RAPPORT 2012

NORDISKEMEDIEDAGER
Nordic Media Festival

Baratunde Thurston, Director of Digital (The Onion) ble intervjuet av Thomas Seltzer

Dan Børge Akerø ledet sesjonen *Se hva som skjedde: 20 år med TV 2*

5. MEDIEMØTEPLASSEN
6. NØKKELTALL
7. KONFERANSEN
16. FOREDRAGSHOLDERE
20. SKANDINAVISK MEDIEUNDERSØKELSE
22. MEDIEMESSEN
25. NMD UNG
29. OFFISIELL ÅPNING
30. KVELD
40. GULLRUTEN
44. DELTAKERE
46. INFORMASJONSARBEID
58. STUDENTSAMARBEID
60. NMD SPESIAL: CLAY SHIRKY
62. PROGRAMKOMITÉ
66. ORGANISASJON
67. ADMINISTRASJON
68. ØKONOMI
72. HVORFOR MELDTE DU DEG PÅ NMD 2012?
76. SAMARBEIDSPARTNERE
81. HISTORIKK

NORDISKE MEDIEDAGER
Olav Kyrres gate 11
5014 Bergen

+47 55 55 08 50

E-post:
post@mediedager.no
www.mediedager.no

twitter.com/mediedager
facebook.com/mediedager
flickr.com/mediedager

MEDIEMØTEPLASSEN

Når vi spør våre delegater om hvorfor de deltar på Mediedagene, er svaret ofte todelt. Mange svarer "faglig påfyll og inspirasjon", mens like mange svarer "for å møte bransjekolleger" og "nettverksbygging". Vi ser med stor glede at disse tingene utmerket lar seg kombinere!

Gjennomføringen av årets Mediedager er kanskje den mest friksjonsfrie noen gang. Vi har et rutinert lag av folk og gode samarbeidspartnere med oss og avviklingen profiterer stort på felles erfaring og gode relasjoner.

Fra både norske og internasjonale speakere mottar vi svært positiv respons på service og gjennomføring, noe vi virkelig etterstreber og legger mye ressurser i. Vi ønsker å holde et høyt internasjonalt nivå og sammenlikner oss med konferanse av samme størrelse "ute".

Det samme gjelder det faglige innholdet. Til tross for at konferansen er veletablert tillater vi oss aldri noen hvileskjær. Vi vil gi våre folk de beste i klassen, de gode eksemplene, de flinkeste å lære av!

Programmet i år reflekterer at dette har vært et spesielt år. Med 22. juli som bakteppe og midtveis i rettssaken rommet programmet alt fra det dypeste alvor til florlett underholdning. Vi har som ambisjon å være både relevante og inspirerende, og ønsker å belyse og diskutere de store mediespørsmålene og de viktigste medietrendene. Få bransjer har en kjappere endringstakt enn mediebransjen har hatt de siste fem årene, og vi er opptatt av omstilling og fremtidstendenser.

For syvende gang arrangerte vi NMD UNG. Med nok en rekordhøy deltakelse. Hele 650 ungdommer fra videregående skoler deltok på en dagskonferanse med eget fagprogram og seks sesjoner. Dette tilbudet er gratis og går ut til samtlige videregående skoler i Hordaland.

Nordiske Mediedager har blitt bransjens egen konferanse. Her er hele bredden av medielandskapet representert, og det er bransjen selv som bruker av sin tid, som stiller opp år etter år, som foredragsholdere, som moderatorer, i panel og i debatter. Tusen takk til dere alle.

Vi retter også en stor og varm takk til vår hovedpartner gjennom mange år, Telenor - og til alle våre støttespillere og samarbeidspartnere på ulike nivåer. Tusen takk også til alle frivillige som tar del i arbeidet under årets Mediedager. Dere er alle avgjørende for at vi lykkes.

Med så mange journalister samlet har Nordiske Mediedager nå blitt en arena der god journalistikk hedres. Vi er både stolte av og glade for at Den store Journalistprisen og Kulturdepartementets Menneskerettspris for journalister ble utdelt på åpningen av året Mediedager.

Vi takker for i år og ønsker på gjensyn 1. – 3. mai 2013!

GURI HEFTYE
Festivalsjef

CHRISTIAN LURA
Leder for programkomiteen

KJELL JARLE HØYHEIM
Styreleder

NØKKELTALL

NORDISKE MEDIEDAGER 2012

1775 registrerte deltakere fra det brede mediefeltet: tv, avis, internett, magasin, radio, informasjon/pr, medieteknologi, politikk og samfunnsliv, medieforskning og utdanning m.fl.

137 FOREDRAGSHOLDERE, HERAV:

åtte fra USA, seks fra England, ni fra Sverige og Danmark, og ellers fra Hviterussland, Belgia, Aserbajdsjan, Israel, Tunisia, Frankrike og Norge.

45 ULIKE FAGSESJONER SOM OMFATTER ALLE MEDIEPLATTFORMENE OG STOR TEMAVARIASJON, HERAV:

- 12 foredrag
- 28 debatter/samtaler
- 5 presentasjoner
- 7 visninger av dokumentar- og dramaserier
- 2 eksterne pressekonferanser (TV 2 og Mediebydelen)
- 7 kveldsarrangement

Avsluttes med tv-prisutdelingen Gullruten

Arena for MBLs Den store Prisfesten (kåring av Årets avis, Årets nettsted osv.)

