

The background is a vibrant, futuristic cityscape at night. Tall buildings are covered in glowing screens and lights, creating a cyberpunk atmosphere. A large, white, stylized robotic head with two large circular eyes and a rectangular mouth is positioned in the foreground, looking towards the viewer. The street is illuminated with a grid of light patterns.

RAPPORT

2010



Nordiske **Mediedager**
Nordic Media Festival



Torry Pedersen (VG), Arne Inge Christophersen (IUM), Jan Grønbech (Google Norge), Tanja Storsul (UiO) og Kristin Skogen Lund (Telenor Group) i sesjonen
Ny episode: Hvor går pengestrømmen?
Foto: Eirik Helland Urke



Foto: Jarle Hovda Moe



Foto: Jarle Hovda Moe



Grafisk designer Amanda Cox (New York Times) i sesjonen *Grafikk i verdensklasse*
Foto: Jarle Hovda Moe



Jon Ola Sand (NRK) i sesjonen *Share the moment - ESC*
Foto: Eirik Helland Urke



Professor Jens Kjeldsen (UiB) om *Kunsten å overbevise* på NMD Ung: Konferansen
Foto: Emil Weatherhead Breistein

NØKKELTALL:

1506 registrerte deltakere, herav:
114 foredragsholdere
44 sesjoner, herav:
16 foredrag
24 debatter/samtaler
4 presentasjoner/workshops
4 visninger av dokumentarer/episoder
9 kveldsarrangement
9000 publikummere på Grand Prix show på Festplassen

Nmd-tv:

12 livesendinger fra konferansen
60 innslag, herav:
32 sesjoner fra programmet
22 reportasjer før og under konferansen
6 sesjoner fra NMD Ung konferansen

NMD Ung:

435 deltakere på ungdomskonferansen [270 i 2009]
14 skoler
21 klasser
5 sesjoner

INNHold

Konferansen 4
Programoversikt 8
Foredragsholdere 10
Medieundersøkelsen 12
Mediemessen 14
NMD Ung 16
Kveldsarrangement 22
Gullruten 28
Grand Prix-show 30
Deltakere 32
Informasjonsarbeid 34
UiB-studenter i praksis 40
Bransjemøter, Frivillige 41
Programkomiteen 2010 42
Organisasjon 44
Administrasjon 45
Samarbeidspartnere 46
Økonomi 47
Historikk 49
Hvorfor meldte du deg på Mediedagene? 50



Nordiske Mediedager

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

www.mediedager.no
facebook.com/mediedager
twitter.com/mediedager
flickr.com/mediedager

Tekst: Guri Heftye, Anngun Dybsland og Carina Økland.
Bilder: Eirik Helland Urke, Renate Sæle, Chris Ronald
Hermansen, Hildegunn Holtet, Jarle Hovda Moe,
Emil Weatherhead Breistein og Carina Økland.

STØRRE OG STERKERE

2010 ble rekordår for Nordiske Mediedager. Vi passerte magiske 1500 deltakere, vi samlet rekordmange unge, håpefulle på NMD Ung med 435 deltakere på ungdomskonferansen. Vi hadde rekordtrafikk på alle sosiale medier og vår egen web-tv, og seertallene hos samarbeidspartner Gullruten har aldri vært høyere (885 000).

Vi gleder oss over samarbeidspartnere som stadig knytter sterkere bånd til Mediedagene og som er med på å gjøre dagene i Bergen til det store årlige og viktige bransjetreffet for mediene i Norge. Vi tenker da på Norsk Redaktørforening, som legger eget vårmøte til Bergen og Mediedagene, LMU (Landslaget for Medieundervisning) og RAM (Rådet for anvendt Medieforskning) som kjører sine egne konferanser i tilknytning til vårt arrangement. For tredje år på rad gjennomførte også MBL (Mediebedriftenes Landsforening) sin store prisfest under Mediedagene, og Gullruten har utviklet og etablert en egen Fagprisutdeling. Alle disse tilstøtende arrangementene er sammen med på å styrke Mediedagenes rolle

og faglige tyngde - og gjør at våre deltakere kjenner at de er med på noe som angår dem og at vi er deres egen konferanse. Det liker vi! Vi retter også en stor takk til alle våre gode partnere og støttespillere, både stat, fylke og kommune er med på løfte Nordiske Mediedager, samt våre stødige og lojale partnere.

Vi som står bak Nordiske Mediedager er opptatt av at vi skal oppleves som vesentlige. At vi er relevante. Med mange års fartstid og erfaring kjenner vi godt våre deltakere, og vi vet at de er opptatt av å møte hverandre like mye som å møte sterke faglige godbiter. Vi vet også mye om de prøvelsene vår hjemlige mediebransje har vært utsatt for de siste årene. I det perspektivet ser vi vår rolle som både debattarena, arnested, møteplass og lekegrind for mediefolk fra alle mediehjørner. I år stod vi ekstra godt og samlet i nedslaget, ikke engang en viss askesky klarte å stoppe oss i unnarennet og innspurten. Det var en stor opplevelse! Programarbeidet for neste år er forlengst i gang – på gjensyn 11.-13. mai 2011!



Guri Heftye
Festivalsjef



Christian Lura
Leder, programkomiteen



Kjell Jarle Høyheim
Styreleder

KONFERANSEN



Fra sesjonen *App: Redning eller hodepine*, her ved Morten Jacobsen (VG) og Gunnar Sellæg (Aspiro)
Foto: Hildegunn Holtet



Fra sesjonen *Underlige ungkarer frir til seerne*, med Atle Antonsen (DAG, TV 2) og Reidar Fredrik Frydenlund (Unge Fleksnes, TVNorge)
Foto: Eirik Helland Urke



Linn Skåber om sin nye serie *Spelet*, i sesjonen *Linn Skåber gjør deg flau - igjen*
Foto: Hildegunn Holtet

114 foredragsholdere
16 foredrag
24 debatter / samtaler
4 workshops / presentasjoner
4 visninger (episoder / dokumentarer)

På scenen stod kunnskapsrike, innovative og inspirerende foredragsholdere fra England, Nederland, USA, Sverige, Danmark, Finland og Norge. Programmet favnet bredt og temaene var mange, fra mediebruk, sosiale medier og digital teknologi til pressehistorie, sluttpakker og innholdsproduksjon.

Man må lære av fortiden for å være forberedt på fremtiden, sier kloke hoder. I en tid der medieverdenen synes å ha blitt snudd opp ned på kort tid, vil mange mene at dette rådet er utdatert. Men likevel – når mediefolk i dag deles inn i fremtidspessimister og fremtidsoptimister, når noen spår kvalitetsjournalistikkens død der andre ser nye muligheter i internett og sosiale medier, kan det kanskje være nyttigere enn noen gang å skue tilbake.

Derfor inviterte vi nestorer i norsk presse til å snakke om den gang pressen virkelig hadde penger. Og brukte dem. Derfor så NRKBetas fremtidsspåmann Eirik Solheim på hva han og hans medsammenstørerne trodde om fremtiden for ti år siden, og hva som faktisk har skjedd i årene etter. Derfor viet vi plass til det store verket om norsk pressehistorie. Derfor kom dr Jeffrey Cole fra Center for the Digital Future for å legge frem resultater fra ti år med forskning på mediebruk i 30 land.

”Film- og musikkindustrien, samt trykte medier vil overleve også i fremtiden, men da i all hovedsak på Internett og i langt mindre formater enn i dag.”

Jeffrey Cole, Director, Center for the Digital Future

Når fortiden er oppsummert, ligger det i medienes natur å se fremover, og det særlig etter den verste krisen i bransjens moderne historie. Forfatter, blogger og webguru Jeff Jarvis gav råd om hvordan web 2.0 åpner nye dører for hardt pressede mediehus. Jarvis ønsket ikke å fly til Norge pga. askeskyen. Resultatet ble liveoverføring på link med god hjelp fra TV 2. Etter foredraget tok Jarvis imot spørsmål fra salen.

Likte de utenlandske foreleserne - også Googles-kommentatoren på nett - som hadde askeangst...

Respons i evalueringsrapport

Mobilartist Jürgen Scheible viste mobiltriks som selv 14-åringen hjemme ville bli imponert av. Elisabeth Murdoch delte sine erfaringer som gründer og toppsjef i det internasjonale produksjonsselskapet Shine. Og også i år inviterte vi til diskusjon om pengestrømmer i mediene og til skandinavisk tv-toppmøte.

”Nyheter og aktualitet koster. Det kan ikke lenger finansieres med reklame alene. Vi må se på andre finansieringsformer.”

Alf Hildrum, adm. dir., TV 2

Vi kan alle inspireres av andres suksess. Derfor inviterte vi radioens helter Radioresepsjonen, skaperne av nettfenomenet Fanthomas, og idéarbeiderne i FINN.no. Derfor ryddet vi plass til flinkiser som Morten Mørland som tegnet seg fra Arendal til britiske The Times, og RayKay som forlot Haugesund for å bli musikkvideoregissør for popstjernene i Hollywood (sist vi sjekket hadde videoen hans Poker Face med Lady Gaga 374 millioner seere online!). Og ikke minst; derfor fortalte prosjektleder Jon Ola Sand om hvordan NRK jobbet med den store Eurovision Song Contest-finalen.

Vi inviterte Atle Antonsen og Linn Skåber, som begge skal spre mer latter fra norske skjermer til høsten, og Lars Monsen og hans modige reisefølge som beveget veldig mange nordmenn denne våren.

Miksen mellom aktualitet, inspirasjon og nytte er veldig bra. Variert program.

Respons i evalueringsrapport

For noen tar livet og karrieren andre retninger enn planlagt. Under Mediedagene møttes noen av dem som valgte å ta sluttpakke og forlate mediehusene. Og Yvonne Ridley, som virkelig fikk livet snudd på hodet i fangenskap hos Taliban, for deretter å konvertere til islam. I dag gjør hun karriere som talkshowstjerne i Iran. Historier som alle viser at en ukjent fremtid kanskje ikke er noe å frykte, når alt kommer til alt.



Hans Tore Bjerkaas (NRK) og Alf Hildrum (TV 2) i sesjonen *Nordisk toppmøte*
Foto: Eirik Helland Urke



Fra sesjonen *Fanthomas! Oh My God*, om animasjonssuksessen på VG Nett
Foto: Eirik Helland Urke



Jeffrey Cole i sesjonen *Dr Coles Diagnose*, om mediebruk og trender
Foto: Eirik Helland Urke



Bjørn Olav Nordahl, Connie Barr, Per Willy Lindberg, Catharina Jacobsen og Kari Birkeland i sesjonen *Livet etter sluttpakken*
Foto: Renate Sæle

Foredragsholderne holdt et høyt nivå på sine presentasjoner, og variasjonen av tema og vinklinger i de 44 sesjonene var betydelig. Tilbakemeldingene fra konferansedeltakerne er meget positive, både i forhold til nytteverdi, aktualitet og relevans.

For full oversikt over programmet til Nordiske Mediedager 2010, se www.mediedager.no: Program tidligere år.

