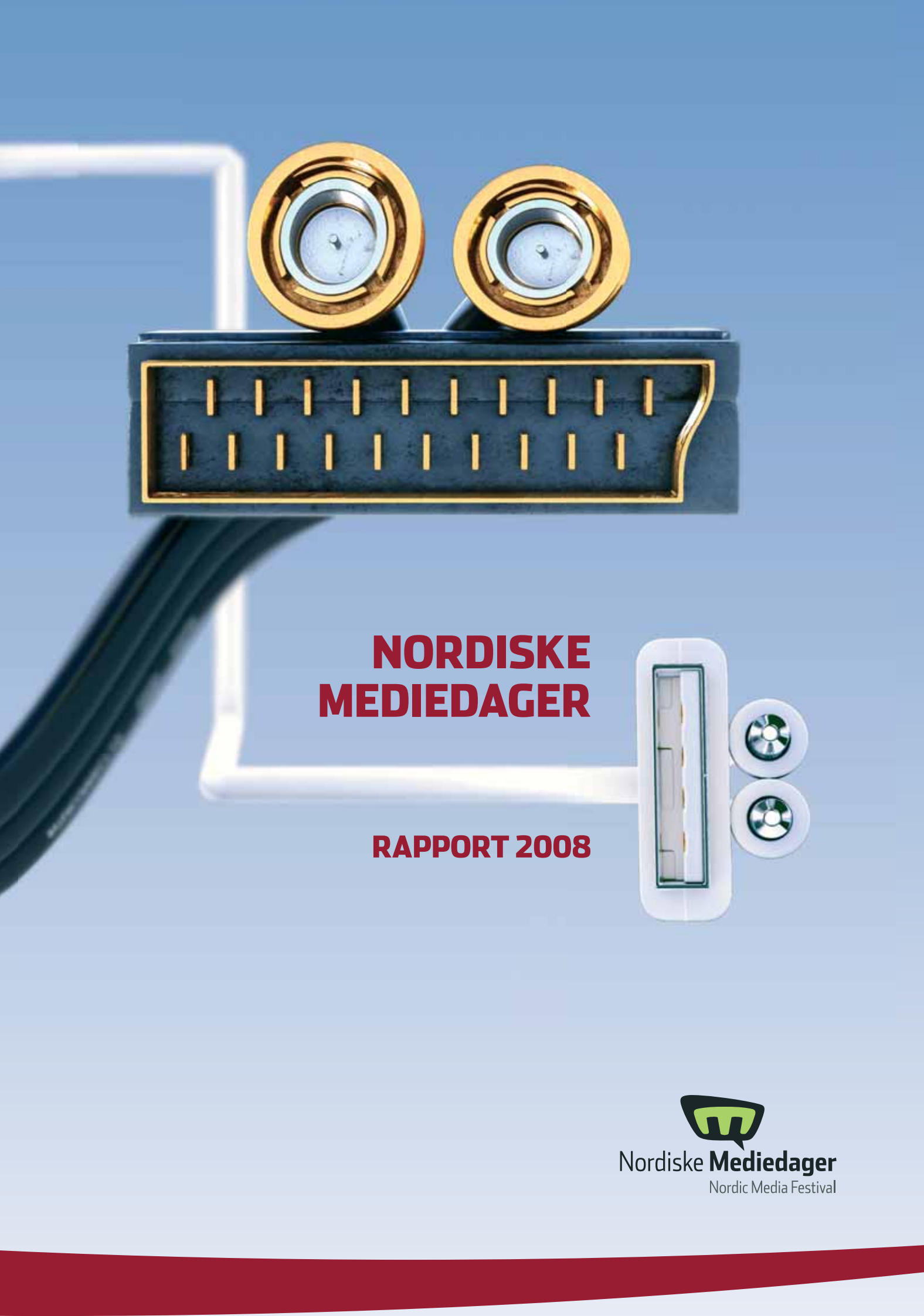




NORDISKE MEDIEDAGER

RAPPORT 2008



Nordiske **Mediedager**
Nordic Media Festival




Nordiske Mediedager
Nordic Media Festival



INNHold

Konferansen	4
Programoversikt	9
Bidragstere	10
Medieundersøkelsen	12
Mediemessen	16
Kveldsarrangement	17
Prisdryss	18
Gullruten	20
Deltakere	24
NMD Ung	25
Bak Fasaden - Ungdomskonferanse	27
Informasjon og markedsføring	28
Presse	33
Samarbeidspartnere	34
Organisering	35
Økonomi	39
Maimyldring	40
Historikk	41



Nordiske **Mediedager**
Nordic Media Festival

- ← 38 sesjoner / 4 workshops / 3 filmvisninger
- ← 115 foredragsholdere
- ← 1438 påmeldte delegater
- ← 50 akkrediterte journalister
- ← 80 frivillige
- ← Over 10.000 seere på livesendinger i Mediedagenes WebTV
- ← 60 innslag i web-tv i 2008 –over 15.000 seere
- ← NMD Ung: Eget ungdomsprosjekt / videokonkurranse / konferanse
- ← NMD Kveld: 9 kveldsarrangement
- ← Prisdryss: Gullruten / Den store prisfesten / Menneskerettsprisen for journalister

"Nordiske Mediedager er den viktigste møteplassen for de ulike mediene i Norge"

Trond Giske,
Kultur- og kirkeminister



Kultur- og kirkeminister Trond Giske åpner Nordiske Mediedager 2008

Foto: Rebecca S. Hoseth

"Det er uten tvil den beste mediekonferansen i Norge. Nordiske Mediedager er som arbeidsmessig snop. Gode faglige tema, aktuelle debatter, kjentfolk, vårbergen og følelsen av å tilhøre det store presse miljøet"

Deltaker*



Hotel Cæsar gjennom ti år

Foto: Gaute Singstad

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

RAPPORT Nordiske Mediedager 2008

Alle med interesse for dagens og fremtidens medielandskap burde ha et stort utbytte av Nordiske Mediedager 7. – 10. mai 2008. Vi inviterte til fire dager med sterke fagsesjoner, underholdning, filmvisninger og sosiale kveldsarrangementer i et solrikt Bergen. Og publikum kjente sin besøkestid: nok en gang satte vi deltakerrekord, og for første gang måtte vi stenge påmeldingen en uke før konferansestart, av plasshensyn.

Nordiske Mediedager (NMD) ønsker å være et knutepunkt for mediebransjen i Norge. I år var vi det, kanskje enda mer enn tidligere. Med Norsk Redaktørforenings vårmøte på plass under Mediedagene har Bergen aldri vært så til de grader en medieby som i mai i år. Med Den store prisfesten og Gullruten i byen var Mediedagene også åsted for utdeling av de viktigste norske medieprisene. I tillegg valgte Kultur- og kirkedepartementet å legge utdelingen av den prestisjetunge Menneskerettsprisen for journalister til Nordiske Mediedager. Mange hardt arbeidende mediefolk fikk sin velfortjente anerkjennelse under Mediedagene i år.

”Ingen mai uten Nordiske Mediedager, både program og deltakere er trekkplaster. Norges beste mingleplass og nettverksted for mediefolk”

Deltaker*

Også unge talenter fikk velfortjent heder. NMD Ung er Mediedagenes årlige ungdomsprosjekt, og over 200 elever deltok i en videokonkurranse med stikkordet ”krise”. Etter aktiv nettavstemming ble vinnerfilmen behørig premiert på vår ungdomskonferanse Bak Fasaden, som ble arrangert onsdag 7. mai.

Nordiske Mediedager legger til rette for gode mediefaglige diskusjoner, og er et møtested for hele den brede mediebransjen – i år mer enn noen gang. Og dersom man ikke kunne være i Bergen i mai, kunne man oppleve mye av det som skjedde via Nordiske Mediedagers egen web-tv, hvor 11 sesjoner ble overført direkte. I tillegg produserte studenter fra tv-faget ved Universitetet i Bergen over 20 reportasjer fra arrangementet. En lang rekke foredrag og debatter er også publisert i vår web-tv i etterkant, enten i hel eller redigert versjon. Over 15.000 seere har opplevd Nordiske Mediedager via NMD-TV.



Vinnerne av NRKs konkurranse ”Showbiz”:
The Fighting Five fra HM Kongens Garde

Foto: Lill Christin Breistein



Jazzcode: The universal language of instant teamwork

Foto: Gaute Singstad

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

"Full score på alle punkt. Her var både noe å lære, å la seg underholde av samt noe som angår meg direkte"

Deltaker*

PROGRAM

Et nesten utenkelig par møttes på scenen under Nordiske Mediedager i år. Journalist Donal MacIntyre jobbet undercover i gjengen til narkobaronen Wayne Hardy i ett år, hvorpå han i etterkant utlevte sin nye "venn" nådeløst på tv. Resultatet ble at Hardy havnet i fengsel og MacIntyre måtte leve i skjul etter drapstrusler. Til tross for sterke følelser kom de to likevel sammen til Bergen og Mediedagene.

"Mr. Undercover og mannen han ødela" var bare én av 38 fagsesjoner som ble presentert på Nordiske Mediedager 2008. I nesten ett år saumfarte programkomiteen mediebransjen nasjonalt og internasjonalt for å tilby et variert og sammensatt program egnet til å inspirere, provosere, informere og glede. Fortid og fremtid, politikk og underholdning, miljø og økonomi, god mediestrategi og helt gal mediestrategi – alt ble presentert og diskutert av 115 kvalifiserte bidragsyttere fra inn- og utland.

Hvordan vinne seere

To ganger Emmy-vinner Alexa Fogel har hatt castingansvaret på flere store amerikanske dramaserier, blant annet det som er blitt kalt verdens beste tv-serie: HBOs "The Wire". Castingen er nøkkelen til seriens suksess, og Fogel gav et innblikk i hva som skal til for å finne de rette skuespillerne for de rette rollene.

Alle norske tv-kanaler jakter på dem. De gode tv-formatene som samler store seerskarer. Og som underholder, provoserer og sjokkerer en hel verden. Produksjonsselskapet Endemol står bak noen av de største internasjonale formatsuksessene innen reality- og gameshow, deriblant "Big Brother" og "Deal or no Deal". Sjefen for Endemol USA, David Goldberg, diskuterte i samtale med "Robinson"-gründer Anna Carrfors Bråkenhielm (Silverback) hva som blir den neste store trenden i tv-underholdning.

"Veldig spennende program"

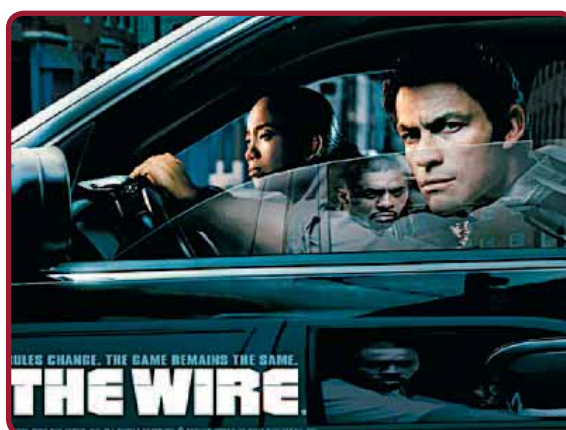
Deltaker*



Wayne Hardy og Donal MacIntyre, i "Mr. Undercover og mannen han ødela"



Alexa Fogel



The Wire, HBO

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

Washington Posts videojournalist Travis Fox har vunnet en rekke prestisjetunge priser for sine innovative video-reportasjer. Han avslørte noen av hemmelighetene bak sine produksjoner, og hva han tror blir det neste store innen avis- og nettjournalistikk.

Fra det rent produksjonsmessige til de store politiske vurderinger: CNNs nyhetsanker Fionnuala Sweeney presenterte kanalens strategi for å vinne seere i et sterkt konkurransepreget marked, og spesielt i forhold til dekningen av det amerikanske valget.



Travis Fox

Foto: Anne Rigmor Hopland



Intervjuer Anette With, Anna Carrfors Bråkenhielm og David Goldberg i "The next Big Thing"

Foto: Gaute Singstad

Islam vs. ytringsfriheten

Fra Canada kom produsentene Mary Darling og Clark Donnelly, som står bak knallsuksessen "Little Mosque on the Prairie", en sitcom som regelrett bolttrer seg i misforståelsene mellom muslimske og ikke-muslimske samfunn.

Den kanadiske serien klarer den vanskelige balansegangen med å lage humor av religiøse og kulturelle forskjeller. Klarer norske redaktører å balansere like godt? Eller sover Norge i timen når ytringsfriheten blir satt på prøve? Karikaturtegnningene av Muhammed har ført til sterke reaksjoner. Gir norske redaktører etter for presset fra de islamske fundamentalistene, eller er det ikke journalistisk relevant å trykke de kontroversielle tegningene? Det ble til tider høy temperatur mellom debattantene i sesjonen "Islamistene vs. Ytringsfriheten 1-0?".



Christine Præsttun (NRK), Anna Libak (Weekendavisen), Mohammad Usman Rana (frilans), Einar Hålien (Bergens Tidende) og Per Edgar Kokkvold (Norsk Presseforbund) i "Islamistene vs. Ytringsfriheten 1-0?"

Foto: Gaute Singstad

Inn i krystallkulen

Hva skjer egentlig med tv, radio og avis? Ligger de alle på dødsleiet, eller vil de oppleve en ny renessanse og tilbakevise alle rykter om en snarlig død?

Internett får skylden for å ta livet av papiravisene, men er dette den hele og fulle sannheten? Lederne for Dagens Næringsliv, A-pressen, Bergens Tidende, VG og Dagbladet diskuterte visjoner og fremtidsscenarioer for sine respektive mediehus, og for avismediet generelt.

Toppsjefene i de største skandinaviske tv-kanalene – DR, SVT, NRK, TV 2 Norge og TV 2 Danmark – opplever krevende tider. I "Nordisk toppmøte" presenterte de sine strategier for å forbli toneangivende og store i en stadig mer fragmentert og uforutsigbar tv-verden. Hva skjer i kampen om nyheter og sportsrettigheter, og hvor går egentlig pengestrømmen i media?

Pengestrømmen var også hovedtema i en egen sesjon som rettet seg mot vår nasjonale mediedam. Tidligere adm. dir. i Telenor Broadcast, Stig Eide Sivertsen, adm. dir. Torry Pedersen i VG, direktør for A-pressen lokale medier John Kvadsheim og professor i samfunnsøkonomi ved NHH Guttorm Schjelderup gav en fullstappet sal sine spådommer om hvem som egentlig kommer til å betale for mediemoraa i fremtiden.



Moderator Bente Engesland (KK), Amund Djuve (Dagens Næringsliv), Anne Aasheim (Dagbladet), Helje Solberg (VG), Einar Hålien (Bergens Tidende) og Thor Gjermund Eriksen (A-pressen) i "Slik skal avisene overleve"

Foto: Gaute Singstad



Alf Hildrum (TV 2) og Merete Eldrup (TV 2 Danmark) i "Nordisk toppmøte"

Foto: Gaute Singstad



Torry Pedersen (VG), John Kvadsheim (A-pressen) og Guttorm Schjelderup (NHH) i "Hvor går pengestrømmen?"

Foto: Gaute Singstad

Mange oppskrifter på suksess

Hvordan og hvorfor blir et tv-program en suksess? Hvordan foregår utviklingsprosessen og hva er utfordringene underveis? "Little Mosque on the Prairie" er allerede nevnt. I tillegg fikk vi høre historiene bak den danske braksuksessen "Forbrytelsen" og NRK-seriene "Jordmødrene" og "Norsk attraksjon". Og ikke minst TV 2s "Hotel Cæsar", som i år fyller ti år, en helt unik suksess i norsk tv-sammenheng.

Alle disse seriene har vært seermagneter det siste året, og representerer i tillegg noe nytt, innovativt og til tider grense-sprengende for norsk tv-produksjon. Det samme kan trygt sies om Bård Tufte Johansen og Harald Eia, som i over et tiår har gledet og forarget det norske tv-publikum med sin markante humor. Direkte fra kringkastingskonferansen INPUT i Sør-Afrika, bevæpnet med flipover, overhead og sprittusj, viste de publikum hvordan det morsomme blir til.

Dokumentarserien "Bak lukkede dører" skapte store overskrifter i vår, og førte blant annet til høylytte diskusjoner om prosessen rundt Tromsøs OL-søknad og partiet Høyres medie-strategi. Fra produsentenes side var serien en stor suksess, men for enkelte av deltakerne hadde resultatet en betydelig bismak. Kritiske røster har også beskyldt produsentene for at mye av innholdet var regissert. Serien fulgte utvalgte politiske beslutningsprosesser fra innsiden. Blant annet ble Høyres partileder Erna Solberg fulgt av kamera det siste halvåret før kommunevalget i 2007. Under Mediedagene innrømmet hun at hun ikke ville gjort det igjen.

Husker du "Lekestue", "Brødrene Dal" og "Pompel og Pilt"? Det ble en nostalgisk tur i barndommens rike da NRKs Kalle Fürst og sosiolog Marit Haldar tok publikum med på en reise gjennom Barne-tv's utvikling og historie.



Linda Eide, "Norsk attraksjon"

Foto: Anne Rigmor Hopland



Harald Eia i "Bård & Harald: Fra morsomt til morsomst!" Foto: Gaute Singstad



Moderator Terje Svabø (TV 2), Morten Møller Warmedal (NRK), Erna Solberg (Høyre) og Jarle Aabø (Aabø & Co) i "Bak lukkede dører"

Foto: Rebecca S. Høseth



Kalle Fürst (NRK) og Marit Haldar (Høgskolen i Oslo) i "Fra Falkeklubben til Barnas Supershow"

Foto: Gaute Singstad

For første gang var også magasiner og ukeblader representert i programmet. Wallpaper-gründer Tyler Brûlé satser høyt med Monocle, magasinet som skal være "den globale stemmen". Amelia Adamo er på sin side Sveriges mest suksessrike magasingründer. Hun har gjennom årene startet og ledet en rekke ukeblader og magasiner. Brûlé og Adamo delte noen av hemmelighetene bak hvordan en magasinsuksess blir til.

Dramaet i Kabul

Under Mediedagene i fjor diskuterte utenrikskorrespondent Fredrik Græsvik og journalist Aage Aune (TV 2) risikoene ved krigsreportasjer med Hege Duckert (Dagbladet). Bare et halvt år senere ble samtalen brutal virkelighet da Duckerts kollega Carsten Thommassen ble drept på jobb i Kabul. Sammen med VG-fotograf Harald Henden, som også var til stede i Kabul, fortalte Græsvik den gripende og dramatiske historien om hva som skjedde de kaotiske timene på Hotell Serena.

