og ekskluderer måter å sanse og erfare på.

Den kompleksiteten som kjennetegner medier, har en ideologisk dimensjon. Siden den kanadiske medieteorikeren Marshall McLuhans tid (1960-tallet) er det en vanlig oppfatning at kommunikasjon og medier er ideologi, dvs. vevd uatskillelig sammen med systemer av makt, tenkemåter, attityder, praksiser og verdier. Et virvar av aktører bruker dessuten medier og kommunikasjonskanaler slik at budskapene skal passe inn med deres egen ideologi. Vi har dermed å gjøre med ideologi (budskap) formidlet ideologisk (i mediene som kanaler mellom avsendere og mottakere).

Innholdet i en avis lages av en [redaksjon](#), som består av [journalister](#). Redaksjonen ledes av en [ansvarlig redaktør](#) som er ansvarlig for innholdet, i Norge er dette nedfelt i straffeloven. Det kan i tillegg være flere [redaktører](#) i redaksjonen, med ansvar for hver sin del av av redaksjonens arbeid, for eksempel [desk](#), [politikk](#), [sport](#) eller [foto](#). Redaksjonen vil normalt foreta vurderinger på selvstendig [journalistisk](#) grunnlag, samt de presseetiske normene, blant annet nedfelt i [Vær Varsom-plakaten](#) og [Tekstreklameplakaten](#), foruten avisens egne interne etiske regler.

Innholdet i aviser aktualitetspreget i varierende grad avhengig av hvor ofte avisen kommer ut. Redaksjonelt innhold deles gjerne i ulike [sjangre](#). Blant dem er [lederartikkel](#), [nyhetsartikkel](#), [reportasje](#), [kronikk](#), [kommentar](#), [petit](#), [leserbrev](#), [notis](#), [intervju](#), [enkét](#) og [anmeldelse](#). En avis inneholder også et betydelig antall [bilder](#) og grafiske fremstillinger som skal illustrere og supplere teksten.

En avis består dessuten av betalt spalteplass som kalles for **annonser** eller **kunngjøringer**. Annonser er for de fleste aviser den viktigste inntektskilden.

En **lederartikkel** er en **redaksjonell** kommentar hvor en **avis** eller annen publikasjon gir uttrykk for sitt syn i en eller flere saker. Den skrives av **redaktøren** i mindre aviser, men i større aviser har man gjerne flere lederskribenter. Artikkene signeres som regel ikke, men det forekommer. De står for avisens regning og har en fast plass i avisen, gjerne sammen med øvrig kommentarstoff i avisen.

Tidligere var de fleste norske aviser knyttet til politiske partier. Da kunne den samme lederartikkelen bli skrevet fra partikontoret og bli trykket i alle aviser i nettverket. Selv om det fremdeles kan være aviser knyttet sammen i et konsern, er det ikke lenger vanlig at lederartikkelen kommer fra et hovedkontor.

Noen aviser, særlig lokalaviser, har heller ikke lederartikler hver dag, men bruker dem når det er noe de vil sette på dagsorden i lokalsamfunnet.

Over tid har det utviklet seg en situasjon hvor noen aviser har flere lederartikler. Da vil gjerne en første være en større artikkel, mens den andre er mye kortere. Flere av de store norske avisene har etter hvert fått en slik andre lederartikkel, blant annet **Aftenposten**, **Dagbladet**, **Fædrelandsvennen** og **VG**. I **The Times** og **Dagens Næringsliv** har det også blitt en tradisjon for å lage en morsom tredje lederartikkel.

En **kronikk** er en større, seriøs artikkel i en **avis** eller et **tidsskrift** om et aktuelt emne. Den står som oftest på en fast plass i publikasjonen, gjerne på en av de første sidene (ofte ved debattinnlegg, leder o.l.). Kronikker er ofte skrevet av en som ikke er ansatt i avisen, med spesiell kunnskap om emnet. Personen har ofte en doktorgrad eller har skrevet en avhandling om emnet.

En **kronikør** er en **forfatter** av en kronikk.

Ordet «kronikk» kommer fra **fransk** «chronique» og **tysk** «chronik» som stammer fra det **latinske** «chronika» som igjen er lånt fra det **greske** «khronika biblia», det vil si «bøker som har med tiden å gjøre».

Den første avisen som ble utgitt i Norge var [Norske Intelligenz-Seddeler](#) i 1763. Før den tid utkom det sporadiske flygeblad og håndskrevne nyhetsmeldinger. Deretter fulgte avisetableringer i Bergen (1765), Trondheim (1767) og Kristiansand (1790). Disse var såkalte «[adresseaviser](#)», som hovedsakelig var basert på avertissementer, og som utkom en gang ukentlig. I tillegg utkom det på begynnelsen av 1800-tallet en del ukeblader med politisk og filosofisk innhold. Det første lokalblad var [Norsk Landboblad](#), startet av [Sivert Aarflot](#) på Ekset i Sunnmøre i 1811. Den moderne avisformen ble innført av [Niels Wulfsberg](#), da han i Oslo 1815 begynte å utgi Den norske Rikstidende. Her var annonser og stoff noenlunde likt fordelt. Wulfsberg grunnla i 1819 [Morgenbladet](#), som var den første norske dagsavisen.