Godt og aktuelt program. Keep up the good work!
Respons i evalueringsrapport



Fra sesjonen *Lars Monsen uten grenser*, her med Håvard Jenssen (Videomaker), Lars Monsen og Erik Normann (deltaker i serien)
Foto: Eirik Helland Urke



Elisabeth Murdoch (Shine) om kreativitet i sesjonen *Kreativitet fremst: en prioritering verden over*
Foto: Eirik Helland Urke



Videoregissør Reinert K. Olsen (Ray Kay) og intervjuer Asbjørn Slettemark (NRK Lydverket) i sesjonen *Fra Haugesund til Hollywood*
Foto: Chris Ronald Hermansen



Nahid Persson (RealReel) og Steinar Birkeland (NRK) i sesjonen *Dronningen og jeg*
Foto: Hildegunn Holtet



Mobilartisten Jürgen Scheible fargelegger lokalet ved bruk av mobil, data og projektor
Foto: Renate Sæle



Møte mellom programsjefene i TVNorge, TV3, NRK og TV 2 i sesjonen *De vet hvem du er og hva du vil se*
Foto: Chris Ronald Hermansen

PROGRAMOVERSIKT

ONSDAG 5. MAI	
12:00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN
12:45 - 13:45	FILMVISNING: INSIDE THE WIRE ■ E Småttroll
14:00 - 15:30	FILMVISNING: DROTTNINGEN OCH JÄG ■ Småttroll
15:45 - 16:15	FILMVISNING: FANTHOMAS' SEKS FAVORITTER ■ Småttroll
16:30 - 17:20	FILMVISNING: TOWER BLOCK OF COMMONS, ep.1 ■ E Småttroll
18:00	ÅPNING, Peer Gynt Salen, Grieghallen v/ konferansier Niklas Källner. Anniken Huitfeldt, Monica Mæland, Guri Heftye, Bjarte Hjelmeland, Menneskerettsprisen for journalister
19:00	MOTTAKELSE, Grieghallens spiss, v/ ordfører Gunnar Bakke, Bergen kommune. Deretter festivaltreff på Bocca
20:15	DEN STORE PRISFESTEN, v/konferansier Siren Henschien. Ole Bull Scene

TORSdag 6. MAI	PEER GYNT	DOVREGUBBEN	KLOKKEKLANG	SMÅTROLL
08:00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN			
09:15 - 10:00	POLITIOG HALVSTUDERT RØVER ■ ■ v/Frank Aarebrot	FANTHOMAS! OH MY GOD ■ ■ v/Anders Bye, Rasmus A. Sivertsen, Jesper Sundnes	MENNESKERETTSPRIS FOR JOURNALISTER ■ v/Connie Bentzrud, Asbjørn Øyhovden	
10:15 - 11:00	ELSK OG HAT: PRESSEN OG POLITIET ■ ■ v/moderator Knut Olsen. Arne Johannessen, Rolf J. Widerøe, Frank Aarebrot m. fl.	DE VET HVEM DU ER OG HVA DU VIL SE ■ ■ v/moderator Øyvor Dalan Vik. Nils Ketil Andresen, Arne Helsingen, Eivind Landsverk, Trygve Rønningen	MOBILARTISTEN ■ ■ E v/Jürgen Scheible	
11:15 - 12:15	KREATIVITET FREMST: EN PRIORITERING VERDEN OVER ■ ■ E v/intervjuer Anette With. Elisabeth Murdoch	TEGNET SEG TIL TOPPS ■ v/intervjuer Hege Duckert. Morten Mørland	INNOVATE! ■ ■ E v/Juan Giner	VIDEO 4: 3D-PRODUKSJON / DSLR TIL VIDEO ■
12:15 - 13:15	LUNSJ, i Grieghallens spiss. Mrk: Kun forhåndsbestilling, husk billett!			
13:15 - 14:15	NORDISK TOPPMØTE ■ ■ v/moderator Trygve Rønningen. Hans-Tore Bjerkaas, Palle Strøm, Eva Hamilton, Alf Hildrum, Kenneth Plummer	FRA HAUGESUND TIL HOLLYWOOD ■ ■ v/intervjuer Asbjørn Slettebmark. Reinert K. Olsen (Ray Kay)	REALITY MED MENING ■ ■ E v/Richard McKerrow	RAM: "STALINISMENS SISTE UTPOST I NORSK PRESSE" ■ ■
14:30 - 15:15	UNDERLIGE UNGKARER FRIR TIL SEERNE v/intervjuer Linda Eide. Atle Antonsen, Øystein Karlsen, Reidar Fredrik Frydenlund ■ ■	ALT VAR BEDRE FØR ■ ■ v/moderator Hege Duckert. Arvid Bryne, Hilde Haugsjerd, Jon Magnus	SOLHEIMS SISTE SPÅDOMMER ■ ■ v/Eirik Solheim	
15:30 - 16:15	SLIK OVERLEVER MEDIENE WEB 2.0 ■ ■ E v/Jeff Jarvis	LIVET ETTER SLUTTPAKKEN ■ ■ v/moderator Kari Birkeland. Catharina Jacobsen, Bjørn Olav Nordahl, Connie Barr, Per Lindberg	PRESSENS FANTASTISKE HISTORIE ■ v/moderator Sverre Tom Radøy. Hans Fredrik Dahl, Guri Hjeltne, Nils E. Øy	BUG/NRK HORDALAND: TOG-TV I STEREOSKOPISK 3D ■ ■
16:30 - 17:30	NY EPISODE: HVOR GÅR Penge-STRØMMEN? ■ v/moderator Bjørn Eckblad. Tanja Storsul, Arne Inge Christophersen, Jan Grønbech, Torry Pedersen, Kristin Skogen Lund	NÅR HEMMELIGHETEN SPREKKER ■ v/intervjuer Knut Olsen. Arne Berggren, Bernt Eidsvig	GRAFIKK I VERDENSKLASSE ■ ■ E v/Amanda Cox	
20:00	MEDIESPESIAL: FERSK GJERNING v/Arne Berggren, Ole Bull Scene			
21:30	DEN STORE MEDIEQUIZEN v/ quizmaster Sarah Natasha Melbye og quizmister Stian Barsnes Simonsen. Ole Bull Scene.			

FREDAG 7. MAI	PEER GYNT	DOVREGUBBEN	KLOKKEKLANG	SMÅTROLL
08:00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN			
09:15 - 10:00	FOTBALLKAMPEN ■ ■ v/moderator Knut Kristian Hauger. Sven Egil Davidsen Niels Røine, Hans-Bjarne Solheim, Lars Sørsgard, Bjørn Taalesen	DRONNINGEN OG JEG ■ ■ v/intervjuer Steinar Birkeland. Nahid Persson	BILDENE VI IKKE FÅR SE ■ ■ v/moderator Bjørn Hansen. Odd R. Andersen, Gisle Oddstad, Anne-Britt Kilvik	
10:15 - 11:00	DR. COLES DIAGNOSE ■ ■ E v/Jeffrey Cole	ER JEG MEG PÅ NETT? ■ ■ v/moderator Kjetil H. Dale. Arild Nybø, Nina Nordbø, Jan Ove Årsæther	HVA ER FJERN SYN? ■ ■ E v/John Ellis	
11:15 - 12:15	SHARE THE MOMENT - ESC ■ ■ v/Jon Ola Sand	MISSION IMPOSSIBLE: MINDRE Penger – BEDRE JOURNALISTIKK ■ ■ v/moderator Andreas Wiese. Trine Eilertsen, Thomas Spence, Sven Egil Omdal, Maren Kvamme Hagen, Torstein Throndsen	FENGSLT AV TALIBAN ■ ■ E v/intervjuer Line Norling. Yvonne Ridley	TELENOR: DIGITALT INNHOLD PÅ TRE SKJERMER ■ ■
12:15 - 13:15	LUNSJ, i Grieghallens spiss. Mrk: Kun forhåndsbestilling, husk billett!			
13:15 - 14:15	PRIIPRAKSIS ■ v/moderator Arill Riise. Svein Tore Bergestuen, Cecilie Ditlev-Simonsen, Sigurd Grytten, Eirik Del Barco Soleglad	LINN SKÅBER GJØR DEG FLAU - IGJEN v/intervjuer Line Norling. Linn Skåber, Line Grønfeld ■ ■	GRAVE JOURNALISTIKK OVER LANDEGRENSER ■ ■ E v/Synnøve Bakke, Kjersti Knudssøn, Rob Evans, Jon Wessel-Aas	
14:30 - 15:15	NYTT PÅ TV - UNDERHOLDNING FRA HELE VERDEN ■ ■ E v/Tim Crescenti	FINNS METODE ■ ■ v/Christian P. Halvorsen	FAKTA OG FANTASI I SOSIALE MEDIER v/Jonathan Marks ■ ■ E	
15:30 - 16:15	LARS MONSEN UTEN GRENSE ■ ■ v/intervjuer Monika Blikås. Lars Monsen, Håvard Jenssen, Erik Normann	APPS: REDNING ELLER HODEPINE ■ ■ v/moderator Øyvind Solstad. Gunnar Sellæg, Morten Jacobsen		
16:30 - 17:30	RADIORESEPSJONEN RULER ■ ■ v/moderator Bjørn Eidsvåg (ja, han). Steinar Sagen, Tore Sagen, Bjarte Tjøstheim			
19:00	AVSPARK Vizbygg, v/Media Norge, Storm og Vizrt			
19:00	MEDIEMINGLING Bocca. Fri adgang så langt det er plass			
20:00	FAGPRISUTDELING GULLRUTEN Ole Bull Scene			

LØRDAG 8. MAI	
12:00	Nordiske Mediedagers Grand Prix-show, Festplassen v/Didrik Solli-Tangen, Bobbysocks, Tor Endresen, Flying Monkeys m.fl. Aktiviteter fra kl. 12:00, konsertstart kl. 14:00
18:30	Gullruten, Grieghallen (dørene åpnes kl. 18:30)

E Engelsk ■ Produksjon ■ Nett ■ Innhold ■ Journalistikk ■ Mediepolitikk ■ Trender ■ Film ■ Teknologi ■ Medieøkonomi ■ Medieforskning ■ Foto



Mediequiz med Stian Barsnes Simonsen (NRK) og Sarah Natasha Melbye (TV 2)
Foto: Eirik Helland Urke



Mediekommentator Jeff Jarvis overføres live på link fra New York
Foto: Eirik Helland Urke

Eirik Solheim (NRK Beta) om trender på nett
Foto: Eirik Helland Urke

FOREDRAGSHOLDERE

Et lite utvalg:



Jeff Jarvis
Forfatter og blogger,
Buzzmachine.com



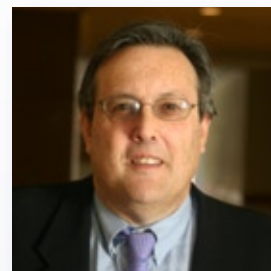
Elisabeth Murdoch
Chair og CEO,
Shine Limited



Richard McKerrow
Creative Director,
Love Productions



Nahid Persson
Regissør,
Real Reel



Jeffrey Cole
Director,
Center of the Digital Future, LA



Yvonne Ridley
Journalist,
Press TV



Tim Crescenti
President,
Small World



Amanda Cox
Grafisk designer,
New York Times



John Ellis
Professor,
Royal Holloway College



Eva Hamilton
VD,
STV



Juan Antonio Giner
President and Founder,
Innovation international Media
Group Consulting



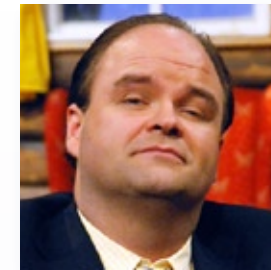
Palle Strøm
Programdirektør,
TV 2 Danmark



Reinert K. Olsen (Ray Kay)
Musikkvideoregissør



Linn Skåber
Skuespiller, komiker



Atle Antonsen
Skuespiller, komiker



Cecilie Ditlev Simonsen
Administrerende direktør,
JKL Group



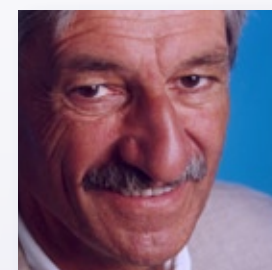
Jan Grønbech
Country Manager,
Google Norge



Bjørn Eidsvåg
Artist



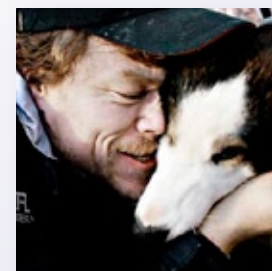
Hilde Haugsgjerd
Sjefsredaktør,
Aftenposten



Bjørn Hansen
Journalist



Kristin Skogen Lund
Konserndirektør,
Telenor Group



Lars Monsen
Programleder,
Ingen grenser, NRK



Guri Hjeltnes
Professor,
BI



Morten Mørland
Tegner,
The Times

MEDIEUNDERSØKELSEN

Unik undersøkelse om forholdet mellom media, publikum, og i år også politi og politijurister.



Tre av bakkemennene: Frank Aarebrot (UiB), Torgeir Foss (TV 2) og Thore Gaard Olausen (Respons)

Foto: Eirik Helland Urke

Helt siden 1999 har Nordiske Mediedager utarbeidet en omfattende opinionsundersøkelse. Undersøkelsen er unik ved at den ser utviklingen i mediene med både publikums og mediebransjens øyne. Ved å gjennomføre denne undersøkelsen årlig har vi fått god innsikt i forholdet mellom brukere og media, i tillegg til at vi ser utvikling i et lengre tidsperspektiv. Ikke minst gir undersøkelsene oppdatert kunnskap om hva journalister mener om sine roller og sin makt.

Respondentene får spørsmål om blant annet tv-vaner, radio-vaner, avislesing og ukepresse. Politisk tilhørighet og spørsmål om aktuelle saker i den løpende mediedebatten inkluderes også.