I tillegg fortalte den svenske gravejournalisten Fredrik Laurin om hvordan han avslørte Sveriges medvirkning til ulovlig amerikansk fangetransport via Europa. Tv-produsenter, journalister og forskere braket sammen i en heftig debatt om tv-aksjonene. Er de bare et ukritisk mikrofonstativ for bistandsaktørene eller et verdifullt bidrag til norsk u-hjelp?

Andre stikkord fra programmet er snikpremiere på høstens store dramasatsning i NRK, "Himmelblå", journalistisk dokumentasjon av miljøkrisen (se s. 27), digital storytelling, Hollywood i streik, journalistikk i EU, radiodokumentar, OL i Kina og PR-industrien. Og ikke minst fikk mange en annerledes innfallsvinkel til samarbeid i den musikalske sesjonen "Jazzcode: The universal language of instant teamwork".



Tyler Brûlé i "Jorden rundt på 100 sider"

Foto: Gaute Singstad



Håkon Haugsbø (NRK) i "TV-aksjonen: Journalistikk som propaganda?"

Foto: Anne Rigmor Hopland

**"Bra faglig utbytte og relevans, men også noe på siden.
Det var en fin miks!"**

Deltaker*

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

RAPPORT Nordiske Mediedager 2008

PROGRAMOVERSIKT

ONSDAG 7. MAI				
09:00-14:30	NMD Ung: BAK FASADEN, ungdomskonferanse, Bankettsalen, Radisson SAS Hotel Norge. Konferansier: Guri Solberg. Kåring av vinner i videokonkurransen "Krise"			
12:30	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN, inngang 3A			
12:45	FILMVISNING: LITTLE MOSQUE ON THE PRAIRIE, del 1-2, Klokkeklang [E] ■			
14:00	FILMVISNING: DET BRUTTE LØFTET, del 1 og 4, Klokkeklang ■			
16:15	FILMVISNING: WAYNE'S WORLD, Klokkeklang [E] ■			
18:00	ÅPNING Peer Gynt Salen, Grieghallen, v/konferansier Guri Heftye. Kultur- og kirkeminister Trond Giske, byrådsleder Monica Mæzland, Heine Totland, Gisle Børge Styve, "The fighting five" m.fl.			
19:00	MOTTAKELSE Grieghallens spiss, v/Bergen kommune. Deretter festivaltreff på Bocca			
19:15	KRITISK FOR KLODEN v/Frode Frøyland. Studentersamfunnet. "Egget", Studentsenteret, Parkveien			
20:30	DEN STORE PRISFESTEN Logen Teater, v/ konferansier Stål Talsnes, Marit Voldsæter, Espen Beranek Holm, Olav Mugaas, Bjarte Hjelmeland, Sven Erik Omdal m.fl.			
TORS DAG 8. MAI				
08:00	PEER GYNT	KLOKKEKLANG	TROLDTOG	SMÅTROLL
08:00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN, inngang 3A			
09:15-10:00	DUMME JOURNALISTER v/Frank Aarebrot [NR] ■ ■	HVORDAN BEGÅ "FORBRYTELSEN" v/intervjuer Kjetil Lismoen, Piv Bernth ■	HOLLYWOOD I STREIK v/Miranda Banks [E] ■ ■	
10:15-11:00	SKAL VIL ELLER GRÅTE? [NR] v/moderator Knut Olsen, Audun Lysbakken, Marie Simonsen, Thomas Spence, Frank Aarebrot ■ ■	LITTLE MOSQUE ON THE PRAIRIE v/Mary Darling, Clark Donnelly [E] ■ ■	BRUDD PÅ MENNESKERETTER - INORGE? v/Arets vinner ■ ■	
11:15-12:15	TYLER BRÛLÉ - JORDEN RUNDT PÅ 100 SIDER v/Tyler Brûlé [E] ■ ■	HVOR GÅR PENGESTRØMMEN? v/moderator Anders Magnus, John Kvadsheim, Torry Pedersen, Guttorm Schjelderup, Stig Eide Sivertsen [NR] ■	HEI FRA EU v/Aukse Balcytiene, Frank Rossavik [E] ■ ■	WORKSHOP: VIDEO 4 ■ ■
12:15-13:15	LUNSJ i Grieghallens spiss (inngang v/Peer Gynt Salen)			
13:15-14:15	NORDISK TOPPMØTE v/moderator Trygve Rønningen, Hans-Tore Bjerkaas, Merete Eldrup, Eva Hamilton, Alf Hildrum, Kenneth Plummer [NR] ■ ■	NÅR TV ER BEST I AVIS v/intervjuer Siri Lill Mannes, Travis Fox [E] ■ ■	DEN NYE MEDIEØKOLOGIEN v/Marika Lüders [E] ■	
14:30-15:15	HOTEL CÆSAR GJENNOM TI ÅR v/intervjuer Anne Lindmo, Arild Brubak, Peter Falk, Anette Hoff, Tom Sterri ■ ■	TIDENES MEDIEVANER - MEDIEUNDER-SØKELSEN GJENNOM TI ÅR v/Helge Østbye ■	NM - EM - VM: HVORDAN BLI VERDENS BESTE PÅ RADIO v/Kari Hesthamar ■ ■	WORKSHOP: MEDIAREKRUTTERING ■
15:30-16:15	JAZZCODE v/Carl Størmer, Dag Arnesen, Knut Riisnæs, Sigurd Ulveseth ■	MAGASINMAKEREN v/Amelia Adamo [NR] ■	KLODE I KRISE v/Frode Frøyland ■ ■	WORKSHOP: IRM ■ ■ Mrk: start kl. 15:45
16:30-17:30	SLIK SKAL AVISENE OVERLEVE v/moderator Bente Engesland, Amund Djuve, Thor Gjermund Eriksen, Einar Hålien, Helje Solberg, Anne Aasheim ■	TILBAKE TIL FREMTIDEN - 3.0 v/Anders Grottlieb-Nygaard ■	DRAMAET I KABUL v/intervjuer Hege Duckert, Fredrik Græsvik, Harald Henden ■ ■	
19:15	"LILLE OSLO ER EN EGEN PLANET" v/Hilde Sandvik, Marie Simonsen, Erling Sande. Studentersamfunnet, Studenten, Vaskerelvsmauet			
20:00	MEDIESPESIAL: HJELPEKORPSET v/Solveig Kloppen og Helen Vikstvedt, Logen Teater			
21:30	DEN STORE MEDIEQUIZEN v/Atle Nielsen, Logen Teater			
FREDAG 9. MAI				
08:00	PEER GYNT	KLOKKEKLANG	TROLDTOG	SMÅTROLL
08:00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN, inngang 3A			
09:15-10:00	ALEXA FOGEL, THE WIRE, HAR LEVERT VERDENS BESTE CASTINGJOBB v/intervjuer Kjetil Lismoen, Alexa Fogel [E] ■ ■	LIVETS UNDER - PÅ TV v/intervjuer Siren Henschien, Chris Foss, Mette Schau Sørli, Silje Ulvestad ■ ■	NÅR SMÅ BLIR STORE v/moderator Bjørn Eckblad, Lasse Kokvik, Kjetil Nilsen, Marie Nilsson, Erik Nord ■	
10:15-11:00	THE NEXT BIG THING v/intervjuer Nina Stensrud Martin, Anna Carr-fors Bråkenhielm, David Goldberg [E] ■ ■	NORSK ATTRAKSJON - UNDER GRILLDRESSEN! v/Linda Eide, Kristin H. Hauge ■ ■	DIGITAL STORYTELLING - SHAPING THE WISDOM OF THE CROWDS v/Jonathan Marks [E] ■ ■	PRESSEKONFERANSE: A-PRESSENS KVARTALSRAPPORT Mrk: start kl. 10:00
11:15-12:15	FRA FALKEKLUBBEN TIL BARNAS SUPERSHOW v/Kalle Fürst, Marit Haldar ■ ■	NÅR JOURNALISTER BLIR AKTIVISTER v/moderator Terje Svabø, Urban Löfqvist, Ole Torp ■ ■	FRA LITEN NOTIS TIL VERDENSSENSASJON v/Fredrik Laurin ■ ■	WORKSHOP: ESCENIC ■ ■
12:15-13:00	LUNSJ i Grieghallens spiss (inngang v/Peer Gynt salen)			
13:15-14:15	MR. UNDERCOVER OG MANNEN HAN ØDELA v/Donal MacIntyre, Wayne Hardy [E] ■ ■	HIMMELBLÅ - ENGELSK DRAMA PÅ NORSK v/moderator Øyvør Dalan Vik, Timothy Prager, Line Verndal, Petter Wallace [E] ■ ■	TV-AKSJONEN: JOURNALISTIKK SOM PROPAGANDA? v/moderator Hilde Sandvik, Nils Ketil Andresen, Håkon Haugsbø, Per Christian Magnus, Terje Tvedt ■ ■	
14:30-15:15	ISLAMISTENE VS YTRINGSFRIHETEN 1-0? v/moderator Christine Præstun, Einar Hålien, Per Edgar Kokkvold, Anna Libak, Mohammad Usman Rana ■ ■	DET AMERIKANSKE VALGET: MEDIAS ROLLE, OG HVA BETYR DET FOR DEG? v/Fionnuala Sweeney [E] ■ ■	DEN TOPPTRENTE KILDEN v/moderator Knut Olsen, Lars Erik Grønntun, Trine Eilertsen, Beate Barth-Nossum, Ola Morten Aanestad ■ ■	
15:30-16:15	BÅRD & HARALD: FRA MORSOMT TIL MORSOMST! v/Harald Eia, Bård Tufte Johansen ■ ■	BAK LUKKEDE DØRER v/moderator Terje Svabø, Erna Solberg, Morten Møller Warmedal, Jarle Aabø ■ ■		
18:00	MEDIEMINGLING Bocca			
LØRDAG 10. MAI				
18:30	GULLRUTEN, Grieghallen			

Nordiske Mediedager presenterte også i år en sterk og internasjonal gjesteliste. De 115 bidragsyterne på scenen kom fra en rekke ulike land: USA, England, Canada, Litauen, Nederland, Sverige og Danmark var representert med 23 foredragsholdere og debattanter. Andelen internasjonale bidragsytere var 20 %, en økning på 7 % i forhold til 2007.



Fionnuala Sweeney
Anker, CNN



Amelia Adamo
Sjefredaktør, M



Eva Hamilton
VD, SVT



Merete Eldrup
Administrerende direktør,
TV 2 Danmark



David Goldberg
CEO, Endemol USA



**Anna Carrfors
Bråkenhielm**
CEO, Silverback



Jonathan Marks
Director, Critical Distance BV



Piv Bernth
Produsent, DR Fiktion/Drama



Mary Darling
Executive Producer,
WestWind Pictures

Vi arbeider aktivt for å øke den internasjonale delen av programmet. Input fra internasjonale foregangspersoner kan bidra til kompetanseheving for den nasjonale bransjen, og vi ser at våre deltakere er svært interessert i input "utenfra". Samtidig er det viktig å understreke at den norske mediebransjen besit-

ter vesentlig kompetanse på alle felt. Kompetanseoverføring mellom kolleger er et sentralt aspekt ved Nordiske Mediedager, og foredrag og debatter med aktuelle nasjonale tema er naturlig nok også populære.



Erik Nord

Adm. dir, Telenor Media &
Content Services



Linda Eide

Journalist, NRK



Bård Tufte Johansen

Komiker, NRK



Marie Simonsen

Politisk redaktør, Dagbladet



Lasse Kokvik

CEO, TV3/Viasat 4



Siri Lill Mannes

Anker, TV 2



Hans-Tore Bjerkaas

Kringkastingssjef, NRK



Amund Djuve

Sjefredaktør, Dagens Næringsliv



Anette Hoff

Skuespiller, Hotel Cæsar

Mediedagene har gjennom flere år arbeidet for å styrke den kvinnelige andelen foredragsholdere og debatt deltakere. Vi økte kvinneandelen fra like over 20 % i fjor til 28,7 % i år. Dette er en positiv utvikling, men kjønnsfordelingen er fortsatt for ujevn i forhold til våre ønsker.

Tilbakemeldingene fra deltakerne er positive, både i forhold til programmets sammensetning, kvaliteten på bidragsyterne og selve innholdet. Vi ser at vår satsning på egne sesjoner for

magasin- og PR/informasjonsbransjen blir godt mottatt. Som nevnt ønsker vi å øke antallet internasjonale foredragsholdere og internasjonalt relaterte tema ytterligere. Vi vil også inkludere teknologi og webrelaterte tema sterkere i programmet, og sette et enda større fokus på nye trender og morgendagens mediebilde.

"Fin variasjon i tema, nasjonalitet, formidlingsform og kjønn!"

Deltaker *

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

Helt siden 1999 har fagkonferansen utarbeidet en unik og omfattende opinionsundersøkelse hvor både mediebrukere og mediefolk har svart på spørsmål om alt fra mediepolitikk og medias makt, til mer konkrete og aktuelle spørsmål knyttet til den løpende mediedebatt.

Det unike ved undersøkelsen er at den også ser utviklingen i mediene med brukernes øyne, samt gir oppdatert kunnskap om hva journalister mener om sine roller og sin makt. Ved å gjennomføre denne undersøkelsen årlig får man god innsikt

i forholdet mellom brukere og media, i tillegg til at man ser utvikling i et lengre tidsperspektiv enn bare fra år til år. Respondentene får spørsmål om blant annet tv-vaner, radiovaner, avislesing og ukepresse. Politisk tilhørighet og spørsmål om aktuelle saker i den løpende mediedebatten inkluderes også.

Avisene er MER POP

Avisene har økt litt i popularitet siden i fjor, men er blitt gradvis mindre sentrale for folk flest. Nettet er viktigst for de unge. Og menn er på vei over i ungdommenes mediemønster.

Nordiske Mediedagers årlige spørreundersøkelse avslører en del både skremmende og morsomme sider ved medievanene våre.

Mest skremmende er det for avis- og radiopublikumene, selv om avisen i år er viktigst for 23 prosent, mot 20 i fjor. Årets undersøkelse.

Journalister og redaktører har helt andre brukermønstre og valg enn andre.

NETT PÅ TOPP: Undersøkelsen er laget av Norsk Respons på oppdrag for Nordiske Mediedager. Det er niende år på rad undersøkelsen gjøres. I alt på rad undersøkelsen gjøres. I alt på rad undersøkelsen gjøres. I alt på rad undersøkelsen gjøres.

Men nettet er viktigst for ungdommen

KOM OG PRØV VÅRE BÅTER
I BERGEN OG OSLO DENNE UKEN

Folk flest ser på TV

Mens redaktører og journalister er de mest trofaste avis-tilhengerne, er folk flest mest trofaste TV-seere.

Tabellen viser de siste svar på spørsmålet: Hvis du vurderer mediene valg av stoff, hvilket medium er det du som dekker dine interesser best?

Medie	Prosent	Antall	Netto
TV	26 %	19 %	12 %
Radio	12 %	11 %	2 %
Avis	23 %	38 %	83 %
Ukepresse	3 %	2 %	9 %
Internett	24 %	28 %	17 %
Avnet	2 %	0 %	0
Andet svar	2 %	2 %	4 %
Antall spørre	800	500	250

Undersøkelsen er gjennomført av Norsk Respons for Nordiske Mediedager.

Som del av markeringen av undersøkelsens tiende utgave har Nordiske Mediedager fra 2006 til 2008 utvidet undersøkelsene til å omfatte en tredje gruppe, i tillegg til publikum og journalister. Disse kan beskrives som premissleverandører

for hva som møter publikum i norske medier. I 2006 deltok medlemmer av Norsk Kommunikasjonsforening, og i 2007 medlemmer av Den Norske Advokatforening. Resultatene har vært både overraskende og interessante.

I år valgte vi å gjennomføre en kunnskapstest, med norske redaktører som den tredje respondentgruppen. Resultatene ble av flere beskrevet som nedslående for den norske journalist- og redaktørstand.

-PINLIG kunnskapsnivå

Av HANS PETTER AASS
STAVANGER (VG) Her kommer en undersøkelse som vil gi vann på mølla for mediekritikere som mener norske mediefolk ikke aner hva de holder på med.

Kunnskapstesten Norsk Respons har gjort for arrangørene av Nordiske Mediedager i Bergen i mai, avdekker nemlig til dels grove mangler i allmennoversikten til både journalister og redaktører.

Fåfallende mange svarer for eksempel feil på viktige samfunnsprospers-
mal som hva KS er, hvem som eier og

driver de offentlige sykehusene og hvem som har gitt NATO i oppdrag å delta med militære styrker i Afghanistan.

Jeg er sjokkert over resultatene. Det er flaut, pinlig og til dels skremmende det som fremkommer i denne undersøkelsen. Dette står til stryk, mener professor i sammenlignende politikk ved Universitetet i Bergen, Frank Aarebrot.

500 journalister og 250 redaktører har svart på ti kunnskapsspørsmål.

Og mange bommer stygt på halvparten av oppgaven – til tross for at de fikk alternativer å velge mellom.

Krig og fred og sann

Også 800 privatpersoner er blitt stilt overfor den samme utfordringen – og publikum scorer faktisk bedre på flere

områder enn dem som har som yrke å holde folk oppdatert.

De fleste redaktører og journalister vet hva NAV og AFP er. De kjenner også til hva Treholt-saken og Kyoto-avtalen gikk ut på, og at USA er medlem av WTO.

Men heller ikke her er svarene 100 prosent. Det er for eksempel fire prosent av journalistene og syv prosent av redaktørene som ikke vet at USA er med i WTO. Det er i seg selv for dårlig i disse yrkesgruppene, men kunne vært akseptert hadde fellesskapet vært like lav i de fem spørsmålene hvor resultatet ikke kan karakteriseres som annet enn sensasjonelt svake, sier Aarebrot.

Her er de mest oppsiktsvekkende resultatene:

● 36 prosent av norske journalister tror at KS er en fagforening for kommunensansatte, mens det er 33 prosent av redaktørene som tror det samme. Blant publikum er det «bare» 32 prosent som tror KS er en fagforening.

● 27 prosent av journalistene, og 15 prosent av redaktørene har ikke fått med seg at det er staten som nå eier og driver helseforetakene og de offentlige sykehusene. Blant publikum er det 39 prosent som ikke vet dette.

● 31 prosent av journalistene og 25 prosent av redaktørene vet ikke at et primærvalg er et nominasjonsvalg. Blant publikum er det 65 prosent som ikke vet dette.

