



RAPPORT


Nordiske Mediedager
Bergen 10. - 13. mai 2006

Rapport Nordiske Mediedager 2006	3
Konferansen	4
Programoversikt.....	6
Foredragsholdere og deltakere.....	7
Mediemesse	8
Medieundersøkelsen	9
Sosiale arrangement	10
Praktisk gjennomføring	11
Arrangementer for publikum	12
Informasjon og markedsføring.....	22
Presse	26
Samarbeidspartnere	27
Organisering	28
Fremtidige satsninger	29
Bilder	30
Medieomtale	32
Annonser	44

”Jag blev förvånad över att veta så lite om ett så otroligt imponerande evenemang kring medier. För det första sensationellt välfungerande logistisk, men sen ett program som var så matnyttigt och relevant och alldeles uppenbart to the point. De programpunkter jag tog del av hade dessutom sällsynt proffsig ledning dvs. av utfrågare eller moderator”

Kerstin Brunnberg, programdirektør, Sveriges radio

”Mediedagene har i løpet av sin relativt korte eksistens blitt den største og viktigste konferansen på mediefeltet. Den samler veldig store deler av bransjen, den samler politikere og beslutningstakere, blant annet takket være et veldig sterkt faglig program med gode foredragsholdere”

Trond Giske, Kirke- og kulturminister

”Bergen har vært arena for mediefaglige konferanser siden 1988, og konferansene har alltid vært betydningsfulle arenaer for inspirasjon og nettverksbygging for det lokale og det nasjonale mediemiljøet”

Monica Mæland, Byrådsleder, Bergen kommune

Nordiske Mediedager ble avviklet 10. – 13. mai i Bergen. Mediedagene samlet mediebransjen og andre interesserte til konferanse og tilhørende medierelaterte arrangement. Konferansen fokuserer på utviklingen i nasjonale og internasjonale medier, og tilbyr unike innblikk i ulike aspekter ved medieverdenen. I tillegg til konferansen tilbyr Nordiske Mediedager en rekke arrangementer for publikum, med et særlig fokus på barn og unge.

Årets mediedager markerte rekorder på flere områder: Flere konferansedeltakere, flere arrangementer for publikum og bredere mediedekning. I forkant av og i løpet av arrangementets fire dager markerte mediedagene seg i bybildet, blant publikum og – ikke minst – blant de norske, nordiske og internasjonale deltakerne. Med ytringsfrihet som hovedtema markerte mediedagene seg også hos skoleelever gjennom en egen ungdomskonferanse og en storstilt åpningsutstilling i ungdommens ånd, i nært samarbeid med reklamebyråer.



Nordisk toppmøte.



Utstilling: 10 skoler – 10 reklamebyråer – 10 ytringer.



Åpningsforedrag v/Simon Kuper.



Humor i særklasse.

I løpet av konferansens tre dager hadde deltakerne 45 sesjoner å velge mellom i Grieghallen. Av de 45 sesjonene var det 32 foredrag og intervjuer, 11 debatter, to workshops og to filmvisninger.

og menneskerettigheter. Den andre visningen kombinerte to episoder av "South Park" – episoder som har blitt utsatt for sensur i blant annet USA.

Nordiske Mediedager har som mål å tilby et konferanseprogram som

presenterte en kombinasjon av norsk, nordisk og internasjonalt perspektiv.

Animasjonsserien "South Park" går sin seiersgang over hele verden, til glede for unge og til forargelse for voksne. Med sin uhøytidelige og samtidig alvorlige



Mr. Fakta light.



Hot på TV.



Ekstremt tøffe bilder.



Hvorfor annonsere når vi har journalister.

"Her var det både bredde og høyde! Gode forelesere, stor variasjon i innhold – her var det til inspirasjon og matnytte så det monnet!"

Deltaker

14 sesjoner hadde engelsk som hovedspråk, 5 sesjoner hadde et klart nordisk perspektiv. De resterende sesjonene hadde norske bidragsyttere på scenen, uten at dette nødvendigvis begrenset perspektivet til kun det norske mediefeltet.

Filmvisningene inkluderte filmen "The Game of Their Lives", en dokumentarfilm som bygger broer mellom temaer som journalistikk, sport

er interessant og lærerikt for den brede mediebransjen, for de ulike profesjonene som er tilknyttet bransjen og for relaterte bransjer, i Norge og Norden.

"Noe av styrken ved programmet er at det er mange ulike temaer parallelt, dvs. både innhold, teknologi, politikk osv. Det gjør det lett å finne noe som er interessant"

Deltaker

Årets program var aktuelt både innenfor journalistikk, underholdning, produksjon, mediepolitikk og teknologi. Status i dag, trender og utfordringer for fremtiden stod sentralt, og programmet

harselering med religioner, tabuer, politikk og kjendiser har skaperne Trey Parker og Matt Stone møtt store kritikerstormer, men de holder likevel fast på sin rett til å ytre seg og sin rett til å kommentere det amerikanske samfunnet. Møtet med de to skaperne var et høydepunkt under årets fagkonferanse.



Trey Parker og Matt Stone.

Men "South Park" var langt fra det eneste høydepunktet. Et fokus på trender ble blant annet ivaretatt av innkjøper Ben Frow fra Channel Five. Han er mannen bak "Jamies kjøkken" og omtalt av BBC-sjef Mark Thompson som "one of the most imaginative and original commissioners in Britain". Han viste lydhøre deltakere hvilke tv-konsepter som vil gjøre suksess fremover.

For første gang møttes seks nordiske kringkastingssjefer til toppmøte om tv-mediet. Med Finland, Sverige, Norge og Danmark representert, og med både allmennkringkasting og kommersielle kanaler samlet i samme panel var det duket for unike innblikk i ledelsens vurderinger. Det samme var tilfelle i det norske toppmøtet, der sjefene for TVNorge, TV3, NRK og TV 2 deltok.

Flere sesjoner ble til som resultat av samarbeid med gode partnere, henholdsvis Nordisk Ministerråd, Raftohuset og Emmy2007.

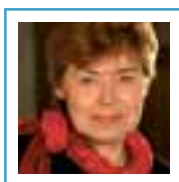


Informatører, kildekritikk og troverdighet.

I samarbeid med Nordisk Ministerråd ble temaer rundt aktuelle nordiske mediefaglige problemstillinger tatt opp, blant annet det ovenfor nevnte toppmøtet, DAB-radioens vanskelige fødsel og den nordiske spillindustrien.

"Interessant och mångsidigt program med såväl norsk, nordisk och internationellt fokus!" **Deltaker**

Et samarbeid med Raftohuset og konferansen "North Korea: New Approaches" resulterte i sesjoner med fokus på presse- og ytringsfrihetens kår i totalitære samfunn. Fokuset på ytringsfrihet ble også videreført i andre sesjoner og arrangementer under dagene.



Christina Jutterström



Harald Eia



Nils Henrik Wærstad



Geoffrey Nyarota



Kåre Valebrokk



Morten Aass



Benedicte Berner



Kenneth Plummer



Olenka Frenkiel



Annika Nyberg
Frankenheuser



Trygve Allister Diesen



Ben Frow

PROGRAMOVERSIKT

ONSDAG 10. MAI

09.00	ÅPNINGSUTSTILLING, Sundt, Torgalmenningen
09.30	BAK FASADEN, ungdomskonferanse, Alvøen, Radisson SAS Hotel Norge
12.30	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN, inngang 3A
13.15	FILMVISNING: THE GAME OF THEIR LIVES , Klokkeklang [E] [R] ■
15.00	POLITIKK I SPORT, SPORT I POLITIKK , Klokkeklang, v/samtaleleder Anders Magnus, Nick Bonner, Simon Kuper, Andreas Selliaas [E] [R] ■ ■
16.15	PRESSEKONFERANSE, Klokkeklang
18.00	ÅPNING , Peer Gynt Salen, Grieghallen v/byrådsleder Monica Mæland, kulturminister Trond Giske, Are Kalvø, Karin Park. Åpningsforedrag v/Simon Kuper. Konferansier Brita Møystad Engseth
19.00	FILMVISNING: A STATE OF MIND , Magnus Barfot kino [E] [R] ■
19.30	MOTTAKELSE i Grieghallens spiss, v/Bergen kommune. Deretter festivaltreff på Bocca

TORSdag 11. MAI

	PEER GYNT SALEN	KLOKKEKLANG	TROLDTOG	SMÅTROLL
08.00	MORGENTRIM - TA UTFORDRINGEN! v/EXin.no. Oppmøte i resepsjonen, Radisson SAS Hotel Norge			
08.00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN, inngang 3A			
09.15 - 10.00	VI OG ALLE DE ANDRE v/Frank Aarebrot ■	KAMPEN FOR PRESSEFRIHET - EN JOURNALIST UTEN GRENSER v/Geoffrey Nyarota [E] [R] ■	ETT PROGRAM - MANGE VERSJONER v/Jeremy Evans [E] ■	
10.15 - 11.00	VENN ELLER FIENDE v/debattleder Eva Bratholm, Erling Borgen, Frode Vik Jensen, Thomas Spence, Frank Aarebrot ■	INFORMATØRER, KILDEKRITIKK OG TROVERDIGHET - ERFARINGER FRA TRE KONTINENTER v/samtaleleder Benedicte Berner, Vincent Brossel, Olenka Frenkiel, Geoffrey Nyarota [E] [R] ■ ■	VISUALITET I TV-DRAMA v/Trygve Allister Diesen ■	
11.15 - 12.15	MEDIEPOLITISK DEBATT: POLITIKK ELLER MARKEDSMAKT? TIL FOLKETS BESTE v/debattleder Anders Bjartnes, Magnar Lund Bergo, kulturminister Trond Giske, Ulf-Erik Knudsen, Olemic Thommessen [NMR] ■	FOR ÅPEN RETT - ELLER FOR LUKKEDE DØRER? v/debattleder Ronnie Baraldsnes, Tom Bakke, Svein Brurås, Karianne Solbrække, Lasse Qvigstad ■	SUKSESSEN ELLING v/Axel Hellstenius, Petter Næss ■	WORKSHOP: FILBASERT ARBEIDSFlyt OG HD v/Video 4 ■
12.15 - 13.00	LUNSJ v/ALLKOPI			
13.00 - 13.15	DEN GODE SAMTALEN Møt Kenneth Plummer. Intervjuer: Anders Magnus. Utenfor Klokkeklang, underetasjen			
13.15 - 14.15	NORDISK TOPPMØTE: HELE NORDEN PÅ ETT BRETT v/debattleder Terje Svabø, John G. Bernander, Bjørn Gudmundsson, Mikael Jungner, Christina Jutterström, Peter Parbo, Kenneth Plummer, Kåre Valebrokk [NMR] ■	FRYKTEN FOR ISLAM v/debattleder Olav Njaastad, Cecilie Hellesveit, Maher Othman [E] ■ ■	MYSTIKK OG MØRKE GJERNINGER v/Johannes Kyte, Nils Nordberg ■ ■	
14.30 - 15.15	MR. FAKTA LIGHT v/Ben Frow [E] ■	HVOR MYE ER CV-EN DIN VERD? v/Claus Sonberg ■ ■	DIGITALRADIEN SKILLER LAG I NORDEN v/debattleder Knut Kristian Hauger, Kerstin Brunnberg, Annika Nyberg Frankenhäuser, Ole Mølgaard, Øyvind Vasaasen [NMR] ■	
15.30 - 16.15	HOT PÅ TV v/Keri Lewis Brown [E] ■ ■	MED SKJULT KAMERA I KLASSEROMMET v/Angela Mason [E] ■ ■	SPILLINDUSTRIEN I NORDEN v/Bjørn Eckblad, Kari Hovda m. fl. [NMR] ■ ■	
16.30 - 17.30	NORSK TOPPMØTE v/debattleder Dag Steinfeld, John G. Bernander, Lasse Kokvik, Kåre Valebrokk, Morten Aass ■	EKSTREMT TØFFE BILDER v/Per Børre Kiserud, Joel Mishcon, Robin Schmidt [E] ■ ■	TRENDER I JOURNALISTIKKEN v/Richard Roth [E] ■ ■	
18.30	SHOWPAKKE m/beværtning, Bocca. Mrk.: Kun forhåndsbestilling			
19.00	FILMVISNING: ACCESS TO EVIL Magnus Barfot kino [E] [R] ■			
20.00	STORE STUDIO: MEDIESPESIAL v/Anne Lindmo, Per Sundnes. Logen Teater			
22.00	DEN STORE MEDIEQUIZEN v/Per Arne Kalbakk, Atle Nielsen. Logen Teater			

FREDAG 12. MAI

	PEER GYNT SALEN	KLOKKEKLANG	TROLDTOG	SMÅTROLL
07.30	MORGENTRIM - TA UTFORDRINGEN! v/EXin.no. Oppmøte i resepsjonen, Radisson SAS Hotel Norge			
08.00	REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN, inngang 3A			
09.15 - 10.00	HVORFOR ANNONSERE NÅR VI HAR JOURNALISTER v/programleder Linda Eide, Idar Vollvik ■	SOUTH PARK – USENSURERT! [E] ■ ■	PÅ SPORET AV FREMTIDEN v/David Zach [E] ■	
10.15 - 11.00	HUMOR I SÆRKLASSE v/Harald Eia, Bård Tufte Johansen ■	VERDENS MEST MODERNE MEDIEHUS v/Jan Brünings ■ ■	ET NYTT TV-BILDE. PÅ JAKT ETTER EN MEDIEFREMTID OG -FORTID v/William Uricchio [E] [FF] ■ ■	
11.15 - 12.15	SLIK SKAPTE VI SOUTH PARK v/Gunnar Strøm, Trey Parker, Matt Stone [E] ■ ■	FREMTIDENS TV-TITTER - EN KREVENDE KUNDE v/Erik Nord ■ ■ FREMTIDENS MEDIEBRUKER. UTFORDRINGER OG LØSNINGER FOR FJERNSYNSBRANSJEN v/Eirik Solheim ■ ■	MEDIEDEMOKRATI - ET FORSVAR FOR ALLMENNKRINGKASTINGEN v/Barbara Gentikow [FF] ■	
12.15 - 13.00	LUNSJ v/TORO			
13.00 - 13.15	DEN GODE SAMTALEN Møt Trond Kværnstrøm. Intervjuer: Anders Magnus. Utenfor Klokkeklang, underetasjen			
13.15 - 14.15	SE PÅ MEG! SE PÅ MEG! v/debattleder Hege Duckert, Nils Ketil Andresen, Hans Peter Hognestad, Eivind Landsverk, Vidar Nordli-Mathisen ■	SPORTSJOURNALISTEN - SPONSORENS BESTE VENN? v/debattleder Viggo Johansen, Vegard Amtnes, Knut Helland, Jacob Lund, Lars B. Svendsen, Bjørn Taalesen, Otto Ulseth ■	NETTRADIO - ET EKSPERIMENT MED DEMOKRATISK DELTAKELSE v/Lars Nyrø [FF] ■	WORKSHOP: HDI v/NRK ■
14.30 - 15.15	LARS MONSEN - EN VILLMANN VENDER TILBAKE v/Ivar Ragne Jenssen, Lars Monsen ■	GRAVE JOURNALISTIKK NORDEN RUNDT v/Synnøve Bakke, Kjersti Knudssøn ■	DIGITAL DELTAKELSE. GIR NYE MEDIER ET MER DEMOKRATISK SAMFUNN? v/Dag Elgesem, Terje Rasmussen [FF] ■	
15.30 - 16.15	LANGS VEIEN MED NILS OG RONNY v/Ronny Kristoffersen, Nils Henrik Wærstad ■ ■	PUBLIKUM PØNSKER PÅ NOE... v/Jonathan Marks [E] ■ ■	FILM OG DATASPELL - TO SIDER AV SAMME SAK? v/Rune Klevjer, Erlend Lavik [FF] ■	
16.30 - 17.30	DA TV-LILLEBROR BLE STOR! v/TVNorge ■			
18.00	Q: Melodi Grand Prix - 20 år etter (Grafil, Kommunikasjonsforeningen, SRF, Markedsanalyseforeningen) Bankettsalen, Radisson SAS Hotel Norge (dørene åpner 17.30)			
19.00	FILMVISNING: A DAY IN THE LIFE , Magnus Barfot kino [E] [R] ■			
19.00	FILMVISNING: SE VINNERNE FRA DEN NORSKE DOKUMENTARFILMFESTIVALEN . Cinemateket USF, Georgernes Verft ■			
20.30	FRI SONE Ole Bull Kulturhus (Bocca, Ole Bull Scene, Feliz)			

LØRDAG 13. MAI

11.00	ÅPEN DAG, Grieghallen
11.00	RUNDTUR I BERGEN MED GPS v/EXin.no. Oppmøte i resepsjonen, Radisson SAS Hotel Norge
13.00	TIDENES MEDIEKAMP: Tufte vs. Mediebransjen, Torgalmenningen
18.30	GULLRUTEN , Grieghallen, direktesendt show på TV 2.