Arena for utdeling av Den store journalistprisen.
Prisen deles ut gjennom Norsk Presseforbund. Bak prisen står også Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Mediebedriftenes Landsforening, Norsk rikskringkasting, TV 2 og Den Norske Fagpresses Forening.

Arena for Kulturdepartementets Menneskerettspris for journalister.

NMD Ung: Egne konferanser og kompetansehevende prosjekter til skoleelever. 650 elever fra 14 skoler deltok på årets NMD Ung-konferanse (maks kapasitet).

Medieundersøkelsen: NMD utfører årlig en unik undersøkelse som belyser forholdet mellom journalister og mediebrukeren. Undersøkelsen har vært utført siden 1999. I 2012 ble undersøkelsen for første gang gjennomført også i Danmark og Sverige.

NMD-TV: 11 LIVESENDINGER FRA KONFERANSEN

50 innslag ble produsert, herav:

- 29 sesjoner fra programmet
- 21 studentreportasjer før og under konferansen

"Fantastisk arbeid, og en fantastisk konferanse! Gleder meg til neste år."

"Keep up the good work!"

"Veldig bra arrangement i år, og spennende og variert program!"

"Gleder meg til 2013!"

"Dersom 5 er best, er det det jeg vil gi."

Respons i evalueringsskjema

KONFERANSEN

Bård Ylvisåker, redaktør Christian Løchstøer og Vegard Ylvisåker fra *I kveld med Ylvis*

Claudia Weinstein, Story Editor, CBS News *60 Minutes*

Produsenter og manusforfattere bak Mad Men, Marie og André Jaquemetton

KONFERANSEN

Når vi skal oppsummere årets Mediedager er det fristende å gi ordet til en av årets foredragsholdere. Claudia Weinstein, Story Editor, CBS News *60 Minutes*:

"The festival was a great success – each of the speakers, as well as the participants, were people of such experience, expertise, and intellect. And the range of topics was so impressive – each one on such a compelling and current part of the media world. All of it was truly remarkable – and not at all easy to accomplish! You should be so proud (and tired)!

It was a true honor to represent 60 Minutes at this exceptional event, to meet and talk with such serious and committed media people, to enjoy (between raindrops) the stunning town of Bergen, to get a sampling of Norwegian culture and cuisine, and get to know you all."

Rekordmange 1775 deltakere var registrert til årets Mediedager. Programmet har fått mye positiv oppmerksomhet, noe også påmeldingen reflekterer. Vi opplevde stor begeistring under dagene og mye uttalt entusiasme i både planleggingsfasen og i etterkant.

Programmet bestod av 41 sesjoner, fire side-tracks/presentasjoner, én 3-timers workshop, tre filmvisninger og to pressekonferanser. Dette var planene om etablering av Medieklyngen Bergen og TV 2's kjøp av Premier League.

137 foredragsholdere og moderatorer var i sving på scenene i Grieghallen, og følgende nasjonaliteter representert: USA, England, Sverige, Danmark, Belgia, Jemen, Tunisia, Hviterussland, Frankrike, Aserbadsjan - og Norge.

Dan Børge Akerø og mange kjente TV 2-fjes i sesjonen om kanalens første 20 år

Med 22. juli som bakteppe og Mediedager midt i en pågående dramatisk rettssak, ble selvfølgelig flere sesjoner viet dette tema. Nemlig hvordan pressen har håndtert rettssaken. Retorikk og terror var også et høyaktuelt tema.

Programmet hadde i år en stor kontingent tv-drama og svært anerkjente programskapere på plakaten. Dette ble lagt merke til av både speakere og delegater. Den amerikanske serieskaperen HBO tiltrakk seg mange interesserte, og ikke minst dramaserien *Man Men*. Etter å ha jobbet med saken i fire år, lykkes vi i år endelig å kunne presentere Executive Producer og manusforfatterparet Maria og André Jacquemetton, som delte av verdifull erfaring. Som om ikke det var nok hadde vi også besøk av erkebritiske *Downton Abbey,* danske *Broen* og en sniktitt på den helnorske storsatsingen *Halvbroren*.

Fra humoravdelingen og USA kom også Steve Rasch, mannen som best beskrives som *Seinfeld*-skaper Larry Davids høyre hånd og som har vært med på sitcom-suksessen *Curb Your Enthusiasm* siden starten. Fra hjemlige trakter gikk vi bak kulissene på *I kveld med Ylvis*.

En av årets store tv-snakkiser, *Hurtigruten minutt for minutt*, ble nøye dissekert og vi ble med den danske dokumentarfilmskaperen Mads Brügger undercover som ambassadør i Afrika for å avsløre hvordan noen av verdens fattigste land utnyttes i jakt på diamanter.

I den mer alvorlige enden av mediebildet var vi tilbake til den arabiske våren, ett år etter, og diskuterte opprøret i Syria, representert ved noen av dem som faktisk var der. Begrepet pressefrihet ble levendegjort av redaktør Eynullah Fatullayev. I årets Melodi Grand Prix-landet Aserbadsjan har han sittet fengslet for sin kamp for pressefrihet og menneskerettigheter.