● 82 prosent av journalistene og 81 prosent av redaktørene vet ikke at USA er medlem av OSSE (Organisas-



Aarebrot sjokkert etter spørreundersøkelse blant mediefolk

RYSTER: – Resultater som dette er en trussel

mot medienes troverdighet, frykter professor Frank Aarebrot.

Foto: HALLGEIR VÅGENES

sjonen for samarbeid og sikkerhet i Europa). Blant publikum er det «bare» 76 prosent som ikke vet dette.

● 41 prosent av journalistene og 33 prosent av redaktørene vet ikke at det er FN som har gitt NATO i oppdrag å delta med militære styrker i Afghanistan. Blant publikum er det 51 prosent som ikke vet dette.

– Oppsiktsvekkende

Når det gjelder eierforholdene for helseforetakene og på spørsmålet om KS, er det flest journalister i nettavisene og riksendekkende TV – samt de som jobber med sport og foto – som tror KS er en

fagforening. Verre er det nok likevel at hele 34 prosent av de journalistene som arbeider med politikk, samfunn og økonomi tror det samme.

Neste år er det ti år siden Nordiske Mediedager ble arrangert for første gang. I forbindelse med hver eneste utgave av mediefestivalen er det gjort spørreunder-

søkelser og meningsmålinger i forkant om aktuelle tema.

– Dette er det mest oppsiktsvekkende resultatet vi har fått i løpet av disse årene. Jeg blir bare trist av dette, sier Torgeir Foss, ansvarlig for undersøkelsen helt siden 1999.

E-post: Hans.petter.aass@vg.no

Skuffet Kokkvold

Av HANS PETTER AASS
STAVANGER (VG) – Denne undersøkelsen bidrar ikke til at pressefolks allerede lave anseelse blir noe bedre.

Norsk Presseforbunds generalsekretær Per Edgar Kokkvold legger ikke å skjul på at han er skuffet over resultatene av kunnskapstesten blant norske journalister og redaktører.

– Nå får vi bare håpe at redaktørene ikke trekker på skuldrene, og tenker at dette ikke er så færlig. For det er det jo. Dette går jo på troverdigheten løs. Når andre samfunnsgrupper blir møtt med slike avslørende undersøkelser, krever jo vi pressefolk at noe skal gjøres. Slik bør det være her også, sier Kokkvold.

Han er ikke i tvil om at alle som har anklaget pressefolk for å være dårlig skodd kunnskapsmessig nå vil få blod på tann.

Klarer du det bedre enn journalistene?

Hovedresultatene fra årets undersøkelse ble presentert under konferansen av professor i Sammenlignende politikk ved Universitetet i Bergen, Frank Aarebrot. Presentasjonen ble etterfulgt av en engasjerende debatt mellom representanter

for journalister, redaktører og politikere. SVs Audun Lysbakken, Marie Simonsen (Dagbladet), Thomas Spence (Aftenposten) og Frank Aarebrot deltok i panelet. Debatten ble ledet av Knut Olsen (NRK).

“Debatten ble en sjokkoplevelse som vil ha varig effekt”

Deltaker *

Torgeir Foss (TV 2), Frank Aarebrot (UiB) og Thore Gaard Olaussen (Respons, tidl. Norsk Respons / Opinion) har vært ansvarlige for undersøkelsene siden starten. Medieundersøkelsen blir støttet av Institusjonen Fritt Ord.

Frank Aarebrot (UiB), Marie Simonsen (Dagbladet), Thomas Spence (Aftenposten) og Audun Lysbakken (SV) i “Skal vi le eller gråte?”

Foto: Gaute Singstad



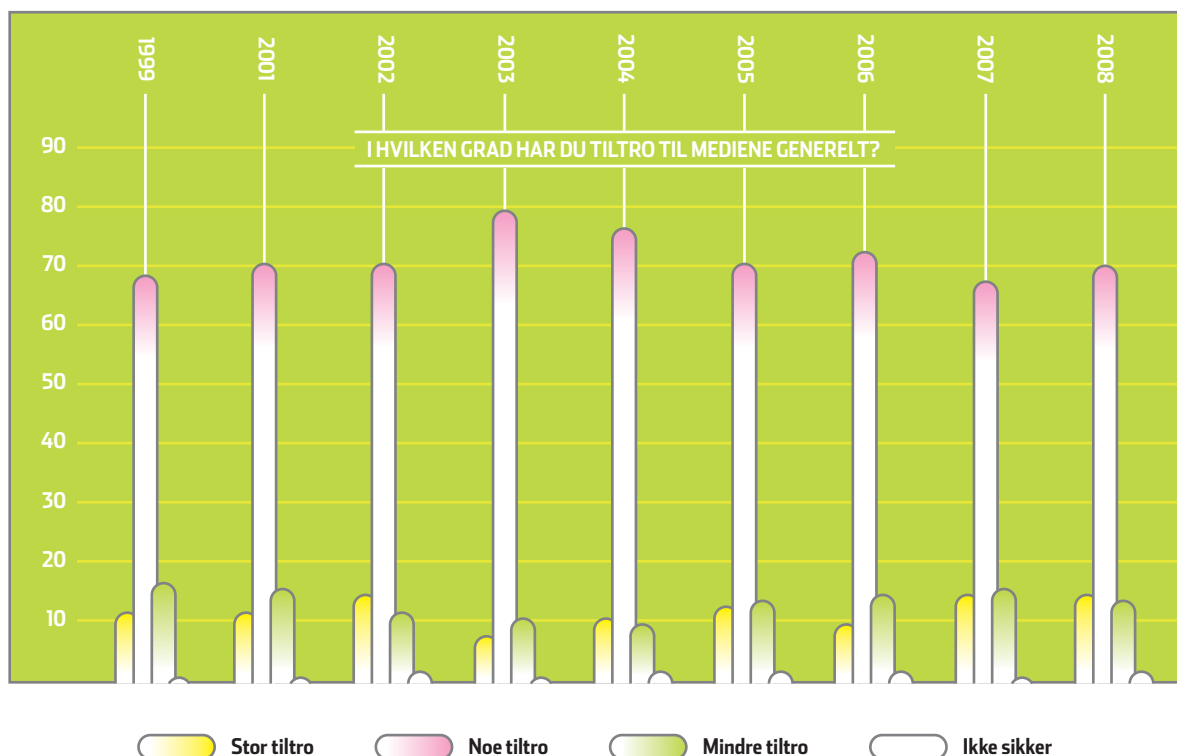
* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

10 ÅRS MEDIEVANER UNDER LUPEN

I forbindelse med markeringen av undersøkelsens tiende utgave, og i samarbeid med Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen, utarbeides en statistisk og samfunnsvitenskapelig analyse av de resultatene som foreligger.

Materialet danner et unikt grunnlag for en grundig statistisk og samfunnsvitenskapelig analyse omkring norske medier og norsk journalistikk, særlig med tanke på kartlegging av holdningsendringer innen journalistikken, endringer i medievaner

og endringer i forholdet mellom journalister og publikum. Forskningsprosjektet tar sikte på å analysere materialet med henblikk på journalistikkens og medienes samfunnsrolle. Norske medier har de siste 10 årene gjennomgått store



omveltninger. Digitalisering, konvergens, ny teknologi, opplagsfall, formatendring, eierkonsentrasjon, multimedieplattformer og endringer i journalistiske arbeidsvilkår er noen av stikkordene. En systematisk analyse av medieundersøkelsens materiale er særlig betimelig med tanke på de siste 10 års utvikling innen mediebransjen, og med tanke på at mediene står overfor en uoversiktlig fremtid.

En faglig gjennomgang av resultatene vil altså si noe om utviklingen i norsk journalistikk og medievaner gjennom 10 år. Samtidig åpner prosjektet for nye innfallsvinkler til videre undersøkelser i årene som kommer, og baner vei for nye forskningsprosjekter. Professor i medievitenskap ved Universitetet i Bergen, Helge Østbye, er ansvarlig for analysen. Han la frem sine foreløpige funn under årets konferanse. Analysen vil fortsette fremover, og vil i 2009 resultere i en presentasjon som viser resultatene fra medieundersøkelsens 10 første leveår. Et spørsmål som har vært sentralt i alle de 10 årene er publikums tillit til media.

Befolkningens tillit til mediene har altså ikke forandret seg vesentlig det siste tiåret, til tross for at den offentlige mediekritikken har økt. Dette overrasker Østbye: "Akkurat det at det ikke skjer noen dramatisk endring i tilliten er interessant, nettopp fordi det har vært mye diskusjon om tillit i mediene".

Det er imidlertid verd å merke seg at andelen som har stor tillit til mediene er svært liten. Journalistene har på sin side atskillig større tillit til norske medier enn den øvrige befolkningen, mens redaktørene igjen er langt mer positive enn journalistene. Dette er noen av de resultatene som gjør at medieundersøkelsen hvert år blir gjenstand for store diskusjoner både i mediene og internt i de ulike mediebedriftene. Vi vet at resultatene også har vært gjenstand for stor oppmerksomhet internt i advokat- og kommunikasjonsbransjen. De årlige medieundersøkelsene blir presentert i sin helhet på www.mediedager.no.

[NYHETER](#)
[SPORT](#)
[MAGASIN](#)
[TV](#)
[RADIO](#)
[NRK NETT-TV](#)
[NRK NETTRADIO](#)

[NRK](#)
[Nyheter](#)
[Kultur](#)
13.05.2008

Kultur

[PÅ TV](#)
[PÅ RADIO](#)
[ANMELDELSE](#)
[MUSIKK](#)
[LITTERATUR](#)
[FILM](#)
[SPILL](#)

7 av 10 nordmenn har tillit til mediene

Tilliten til norske medier har ikke endret seg gjennom de siste ti årene. Det viser medieundersøkelsen som presenteres under Nordiske Mediedager i Bergen i dag.

LENN HEVOLD BODØEN
lenne.medi@nrk.no

Publisert: 09.05.2008 12:14

10 SISTE KULTUR

- Hypnotisk: Suggerende, magisk
- Harry Potter er forbudt
- Nasjonalmuseets midlertidige leder
- Her ikke utpekt ny direktør
- Toaletter til Stortinget
- Får massiv kritikk
- Nestes innreise til Gaza
- Styret må sitte
- Giske må kaste styret
- Nasjonalpoet er død

Nasjonalmuseets nye sjef

- Håper det blir en kort periode, sier Ingvar Pettersen, midlertidig leder.

Bakgrunn: Ingvar Pettersen

LVD: Intervju med Ingvar Pettersen

Knusende rapport

Hele ledelsen ved Nasjonalmuseet får gjennomgå.

VIDE0: Knusende rapport

Bokhesten 2008

- Ikke lett å være debutant i høst, mener Aslak Sire Myhre.

LVD: Bokhesten 2008

Mahmoud Darwish død

Palestinernes nasjonalpoet døde i dag. - En av de fremste arabiske moderne diktere, mener Gunvor Mejdell, professor i arabisk.

LVD: Mahmoud Darwish

LVS: Nasjonalpoet er død

Det norske folk har tillit til det mediene formidler gjennom aviser, tv, radio og internett. Sju av ti har noe eller delvis tillit til mediene, forteller medieprofessor Helge Østbye ved universitetet i Bergen.

- **Mønsteret er veldig stabilt; en av sju har stor tillit, sju av ti har noe eller delvis tillit, mens bare en av sju har klar mistillit, sier Østbye.**
- **Overraskende stabilt**
Dette overrasker professoren, som i dag presenterer tallene fra medieundersøkelsen gjennom snart 10 år, under Nordiske mediedager i Bergen.
- **Interessant at det ikke har skjedd større endringer i dette mønsteret i løpet av 10 år. Det har vært ti år med mye debatt om de feilene mediene gjør, men likevel har mønsteret vært utrolig stabilt.**

Østbye skal i tiden framover analysere flere data fra medieundersøkelsene, som har vært gjort siden 1999. Respons står bak den årlige spørserunden til 800 personer. Og tross betydelige endringer i medielibudet siden slutten av 90-tallet, er tilliten folk har til mediene stabil.

- Egentlig tror jeg mønsteret er stabilt fordi det har vært en underliggende stabilitet hos folk, og grunnleggende oppfatning som er vanskelig å endre. Noen endringer kan ha forekommet rundt en Tenne-sak eller en annen stor debatt om mediene, men stort sett vil det gamle mønsteret komme tilbake etter en tid, sier Østbye.

- **Må ha tillit til mediene**
Tillitsforholdet er viktig i det norske samfunn meiner professoren.
- **Det ville vært et faresignal hvis en veldig stor del av befolkningen hadde hatt stor tillit til mediene, og det vil være et opplagt faresignal hvis tilliten til mediene blir lav. Mediene er viktige formidlere av hvordan verden utenfor oss selv ser ut, sier han.**

Kommentarer (1)

[Delta i diskusjonen her.](#)

[Vis alle](#)

[He he.](#)

Skrivet av: Blumi

NRK begynner å bli desperate ser jeg.

Svar

Vare

"Vi er igjen veldig imponert over utførelsen og opplevelsen av Mediedagene. Jeg synes i tillegg at planleggingen og gjennomføringen av egen workshop gikk smidig, og sitter igjen med en meget god totalopplevelse av Mediedagene 08".

Vibeke Gran,

Adm.- og markedsansvarlig, Mediarekruttering AS



Foto: Gaute Singstad

Under Nordiske Mediedager arrangeres det også en mediemesse. Her får leverandører med relevans for mediebransjen mulighet til å presentere sine produkter og satsninger.

I år var det til sammen 16 ulike utstillere på mediemessen, én mer enn i 2007. Seks av utstillerne var med for første gang, mens de øvrige var gjengangere på Mediedagene. Fokuset på messen er i stor grad teknologisk rettet, men i år var også Handelshøyskolen BI og Institutt for Journalistikk til stede for å presentere relevante etterutdanningstilbud for mediebransjen.

Det er positivt at det både kommer nye aktører til, samtidig som andre ønsker å komme tilbake år etter år. I år måtte vi også for første gang avvise flere henvendelser av plasshensyn. Den økte interessen ser vi som et uttrykk for at Mediedagene oppfattes som en svært viktig profileringsarena og møteplass for mange medierelaterte bedrifter.

Workshops

Vi gjennomførte workshops for første gang i 2007, da tre utvalgte utstillere fikk mulighet til å presentere en case i en 45 minutters sesjon. På samme måte som med utstillerne, var også interessen for å holde workshop økende i år. Det ble avviklet fire totalt, et antall som kunne vært doblet dersom vi hadde gitt alle som ønsket det mulighet.

Vi valgte altså å begrense det til fire i år, men ser potensialet for å utvide dette. Workshopene foregikk i salen Småttroll, og var populære med mange besøkende.

Av de åtte bedriftene som ønsket å holde workshop var det én fra Danmark og to fra Sverige. Det ene svenske foretaket var blant de fire workshopene som fikk plass i år (IRM). Det er gledelig med denne oppmerksomheten i Sverige og Danmark, det signaliserer at vi er i ferd med å få et bredere geografisk nedslagsfelt også på mediemessen.

Utstillere

BUG

Canal Digital

Datakjeden Bergen

DirektMedia

Escenic

eZ Systems

BI/IJ

Interactive Advertising AS

Kampanje

Nera Networks AS

Retriever

Smartcom

Telenor

Video 4

Vi over 60

Workshops

Reklamemarkedets utvikling i Norden v/ IRM

Nye løsninger for nye utfordringer v/ Video 4

Hvordan vinne kampen om de dyktigste arbeidstakerne? v/ Mediarekruttering

Web-tv eller tv for web? v/ Escenic og Vizrt

Selv ikke mediefolk kan leve av fag alene. Etter lange konferansedager med mye faglig input inviterte Nordiske Mediedager derfor til mer eller mindre uformelle arrangement hver kveld fra onsdag 7. til lørdag 10. mai.

Med over 1000 mediefolk i Bergen er kveldsarrangementene egnet for nettverksbygging. Å møtes i mer uformelle omgivelser er en viktig tilleggsverdi ved det å delta på Nordiske Mediedager; muligheten til å treffe nye og gamle kjente blir av mange deltakere fremhevet som en sentral del av opplevelsen.

Åpning

Onsdag 7. mai inviterte Nordiske Mediedager til offisiell åpning i Grieghallen. Tradisjonen tro holdt kulturministeren den

offisielle åpningstalen, og byrådsleder Monica Mæland ønsket velkommen på vegne av Bergen kommune. Ikke minst var årets åpning åsted for Kultur- og kirkedepartementets utdeling av Menneskerettsprisen for journalister (se s. 18). Iblandet det hele var musikalske perler ved Heine Totland og Gisle Børge Styve, og vinnerne av NRK-serien "Showbiz": "The Fighting Five". Like etter åpningen inviterte Bergen kommune til motakelse med bevertning i Grieghallens spiss. Deretter var det duket for Den store prisfesten i Logen teater (se s. 19).

"Jeg har heldigvis løyet på vekten. Jeg er fem kilo tyngre enn jeg sa til dem. Kanskje jeg ikke kommer opp i luften i det hele tatt."

Davy Wathne til iBergen, 08.05.08

Kan Davy Wathne fly ved hjelp av ballonger? Det var ett av spørsmålene Solveig Kloppen og Helen Vikstvedt skulle finne svar på under live-showet "Mediespesial: Hjelpekorps" torsdag kveld. Målet var at Davy Wathne skulle lette ved hjelp av 60 kjempeballonger. Det ble med et ørlite hopp. Bedre gikk det med Solveig Kloppen, som med 48 ballonger svedde ti meter opp i luften, til stor glede for de rundt 1000 bergenserne som hadde samlet seg på Torgallmenningen for å se stuntet.

Solveig Kloppen og Helen Vikstvedt fikk selskap av flere villige hjelpere i jakten på svar på mange mer eller mindre viktige spørsmål i løpet av kvelden. Etterpå ønsket Atle Nielsen velkommen til Den Store Mediequizen, der lag fra ulike mediebedrifter konkurrerte lidenskapelig om de gjeveste premiene. Samme kveld ble konferansens bidragsytere invitert til båttur på byfjorden.

MEDIEMINGLING

Fredag kveld ble både deltakerne på Nordiske Mediedager og hele den lokale mediebransjen invitert til "Mediemingling uten dypere mening", og lørdag 10. mai rullet Grieghallen ut den røde løperen for den ellevte Gullrutenfeiring av og på norsk tv (se s. 20).