[E] Engelsk [FF] Forskningsforum [NMR] i samarbeid med Nordisk Ministerråd [R] i samarbeid med Raftohuset

■ Digitale perspektiv ■ Filmvisning ■ Journalistikk ■ Politikk ■ Produksjon ■ Teknologi ■ Trender ■ Underholdning

Totalt antall foredragsholdere: 97

70 fra Norge – 10 fra Storbritannia – 5 fra USA – 4 fra Danmark – 4 fra Sverige
3 fra henholdsvis Zimbabwe, Kina og Sør-Korea – 1 fra Finland

Foredragsholdere

I likhet med tidligere år var gjestelisten variert. Mediedagene presenterte foredragsholdere fra hele åtte land utover Norge. Spesielt hyggelig og viktig for konferansen er gjestene fra Afrika og Asia.

Nordiske Mediedager har som mål å styrke den kvinnelige andel av

foredragsholdere og debatt deltakere. For 2006 var kjønnsfordelingen blant gjestene ujevn, til tross for at programkomiteen aktivt søkte jevn fordeling.

I forhold til mediedagenes mål om å bli en konferanse med sterkt nordisk relatert innhold svinger vekten blant

bidragsyterne fremdeles for mye mot de norske. Det er et satsningsområde for mediedagene å styrke den nordiske profilen. Positive tilbakemeldinger fra nordiske deltakere tyder imidlertid på at konferansen er på rett vei.



Eva Bratholm



Jeremy Evans



Lasse Kokvik



Richard Roth



Keri Lewis Brown



John G. Bernander



William Uricchio



Lars Monsen



Vidar Nordli-Mathisen



Trond Giske



Petter Næss



Jacob Lund

Deltakere

923 deltakere er en definitiv rekord, og et antall mediedagene er svært fornøyd med. Til sammenligning hadde mediedagene i fjor 768 deltakere.

”Mai uten mediedager i Bergen er ikke noe alternativ”

Deltaker

Mediedagene er glade for samarbeidet med Norsk Journalistlag, som i år blant annet innebar at interesserte deltakere kunne søke stipend. Utløsningen ble lansert i Journalisten og på NJs og mediedagenes nettsider. Responsten var svært god. Videre inngikk mediedagene

lokal avtale med ulike mediebedrifter/-organisasjoner, samt at LMU (Landslaget for medieundervisning) kombinerte egen konferanse med mediedagene. Mediedagene hadde også egne ordninger for studenter med spesiell interesse for feltet. Resterende deltakere meldte seg på via mediedagenes nettsider.

Bredden blant deltakerne er god. Her kommer deltakere fra alle medier – tv, avis, film, internett, radio mv. – og fra både større og mindre bedrifter. Her kommer journalister, redaktører,

teknikere, produsenter, frilansere, direktører, lærere, forskere mv. Denne bredden er et trekk Nordiske Mediedager er stolte av og vil arbeide for å videreføre.



Under mediemessen får leverandører av interesse for mediebransjen en mulighet til å presentere sine produkter og satsninger. Mediemessen i Grieghallen under mediedagene er en møteplass hvor kontakter skapes og relasjoner utvikles mellom utstillerne og bransjen. Fokuset for messen er først og fremst teknologisk rettet.

"At Norge som det eneste landet i Norden har klart å skape en arena som Nordiske Mediedager er blitt, er verdifullt og unikt. Vi har klart å skape en møteplass som både har godt faglig innhold og mange deltakere og med oppmøte fra ledende mediepersonligheter i hele Norden"

Ingrid Schiefloe, Telenor Broadcast

Mediemessen og mediekonferansen holdt til på samme område i Grieghallen, utenfor konferanselokalene i 2. etasje. Messeområdet ble dermed et naturlig møtested for deltakerne under hele konferansen.

Utstillere:

Canal Digital – Kampanje – Nera ASA – Polopoly/Tarantell – Polyvox
TCi Computer AS – Telenor – Video 4



Formål:

Måle medievaner og holdninger til medier i tre ulike grupper: Journalister, kommunikasjonsmedarbeidere og brukere av media

Utvalg:

Representativt utvalg av befolkningen over 18 år

Representativt utvalg blant medlemmene i Norsk Journalistlag

Representativt utvalg blant medlemmene i Kommunikasjonsforeningen

Siden 1999 har det i tilknytning til fagkonferansen blitt gjennomført komparative meningsmålinger om norske journalisters og publikums syn på en lang rekke spørsmål innen mediebruk, mediepolitikk og medievaner. Dette er den eneste undersøkelsen i sitt slag.

En hovedtanke bak å sammenligne meningene om norske medier og journalistikk har vært å forsøke å finne ut om mediene og journalistene er for fjernt fra sine oppdragsgivere; publikum. Hensikten er å skape en grunnleggende debatt om forholdet mellom norske journalister og publikum, og avdekke de ulike gruppenes holdninger til mediene. Det gjelder både mediebruk, preferanser av stofftyper og ikke minst troverdighet.

2008 vil markere undersøkelsens tiende år, og mediedagene vil kunne presentere et unikt materiale som viser holdningsmønster over tid – en samlet oversikt over utviklingstrendene innen en rekke sentrale spørsmål over en tidsfase på ti år. Materialet blir stilt



til disposisjon både for redaksjoner, studenter og forskere.

Særlig i forkant og under selve mediedagene er det årlig stor

oppmerksomhet rundt resultatene av undersøkelsene. 2006 var ikke noe unntak i så måte. Undersøkelsen ble utført av Norsk Respons, og støttet av Institusjonen Fritt Ord.

Nordiske Mediedager arrangerer sosiale arrangement hver konferansekveld. Dette prioriteres for å gi deltakerne et felles møtested også utover konferansen. Å møtes i mer uformelle rom medvirker til å gjøre Nordiske Mediedager til et mer helhetlig arrangement. De sosiale arrangementene inkluderer underholdning nært knyttet til medieinnhold og aktører, og viderefører det mediefaglige – med en løsere snipp.

Like etter den offisielle åpningen onsdag 10. mai inviterte Bergen

kommune til åpningsmottakelse. Torsdag 11. mai var det duket for bestillingsverket "Store Studio: Mediespesial", med teamet Anne Lindmo og Per Sundnes som programledere. VG-journalist Camilla Bjørn, "South Park"s Matt Stone og Trey Parker og ordfører Herman Friele var blant gjestene.

Lindmo og Sundnes overlot scenen til Atle Nielsen og Per Arne Kalbakk, som sammen ledet Den store Mediequizen, der 22 lag deltok.

Fredag 12. mai var det duket for mediedagenes tradisjonelle Fri Sone, et arrangement for og av mediefolk, med artister, gjester og bidrag fra kjente mediebedrifter.

En egen komité hadde ansvar for planlegging og gjennomføring av de sosiale arrangementene.



En konferanse av en slik størrelse er avhengig av en rekke faktorer, som alle må fungere for å gjennomføre et vellykket arrangement. Tidligere år med erfaring har resultert i et velsmurt apparat som håndterer alle deler av Nordiske Mediedager.

”Det var tvers igjennom RÅBRA ORGANISERING! Alt gjekk – såg det ut til – veldig på skinner” **Deltaker**

Lokale

Nordiske Mediedager gikk av stabelen i Grieghallens konferansedel. Grieghallen tilbyr lokaler med tilfredsstillende størrelser og har alle fasiliteter tilgjengelig.

Sekretariat

Festivalens kommunikasjonssentral og festivaladministrasjon fungerte som innsjekkingssted og møtested for alle gjester, forelesere og debatt-deltakere, og var alle de frivillige og programkomiteens naturlige møteplass.

Registrering

I likhet med tidligere år tok Kongress & Kultur seg av registreringen av deltakere, sammen med representanter for Nordiske Mediedager.



Transport

Nordiske Mediedager er opptatt av å ivareta sine gjester på den beste måten. Som del av dette ble alle gjester tilbudt transport fra ankomststed til Grieghallen/hotell. Alle utenlandske gjester ble også kjørt tilbake til Flesland avreisedagen. Tilbakemeldinger viser at dette er et meget velkomment tilbud.

Frivillige medarbeidere

Den praktiske avviklingen av mediedagene ville ikke vært mulig uten en stor stab frivillige. Over 70 frivillige var involvert under dagene, de fleste studenter med mediebakgrunn og profesjonelle fra mediemiljøet i Bergen. De frivillige ble satt opp på vaktliste som gjorde 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 ville få oppleve.

Teknikk

Den tekniske avviklingen fungerte i all hovedsak problemfritt. Mange ulike tekniske hjelpemidler var i bruk, både i sekretariatet og under sesjonene.

Fotografi/film

Nordiske Mediedager ønsker å dokumentere innholdet i fagkonferansen, både for å tilby materiale til akkreditert presse, men ikke minst for å bygge opp et materiale som kan benyttes ved senere anledninger. Nordisk partner Twentyfourseven stilte med mannskap og teknikk. De viste sesjonene på storskjerm real-time, samtidig som opptak ble tatt.

Filmingen av sesjonene er tidligere videreformidlet både til foredragsholdere og lærere som ønsker å benytte materialet i utdanningsøyemed. Dette er et aspekt mediedagene ønsker å videreutvikle.

Åpningsutstilling: 10 skoler – 10 reklamebyråer – 10 yrtinger

Ungdomskonferansen: 220 elever samles til faglig input med yrtingsfrihet som hovedtema

Filmvisninger: 6 filmvisninger med "Blikk på Nord-Korea" og "Det beste fra Den Norske Dokumentarfilmfestivalen"

Q: Faglig seminar for reklame-, marked- og kommunikasjonsbransjen i Bergen

BRÅK: Seminar for rockemusikkmiljøet i Bergen, med fokus på videoproduksjon og musikk på radio

Åpen Dag: Innblikk i hva som foregår bak kulissene og siste nytt fra medieselskap og teknologiske produsenter

Tidenes mediekamp: Tufte IL vs. Mediebransjen i Bergen

Gullruten: Direktesendt prisutdeling som feirer det beste i norsk tv-produksjon det siste året

Nordiske Mediedager ønsker å bidra til å øke mediekompetansen også hos skoleelever og publikum, og å skape blest om mediedagene i byrommet. I år presenterte mediedagene flere arrangementer utover selve fagkonferansen.

Åpningsutstilling

Hvis vi ikke fikk lov til å snakke fritt – hva var det da vi gjerne ville ha sagt?

Nordiske Mediedager gjennomførte i år et unikt samarbeidsprosjekt som utfordret ungdom og næring til sammen å utvikle en helt spesiell utstilling.

Hovedfokuset for utstillingen var yrtingsfrihet. Nordiske Mediedager, Avis i skolen og Raftohuset gav 10 skoleklasser på ungdoms- og videregående nivå utfordringen: Om vi ikke får lov å snakke fritt, hva er det vi gjerne vil si? Hva er det viktigste for ungdommen å formidle? Til sammen 10 plakater, laget i samarbeid mellom 10 skoleklasser og 10 reklamebyrå, prydet Sundts fasade på Torgalmenningen fra onsdag 10. mai.

"En vill tanke og 20 ville elevtalenter. Veldig utfordrende og gøy!"

Mette Mæhle, daglig leder, AG Byråene

Nordiske Mediedager gleder seg over resultatet, og spesielt over å se hvor gode og gjennomtenkte budskap ungdommene valgte å gjøre til sitt viktigste.

"Demokratiundervisning er viktig, også i Norge. De fleste av oss har mer enn vi trenger og landet renner over med penger. Ulempen med å bli for mett er at vi blir søvnnig og lat. "Jeg gidder ikke, har ikke tid..." Demokrati er hardt tilkjempet og er avhengig av våkne og sultne deltakere. Utstillingen 10 skoler 10 reklamebyrå om yrtingsfrihet viser at når de unge blir utfordret, så er det ikke noe i veien med engasjementet. De unge har heldigvis meningers mot, det lover godt!"

Johannes Bøyum, Avis i skolen

Samtidig opprettet prosjektet kontakt og samarbeid mellom to grupper som vel sjelden kan sies å ha direkte kontakt med hverandre – elevene og reklamebransjen.

Nordiske Mediedager samarbeidet med Avis i Skolen, Allkopi, Raftohuset, Sundt og utvalgte reklamebyråer og skoler for gjennomføring av utstillingen.



Reklamebyrå i skolen.



Deltakende skoler:

Bergen Handelsgymnasium, Eidsvåg skole, John Bauer gymnaset, Knarvik videregående skule, Laksevåg videregående skole, Lynghaug skole, Sotra videregående skole avd. Sund, Storetveit skole, Tanks videregående skole, Åsane gymnas.

Deltakende reklamebyrå:

AG Byråene, Artic, Chili Marketing and Design, Konvoi, OKTAN Gruppen, Orangeriet, Reaktor ID, Snedig, Tibe Republic, Trippel reklamebyrå.