Respondenter

Fra og med 2006 har vi utvidet undersøkelsene til også å omfatte en tredje gruppe, i tillegg til publikum og journalister. Disse tredje gruppene kan beskrives som premissleverandører for hva som møter publikum i norske medier:

- 2006: Den Norske Kommunikasjonsforening
- 2007: Den Norske Advokatforening
- 2008: Norsk Redaktørforening
- 2009: Politikere på nasjonalt nivå
- 2010: Politi og politijurister

Resultatene har vært både overraskende og interessante. Undersøkelsene har gitt ny informasjon om relasjonen mellom journalister og grupper de er svært avhengige av på den ene siden, og publikums vurderinger av gruppenes relasjoner på den andre. Samtlige undersøkelser har skapt debatt både offentlig og internt i miljøene som har blitt undersøkt.

2010: Journalister, publikum og politiet

I 2010 har den tredje respondentgruppen vært politiet og politijurister, ved medlemmene i foreningene Politiets Fellesforbund og Politijuristene.

Politiet er en etat som svært ofte er i kontakt med media. Det skjer både i forbindelse med hendelser som media dekker, men politiets representanter er også en viktig premissleverandør i den politiske debatten rundt justis- og kriminalitetspolitikk. Ikke minst har det siste årets debatt rundt politiets lønns- og arbeidsforhold vist dette.



Leder i Politiets Fellesforbund, Arne Johannessen, i sesjonen Elsk og hat: Pressen og politiet

Foto: Eirik Helland Urke

Ved å inkludere politiet i undersøkelsen fikk vi et dypere innblikk i hvordan yrkesgruppene forholder seg til hverandre, og hvordan de ser på sentrale spørsmål innenfor kriminalitetspolitikken. I tillegg fikk vi også få vite hvordan publikum oppfatter forholdet mellom politiet og journalistikken. Årets undersøkelse ble presentert og debattert i to ulike sesjoner under konferansen:

Politi og halvstudert røver v/ professor Frank Aarebrot (Institutt for sammenlignende politikk, UiB).

Elsk og hat: Pressen og politiet v/ moderator Knut Olsen (NRK). I panelet: Arne Johannessen (Politiets Fellesforbund), Mette Yvonne Larsen (Stabell & Co), Rolf J. Widerøe (VG) og Frank Aarebrot (UiB).

”En journalist som gir ett tips til politiet, får to tilbake”
Frank Aarebrot, professor, UiB

”Det har vært altfor mye beskyttelse av gjerningsmannen i forhold til offeret”
Arne Johannessen, leder, Politiets Fellesforbund

Undersøkelsene fra 1999 til 2010 presenteres i sin helhet på www.mediedager.no.

Resultatene kan brukes fritt. Vi kjenner til at resultatene har blitt, og blir, benyttet blant annet til forskning, i redaksjoner og internt blant gruppene som har deltatt.

Nordiske Mediedager retter en stor takk til politi og politijurister, publikum og journalister som har bidratt med informasjon til undersøkelsen.

Faglig ansvarlige for undersøkelsen er analysebyrået Respons v/ Thore Gaard Olausen, professor i sammenlignende politikk (UiB), Frank Aarebrot, Torgeir Foss (TV 2) og Pål Andreas Mæland (Bergens Tidende).

Undersøkelsene er særskilt støttet av Fritt Ord.



Fra debatten Elsk og hat: Pressen og politiet
Foto: Eirik Helland Urke



Professor Frank Aarebrot presenterer hovedresultatene
Foto: Eirik Helland Urke

MEDIEMESSEN

Mediemessen på Nordiske Mediedager er blitt en etablert arena for utstillere tilknyttet mediebransjen. Vi har en unik posisjon i Norge, og ingen andre steder kan man nå frem til et så stort medieinteressert publikum som hos oss.

Som tidligere år på Mediemessen, var det en blanding av utstillere som har vært med oss i flere år, og en del nye. Analysebyrået Retriever er blant dem som har vært utstillere i flere år, og i år var de spesielt kreative i sin profilering på Mediedagene. De dekorerte alle toalettene i Grieghallen med nyheter fra sitt rikholdige arkiv, fra ulike tidsepoker. Både dører, vegger og vasker ble dekorert med ulike elementer, noe som gav en svært god profileringseffekt.

UTSTILLERE

- Bolia.com
- BUG
- Canal Digital
- Gatsoft
- Handelshøyskolen BI og Institutt for journalistikk
- Journalisten
- Norwegian
- Retriever
- Smartcom:tv
- Telenor
- Video 4
- Universitetsforlaget

Video 4 er en annen utstillere som har vært med i mange år. På sin stand lånte den ledende kameraleverandøren ut redigerings- og produksjonsutstyr til multimediestudenter fra Høgskolen i Nord-Trøndelag. Over 20 studenter var i sving på konferansen for å produsere og redigere reportasjer til Adresseavisens og Trønderavisens web-tv.

Ulike aktiviteter trekker folk, og skaper liv i pausene mellom sesjonene. Det er positivt både for utstillerne og for oss som arrangør.

PRESENTASJONER

I salen Småttroll holdt utvalgte foretak presentasjon/workshop:

3D-produksjon/DSLR til video

v/Video 4

Hvert år presenterer Video 4 trender og nyheter innen kamerateknologi på Mediedagene.

”Stalinismens siste utpost i norsk presse”

v/RAM (Rådet for anvendt medieforskning)

RAM holdt for første gang sin årskonferanse på Nordiske Mediedager.

Tog-tv i stereoskopisk 3D

v/BUG/NRK Hordaland

NRK Hordaland har hatt stor suksess med programmet *Bergensbanen minutt for minutt*. Produksjonsselskapet BUG er langt fremme innen 3D-teknologi. De har sammen gjort to suksesser til én, gjennom å filme Flåmsbanen minutt for minutt - i 3D.

Digitalt innhold på tre skjermer

v/Telenor

Hva er viktig for forbrukerne, innholdsprodusentene, mediene og distributørene når det gjelder digitalt innhold? Dette var hovedtemaet i Telenor sin presentasjon.



I Norwegian sin pilkastkonkurranse kunne man vinne flybilletter til reisemål i hele Europa

Foto: Jarle Hovda Moe



Studenter fra Høgskolen i Nord-Trøndelag

Foto: Jarle Hovda Moe



Flåmsbanen i 3D

Foto: Sindre Skrede



Retriever toalettør

Foto: Retriever



Test av 3D-tv

Foto: Chris Ronald Hermansen

NMD Ung er Nordiske Mediedagers tilbud til elever på videregående nivå.

I år bestod NMD Ung av prosjektet Rapport 15-19 og en heldags mediekonferanse.

294 elever deltok i prosjektet Rapport 15-19
435 elever deltok på ungdomskonferansen
14 skoler, 21 klasser. Videregående nivå.

NMD Ung har som hovedmål å gi elevene et innblikk i hvordan mediebransjen fungerer i praksis, samtidig som de får mulighet til å produsere mediinnhold selv og gi direkte tilbakemeldinger om sine oppfatninger av mediene.

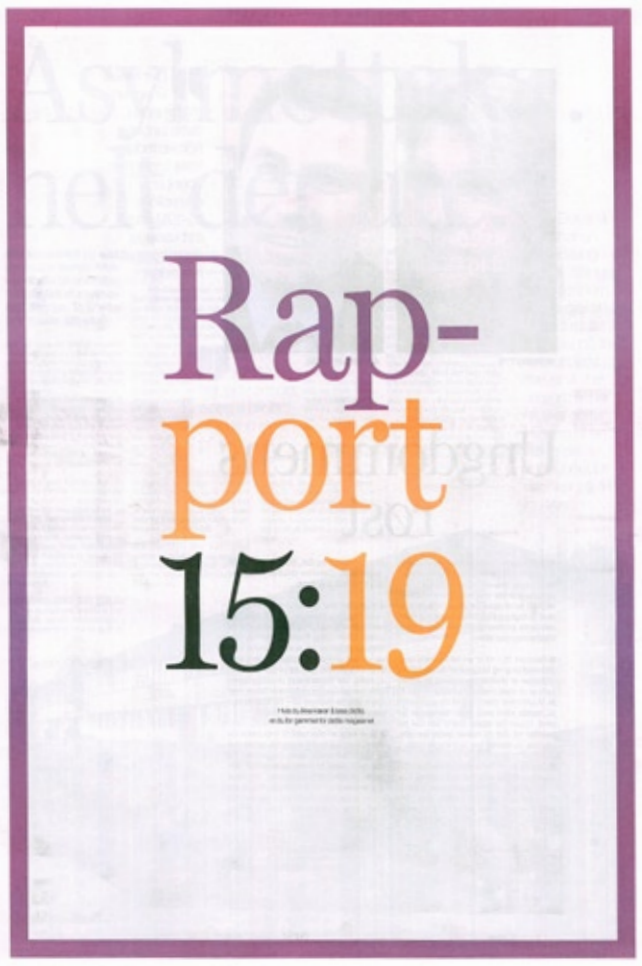
RAPPORT 15-19

Våren 2010: I samarbeid med Bergensavisen inviterte Nordiske Mediedager elever på videregående nivå i Hordaland til å bidra med redaksjonelt innhold til et eget magasin, på papir og web: Rapport 15 - 19.

Magasinet ble lansert som bilag til Bergensavisen og www.ba.no på Pressefrihetens dag, 3. mai 2010. Alt innhold er også lansert på www.mediedager.no, og magasinet ble distribuert på konferansen Nordiske Mediedager og ungdomskonferansen.



Prosjektet ble innledet med et heldags avsparkseminar 22. januar. Her delte profesjonelle fra bransjen sin kompetanse om hvordan journalistikk kan og bør produseres. Kort sagt: Praktisk journalistisk håndverk. Elevene ble delt i grupper og gjennomførte en idémyldring mht. tema som magasinet kunne omhandle, ut fra stikkordet: "Engasjement."



Program, avsparkseminar:
Konferansier: Kjetil H. Dale, reporter, TV 2
Om vær varsom, redaktørplakaten og magasinet v/ redaktør Anders Nyland (BA)
Om genrer og flermedial journalistikk v/ journalist Frode Bjerkestrand (Bergens Tidende)
Om intervjueteknikk v/ journalist Lise May Spissøy (NRK)
IdéGrandPrix v/ Anki Strøm og Janicke Paus (Stig&Stein)

Elevene viste stor kreativitet og engasjement, og ikke minst betydelig bredde i sakene de valgte å skrive om. Nordiske Mediedager takker interesserte lærere, dyktige elever og samarbeidspartnere for positiv deltakelse.

Prosjektet Rapport 15-19 er utviklet i samarbeid med Gro Reppen (SpV), Anders Nyland (BA), Johannes Bøyum (Avis i Skolen), Lill Vibe Simonsen og Jon Eiane (Bergen Handelsgymnasium) og Kulturoperatørene.



Idémyldring
Foto: Carina Økland



Foto: Carina Økland



Foto: Carina Økland



Foto: Carina Økland



Foto: Carina Økland



Foto: Carina Økland

NMD UNG: KONFERANSEN

- Dagskonferanse for elever på videregående nivå
- 5 sesjoner
- Relevante foredragsholdere fra medie- og kulturbransjen
- Arrangert for femte gang 4. mai 2010



Debatt: Livet som Showbiz
Foto: Emil Weatherhead Breistein



Foto: Emil Weatherhead Breistein

PROGRAM

BUG om animasjon

Det unge og kreative animasjonsteamet i BUG kan ta en løse idé og løfte den inn i en ny visuell verden.

v/ Motion Graphics Designer Torkell Bernsen BUG.

BUG står bak flere velkjente vignetter, promoer, animasjoner, spesialeffekter, kino- og tv-reklamer, for eksempel introen til NRK-programmet Norsk Attraksjon, TV 2s Golden Goal og Tabloid, MIX-reklamer, den animerte barne-tv-serien Vennebyen og ikke minst introvignettene til Nordiske Mediedager. BUGs Torkell Bernsen viste og fortalte om veien fra den løse ideen, via skissen og storyboardet til det endelige, fargerike og underholdende resultatet.

Rettsaken i Kongo

Det siste året har TV 2s Fredrik Græsvik tilbrakt mye tid i Kongo, og fulgt saken mot drapdømte Tjostolv Moland og Joshua French.

v/ journalist Fredrik Græsvik, TV 2.

Under svært spesielle rettslige forhold og i kveldende hete har Græsvik fulgt de to nordmennene, advokatene og de pårørende. Han fortalte om hvordan han har opplevd arbeidet med denne spesielle saken, både profesjonelt og personlig.