Fra London kom Tim Plyming, Project Executive, Digital & Editor Live Sites, for å fortelle hvordan BBC rigget for det første heldigitale OL, noe vi i dag vet ble en stor suksess. Videre diskuterte vi fremtidens journalist, og vi inviterte selvfølgelig de store norske mediehusene til å debatterte medieeierskap. For hva vil de med det?

Vår digitale mediehverdag er alltid tema, og vi diskuterte hvordan man kan forberede avisen på fremtiden, så vel som hvordan man kan tjene (mer) penger på digitalt innhold.

Vår årlige store Medie-undersøkelse ble i år skandinavisk for første gang. Vi spurte et representativt utvalg journalister i Norge, Sverige og Danmark om holdningen til både eget fag, aktuelle mediespørsmål og politisk tilhørighet. Ulikhetene oss i mellom er både overraskende og fornøyelige.

Og ikke unaturlig, i anledning at TV 2 i år runder 20 år: Årets festival presenterte en velopplagt Dan Børge Akerø som ønsket velkommen til en sesjon der vi hyllet en av Bergens mest markante arbeidsplasser. Det ble tilbakeblikk, nostalgi, fakta og skrøner - og intet mindre enn én time norsk mediehistorie.

Glimt av vignetten som ble avspilt før hver sesjon

1. Helge Høibraaten (Vimond) ledet sesjonen om streaming av tv-innhold
2. Gro Holm, Mette Valle, Trond Henry Blattmann, Torry Pedersen og Arne Jensen i 22. juli: Retts-saken
3. Marit Christensen intervjuet den aserbajdsjanske redaktøren Eynulla Fatullayev
4. Dokumentarfilmskaperen Vikram Gandhi ble intervjuet av Asbjørn Slettemark

Matt Locke fra Storythings i sesjonen *Kan vi få din oppmerksomhet et øyeblikk?*

1. Mikal Olsen Lerøen ledet debatt om produktplassering i norske tv-produksjoner
2. Dokumentarfilmskaper Mads Brügger om sin film *Ambassadøren*
3. Skaperne av *Halvbroren* ga oss en sniktitt på tv-serien
4. Knut Kristian Hauger (Kampanje) ledet debatten om fotballrettigheter

PROGRAMOVERSIKT

ONSDAG 9. MAI

12:00	**REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN,** inngang Peer Gynt
12:30	**VISNING: AMBASSADØREN** (93 min.)
14:15	**VISNING: MAD MEN,** ep. 6, sesong 5 **[E]** (47 min)
15:15	**VISNING: KUMARÉ [E]** (83 min)
18:00	**ÅPNING** Peer Gynt salen, Grieghallen. Kulturminister Anniken Huitfeldt, Monica Mæland, Are Kalvø, Guri Heftye m.fl. Utdeling av Menneskerettsprisen for journalister og Den store journalistprisen.
19:15	**MOTTAKELSE** Spissen, Grieghallen. I regi av Bergen kommune ved ordfører Trude Drevland.
19:30	**FESTIVALTREFF** på Rick´s. Fri adgang så langt det er plass, ved visning av deltakerpass.
20:15	**DEN STORE PRISFESTEN** Rick's. I regi av Mediebedriftenes Landsforening. Konferansier: Stål Talsnes. Fri adgang så langt det er plass v/ visning av deltakerpass.