Fra 1830-årene var det en frodig avisflora i en rekke byer. Det skyldtes bl.a. den nye håndverksloven, som ble vedtatt i 1839. De gamle boktrykkerprivilegiene ble satt ut av kraft, og nyetablerte boktrykkerier fant det lønnsomt å utgi en avis som sidegeskjeft. Stoffet bestod av nyheter og artikler hentet fra hovedstadsavisene. Christiansands-Posten var en av de første aviser som bevisst forsøkte å gjøre lokalpressen mer levende. Den innførte også [lederartikkelen](#), og økte formatet fra kvartformat til stort[folioformat](#).

Det egentlige omslaget i norsk avisproduksjon kom først i annen halvdel av 1800-tallet med innføringen av nye tekniske hjelpemidler. [Aftenposten](#) (redigert av [Amandus Schibsted](#) 1879–1913) var en banebryter for ny journalistikk. Avisen, som appellerte til det mer upolitiske småborgerskap, satset på småannonser og drev aktiv, oppsøkende reportasje.

Det politiske liv ble aktivisert ved fremveksten av partiorganisasjonene.

Med [Venstres](#) oppmarsj fulgte [Dagbladet](#) (radikalt, grunnlagt 1869 av [Hagbard Berner](#)), [Verdens Gang](#) (radikalt, senere moderat, redigert av [Ola Thommessen](#) 1878–1910) og [Stavanger Aftenblad](#) (moderat-kristelig, grunnlagt 1893 av [Lars Oftedal d.e.](#)). I samme tidsperiode oppstod bl.a. [Bergens Tidende](#), [Tønsbergs Blad](#), [Varden](#), [Fædrelandsvennen](#), [Lofotposten](#) og [Sunnmørsposten](#).

Den unge politiske arbeiderbevegelsen fikk sin egen presse, først med Vort Arbeide (grunnlagt 1884 av Chr. Holtermann Knudsen). Avisen skiftet navn 1886 til Social-Demokraten, 1924 til Arbeiderbladet ([Dagsavisen](#) fra 1997). Etter hvert etablerte arbeiderbevegelsen aviser over hele landet, og i Nord-Norge og på industristeder på Østlandet har de beholdt en sterk stilling. Den historiske utviklingen gjorde ellers

norsk dagspresse til et nyansert medium for vidt forskjellige interesser: partipolitiske, næringspolitiske, religiøse og språkpolitiske.

Norsk presse ble under den tyske okkupasjon fullstendig ensrettet under tysk sensur. Ifølge en oversikt utarbeidet av Norsk Presseforbund ble i alt 130 norske pressefolk fengslet. Av disse ble fem henrettet, og 14 døde i tyske konsentrasjonsleirer.

[Den illegale pressen](#) førte kampen videre, men med store tap. Norsk Bladeierforening hadde 9. april 1940 200 aviser som medlemmer. Av disse ble 91 stoppet, mens 16 ble tvunget til sammenslutning med andre aviser på utgivelsesstedet. Bare tre aviser ble nektet å komme ut igjen etter krigen. En pressens æresrett, bestående av to jurister og en pressemann, gransket de aktive pressefolks holdning under okkupasjonen. Resultatet var at 33 pressemedarbeidere ble ansett for å ha vist en unasjonalt holdning og ble utelukket fra pressen for kortere eller lengre tid.

Den tekniske utviklingen har satt sterkt preg på norsk presse. Siden [Rana Blad](#) som første norske avis innførte [fotosats](#) i 1965, har den konvensjonelle blytsatsmetode helt måttet vike for moderne satssystemer og [offsettrykk](#). Avisformatet har også endret karakter, og alle aviser har nå gått over til [tabloidformat](#), halvparten av helformatet som tidligere var det vanlige.

De nye tekniske mulighetene har medført økt bruk av bilder, farger og andre typografiske virkemidler i avisene. Stoffmessig har avisene i noen grad nærmet seg fjernsynet og ukepressen, med vekt på personfokusering og mer populært stoff. I midten av 1990-årene fikk servicejournalistikken stor utbredelse både i tabloid- og abonnementsavisene. Denne typen journalistikk henvendte seg til leserne først og fremst som forbrukere av varer og tjenester.

I 1990-årene oppstod det to nye typer aviser: søndagsaviser og gratisaviser. [Dagbladet](#) startet [søndagsavis](#) i 1991, og ble raskt fulgt av de andre store riksavisene og regionsavisene. Også flere lokalaviser utgir i dag søndagsavis. I tillegg har det blitt etablert en rekke [gratisaviser](#), som baserer inntektene utelukkende på annonser.

Det er blitt vanlig med elektroniske formidlingsformer, først og fremst via Internett. De aller flest aviser har egen nettutgave, i tillegg til trykt utgave. Det er også etablert særskilte nettaviser. Nettavisenes innhold tilbys gratis, og dette er blitt en stor

utfordring for opplutningen om papiravisene. Fra midten av 2000-tallet har en rekke aviser opplevd nedgang i opplaget, mest rammet er løssalgsavisene.

Både lokalaviser og riksaviser var tradisjonelt knyttet til et parti eller en politisk retning. Båndene mellom parti og aviser ble gradvis løsere fra 1970-årene. I dag finnes ingen partiaviser, og i flere byer er tidligere politiske konkurrenter slått sammen til lokale monopolaviser.

Tre store mediekonsern er i dag dominerende i avis-Norge: [Schibsted ASA](#), [A-pressen ASA](#) og [Edda Media AS](#).

Til tross for strukturendringer har Norge i mindre grad enn andre land vært rammet av avisdød. Dette kan forklares med at man fra 1969 har hatt en statlig avisstøtte, [pressestøtten](#).