Davy Wathne

Foto: Lill Christin Breistein



Brita Møystad Engseth, Guri Solberg og Helen Vikstvedt undersøger motemagasinetes påstand om at "i år er alt lov"

Foto: Lill Christin Breistein

Nordiske Mediedager var i år arena for en rekke prestisjetunge og viktige prisutdelinger:

Menneskerettsprisen for journalister

Kultur- og kirkedepartementet har initiert en egen menneskerettspris for journalister, som er forbeholdt journalister som arbeider for å avsløre brudd på menneskerettigheter i

Norge. Prisen deles ut annethvert år, første gang var i 2006 da den ble tildelt Tore Sandberg for hans arbeid med å avsløre justismord.



I år var Nordiske Mediedager arena for den andre utdelingen av Menneskerettsprisen. Under den offisielle åpningen overrakte Kultur- og kirkeminister Trond Giske prisen på kr. 100 000,- til Olga Stokke, Per Kristian Aale og Reidun Samuelsen fra Aftenposten for reportasjeserien "De Papirløse". Reportasjeserien

beskrev hverdagen til mennesker som uten lovlig opphold har gått under jorden i Norge. Blant annet dokumenterte journalistene at ulike offentlige instanser har høyst forskjellige måter å møte dem på, og avdekket at Norge i flere tilfeller bryter rettighetene til disse innvandrerne.

DEN STORE PRISFESTEN

Onsdag 7. mai var det klart for kåring av

Årets tidsskrift

Årets avis

Årets nettsted

Årets ukepresse- og magasinpris

Den store journalistprisen

Vinner: Kirke og Kultur

Vinner: Hordaland

Vinner: VG Nett

Vinner: Foreldre og barn

Vinner: Helle Aarnes, Bergens Tidende

[illegible]

I tillegg ble det delt ut flere priser og hederlig omtale til en rekke reportasjer, forsider osv. Festen ble ledet av Stål Talsnes fra TV 2, og mellom prisene underholdt komikerduoen Marit Voldsæter og Espen Beranek Holm.

Den store prisfesten ble arrangert i samarbeid med Norsk Redaktørforening, Magasin- og Ukepresseforeningen, Mediebedriftenes Landsforening, Norsk Presseforening og Tidsskriftforeningaen.

"Her inne sit Nord-Europas største samling av norske kjendisar"

Linda Eide, (NRK)

utenfor Grieghallen under sending

For ellefte gang feiret tv-bransjen seg selv med Gullruten, direktesendt fra Grieghallen i Bergen. I år hadde også programleder Dorthe Skappel ekstra grunn til å feire: Hun ledet showet for tiende gang.

268 programmer deltok i årets konkurranse om det gjeve trofeet, 35 flere enn året før. Med 31 nominasjoner ble NRK den dominerende tv-kanalen. TV 2 ble nominert til 18, TVNorge til

syv. Åtte fagjuryer, med tilsammen 56 medlemmer, nominerer og kårer vinnerne innen alle kategorier, unntatt publikumsprisen. I sistnevnte er det seerne selv som stemmer frem sin favoritt.

Årets show ble sendt lørdag 10. mai. Showet samlet i snitt 497 000 seere, og dekket en markedsandel på 41,1 %. Sendingen ble produsert av Dinamo Story.



Programleder Dorthe Skappel

Foto: Se&Hør



Sturla Berg-Johansen (TV 2) fikk "Folkets pris"

Foto: Se&Hør



Geir Helljesen (NRK) fikk Hedersprisen under Gullruten 2008

Foto: Se&Hør

Vinnere av Gullruten 2008:

Beste underholdningsprogram:

"Landeplage", produsert av Dinamo Story for NRK

Beste reality:

"Feriekolonien", produsert av Dinamo Story for NRK

Beste dokusåpe:

"Et lite stykke Thailand", produsert av Skofteland Film for TVNorge

Beste TV-drama:

"Berlinerpoplene", produsert av NRK

Beste humorprogram:

"Ut i vår hage 2", produsert av NRK

Beste barne- og ungdomsprogram:

"Barnas superjul", produsert av NRK

Beste magasin- og livsstilsprogram:

"Der ingen skulle tru at nokon kunne bu", produsert av NRK

Beste fakta- og aktualitetsprogram:

"I kø for livet", produsert av TV 2

Beste tv-dokumentar:

"En reise i vannets fremtid", produsert av Panopticon for TV 2

Beste kvinnelige skuespiller:

Andrine Sæther i "Berlinerpoplene", NRK

Beste mannlige skuespiller:

Nils Sletta i "Berlinerpoplene", NRK

Beste kvinnelige programleder:

Anne Lindmo i "Store Studio", NRK

Beste mannlige programleder:

Hans Olav Brenner i "Bokprogrammet", NRK

Beste nyskapning:

"De 7 Dødsyndene", produsert av Kamerakameratene for TV 2

Fagprisen:

John Andreassen, NRK

Hedersprisen:

Geir Helljesen, NRK

Folkets pris:

Sturla Berg-Johansen, TV 2

Nordiske Mediedagers praktiske engasjement i Gullruten innebærer seating i Grieghallen, markedsføring av showet mht. billettsalg og hovedansvar for gjennomføring av bransjefesten etter selve utdelingen. Sistnevnte samler 1500 spesielt inviterte gjester til fest med bevertning og underholdning.

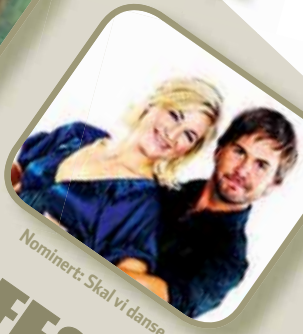
Samarbeidet mellom de ulike partene – Stiftelsen Gullruten, TV 2, Dinamo Story, Grieghallen og Kulturoperatørene – har fungert godt. Årets arrangement var vellykket sett fra vår side. Gullruten bidrar til å skape blest om begge arrangementene. Nordiske Mediedager stiller seg positiv til å fortsette samarbeidet, og ser frem til å videreutvikle Gullruten ytterligere i årene fremover.

BLIR DET FEST I ELIAS HAGE OG SKAL GURI DANSE SEIERSVALS?

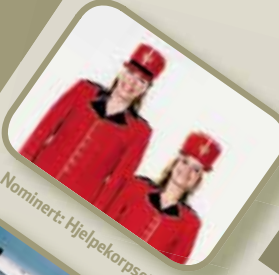
DET KAN DU FINNE UT 10. MAI



Nominert: Ut i vår hage 2



Nominert: Skal vi danse



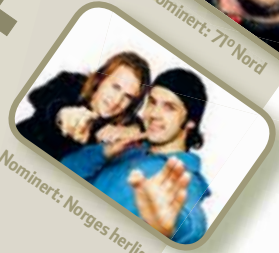
Nominert: Hjelpkorps



Nominert: Berlinerpoplene



Nominert: 71° Nord



Nominert: Norges herligste



Invitert: Du

Opplev årets tv-begivenhet sammen med de nominerte i Grieghallen!

Hvem skinner mest under årets Gullruten-show og hvem henter hjem de gjeveste prisene? Ta på finstasen og vær der det skjer!

Hovedsponsorer:





I samarbeid med:



Nordiske Mediedager
Nordic Media Festival

Mediepartner:



VELKOMMEN TIL GULLRUTEN I GRIEGHALLEN

Lørdag 10. mai kl. 20.00 (foaje åpner kl. 18.30)

Publikum må være på plass i salen kl. 19.45

Billetter kr 350 + billettavgift

Grupper over 10 kr 320 + billettavgift

Med BT-kortet kr 290 + billettavgift

Billett-service: tlf 815 33 133, www.billett-service.no

Grieghallens billettkontor, tlf. 55 21 61 50

Hotellpakker og Gruppesalg, tlf. 55 21 61 70



GULLRUTEN

"Folk har minst empati med menn mellom 50 og 70 år. De kan vi gjøre hva vi vil med uten at noen reagerer"

Bård Tufte Johansen (NRK)
i "Bård og Harald: Fra morsomt til morsomst"

"Hadde jeg visst at Donal var journalist, hadde jeg tatt ham med ned i kjelleren og banket ham opp"

Wayne Hardy
i "Mr. Undercover og mannen han ødela"

"Dette er god terapi for oss begge"

Journalist Donal MacIntyre (Darefilms)
i "Mr. Undercover og mannen han ødela"

"De har stirret seerne rett i øynene, og sagt 'gi penger, vi kan garantere at hver krone kommer frem'. Er det noen som tror at NRK har kompetanse, guts og vilje til å følge opp det? Selvsagt ikke".

Professor Terje Tvedt (UiB),
i "TV-aksjonen: Journalistikk som propaganda?"

"Vi har fått enkelte henvendelser fra konservative kristne som sier at vi normaliserer muslimer for mye. Da tenker jeg at vi har gjort noe riktig"

Produsent Clark Donnelly (WestWind Pictures)
i "Little Mosque on the Prairie"

"Tendensengår på at kunder er villige til å betale for det beste og mest unike produktet"

Professor Guttorm Schjelderup (NHH)
i "Hvor går pengestrømmen?"

"For å beholde en ledende markedsposisjon gjelder det å være kvalitetsledende - den som setter debatten"

VEva Hamilton (SVT)
i "Nordisk toppmøte"

"Vår ambisjon er at NRK skal være størst i det norske markedet. Men jeg tror at en slik måling er mindre relevant enn før. Vi ønsker fortsatt markedsstyrke, men det vil bli mer og mer interessant å måle dekning, det vil si hvor mange det er som bruker NRKs samlede tilbud hver dag"

Kringkastingssjef Hans-Tore Bjerkaas (NRK)
i "Nordisk toppmøte"

"I dag avsluttes Nordiske Mediedager i Bergen. Men allerede mandag ettermiddag måtte festivalsjef Guri Heftye stenge for påmelding. Grieghallens kapasitet var i ferd med å bli sprengt. Noe slikt har aldri skjedd før."

Johanne Grieg Kippenboeck, Dagens Medier, 09.05.08

Nordiske Mediedager har økt kontinuerlig i størrelse i løpet av de siste årene, og satte nok en deltakerrekord i år. Hele 1438 delegater meldte seg på årets arrangement.

En gjennomgang av deltakernes arbeidssted viser at de kommer fra et bredt spekter av medier. Alle medier er representert – tv, avis, internett, radio, film mv. – fra både større og mindre bedrifter. Det kommer både journalister, produsenter, programskapere, redaktører, teknikere, frilansere, direktører; for å nevne noe av mangfoldet. I tillegg har vi god deltakerandel fra lærere og medieforskere.

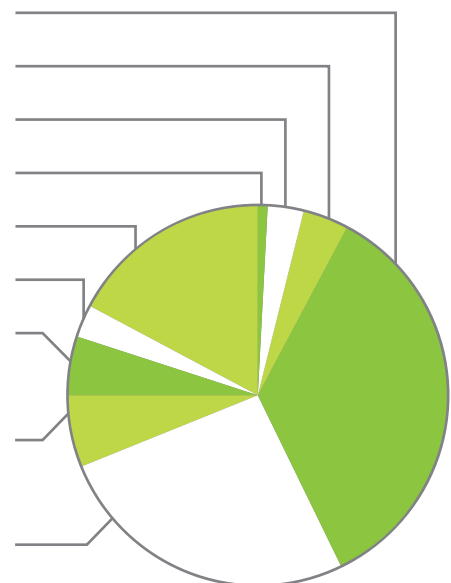
For første gang valgte Norsk Redaktørforening (NR) i år å legge sitt vårmøte til Bergen og Nordiske Mediedager. NRs program bestod av egen konferanse dagen før Mediedagene åpnet, samt samarbeid om flere sesjoner i vårt program. Hele 122 norske redaktører tok imot tilbudet om også å delta på Mediedagene, av totalt 166 påmeldte til vårmøtet. Evalueringen bekrefter at samarbeidet var svært positivt for begge parter, og vi ser frem til å ønske NR velkommen til Nordiske Mediedager også ved fremtidige anledninger.

I samarbeid med LMU (Landslaget for medieundervisning) hadde vi, i likhet med tidligere år, gleden av å ønske nærmere 100 medielærere velkommen. Vi setter pris på at de som skal utdanne unge mediebrukere og fremtidens mediearbeidere prioriterer deltakelse på konferansen. I tillegg har vi godt samarbeid med en rekke medieorganisasjoner, deriblant en stipendordning i samarbeid med Norsk Journalistlag. Vi har også egne ordninger for mediestudenter.

Vi er selvsagt svært glade for interessen for å delta på Nordiske Mediedager, og håper den positive trenden vil fortsette. Samtidig ser vi at plasskapasiteten i Grieghallen til tider ble kraftig utfordret i år. Vi må derfor vurdere å sette et tak på antall deltakere som er noe lavere enn årets antall. Dette for å sikre at alle delegatene får fullt utbytte av arrangementet, uten at plassproblemer begrenser opplevelsen.



TV / film / produksjonsselskap	35%
Andre	4%
Distributører	3%
Radio	1%
Skole / universitet / høyskole	17%
IT / teknologi	3%
Informasjon / marked / reklame	5%
Byråkrati / politikk / medieorganisasjoner	6%
Avis / ukepresse / nett	26%



Kompetente og kritiske mediebrukere er avgjørende for engasjementet i og kvaliteten på den offentlige debatten. Som Norges største mediekonferanse er vi opptatt av å formidle kunnskap om bransjen også til unge mediebrukere.

Ved å gi ungdommen mediefaglige utfordringer, synliggjøre medienes metoder og tilby et innblikk i debatten som foregår bak et medieprodukt håper vi å bevisstgjøre unge brukere. Fra og med i år går vårt ungdomsprogram under navnet NMD Ung. NMD Ung 2008 bestod av videokonkurransen "Krise" og ungdomskonferansen "Bak Fasaden", begge tilrettelagt for elever i videregående skole.

Videokonkurranse: "Krise"

Et raskt nettsøk på ordet "krise" og du kan lese om "Krise for jordas mangfold", "Snøhvit i dyp krise", "Mannen i krise", "Velstand for oss – krise for andre" osv. Mediene anklages ofte for å krisemaksimere. Store krigstyper og dramatiske vendinger tas i bruk for å fange oppmerksomheten. Men hva er egentlig en krise? Hva er det i våre nære liv som oppleves som krise? Og hvordan kan man formulere og visualisere en krise i ord og bilder?

Ungdom produserer og publiserer på nettet i stort omfang gjennom for eksempel YouTube, Facebook og blogger. De håndterer teknikken og oppfatter egen deltakelse som en naturlig del av sin mediebruk. Publiseringssivoren ledsages imidlertid ikke nødvendigvis av kunnskapen som mediebransjen besitter og etikken den bygger sin virksomhet på. Mediebransjen har med andre ord kompetanse som unge ofte mangler.

Nordiske Mediedager ønsket å inspirere elevene til å bruke sin kunnskap og kreativitet, samtidig som vi ønsket å bidra til å øke kunnskapsnivået om medieproduksjon. Vi inviterte derfor elever på videregående nivå til å delta i en videokonkurranse med "krise" som hovedtema. Oppdraget var å lage en film på 1-3 minutter med utgangspunkt i begrepet. Hvilken krise man ville fokusere på var helt valgfritt, så også hvilken sjanger man ville arbeide innenfor. Produksjonsperioden var fire uker.

Krisefilmar frå fire filmspirer

Imelin, Ida Kamilla, Camilla og Marita debuterer i desse dagar som film-skaparar.

de tre film-spirer

Imelin, Ida Kamilla, Camilla og Marita debuterer i desse dagar som film-skaparar. Dei tre film-spirer har laga tre filmar som handlar om krise. Imelin har laga ein film om krise i familien, Ida Kamilla har laga ein film om krise i skolen, og Camilla og Marita har laga ein film om krise i byen.

Imelin: Krise i familien

Imelin har laga ein film om krise i familien. Filmen handlar om ein familie som opplever ei krise. Imelin har laga ein film om krise i familien. Filmen handlar om ein familie som opplever ei krise.

Ida Kamilla: Krise i skolen

Ida Kamilla har laga ein film om krise i skolen. Filmen handlar om ein elev som opplever ei krise i skolen. Ida Kamilla har laga ein film om krise i skolen. Filmen handlar om ein elev som opplever ei krise i skolen.

Camilla og Marita: Krise i byen

Camilla og Marita har laga ein film om krise i byen. Filmen handlar om ein by som opplever ei krise. Camilla og Marita har laga ein film om krise i byen. Filmen handlar om ein by som opplever ei krise.

Før konkurransen startet ble elevene invitert til en kick-off, der de fikk litt "krisehjelp" før de gikk løs på den praktiske produksjonen. Hovedmålet med seminaret var å gi elevene briefing og ballast til å skape et produkt som ivaretar normer og

regler i forhold til publisering. Samtidig ønsket vi å inspirere til kreativitet og skaperglede. Tips, fallgruver, fakta om redaktøransvar, format, redigering, produksjon – kort sagt inspirasjon, ble formidlet av foredragsholdere med ulik ekspertise.



PROGRAM KICK-OFF SEMINAR, 8. FEBRUAR 2008

Konferansier: Guri Solberg, TV 2

Storytelling på tre minutter v/ Siren Sundland, Visjon Vest

Om redaktøransvar og vær varsom v/ Johannes Bøyum, Avis i skolen

Fra idé til film v/ Joar M. Klette, Frø film og media

Tips til videoproduksjon v/ Alice Bratshaug, BTV

Krise v/ Heidi Marie Vestrheim og Gunnar Greve Pettersen

FAGJURY

Johannes Bøyum, Avis i skolen

Julius Johannesen, student

Sylvi Gambino, BTV / Triplet

Gro Reppen, Visjon Vest

Anita Svingen, The Voice

Premier fra Bergens Tidende, CNN og Norwegian.

Over 200 elever fra Hordaland og Rogaland deltok i prosjektet. Frie tøyler og et mangfold av assosiasjoner resulterte i 29 ulike filmer, med svært ulike kriser i fokus.

En egen fagjury vurderte filmene, og valgte ut ti finalister. Finalistene ble behørig presentert på den lokale tv-kanalen BTVs ungdomsprogram "Triplet" og på www.triplet.no i perioden 8. april til 6. mai. Alle kunne stemme på sin favoritt via nettet (kun én stemme per datamaskin). Da avstemmingen ble avsluttet hadde 1854 seere stemt på sin favoritt; et godt tall med tanke på at prosjektet var lokalt basert.

Filmen "On my way" vant overlegent. Den ble produsert av John Olav Stokke og Runar Lein fra Sandsli videregående skole, og handler om en lege som desperat forsøker å få medisin til et dødssykt barn – uten å nå frem. Vinneren ble offentliggjort under ungdomskonferansen Bak Fasaden onsdag 7. mai.