TORSDAG 10. MAI

	PEER GYNT	DOVREGUBBEN	KLOKKEKLANG	TROLDTOG	SMÅTROLL
08:30	**REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN,** inngang Peer Gynt				
09:15 - 10:00	**MEDIEUNDERSØKELSEN 2012: SKANDINAVIA SPESIAL** v/ Frank Aarebrot	**HBO: SERIEMESTEREN [E]** v/moderator Hege Duckert. Simon Sutton	**REPORTERENS HØYRE HÅND [E/N]** v/moderator Ellen Wesche Guttormsen. Sami Sockol, Sidsel Wold	**VISOLINK: DIGITAL PUBLISERING MED RESULTATER**	
10:15 - 11:00	**MEDIEUNDERSØKELSEN DEBATT: BORGERNE, BRUKERNE OG JOURNALISTIKKEN** v/moderator Arill Riise. Trine Eilertsen, Martin Jönsson, Suzanne Moll, Fredrik Skavlan	**FORMATDOKTOREN [E]** v/Justin Scroggie	**VOKSENOPPLÆRING: HVORDAN NÅ GENERASJON Y? [E]** v/Joeri van den Bergh	**TELENOR: SPØRSMÅL DU HAR OM INTERNETT, MEN IKKE TØR SPØRRE OM**	**VISNING: KUMARÉ** (mrk. varer til 11:40)
11:15 - 12:15	**EN TIME MED 60 MINUTES [E]** v/intervjuer Christina Pletten. Claudia Weinstein	**SPORT I SPILL** v/moderator Knut Kristian Hauger. Steinar Brændeland, Rune Haug, Niels Røine, Bjørn Taalesen	**FORBERED AVISEN PÅ FREMTIDEN [E]** v/Russell Viers	**VIDEO 4: 4K HØYOPPLØSELIGE OPPTAK**	
12:15	**LUNSJ I GRIEGHALLENS SPISS.** Mrk: Kun forhåndsbestilling, husk billett!				
13:15 - 14:15	**NORSK TV-TOPPMØTE** v/ moderator Trygve Rønningen. Hans-Tore Bjerkaas, Alf Hildrum, Lasse Kokvik, Harald Strømme	**DEN ARABISKE VÅREN ETTER [E]** v/moderator Fredrik Græsvik. Walid Al-Saquaf, Lina Ben-Mhenni, Christian Christensen, Mani, Nizam Najar	**JOURNALISTISK STAMMEDANS** v/Ida Willig	**NÅR KILDENE ER ILLEGALE** v/Janne Kjellberg, Caroline Rugeldal	**VISNING: AMBASSADØREN** (mrk. varer til 14:45)
14:30 - 15:15	**ALL GRUNN TIL BEGEISTRING [E]** v/moderator Christina Jeurling. Steve Rasch	**STRIE STRØMMER** v/moderator Helge Høibraaten. Stine Moe Engelsrud, Thomas Manus Hønningstad, Hege Kosberg, Karianne Melleby, Sindre Østgård	**ORDENE VI IKKE GLEMMER** v/moderator Hilde Sandvik. Hans Kristian Amundsen, Jens E. Kjeldsen, Hege Ulstein	**LANDETS FØRSTE MEDIEBYDEL** v/Unni Arnøy, Leif Ove Larsen, Svein Ove Søreide	
15:30 - 16:15	**EIERHERRENE** v/ moderator Kjetil H. Dale. Amund Djuve, Thor Gjermund Eriksen, Per Axel Koch, Didrik Munch	**THE ONION: DIGITAL SATIRE [E]** v/moderator Thomas Seltzer. Baratunde Thurston	**PROFESSOR IPHONE [E]** v/Michael Bull	**PRESSEKONFERANSE: LANDETS FØRSTE MEDIEBYDEL**	**VISNING: MAD MEN [E]**
16:30 - 17:30	**SOSIALE MEDIERS MØRKE SIDE [E]** v/Evgeny Morozov	**BRÜGGER UNDERCOVER: AMBASSADØREN** v/moderator Asbjørn Slettemark. Mads Brügger	**FEM OM FEATURE** v/moderator Hans Olav Brenner. Trude Lorentzen, Bernt Jakob Oksnes, Kjetil Østli, Helle Aarnes		
19:30	**MEDIESPESSIAL: TRYGDEKONTORET** v/ Thomas Seltzer. Rick's. Dørene åpner kl 19:00. Senest på plass i salen kl 19:15.				
21:00	**DEN STORE MEDIEQUIZEN** v/ quizgeneraler Martin Giæver & Erik Solbakken. Rick's. Fri adgang så langt det er plass v/visning av deltakerpass.				

FREDAG 11. MAI

	PEER GYNT	DOVREGUBBEN	KLOKKEKLANG	SMÅTROLL
08:30	**REGISTRERING AV DELTAKERE I GRIEGHALLEN,** inngang Peer Gynt			
09:15 - 10:00	**SLIK BYGGET DE BROEN** v/moderator Thomas Seeberg Torjussen. Jørgen Johansson, Charlotte Sieling	**KAN VI FÅ DIN OPPMERKSOMHET ET ØYEBLIKK? [E]** v/Matt Locke	**MED SPEILREFLEKSEN SOM FILMKAMERA** v/Tom Edvindsen	**WORKSHOP: NYESTE NYTT FRA ADOBE [E]** (mrk. varer til 12:15)
10:15 - 11:00	**DOWNTON ABBEY [E]** v/moderator Line Norling. Gareth Neame	**OVER OG UT FOR GRATIS LUNSJ?** v/ moderator Trygve Aas Olsen. Espen Egil Hansen, Eivind Ljøstad, Pål Nedregotten, Tanja Storsul	**KAMPEN FOR FRIHET [E]** v/moderator Marit Christensen. Eynulla Fatullayev	
11:15 - 12:15	**22. JULI: RETTSSAKEN** v/moderator Anne Grosvold. Trond Henry Blattman, Arne Jensen, Torry Pedersen, Mette Valle m.fl	**HALVBRØREN: FRA BOK TIL FILM** v/moderator Ragna Nordenborg. Olav Øen, Per-Olav Sørensen, Mette M. Bølstad	**DE FØRSTE DIGITALE OLYMPISKE LEKER [E]** v/Tim Plyming	
12:15	**LUNSJ I GRIEGHALLENS SPISS.** Mrk: Kun forhåndsbestilling, husk billett!			
13:15 - 14:15	**SE HVA SOM SKJEDDE: 20 ÅR MED TV 2** v/moderator Dan Børge Akerø. Kari Birkeland, Bjørn Eckblad, Bjørn Atle Holter-Hovind, Øivind Johannessen, Göran Skaalmo, Harald Strømme, Davy Wathne m.fl.	**LEVE TWITTOKRATIET!** v/moderator Anders Bjartnes. Lars Nyre, Ken Andre Ottesen, Marie Simonsen, Hans Chr. Vadseth	**SPILL: NYE BRIKKER I BRANSJEN** v/ moderator Rune Håkonsen. Fredrik Sundt Breien, Erling Ellingsen, Tinka Town	
14:30 - 15:15	**MAD MEN: VERDENS STILIGSTE TV-SERIE [E]** v/moderator Christina Jeurling. Maria og André Jacquemetton	**FREMTIDENS JOURNALIST [E]** v/ Andy Dickinson	**P.I.L.S: - TI ÅR OG LIKE TØRSTE** v/moderator Yasmin Syed. Bård Ose, Finn Tokvam	**VISNING: KUMARÉ [E]** (mrk. varer til 15:50)
15:30 - 16:15	**SNIKENDE BUDSKAP, SKJULT REKLAME** v/moderator Mikal Olsen Lerøen. Espen Barås Bye, André Jåtog, Lars Erling Olsen, Petter Wallace	**TIDENES TV-SEILAS** v/Thomas Hellum		
16:30 - 17:30	**YLVIS FOREVER** Moderator Line Norling. Christian Løchstøer, Vegard og Bård Ylvisåker	**GURU UNDERCOVER: DEN SANNE HISTORIEN OM EN FALSK PROFET [E]** v/moderator Asbjørn Slettemark. Vikram Gandhi		
21:00 - LANGT PÅ NATT	**DEN STORE FREDAGSFESTEN** Fri adgang så langt det er plass, ved visning av deltakerpass, billett eller bransjekort. Sjømatkirken, Zachariasbryggen, 3 etg.			