ARRANGEMENTER FOR PUBLIKUM



**PRESSEN
LYGER**

OGSÅ

Skole: LYNHGAUG SKOLE
Byrå: ARTIC



DISKUSJON
ENGASJEMENT
MENING
ORGANISERING
KRITISERING
RETTFERDIGHET
ARGUMENTASJON
TENKNING
INFORMASJON

Skole: STORETVEIT SKOLE
Byrå: CHILI



En
stemme
alene
er
livsfarlig

Skole: ÅSANE GYMNAS
Byrå: AG BYRÅENE



DEN SOM
TEIER
SAMTYKKJER

Skole: KNARVIK VGS
Byrå: OKTAN PUBLICIS



HVA OM DU
IKKE
LENGER
FIKK
LOV
Å SI

Skole: TANDVGS
Byrå: DRAMMERET



HVIS
**BUSH
ER EN
HELT**

OG
**RASISME
RULER**

SÅ MÅ VI SI AT
**HOMOFILI
ER EN
SYKDOM**

Skole: BHG
Byrå: REAKTOR ID



LIKEVERD

Skole: EIDSVÅG SKOLE
Byrå: SNEDIG



SEE
EVIL
SPEAK
NO
EVIL

Skole: JOHN BAUER GYMNASIET
Byrå: TIBE REPUBLIC



Tør du
mene?

IKKE BLI
STYRT!

Skole: SOTRA VGS avd. Sund
Byrå: TRIPPEL



YTRINGS-
FRIHET
HAR
SIN
PRIS

DIKTATUR
☐ JA
☒ NEI

Skole: LAKSEVÅG VGS
Byrå: KONVOI

Ungdomskonferansen "Bak fasaden"

I tilknytning til utstillingen ble de ti skoleklassene invitert til å delta på en egen ungdomskonferanse, kalt "Bak Fasaden". Visjonen var å samle elever på ungdoms- og videregående nivå til en dag med faglig input relatert til mediebransjen.

I programmet ble ytringsfrihetstemaet videreført. Blant annet introduserte Marco Elsafadi - tidligere basketballspiller og nå daglig leder av organisasjonen New Page - med erfaringer som flyktning fra Libanon og profesjonelle erfaringer i arbeid med vanskeligstilt ungdom. Elevene fikk også høre foredrag fra to vinnere av Fritt Ords ungdomskonkurranse, blant annet. Programmet ble sydd sammen av Btv "Triplet"s programledere Camilla Ahamath og Stian Grytten.

Innholdet gav grunnlag for videre diskusjon i klassen, og tilbakemeldingene fra lærere og elever

har vært positive. Dette var første gang mediedagene gjennomførte en egen konferanse for skoleungdom. Årets utgave har gitt mersmak og mediedagene ønsker å videreutvikle prosjektet.

Ungdomskonferansen ble realisert i samarbeid med Avis i skolen og Institusjonen Fritt Ord.

Filmvisninger

I samarbeid med Bergen kino, Raftohuset og konferansen "North Korea: New Approaches" ble det vist fem filmer med fokus på menneskerettighetssituasjonen i Nord-Korea. Årsaken til at mediedagene involverte seg i filmvisningene var fokuset på ytringsfrihet, som under konferansen blant annet ble diskutert av journalister som har erfart ytringsfrihetens vanskelige kår i Nord-Korea. Filmene ble vist på Magnus Barfot kino og det var mulig for alle å kjøpe billetter til redusert pris.



Marco Elsafadi innleder ungdomskonferansen.

Blikk på Nord-Korea
FILM
THE GAME OF THEIR LIVES
(England, 2003)
Regi: Daniel Gordon
11, 20 min.

Nordiske Mediedager skal vise fire dokumentarfilmer om Nord-Korea i Bergen neste uke. Dette er den mest koselige.

Raftahuset skal arrangere en internasjonal konferanse i Bergen fra 8. mai om Nord-Korea – verdens mest lukkede land og et av verdens mest totalitære regimer.

«The Game Of Their Lives» er en av filmene som vises i den anledning. Men dette er ikke mye en gladfilm. For den handler om et av fotballhistoriens største under – Nord-Koreas kjempesuksess under fotball-VM i England i 1966.

De nådde kvartfinalen, etter blant annet å ha slått ut fotballstørnemakten Italia.

Laget vant alles hjerter. Og på hjemmebane jublet statsleder og diktator Kim Il Sung.

Filmskaperne har fått lov til å reise inn i Nord-Korea for å treffe de gjennlevende spillerne. Dette mikses inn med flutte klipp fra fotball-VM samt intervjuer med folk som var til stede da dette pågikk i 1966.

Det er blitt en hjertevarm film. For korene virker veldig fornøyd med livet sitt. De er heller i hjemlandet, de dyrker guden sin, Kim Il Sun – selv om han døde for tolv år siden. Ingen klager.

Filmskaperne prøver heller ikke å problematisere forholdene i Nord-Korea, men er mest opptatt av å beskrive fotballfenomenet. I det høst er det blitt en underholdende film, om enn litt slakk i strikken.

De andre filmene som skal vises på Magnus Barfot Kino er «State Of Mind», «A Day In The Life» og «Access To Evil». Sistnevnte handler om et BBC-team som reiser inn i landet. Og er den mest systemkritiske.

FRANK JOHNSSEN

DRAR TV 2 MED: TV 2-kommentar får et ønsket resultat i første kvartal i fotball-VM i fjor. Arsenal er eneste lag fra Karas 24. TV 2-kommentar, driftsresultat i første kvartal ble 35,4 millioner kroner, som er like i underkant av fjorårets resultat på 38,2 millioner kroner. Høstingen skyldes at Karas 24 nå som statenselskap prøver å driftsresultat med et underskudd på 17 millioner. De undersiggende resultatet i andre halvår viser derfor en positiv utvikling, opplyser TV 2. (ANB)

I samarbeid med Den norske Dokumentarfilmfestivalen presenterte mediedagene et filmprogram med det beste fra årets festival. Visningene ble holdt på Cinemateket USF fredag 12. mai, og inneholdt et variert program med vinnere i kategorien beste dokumentarfilm, beste student-dokumentar, publikumsprisen, kortfilmer mv.

Q

Grafil, Kommunikasjonsforeningen, SRF, Markedsanalyseforeningen og Kreativt Forum samles hvert kvartal til møter i skjæringspunktet mellom høyt faglig innhold og løs snipp. Ett av årets kvartalsmøter ble avholdt fredag 12. mai, i regi av Nordiske Mediedager.

BRÅK-seminar

BRÅK (Bergens Rockaktører, interesserorganisasjon for det rytmiske musikkmiljøet i bergensregionen) og Nordiske Mediedager inngikk i år et samarbeid om et seminar med fokus på norsk musikk på radio og visning av musikkvideo på norske TV-kanaler. Seminaret var rettet mot musikere som ønsker å få musikken sin spilt på TV og/eller på NRK radio og som ønsker å lære mer om hvordan den delen av bransjen jobber.



"Kabal i hjerter", kåret til beste dokumentarfilm ved Den norske Dokumentarfilmfestivalen.

Bergens Tidligere

12. MAI 2006

Nr. 3 | ÅR 2006 BERGEN - VI SEES DER DET SKJER

FREDAG

INVITASJON

MØT SANDRA
KIM 20 ÅR ETTER

PARODI
GRANDPRIX

FRANK AAREBROT
VS. ERLING GJELSVIK

Q³uo vadis? Bergen - 20 år etter Melodi Grand Prix

FOTO: Jan Lunde

PÅMELDING

Møt kollegaer og andre fra våre Q-bransjer i sosiale og avslappede omgivelser – rett etter jobb fredag 12. mai. Q-sted: Radisson SAS Hotel Norge, Bankettsalen åpner fra kl. 17.30. Programmet starter kl. 18.00. Påmelding til SRF på: www.srf.no Velkommen!

kommunikasjonsforeningen

Nordiske Mediedager

Grafil

Norsk Markedsanalyse Forening

HVEM HAR SOLGT BERGEN BEST DE SISTE 20 ÅRENE?

Vi har funnet frem til 10 verdige kandidater som hver og en har satt Bergen på verdenskartet. Nå er det opp til dere å kåre den som har klart det best...

Det blir debatt og avstemming, så husk å ta med deg mobiltelefonen. Avstemningen blir holdt i ekte Melodi Grand Prix ånd.

HVA ER BERGENS EGEN-IDENTITET?

Hva er det med bergenserne egentlig, er det bekalokk, fisketorg og bølgjer i hytt og pine som driver oss eller er vi så brekkjefet at vi kan selge hva som helst til hvem som helst?

"J' AIME LA VIE"?

Hun ble tidens yngste vinner og smeltet Europas hjerter. Møt Sandra Kim igjen 20 år etter. Hun stiller i Bergen på ny og framfører favoritten fra 1986.

PARODI GRAND PRIX

Melodi Grand Prix er elsket og hatet. Men av arrangørene bak Parodi Grand Prix, showets mest helhjertede fans, får dere underholdning i beste stil med glitter og glamour.

AAREBROT VS. GJELSVIK

Hva er Bergensernes identitet? Hva er det vi kan være stolte av? Vi har utfordret Frank Aarebrot og Erling Gjelsvik på hvert sitt område; hva er det bergenserne har gjort som har gått bra og hva er det som ikke gikk slik vi helt så det for oss. De to eminente herrer disputerer hver for seg omkring bergenserne og deres evne til å skape et bilde av byen.

Sted for Q3 er HOTEL NORGE

Tid er fredag 12. mai 2006 kl. 17.30

MELD DEG PÅ!
<http://www.srf.no>

www.kremdesign.no

Våren 2006 gjorde de karismatiske karene i Tufta IL stor suksess med sine unike fotballdriblinger i realityserien "Heia Tufta" på TVNorge. Lørdag 13. mai møtte laget et nytt og ukjent

talenter, og lagene braket sammen på Torgalmenningen, foran rundt 1200 publikummere.



ARRANGEMENTER FOR PUBLIKUM

Noen av bransjens mest kritiske fotballeksperter fikk prøve ut sine teorier i praksis, og resultatet ble halsbrekkende unnamanøvre, utrolige

bomskudd og imponerende treff. Når sluttsignalet lød drog medielaget det lengste strået, og vant kampen 4-3. Tilbakemeldingene fra både publikum

og spillerne tyder på at arrangementet var vellykket.



Åpen Dag

Nordiske Mediedager ønsket å gi en opplevelse til hele familien og arrangerte for første gang Åpen Dag.

Åpen Dag forsøkte å gi et innblikk i hva som foregår bak kulissene og vise siste nytt fra medieselskap og teknologiske produsenter. På Åpen Dag var intensjonen at alle skulle få muligheten til spennende, nye

innblikk. Her kunne man få vite hvordan man enkelt kan redigere egne videoopptak, mer om digitalfjernsyn og hjemmedistribusjon. Man kunne prøve hjemmeredigeringsverktøy, og se hvordan digital-tv kan fungere hjemme i stuen. Blant annet var NRK svært sentrale med presentasjon av fremtidens stue og fremtidens bil, samt at programleder i Newton, Per

Olav Alvestad, holdt et lærerikt og underholdende sceneshow.

Mediedagene vil fortsette å arbeide aktivt for å realisere arrangementer for publikum som både kan underholde og opplyse om medienes virksomhet. I bunn ligger selvsagt at adgang til arrangementene skal være uten kostnad for publikum.



NERDER, NEWTON OG GLAMOUR

Nordiske Mediedager avslutter med NRKs Newton, Tufte IL og Gullruten!

Mediedagene inviterer til en heidundrene avslutning med Tufte IL og mediebransjen i årets fotballkamp, Åpen Dag med NRK Newton og Gullruten-show i Grieghallen!

Dette skjer i dag:

GRIEGHALLEN
Åpen dag: Teknologi og opplevelser for hele familien
kl. 11.00 – 15.30, Foajeen
Få med deg bl.a. sceneshow med Per Olav Alvestad og NRK Newton! Møt Tufte IL til signering etter tidenes mediekamp på Torgallmenningen! Lag din egen podcast sammen med Apple og NRK! Se tippeligaen fra mobiltelefon og opplev medieteknologi i fremtidens stue!

TORGALLMENNINGEN
Tufte IL vs Mediebransjen
kl. 13.00
Nerdlaget Tufte IL har gjort stor suksess med sine unike fotballdriblinger. Under kyndig ledelse av Erik Thorstvedt møtte de Vålerenga. Nå skal de møte et enda tøffere lag! Mediebransjen i Bergen, bestående av BA, BT, NRK, TV 2 Gruppen, stiller med nypussede (om ikke velbrukte) fotbollsko.

Utstilling
Sundt, Torgallmenningen
10 skoler – 10 reklamebyråer – 10 ytringer
Hvis vi ikke fikk lov til å snakke fritt – hva var det da vi gjerne ville ha sagt?
Et unikt samarbeidsprosjekt mellom bergensskoler og bergenske reklamebyråer. 10 bannere med tema ytringsfrihet henger på Sundt-bygget hele uken.

GRIEGHALLEN
Gullruten, generalprøve
kl. 15.30
Vil du prøve deg som stand-in eller publikum i generalprøven på Gullruten? Skal du sikre deg en plass er det best å møte opp til Åpen dag, i spissen av Grieghallen senest kl.15.30.
(Begrenset antall plasser)

GRIEGHALLEN
Gullruten, direktesending
kl. 18.30 (senest på plass i salen 19.45)
Bli med å se Gullruten, kåringen av det beste i tv-produksjon, i et stjernespektakel direktesendt show. Billett kjøpes på Grieghallens billettkontor: 55 21 61 50. Se de nominerte på www.gullruten.no.



Offisielle partnere til Nordiske Mediedager:
Bergens Tidende
Disse står bak Åpen Dag:
Allkopi, Apple, Bolia.com, Bonaqua, Canal Digital, Grieghallen, HiFi-klubben, KJC, Kollektiv, Nokia, NRK, Telenor

Disse står bak mediekampen:
BA **GALLERIE** **NRK**
Sports Galleriet **N** **2**

GULLRUTEN

Nordiske Mediedager
Bergen 10. - 13. mai 2006
www.mediedager.no

Gullruten

”De har kjempet for ideene. De har kjempet om sendetiden og publikum. Nå er tiden endelig kommet for å kjempe om heder og ære i årets store mediebegivenhet, Gullruten.”

Fra omtale, www.mediedager.no

Gullruten er opprettet for å stimulere kvaliteten av norske tv-produksjoner, og har som formål å være et forum for

fjernsynsproduksjon og stimulere til høy innholdsmessig, kunstnerisk og teknisk kvalitet.

Et sentralt element i arbeidet for å nå disse målene er prisutdelingen Gullruten, som hvert år arrangeres i Bergen. Gullruten samler det beste i norsk tv-produksjon fra det foregående år og hedrer vinnerne. Her kåres

en vinner blant nominerte i 13 ulike kategorier, samt egen hederspris, fagpris, publikumspris og pris til Årets Nyskapning.