Konferansier Guri Solberg (TV 2) med vinnerne av videokonkurransen
Foto: Anne Rigmor Hopland

"Ungdomskonferansen var noe av det beste jeg har vært med på! Foredragene var supre og temaene likeså! Her var det bare høydepunkt!"

Tilbakemelding fra elev

PROGRAM

De 220 elevene som deltok på ungdomskonferansen Bak Fasaden startet dagen med et tankevekkende og foruroligende innlegg fra Dagens Næringslivs journalist Frode Frøyland. Han har reist verden rundt for å møte mennesker som har fått sin hverdag forandret som følge av klimaendringene. Denne sesjonen gikk også på hovedkonferansen.

Produsentene bak "Little Mosque on the Prairie" (også fra hovedprogrammet) viste elevene hvordan de har lyktes i å produsere en komiserie som harselerer med brennbare temaer som kulturelle og religiøse forskjeller mellom kristne og muslimer.

Synnøve Bakke og Kjersti Knudssøn i NRK Brennpunkt vant den prestisjetunge SKUP-prisen for å ha avdekket hvordan tannlegeassistenter hadde blitt kvikksølvforgiftet på jobb.

De fortalte hvordan de arbeider og hvilke metoder de bruker. Anders Gottlieb-Nygaard snakket om å tenke stort, og fortalte hvordan han tok sjansen og – bare 28 år – endte som Senior Creative Strategist i et av Londons mest anerkjente reklamebyråer, NAKED.

Iblandet dette: Musikk ved tidligere Spetakkel-vokalist Gunnar Greve Pettersen (Gest), visning av de tre filmene som fikk flest stemmer, og til slutt storslått offentliggjøring og behørig premiering av videokonkurransens vinner.

Konferansier på ungdomskonferansen og på kick-off seminaret i februar var Guri Solberg (TV 2). NMD Ung ble realisert i samarbeid med Avis i skolen, Mediehuset Bergens Tidende, Institusjonen Fritt Ord, Sparebanken Vest og tv- og radio-kanalen The Voice.



Little Mosque on the Prairie

"Veldig bra tiltak, helt fantastisk! Tror mange lærte mye ut av denne filmkonkurransen (...), var for øvrig veldig interessant med kvikksølvskandalen og Anders Gottlieb-Nygaard fra NAKED Communications. Likte opplegget veldig godt og håper dere følger opp neste år!"

Tilbakemelding fra elev

Nordiske Mediedager har begrenset økonomisk spillerom i forhold til markedsføring. Arrangementet markedsføres hovedsakelig gjennom nyhetssaker på vår nettside, utsending av nyhetsbrev, redaksjonell omtale, samt noe annonsering etter avtale med samarbeidspartnere. www.mediedager.no er vår viktigste informasjonskanal, ikke minst etter at vi fikk vår egen web-tv, NMD-TV.

Nettsiden er sentral i alt vårt informasjons- og markedsføringsarbeid. Her informerer vi fortløpende om programinnhold og foredragsholdere, produserer nyhetsartikler og ikke minst foregår påmeldingen via nettet. Gjennom hele året, men særlig i de siste månedene før arrangementsstart, publiserer vi jevnlig nyhetssaker og pressemeldinger som vi også informerer om via vårt nyhetsbrev. Disse blir gjerne omtalt både i nettaviser og papirutgaver kort tid etter publisering/utsendelse. Vi har også publisert en rekke artikler i tiden etter arrangementsslutt.

I forkant av årets konferanse hadde vi 34 nyhetssaker / pressemeldinger på nettsidene, som ble sendt ut gjennom 29 nyhetsbrev. Syv av nyhetsbrevene som ble sendt ut i løpet av de to siste månedene før konferansen inkluderte også korte promo-produksjoner fra vår web-tv. Vi opplever målbar og god respons på nyhetsbrevene både fra publikum og presse, og merker særlig stor interesse for bruken av web-tv i formidlingen av stoff om konferansen.

PRODUKSJONER FOR WEB-TV

Nordiske Mediedager introduserte egen web-tv i 2007. I samarbeid med vår web-partner Smartcom satset vi i 2008 ofensivt på å utvikle denne. Både som en kanal for markedsføring i forkant av konferansen, men også for å øke synligheten til Mediedagene gjennom hele året. Vi produserte promoer i forkant og en rekke nyhetsinnslag og reportasjer i løpet av Mediedagene. Under konferansen kunne også 12 sesjoner følges "live", og i etterkant ble de 15 best besøkte sesjonene fra alle de tre salene publisert i vår web-tv.

Produksjoner i forkant

I forkant av Nordiske Mediedager 2008 produserte vi syv promoer for årets konferanse, alle av et par minutters varighet. Våre samarbeidspartnere, Frø Film & Media og Smartcom, stod bak produksjonene. Tre av disse promoene reklamerte for konferansen i sin helhet, mens de fire andre fokuserte på bestemte sesjoner. I disse fire fortalte foredragsholderne selv hva deres sesjon skulle handle om. I tillegg produserte én av foredragsholderne, Jonathan Marks, en egen promo for sin sesjon. Alle ble sendt ut i nyhetsbrev sammen med annen informasjon om programmet. Når man klikket på linken i nyhetsbrevet, kom man til spilleren på vår nettside.



Vi opplevde det å promotere programmet gjennom ulike typer promoer som positivt for antall påmeldinger, og ønsker å gjenta dette til neste år. Tall fra Smartcom dokumenterer også at svært mange valgte å klikke seg inn i vår web-tv via nyhetsbrevene som inneholdt promoer (i gjennomsnitt rundt 1000 treff pr. nyhetsbrev). En promo der komikerne Bård Tufte Johansen og Harald Eia reklamerte for sin sesjon skilte seg ut, med nesten 1800 treff.

Livesendinger fra Grieghallen

Med unntak av to sesjoner ble alle sesjonene i den største salen, Peer Gynt, streamet "live" via vår web-tv. Tall fra Smartcom dokumenterer at hele 10 000 valgte å følge foredrag og debatter "live" på NMD-TV. Det var også mulig for andre nettmedier å overføre disse sendingene gjennom sin egen web-tv. Både nettstedet kampanje.com og dntv.no sendte for eksempel sesjonen "Nordisk Toppmøte" via sine nettsteder. Det var også for første gang mulig å se foredrag og debatter live via mobiltelefon.

Filmopptak av alle sesjoner

Alle sesjoner i årets program ble dokumentert på film. I Peer Gynt var det flerkameraproduksjon under ledelse av Smartcom, mens frivillige kameraassistenter filmet i de to mindre salene. Vi vil videreføre dette til neste år, men ønsker da å ha flerkameraproduksjon i alle saler for bedre kvalitet på opptakene. I løpet av høsten 2008 vil vår leverandør Smartcom dessuten oppdatere den tekniske løsningen vår, den såkalte "playeren", slik at vi skal ha en enda bedre web-tv klar til neste års oppkjøring.

Reportasjer under Mediedagene

Det ble også laget flere reportasjer til NMD-TV i løpet av Mediedagene. Noen ble produsert av Smartcom, mens en rekke andre stod studenter fra film- og tv-produksjonsfaget ved Universitetet i Bergen ansvarlig for.

Praksissamarbeid med Universitetet i Bergen

I forhold til web-tv sto et samarbeid med film- og tv-produksjonsfaget på Institutt for informasjons- og medievitenskap ved UiB sentralt. I år gav vi for første gang studentene der mulighet til å få relevant praksis i emnet "reportasjefjournalistikk". Vi engasjerte André Marton, Frø Film & Media, til å lede studentene og ha redaktøransvar under praksisperioden på konferansen.

Studentene jobbet i reportasjeteam på ca tre, og produserte korte nyhetsinnslag som skulle være ferdig redigert og publisert i vår web-tv i løpet av én og samme dag. Dette pågikk hele konferanseuken. Rundt 20 innslag ble publisert i vår web-tv, og gav studentene en unik mulighet til å få sine innslag sett av mediebransjen.

I tillegg fikk to team i oppdrag å produsere hver sine "bakomfilmer", den ene om NMD Ung sitt videokonkurranseprosjekt, den andre en dokumentasjon av selve hovedkonferansen med fokus på frivillige, det sosiale og alt som skjer i kulissene under avviklingen. Dette samarbeidet gav studentene viktig og relevant praksis, samtidig som Nordiske Mediedager fikk dokumentert konferansen i enda større grad enn vanlig. Produksjonene ble brukt som eksamensoppgaver for studentene. Vi er svært fornøyde med filmstudentenes innsats og vil gjerne diskutere muligheten for å fortsette samarbeidet neste år.



Student Jade Hærem Aksnes intervjuer Per Christian og Anders Magnus i forbindelse med Nordiske Mediedagers bakomfilm

Foto: Rebecca S. Hoseth

Konferanse hele året

Foredrag, debatter og reportasjer fra Mediedagene 2008 er under og i etterkant publisert i vår web-tv. Det bidrar til at konferansen kan leve gjennom hele året, ved at deltakere kan klikke seg inn og gjenoppleve sesjoner. Det er dermed også mulig å se sesjoner som gikk parallelt og som det var vanskelig å velge mellom. I tillegg kan folk som ikke deltok få et innblikk i det som foregår under Mediedagene, og på den måten kan vi nå ut til også de som tradisjonelt ikke deltar. Og ikke minst kan vår web-tv fungere som en viktig mediefaglig kilde. Vi

vet for eksempel at det i vår ble skrevet en bacheloroppgave i medievitenskap basert på "Nordisk Toppmøte", der studenten gjorde en komparativ analyse av møtet i 2007 og 2008 som hun fant i vår web-tv.

Vi vil fortsette å utvikle web-tv som kommunikasjonskanal. Økt satsning på NMD-TV er en del av vår målsetning om at Nordiske Mediedager skal bli mer synlig hele året.

MEDIEBRANSJEN
MØTES I BERGEN 7.-9. MAI

Møt skaperen av Wallpaper og Monocle i Grieghallen!

BÅRD OG HARALD
Fra morsomt til morsomst

HIMMELBLÅ
Det nye norske tv-drama

NORDISK TOPPMØTE
DR, TV 2 Danmark, SVT, NRK, TV 2

KALDE FAKTA
Fredrik Laurin

Etter å ha skapt trendboken Wallpaper, lot Tyler Brölé flyreisendes lesevaner være utgangspunkt for sitt nye magasinsprosjekt. Resultatet ble bunnsolide Monocle.

KONGEN AV UNDERCOVER
Donal MacIntyre

BAK LUKKEDE DØRER

KLODE I KRISE
Frøde Frøyland og Ørjan Ellingvåg

LITTLE MOSQUE ON THE PRAIRIE
"Small town Canada with a little Muslim twist.."

Velkommen til innholdsrike mediedager i Grieghallen, Bergen 7. - 9. mai. Flere godbiter i vente!
For program, nyhetsbrev og påmelding: www.mediedager.no

KONFERANSEN
Nordiske **Mediedager**

TRYKKSAKER OG ANNONSERING

I mars sendte vi per post en "teaserbrosjyre" med omtale av konferansens høydepunkt til rundt 8000 mottakere i Norge, Sverige og Danmark. I tillegg gjorde avtaler med mediepart-
nerne Bergens Tidende og Kampanje det mulig å annonsere
noe på papir og nett.

NORDISKE MEDIEDAGER

Her er et **lite** utdrag av det som skjer på Nordiske Mediedager i Bergen, 7. - 9. mai 08. Mye mer er i vente! Følg med på: www.mediedager.no

KONGEN AV UNDERCOVER

Donald MacIntyre har avslørt hooligans, narkotikagangstere, korrupte fengselsbetjenter og rasisme i politiet. På Nordiske Mediedager forteller han hvordan.

Når tv er best i avis

Emmy-vinner Travis Fox er videojournalist i Washington Post og viser triksene bak sin innovative videojournalistikk.

MAGASIN- OG UKEPRESSEPRISEN

DEN GLOBALE STEMMEN

Etter å ha skapt trendbibelen Wallpaper, lot Tyler Brölén flyreisendes lesevaner være utgangspunkt for sitt nye magasinprosjekt. Resultatet ble humnsolide Monocle - magasinet som skal gi deg "a fresh focus on global affairs, business, culture, design and all you need in life".

Store, klare mål - her hvordan han skal nå dem.

Nordisk toppmøte 2008

Kenneth Flannery [DR] - Meredith Eldrup [TV 2 Danmark] - Eva Hamilton [SVT] - Hans-Tore Bjørkaas [NRK] - Alf Hildrum [TV 2]

HVOR GÅR PENGESTRØMMEN I MEDIA?

BÅRD OG HARALD - FRA MORSOMT TIL MORSOMST

Harald Eia og Bård Tufte Johansen har vært smartingene i norsk humor i over et tiår og tar fortsatt faget sitt på blodig alvor. Her hvordan Bård og Harald jobbet fram "Uti vår hage 2", og se hva som gikk i søpla underveis!

Himmelblå

For NRK var 2007 et kronår for egenproduserte dramaserier. Høstens store satsing heter "Himmelblå" og er en "remake" av et engelsk dramaformat. Er det sånn NRK satser på norsk drama?

KLODE I KRISE

Dagens Næringslivs Frode Frøyland og Ørjan Ellingvåg reiste kloden rundt og dokumenterte dramatiske klimaendringer i tekst og bilder. Det ble en reise utenom det vanlige.

Når Hollywood streiker

Om fagforeningskamp i kapitalismens høysete - og verdien av repriser...

Medieundersøkelsen vår fyller 10 år!

Medieprofessor Helge Østbye gir overblikk over de viktigste journalistiske utviklingstrekkene gjennom de siste ti år.

Little Mosque on the Prairie

"Small town Canada with a little Muslim twist": Eller hvordan boltre seg i misforståelsene mellom muslimske og ikke-muslimske på tv.



Kalde fakta

Frilansjournalisten Fredrik Laurin avslørte CIA's transport av terrormistenkte fanger - et journalistisk skup som ga gjennklang verden over. Hvordan arbeidet han?

ÅRETS AVISSIDER

DEN NORSKE FILMSKOLEN

- Om hvordan en såpeserie har lært Norge tv-drama

Den er elsket og hatet, men i 10 år har Hotel Cæsar vært en utklekkingsanstalt og et viktig læringssted for manusforfattere, skuespillere, regissører. Og hvordan har livet på hotellet endret seg i takt med ratingen?



DEN STORE, STORE MEDIEQUIZEN

MAGASINMAKEREN

Magasin-gründer Amelia Adamo om hvordan en magasinuksess blir til, og om hvordan bruke seg selv i prosessen.

DIGITAL STORYTELLING FOR FREMTIDEN

Livets under - på tv

Hvordan får et tv-team adgang til den mest sårbare og private hendelsen i menneskers liv? Og hvorfor vil vi se det på tv?



HEI FRA EU

Journalistikkforsker Aukse Balcytiene og BT's Frank Rossavik om korrespondentkulturen i Brussel.

BAK LUKKEDE DØRER

Fra Lille rosin til Barnas Supershow

I mer enn 30 år har Kalle Fürst vært sentral i NRK's barn-tv-produksjon. Han tar deg med på en helt spesiell nostalgisk reise.

DEN MODERNE MEDIELEDER

SLIK SKAL AVISENE OVERLEVE

Lederne for noen av Norges største mediehus titter inn i krystallkule og drøfter papiravisens fremtid.

UTDELING AV KULTUR- OG KIRKEDEPARTEMENTETS MENNESKERETTSPRIS FOR JOURNALISTER

MEDIESPESIAL: HJELPEKORPSET

Hverdagsproblemenes orakler, Solveig Kloppen & Helén Vikstvedt, gir deg svar der andre gir opp.





www.mediedager.no



Nytt av året var annonsering på Kampanjes nettsider og i deres nyhetsbrev. Vi hadde en stor nettannonse godt synlig på kampanje.com i store deler av april, samt en annonse i deres daglige nyhetsbrev i samme periode. Begge annonsene var klikkbare linker som førte til påmeldings-skjemaet på nettsiden vår. Vi ønsker å fortsette med nettannonsering til neste år, da vi opplevde dette som en svært virkningsfull måte å nå ut til potensielle deltakere på.

Som vanlig laget vi en trykket programkatalog, der innholdet i konferansen ble presentert over 86 sider. Programkatalogen ble distribuert i Grieghallen og på de fleste sentrumshoteller. I samarbeid med Norwegian ble programmet for første gang også delt ut på utvalgte flyavganger fra Oslo til Bergen onsdag 7. og torsdag 8. mai. Dette ble svært godt mottatt blant våre delegater.

FREDAG 9. MAI

Peer Gynt Salen

kl. 10:15 – 11:00

[E]

The next Big Thing

Alle norske tv-kanaler jakter på dem. Gullrekka ville sannsynligvis ikke vært gull verdt uten dem. De provoserer og sjokkerer en hel verden. Formatenes død er sterkt overdrevet. Vi har invitert to internasjonale eksperter for å forklare hva som gjør et format salgbart og hvordan man får innpass i verdens tøffeste tv-marked; USA. Hvordan defineres et godt format og er man garantert en suksess med et format som gjør det bra i USA? Endemol har i en årrekke vært et av verdens mest dominerende selskap i denne bransjen og David Goldberg som leder deres USA-kontor vet alt om det amerikanske markedet. Anna Carrfors Bråkenhielm er kalt Sveriges mektigste tv-kvinne og er ekspert på Scandinaviske formater. Hun driver sitt eget selskap; Silverback, som eksporterer formater over hele verden. De deler sine erfaringer med oss og kanskje de vil dele med oss hva de tror er "The next Big Thing".

Intervjuer Nina Stensrud Martin (NRK), Anna Carrfors Bråkenhielm (Silverback) og David Goldberg (Endemol USA)

Klokkekl

Troldtog

kl. 10:15 – 11:00

[E]

Digital storytelling - Shaping the wisdom of the crowds

I det siste tiåret har de fleste store nyhetssaker (bombing, tsunamier, jordskjelv) først blitt fotografert av amatører som tilfeldigvis filmet akkurat da. Men selv om det finnes hundretusener av hobbyfotografer rundt omkring mener Jonathan Marks at det er få gode borgerjournalister. Å fortelle en historie på en kompakt og nøyaktig måte er en kunst. Marks vil i denne sesjonen vise den ujevne balansen mellom profesjonelt og såkalt brukergenerert innhold, og vise hvordan medieorganisasjoner verden over samarbeider med publikum på ulike måter. I noen tilfeller gjør de en glimrende jobb. I andre misbruker de publikums lidenskap for den raske gevinsten.