Fredrik Græsvik (TV2)
Foto: Emil Weatherhead Breistein

Kunsten å overbevise

Hvorfor er det slik at noen klarer å overbevise oss, mens andre feiler? Hvorfor synes vi at et menneske er troverdig og et annet utroverdig?

v/ Professor i retorikk ved Universitetet i Bergen, Jens E. Kjeldsen.

Hva er det som gjør at en tale vekker våre følelser og andre ikke rører oss? Når lykkes du med å overbevise andre - og når mislykkes du? Kjeldsen viste at enten du diskuterer med din familie, går til muntlig eksamen, sjarmerer din kjæreste eller argumenterer med dine venner, så utøver du retorikk.

Facebook fra innsiden

En gjennomsnittlig Facebook-bruker har 130 venner, tilbringer 55 minutter der hver dag og skriver 25 kommentarer i måneden.

v/ rådgiver Carl Christian Grøndahl, Synlighet.

Facebook har gått fra null til over 400 millioner medlemmer på seks år, og passerte nylig Google i trafikk i USA. I Norge er det nå mer enn 2,2 millioner registrerte brukerprofiler, noe som innebærer at nesten "alle" er på Facebook, og ikke bare de yngre aldersgruppene.

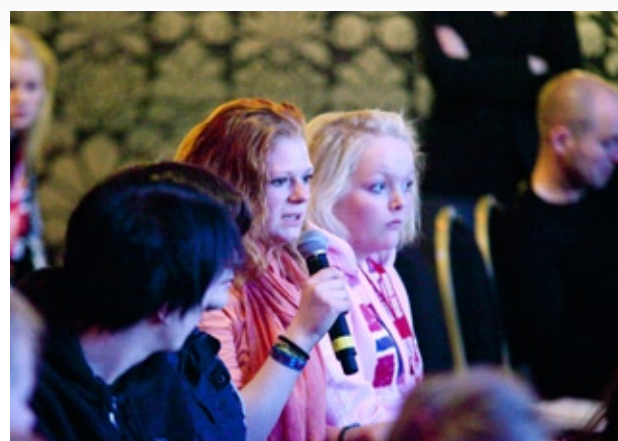


Foto: Emil Weatherhead Breistein

Men hvordan ser det ut på innsiden? Hvordan jobber Facebook for å holde interessen til 400 millioner unike brukere? Og hvordan holder de kontroll på dem alle? Carl Christian Grøndahl har studert Facebook og andre sosiale medier, og gav et lite innblikk i Facebooks indre verden.

Debatt: Livet som Showbiz

"Det viser seg at nesten ingenting selger så bra som privatlivet til folk. Er livet blitt en publikumssport?" spør 17-åringen Kim A. Hammerstad i BTbatt 19. mars.

Med realityserier, Facebook, Twitter, YouTube og andre sosiale medier kan alle publisere seg selv med bilde, tekst og lyd. Døgnet rundt, usensurert, til alle som er mer eller mindre interessert. Hva gjør dette med oss? "Livet er blitt showbiz. Og det er du som bestemmer karrieren din. Lykke til" skriver Hammerstad. Vi inviterte til debatt, i samarbeid med BTbatt. Debatten ble overført live på BT.no.



Torkell Bernsen (BUG)
Foto: Emil Weatherhead Breistein

Moderator: Hilde Sandvik (samfunnsredaktør, BergensTidende). I panelet: Alex Iversen (pressekontakt, TV 2), Maria Isabel Fernandez (deltaker i årets Paradise Hotel, TV 3), Kim Andre Hammerstad og Carl Christian Grøndahl (rådgiver, Synlighet).

NMD Ung støttes særskilt av Sparebanken Vest, Fritt Ord, Hordaland fylkeskommune, Bergen kommune og TV 2.

Alle sesjonene er publisert i sin helhet på : NMD-TV www.nordiskemediedager.no/nmd-tv.



Hilde Sandvik (Bergens Tidende)
Foto: Emil Weatherhead Breistein



Richard McKerrow (Love Productions) i sesjonen *Reality med mening*
Foto: Jarle Hovda Moe



Mediequiz med Stian Barsnes Simonsen (NRK)
og Sarah Natasha Melbye (TV 2)
Foto: Jarle Hovda Moe



Tore Sagen, Bjarte Paul Tjøstheim og Steinar Sagen i sesjonen *Radioresepsjonen ruler*
Foto: Eirik Helland Urke



Intervjuer Hege Duckert (NRK) og Morten Mørland (Tegner, The Times) i sesjonen *Tegnet seg til topps*
Foto: Chris Ronald Hermansen



Juan Antonio Giner (Innovate International Media Consulting Group) i sesjonen *Innovate!*
Foto: Renate Sæle



Kenneth Plummer (DR), Palle Strøm (TV 2 Danmark), Hans-Tore Bjerkaas (NRK)
og Alf Hildrum (TV 2) i *Nordisk toppmøte*
Foto: Eirik Helland Urke

KVELDSARRANGEMENT

OFFISIELL ÅPNING

Onsdag 5. mai, Peer Gynt, Grieghallen

Norges nye tv-yndling og Skavlans utegående reporter, Niklas Källner, var konferansier for den offisielle åpningen av årets Mediedager. Åpningsarrangementet byr alltid på en god blanding av underholdning og seriøse innslag.

Den frittallende konferansier Källner hadde en rekke gjester å introdusere. Først ut var festivalsjef Guri Heftye og deretter ønsket byrådsleder Monica Mæland velkommen til Bergen. Kulturminister Anniken Huitfeldt foresto den offisielle åpningen av Mediedagene, en tradisjon vi er stolte av.

Kulturministeren stod også for overrekkelsen av Kulturdepartementets Menneskerettspris for journalister til årets verdige vinner. Prisen er forbeholdt journalister som jobber for å avsløre brudd på menneskerettigheter i Norge, og vinneren mottar kr 100 000,- fra departementet. Prisen deles ut annethvert år. Årets pris gikk til de to TV 2-journalistene Connie Bentzrud og Asbjørn Øyhovden, for deres arbeid med å avdekke

barns manglende rettssikkerhet i Norge. Publikum kunne få nærmere innsyn i arbeidet til de to prisvinnerne i en egen sesjon dagen etter.

I tillegg til Niklas Källners underfundige skråblikk på Norge og Bergen, stod teatersjef, skuespiller og artist Bjarte Hjelmeland for underholdningen. Han bidro med både vakker sang og et erotisk stev, til latter fra en fullsatt sal. I kjølvannet av åpningen inviterte Bergen kommune ved ordfører Gunnar Bakke til mottakelse med bevertning i Grieghallens spiss.

Den offisielle åpningen kan sees i sin helhet på www.nordiskemediedager.no/nmd-tv.



Bjarte Hjelmeland
Foto: Eirik Helland Urke



Konferansier Niklas Källner
Foto: Eirik Helland Urke



Kulturminister Anniken Huitfeldt og Niklas Källner
Foto: Eirik Helland Urke



Menneskerettsprisen for journalister
Foto: Eirik Helland Urke

DEN STORE PRISFESTEN

Onsdag 5. mai, Ole Bull Scene

Årets Avis. Årets Nettsted. Årets Magasin – og en rekke andre mediepriser. Det var stor stemning da årets mediepriser, i regi av Mediebedriftenes Landsforening (MBL) ble delt ut. Det vanket 39 priser til mange lykkelige vinnere fra et bredt utvalg medier.

De tre juryene vurderte til sammen 800 arbeider, og prisene henger høyt. I år var det Bergens Tidende, ukebladet KK og nrk.no som vant de aller gjeveste trofeene, for henholdsvis Årets Avis, Årets Magasin og Årets Nettsted.

KATEGORIEN UKEBLAD / MAGASIN:

Årets magasinfoto	Mamma – Gøy på landet
Årets forside	Aktuell Kunst 3/2009
Årets forbrukersak	Se og Hør – En strand for deg, en strand for meg
Årets feature / kultursider	Vi over 60 – Den skjulte avhengigheten
Årets nyskapning	KK Bazar
Årets magasin	KK

“Det er mulig å vokse i et fallende marked, bare man satser på kvalitet.”

Gjyri Helén Werp, sjefredaktør, KK. BT 6. mai 2010

KATEGORIEN NETT / TV / MOBIL:

Årets lokale nyhetsnettsted	Adresseavisen
Årets nasjonale nettsted	vg.no
Årets nisjenettsted	P4s Trafikkflyt
Årets innovasjon	VG Netts Liverigg
Årets mobile nettsted	Dagbladet mobil
Årets nyhetssak for webTV / lokalTV	TV Adressa – Linus (2) døden nær
Årets programserie for webTV / lokalTV	Aftenposten TV – Slik forbereder Høyre seg til statsbudsjettet
Årets programserie for webTV / lokalTV	VGTV – Fantomas
Årets nettsted	nrk.no

KATEGORIEN AVIS:

BRONSE:	
Feature	Dagbladet
Feature	Bergens Tidende
Feature	D2 Dagens Næringsliv
Førsteside	Hordaland
Førsteside	Haugesunds Avis
Nyhetside	Firda
Nyskapning	Haugesunds Avis
Avismagasin	Magasinet Dagbladet
Avismagasin	BT Magasinet

SØLV:	
Serviceside	BTMagasinet
Feature	Bergens Tidende
Nyskapning – redesign	Dalane Tidende
Avismagasin	D2 Dagens Næringsliv

GULL:	
Forbrukerside	Dagbladet Magasinet

Årets avis	Bergens Tidende
------------	-----------------

”Denne prisen tilhører absolutt hele BT-huset. Det er mange som dømmer oss nord og ned. Men vi har en enorm selvtillit. Og vi vet at skal vi komme oss videre må vi hele tiden videreutvikle avisen.”

Trine Eilertsen, sjefredaktør, Bergens Tidende. BT 6. mai 2010



nrk.no, Årets nettsted
Foto: Eirik Helland Urke



VG Nett, Årets nyhetsnettsted
Foto: Eirik Helland Urke



KK, Årets magasin
Foto: Eirik Helland Urke



Trine Eilertsen, BT Årets avis
Foto: Eirik Helland Urke



VG Nett, Fantomas, Årets programserie for web-tv, lokal-tv
Foto: Eirik Helland Urke

MEDIESPESIAL: FERSK GJERNING

Torsdag 6. mai, Ole Bull Scene

Mediespesial er fast innslag torsdag kveld under Mediedagene. Vanligvis er dette en norsk tv-produksjon som gjøres live foran publikum. I år inviterte vi imidlertid Arne Berggren (manusforfatter, bl.a. Hvaler og Seks som oss, TV 2), som presenterte sitt enmannsshow i skjæringspunktet mellom standup, katastrofepsykiatri og Tourettes syndrom.



Arne Berggren
Foto: Eirik Helland Urke

MEDIEQUIZ

Torsdag 6. mai, Ole Bull scene

Senere samme kveld var det duket for tidenes mediequiz. TV 2s Sarah Natasha Melbye var årets quizmaster, og med seg på scenen hadde hun quizmister Stian Barsnes Simonsen fra NRK. De sørget for hjernetrim fra medienes verden, gjenhør med kjente vignetter og meget høy stemning.

Vinnerlaget fikk flybilletter tur/retur Berlin med Norwegian. Lagene på andre- og tredjeplass kunne ta med seg Bezzerwizzer-spill hjem og trene for topplassering neste år.



Quizbesvarelse
Foto: Eirik Helland Urke



Foto: Eirik Helland Urke

AVSPARK

Fredag 7. mai, Vizbygg

Fredagskveldens sosiale utflukt startet med et besøk hos Media Norge, Vizrt og Storm Geo. De tre mediebedriftene inviterte til sitt nye hovedkvarter på Nøstet, der man kunne nyte vertskapets bevertning og starte kveldens mingling i Bergens nyeste mediehus.

MEDIEMINGLING

Fredag 7. mai, Bocca/Ole Bull

På fagkonferansens siste kveld inviterte vi som alltid til bransjesosial omgang uten dypere mening. Utestedet Bocca var fylt til randen av mediefolk som ønsket å pleie sitt nettverk, diskutere høylytt, få nye kontakter eller rett og slett bare puste ut etter hektiske konferansedager.