Årets direkte sendte prisutdeling markerte, tradisjonen tro, avslutningen på Nordiske Mediedager, i år lørdag 13. mai.



Prisutdelingen Gullruten produseres av Monster Entertainment for TV 2.

Vinnere av Gullruten 2006:

Beste underholdningsprogram: Heia Tufte

Beste reality: 71 Grader Nord

Beste dokusåpe: Rabalder

Beste tv-drama: Sejer – Svarte sekunder

Beste humorprogram: Nytt på Nytt

Beste barne- eller ungdomsprogram: Barnas supershow

Beste magasin- eller livsstilsprogram: Ansikt til Ansikt – Odd Børretzen

Beste fakta- eller aktualitetsprogram: Konger for Norge

Beste tv-dokumentar: Med flagget på brystet

Beste kvinnelige skuespiller: Anne Marit Jacobsen (Sejer – Svarte sekunder)

Beste mannlige skuespiller: Atle Antonsen (Tre brødre som ikke er brødre)

Beste kvinnelige programleder: Anne Lindmo (Store Studio)

Beste mannlige programleder: Harald Rønneberg (Senkveld med Thomas og Harald)

Hedersprisen: Ragnhild Sælthun Fjørtoft

Årets Nyskapning: Heia Tufte

Fagprisen: Kalle Fürst



Bergens Tidende og Nordiske Mediedager presenterer:

OPPLEV SOUTH PARK, NEWTON, GULLRUTEN, ÅPEN DAG, TUFTE IL ...

Alle kan få med seg noe på åpne mediedager 10. – 13. mai!

Nordiske Mediedager er årets viktigste konferanse og festival for mediebransjen. Men vi ønsker også å gi store opplevelser til alle bergensere! Her er noe av det vi byr på:

Onsdag 10. mai

GRIECHALLEN
OFFISIELL ÅPNING
KL 18.00, Peer Gynt Salen (møt opp senest 17.30, Inngang Strømgaten)
Byrådsleder Monica Mathland og kulturminister Trond Giske åpner Nordiske Mediedager. Du kan også oppleve Åre Kake og plateaktuelle Karin Park – alt under ledelse av programleder Brita Maystad Engseth.
Åpningsforedrag av den anerkjente journalisten og fotballkommentatoren Simon Kuiper.

UTENFOR GRIECHALLEN
Omvisning på fremtidens tv-buss
Den er 16,5 meter lang og 2,5 meter bred. Bli med på omvisning i et høyteknologisk, sammenleggbart HD-TV-monster på hjul – prøv kamera, har lydtest
Omvisningstider: Onsdag 10. mai kl. 13.00, 14.00, 15.00, 16.00, 17.00. Torsdag 11. mai kl. 09.00, 10.00, 11.00, 13.00, 14.00, 15.00, 16.00. For omvisning: Møt opp utenfor bussen 10 minutter før.

SUNDØ, TORCALLMENNINGEN
Utstilling: 10 skoler – 10 reklamebyrder – 10 yringer
Fra onsdag 10. mai kl. 09.00
Hvis vi ikke fikk lov til å snakke fritt – hva var det da vi gjorde eller hva sagde? Et unikt samarbeidsprosjekt mellom skoleklasser og reklamebyrder: 10 barnene henger på Sundt-trykket hele uken.

Torsdag 11. mai

LOGEN
Store Studio: Mediespesial
KL 20.00 (på plass i Logen Teater senest 19.45, billetter ved inngang)
Anne Lindmo og Per Sundnes i et forrykende talkshow. Møt blant annet Matt Stone og Trey Parker, teamet bak kult-serien "South Park".
På Logen Teater, Øvre Die Rullings 6.

Freidag 12. mai

GRIECHALLEN
Da TV-lillebror ble stor – møt TVNorge!
KL 18.30, Peer Gynt Salen (møt opp senest 16.00, Inngang Strømgaten)
TV Norge presenterer seg selv! Møt suksesser som Tufte IL, Sparrenskolen og Danseløber!

CINEMATHEKET LUSP
(Georgenes Verk 12)
Kabal i hjertet
KL 19.00
Regi: Bivind Sandberg, Norge 2006.
Vekslene til spesialvisning av dokumentarfilmen «Kabal i hjertet», dobbel prisvinner under årets dokumentarifestival i Volda!
Møt regissør Bivind Sandberg.

Lørdag 13. mai

GRIECHALLEN
ÅPEN DAG – TEKNOLOGI OG OPPLEVELSER FOR HELE FAMILIEN!
KL 11.00 – 15.30, Foaelsen
F3 med deg på en sceneshow med Per Olav Alvestad og NRK Newton! Møt Tufte IL til åpning etter tidens mediekamp på Torgallmenningen! Lag din egen podcast sammen med Apple og NRK!
Se tilgjengeligheten fra mobiltelefon og opplev medieteknologi i fremtidens stue!

TORGALLMENNINGEN

TUFTE IL VS MEDIEBRANSJEN

KL 13.00
Nordslaget Tufte IL har gjort stor suksess med sine unike fotballdrillinger. Under kyndig ledelse av Erik Thorshveit møtte de Vålerenga. Nå skal de møte et enda tøffere lag! Mediebransjen i Bergen, bestående av BA, BT, NRK, TV 2 Gruppen, stiller med nyutvalgte (om ikke velbrukte) fotballkl.

GRIECHALLEN
Gullruten, generalprøve
KL 15.30
Vil du prøve deg som stand-in eller publikum i generalprøven på Gullruten? Skal du sikre deg en plass er det best å møte opp til Åpen dag, i spisen av Griechallen senest kl.15.50. (Begrenset antall plasser).

GRIECHALLEN
Gullruten, direktesending
KL 18.30 (senest på plass i salen 19.45)
Bli med i se Gullruten, kåringen av det beste i tv-produksjonen, i et stjernespektakel direktesendt show. Billett kjøpes på Griechallens billettkontor: 55 21 6150. Se de nominerte på www.gullruten.no.

... OG MYE MER

Offisielle partnere til Nordiske Mediedager:

Bergens Tidende

Hovedpartner: Telenor Øvrige mediepartnere: NRK, TV 2 Gruppen – Bergen Media By, Stiftelsen Gullruten, UIB
Nordisk partner: Twentyfourseven Leverandører: Allkopi, Artic Reklamebyrå, AVAB-CAC



Nordiske Mediedager
Bergen 10. - 13. mai 2006

Nettsider

Høsten 2006 ble det besluttet å lage en ny design på mediedagenes nettsider. Internett blir en stadig vanligere vei å gå når en søker informasjon, og for et arrangement som Nordiske Mediedager er det viktig å presentere seg selv på best mulig måte. De eksisterende nettsidene var ikke gode nok i forhold til mediedagenes behov – og leserens krav; det var nødvendig å presentere informasjonen på en mer spennende måte, sidene måtte bli lettere å navigere og gi en god oversikt over mangfoldet som mediedagene presenterer.

Resultatet ble en total omlegging, en omlegging som har fått svært gode tilbakemeldinger, både med hensyn til utseende, informasjon og tilgjengelighet.

”Jeg fant alt jeg trengte på nettsidene”

Deltaker

Nettsidene fungerte som informasjonskanal eksternt, og ble kontinuerlig oppdatert etter hvert som nye biter av programmet falt på plass. Med ny design og struktur fungerte sidene som en god informasjonskanal. Nyhetssaker ble jevnlig forfattet av administrasjonen og publisert på nettsidene, og sakene ble slått opp både i nettaviser og papirutgaver kort tid etter publisering. Det ble publisert 40 nyhetssaker på nettsidene.



Program

Også hovedprogrammet, som blir utdelt til deltakerne når de ankommer konferansen, fikk i år en helt ny profil og design. Fra å være et program i A4-format på 23 sider i 2005, var årets program i A5-format, med 91 sider totalt.

Årets arrangement var større enn noen gang tidligere, og dette ble

reflektert i det fysiske programmet. I tillegg ble flere elementer inkludert, som informasjon om utstillingen, Åpen Dag, morgentrim, de sosiale arrangementene mv.

”Veldig bra program, oversiktlig og informativt, tilgjengelig i flere formater osv.”

Deltaker

Tilbakemeldingene på den nye profilen har utelukkende vært positive, og mediedagene vil beholde denne for kommende år. Dette gjelder også for lommeprogrammet, som var nytt av året, og som ble svært godt mottatt.

FREDAG 12. MAI

Peer Gynt Salen kl. 10.15 - 11.00

**Humor i særklasse: Fra liten lørdag til teambuilding og forbrødring**
Da brodde kanskje de var spontant morsomme? Av vitene kommer av seg selv? Så faller det klart for ny innsett! Harald Eia og Bård Tufte Johansen er blitt legendariske fjernsynskomikere i Norge, og nå deler de arbeidsmetodene sine med oss. Det ligger mange timer med nitid forarbeid, planlegging og manuskriving bak hver eneste sketsj, og nærmest vitenskapelig analyse bak vurderingene av hva som fungerer eller ikke! Harald og Bård gir oss innblikk i sine arbeidsmetoder.
Harald Eia og Bård Tufte Johansen (NRK)

Klokkeklang kl. 10.15 - 11.00

Verdens mest moderne mediehuse
Den nye DR Byen: I løpet av 2006 flytter Danmark Radio inn i et ultramoderne multimediehuse på Amager utenfor København. Ansatte i Danmark Radio vil komme til et hus hvor alle mulige hensyn er tatt for å skape et kreativt og dynamisk arbeidssted. Vi får et innblikk i teknologiske og redaksjonelle nyvinninger dette huset inneholder.
Jan Brünings (DR)

28



Troløstog kl. 09.15 - 10.00 [E]

**På sporet av fremtiden**
Vår futurist har forfalt politikkene og diskuterer hva fremtiden bringer, uten bruk av teblad, astrologi og Psychic Friends Hotline. Fremtiden kan inspirere nåtiden. Hvorfor drukner vi i informasjon, mens vi sulter etter kunnskap - samtidig som vi altfor ofte overser klokhet? Vil du ha et innblikk i dine valgmuligheter, fremtidsvisjoner og sannsynligheter - la en av verdens få profesjonelle futurister være din guide til fremtiden. David Zach gir en realistisk, tankevekkende og underholdende tur!
David Zach



27

FOREDRAGSHOLDERE

**Vincent Brossel**
(Head of Asia Desk, Reporters Without Borders)
Vincent Brossel har ledet Reporters Without Borders Asia-Pacific kontor siden 2000. Her har han blant annet drevet undersøkende virksomhet i land som Afghanistan, Nepal, Sri Lanka, Thailand, Filippinene, Bangladesh og Sør-Korea. I 2004 utarbeidet han en rapport om Nord-Korea kalt "Journalism in the service of a totalitarian dictatorship". Før han startet i Reporters Without Borders arbeidet han med utvikling av offentlige medier i Peru.

**Keri Lewis Brown**
(Daglig leder, K7Media)
Keri Lewis Brown har solid erfaring fra tv-bransjen; hun startet sin karriere med tv-produksjon av talkshow, aktualitets- og underholdningsprogrammer. Senere har hun jobbet med salg av internasjonale tv-formater hos Open Media, og hun har åtte års erfaring som leder for den internasjonale avdelingen i Action Time.

**Kerstin Brunnberg**
(Programdirektør, Sveriges Radio)
Kerstin Brunnberg er programdirektør i Sveriges Radio, nå påtroppende Senior Adviser samme sted. Hun har en lang karriere i mediebansjen, og har blant annet vært nyhetssjef, informasjonsdirektør og politisk reporter i SR. Hun har også arbeidet i SVT og Svenska Dagbladet. Brunnberg er utdannet journalist.

58



**Svein Brurås**
(Førsteamanuensis, Høgskolen i Volda)
Svein Brurås er førsteamanuensis ved journalistutdanningen, Høgskolen i Volda. Han har skrevet lærebøker og rapporter innenfor journalistikk og mediefag, med særlig vekt på presseetikk, og er en av medforfatterne av boka "Morderjakt og mediemakt" som blir utgitt på Cappelen forlag i disse dager.

**Jan Brünings**
(Teknologisjef, Danmarks Radio)
Jan Brünings er teknologisjef i DRs programdivisjon, der han har blant annet prosjektledelse av den digitale utviklingen, samt prosjektledelse av båndløst workflow. Dessuten har han utarbeidet kravspesifikasjon på store deler av teknologien i den nye DR Byen. Brünings var også teknisk prosjektleder i oppbyggingen av DRs kanal 2 og teknisk sjef i DR Nyheder. Fra 1988 arbeidet han som fotograf, produsent og teknisk koordinator i TV 2 Danmark, fra 1992 til 1995 i den tekniske ledelsen av samme kanal. Han har arbeidet i mediebansjen siden 1976.

**Trygve Allister Diesen**
(Regissør, Norsk Filmproduksjon)
Trygve Allister Diesen har som regissør arbeidet med både film og tv. Han har blant annet gjort Oscar-kandidaten "Tyven, tyven" og tv-serien "Drammedagerne", nominert til årets Gullruten som beste tv-drama. Diesen er også stipendiat i regi på filmskolen, der han forsker på regifilosofien.

59

Deltaker

Utbudet av annonser var tilnærmet like stor som tidligere. Dette innebærer blant annet markedsrettede annonser i Kampanje og Journalisten. Publikumsarrangementene ble markedsført med egen kampanje i Bergens Tidende.

Nordiske Mediedager var oppført i en rekke aktivitetskalendere.





PRESSE INGEN ADGANG!

Skal politiets beviser og arbeidsmetoder kunne granskes av pressen?

Svenske justistopper sammenligner Norge med lukkede, østeuropeiske land i praktiseringen av offentlighet i forbindelse med rettssaker. I Sverige er praksisen en ganske annen - bevismaterialet blir gjort tilgjengelig for pressen så snart det foreligger tiltale. Under årets viktigste mediekonferanse møter du norske journalister med erfaring fra begge sider av grensen, og norske og svenske jurister som løfter en advarende pekefinger mot journalistenes krav. Setter svenskene rettssikkerheten i fare, eller er det norske politimyndigheter som finner offentlig innsyn ubehagelig? Er virkelig demokratisk åpenhet og rettssikkerhet en motsetning?

Journalistikk og rettspraksis er ett av mange temaer under konferansen

Nordiske Mediedager i Bergen 10.-12. mai.

Start planleggingen og sett av dagene nå!



KONFERANSEN
Nordiske Mediedager
Bergen 10.-12. mai 2006

HOLD DEG OPPDATERT PÅ WWW.MEDIEDAGER.NO

Til sammen var 59 akkrediterte journalister påmeldt fra 27 ulike medier.