Jonathan Marks (Critical Distance BV)

MedieMingling

Fredag 9. mai fra kl. 18.00 – 03:00

I kveld åpner dørene kl. 18:00 på Bocca til bransjesosial omgang uten dypere mening. Her kan du spise, drikke, treffe kjente eller kombinere dette med å oppleve Norges morsomste mann på scenen. Se Dagfinn Lyngbø kritikerroste show Evolusjon. Showstart kl. 19.00, samme sted, i kveld. Billetter til Evolusjon via Billettservice.

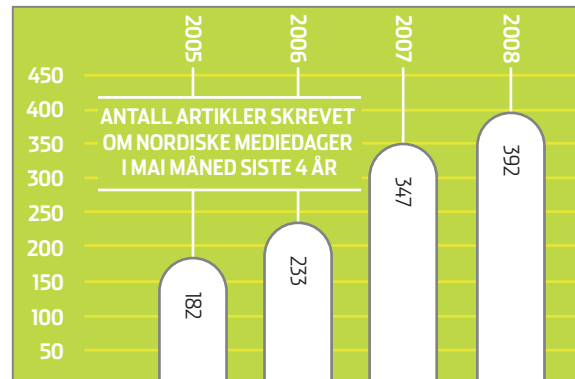
Husk!

Sted: Bocca Bar og restaurant / Ole Bull Teater, Øvre Ole Bulls plass 3.

Fri adgang så langt det er plass.

Til sammen var 50 journalister og fotografer akkreditert . Disse representerte 21 ulike medier.

Det var likevel langt flere journalister og fotografer enn dette som dekket Mediedagene. Mange journalister, for eksempel fra Bergens Tidende og TV 2, var deltakere på konferansen og fanget opp det de ønsket å dekke underveis. Ingen journalister fra Bergens Tidende var blant de akkrediterte, men mediehuset produserte likevel 24 artikler fra Mediedagene *. I tillegg laget de en rekke innslag på deres tv-kanal BTV, blant annet var flere av våre foredragsholdere i studio og ble intervjuet. Det samme gjaldt TV 2, TV 2 Nyhetskanalen og NRK, der ingen journalister var akkrediterte, men de hadde en rekke innslag både på TV og sistnevnte også i radio.



PRESSE



Aslaug C. Henriksen (TV 2 Nyhetskanalen) intervjuer Per Edgar Kokkvold (Norsk Presseforbund)

Foto: Gaute Singstad

Medietidsskriftet Kampanje rigget opp en egen nyhetsredaksjon på konferansen. Flere journalister produserte kontinuerlig nyhetssaker til nettsiden kampanje.com og til deres nyhetsbrev. Kampanje stod for 21 nyhetssaker fra Mediedagene 2008.

Om lag 10 journalistikkstudenter fra Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen fikk pressepass til å dekke konferansen. De produserte artikler til en egen nettside, Brostein, og vi gav dem på denne måten mulighet til å få relevant praksis i studiet.

I likhet med deltakerantallet har også presseomtalen økt kontinuerlig i løpet av årene. Nordiske Mediedager fikk i år bredere medieomtale enn noen gang tidligere. Alle de store nasjonale avismediene var til stede, samt en stor andel regionale og lokale medier. Vi ser at stadig flere tv-medier prioriterer saker fra arrangementet. Nordiske Mediedager fikk dekning i flere

programmer på TV 2, Nyhetskanalen, BTV, NRK Hordaland og på radio i P4, Radio 1, NRK P2 og P1. Både konferansen og tilhørende arrangement ble også omtalt i aviser som VG, Aftenposten, Dagbladet, Bergens Tidende, Dagsavisen, Klassekampen, Stavanger Aftenblad og Dagens Næringsliv. I tillegg fikk vi fortløpende oppslag i en rekke nettaviser. Vi opplever at Mediedagene er viktig å dekke for de ulike mediene, og at konferansen i stor grad "selger seg selv" som nyhetsstoff.

Fotografering

Nordiske Mediedager har fotografer som dokumenterer innholdet i fagkonferansen og tilbyr dette til akkreditert presse. Dette, sammen med relevant materiale fra foredrag, legges fortløpende ut til nedlasting på nettsiden. I tillegg får de akkrediterte journalistene personlig oppfølging av presseansvarlig Carina Økland, som bistår med å formidle kontakt og avtale intervjutider og -steder.

* Tall fra Retriever

Gode samarbeidspartnere er avgjørende for å realisere Nordiske Mediedager.

Mediedagene er en ikke-kommersiell stiftelse. Arrangementet vokser i størrelse for hvert år, og er avhengig av økonomisk støtte for å ivareta kvaliteten og for å videreutvikles ytterligere. Viktig er også samarbeidspartnerens innspill og praktiske bidrag, som inspirerer, utvider våre muligheter og medvirker til å øke kvaliteten på arrangementet generelt.

Vi er opptatt av å skape kontinuitet, og dette gjelder også i forhold til samarbeidspartnere. Mange har vært med oss i flere år, og vi er glade for at de ser verdien av å bidra til å bygge opp et arrangement av denne typen.

Hovedpartnere:



Regional partner:



WebTV partner:



Mediepartnere:



Offisielle leverandører:



Offentlige støttespillere: Bergen kommune, Hordaland fylkeskommune, Kultur- og kirkedepartementet

Støttespillere: A-pressen, Institusjonen Fritt Ord, Norsk Journalistlag

Øvrige partnere: AVAB-CAC, Avis i skolen, BAMA, Bolia.com, Datakjeden Bergen, Frø Film & Media, Kongress & Kultur, Norske film- og tv-produsenters forening, Respons, Retriever, Stiftelsen Gullruten, Møller Bil Nesttun

"I think that the festival is unique in Europe, because it's driven by passionate people"

Jonathan Marks, Foredragsholder
Director Critical Distance BV

Stifterne av Nordiske Mediedager er Bergen kommune, Bergensavisen, Mediehuset Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, Universitetet i Bergen, NRK og TV 2 Gruppen. Stifterne bidrar både faglig og ressursmessig til Nordiske Mediedager.

Representanter fra disse bedriftene og institusjonene sitter i stiftelsens styre, representantskap og programkomité:

ADMINISTRASJON

Festivalsjef: Guri Heftye

Gjeste- og prosjektkoordinator:

Anngun Dybsland

Presse- og informasjon, messe:

Carina Økland / Jørgen Flint

PROSJEKTANSATTE

NMD Kveld: Kulturoperatørene

Sekretariat / Frivillige:

Håvard Legreid, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB

Koordinator Registrering / Påmelding:

Janicke Karlsen

Koordinator Transport: Thomas Bruvik

Booking: Kongress & Kultur

IT-ansvarlig Grieghallen: Mikael Ladegård

Fotografer: Gaute Singstad,

Anne Rigmor Hopland, Rebecca S. Hoseth

Webansvarlig: Artnett v/ Are Tverberg

Nettansvarlig: Foxline v/ Hege Baraldsnes

REPRESENTANTSKAP

Bergensavisen: Trond Larsen / vara: Linda Ekerhovd

Bergen kommune: Hilde Onarheim / vara: Christopher Bruun

Bergens Tidende: Einar Hålien / vara: Trine Eilertsen

Dagens Næringsliv: Gry Egenes / vara: Tor Magne Nondal

NRK: Vidar Nordli-Mathisen / vara: Rune Møklebust

TV 2: Kjell Øvre-Helland / vara: Øystein Haanes

Universitetet i Bergen: Torny Aarbakke / vara: Oddmund Sjølen

STYRE

Leder: Kjell Jarle Høyheim, NRK / vara: Annika Bjørnstad

Bergensavisen: Olav Terje Berge / vara: Elin Madsen

Bergen kommune: Ruth Grung / vara: Terje Ohnstad

Bergens Tidende: Trond Bogsnes / vara: Borghild Lekve

Dagens Næringsliv: Magne Storedal / vara: Amund Djuve

Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB:

Lars Arve Røssland / vara: Jostein Gripsrud

TV 2: Rune Indrøy / vara: Øivind Johannessen

Telenor: Ingrid Schiefloe (tale- og møterett)

PROGRAMKOMITÉ

Leder: Kjetil H. Dale, journalist, TV 2

Synnøve Bakke, journalist, NRK Brennpunkt

Anders Bjartnes, journalist, Dagens Næringsliv

Marianne Boge, programplanlegger, TV 2

Ole Hedemann, Prosjektsjef Utvikling, NRK Fakta

Christian Lura, journalist, Bergens Tidende

Helle Sjøvaag, stipendiat, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB

Teknisk leder: Øyvind Fallet, redigerer, NRK

Et arrangement som Nordiske Mediedager er avhengig av en rekke faktorer for å bli vellykket. Programkomiteens sammensetning skal ivareta kontinuitet og fornyelse, slik at vi beholder erfaring fra tidligere konferanser samtidig som ny inspirasjon blir tilført. Medlemmene i programkomiteen blir valgt av styret, etter innspill fra festivalledelsen. De deltar av eget ønske og på frivillig basis, og bruker mye av sin

arbeids- og fritid for å realisere konferanseprogrammet. Det viktigste er at komiteens medlemmer til sammen innehar bred og variert kunnskap og innsikt om mediebransjen, slik at Nordiske Mediedager hvert år presenterer et konferanseprogram som er relevant, interessant og faglig sterkt. Gjennom komiteens sammensetning av profesjonelle fra ulike deler av det norske mediemiljøet er vi sikret en bred kompetanse og kontaktflate. Det er en stor fordel i arbeidet med å sette sammen konferanseprogrammet.

Kjetil H. Dale

Journalist TV 2, leder programkomiteen 2008

Kjetil H. Dale har arbeidet i TV 2 siden 1993. Han har arbeidet på sporten, og siden 2000 i nyhetsavdelingen. Her har Kjetil arbeidet som reporter og vaksjef. I 2007 var han sentral i etableringen av Økonominyhetene på TV 2 Nyhetskanalen, som vaksjef og programleder. Han fungerer også som anker i TV 2 Nyhetene. Kjetil har vært medlem av programkomiteen siden høsten 2006.



Synnøve Bakke

Researcher NRK

Synnøve Bakke er researcher for Brennpunkt i Bergen. Sammen med journalist Kjersti Knudssøn vant hun SKUP-prisen i 2005 for dokumentaren om yrkesskader blant tannlegeassistenter, "Kvikksølvjentene". Hun er utdannet BA fra Polytechnic of Central London i Foto, video og film. Hun har også arbeidet i NRK Hordaland siden 1992, blant annet som produsent i Vestlandsrevyen. Synnøve har også arbeidet ved Universitetet i Bergens mediesenter. Synnøve ble medlem av programkomiteen høsten 2007



Anders Bjartnes

Journalist Dagens Næringsliv

Anders Bjartnes er politisk journalist i Dagens Næringsliv. Frem til 2007 var han redaksjonssjef for Etterbørs-redaksjonen i Dagens Næringsliv, en stilling han hadde hatt siden 2001. Anders har tidligere vært politisk journalist i Arbeiderbladet og VG. Anders var styremedlem i Nordiske Mediedager i fjor, og ble medlem av programkomiteen høsten 2007.



Marianne Boge

Programplanlegger TV 2

Marianne Boge har arbeidet i TV 2 siden 1994, og var med å starte "God Morgen, Norge". Siden 1996 har hun jobbet med innkjøp av utenlandske programmer (filmer/serier). I dag er hun mest involvert i skjemaplanlegging, spesielt for TV 2 Filmkanalen. Marianne ble medlem av programkomiteen høsten 2007.



Øyvind Fallet

Tekniker NRK

Øyvind Fallet har arbeidet i NRK Hordaland siden 1991. Han har jobbet med redigering av enkamera- og flerkameraproduksjoner, vært producer/TOM for Vestlandsrevyen og Norge i Dag og jobbet med prosjektering og installasjon av programteknisk utstyr, samt IT-drift. Øyvind jobber nå som redigerer i NRKs naturredaksjon. Øyvind har vært engasjert i Nordiske Mediedager siden 1998, og har vært medlem av programkomiteen annethvert år siden.



Ole Hedemann

Prosjektchef, Utvikling NRK

Ole Hedemann arbeider i dag som Programutvikler i NRK Program Oslo. Etter å ha livnært seg som musiker i noen år, gikk veien via nærradio til NRK Østlandssendingen i 1991. Her jobbet han som reporter og programleder, i perioder også som nyhetssjef og prosjektleder. I 2000 flyttet Ole til Marienlyst og jobb som programleder og reporter i "Forbrukerinspektørene". Siden 2002 har han vært prosjekt-sjef i NRK Fakta. "Jordmødrene", "Krafttaket", "Bak lukkede dører" og "Spekter" er blant prosjektene som er utviklet, pitchet og solgt under Oles ledelse. Ole ble medlem av programkomiteen høsten 2007.



Christian Lura

Journalist, BT

Christian Lura tok journalistutdanning ved Høgskulen i Volda i 1999–2001. Etter endte studier jobbet han i vikariater i VG, først i avisens samfunnsredaksjon og deretter i sportsredaksjonen. I 2002 fikk han jobb som politisk journalist i BA. Siden ble han krimjournalist samme sted. Høsten 2006 fikk han jobb som vakt-sjef i avisen, før han sommeren 2007 gikk over til Bergens Tidende som journalist i bt.no. Christian har vært medlem i programkomiteen siden høsten 2006.



Helle Sjøvaag

Stipendiat Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen

Helle Sjøvaag er stipendiat ved Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen. Doktorgradsprosjektet tar for seg TV 2 Nyhetskanalens legitimitetsstrategier i et stadig voksende og konvergerende nyhetsmarked. Helle har mastergrad i medievitenskap, og har ellers faglig bakgrunn i filmvitenskap. I tillegg har hun jobbet som forskningskonsulent ved Institutt for informasjons- og medievitenskap. Helle har vært medlem i programkomiteen siden våren 2006.



Uten stort frivillig engasjement ville det ikke vært mulig å avvikle Nordiske Mediedager. I 2008 deltok 80 frivillige, i hovedsak studenter fra Universitetet i Bergen, som vakter, tekniske assistenter, innsjekkere, sjåfører og mye annet. De frivillige blir satt opp på vaktlistene som gjør det mulig å delta på sesjoner i tillegg til å ivareta sine oppgaver. Deltakelsen av de frivillige er kostnadsbesparende, men gir også interesserte mulighet til faglig påfyll som de ellers ikke har tilgang til.

Nordiske Mediedager gikk i likhet med tidligere år av stabelen i Grieghallens konferansedel. Grieghallen er det best egnede lokale for en slik konferanse i Bergen, og har alle fasiliteter tilgjengelig. Med det høye deltakertallet i år opplevde vi imidlertid at sesjonslokalene i flere tilfeller ble for små. Det er ikke heldig at deltakere ikke får plass, men samtidig er de foredragsholdere som opplever at salen ble fylt til randen svært begeistret for interessen. Like fullt må vi for fremtiden, som nevnt ovenfor, vurdere om påmeldingen må stoppes på et tidligere tidspunkt, av plasshensyn.

Alle foredragsholdere og debatt deltakere blir tilbudt transport fra ankomststed i Bergen til Grieghallen/ hotell. Alle utenlandske gjester blir også kjørt tilbake til Bergen Lufthavn Flesland ved avreise. Tilbakemeldingene viser at dette verdsettes høyt, mange bidragsyttere opplever det som lett å takke ja til en invitasjon fra Mediedagene nettopp fordi de vet at alt blir lagt til rette for dem med hensyn til reservasjon av reise, hotell og transport. Vi er opptatt av å ivareta våre gjester på den best tenkelige måten, og våre tilbud synes å bli godt mottatt.



Innsjekk

Foto: Rebecca S. Hoseth

“Thank you very much for a super organisation and management of the festival! I was indeed very happy to be a part of this event and experience the very nice atmosphere of it”.

Aukse Balcytiene, foredragsholder i sesjonen “Hei til EU”

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

Nordiske Mediedager har en sunn økonomi. Etter hvert som arrangementet har vokst har også budsjettene økt, om enn ikke i samme grad. Regnskapsåret 2007 viste vekst i alle ledd; i tråd med stiftelsens strategi og formål.

Av de samlede inntektene på 6,6 millioner utgjør egne inntekter fra operasjonelle aktiviteter rundt 40 %, sponsorer 34 % og de resterende 26 % fra offentlige tilskudd. Den samlede egenkapitalandelen i stiftelsen var ved utgangen av 2007 oppe i nesten 80 %. I praksis betyr dette at stiftelsen er godt rustet til å møte fremtidige utfordringer. Og de er ikke få:

Støtte fra offentlige institusjoner, private bedrifter og stiftere er som nevnt tidligere avgjørende for drift og gjennomføring. Det samme er den betydelige dugnadsånden og det idealistiske elementet som blant annet programkomiteen og de rundt 80 frivillige bidrar med. Også foredragsholdere, moderatorer og debatt deltakere bidrar i stor grad uten å motta honorar. Det er en utfordring å opprettholde dugnadsånden i en profesjonalisert organisasjon, og det må vurderes om enkelte nøkkelposisjoner, som for eksempel leder av programkomiteen, skal motta noe godtgjørelse. Vi ser også at det blir mer vanlig for bidragsytere å be om honorar. Dette gjelder særlig for speakers fra utlandet. Vi må i hvert tilfelle vurdere om vi har mulighet til å betale honorar, ut fra vedkommendes ekspertise og hvor viktig det vil være for Mediedagenes deltakere. Vi anser det som et godt og viktig prinsipp å ikke operere med honorar, men vi ser samtidig at vi i fremtiden må være forberedt på at dette etterspørres mer og mer. Vi bør derfor belage oss på at summene til honorar må økes.

Høsten 2007 ble Nordiske Mediedager pålagt moms på deltakeravgift. Dette innebærer at deltakere fra organisasjoner uten momsfradrag må betale høyere avgift. Deltakeravgiften er per i dag lav sammenlignet med andre konferanser på vår størrelse. Vi tilbyr også adgangsrabatt til forskere og studenter, og inngår egne avtaler med større, lokale mediebedrifter. Det er en viktig prioritering for oss å fortsatt holde et rimelig nivå på deltakeravgiften, men vi ser at momspålegg og generelt økte kostnadsrammer kan bli en utfordring. De økte kostnadsrammene inkluderer blant annet gjennomføringstjenester, som leie av Grieghallen, tekniske tjenester, reklamebyråarbeider

osv. Kostnaden for leie av arrangørsted har økt hvert år siden 2006, og vi forventer fortsatt økning også i fremtidige Mediedager, ikke minst på grunn av størrelsen på arrangementet. I tillegg har også administrasjonens arbeidsmengde økt etterhvert som arrangementet har vokst, noe som har ført til økte lønnsutgifter og administrative kostnader.