GULLRUTEN FAGPRISUTDELING

Fredag 7. mai, Ole Bull Scene

For andre gang inviterte Stiftelsen Gullruten, i samarbeid med studenter fra Høgskolen i Lillehammer, til Gullrutens Fagprisutdeling. Her ble bakmennene og -kvinnene i norsk tv-produksjon hedret. 104 påmeldte kjempet om å vinne i ti ulike kategorier. Showet ble ledet av TV 2s Øyvind Fjeldheim. Prosjektledere for fagprisutdelingen er Fredrik Winsnes (Høgskolen i Lillehammer) og Dag Lein (Rubicon TV / Stiftelsen Gullruten).

GULLRUTEN FAGPRIS: VINNERE 2010

Beste regi – flerkamera	Kasper Mærli
Beste foto – flerkamera	Eirik Mortensen
Beste regi – enkamera	Tommy Gulliksen
Beste foto – enkamera	Lars Vestergaard
Beste manus – drama	Jonas Cornell
Beste lyddesign	Kari Færøvik og Kaare Bryhn
Beste klipp / redigering	Jørgen Friberg
Beste lysdesign / scenografi	Siri Langdalen og Per Borge
Beste vignett / grafikk	Dylan Hopkin og Anja Dalbakk
Beste kostyme / sminke	Marit Sæthren, Siw Järbyn og Inger Fjellkleiv
Gullrutens hedersfagpris	Gerd Johnsrud

GULLRUTEN

Lørdag 8. mai, Grieghallen

Aldri før har så mange nordmenn sett norsk tvs mest glamorøse pris-utdeling. Hele 885 000 seere fulgte det direktesendte Gullruteshowet på TV 2, som første gang ble sendt på tv i 1998.

Juryene som kårer Gullruten-vinnerne består av representanter fra produksjonsmiljøet i hele landet, mediestudenter, journalister, forskere og andre fagpersoner med tilknytning til bransjen. Det ble delt ut priser i 18 ulike kategorier.

”Denne er størst. Nå har vi vunnet hele gjengen.
Dette er programmets pris. Vi er utrolig glade nå.”

Harald Rønneberg, vinner av Beste underholdningsprogram med *Senkveld*(TV2).

Årets Gullruten-arrangement var det trettende i rekken, og som vanlig var Dorthe Skappel programleder. Tv-showet ble produsert av Mediacircus.

Gullruten er stiftet av Norske film- og tv-produsenters forening for å stimulere til tv-produksjon av høy innholdsmessig, kunstnerisk og teknisk kvalitet. Gullruten vil oppmuntre til bruk av tv som kommunikasjonsmiddel og medvirke til utviklingen av uavhengige produksjonsmiljøer.



Morten Ramm og Else Kåss Furuseth
Foto: Eirik Helland Urke



Thomas Numme og Harald Rønneberg
Foto: Eirik Helland Urke



Lars Monsen og deltakerne i realityserien *Ingen grenser*
Foto: Eirik Helland Urke



Lars Monsen
Foto: Eirik Helland Urke

VINNERE 2010

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| Beste underholdningsprogram | Senkveld med Thomas og Harald |
| Beste reality | Ingen grenser |
| Beste dokusåpe | Jentene på Toten |
| Beste TV-drama | Harry & Charles |
| Beste barne- eller ungdomsprogram | Megafon |
| Beste humorprogram | Torsdag kveld fra Nydalen |
| Beste magasin- eller livsstilsprogram | Luksusfellen |
| Beste fakta- eller aktualitetsprogram | Jakten på den mistenkte |
| Beste TV-dokumentar | Min Mammas Gård |
| Beste kvinnelige skuespiller | Maria Bonnevie |
| Beste mannlige skuespiller | Gard Eidsvold |
| Beste kvinnelige programleder | Anne Lindmo |
| Beste mannlige programleder | Fredrik Skavlan |
| Beste nye programserie | Klasse 10B |
| Årets nyskapning | Torsdag kveld fra Nydalen |
| Årets hederspris | Sossen Krogh og Anette Hoff |
| Se og Hørs Folkets pris | Lars Monsen |
| Årets TV-øyeblikk | Tangerudbakken på Gullruten |



Daniel Frank og Nils Ole Oftebro
Foto: Eirik Helland Urke



Dorthe Skappel
Foto: Eirik Helland Urke



Fredrik Skavlan og Maria Bonnevie
Foto: Eirik Helland Urke



Katrine Moholt og Carsten Skjelbreid (TV 2)
Foto: Eirik Helland Urke

GRAND PRIX-SHOW

Nordiske Mediedager er først og fremst en fagkonferanse, men vi ønsker også at vi og våre samarbeidspartnere skal være synlige for Bergens befolkning. I den grad noe i det faglige programmet er relevant for et større publikum, forsøker vi å få til et publikumsarrangement i forbindelse med Mediedagene. I år var tidenes største livesending på tv i Norge, Eurovision Song Contest, et selvsagt tema på konferansen. Årets musikalske begivenhet i Norge kunne heller ikke gå ubemerket hen i Grand Prix-byen Bergen, og med en underholdende samling artister inviterte vi derfor til Melodi Grand Prix-show på Festplassen lørdag 8. mai.

Bergens egen Grand Prix-konge, Tor Endresen ledet showet, og satte fyr på en Festplass med rundt 9000 publikummere. De tidligere deltakerne Christine Guldbrandsen og Stig Van Eijk fra Bergen optrådte også, før selveste Bobbysocks inntok scenen. Norges håp Didrik Solli-Tangen var siste artist med årets bidrag "My heart is yours". Alle bidro på en medley med MGP-klassikere.

Før konserten var det danseshow med noen av de beste hiphoperne fra USA og Norge, som skulle opptre på Gullruten samme kveld. Deretter kunne folkemengden lære Eurovision-dansen, som senere ble verdenskjent som pauseinnslaget under finalesendingen 29. mai.

Grand Prix-showet ble arrangert med støtte fra Bergen kommune, NRK Hordaland, Norwegian, Friele, Ulriken 643, Radisson Blu Hotel Norge og Bergens Tidende. Showet ble produsert av Kulturoperatørene.

Vi takker alle involverte og publikum for å ha gjort dette til en festdag!



Christine Guldbrandsen og Tor Endresen
Foto: Jarle Hovda Moe



Eurovision-dansen
Foto: Jarle Hovda Moe



Hip hop-danser
Foto: Jarle Hovda Moe



Bobbysocks og Didrik Solli-Tangen
Foto: Jarle Hovda Moe



Didrik Solli-Tangen
Foto: Jarle Hovda Moe



Publikum
Foto: Jarle Hovda Moe



Stig Van Eijk
Foto: Jarle Hovda Moe



Tor Endresen
Foto: Jarle Hovda Moe

DELTAKERE

”Mediekrisen til tross, Nordiske Mediedager har rekordoppslutning når den går av stabelen onsdag ettermiddag. I alt er like over 1500 registrert som påmeldte til mediefestivalen i Bergen, som tjuvstartet tirsdag med ungkonferanse for 435 elever fra medielinjene ved de videregående skolene i Hordaland. Også det er en rekord, for i fjor var det 100 færre.”

Martin Huseby Jensen, Journalisten.no, 4. mai 2010

Det siste året har mange mediebedrifter opplevd økonomisk uro. Derfor er det svært hyggelig å oppleve nok en rekord i antall registrerte deltakere. Fredag før konferansestart stengte påmeldingen, da var antallet passert 1500. Det endelige antallet ble 1506 registrerte deltakere. Dessverre måtte vi avslutte påmeldingen uten at alle interesserte fikk plass.

Deltakerne på Nordiske Mediedager kommer fra et bredt spekter av bedrifter og profesjoner. Alle medier er representert, og både store og mindre bedrifter. Det kommer journalister, fotografer, produsenter, programskapere, redaktører, teknikere, frilansere og direktører -for å nevne noe. Vi har flest deltakere fra produksjonsmiljøene knyttet til tv og film, etterfulgt av mediehusene innen nett og papir. Vi har også mange deltakere blant medielærere og -forskere, samt en del fra informasjonsbransjen og byråkrati.

For andre gang valgte Norsk Redaktørforening (NR) å legge sitt vårmøte til Bergen og Nordiske Mediedager. NRS program bestod



Foto: Jarle Hovda Moe

av egen konferanse dagen før Mediedagene åpnet, samt utvalgte sesjoner i vårt program. Hele 122 norske redaktører valgte å delta på Mediedagene. Dette samarbeidet setter vi stor pris på, og vi håper å kunne ønske NR og deres medlemmer velkommen også ved senere anledninger.

Gjennom et samarbeid med LMU (Landslaget for medieundervisning) deltar over 60 medielærere. Det er hyggelig å se at de som skal utdanne unge mediebrukere og fremtidens mediearbeidere også prioriterer deltakelse på Mediedagene.

Tirsdag 4. mai gikk ungdomskonferansen NMD Ung av stabelen (se side 18-19). Også denne opplevde rekordhøy oppslutning. Hele 435 elever fra ulike videregående skoler i Hordaland var påmeldt i år, mot 270 i fjor.

Vi er svært glade for den gode oppslutningen om både Nordiske Mediedager og NMD Ung.

Deltakerlister kan lastes ned på www.mediedager.no/deltaker.



Fra sesjonen *Innovate*
Foto: Renate Sæle



Foto: Jarle Hovda Moe

Stipendordninger

I år som tidligere var det mulig å søke to ulike stipendordninger og dermed få dekket deler av utgiftene ved påmelding til Mediedagene.

Den ene ordningen ble stilt til rådighet gjennom Norsk Journalistlag, som har innvilget stipendstøtte til Mediedagene i flere år. Det var stor interesse for de 25 NJ-stipendene, også blant studenter. I tillegg utlyste Mediebedriftenes Landsforening (MBL) ut stipendmidler til medieledere på ulike nivå i sine medlemsbedrifter.

Vi setter stor pris på at både Norsk Journalistlag og Mediebedriftenes Landsforening tilbyr slike ordninger.



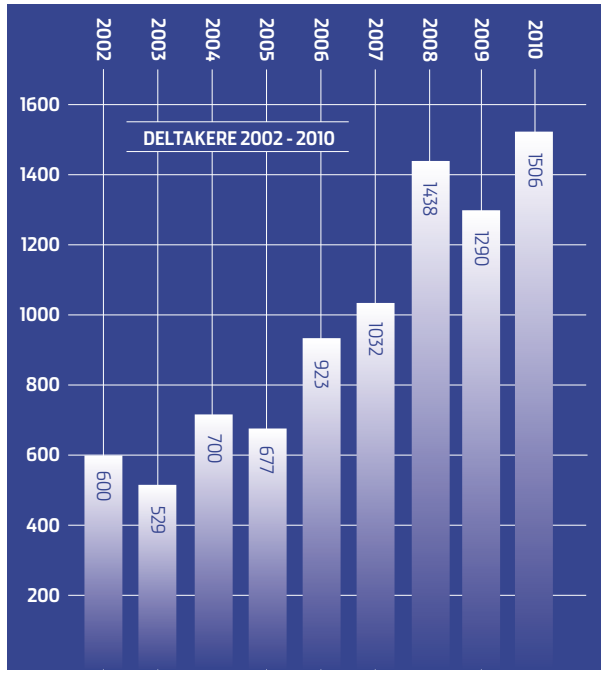
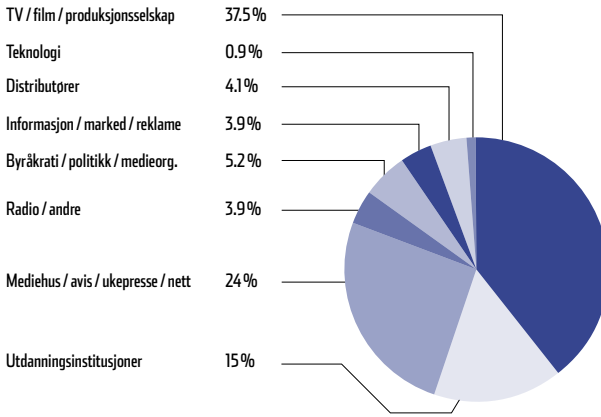
Foto: Jarle Hovda Moe



Foto: Renate Sæle

Saler

Mediedagene har hatt over 1000 deltakere de siste fire år. Vi ser at dette er en utfordring for plasskapasiteten i Grieghallen. Det tar vi konsekvensene av, og i år tok vi derfor i bruk en ny og større sal, Dovregubben. Den nye hallen fungerte godt.