[E] = ENGELSK
MED FORBEHOLD OM ENDRINGER

Downton Abbey-produsent Gareth Neame

Tim Plyming om BBCs digitale OL-satsning

Kim Bodnia og Broen-fotograf Jørgen Johansson

FOREDRAGSHOLDERE
(ET LITE UTVALG)

HEGE DUCKERT
KULTURREDAKTØR,
NRK

SUZANNE MOLL
SJEFREDAKTØR,
RADIO 24SYV

CLAUDIA WEINSTEIN
STORY EDITOR,
CBS NEWS / 60 MINUTES

JANNE KJELLBERG
JOURNALIST,
NRK P2

DAN BØRGE AKERØ
PROGRAMLEDER,
NRK

LINA BEN-MHENNI
BLOGGER OG AKTIVIST

HEGE KOSBERG
MULTIMEDIADIREKTØR,
TV2

THOR GJERMUND ERIKSEN
KONSERNSJEF,
A-PRESSEN AS

MARIT CHRISTENSEN
JOURNALIST

TINKA TOWN
KREATIV LEDER, MEDEIER / GRÜNDER, RAVN STUDIOS AS

CHRISTIAN CHRISTENSEN
PROFESSOR, INSTITUTT FOR INFORMATIKK OG MEDIA, UPPSALA UNIVERSITETET

TRUDE LORENTZEN
JOURNALIST, DAGBLADET

HANS OLAV BRENNER
PROGRAMLEDER, NRK

SIDSEL WOLD
JOURNALIST, UTENRIKS, NRK

HANS KRISTIAN AMUNDSEN
STATSSEKRETÆR, STATSMINISTERENS KONTOR

GARETH NEAME
EXECUTIVE PRODUCER, DOWNTON ABBEY

IDA WILLIG
PH.D., LEKTOR I JOURNALISTIKK, ROSKILDE UNIVERSITET

MADS BRÜGGER
DOKUMENTARIST OG KANALSJEF, RADIO24SYV

TIM PLYMING
PROJECT EXECUTIVE, DIGITAL & EDITOR LIVE SITES, BBC´S LONDON 2012 OLYMPIC TEAM

STEVE RASCH
KLIPPER, CURB YOUR ENTHUSIASM

SIMON SUTTON
PRESIDENT, HBO INTERNATIONAL AND CONTENT DISTRIBUTION, HBO

JOERI VAN DEN BERGH
CO-FOUNDER, INSITES CONSULTING

FREDRIK SKAVLAN
PROGRAMLEDER, SKAVLAN

TRINE EILERTSEN
SJEFREDAKTØR, BERGENS TIDENDE

Suzanne Moll (Radio 27syv), Fredrik Skavlan (Skavlan), Martin Jönsson (Svenska Dagbladet) og Trine Eilertsen (Bergens Tidende) i debatt om den skandinaviske medieundersøkelsen

Foto: Jarle H Moe

SKANDINAVISK MEDIEUNDERSØKELSE

Nordiske Mediedager utfører hvert år en unik undersøkelse om forholdet mellom media og publikum. I år ble undersøkelsen for første gang utført blant befolkning og journalister både i Norge, Sverige og Danmark.

Hvilke holdninger har skandinaviske journalister til jobben sin, til samfunnsspørsmål og til den teknologiske utviklingen? Er det store forskjeller på hvordan svensker, dansker og nordmenn forholder seg til journalistikk og medier?

Gjennom å skille mellom journalister og øvrig befolkning fikk vi helt særegen komparativ informasjon om befolkningens vs. journalisters bruk og holdninger til mediene. Respondentene var et representativt utvalg av befolkningen i Sverige, Norge og Danmark (over 18 år), samt fra medlemmene i de tre landenes journalistlag.