NMD Ung er et kvalitetstilbud til skoleelever på videregående nivå. Per i dag er tilbudet mulig å gjennomføre ved hjelp av støtte fra gode samarbeidspartnere, og vi håper på tilsvarende støtte i årene fremover. Det vil ikke bli aktuelt å be om deltakeravgift fra elevene / skolene.

Mye tyder på at medienæringen går tøffere tider i møte. Mediebransjen er konjunkturømfintlig, og flere større og mindre bedrifter gjennomfører i disse dager strenge sparetiltak. Intern innsparing kan føre til at færre ansatte får økonomisk og tidsmessig anledning til å reise på konferanser som Nordiske Mediedager. Samtidig er sponsormarkedet svært stramt. Nordiske Mediedager har inngått treårskontrakter med våre viktigste samarbeidspartnere, og har derfor en viss forutsigbarhet for de neste tre år. I og med økte kostnadsrammer er det imidlertid behov for ytterligere sponsorinntekter for å få økonomien til å gå i balanse, og for å få bedre handlingsrom til å realisere sterke arrangement.

Dette er noen av utfordringene Nordiske Mediedager står overfor i forhold til drift og økonomi. Vi vil fortsette arbeidet for å øke sponsorandelen og håper på videre offentlig støtte, slik at vi kan videreutvikle arrangementet ytterligere. Støtten er avgjørende for å realisere arrangement som er så faglig sterke at mediebedrifter og relaterte bransjer vil prioritere deltakelse for sine ledere og ansatte.

"Bergen er et nydelig sted for avvikling særlig når været alltid er bra under Mediedagene. Det er meget positivt at dere får fatt på så interessante og viktige mediefolk til å delta. Bra. Det er stedet å delta når man jobber innen mediasegmentet. Takk for i år."

Deltaker *

Med tidenes høyeste antall påmeldte, og gjennomgående positive tilbakemeldinger fra både deltakere og samarbeidspartnere, er vi naturlig nok godt fornøyde med Nordiske Mediedager 2008. Den positive utviklingen tolker vi som et tegn på at arrangementet oppleves som en viktig møteplass for mediebransjen, og at programmet som helhet er attraktivt. Mediedagene er etablert som en arena der man kan bli oppdatert på de siste trendene og utviklingstrekkene i mediebransjen og samtidig knytte kontakter og treffe kolleger og samarbeidspartnere.

Vi ser mange muligheter for å styrke og utvikle arrangementet ytterligere. Vi vil jobbe aktivt videre med å tiltrekke oss nye målgrupper fra ulike fagmiljøer. Vi vil videreutvikle vår web-tv, NMD-TV, og markedsføre muligheten for at alle med tilgang til internett kan benytte seg av dette og dermed få en unik mulighet til å oppleve de faglige diskusjonene som foregår på konferansen. NMD-TV er en viktig satsning for oss, også fordi det utvider levetiden til konferansen og gjør oss tilgjengelige for alle. Selv om vi er en fagkonferanse ønsker vi å være i dialog med publikum, det være seg barn eller voksne.

Vi vil fortsette arbeidet med NMD Ung. Interessen fra skolene for å delta er et tydelig signal på at slike tilbud er velkomne, og både lærere og elever understreker at det er både lærerikt og interessant å delta.

Mediebransjen er i konstant endring og en svært omskiftelig tid gjør det spennende og utfordrende å drifte en fagkonferanse av dette omfanget. Vi ønsker å være relevante og i forkant. Vi er internasjonalt orientert og bestreber oss på å tilby de beste

foredragsholderne, samt å produsere både uventede og faglig relevante sesjoner av høy kvalitet. Samtidig vet vi at det sosiale aspektet ved konferansen er helt essensielt for våre delegater. Vi jobber kontinuerlig med å utvikle både det faglige innholdet, det generelle konferanseprogrammet og alle de små detaljene som gjør at det brede lag av mediefolket fortsetter å komme igjen – og igjen.

Vi ser frem til det videre arbeidet, og gleder oss til å ønske velkommen til Nordiske Mediedager 6. – 8. mai 2009!



Guri Heftye
Festivalchef



Kjetil H. Dale
Leder, programkomiteen



Kjell Jarle Høyheim
Styreleder

* Skriftlig tilbakemelding på Nordiske Mediedagers evalueringsskjema. Tilbakemeldingene er anonyme.

- ← 1988 Konferansen Nordiske TV Dager (NTVD) arrangeres for første gang. Etablert av Bergen kommune, NRK og Universitetet i Bergen. Nordiske TV Dager arrangeres annethvert år.
- ← 1993 Stiftelsen Bergen Media By (BMB) etableres. BMB blir praktisk arrangør av medie konferansen og er sekretariat for Nordiske TV Dager.
- ← 1998 Gullruten legges til Bergen. Gullruten avslutter Nordiske TV Dager og showet sendes for første gang på TV 2.
- ← 1999 Media 2000 arrangeres for første gang, i regi av Bergens Presseforening.
- ← 1999 Første medieundersøkelse gjennomføres.
- ← 1999 Første Journalist i klassen gjennomføres.
- ← 2000 Stiftelsen Nordiske TV Dager opprettes.
- ← 2000 Nordiske TV Dager og Media 2000 samarbeider under fellesnavnet Den norske Mediefestivalen. NTVD og Media 2000 veksler på å arrangere konferansen annethvert år. Bergen Media By er paraplyorganisasjonen til arrangementet. Irmelin Nordahl ansettes som festivalsjef.
- ← 2004 Den norske Mediefestivalen endrer navn til Nordiske Mediedager.
- ← 2006 Ungdomskonferansen "Bak Fasaden" arrangeres for første gang.
- ← 2007 Stiftelsen Nordiske Mediedager etableres, og trekkes dermed ut av Bergen Media By. Bak stiftelsen står Bergen kommune, Bergensavisen, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, NRK, TV 2 Gruppen og Universitetet i Bergen. Guri Heftye ansettes som festivalsjef. Stiftelsen Nordiske TV Dager og Media2000 legges ned.



Knut Olsen (NRK), Ola Morten Aanestad (StatoilHydro), Lars Erik Grønntun (Gambit Hill & Knowlton), Beate Barth-Nossum (Geelmuyden.kiese) og Trine Eilertsen (Bergens Tidende) i "Den topptrente kilden"

Foto: Anne Rigmor Hopland



Professor Frank Aarebrot (UiB) om "Dumme journalister"

Foto: Gaute Singstad



VD Eva Hamilton (SVT) i "Nordisk toppmøte"

Foto: Gaute Singstad



Kringkastingssjef Hans-Tore Bjerkaas i "Nordisk toppmøte"

Foto: Gaute Singstad



Heine Totland og Gisle Børge Styve under Nordiske Mediedagers offisielle åpning.

Foto: Lill Christin Breistein



Generaldirektør Kenneth Plummer (DR) i "Nordisk toppmøte"

Foto: Gaute Singstad



Helen Vikstvedt og Solveig Kloppen i "Mediespesial: Hjelpekorpsen"

Foto: Lill Christin Breistein



Frank Aarebrot (UiB), Marie Simonsen (Dagbladet), Thomas Spence (Aftenposten) og Audun Lysbakken (SV) i "Skal vi le eller gråte?"

Foto: Gaute Singstad



Lunsj i Grieghallens spiss

Foto: Rebecca S. Hoseth



Bildetekst: Produsent Piv Bernth (DR) i "Forbrytelsen"

Foto: Anne Rigmor Hopland



Prosjektleder medieundersøkelsen, Torgeir Foss i "Dumme journalister".

Foto: Gaute Singstad

68 ETTERBORS

Alle vil ha nett-fotball

Fotballkamp: Avisene kaster seg inn i kampen om fotballrettighetene. VG, Media Norge og A-pressen vil alle by på fotballrettigheter på nettet. I tillegg får de konkurranse fra svenske Modern Times Group.

MEDIER

BJØRNECKBLAD,
KNUT SELSJORD OG
ESPEN TJERSLAND
OSLO/BERGEN

Påtroppende administrerende direktør i VG, Torry Pedersen, sier VG jobber med å anekke sammen et bud for å sikre seg deler av fotballrettighetene som nå er til salgs.

– Sport er veldig viktig for VG, og det er klart at vi ønsker å posisjonere oss. Dette er rettigheter som vi er interessert i, men prisen må være bærekraftig for oss, sier Pedersen.

Aftenpostens sjefredaktør Hans Erik Matre bekrefter at også det nye avis konsernet Media Norge – Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen – vil ha fotball på internett. Om det Schibsted-kontrollerte konsernet risikerer å presse opp

prisen på webrettighetene i konkurranse med Schibsted-eide VG, sier Matre:

– Her vil vi komme i prosesser der det er vanskelig å spå utfallet.

– Så her er det ikke noen samordnet Schibsted-strategi?

– Vi vet om hverandre, svarer Matre.

– Det finnes mange konstellasjoner her. Nye allianser kan oppstå før du aner det, sier Torry Pedersen.

Tv stagnerer

Fotball er blant de sterkeste livebegivenhetene en medieaktør kan sikre seg. Og det er på nettet de fremtidige inntektene ligger. Ifølge tall fra Interesseorganisasjonen for Interaktiv Markedsføring (Inma) vil total omsetning på nettet øke fra 4,1 milliarder kroner i 2008 til 7,5 milliarder i 2011. Inntektene for tradisjonell tv vil derimot stagnere.

– Tendensen går på at kunder

er villige til å betale for det beste og mest unike produktet, uttalte professor i samfunnsøkonomi ved Norges Handelshøyskole, Guttorm Schelderup, under gårdsdagens debatt om mediekonomi under Mediedagene i Bergen.

– Hvorfor er fotball så viktig for medieselskapene?

– Jeg tror det er åpenbart hva jeg mener om den saken. Vi betalte jo en milliard for rettighetene sammen med TV 2 i forrige runde, sier tidligere administrerende direktør i Telenor Broadcast, Stig Elde Sivertsen.

Svensker er med

TV 2 og Telenors fotballavtale utløper i år for norsk seriefotball og neste år for landskamper og cup. Fotballforbundet har delt opp rettighetene i 23 ulike pakker denne gangen, og håper på budkrig om alle. Budfristen

løper ut tirsdag i neste uke.

Som DN skrev igår, er det svenske mediekonsernet Modern Times Group (MTG) svært interessert i norske fotballrettigheter. Selskapet står bak tv-kanalene TV3 og Viasat 4, betal-tv-distributøren Viasat samt radiokanalene P4.

MTG vil også strekke seg langt for å få nettrettigheter. I motsetning til sine konkurrenter har svenakene svært liten aktivitet på nettet. Dette har gitt MTG-ledelsen betydelig hodepine ettersom nettet utvikles som mediekanal og markedsplass. Etter hva DN erfarer, ser MTG-ledelsen for seg at toppfotballen kan drive en nettetablering i egen regi.

MTG har i dag rettighetene til Champions League-kampene. I dette ligger også forpliktelser til å utnytte disse på nettet. Uten en tidsriktig nettside klarer imid-

Det finnes mange konstellasjoner her. Nye allianser kan oppstå før du aner det

Torry Pedersen, påtroppende administrerende direktør i VG

lertid ikke selskapet i dag å oppfylle dette fullt ut.

Administrerende direktør Hein Espen Hattestad i MTG Norge vil ikke kommentere selskapets prioriteringer bortsett fra at han vurderer tilbudet som er utlyst.

Flere plattformer

A-pressen er med i kampen om fotballrettighetene gjennom sitterskap i TV 2 og Nettavisen. Konserndirektør Thor Gjermund Eriksen i A-pressen spør



HENGER SEG PÅ. Administrerende direktør i MTG, Hein Espen Hattestad, er svært interessert i norske fotballrettigheter – også nettrettighetene. Foto: Johannes Worsøe Berg

Påskesmell for Bergens Tidende

MEDIER

Svakere tall i årets første kvartal for Vestlandets storavis Bergens Tidende (BT) skyldes at påsken i år havnet i mars. Allerede for april var trenden positiv. Bare opplaget synker.

OLE ERIK KLOKEIDE
BERGEN

Av alle BTs inntektskilder er det internettsetningen som øker mest, i prosent. Salgsinntektene fra bt.no vokste med 61,9 prosent til 10,2 millioner kroner i årets tre første måneder. Inntektene fra finn.no økte med 34 prosent til 15 millioner kroner.

Vi hadde ikke forutsatt en så kraftig økning, dette er bedre enn budsjett, internett tar rett og slett av, sier konstituert administrerende direktør Terje Rasmussen.

At driftsresultatet er 32,1 prosent svakere enn samme periode ifjor, må påsken ta skylden for.

Det er utelukkende påsken, som i år havnet i mars, som er årsaken. Vi har like mange

Bergens Tidende (konsern)

Resultat per 1. kvartal 2008

Millioner kroner	2008	2007	Endring
Driftsinntekter	25,7	25,8	0,1%
Driftsresultat	8,6	10,7	-19,7%
Resultat før skatt	11,8	18,2	-35,2%

ansatte i påsken som ellers, men svikten i resultatet skyldes at inntektene faller, slik er det i denne bransjen, sier Rasmussen.

Opplaget faller

Men et opplagsfall på 2200 eksemplarer fører enn i første kvartal ifjor skyldes ikke påsken?

Nei. Opplaget faller de tre første månedene på grunn av en kampanjeperiode for halvårsabonnement på sluttet av fjoråret. Det var veldig høyt opplag på slutten av fjoråret på grunn av kampanjeperioden for tabloidavisen. I april isolert er opplagsfallet ned i 1500, og på årsbasis blir det ikke mer enn 1000, sier Terje Rasmussen.

Han legger til at abonnementsmassen er stabil og at det er løssalget som faller.

Færre aviser på tog og fly på grunn av innsparing fra selskapene, forklarer Rasmussen.

Effekten av påsken slår også inn på reklameinntektene og trykkmarkedet, men Rasmussen sier at BT er i rute og vil få et noe bedre årsresultat enn fjorårets rekordresultat på 148 millioner kroner før skatt.

ole.klokeide@dn.no



ØKER PÅ NETT. Bergens Tidende og konstituert administrerende direktør Terje Rasmussen.

Tøft bladmarked

MEDIER

NED: Aller Familie-journal fikk merke at konkurransen i bladmarkedet økte ifjor. Driftsinntektene gikk ned fra 2006 og endte på 437 millioner kroner.

TAP: Konsernet gir blant annet ut bladene Allers, KK, Cosmopolitan, Båtmagasinet, Eva og Henne, og har flere nettsteder i samarbeid med søsterselskapet Alle Internett as. Bladene tapte opplagsmarginer ifjor.

KVINNEPROFIL: Konsernet utmerker seg forøvrig med en

Aller Familie-journal as

Resultat 2007*

Millioner kroner	2007	2006	Endring
Driftsinntekter	436,5	498,7	-12,5%
Driftsresultat	15,7	18,3	-14,2%
Resultat før skatt	22,4	25,8	-13,2%

* Resultatet har uavhengig kontrollert regnskaper. Mer detaljer 28. september 2007

markert kvinneprofil i styre og stell: Halvparten av styrerepresentantene er kvinner, og 76,5 prosent av lederne i selskapet er kvinner.

Fra nett til papir

MEDIER: Nettavisen Innsida.no i Kvinnherad går mot strømmen og lanserer seg selv på papir. Papiravisen Innsida distribueres gratis i Bemlo, Fitjar, Kvinnherad og Stord. Opplaget blir på 15.000 eksemplarer og papiravisen vil komme ut på nynorsk en gang i uken, skriver Bergens Tidende. dn.no

VISNING

Visning i dag kl. 11-17 og her 11-16 i Tordenskjolds gate 5. Katalog på www.blomqvist.no

Blomqvist



Endret reglene

OSLO: Norges Fotballforbund åpner for at medier som vil tilby pc-brukere fotballbilder i god tv-kvalitet, skal få det som de vil.

I tilbudsdokumentet som ble sendt ut for tre uker siden, het det at bildene i såkalt web-tv bare kunne distribueres i begrenset båndbredde på én megabit. En av dem som reagerte på dette, var Aftenposten-redaktør Hans Erik Matre, som bekrefter at Media Norge vurderer å legge inn bud på webfotball.

Problemet med disse rettighetene har vært at Fotballforbundet ønsket å strupe kvaliteten på sendingene teknologisk, trolig for å unngå at de kanribliserer på tv-rettighetspakkene. Men denne typen kunstig forverring av et produkt har ikke

noe for seg, sier Matre.

Norges Fotballforbunds rettighetsansvarlig Knut Kristvang sier at organisasjonene nå har åpnet for at aktører med webfotballambisjoner kan gi bud på rettighetene uten den opprinnelige distribusjonsbegrensningen.

Forutsetningen er bare at de uttrykkelig gjør oppmerksom på dette, sier Kristvang.

BALLSPILL: Sjefen for VG Nett, Torry Pedersen (fra venstre), deltok igår på en paneldebatt under Nordiske Mediedager i Bergen sammen med blant andre A-presse-direktør John Kvadsheim og NHH-professor Guttorm Schelderup. Foto: Erlend Haukeland

et betydelig etterarbeid, både hva gjelder finansiering og hvordan rettighetene endelig skal utnyttas, som følge av mengden interessenter og kompleksiteten i pakkestrukturen.

Vi er opptatt av at våre aviser får rettigheter til fotball. Det er jo naturlig at vi innenfor det nettverket vi har med TV 2, Nettavisen og A-presse jobber for å sikre oss fotballrettigheter på så mange plattformer som mulig, sier Eriksen.

etterbors@dn.no

Her er Mr. U

– Hadde jeg visst at Donal var journalist, hadde jeg tatt ham med ned i kjelleren og banket ham opp!

Dette sier narkobaron Wayne Hardy (44) i fullt alvor til BA. I ni måneder arbeidet journalist Donal MacIntyre (42) undercover i gjengen til Hardy. Så utleverte han nådeløst sin «venn» på TV.

... og narkobaronen han avslørte

RØRENDE: I går, under Nordiske Mediedager, møttes de to britene på scenen i Grieghallen under en gripende seanse.

– Dette er god terapi for oss begge, svarer Donal MacIntyre.

Resultatet av gjenforeningen har blitt den oppsiktsvekkende dokumentarfilmen «Wayne's World». Her følger vi den hardbarkede kriminelle fra Nottingham som utleverer sine følelser og tragedier.