INFORMASJONSARBEID

IPHONE-APPLIKASJON AV PROGRAMMET

Vår web-partner Kamikaze Media utviklet en webbasert iPhone-applikasjon av årets konferanseprogram, som gav full oversikt over sesjoner og foredragsholdere. Applikasjonen ble flittig brukt under konferansen; applikasjonen hadde 2538 nedlastinger fra onsdag 5. mai til og med fredag 7. mai, med hovedvekt på torsdag 6. mai (1546 lastinger). Antall unike brukere var i samme tidsrom 832, høyest antall om torsdagen med 491 brukere. Dette tilsvarer nærmere en tredjedel av totalt antall registrerte

deltakere. Med tanke på at applikasjonen kun var tilpasset iPhone og ikke andre smarttelefoner, er dette er svært høyt tall. Vi regner det derfor som en vellykket måte å distribuere programinformasjon på. Det er naturlig å se på muligheter for å tilpasse den til andre smarttelefoner før neste års konferanse.



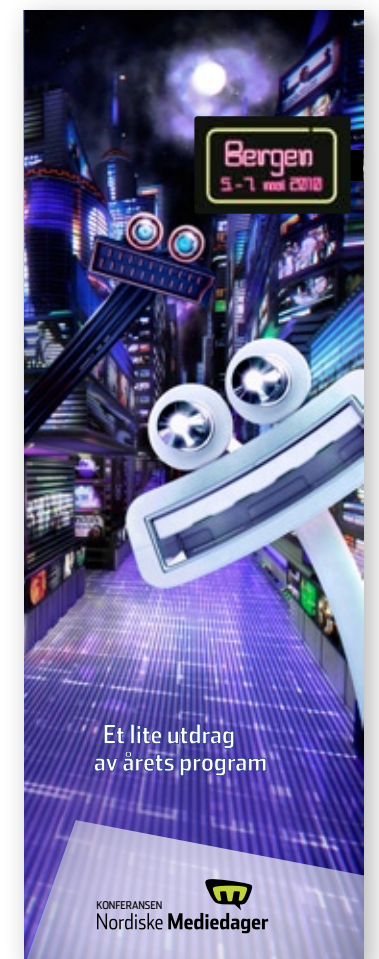
DELTAKERBEVIS

Også deltakerbevisene fungerte som en informasjonskanal i år. For andre år på rad hadde vi halsbånd med vår logo og nettsadresse på. Når våre gjester blir intervjuet på tv eller fotografert med disse båndene gir det en fin profilerings-effekt. I tillegg brukte vi baksiden av deltakerbevisene til å informere om vår web-tv, iPhone-applikasjon og adressene til våre sider på Facebook, Twitter og Flickr.



TRYKKSAKER OG INFORMASJONSMATERIELL

Vi produserer noe informasjonsmaterieill til markedsføring i forkant av Mediedagene, samt programkatalog, lommeprogram og diverse billetter til bruk under konferansen. I tillegg lages et utvalg annonser for avis og nett.



NETTSIDER OG NYHETSBREV

Nettsider og nyhetsbrev er våre primære kanaler for informasjon om konferansen. Her publiseres all praktisk informasjon, og hele programmet etter hvert som det blir klart. Det er også her våre deltakere melder seg på. Registreringen åpner i midten av januar.

Etter hvert som programmet blir klart publiseres de ulike sesjonene på nettsiden. Deretter sender vi ut nyhetsbrev med ytterligere informasjon. Som oftest består nyhetsbrevene av tre saker. De sendes ut en til to ganger i uken i perioden mellom januar og mai, sjeldnere i høstsemesteret.



FACEBOOK

Nordiske Mediedager har i dag 555 tilhengere, mot 206 i 2009. Vi har brukt facebook som en informasjonskanal og i liten grad lagt opp til dialog. Å invitere til mer dialog med våre tilhengere blir en naturlig fortsettelse frem mot neste års konferanse.



TWITTER

Fra påmeldingen til årets konferanse åpnet i januar 2010 har vi brukt Twitter flittig for å informere om programmet. Også her har antall followers økt kraftig siden i 2009, fra 200 til 826. I likhet med Facebook har vi brukt Twitter som informasjonskanal og i liten grad som arena for dialog.



TWITTER-TV

I samarbeid med Telenor, More og Active Loop kunne vi for første gang presentere ”Twitter-tv” på Mediedagene. Det bestod av en skjermvisning som viste alle treff på Twitter merket med vår såkalte hash tag #nmd10. Det betyr at den fanget opp meldinger på Twitter som inneholdt merkelappen #nmd10 (forkortelse for Nordiske Mediedager 2010). Denne merkelappen ble kommunisert i våre ulike informasjonskanaler på forhånd, slik at interesserte twitrere kunne ta den i bruk og dele sine meninger og kommentarer om oss.

I en annen del av skjermvisningen viste vi @mediedager sine egne twitringer. I et tredje vindu gikk det en bildeserie med stills fra konferansen, tatt av fotograf Eirik Helland Urke. Denne bilde-serien kunne også lastes inn i vår iPhone-applikasjon.

Twitter-tv ble vist på en egen skjerm i inngangspartiet på konferansen, i Telenor sitt utstillingsområde, samt på storskjerm i pausene mellom sesjonene i den største salen, Peer Gynt.

Flere nasjonale og internasjonale festivaler har vist interesse for å ”kopiere” vår satsning på Twitter-tv og iPhone-applikasjon. Vi takker alle de involverte for å ha lagt til rette for Twitter-tv, iPhone-applikasjon og koblingene mellom dem.

PRESSEDEKNING

Pressens interesse for Mediedagene er alltid stor. Vi gleder oss over fyldig dekning i mange aviser, på nett, tv og radio. På forhånd gir vi utfyllende briefinger om programmet til interesserte journalister, slik at de kan planlegge dekningen sin ut fra de ulike tema og foredragsholdere og eventuelt avtale intervjuer på forhånd. Presseansvarlig formidler intervju-avtaler og har også et intervjurom til disposisjon.

DIREKTESENDINGER FRA MEDIEDAGENE

Flere medier sendte direkte fra Mediedagene i løpet av konferansen. Blant annet sendte TV 2 Nyhetskanalen i flere perioder, og NRK Hordaland hadde sin ettermiddagsending på radio hos oss torsdag 6. mai. Det store antallet intervjuobjekter som befinner seg i lokalene, både foredragsholdere og deltakere fra inn- og utland, gjør Nordiske Mediedager til en egnet arena for direkte-sendinger.

FOTOGRAFERING

I år la vi ut bilder fra alle sesjonene på www.flickr.com/mediedager. Vi informerte om dette gjennom nettside, facebook, twitter, programkatalog og deltakerbevis. Bildene kunne, og kan fortsatt, benyttes fritt i omtale av Nordiske Mediedager så lenge fotografen krediteres. Vi er svært fornøyde med å bruke flickr til dette formålet, og har registrert at bildene ble flittig brukt av pressen.

Med inntil fire parallelle sesjoner i løpet av konferansens to dager er det en utfordring å få dokumentert alt best mulig, særlig med begrensede midler til rådighet. I år fikk vi imidlertid god dekning bildemessig pga. et godt samarbeid med seks fotografer, fem på hovedkonferansen og én på ungdomskonferansen.

DIREKTEPUBLISERING AV BILDER FRA KONFERANSEN

Vår hovedfotograf var i år Eirik Helland Urke. Han driver til daglig nettstedet og virksomheten Gigapix, med fokus på nyskapende nettfotografi (www.gigapix.no). På Mediedagene sørget han for at bilder fra konferansen ble raskt tilgjengelig på nett.

I tillegg til å laste opp bilder fortløpende på flickr-kontoen vår, publiserte han et utvalg bilder direkte på internett fra kameraet sitt. Det innebar bl.a. at et slideshow på nettsiden vår ble oppdatert live.



DIREKTEPUBLISERING AV BILDER FRA KONFERANSEN

Livevisningen av bilder gikk direkte til tre ulike plattformer: til bildegalleriet på www.mediedager.no, til iPhone-applikasjonen vår og til Twitter-tv. På en mediekonferanse hvor så mye skjer på kort tid, er det virkningsfullt og relevant å få publisert bilder live.

Alle bildene til Urke og de andre fotografene er tilgjengelig på www.flickr.com/mediedager.

WEB-TV

FORPRODUKSJONER

Vår web-tv partner Smartcom:tv produserte tre teasere for oss i forkant av årets arrangement, som skulle fortelle om det som var i vente på programmet. Filmstudenter ved Universitetet i Bergen (UiB) laget også en del reportasjer for oss i løpet av våren.

LIVESENDINGER FRA GRIEGHALLEN

Vi streamet tolv av totalt fjorten sesjoner i den største salen, Peer Gynt, live via vår web-tv. De sesjonene som ikke ble streamet inneholdt rettighetsbelagt materiale. Det var også mulig for andre nettmedier å overføre sendingene gjennom sin egen web-tv. For eksempel benyttet Journalisten.no og kampanje.com seg av dette.

FILMOPPTAK AV ALLE SESJONER

Etter konferansen har vi publisert alle sesjoner vi har tillatelse til, til sammen 32 av 40. Nytt av året er at vi også har publisert alle seks sesjonene fra ungdomskonferansen. Det har vært stor interesse for sesjonene i nmd-tv, og vi har hatt god nytte av twitter for å spre informasjon om tilbudet.

Smartcom:tv hadde for andre år på rad god hjelp fra frivillige kameraassistenter fra Norges Kreative Fagskole. Med deres hjelp ble alle sesjoner dokumentert. I både Peer Gynt-salen og Dovregubben var det flerkameraproduksjon under ledelse av Smartcom:tv, mens NKF-studentene filmet alene i Klokkeklang, etter veiledning fra Smartcom:tv.

REPORTASJER UNDER MEDIEDAGENE

Det ble produsert en rekke reportasjer til nmd-tv i løpet av Mediedagene, av Alexander Balchen fra Smartcom:tv, og studenter fra film- og tv-produksjonsfaget ved UiB.



UIB-STUDENTER I PRAKSIS

For tredje år på rad hadde studenter ved film- og tv-faget ved Institutt for informasjons- og medievitenskap (UiB) praksis under Nordiske Mediedager.

Studentene produserte reportasjer til vår web-tv. Målet var å gi dem en realistisk produksjonsperiode, med redaksjonsmøter, produksjon og levering av ferdig materiale innen korte tidsfrister gjennom hele konferanseuken.

Paulo Chavarria fra Frø Film og Media var engasjert som undervisningsansvarlig for praksisopplegget. Arbeidet startet allerede i februar.

Studentenes produksjoner er publisert i nmd-tv og på instituttets egen webside:
<http://vindkast.infomedia.uib.no/podkast/>.

Samarbeidet mellom Nordiske Mediedager og Institutt for informasjons- og medievitenskap gir film- og tv-studentene relevant praksis, samtidig som Nordiske Mediedager får fyldig dokumentasjon av konferansen.



Fra reportasjen "Källner på gata" av Nikolai Midjo og Lars J. Dyvik

BRANSJEMØTER

Siden høsten 2008 har vi vært medarrangør på Bergen Media By sine bransjetreff i Bergen. Det arrangeres ca tre treff hvert semester. Disse har fri adgang og er åpne for alle interesserte. Programmet består av to til fire presentasjoner med relevante tema fra ulike deler av mediebransjen. Møtene er populære for den lokale bransjen, og gir også Nordiske Mediedager god synlighet utenom konferanseperioden. Vi ser frem til å fortsette samarbeidet med Bergen Media By.

BERGEN MEDIA BY OG NORDISKE MEDIEDAGER INVITERER TIL BRANSJETREFF

STED: LANDMARK

TID: TORSDAG 10. JUNI KL. 19:00-21:00

Vi lover faglig påfyll, mingling og nye møter med interessante mennesker!
Vi byr som vanlig på ett glass vin! Om du jobber innen media, musikk, film, kultur eller om du har interesse for disse feltene - er du hjertelig velkommen!
Påmelding til post@bergenmediaby.no

Eurovision Song Contest – erfaringer

Simen Grankel
GOSU

Simen Grankel er kreativ leder og Art Director i Gosu Design, som har vært med å utvikle og produsere den visuelle identiteten for Eurovision Song Contest 2010.

I samarbeid med Snøhetta og Handverk utviklet Gosu Design det visuelle konseptet til ESC og "Share the moment" som rullet over skjermen i til over 100 millioner tv-seere. Gosu har jobbet med dette siden oktober 2009, og Simen kommer for å dele erfaringer og vise oss hvordan den kreative prosessen fra skissediet til ferdig produkt ser ut, i en av de største jobbene i landet innen dette feltet.

GoogleTV – skal endelig nett og TV smelte sammen?