Foto: Jarle H Moe

Frank Aarebrot presenterte som vanlig resultatene av under-søkelsen

Resultatene er både overraskende og interessante. Vi har fått ny informasjon om likheter og forskjeller i mediekulturen i våre tre land, og belyst aktuelle journalistiske problemstillinger. Samtidig har undersøkelsen også kartlagt politisk tilhørighet og mediebruk.

De rykende ferske resultatene ble presentert av professor Frank Aarebrot (Universitetet i Bergen) under Mediedagene. Foredraget ble etterfulgt av en debatt under ledelse av Arill Riise (TV 2). Paneldeltakere: Suzanne Moll (Radio24syv), Martin Jönsson (Svenska Dagbladet), Trine Eilertsen (Bergens Tidende) og Fredrik Skavlan. Både foredraget og debatten kan sees i sin helhet på mediedager.no.

Frank Aarebrot presenterte også de danske resultatene på konferansen 'Redaktørenes Døgn' i Danmark. I tillegg fikk undersøkelsen stor medieoppmerksomhet i alle tre land. Resultatene er fritt tilgjengelig på mediedager.no.

Medieundersøkelsen har vært gjennomført årlig siden 1999. De årlige undersøkelsene gir innblikk i hva journalister mener om sitt yrke og innflytelsen journalistikken har. Ikke minst avdekker de hvordan publikum opplever media og journalistenes arbeid.

Resultatene er gjenstand for debatter både internt og eksternt i mediebransjen, og vi kjenner til at undersøkelsene benyttes til bl.a. forskning, i redaksjoner og internt blant gruppene som har deltatt.

Skandinavisk medieundersøkelse ble utført i samarbeid med Norsk Journalistlag, Dansk Journalistforbund og Svenska Journalistförbundet. Faglig ansvarlige er journalist Torgeir Foss (TV 2), professor Frank Aarebrot (Institutt for sammenlignende politikk, UiB), daglig leder Thore Gaard Olaussen (Respons), og journalistene Pål Andreas Mæland og Gunnar Wiederstrøm fra Bergens Tidende.

Vi retter en stor takk til alle respondentene, og særlig til journalistforbundene som har bidratt med faglige innspill og engasjert sine medlemmer i undersøkelsen.

Medieundersøkelsen 2012 er særskilt støttet av Fritt Ord, Rådet for anvendt medieforskning (RAM), TV 2 og Danske Mediers Forum.

Aftenposten

HVIS DU BARE KUNNE SE ÉN FILM RESTEN AV LIVET,

Det norske folk er lei av medienes terrordekning

To av tre nordmenn mener det har vært for mye i mediene om 22. juli-terroren og Anders Behring Breivik, viser spørreundersøkelse. Når halvparten av 637 spurte journalister sier det samme.

MEDIEMESSEN

Mediemessen er samlebetegnelsen på alle utstillerne på Nordiske Mediedager. Både bedrifter og organisasjoner velger å profilere seg hos oss. En del av utstillerne i år hadde vært med oss i flere år, mens mange var med for første gang. En rekke av de større sponsorene våre møter man også på Mediemessen. Alle utstillere får tilgang til hele konferansen og en rekke sosiale arrangement.

Utstillerne er svært viktig for oss. I tillegg til at de gir inntekter, er de også med på å skape god atmosfære og aktivitet i mingleområdene på konferansen.

Utstillerne var spredt i mingleområdene i to etasjer, hvor det også var ulike pauseområder møblert av IKEA. I messeområdet kunne man også kjøpe seg noe å spise hos Godt Brød.

UTSTILLERE/SPONSORER:

Canal Digital
Comoyo
Digitalradio Norge
Institutt for journalistikk
Kamikaze Media
Knowit
Mediebedriftenes Landsforening
Molvik Grafisk
Norsk Journalistlag
PwC
Retriever
Sixt Frydenbø
Smartcom:tv
StormGeo
Video 4
Visiolink
Vizrt

Foto: Renate Sæle

PRESENTASJONER:
Som en del av Mediemessen er det også mulig for bedrifter å ha presentasjon i en egen sal på konferansen. Presentasjonen bør ta utgangspunkt i bedriftens virksomhet og må ha relevans for mediebransjen. Presentasjonene holdes i salen Troldtog med plass til nærmere 100 personer. Det informeres om dem etter samme mal som sesjonene i hovedprogrammet, både på nett og i programkatalog.

ÅRETS PRESENTASJONER VAR:

- Visiolink: Digital publisering med resultater
- Telenor: Spørsmål du har om internett, men ikke tør spørre om
- Video 4: 4k høyoppløselige opptak: På kino i dag - i hjemmene i morgen

I tillegg ble det holdt en presentasjon av Mediebydelen Bergen, med en påfølgende pressekonferanse.

KAFFEHUSET FRIELE bidro med velsmakende kaffe til alle våre festivaldeltakere gjennom hele konferansen, helt gratis. Deres kaffebar var et svært populært innslag som vi satt stor pris på å ha på konferansen.