Presserom på nettsider

Presserommet på nettsidene ble åpnet noen uker før festivalen. Her ble pressebilder og dokumenter lagt ut til bruk for pressen. Under konferansen ble det daglig lagt ut høyoppløselige bilder. Det ble også skrevet en dagsrapport der høydepunkter fra konferansen ble oppsummert, og det ble lagt ut høyoppløselig logo med oppfordring

om å bruke denne til artikler som ble skrevet fra konferansen.

Pressekonferanser

Det ble holdt tre pressekonferanser i forbindelse med Nordiske Mediedager. Første festivaldag ble det holdt pressekonferanse med Matt Stone og Trey Parker fra "South Park". Denne var godt besøkt, og ga god pressedekning.

Videre ble det holdt pressekonferanse i forbindelse med en meningsmåling



med utgangspunkt i om NRK burde vise Erling Borgens mye omtalte dokumentar, samt en pressekonferanse i regi av Emmy2007.



Omtale

Nordiske Mediedager fikk bredere medieomtale enn noen gang tidligere. Alle de store nasjonale mediene var til stede, samt en stor andel regionale og lokale medier. Mediedagene var aktuelle

både på NRK, TV 2 og TVNorge, på radiokanaler som NRK P1, P2 og P4, i aviser og medietidskrifter som VG, Aftenposten, Dagbladet, Bergens Tidende og Dagens Næringsliv. I tillegg

fikk man oppslag på en rekke nettsider. Nordiske Mediedager fikk også dekning i flere programmer på NRK P2 og P1, BTV, NRK Vestlandsrevyen, TV 2, NRK Hordaland, P4.

SAMARBEIDSPARTNERE

Nordiske Mediedager hadde også i år mange gode samarbeidspartnere som bidro til en vellykket konferanse. Nordiske Mediedager

vokser i størrelse for hvert år, og er avhengig av økonomisk støtte for å beholde kvaliteten og videreutvikle arrangementet. Støtten

er av avgjørende betydning for at mediedagene kan gjennomføres.

Hovedpartner:



Nordisk Partner:



Mediepartnere:



Offisielle leverandører:



Offisielle støttespillere:

Bergen kommune, Kultur- og kirkedepartementet, Nordisk Ministerråd, Regionalt utviklingsprogram for Hordaland

Støttespillere:

A-pressen, Institusjonen Fritt Ord, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB, Norsk Journalistlag, Visjon Vest

Øvrige partnere:

Artic Reklamebyrå, AVAB-CAC, Avis i skolen, Bergen kino, Bergen Media By, Bergens Presseforening, Bolia.com, Emmy2007, Galleriet, Kongress & Kultur, Norske film- og tv-produsenters forening, Norsk Respons, Stiftelsen Gullruten, Sundt, TCi Computer, Toro

PROGRAMKOMITÉ

Vebjørn Hagen, leder, TV 2
Ronnie Baraldsnes, TV 2
Øyvind Fallet, NRK
Katherine Goodnow, UiB
Anne Marie Kvassheim, NRK
Line Kjærran Norling, NRK
Nils Arne Sæbø, UiB
Espen Sæther, NRK
Irmelin Nordahl, Nordiske Mediedager
Torill Svege, Bergen Media By

REPRESENTANTSKAP

Nils Ketil Andresen, TV 2
Annika Bjørnstad, NRK
Kjell Jarle Høyheim, NRK
Rune Indrøy, TV 2
Hilde Onarheim, Bergen kommune
Terje Ohnstad, Bergen kommune
Oddmund Sjøilen, UiB
Torny Aarbakke, UiB

KONSTITUERT

STYRINGSGRUPPE

Ruth Grung, Bergen Media By
Johan A. Haarberg, Kunsthøgskolen
i Bergen

Vebjørn Hagen, Nordiske TV Dager
Kjell Jarle Høyheim, NRK
Einar Hålien, Bergens Tidende
Rune Indrøy, TV 2
Dag Idar Tryggestad, Bergens
Presseforening
I tillegg har følgende deltatt:
Irmelin Nordahl, Nordiske Mediedager
Torill Svege, Bergen Media By

ADMINISTRASJON

Irmelin Nordahl, leder
Anngun Dybsland, gjeste- og
prosjektkoordinator
Jørgen Flint, informasjonsansvarlig
Gry E. Skjæveland, sekretariat
Adrian Mitchell, prosjektleder
Åpen Dag
Martin Kristiansen, fotograf
Kongress & Kultur, kongressansvarlig
Kirsti Rosseland, sosiale arrangement
Bård Opsanger, transportansvarlig
Arnett, webansvarlig
Rune Vindenes, Gaia Studio,
videofotograf
Egil Sundal, Sundal MEDIA,
videofotograf

ANSVARLIG FOR TEKNIKK

Øyvind Fallet, leder, NRK
Rolf Beev, UiB
Mikael Ladegård, UiB
AVAB-CAC
TCi Computer

SOSIALKOMITEEN

Mette Anthun, TV 2
Anne Marie Brusdal, TV 2
Hanne Farestvedt, BA
Atle Nielsen, Frilanser
Kirsti Rosseland, USF
Rolf Sejersted, Frilans

Gjennom årene har arrangementet løftet seg ved å arbeide for felles profil og overordnet strategi. Et av resultatene var at man i 2005 kom frem til ett samlende navn – Nordiske Mediedager. Det har også pågått en strukturendring, begrunnet i ønsket om en tydeligere organisasjonsmodell som legger til rette for langsiktig planlegging og utvikling. Det arbeides nå med å etablere en ny organisasjonsmodell, i form av stiftelse.



Eva Bratholm (Posten), Frank Aarebrot (UiB),
Frøde Vik Jensen (Kommunikasjonsforeningen).



Axel Hellstenius og Petter Næss.



Eivind Landsverk (TVNorge).

Økonomi

Nordiske Mediedager er en ikke-kommersiell stiftelse. Visjonen er å realisere arrangementer av høy faglig kvalitet for mediebransjen og relaterte bransjer. Videre skal mediedagene fokusere på medierelatert innhold rettet mot elever/studenter, samt publikumsaktiviteter generelt.

Deltakeravgiften er lav sammenlignet med andre konferanser. Dette er en viktig prioritering for Nordiske Mediedager. Mediedagene tilbyr også spesialpriser til forskere, og

inngår egne lokale avtaler med større mediebedrifter. Målsetningen er å holde deltakeravgiften på et nivå som gjør at flest mulig kan delta. Det bør også nevnes at foredragsholdere, debatt deltakere og debattledere deltar uten å motta honorar.

I forhold til utenlandske konferanser drives Nordiske Mediedager svært nøkternt, men det er likevel nødvendig med solid støtte dersom det høye faglige nivået skal opprettholdes. Takket være offentlig støtte og nøktern

ressursbruk har Nordiske Mediedager i dag en sunn økonomi. Etter hvert som mediedagene har vokst i størrelse har også budsjettene økt, om enn ikke i samme grad. Den offentlige støtten er helt nødvendig også for kommende års arrangement. I tillegg må sponsorandelen øke, slik at man kan arbeide videre for å nå målet om virkelig å bli en nordisk konferanse, for å beholde de gode kvalitetene ved eksisterende form og videreutvikle arrangementet ytterligere.

Fremtidige satsninger

”Disse maidagene i Bergen har blitt et sentralt møtested for den norske mediebransjen, en begivenhet som vi ser frem til og som også er en viktig møteplass og diskusjonsplass for de store og sterke utviklingstrekkene som vi ser i media”

Kirke- og kulturminister Trond Giske

Nordiske Mediedager 2006 er vel overstått, og arbeidet med neste års arrangement er allerede i gang.

Når Nordiske Mediedager for fremtiden blir organisert som en egen stiftelse med ett eget styre og representantskap, vil beslutningsprosessene bli enklere og dermed åpne for større effektivitet i planlegging og gjennomføring. Den nye stiftelsen vil selvsagt ta vare på all den erfaring og kompetanse som er bygget opp i løpet av årene. De økonomiske forholdene vil forbli relativt uforandret,

og arrangementet vil selvsagt arbeide for å ivareta det idealistiske elementet og dugnadsånden som mediedagene er avhengig av.

Årets positive tilbakemeldinger, rekordhøye deltakerantall og solide omtale i media er blant elementene som tyder på at Nordiske Mediedager er på rett vei. Med flere ulike arrangement også utover selve hovedkonferansen bemerker mediedagene seg også blant publikum og medienes brukere, i tillegg til internt i bransjen.

Men: Det er fortsatt mange forbedringsområder og mange mål mediedagene fortsatt ikke har oppnådd. Andelen nordiske deltakere er fortsatt for svak i forhold til mediedagenes visjoner. Konferansen er norsk, men har et tydelig nordisk/internasjonalt innhold som er relevant for hele den

nordiske mediebransjen. Mediedagene har etter hvert flere gode ambassadører i ulike nordiske mediebedrifter, men det synes nødvendig å øke det nordiske informasjonsarbeidet.

Videre er det et stort ønske å utvikle tilbudet til publikum og elever/studenter. Å satse på tilbud her vil kunne bety kompetanseheving for mediebrukere.

Nordiske Mediedager skal arbeide aktivt for å realisere visjonen om å være en årlig, attraktiv møteplass for hele mediebransjen, med høy faglig kvalitet – et arrangement med nordisk og internasjonalt perspektiv. Nordiske Mediedager skal være en arena hvor brukerne aktivt inviteres til å møte mediene, og skal bidra til at media sikrer ytringsfrihet, skaper mangfold, delaktighet, identitet.

For Nordiske Mediedager


Irmelin Nordahl
Festivalsjef


Vebjørn Hagen
Leder, programkomiteen 2006





1000

Bygger Nordens største medieby

Kenneth Plummer (45) er Danmarks svar på John C. Berman. I år har han ansvaret for at 2000 ansatte i Danmarks Radio flytter ind i en specialkonstrueret stedsby i København.

Nordiske Mediedager

Kenneth Plummer, 45, er Danmarks svar på John C. Berman. I år har han ansvaret for at 2000 ansatte i Danmarks Radio flytter ind i en specialkonstrueret stedsby i København.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Den nye stedsby er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.

Det er et stort byggeri, som 20. april vil blive officielt indviet. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år. Det er en by i sig selv, som er bygget ind i et gammelt hus, som har været i 100 år.



Ap, Venstre og Sp vinder fram blant journalister.



VINNER VENNER: Jens Stoltenberg kan notere en stor framgang for Arbeiderpartiet blant journalistene. De fleste er nemlig over 40 år gamle, og SV er det største parti.



Mediefolk forlater SV

En måling gjort foran Mediedagene i Bergen viser at Ap går mest fram, mens SV taper terreng hos journalister og medieansatte.

Text: Ottar Jakobsen
Foto: Dagbladet

Response på oppdrag fra Nordiske Mediedager og forteller blant annet om en måling gjort foran Mediedagene i Bergen. Den viser at Ap går mest fram, mens SV taper terreng hos journalister og medieansatte.

Ap står sterkt
Resultatet er det klart at Ap står sterkt blant norske journalister og medieansatte. Ap har en stor framgang, mens SV har en stor taper.

Tabber avgjør
Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere.

svakere enn for to år siden. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere.

Tabber avgjør
Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere.

Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere.

blant journalister fram til nå. Vilgeferde Frank Aarebrot kommer som kandidat for Ap.

Tabber avgjør
Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere.

Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere. Det er langt mindre enn tidligere.



IKKE OVERRASKET: Vilgeferde Frank Aarebrot.

Monsen «live» fra villmarka

«Jeg skal ikke filme bare for å lage TV, det må skje noe»

Lars Monsen

I ett år skal eventyreren Lars Monsen oppholde seg i villmarka på Nordkalotten, og denne gang kan NRK-seerne følge ham på direkten underveis.

AVET HENRIKSEN

Beige

Han har krysset Canada på tross på 940 dager, Alaska på ti måneder, og han gikk Norge på knørr på ett år. Nå er eventyreren klar for nye utfordringer, også denne gangen fort fulgt av NRK. I september setter Monsen og samarbeideren Nina Skarstad kursen for Nordkalotten. Der skal Monsen legge ut på en 365 dagers lang løptur, mens samarbeideren Nina skal holde stand i basecamp i Jukkasjärvi sammen med hundene.

Jeg gleder meg som en unge. Jeg skal ha base i Jukkasjärvi, men skal løpe rundt og leve ut friluftslivet, alt fra en vilt til en måke av gangen. Bæren er ikke helt lagt inn, men jeg har lyst til å oppleve fjellmarkedet i området rundt Jukkasjärvi, på den store, opplevde markeringen inne i de rike fjellene ved Kuopio, eller oppsøke helt ukjente steder, sier Monsen.

På direkten. Med seg har han nærmest som vanlig – et videokamera som skal resultere i en

LARS MONSEN (47)

Prinsessjournalist og eventyrer

Har skrevet en rekke bøker og dokumentar av artikler for villmarka.

Har solgt over 100 000 bøker, har over 30 bokhandler og bokhytter.

Kjært tilhørende med det på mange måter norske friluftslivets etterfølger kapital.

Har tilbrakt 13 år i Alaska, skandinaviske friluftslivets skole.

EKSPEDISJONER

Pennsylvanias, Finlandsvidda, Svartisen (2004)

Canada på tross (1999, 2000 og 2002)

Katmai National Park, Alaska, med hund (1997 og 1998)

Alaskan Island, Alaska, på knørr (1998)

Kodak Island, Alaska, på knørr (1997)

Alaska på knørr (1997, 1998 og 1999)

Bergfjell nasjonalpark på 90 dager (1994)

Pikard, Sverige og Danmark 18 dager (1993)

Norge på knørr 167 dager (1. juli 99–1. juli 00)

ny serie på NRK i 2007. Men denne gang blir det mer. For nå skal både NRK-seere og lyttere kunne følge Monsen underveis, og det på direkten.

Vi skal utnytte alle de plattformene vi har tilgjengelig, radio, Internett, mobil og TV. På basecamp vil Nina Skarstad overvære videoet som Lars lager, dette vil så spre rundt på de ulike mediene, sier prinsessjournalist Ragna Jensen i NRK.



Lars Monsen har vist seg til friluftslivets glede. Nå skal han oppholde seg ett år på Nordkalotten.

2006. 1300. 000000

den, Internett, mobil og TV. På basecamp vil Nina Skarstad overvære videoet som Lars lager, dette vil så spre rundt på de ulike mediene, sier prinsessjournalist Ragna Jensen i NRK.

Eller annet skal Lars Monsen nå også lage radioprogram underveis, både til Monsen, prinsessjournalist og andre programmer. I tillegg vil det bli produsert kortlepende innslag både for TV og for mobil og Internett.

Valdere vil vi sette opp et nettsted som blir Lars' eget univers.

Her vil man blant annet hele tiden kunne følge med på hvor han er, via GPS. Her vil han også ha sin egen blogg hvor brukerne kan kommunisere med han, sier Jensen.

NRK tar regningen. Monsen selv er opptatt med på at mange nå vil kunne se og høre friluftslivet under sin storm.