SVEKET: – Første gang vi møttes var ved en tilfeldighet: Jeg var på treningsstudio, og narkokongen og bodybuilderen Wayne lette etter en treningspartner. Han angret nok senere på det møtet, humrer MacIntyre.

Først da det var for sent skjønte Hardy at den nye treningskompisen var journalist på dekkoperasjon.

Kriminelle Wayne Hardy følte seg sveket, og med god grunn. Han har fått betale med flere år i fengsel. Mens han satt inne tok konen livet av seg selv og parets ett år gamle baby. Hans gjenlevende datter Kylie (25) er heroinavhengig og prostituert.

BESTEVENNER: Nå er det ti år siden avsløringen. Til tross for trusler og sterke følelser, har de to funnet tonen igjen.

– Vi inviterer hverandre hjem, og er bestevenner. Jeg stoler mer på Wayne enn mange av mine kolleger, sier MacIntyre til BA.

Han sitter på Peppes Pizza på Ole Bulls plass og spiser kylling sammen med Wayne.

– Jo, jeg var en storkriminell, som på en vanlig dag omsatte narkopartier verdt én million Euro. Nå er jeg eks-dealer og eks-gangster, og har lært. Aldri mer gangster, sier 44-åringen, som nå tjener ærlige penger som valutaspesulant.

Hardy føler seg dobbelt skyldig i datterens narkobruk.

– Både at jeg solgte stoff selv, men også fordi jeg var ute av stand til å følge henne opp mens jeg satt inne!

FIRE IDENTITETER: Donal MacIntyre er født i Dublin 1966. Han vokste opp i Irland og USA, og ble raskt kjent for sine livsfarlige undercover-prosjekter.

Til sammen har han benyttet seg av fire ulike identiteter.

– Jeg har vært involvert i 20-25 prosjekter. Wayne-saken er høydepunktet, men også det farligste jeg har gjort.

Dette sier journalisten som har avslørt ulovlig våpen-, dyre- og uærlige begravelsesagenter og pensjonsbløffmakere.

WAYNE HARDY, eks-narkobaron

POLITIBESKYTTELSE: Mange av menneskene MacIntyre har avslørt, har havnet i fengsel. MacIntyre og hans familie, deriblant to barn på ett og fem år, har i perioder levd med politibeskyttelse og vært tvunget til å flytte.

Selv om MacIntyre nyter stor anerkjennelse som journalist, kan han bli oppfattet som i overkant brautende, macho og selvsikker. Selv blaser den fortsatt toppprente, tidligere landslagspadleren av anklagene.

«I'm not a hard man, I'm just a bloke pretending to be hard».

EIVIND A. PETERSEN
eivind.petersen@ba.no

Nordiske Mediedager
Nordic Media Festival

Fakta

WALRAFFING

Waffling er et kjent pressebegrep, oppkalt etter den tyske journalisten som under falsk identitet og undercover avslørte den ene skandalen etter den andre i det tyske samfunnet.

Günther Waffling benyttet seg av løgn for å avsløre løgn. Metoden er senere praktisert av medier i mange land.

I norske journalisters Vær varsom-plekat står det at waffling bare skal brukes dersom det er «eneste mulig» til å avdekke forhold av vesentlig samfunnsmessig betydning.

SAMMEN IGJEN: (Fra v.) For ti år siden avslørte journalist Donal

«Lær av våre feil»

– Det går ikke an å lære folk å være morsom, men vi kan lære dem å unngå de feilene vi har gjort, sier Bård Tufte Johansen.

I går holdt han og Harald Eia foredrag med tittelen «Fra morsomt til morsomst»

I forbindelse med Nordiske Mediedager. Men det var ikke som hysteriske komikere de snakket til en nesten fullsatt Peer Gynt Sal, men som to fagmenn som reflekterte rundt det å være morsom på TV.

Undercover



Wayne Hardy: Under Nordiske Mediedager møttes de to i Bergen, her ved Ole Bull-statuen.

FOTO: MORTEN WANVIK

Donal MacIntyre narkobaron

- Vi har gjort dette tidligere, men jeg vet jo ikke om det var dette folk ville ha, sier Tufte Johansen til BA.

Det var en oppmerksom forsamling som hørte komikerne ødsle av erfaringene de hadde gjort.

Duoen var uansett ikke uten humor i går, men morsomhetene var en spontan,

men integrert del av foredraget. - Folk har minst empati med menn mellom 50 og 70 år. De kan vi gjøre hva vi vil med uten at noen reagerer, sa de til latter fra salen.

I kveld er «Ut i vår hage» nominert i kategorien «Beste humorprogram» under Gullrutene. Tufte Johansen er ikke veldig opptatt av å vinne prisen.

HUGO IVAN HATLAND



**FOREDRAGS-
HOLDERE:** Bård Tufte Johansen og Harald Eia var i Bergen i går som foredragsholdere, og ikke som komikere. FOTO: SKJALG ØKELAND



«HELT UPROBLEMATISK»: Programleder i NRKs «Brennpunkt», Håkon Haugsbø, får kritikk for å ha drevet kampanjejournalistikk betalt av hjelpeorganisasjoner. – Helt uproblematisk, svarer Haugsbø.

NRK kritiseres for ukritisk journalistikk

– Hjelpeorganisasjoner betaler sentrale NRK-folk for å drive PR. Hvordan kan NRK da drive kritisk journalistikk, spør Terje Tvedt.

Nordiske Mediedager

LARS HOLGER URSIN
SILJE KATHINE ROBINSON (foto)
lars.ursin@bt.no

Ull-professoren gikk hardt ut mot NRK i en debatt under Nordiske Mediedager i Grieghallen i går. Det er nemlig hjelpeorganisasjonene selv som må dekke alle utgifter til sendingen under TV-innsamlingen. Til gjengjeld lånes profilerte NRK-journalister ut til formålet.

NRK legger ikke skjul på praksisen. Håkon Haugsbø fra NRK «Brennpunkt» har ledet to TV-innsamlinger, og ifølge ham karakteriserer NRK-sjef Hans-Tore Bjerkaas programmene som «kampanjejournalistikk, fra morra til kveld».

– Sentrale norske journalister lønnes av disse organisasjonene for å drive PR for en bestemt poli-

tikk. Hvordan kan NRK da drive kritisk journalistikk mot den samme politikken, spurte Tvedt.

– Garantister

Han nevnte Christian Borch, Einar Lunde og Anne Grosvold som noen eksempler. Tvedt mente også det var problematisk at NRK-profilene stiller som garantister for organisasjonene.

– De har stirret seerne rett i øynene, og sagt «gi penger, vi kan garantere at hver krone kommer frem». Er det noen som tror at NRK har kompetanse, guts og vilje til å følge opp det? Selvsagt ikke, sa Tvedt.

Han trakk paralleller til næringslivsjournalistikken:

– Hvis en næringslivsjournalist hadde tatt et betalt PR-opdrag for Aker Kværner og Røkke, hadde alle sett problemet. Men man har en forestilling tross.

– Får lønn av NRK

– Jeg er mest opptatt av hvor dårlig betalt jeg har fått, spøkte Håkon Haugsbø. – NRK betaler lønnen min, og sender siden faktura til organisasjonene. Det synes

jeg er helt uproblematisk. Hvis vi hadde villet granske Røde Kors i «Brennpunkt», hadde vi gjort det, sa Haugsbø.

TV 2-journalist Per Christian Magnus kritiserte også samvirket mellom organisasjoner og journalister i sin egen kanal. Magnus jobbet blant annet på Sri Lanka i forbindelse med TV 2s innsamling etter tsunamikatastrofen.

– Løgnaktig journalistikk

– Min rolle der var ikke å være kritisk, men å få folk til å gi penger til Røde Kors. Kjernen i denne journalistikken er løgnaktig, sa Magnus.

– Men dette er et problem for journalistikken generelt. Vi formidler ofte en sannhet som vi har bestemt oss for, og unnlater å ta med det som kan røkke ved den sannheten, sa Haugsbø, som imøtekom kritikken mot slutten av debatten:

– Vi bør sette mer søkelys på bistandsorganisasjoner med mye makt. Kanskje vi da får gjort litt bot for oss.

Presseetisk problem

Generalsekretær i Presseforbundet, Per Edgar Koldkvidt, deltok ikke i debatten, men mener Tvedts spørsmål er viktige. Praksisen til TV-selskapene kan også være etisk problematisk, spesielt i

forhold til Tekstrekklameplakaten, mener han. – Publikum skal være trygge på at det de får servert er uten bindinger til utenforstående. Det er vel knapt tilfellet her, sier Koldkvidt. Han vil likevel ikke

oppfordre stasjonene til å stanse innsamlingene. – Det er viktigere at de er åpne om de båndene som eksisterer, og at andre driver kritisk journalistikk – også mot det som gjøres i det godes tjeneste.

Varsler kutt lokalt

KS krever 2 milliarder kroner ekstra til kommunene i år og 5,75 milliarder neste år.

MAGNE GAASEMYR
magne.gaasemyr@bt.no

– Hvis ikke blir det kutt i omsorg og skole, sier Halvdan Skard.

Den politiske lederen i Kommunenes Sentralforbund (KS) legger ikke skjul på at de hadde ventet mer av den rød-grønne regjeringen.

– I valgkampen lovet regjeringspartiene at de skulle satse på velferd fremfor skattelette. Soria Moria-erklæringen må også leses slik. Men situasjonen nå, slik vi får melding om fra kommunene, er at velferden kuttet, sier Skard.

I neste uke legger regjeringen frem kommuneproposisjonen for 2009. KS-kravet er at kommunene får økt sine frie inntekter med 5,75 milliarder kroner.

Kravet fordeler seg slik:

■ 2 milliarder kroner for å nå

målet om 3 prosent driftsresultat. Normen er beregnet for blant annet å sikre at kommunene har penger til å betjene lån.

■ 1,5 milliarder kroner offensiv satsing på eldreomsorg, litt utover det forliket i Stortinget innebærer.

■ 1,25 milliarder til å opprettholde dagens standard innen videregående opplæring og eldreomsorg.

■ 1,0 milliard til vedlikehold, der kommunene har opparbeidet seg et stort etterslep.

Kravet har som grunnlag at 2008 blir slik som Stortinget forutsatte i fjor høst. Det vi vet nå, er at kostnadsveksten blir større, og prognosen er at kommunene får en svipt på 2 milliarder kroner når året er omme. Derfor ventet vi at staten i revidert nasjonalbudsjett legger inn to milliarder for å kompensere de økte kostnadene, sier Skard.

TAPER I FLEIRE

Mens de småkanalene det langs med NRKs

► Nordiske Mediedager

ARILD HENIG KATJUN
LARS ROBINSON
arild.henig@bt.no

TV 2 Zebra er i tings- og misje 4 kaper annen alle de kommen ne er inne i en blide mars og ap der for NRK2. I går skrev BT spesielt dårlig b seerne. Det sum NRK2: Kun blant oppover er NRKs på yngre seere stø lene.

NRK taper også i småkanalene

I FLERE KANALER: NRK-sjef Hans-Tore Bjerkaas' avlastingskanal NRK2 må se seg sjølt av de kommersielle utfordringer TV 2 Zebra og

de kommersielle kanalene vokser, går sakte nedover NRKs ekstrakanaler.

Nordiske duedager

BERG KARLSEN
ADRIANO
JØNSEN USTUN
E-post: bt.no

er nå størst av avlastningskanalene, og Viasat annerplassen. Og mens undervervise småkanalene i en positiv trend, var og april dårlige måneder.

av BT: NRK1 gjør det veldig bra de yngste samene er tilfellet for blant seere fra 60 år og NRKs tidligere satsing på større av småkanaler.

Mest oppsiktsvekkende er situasjonen for MTG, som eier både TV3 og Viasat 4. Sistnevnte ble lansert i september 2007, men er allerede blitt Norges sjette mest sette kanal. Blant yngre seere har de to MTG-kanalene til sammen større markedsandel enn alle NRKs TV-kanaler sammenlagt.

– Nyttet ikke å sove i timen

Trygve Rønningen, programdirektør i MTG Norge, mener at utviklingen ikke er tilfeldig:

– Dette er en trend, og den begynte allerede da vi lanserte Viasat 4. Med de to kanalene er vi i stand til å gi seerne et komplett tilbud, og Viasat 4 har vært en suksess helt fra starten. Når vi nå også opplever fremgang for TV3, skyldes det at vi har rendyrket den som underholdningskanal, beregnet på seere mellom 15 og 49 år, sier Rønningen.

– Og trenden vil fortsette?

– Det har vi ingen garantier for. Denne bransjen er nå så tøff at det ikke nytter å sove i timen. Vi må være på hogget kontinuerlig, sier Trygve Rønningen.

– Trenden vil forsterkes

Stig Eide Sivertsen, tidligere direktør i Telenor Broadcast, har imidlertid stor tro på at trenden vil fortsette – og forsterkes:

– Det er fordi det blir større kapasitet på det digitale bakkenettet. Utbudet av kanaler vil øke, disse vil igjen stryke fra de store. Jeg synes egentlig det er oppsiktsvekkende at NRK har holdt sin posisjon i markedet så lenge, sier Eide Sivertsen.

Han påpeker at fotballsendinger bidrar sterkt til populariteten hos både TV 2 Zebra og Viasat 4. I tillegg er måten vi ser TV på i kraftig endring:

– Tiden da alle var samlet rundt TV-en er forbi. Nå har familiene

gjærne skaffet seg flutskjermer, og har satt det gamle fjernsynet på et annet rom. Dette er også med på å øke fragmenteringen på TV-markedet. Folk ser rett og slett flere forskjellige ting enn før, sier Eide Sivertsen.

Han tror det som blir vesentlig i kampen om seerne fremover, er tilbudet av ferskvarer:

– Altså ferske nyheter, sport og gode egenproduserte drama og realityprogram.

NRK må forsvare lisensen

Under Nordiske Mediedager i Grieghallen i går møttes noen av lederne i nordiske TV-selskaper til et stoppmøte. De to norske fjernsynsjefene, Hans-Tore Bjerkaas i NRK og Alf Hildrum i TV 2, måtte innrømme at deres to hovedkanaler, NRK1 og TV 2, nok vil tape

markedsandelen til de mindre kanalene i tiden som kommer.

– Men det vil nok flate ut på et eller annet tidspunkt. Vi skal satse mye på at NRK1 da fortsetter Norges største TV-kanal og al-

NRKs samlede tilbud – altså TV, radio og nett – hver dag blir brukt av fire av fem nordmenn.

Bransjen er så tøff at det ikke nytter å sove i timen

TRYGVE RØNNINGEN, MTG NORGE

sa Bjerkaas.

Han la til at det var viktig for NRK å ha høye markedsandeler for å kunne forsvare lisensinntektene. Det skal sies gjennom det samfunnsoppdraget NRK har som allmennkringkaster, og ved å satse på norske produksjoner.

Flere TV 2-kanaler på vei

– Dessuten er det viktig å registrere at mange nå ser fjernsyn via

nett, slik at den gamle måten å telle seere på etter hvert ikke holder.

Hildrum sa rett ut at han tror hovedkanalen TV 2 ville være mindre om ett år, målt i markedsandeler. TV 2 vil imidlertid møte konkurransen fra småkanalene ved å lansere flere nisjekanaler som de selv eier.

– Men det skjer ikke i år, sa TV 2-sjefen.

Hildrum karakteriserer TV 2 Zebra som en seermessig suksess.

– Men den har kostet mye penger, fordi vi har lagt en stor del av kostnadene til våre fotballrettinger i denne kanalen, sa Hildrum.



FOTO: HÅKUN MØLLERUD LARSEN / SCANPIX

Må en muslimsk kvinne dekke til håret hvis den eneste mannen som ser henne er homofil?

BRITT SØRENSEN
PAUL SIGVE AMUNDSEN
britt.sorensen@bt.no

Svaret får du når TV 2 Zebra 15. mai begynner visningen av den kanadiske komiserien «Little Mosque on the Prairie». Her tøyes det frekt og godmodig med islamsk og vestlig kultur – og møtet mellom disse. Målet er å bygge bro mellom kulturene. For, som produsentteamet Mary Darling og Clark Donnelly sier det:

- Det er vanskelig å hate hverandre når man ler.

Ekteparet Darling og Donnelley driver produksjons-selskap i Toronto, og hadde lenge vært på jakt etter en annerledes komedie. Hos Zarga Nawaz fant de det de lette etter. Nawaz hadde ideen til og historiene fra det muslimske miljøet i småbyen Saskatchewan.

– Vi så potensialet til en komedie som kunne si noe nytt.

2,1 millioner seere så den første episoden, noe som er eksepsjonelt godt i canadisk TV-sammenheng. Populariteten har holdt seg. Donnelley tror det skyldes at serien dekker et behov for å møte vanlige hverdagsmennesker, i en tid når mediene dekning av muslimske samfunn stort

sett er negativt vinklet.

– Dere har valgt en veldig søt og sjarmerende form for humor?

– Ja, folk trodde nok serien ville være mer kontroversiell, sier Mary Darling.

– Seriens skarphet ligger i det uventede. At det ikke er gjort før, på denne måte. Vi rører ikke ved Allah, men tar oss store friheter når det gjelder viktige og kontroversielle spørsmål i islam. Etter 11. september ble muslimer redusert til ignoranter og fanatikere. Vi viser dem som individer med ulike meninger, oppfatninger, personligheter og agendaer.

– Dette er altså voksenopplæring for vestlige?

– Ja, og resultatet ser vi i et utall blogger og hjemmesider, der man diskuterer språk, problemstillinger og skikker.

Serien er innkjøpt av en rekke land, deriblant Frankrike, Sveits, Tyrkia, Finland og De Arabiske Emirater.

– Også Israel og Gaza har kjøpt serien, hvordan er den mottatt der?

– Da den skulle gå på luften der, rigget CBC opp kamera i ett israelsk hjem og ett hjem i Gaza. De intervjuet familiene før visning. Begge sa at «vi vet der er en komedie, men vi er så forskjellige, vi har så ulik humor, så vi kommer ikke til å le av det samme.» Men opptakene viser at det er nøyaktig det de gjør. Det er rørende, sier Darling og Donnellev.



Nordiske **Mediedager**
Nordic Media Festival

Tlf: 55 55 08 50
Fax: 55 55 08 55
E-post: post@mediedager.no

Postadresse:
Postboks 1347 Sentrum
5811 Bergen

Besøksadresse:
PixelPark
Småstrandgaten 3
5014 Bergen



Nordiske **Mediedager**
Nordic Media Festival