IKEA var vår møbelleverandør i år. Dette var et stort visuelt løft for konferansen. Ikke bare ble møbler og tilbehør nøye utvalgt i forhold til våre profilfarger og behov, men IKEA hadde selv en representant til stede, interiørdesigner Camilla Gjerset. Hun sørget for at alt til enhver tid ble plassert på beste måte på alle scener, pauseområder og uteareal. Dette var til enorm hjelp for oss, samt at det bidro til at hele inntrykket av konferansen

Foto: Renate Sæle

ble svært profesjonelt. Vi retter en stor takk til IKEA for dette gode samarbeidet.

SIXT FRYDENBØ BILUTLEIE er vår transportleverandør. Dette samarbeidet gjør at vi kan hente alle foredragsholderne på Flesland, og de internasjonale gjestene får også transport tilbake når de skal dra. Denne servicen blir satt stor pris på, og vi er veldig glad for dette gode samarbeidet. Sjåførene er mange frivillige som stiller opp og sørger for at alle gjestene møter Bergen på en hyggelig måte.

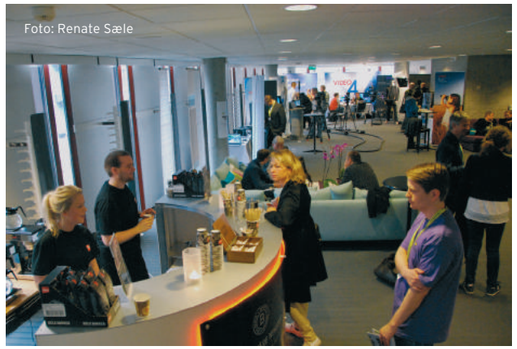


Foto: Renate Sæle

Foto: Renate Sæle

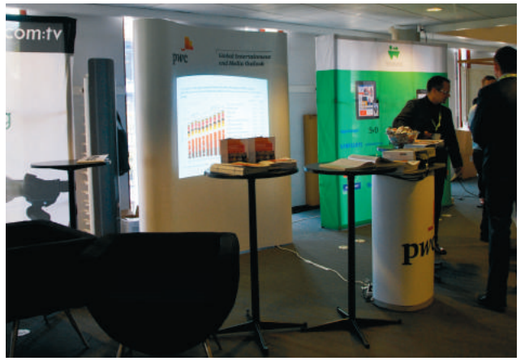


Foto: Renate Sæle

Foto: Renate Sæle

NMD UNG

NMD Ung er Nordiske Mediedagers tilbud til elever på videregående nivå. I år bestod NMD Ung av konkurransen "Hvilken app savner du?" og vår årlige heldagskonferanse.

Konferansen opplevde rekordinteresse og samlet hele 650 elever, mot 450 i 2011. Elevene kom fra 14 ulike videregående skoler i Hordaland.

Med NMD Ung vil Nordiske Mediedager formidle kunnskap om bransjen til ungdom. Hovedmålet er å styrke deres mediekompetanse både som brukere og formidlere, gi dem et innblikk i hvordan mediebransjen fungerer i praksis.

Programmet ble godt mottatt, og tilbakemeldinger fra lærere og elever er positive.

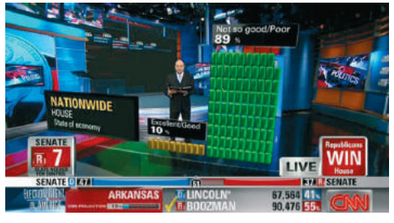
Foto: Ingvild F Melien

PROGRAM
Konferansier: Jonn Erik Aasen (TV 2)

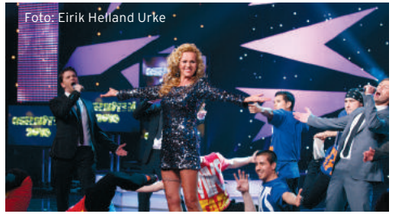
HURTIGRUTEN MINUTT FOR MINUTT
Den utrolige historien om ferden fra en vill idé til folkefest, Guinness-rekord og tre millioner seere på NRK2.
v/ prosjektleder Thomas Hellum, NRK.

MIN 22. JULI
22. juli var NRK-journalist Marius Arnesen på vei i helikopter for å ta oversiktsbilder av skadene i regjeringskvartalet. Så ble de omdirigert til Utøya.
v/ journalist Marius Arnesen, NRK.

22. JULI: MEDIEDEKNINGEN
Hva tenkte nyhetsjournalisten og redaktøren som var på vakt 22. juli? Og i tiden etterpå? Hvordan opplever en overlevende alt som sies i media?
Debatt v/ moderator Hilde Sandvik (Kultur- og debattredaktør, Bergens Tidende). Panel: Kjetil H. Dale (journalist og reporter, TV 2), Mette Valle (fylkessekretær, Hordaland AUF) og Gard Steiro (fungerende sjefredaktør 2011, Bergens Tidende).



VERDENSLEDENDE INNOVASJON FRA "LILLE" BERGEN
Vizrt vokste ut av TV 2 i Bergen i 1997 og har i løpet av de siste ti årene klart å bli en verdenslende leverandør av grafikkløsninger for tv-produksjon.
v/ utviklingsdirektør Bernt Kåre Johannessen (Vizrt).