Jeg skal ikke filme bare for å lage TV, det må skje noe. Det er friluftsliv jeg er, og jeg vil ikke miste opplevelsen av det

enkle friluftslivet, sier han.

Den største forskjellen er at denne gang slipper Monsen å ordne sponsorer for å få finansiert turen. Alt er betalt av NRK. Samtidig er det første gang han legger ut på en månedlig langtur sammen med samarbeideren. Hun er selv profesjonell hundekjører, og har vært ute en vinter i Alaska. Men først blir det «sommerferien».

Vi forventer med en tur til Alaska i sommer, for vi setter av glede til høsten, sier Monsen.



Trey Parker og Matt Stone har ertet på seg det meste som finnes av grupperinger gjennom satireserien «South Park», men de angrer ikke.

FOTO: ARVE HENRIKSEN

- Hold barna unna «South Park»

■ Men satirikerne bak serien angrer ikke på noen ting

Skaperne av «South Park» ville aldri ha latt sine egne barn se den utskjelte satireserien, selv om de mener den også har sine positive sider.

ARVE HENRIKSEN (tekst & foto)
bergen

Matt Stone og Trey Parker har de siste ti årene tjent seg søkkrike på de fire animasjonsfigurerne Eric Cartman, Kyle Broflovski, Stan Marsh og Kenny McCormick i fjellandsbyen «South Park». Samtidig har de gjennom sin mørke satire og grove språk ertet på seg det meste som kan krype og gå av ullke grupperinger, enten det er jøder, scientologer, muslimer, homoseksuelle, handicaperte eller amerikanske politikere. Derfor er de ikke sene om å fastslå at «South Park» absolutt ikke er egnet for barn. Der-

«SOUTH PARK»

Serien, som har gått på den amerikanske kanalen Comedy Central siden 1997, følger de fire åtteåringerne Eric Cartman, Kyle Broflovski, Stan Marsh og Kenny McCormick i den lille fjellbyen «South Park».

«South Park» gjør ofte satire av det amerikanske samfunnet og av aktuelle hendelser. Serien har vakt oppsikt for peroder, svart humor og bryting av tabuer, og har derfor ertet på seg de fleste grupperinger i USA.

I 1999 kom filmversjonen «South Park: Bigger, Longer & Uncut». Den inneholdt 398 boccenord, 128 obscene gester og 221 voldshandlinger. I 2001 laget de situasjonskomedien «That's My Bush!». I oktober 2004 kom filmen «Team America: World Police».

Nylig tegnet de to en treårskontrakt med Paramount, hvor de skal skrive, regissere og produsere filmer.

for blir de overrasket når de hører at to av figurene i serien er blant de ti mest populære blant syv- og åtteåringer i England.

Voksenserie. – Britene er «fucked up», dette er og blir en voksenserie. Stakkars engelskmenn. Men når det likevel er så ille, så er det ikke verdens undergang at barn ser South Park. Den har tross alt en optimistisk



Eric Cartman, Kenny McCormick, Kyle Broflovski og Stan Marsh.

undertone, det er alltid de snille gutta som vinner. To av de mest frentredende i serien, Kyle og Stan, er hverken sinte eller negative de har et positivt budskap, sier Trey Parker til Aftenposten. Og fortsatt er det de to som står for både manusarbeid, stemmer og animasjon.

Selv om de har levd med trusselen om å bli tatt av dage i over åtte år, angrer de ikke på noe av

det de har gjort. Mye fordi «South Park» har et budskap.

– Se nå på 11. september, det var et hardt slag for oss alle. Derfor tok vi tak i dette i «South Park» bare en måned senere, ikke minst for vår egen del. Vi hadde ikke noe valg. Det samme var tilfellet med Muhammed-tegningene. Noen sa at dette måtte vi ikke fleipe med, da er det ekstra viktig at vi gjør det, sier Stone, som mener animasjon på mange måter ufarligere alvorlige temaer.

De to møttes under studier ved universitet i Colorado. Her startet også samarbeidet som senere førte til «South Park». Siden har de brukt det meste som finnes av tabuer. Med ett unntak.

– The Nation of Islam, der har vi ikke vært flink nok ennå. Likevel har vi mer frihet hjemme i USA enn noen annen. Alt vi ønsker å gjøre, det gjør vi. TV-selskapet går alltid igjennom våre manus av juridiske grunner, men det meste går på lufta, sier Stone.

etterbørs

Dagens Næringsliv, Mandag 15. mai 2006

Det hjelper lite å snakke om bakkenettets fortreffelighet hvis seerne føler de blir tildelt rollen som barnet i eventyret om keiserens nye klær, skriver *Ivar M. Lyngve*.

Nett uten visjon

Siden midten av 1990-tallet har vi i Norge opplevd en til tider opphetet debatt om mulig utbygging av et digitalt bakkenett. Samtidig har vi vært vitne til at andre land har gjennomgått tilsvarende prosesser, og at deres politikere til slutt har truffet et valg.

Her i landet har konsesjonen vært utlyst to ganger. Eneste søker er NRK, TV2 og Telenors felles selskap Norges Televisjon (NTV). Likevel er saken ennå ikke avgjort.

Til nå har tautrekkingen mellom søkerne og de politiske myndighetene primært handlet om økonomi. NTV har prøvd å oppnå best mulig vilkår for etablering av bakkenettet. Det er forståelig, siden Stortinget i 1999 bestemte at overgangen til digitalt fjernsyn skal skje uten statlig støtte.

Løsningen på de politiske betenkelighetene knyttet til NTVs kommersielle orientering burde være ganske enkel: Forutsetningene for konsesjonen endres. Staten påtar seg en annen rolle i utrullingsprosessen ved å benytte noen av de virkemidler andre regjeringer



STOR KOMMUNIKASJONSJØBB. Digitaltakeratene Kåre Valebrakk (til venstre) og John G. Bernander står overfor en virkelig utfordring med bakkenettet: å gi et overbevisende svar på forbrukerens spørsmål: «Hvorfor skal jeg bytte?», skriver Ivar M. Lyngve. Foto: Helge Hansen

enda flere politiske runder for konsesjonen gir, tyder på at politikerne ikke for alvor har tatt inn over seg hvor krevende dette prosjektet er. For ennå har man ikke begynt på den virkelige utfordringen, som består i å gi et overbevisende svar på forbrukerens spørsmål: «Hvorfor skal/må jeg bytte?».

Dette svaret må gjentas i alle mulige fora inntil det oppleves like selvfølgelig som sikkerhetsinstruks om bord på flyet. Først da vil tiden være moden for å begynne å slå av de digitale senderne.

Her ligger det en formidabel kommunikasjonsoppgave, muligens mer formidabel enn NTV selv har forestilt seg.

DEBATT Bakkenett

Mange er skeptiske til ny teknologi, og en radio i dag burde vel strengt tatt «bare fungere».

Likevel har produsentene gjort lite for at brukeren skal oppleve overgangen til dab-radio som enkel. Flere av de nye radioene har av uforklarlige årsaker fått en utforming som gjør dem mer kompliserte å benytte. Og det finnes flere ting å irritere seg over.

● Ingen dekning i tunnelen,

Her åpner det seg rike muligheter for dårlige brukeropplevelser og følelse av løftebrudd. Det hjelper nemlig så lite å skyve en teknologi foran seg og argumentere for dens fortreffelighet (bedre/kjappere/nyere), hvis forbrukeren føler at hun eller han er blitt tildelt rollen som barnet i eventyret om keiserens nye klær.

I DN 24. april uttrykker kringkastingssjef John G. Bernander sin bekymring for NRKs posisjon som en allmennkringkaster uten digitalt bakkenett.

Det ville være meget uheldig for Norge om Bernanders bekymring skulle bli til praktisk virkelighet.

Gjennom hele min fartstid

Det viktigste er som kjent ikke teknologien, men anvendelsen av den

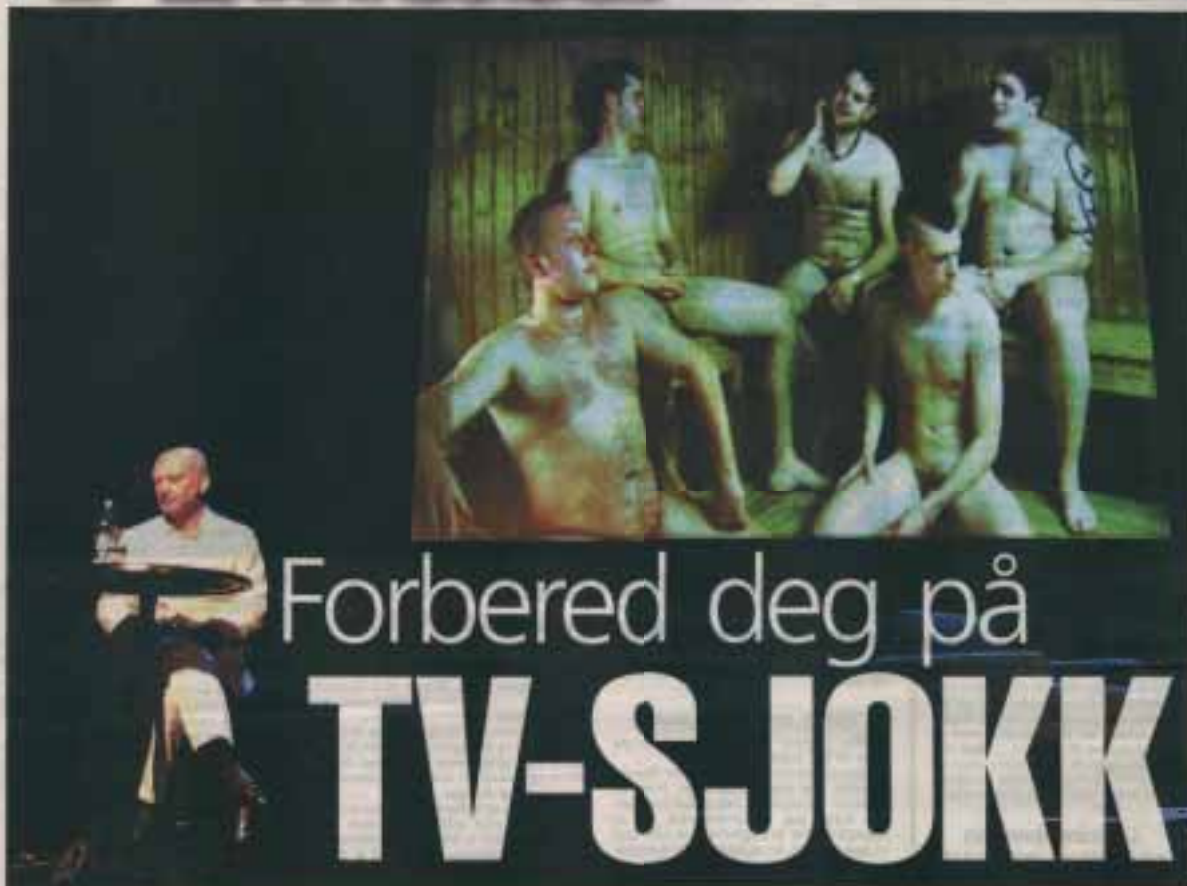
i Europa har tatt i bruk – subsidiert av mottakerbokser, skattelettelser, lån til utbyg-

TV&medier

BERGENS GULL

Idol på turné

KATHERINE McPHEE, en av finalistene i «American Idol», besøkte frilands skole der på Notre Dame high school i California. Foto: AP



VEKKER OPPSINK Ben Frow har spesialisert seg på programmer som vekker oppsikt, programmer som ble sendt om dagen eller. Sam Løke: nakne mennesker med fortellere.

Av JOHN PETTERSEN og HALLGER VÅGENES (VG)

BERGEN (VG) Direkteoverførte skjønnhetsoperasjoner, nakne mennesker som forteller om sine erotiske soner på TV, kamera som viser hva som skjer inni kroppen når vi spiser fett mat.

Dette er noen av de nye programformatene som gjelder i Norge - og som TVNorge nettest var-

rer å lage norske versjoner av.

Mys av dette er internasjonalt. Vi har brukt grenser før - og vi vil gjøre det igjen. Det er viktig å ha programmer som skiller seg ut, programmer som får oss som TV-konsument til å stille oss til spørsmål om hva som skjer i TVNorge. Vi vil undersøke til TV.

Under de nordiske medie-dagene i Bergen tidligere denne uken fortalte nye utenlandske TV-gjester om sine TV-suksesser innen dokumentar og reality-genre.

Liv-operasjoner

En av dem var Ben Frow fra engelske Channel Five - og mannen bak en rekke nye programformater som både har vært oppsikt og trukket seg inn i kanalen. Han har:

«Celestine Sugar» (Løve) som har blitt en hit i Norge med på alle fra postproduksjon og liveoperasjoner til mer normale skjønnhetsprogrammer. Akk direkte overført i tillegg til en

meninger fra fagfolk om hva som skjer. Skjønnhetsoperasjoner er det å sende live MMS-bilder av de delene av sin kropp som de ønsker seg å gjøre noe med - og programmet følger opp gode råd - og kommenterer bildene på direkten.

«Brude og groom» Et annet program i samme genre. Hver uke får et par som skal gifte seg, en ledning til å gjennomgå en totalforandring gjennom forskjellige operasjoner. Dette skjer i løpet av tre uker før bryllupet - og de får ikke se bilder av seg selv i speilene før de har gjennomført alle operasjonene. Helt nytt - og med et helt annet uttrykk.

SMS til hva mener DU...

«Vil du se disse programene på nettside TVkanal»

Kodeord: **DUET** din mening til 2000

TVNorge vil bryte grenser

Skjellige og hennende - og litt en gruppe til å fortelle om hva de liker og ikke liker.

Kamera i kroppen

«The Diet Doctor» Det mest brutale og rett på sak slankeprogram som har sett dagens lys. Men, gang. Kameraer plasseres inni kroppen, og i tillegg får et se hvor gult det kan bli. Deiligene utstyret også med mikroskopet som gir dem en eksakt bilde av hvordan det føles å legge seg med på seg.

«Det gjelder hele tiden å ha på seg nytt. Slanke seg som er kontroversielt, oppsiktsvekkende, et program som folk snakker om. Et program som kan gjøre at noen blir på kanalen resten av livet også har hatt stor suksess med et program i samarbeid med en hvordan å skille på forskjellige tenninger.

HURTIGVIRKENDE SLANKEPILLE! - når du vil raskt ned i vekt!



- Demper appetitten og gjør deg raskeere mett
- Reduserer fettstoffer
- Øker fettforbrenningen av fett
- En kapsel om dagen er nok

Reductol™ - hurtigvirkende slankepille!

Bestill i telefonbutikken eller på nettside www.reductol.no

Pharmia 30 33 42 01 40 www.pharmia.no

Tv-industriens fremtid handler om nisjer, nedlasting og nye kanaler – bortsett fra en viktig ting: fotball.