Kristian Bruarøy
TV2

Google har nylig lansert sitt konsept GoogleTV, og de fleste TV-produsentene har for alvor startet lanseringen av internett-TVer. Med GoogleTV introduseres muligheten til å søke, navigere og vise frem internettdistribuert innhold på den store skjermen. Blir dette det avgjørende steget i den mye omtalte retningen om at TV og internett en gang smelter sammen?

Kristian Bruarøy, interaktiv produsent hos TV 2, har siden 2000 jobbet med web-TV og TV 2 Sumo for TV-kanalen på Næstet. Sammen med oss går han dypere i hvilke muligheter internettoppkoblede TVer gir.

Muligheter i spillmarkedet

Bjarne Rene
Vostopia

Bjarne er daglig leder for Vostopia.com. Et avatar- og spillfirma som ble etablert på Voss høsten 2009. Vostopia lager avatarer for spill på web. Avatarene gjøres tilgjengelige for spillutviklere som gjennom bruk av systemet oppnår en enklere vei til markedet og kommersialisering av sine spill. Spillere får en avatar som de selv kan tilpasse etter sine ønsker og behov, og deretter spille med i alle spillene som bruker systemet.

Bjarne vil fortelle om hvilke muligheter som finnes i spillmarkedet, og hvordan vostopia.com planlegger å oppnå suksess i markedet for seg selv og sine partnere.

Velkommen til MediArena

Anders Waage Nilsen
MediArena

Anders Waage Nilsen er ansatt i stillingen som daglig leder for innovasjonsprosjektet MediArena, som flere av de største medieaktørene i Bergen står bak.

– Medie- og teknologiklyngen i Bergen består av utrolig spennende selskaper, med stor vilje til samarbeid. Gjennom MediArena kan vi i fellesskap utforske nye muligheter, og bidra til at mediebyen Bergen produserer enda bedre innhold og dyrker en flora av lønnsomme medie- og teknologiselskaper, sier Waage Nilsen.

Waage Nilsen kommer til bransjetreffet for å fortelle om prosjektet og aktiviteten framover.

Nordiske Mediedager
Nordic Media Festival

bergen media by

The Interreg IVB
North Sea Region
Programme
Investing in the future by working together
for a sustainable and competitive region

FRIVILLIGE

Hvert år bidrar mange frivillige med gjennomføringen av Nordiske Mediedager. Uten stort frivillig engasjement ville det ikke vært mulig å avvikle konferansen. I år deltok ca 85 frivillige, i hovedsak mediestudenter fra UiB, som sjåfør, vakter, tekniske assistenter, informasjonsmedarbeidere og annet. De jobbet etter vaktlister slik at de kunne delta på konferansen i tillegg til å ivareta sine oppgaver.

Å jobbe som frivillig på Mediedagene er svært populært, og vi setter stor pris på den store interessen.

Foto: Eirik Helland Urke

42

43

PROGRAMKOMITEEN 2010

Christian Lura

Journalist i Bergens Tidende, leder for programkomiteen

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, og senere ble han krimjournalist samme sted. Høsten 2006 fikk han jobb som vakt sjef i BA, før han sommeren 2007 gikk over til Bergens Tidende som journalist i bt.no. Foran valget i 2009 jobbet han med BTs faktasjekk.no. Christian har vært medlem i programkomiteen siden høsten 2006 og leder siden høsten 2009.



Synnøve Bakke

Journalist, NRK

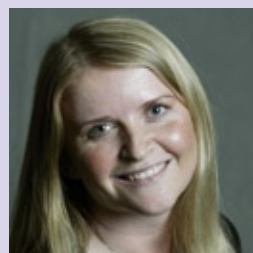
Synnøve Bakke er journalist og researcher, og har jobbet i Brennpunkt i NRK siden 2005. Hun er utdannet BA fra Polytechnic of Central London i foto, video og film. Synnøve har arbeidet i NRK Hordaland siden 1992, blant annet som produsent i Vestlandsrevyen. Hun har også arbeidet ved Universitetet i Bergens mediesenter. Sammen med Kjersti Knudssøn har hun vunnet SKUP-prisen to ganger. I 2006 for dokumentaren Kvikksølvjentene om yrkesskader blant tannlegeassistenter, og i 2009 for dokumentaren Mitt skip er lastet med... om Vest Tank-ulykken. Synnøve var medlem i programkomiteen fra høsten 2007 tom. desember 2009.



Marianne Boge

Programplanlegger, TV 2

Marianne Boge har jobbet 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.



Aslaug C. Henriksen

Journalist, TV2

Aslaug C. Henriksen har jobbet i TV 2 siden 1995, først på sporten og siden 1998 i nyhetsavdelingen. I 2003 fikk hun jobb som nyhetsreporter. Det siste året har hun også fungert som vakt sjef for kveldssendingene. Aslaug er utdannet ved Universitetet i Bergen med hovedfag i medievitenskap, og er ny i programkomiteen i år.



Anders Nyland

Sjefredaktør, BA

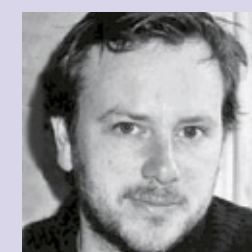
Anders Nyland har vært sjefredaktør i Bergensavisen (BA) fra 1. april 2009. Han er utdannet journalist fra Høgskolen i Oslo, og har mellomfag i statsvitenskap fra Universitetet i Oslo. Anders jobbet som politisk journalist, nyhetsjournalist, nyhetsleder og redaksjonell nettansvarlig i Østlandets Blad 2000-2005, og som ansvarlig redaktør/daglig leder i Akershus Amtstidende fra 2006-2009. Han sitter i A-pressens konsernutvalg for redaktører og var styremedlem i Oslo og Akershusavisenes Forening 2008-2009. Medlem i styringsgruppen for Avis i Skolen Hordaland og i programkomiteen siden høsten 2009.



Lars Nyre

Førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB

Lars Nyre er førsteamanuensis i medievitenskap ved UiB, og forsker II ved Avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda. Han arbeider i grenselandet mellom journalistikk og teknologi, prøver ut eksperimentelle metoder i medie- og informasjonsforskning. Nyre er redaktør for Norsk medietidsskrift (fra 2009), og leder for den internasjonale forskergruppa Digital Radio Cultures in Europe (se www.drace.org). Lars skriver bokanmeldelser for bransjetidsskriftet Forskerforum, og har vært medlem i programkomiteen siden høsten 2008.



Trygve Aas Olsen

Redaksjonssjef, Etter Børs i Dagens Næringsliv

Trygve Aas Olsen er redaksjonssjef i Etter Børs i Dagens Næringsliv. Fra 2002 - 2007 var han ansvarlig redaktør i fagbladet Journalisten. Aas Olsen er fra Kristiansund og begynte sin journalistiske karriere i Romsdalsposten, før han dro til Oslo for å studere. I 1987 begynte han i Dagbladet, der han har jobbet som journalist og i ulike lederfunksjoner. Trygve ble medlem i programkomiteen høsten 2009.



Therese Grimstad Pisani

Fotograf, NRK Hordaland

Therese Grimstad Pisani jobber som fotograf/redigerer i NRK, men har også jobbet med lys og grafikk. Hun har utdanning fra Medieingeniør i Stavanger og har jobbet med Nordiske Mediedager siden 1999, de siste årene i programkomiteen.



Nils Stokke

Programredaktør, NRK Super

Nils Stokke er programredaktør for NRK Super og har ansvar for det totale barnetilbudet på NRK. I 2003 begynte han i NRK Underholdning og jobbet med program som Frokost-tv, Sommeråpent, Først&Sist og Lars Monsen. I 2007 ble han prosjektleder for oppstarten av Super før han ble redaksjonssjef i kringkasterdelen av NRK Super. Stokke er siviløkonom fra Norges Handelshøyskole i Bergen og har en Master of Arts i Media Ecology fra New York University. Han deltok i programkomiteen høsten 2009.



Anne Marie Kvassheim

Journalist, NRK Hordaland

Anne Marie Kvassheim arbeider med dokumentarfjernsyn i NRK i Bergen. Hun begynte i NRK Hordaland i 1991, og har vært både nyhetsreporter, programleder i radio, vakt sjef i Norge i dag og redaksjonsleder i Norge Rundt i forskjellige perioder. Kvassheim tok sin mastergrad i 2000 på framveksten av dokusåpeformatet, og er i tillegg utdannet journalist fra Norsk Journalisthøyskole. Hun satt i programkomiteen fra 2001 til 2007, og kom tilbake i januar i år.



ORGANISASJON

REPRESENTANTSKAP

Bergensavisen: Håkon Grønbech / vara: Truls Christian Waage
Bergen kommune: Helen G. Wathle Kongshavn / vara: Tove Christoffersen
Bergens Tidende: Trine Eilertsen / vara: Gard Steiro
Dagens Næringsliv: Gry Egenes / vara: Tor Magne Nondal
NRK: Per Arne Kalbakk / vara: Rune Møklebust
TV 2: Kjell Øvre-Helland / vara: Svein Ove Søreide
Universitetet i Bergen: Torny Aarbakke / vara: Oddmund Søylen

STYRE

Leder: Kjell Jarle Høyheim, NRK / vara: Annika Bjørnstad
Bergensavisen: Veslemøy Fredriksen / vara: Eva S. Johansen
Bergen kommune: Thor Brekkeflat / vara: Marte Utgård Malones
Bergens Tidende: Sondre Gravir / vara: Lene Eltvik
Dagens Næringsliv: Magne Støredal / vara: Amund Djuve
Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB: Jens E. Kjeldsen / vara: Leif Ove Larsen
TV 2: Rune Indrøy / vara: Øivind Johannessen

PROGRAMKOMITÉ

Leder: Christian Lura, journalist, Bergens Tidende
Synnøve Bakke, researcher, NRK Brennpunkt (høst 2009)
Marianne Boge, programplanlegger, TV 2
Aslaug Henriksen, journalist / deskprodusent, TV 2
Anne Marie Kvassheim, journalist, NRK (vår 2010)
Anders Nyland, ansvarlig redaktør, BA
Lars Nyre, førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB
Trygve Aas Olsen, redaksjonssjef Etterbørs, Dagens Næringsliv
Nils Stokke, programredaktør, NRK Super (høst 2009)
Teknisk leder: Therese Grimstad Pisani, fotograf, NRK

ADMINISTRASJON

Festivalsjef: Guri Heftye
Prosjektleder: Anngun Dybsland
Presse- og informasjon, mediemesse: Carina Økland

PROSJEKTPARTNERE OG -ANSATTE

Sekretariat/frivillige: Janicke Karlsen
Booking: Kongress & Kultur
Intranett: Are Tverberg
IT-ansvarlig: Mikael Ladegård
Konsulenter sosiale medier: Kjetil H. Dale, Ida Aalen
Assisterende: Rebecca Sakshaug Hoseth, Jonas Fabritius Christoffersen

ADMINISTRASJON



Guri Heftye

Festivalsjef

Utdannet fra Westerdals School of Communication og BI og har 20 års erfaring som merkevarebygger, tekstforfatter, skrivende journalist, idéskaper, tv-produsent og programleder. Hun har arbeidet i New Deal, Ogilvy & Mather, JBR, Filadelfia, NRK, Rubicon TV og i utstrakt frilansvirksomhet som journalist. Hun har ledet 25 litteraturprogram for Kanal 24, skrevet kokeboken Barmen Unplugged og ledet utallige bokbad for Bokklubben. Mange kjenner henne fra NRK TV som programleder for programseriene Maraton, Portrettørene og Vis meg ditt kjøleskap.



Anngun Dybsland

Prosjektleder

Utdannet fra Universitetet i Bergen med hovedfag i medievitenskap. Graden er sammensatt av sosial-antropologi og samfunnsfag fra Høgskulen i Sogn og Fjordane og mellomfag medievitenskap fra London Guildhall University. Anngun har arbeidet fast i Nordiske Mediedager siden august 2005.



Carina Økland

Presse- og informasjonsansvarlig

Utdannet fra Kunsthøgskolen i Bergen og har mastergrad i medievitenskap fra Universitetet i Bergen. Hun har jobbet i Nordiske Mediedager siden mars 2008. Har ansvar for websider, web-tv, informasjon, presse, sosiale medier og mediemessen, i tillegg til studenter i praksis og ulike stipendordninger.