Bare fotball samler

På syttitallet var det nesten ikke fotball på tv. I Holland var det bare en times oppsummering av ligen i opptak på søndager, og her i Norge var det enda verre: landskampene ble ofte sendt i opptak om kvelden etter de ordinære sendingenes slutt.

Nå er det heldigvis andre tider, og grunnen er ifølge Financial Times-journalisten Simon Kuper sammenfallet mellom kommersiell tvs gjennombrudd og Berlin-murens fall. Kuper har skrevet boken «Football Against the Enemy», og under mediedagene i Bergen forklarte han fotballens samlede kraft:

Kommersiell fjernsyn sender fotballkamper i bøtter og spann fordi seerne vil ha det. Folk snakker om fotball og fotballkjendiser. Spillerne og trenerne gjøres og lades på og utenfor banen er samtaletema nummer én. Europeerne har, ifølge Kuper, ingen viktige ting å engasjere seg i som de samtidig forstår, komplekse spørsmål i politikk og økonomi gir ingen samlede dagsorden.

I Storbritannia sender ikke engang dronningens taler lenger folk foran tv. Fotballkamper rater bedre, og om noen uker er det VM! Millioner på millioner over hele verden kommer til å se de samme kampene samtidig, uavhengig av tidszoner. Dagen etter vil kampene, og journalistikken i for- og etterkant, diskuteres opp og ned.

Har Kuper rett, var det smart av Telenor og TV 2 å betale en milliard for fotballrettighetene. Dette er attraktivt innhold på alle plattformer, og det er nødvendig grunnlagsmateriale for tusenvis av samtaler mellom folk flest. Direktesendt fotball er vinneren også i fremtiden – også når vi alle vil sette sammen vår egen tv-kanal, se tv på mobilen og få Dagsrevyen som podcast.

Sett bort fra fotballen handler tv-industriens dagsorden om nisjer, nedlasting og nye kanaler. For ti år siden var det bare en håndfull som visste hva internett var, minnet Sveriges Televisions toppsjef Christina



PÅ NETT I BERGEN. TV 2-sjef Kåre Valebrokk (fra venstre), NRK-sjef John G. Bernander og Telenor Broadcast-sjef Stig Eide Sivertsen vil bygge ut digitalt bakkenett for fjernsyn. Spørsmålet er hva de skal vise for å få folk til å betale for tilgang til det nye nettet. Foto: Helge Hansen



Jutterstrøm om under mediedagenes debatt om hvordan de nordiske allmennkringkastingskanalene vil se ut ti år frem i tid. Nå vil Danmarks Radios toppsjef Kenneth Plummer lage en tv-kanal for ungdom bare med distribusjon på internett, ikke på vanlig fjernsyn. Ifølge Plummer vil nettet være Danmarks Radios viktigste distribusjonsplattform om ti år.

Medievanene er i skarp endring, drevet av grunnleggende teknologiske skift som påvirker både innholdets karakter og innpakning – og forretningsmodellene. forskjellige aktører opererer under. De

mest avanserte digital-tv-brukerne i Storbritannia har mulighet til å se alt som sendes i opptak. En tredjedel av deres tv-titting skjer tidsforskjøvet. De slipper 70 prosent av reklameinnslagene.

I dette perspektivet er det ikke til å undres over at TV 2-sjef Kåre Valebrokk ønsker å kunne ta betalt av seerne sine så raskt som mulig. Fra 2010 vil TV 2 kunne gjøre det uten å spørre noen. Nå forhandler Valebrokk med kulturminister Trond Jøske om adgangen til å ta betalt allerede i samme øyeblikk et digitale bakkenett for tv er oppe og går.

Giske vil ikke la Valebrokk ta betalt. Han er redd for et folkelig opprør mot hele tv-digitalisering, hvis folk må betale nye penger for omformerbokser og samtidig oppleve at TV 2 krever betaling. Nå ser det ut til at Giske blir enig med Valebrokk. NRK-sjef John G. Bernander kan Giske, som NRKs generalforsamling, diktere, og med skilring mellom Kulturdepartementet og de to store tv-kanalene kan regjeringen om kort tid dele ut bakkenett-konnesjonen til Telenor, NRK

og TV 2s felles selskap NTV.

Det digitale bakkenettet innebærer et teknologiskifte som driver utviklingen av nye nisjekanaler. Einar Førde snakket i sin tid om NRK Alltid Rypeakt. Det blir nok fortsatt i smaleste laget, men over hele Europa lanserer tv-selskapene stadig nye kanaler. I Sverige har SVT etablert en barnekanal, en sports- og nyhetskanal og en kunnskapskanal i tillegg til SVT 1 og 2. Tilsvarende har TV4 utvidet sitt kanalspekter. Samtidig satser det stort på distribusjon over internett og forskjellige mobile plattformer.

Hvis vi gidder, kan vi alle bli våre egne kringkastingsjefer. Vi vil kunne laste ned og se alt når og hvor det passer. Jeg sier «hvis vi gidder» fordi fjernsynsapparatet først og fremst er egnet til underholdning. Det brukes til avkobling når kvelden kommer. Og hva er vel da bedre enn en direktesendt fotballkamp, gjerne på stor skjerm? Men det må være direkte. Opptak hører syttitallet til.

Anders Bjartnes er redaksjonssjef for Eitersbørs.

HA

LOKALT 12. MAI 2006

KNASJET
På mandag, 12. mai, skal det holdes valg i Høyre i den lokale valgkrets. Det er første gang siden 1995 at det er valg i Høyre i den lokale valgkrets. Det er første gang siden 1995 at det er valg i Høyre i den lokale valgkrets.

Sparket bevisstløs

En 34-åring ble sparket ut av jobben på Faddelæreren i går ettermiddag. Det var forpassende som var på jobb den dagen på Faddelæreren i går ettermiddag. Det var forpassende som var på jobb den dagen på Faddelæreren i går ettermiddag.

bestemte da han ble sparket ut av jobben på Faddelæreren i går ettermiddag. Det var forpassende som var på jobb den dagen på Faddelæreren i går ettermiddag. Det var forpassende som var på jobb den dagen på Faddelæreren i går ettermiddag.

BERNARD LANGE og TILDE

LEVERSTØTTE
Det er en stor utfordring for de som lever på sosialhjelp. Det er en stor utfordring for de som lever på sosialhjelp. Det er en stor utfordring for de som lever på sosialhjelp.

Full fyr før tunnelen

Alt i allernytteste og beste utrustning var det som ble gjort for å sikre at tunnelen ble åpnet på Faddelæreren i går ettermiddag. Det var forpassende som var på jobb den dagen på Faddelæreren i går ettermiddag.

Etter en lang og hard dag i jobben, ble det gjort for å sikre at tunnelen ble åpnet på Faddelæreren i går ettermiddag. Det var forpassende som var på jobb den dagen på Faddelæreren i går ettermiddag.



VOLLYVYS MENN: Håkon B. Schjelder (f.v.), Idar Volvik og Trond Albert Skjoldred jobber sammen med å utvikle forebyggende medier.

UNDRERKES
Det er en stor utfordring for de som lever på sosialhjelp. Det er en stor utfordring for de som lever på sosialhjelp. Det er en stor utfordring for de som lever på sosialhjelp.

– Dyre biler er det transportmiddelet som tenner journalister mest, sier Idar Volvik. Chess-gründeren og hans medierådgivere planlegger nye hvordan de skal få oppmerksomhet i norske medier.

Under Nordiske Mediedager i Bergen i går snakket Chess-gründeren om sin vei til rikdom og berømmelse. At han dukket opp under et medierådgivningsseminar er på ingen måte tilfeldig. Chess-gründeren er på ingen måte tilfeldig. Chess-gründeren er på ingen måte tilfeldig.

Og Volvik la ikke skjul på at journalisten har vært langt viktigere for ham og Chess-gründeren enn betalt annonsering. På en skole fra en til ti er nok journalister en tier. Betalt annonsering er på ingen måte tilfeldig. Chess-gründeren er på ingen måte tilfeldig.

– DYRE BILER TENNER SÅ har heller ikke journalister vært positive tilfellevis til Volvik.

Journalistene BETYR ALT

«Volkens» fikk Volvik da han var Chess-epil i juli 2002 harnet på berømmelse i Dagbladet for første gang. Over natten ble antallet bestillinger 25-doblet. Etter det jobbet Volvik og Chess-gründeren med å utvikle forebyggende medier.

PLANLEGGER
Når han har fått en gang fra norske medier, har han gått sammen med medierådgivere.

«Volkens» fikk Volvik da han var Chess-epil i juli 2002 harnet på berømmelse i Dagbladet for første gang. Over natten ble antallet bestillinger 25-doblet. Etter det jobbet Volvik og Chess-gründeren med å utvikle forebyggende medier.

«Volkens» fikk Volvik da han var Chess-epil i juli 2002 harnet på berømmelse i Dagbladet for første gang. Over natten ble antallet bestillinger 25-doblet. Etter det jobbet Volvik og Chess-gründeren med å utvikle forebyggende medier.

«Volkens» fikk Volvik da han var Chess-epil i juli 2002 harnet på berømmelse i Dagbladet for første gang. Over natten ble antallet bestillinger 25-doblet. Etter det jobbet Volvik og Chess-gründeren med å utvikle forebyggende medier.

Raymond-kjøpet ga en «tredagers»

Kjøpet av Raymond Klevik til Brann skilte Idar Volvik og Chess-rangerte nye kunder, i tillegg til medieselskapet.

«Volkens» fikk Volvik da han var Chess-epil i juli 2002 harnet på berømmelse i Dagbladet for første gang. Over natten ble antallet bestillinger 25-doblet. Etter det jobbet Volvik og Chess-gründeren med å utvikle forebyggende medier.



OMTALE:
Om Idar Volvik og Chess-gründeren Raymond Klevik til Brann, så Chess-rangerte nye kunder, i tillegg til medieselskapet.

Billex Eksosanlegg AS

- Skreddersydd med 30 meter
- Høyeste kvalitet
- 100% garanti
- 100% eksosanlegg

GRATIS KONTROLL AV EKSOSANLEGG

TIL: 02 58 81 81

ARBOE • RASKE • BILLIG

Til Tabloid

Jens Dyrland Helgesen (til høyre) skriver idag PÅ 2. Jørgensen, som programleder for «Landed på TV 2 i tillegg. – På forhånd var det klart at den gjennomgående kjendelsen ville bli som Helgesen (2004) og TV 2. Men han har vært i TV 2 siden 1982, og det er for å si at han er programleder i «Dag med Norge». – Jeg er veldig glad at det er Jens Dyrland som er god programleder. Han driver å snakke med folk og har en god og trykkelig erfaring, ikke minst fra politisk journalistikk, som nyhetsredaktør i P4 Østlandet.

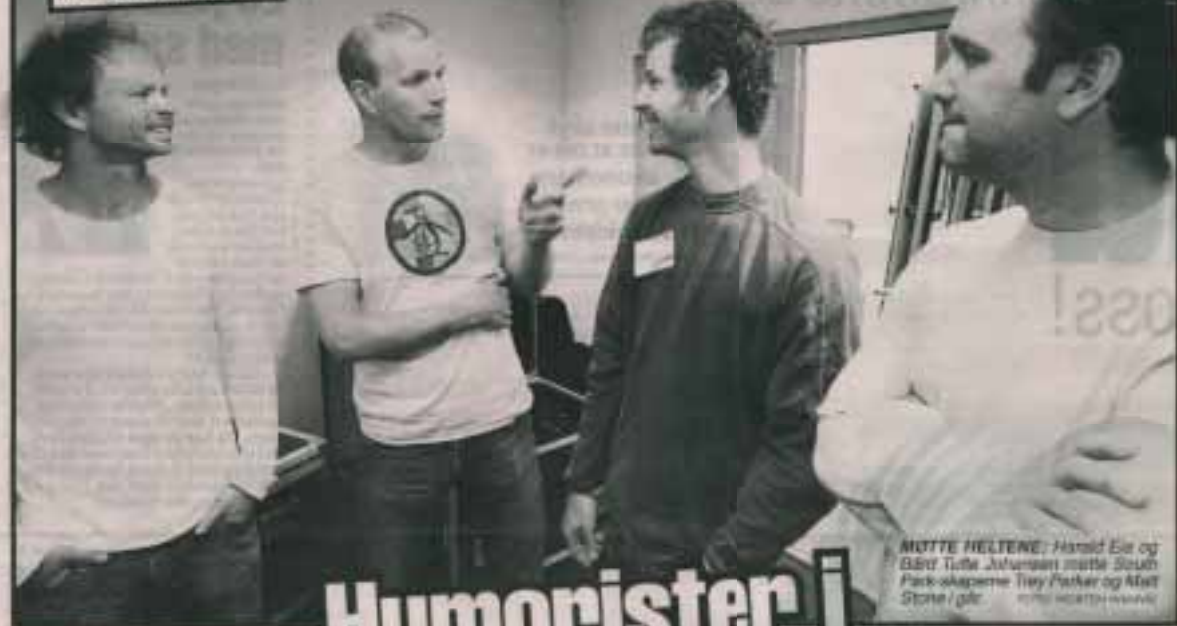


PÅ LAGE MED: Jens Dyrland Helgesen (til høyre) og Jens Dyrland Helgesen (til venstre) i studioet. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2.

Solgt for 71 mill

Det er solgt av Jens Dyrland Helgesen (til høyre) og Jens Dyrland Helgesen (til venstre) i studioet. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2.

Det er solgt av Jens Dyrland Helgesen (til høyre) og Jens Dyrland Helgesen (til venstre) i studioet. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2. Helgesen er programleder i «Dag med Norge» på TV 2.



MUTTE FELLENE: Harald Eia og Bjørn Tufte. I bakgrunnen: South Park-skapene Trey Parker og Matt Stone i går. (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) (21) (22) (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32) (33) (34) (35) (36) (37) (38) (39) (40) (41) (42) (43) (44) (45) (46) (47) (48) (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55) (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65) (66) (67) (68) (69) (70) (71) (72) (73) (74) (75) (76) (77) (78) (79) (80) (81) (82) (83) (84) (85) (86) (87) (88) (89) (90) (91) (92) (93) (94) (95) (96) (97) (98) (99) (100)

Humorister i TOPPMØTE

– Vi er kjempofans, innrømmer Bjørn Tufte og Harald Eia. I går møtte Norges mest utfordrende komikere South Park-skapene Trey Parker og Matt Stone.

– Mange er overrasket over at disse faktisk tok turen til Norge, sier Bjørn Tufte. Han har sjelden til å hilse på to av de viktigste guriene innen alternativ humor.

– Vi fikk invitasjon til møtet via en bestyrker, forklarer Tufte. Han har sjelden til å hilse på to av de viktigste guriene innen alternativ humor.

Både de norske og de amerikanske humor-parfektene er kjent for å være grovere for hva som kan spises med. Men det viktigste kriteriet er ikke om noen kan ta ordet, men om noen er morsomt.

– Å lage humorprogrammer med tanke på de som kan ta ordet, vil være som å lage humor for folk uten humoristisk sans, sier Matt Stone.

MUHAMMED-TEGNINGER «South Park»-dansen har flippet med Muhammed-tegningene, Bjørn og Harald har innlegg i dette.

– Vi slapp å ta den vurderingen det, fordi vi ikke hadde tenkt på den før. Det er en del som har fått den skatten, men det er greit. Vi har sjelden til å hilse på to av de viktigste guriene innen alternativ humor.

– Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går.

for det en høyere samfunnsklasse. Muhammed i tegningene av en «South Park»-dansen har flippet for den. Det er ganske underlig, sier Trey Parker.

KJENNSKETS Begge amerikanske drifter ofte med kjendiser, blant annet Parker.

Generelt synes jeg man skal tenke seg litt om for man fleiper med ting som gjør at familien din blir truet.

Harald Eia, humorist

– Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går.



POPULÆR: Eric Cartman og de andre figurene i South Park er svært populære blant de som ser på TV 2. (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) (21) (22) (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32) (33) (34) (35) (36) (37) (38) (39) (40) (41) (42) (43) (44) (45) (46) (47) (48) (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55) (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65) (66) (67) (68) (69) (70) (71) (72) (73) (74) (75) (76) (77) (78) (79) (80) (81) (82) (83) (84) (85) (86) (87) (88) (89) (90) (91) (92) (93) (94) (95) (96) (97) (98) (99) (100)

– I tillegg har vi en del som har fått den skatten, men det er greit. Vi har sjelden til å hilse på to av de viktigste guriene innen alternativ humor.

– Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går.

– Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går.

– Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går. Vi ble bedt om å snakke med Bjørn og Harald i går.



Stine, 16 år, Skovbo Skole, København
Stine: "Jeg synes det er vigtigt at vide, hvad der er rigtige og forkerte oplysninger. Det er vigtigt at kunne finde ud af, om det er noget, man kan stole på, eller om det er noget, man bare ser i fjernsynet."



Stine, 16 år, Skovbo Skole, København
Stine: "Jeg synes det er vigtigt at vide, hvad der er rigtige og forkerte oplysninger. Det er vigtigt at kunne finde ud af, om det er noget, man kan stole på, eller om det er noget, man bare ser i fjernsynet."



Stine, 16 år, Skovbo Skole, København
Stine: "Jeg synes det er vigtigt at vide, hvad der er rigtige og forkerte oplysninger. Det er vigtigt at kunne finde ud af, om det er noget, man kan stole på, eller om det er noget, man bare ser i fjernsynet."



Stine, 16 år, Skovbo Skole, København
Stine: "Jeg synes det er vigtigt at vide, hvad der er rigtige og forkerte oplysninger. Det er vigtigt at kunne finde ud af, om det er noget, man kan stole på, eller om det er noget, man bare ser i fjernsynet."

diskussion engagement mening organisation kritisk retfærdighed argumentation tænkning information



Fig. 1. Skole, 2007. En skole i København, der har gennemført de aller første af de nye skoleplaner for klasse 8, 9 og 10 med læring af mediekompetence.

I dag påvirkes en stor del af os af medierne. Vi ser billeder og hører lyde, som vi aldrig har set eller hørt før. Det er vigtigt at vide, hvordan vi kan bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence
 Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

Mediekompetence er den evne til at forstå og bruge medierne til at lære og til at underholde os. Det er også vigtigt at vide, hvordan vi kan beskytte os mod falske oplysninger og mod at blive manipuleret af medierne.

NYTTIGE SPORTSIDIOTER?

Sportsjournalistene i krysspress mellom kommersielle interesser

Medieeksponeringen er årsaken til at sponsorer er villige til å bruke over en milliard kroner i året på idrett. Samtidig bruker tv-kanalene et like stort beløp for å sikre seg rettighetene. Sportsjournalisten kommer under press fra tre fronter: Sponsoren som ønsker eksponering i media, rettighetsselger som ønsker å utvikle sitt kommersielle produkt og tv-kanalen som må forsvare investeringen ved å reklamere for sine rettigheter. Er sportsjournalisten et redskap for kommersielle interesser og? Blir den kritiske og undersøkende sportsjournalistikken mindre viktig?

Disse møtes til debatt: Jacob Lund, sponsorsjef DnB * Bjørn Taalesen, sportsredaktør TV 2 * Knut Helland, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB * Otto Ulseth, sportsredaktør Adresseavisen * Vegard Arntsen, partner Sponsor Insight * Viggo Johansen, NRK, debattleder.

Sportsjournalistikk og sponsorinteresser er bare ett av temaene under Nordiske Mediedager i Bergen, 10. – 12. mai. Andre høydepunkter:

Nordisk toppmøte – nordiske kringkastingssjefer møter * Langs veien med Nils & Ronny * Teamet bak South Park – for første gang i Norge * Åpningskåseri ved Are Kalvø * Møt verdens mest moderne mediehus * Gravejournalistikk Norden rundt * Lars Monsen – en villmann går flermedialt * Geoffrey Nyarota – journalist uten grenser * Mystikk og mørke gjerninger * Digitale medier. Tjusstart: Få med deg filmen The Game of Their Lives – onsdag 10. mai kl. 13.15 med påfølgende debatt.

Nordiske Mediedager er årets viktigste mediekonferanse. Her får du inspirasjon fra nykapende norske og internasjonale fagfolk. Du får faglig input på mange plan – og sjansen til å møte både kjente og ukjente bransjekolleger i tre dager.

Meld deg på: Før 7. april kr 3400 – etter 7. april kr 3900.

SE PÅMELDINGSSKJEMA OG OPPDATERT PROGRAM PÅ
WWW.MEDIEDAGER.NO

KONFERANSEN
Nordiske Mediedager
Bergen 10. – 12. mai 2006



Nordisk toppmøte

SVTs Christina Jutterström, YLEs Mikael Jungner, DRs Kenneth Plummer, TV 2 Danmarks Peter Parbo, NRKs John G. Bernander og TV 2s Kåre Valebrokk

Retten er satt

De nordiske landene fører ulik praksis for bevismaterie. Kan åpenhet føre til mindre spekulativ journalistikk?

Politikk

Slik når du flere

Tv i nye kanaler – nye teknologiske muligheter

Norsk toppmøte

Tv-sjele Lasse Kåvik, Morten Aass, John G. Bernander og Kåre Valebrokk settes på tittelenken

Emmy 2007 – ett år før

Med skjult kamera i klasserommet

Er britiske skoler så ille at man trenger skjult kamera for å avdekke problemene? Angela Mason gjorde det, og forteller hvorfor

Skandinavias mest avanserte

Fjernsynsproduksjonens vakte drøm – et høyteknologisk, sammenleggbart HD-TV-monster på hjul

Elerskap

Da tv-lillebror ble stor! Kanalen som har opplevd nye høyder tar utfordringen – TVNorge avrunder konferansen med overraskelser og høy stemning!

Ekstremt tøffe bilder

Fotografer i fritt fall viser oss et skytealbum som tar tustener fra de fleste

Slik skapte vi South Park

For første gang i Norge: Matt Stone og Trey Parker

Den umulige direktesendingen

Phil Chivers klarer det nesten umulige på fjernsyn: å overføre en opera direkte fra Paddington stasjon i London – i rushetiden!

Fri sone

Hot på tv

Den engelske ekspertten Keri Lewis Brown hjelper tv-stasjoner over hele verden med å velge de hotteste tv-programmene. Hun viser hva som vil slå an på morgendagens tv

Lars Monsen

En villmann vender tilbake – med flermediale løsninger

Suksessen Elling

Fra bok til film med Petter Næss og Axel Hellstenius

På sporet av fremtiden

Den amerikanske futuristen David Zach viser veien videre

Mr. Fakta Light

Ben Frow kjemper sitt publikum. Met mannen som gav suksessene Jamie's Kitchens, Nigella Lawson, Property Ladder og No Going Back et liv på tv

Journalister uten grenser

Møt Geoffrey Nyarota, redaktør fra Zimbabwe og vinner av WANs Golden Pen of Freedom Award og UNESCO/Guillermo Cano World Press Freedom Award

Den store mediequizen

Verdens mest moderne mediehus

Drømmenes mediehus åpnes i Danmark: opplev den nye og topp moderne DR-byen

Bård & Harald

Humor i særklasse: Fra liten lærer til teambuilding og forberedning

Tv-direktivet

Mystikk og mørke gjerninger Bli med Nils Nordberg bak sceneteppet på Norges største teater

Åpningskåseri med Are Kalvø

“Se på meg! Se på meg!”

Underholdningssjefene fra NRK, TVNorge, TV 2 og TV3 møtes til debatt

Dette er bare noe av det vi har så langt – flere godbiter er i vente! Følg med og få oppdateringer på:
www.mediedager.no
Vi tar forbehold om programendringer.

Nordiske Mediedager og Bergens Tidende presenterer:

TIDENES MEDIEKAMP

Tufte IL vs Mediebransjen

Lørdag 13. mai kl. 13.00, Torgallmenningen

Nerdenes hevn over mediebransjen? De karismatiske karene i Tufte IL har gjort stor suksess med sine unike fotballdrillinger, mer eller mindre vellykkede brassespark og nyskapende heade-teknikker. Under kyndig ledelse av Erik Thorstvedt trente de som aldri før og møtte Vålerenga til storstilt finale – der de til og med score!

Men: Nå skal de møte et enda tøffere lag... På bortebane... Mediebransjen i Bergen stiller med nyussede (som ikke velbrukte...) fotballsko, og skal prøve seg mot de Gullruten-nominerte fotballhelte fra TVNorges Heia Tufte. Nå skal noen av bransjens mest kritiske fotballspesialter få prøve ut sine teorier i praksis, midt i Bergens storsue, til forlystelse for alle som vil se!

Hvordan skal dette gå? Hvem vinner kampen? Hvem vinner sjarmpoengene?

Offisielle partnere til Nordiske Mediedager:

Bergens Tidende

Hovedpartner: Telenor

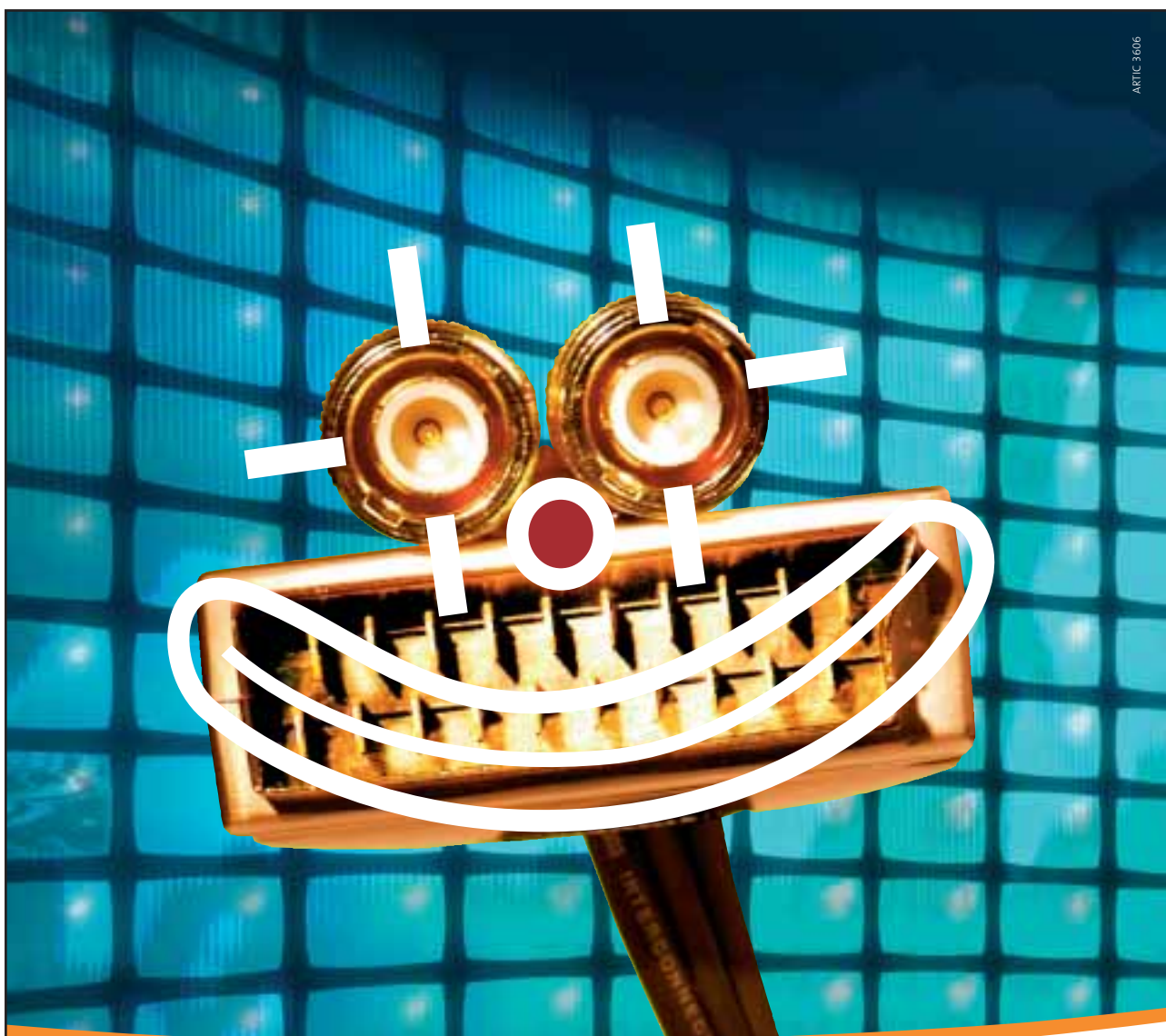
Disse står bak medie kampen:

BA, NRK, TV 2, Galleriet, Sportgalleriet, TVNorge, AVAB-CAC



VS **NRK** **2**
Bergens Tidende
BA

Nordiske Mediedager
Bergen 10. – 13. mai 2006



HUMOR ER IKKE ALLTID TIL Å SPØKE MED

Skaperne av South Park og Bård & Harald tar humor mer seriøst enn de fleste

Humor kan være alvorlig nok. Det har både Matt Stone og Trey Parker fra South Park og Bård & Harald fått erfare – som kontroversielle humorister på hver sin arena. Sammen med andre gjester setter de humor på agendaen under årets viktigste mediekonferanse.

Humor er bare ett av mange temaer som tas opp under konferansen

Nordiske Mediedager i Bergen 10.-12. mai.

Start planleggingen og sett av dagene nå!

KONFERANSEN
Nordiske Mediedager
 Bergen 10.-12. mai 2006

HOLD DEG OPPDATERT PÅ WWW.MEDIEDAGER.NO