- Nordiske Mediedager er en ikke-kommersiell stiftelse
- Stifterne er Bergen kommune, Bergensavisen, Dagens Næringsliv, Mediehuset Bergens Tidende, Universitetet i Bergen, NRK og TV 2 Gruppen
- Representanter fra stifterne utgjør stiftelsens styre, representantskap og programgruppe
- Styre- og representantskapsverv og verv i programgruppe blir ikke honorert
- Medlemmene i programgruppen blir valgt av styret, etter innspill fra festivalledelsen

SAMARBEIDSPARTNERE

Gode samarbeidspartnere er avgjørende for å realisere Nordiske Mediedager.

Mediedagene vokser i størrelse for hvert år, og er avhengig av økonomisk støtte for å ivareta kvaliteten og for å videreutvikle arrangementet. Våre samarbeidspartneres innspill og praktiske bidrag er også viktig. De inspirerer, utvider våre muligheter og medvirker til å øke kvaliteten på arrangementet i sin helhet.

Vi er opptatt av gode relasjoner og kontinuitet i forhold til samarbeidspartnere. Mange har vært med oss i flere år, og vi er glade for at de ser verdien av å bidra i Nordiske Mediedager. Uten alle våre gode samarbeidspartnere kunne vi ikke gjennomført et arrangement av så høy kvalitet.

Hovedpartnere:



Webtv partner:



Regional partner:



Mediepartnere:



Offisielle leverandører:



Leverandør av mediedager.no og iPhone-app:
KAMIKAZEMEDIA



Disse står bak:



UNIVERSITETET I BERGEN
Institutt for informasjons- og medievitenskap



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

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

Øvrige partnere: Avis i skolen, Bolia.com, Norske film- og tv-produsenters forening, Respons, Retriever, Stiftelsen Gullruten

ØKONOMI

Nordiske Mediedager er en ikke-kommersiell stiftelse. Til tross for en sunn økonomisk situasjon i dag, er stiftelsens økonomi sårbar, og er avhengig av sponsorer, tilskudd fra fond og offentlige instanser for å drifte konferansen på et ønskelig nivå og utvikle den videre.

Av de samlede inntektene på kr 7,3 millioner utgjør egne inntekter fra operasjonelle aktiviteter rundt 40% (som i 2008), sponsorer 35% (som i 2008) og de resterende 25% (som i 2008) fra offentlige tilskudd. Egenkapitalandelen i stiftelsen er god, og i praksis betyr dette at stiftelsen er godt rustet til å møte fremtidige utfordringer. Og det er ikke få:

KOSTNADSRAMMER

Nordiske Mediedager har vokst betydelig som arrangement de siste årene. Deltakerantallet har økt fra 970 i 2006 til 1506 i 2010, og i tillegg har antallet sidearrangement vokst både i antall og størrelse – blant annet NMD Ung. Med dette øker kostnader knyttet til all gjennomføring, som medfører et behov for at også inntektssiden må øke.

De økte kostnadsrammene inkluderer blant annet produksjonskostnader som leie av arrangørsted, tekniske tjenester, bevertning, reklamebyråarbeider m.m. I tillegg har administrasjonens arbeidsmengde vokst i takt med arrangementet, noe som har ført til flere prosjektansettelser og dermed høyere lønnsutgifter og administrative kostnader.

ARRANGØRSTED

Kostnaden for leie av arrangørsted har økt hvert år siden 2006. Nordiske Mediedager er en av de største konferansene som blir arrangert i Grieghallen årlig. Det høye deltakerantallet utfordrer logistikken og kapasiteten. Når deltakerantallet overstiger 1000 blir det store kødannelser, og kapasiteten blir sprengt. Erfaringene og tilbakemeldinger fra de siste tre årene var utvetydige: Konferansearealet måtte forbedres og utvides. Løsningen ble å utvide lokalet til også å inkludere salen Dovregubbens Hall. Dette alene hadde en kostnad på kr 150 000. Men: tilbakemeldingene er utelukkende positive, og gjennomføringen av konferansen ble betydelig forbedret.

DELTAKERAVGIFT

Målsetningen er å fortsatt holde deltakeravgiften på et nivå som gjør at flest mulig kan delta. Avgiften er per i dag lav sammenlignet med andre konferanser på vår størrelse og nivå. Vi tilbyr også adgangsrabatt til forskere og studenter, og inngår egne avtaler med større, lokale mediebedrifter. Det er en viktig prioritering for oss å beholde avgiften på et rimelig nivå, men

generelt økte kostnadsrammer kan bli en utfordring i forhold til dette.

NMD UNG

NMD Ung er et kvalitetstilbud til skoleelever på videregående nivå, i år med rekorddeltakelse. 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.

SAMARBEIDSPARTNERE / STØTTE

Mediebransjen har vært sterkt preget av resesjonen, og flere bedrifter merker konsekvensene fremdeles. I tillegg er brukervanene i dramatisk endring, noe som medfører stor usikkerhet i forhold til annonsører og inntektstrømmen i bransjen. Brukervaner har blant annet sammenheng med ny digital teknologi, og utviklingen her har også stor innvirkning. Nordiske Mediedager har stabile partnere, og støtten fra både offentlige institusjoner og næringslivet er avgjørende for å sikre stabilitet, drift og gjennomføring. Våre hovedpartnere gjennom mange år er Telenor og Norwegian, og med disse har vi langsiktige avtaler der begge parter uttrykker stor tilfredshet med samarbeidet. Langsiktigheten i hovedavtalene gir oss forutsigbarhet og handlingsrom og er av stor betydning. I 2010 og 2011 skal flere eksisterende samarbeidsavtaler reforhandles. I og med økte kostnadsrammer er det også behov for ytterligere sponsorinntekter for å få økonomien i balanse, og for å få større handlingsrom til å realisere et sterkt arrangement. I tillegg søker vi støtte fra fond og offentlige etater, og inngår barteravtaler med mediebedrifter, leverandører og organisasjoner.

FRIVILLIG INNSATS

Like viktig som den økonomiske støtten er den betydelige dugnadsånden og idealismen som Nordiske Mediedager lener seg på. Programgruppens medlemmer bidrar med atskillige arbeidstimer og er således stifternes bidrag til fagkonferansen. Disse jobber vederlagsfritt. Det samme gjelder ressurspersoner som Pål Andreas Mæland og Frank Aarebrot i gjennomføringen av medieundersøkelsen. I tillegg til de rundt 100 frivillige og en rekke andre. Også foredragsholdere, moderatorer og paneldeltakere bidrar i stor grad uten å motta honorar.

Det er en utfordring å opprettholde dugnadsånden i en profesjonalisert organisasjon. Vi ser også at det blir mer vanlig for bidragsyttere å be om honorar. Dette gjelder særlig utenlandske foredragsholdere. Vi må i hvert tilfelle vurdere om vi har mulighet

til å dekke honorar, ut fra vedkommendes ekspertise og hvor viktig denne vil være for konferansedeltakerne. 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. I tillegg kommer betydelige reisekostnader, med over 100 foredragsholdere fra inn- og utland.

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 opprettholde kvaliteten og videreutvikle arrangementet ytterligere. Støtten er avgjørende for å realisere Mediedager som er så faglig sterke at mediebedrifter og relaterte bransjer vil prioritere deltakelse for sine ledere og ansatte.



Carl Christian Grøndahl (rådgiver, Synlighet AS), foredragsholder på NMD Ung
Foto: Emil Weatherhead Breistein

HISTORIKK

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 mediekonferansen 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 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.
2010	Nordiske Mediedager runder 1500 registrerte deltakere, høyeste deltakerantall til dags dato.

HVORFOR MELDTE DU DEG PÅ NORDISKE MEDIEDAGER?

RESPONS FRA DELTAKERE I ANONYM EVALUERING

Interessant for min jobb.

Hold meg informert, bli inspirert

Jeg ønsker input i forhold til jobb.

Viktig møtearena for oss i bransjen

Møte kollegaer og konkurrenter, nettverke

For oppdatering og faglig påfyll.

Ønsker input i forhold til jobb.

Følge med på hva som rører seg i ALLE medier i Norge

Fin anledning til påfyll og for å møte kolleger

De bruker alltid å ha eit godt program, og slik såg det ut også i år. Og for å møte nokre kolleger. Men altså for å gå frå session til session heile dagen. Det er deilig inspirerende.

Jeg var nysgjerrig på hva dette var for noe!bra program

Treffe bransjefolk

Noe som vi må få med oss.

Aldri vært med før, spennende å få tilbud om å dra. Bra program, mye å velge i!

Det er en inspirerende konferanse

Høre på foredrag først og fremst, men også å møte folk i en bransje jeg vil inn i.

Bli inspirert og få nye impulser

Faglig oppdatering

Øke min kompetanse og få nyttige innspill.

Var nominert til fagpris og gullrute, og valgte mediedagene i tillegg.

Først og fremst for å mingle, treffe kunder og bransje.

Inspirasjon og nytteverdi

Programmet relevant for min jobb

Mediedager er alltid moro, inspirerende og nyttig!

Fagleg påfyll + at det alltid er veldig hyggelig å komme til Mediedagene!

Aktuelt for mine interesser og yrke

Nytte og inspirasjon, og for kontaktbygging.

Mingling og oppdatering på nyheter innen bransjen

Faglig påfyll, nyheter og nytte.

Ønske om faglig utbytte og inspirasjon.

Mingling med andre bransjefolk.

Det er en anledning til å bli kjent med andre folk fra bransjen og forskningsmiljøene, og jeg er alltid interessert i å lære om ting litt på siden av mitt eget felt.

Faglig påfyll, inspirasjon, møte kolleger og et avbrekk i en travel hverdag

Lærer i mediefag - oppdatering og inspirasjon:)

Bli oppdatert på de nyeste trender/analyser innen medier og få inspirasjon.

La møter i forbindelse med dette og det var mye relevant for klubbledere der og fordi "nye plattformer"-diskusjonene er viktige for oss

Fantastisk bra arrangement som følger oppsatt timeplan med gode foredrag. God og nyttig input, og en super mulighet for å treffe kolleger og diskutere både fag og annet.

Godt og aktuelt program. Keep up the good work!

Faglig inspirasjon, nettverksbygging.

Mediedagene er en god mulighet til å bli bredt oppdatert og treffe sentrale personer i bransjen.

Mediedagene er en god mulighet til å bli bredt oppdatert og treffe sentrale personer i bransjen.

Håp om faglig påfyll og underholdende debatter om relevante temaer.

Jeg har alltid vært veldig fornøyd med det faglige programmet - vært der som journalist og deltager flere år før.

Inspirasjon, mingling, foredrag, gullrutenominasjoner

Følge med på trendene i mediebransjen, for å få påfyll, inspirasjon og å møte kolleger

Syns det er et spennende arrangement og ville lære mer.

Faglig input og inspirasjon

Er interessert i mediedebatt, utvikling og liker å ha et skrått blikk på mediegubbenes tilnærming til teknologi.

Jeg er mediefaglektor og trenger den kontakten med aktuell forskning og praksis

Beste form for etterutdanning en medielærer kan få. Har deltatt tidligere.

Møtested og energiinput

Inspirasjon og faglig oppdatering

Innhente ny kunnskap og inspirasjon

Innhente ny kunnskap og inspirasjon

Sosialt og faglig påfyll

Sosialt, inspirerende

Bli inspirert, møte kolleger, lære, fylle på

Få faglig påfyll og treffe folk i bransjen

Dette er årets begivenhet for oss som jobber med media i Bergen.

Endelig hadde jeg anledning til å dra dit, og fordi jeg ønsket å bruke denne mønstringen til å lære, få ideer og innspill, og treffe folk.

Mange interessante tema.

Viktig å være orientert om trender og mediespørsmål.

Er en del av en liten redaksjon til vanlig. Deltok for å få impulser ved å være del av et større fagmiljø samt faglig inspirasjon.

Norsklærer i Media og kommunikasjon. Er nyfiken og klar for nye utfordringer.

Ta mediebransjen på pulsen per dato. Viktig for en medieforsker. Fikk gode innspill.

Inspirasjon. Møte kollegaer.

Oppdateres, underholdes, berikes, inspireres og for å møte kolleger. Fordi jeg var sur for at jeg aldri har kunne dra tidligere år.

Pleier alltid å være foredrag av interesse. Inspirasjon og kunne møte mennesker. Det sosiale er veldig viktig tror jeg.

Hold meg orientert om det som er nytt på mediefronten, godt og variert program

Ønsket inspirasjon og input i forhold til å lage tv. Møte kollegaer.

Programmet relevant for min jobb. For å få faglig påfyll og treffe folk i bransjen





Nordiske **Mediedager**
Nordic Media Festival