USMINKET PÅ DEN RØDE LØPEREN
Om alle de store og små detaljene som må fungere for å gjennomføre Gullruten-sendingen 2012; alt arbeidet som ligger i produksjon, timing, belysning, takketaler, kjolene, logistikken...
v/ programredaktør Kari Hansmark (TV 2)

APP-KONKURRANSE
I forkant av NMD Ung-konferansen inviterte vi elevene til å sende inn sine ideer til nye mobilapplikasjoner, under tittelen "Denne app'en MÅ lages!".

Bidragene ble vurdert av en profesjonell jury, som kåret følgende vinnere:

FINDING FLOWERS
v/ Selma Flatvoll, Nathalie Lysvold og Amalie Løtvedt, Nordahl Grieg vgs.

Hovedtema:
Applikasjonen vil gi informasjon om blomsterfloraen. Ved å bruke objektgjenkjenning og kamera på smarttelefonen vil du få informasjon om blomsten du har tatt bilde av: Hva den heter, hvor den vokser, hvilken pleie den trenger etc. Målgruppe: 30+, og blomsterinteresserte spesielt.

Om vinneren sier juryen:
"Dette er en innovativ app med et stort potensiale, og det finnes ingen tilsvarende kommersielt tilgjengelig app for det norske markedet. Her har man jobbet med både tekst og bilder og den kan utvikles i mange retninger. Løsningen er pedagogisk og innovativ."

BABYBOOK
v/ Silje Moen, Malena Grant-Falch og Elisabeth Kindt, Nordahl Grieg vgs.

Hovedtema:
Applikasjonen skal lære små barn ord og lyder, og vil kunne være en medhjelper til språkopplæring for 0-5-åringer.

Om andreplassen sier juryen:
"Dette er en god idé! Dette er den appen som kanskje er nærmest å kunne bli realisert, og er absolutt gjennomførbar. Den har en avgrenset målgruppe, men den ivaretar målgruppens behov på en glimrende måte. Appen kan fungere både ift. læring og som ren underholdning og tidsfordriv. Her er det et definitivt salgspotensiale."

JURY:
Tor Arne Fanghol, journalist og tidligere digitalredaktør, Bergens Tidende
Kjetil Horneland, daglig leder, Kamikaze Media AS
Ricki Sickenger, seniorkonsulent, Webstep Bergen og styremedlem i Spillmakerlauget i Bergen
Bård Singstad, daglig leder, Reaktor
Frode Guribye, førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB

NMD Ung støttes særskilt av Fritt Ord, Hordaland fylkeskommune, J. W. Eide Stiftelse og Sparebanken Vest.

"Ville berre senda ein kjapp takk for ein fantastisk interessant og flott ungdomskonferanse på mandag. Elevane var begeistra!!"

Hilde Fiske Hugaas, lærer, Knarvik videregående skole.

Are Kalvø
Foto: Jarle H Moe

Den store Journalistprisen
Foto: Jarle H Moe

Kulturdepartementets menneskerettspris for journalister
Foto: Jarle H Moe

OFFISIELL ÅPNING

Onsdag 9. mai, Grieghallen

Også i år hadde vi gleden av at kulturminister Anniken Huitfeldt foresto den offisielle åpningen av Mediedagene. Og tradisjonen tro ønsket byrådsleder Monica Mæland velkommen til årets konferanse.

Vi er også svært stolte av at Nordiske Mediedager for første gang var arena for utdelingen av en av de gjeveste journalistiske utmerkelsene i landet, nemlig Den store journalistprisen. Trude Lorentzen, Eivind Sæther og Adrian Øhrn Johansen fra Dagbladet mottok den høythengende prisen for dokumentaren "Tomrommene", om fire av ungdommene som ble drept på Utøya 22. juli. Vi er også beæret over at Kulturdepartementets Menneskerettspris for journalister ble tildelt to verdige vinnere på scenen hos oss, nemlig Caroline Rugeldal og Janne Kjellberg i NRK, for dokumentarboka *Illegal. Papirløs i Norge*.

Men det var langt i fra bare alvor som preget åpningen av Mediedagene. Eva and the Heartmaker stod for den musikalske underholdningen, og Are Kalvø kom med sitt skråblikk på mediebransjen. Hele den offisielle åpningen kan sees i sin helhet på mediedager.no/nett-tv, vi anbefaler en titt!

KVELD

Foto: Paul S Amundsen

DEN STORE PRISFESTEN

Onsdag 9. mai, Rick´s

Etter åpningen var det igjen duket for Den store Prisfesten, med utdeling av en rekke gjeve priser innenfor klassene nett/mobil/tv, magasin/uke-presse og avis. Det var som vanlig høy stemning på Mediebedriftenes Landsforenings store festaften. Konferansier Stål Talsnes (TV 2) loset en fullsatt sal gjennom utdelingen, og underholdningen stod den strålende opplagte duoen Rune Andersen og Espen Beranek Holm for.

ÅRETS MEDIEPRISER
NETT/MOBIL/TV:

ÅRETS LOKALE NYHETSNETTSTED
Fædrelandsvennen, www.fvn.no

ÅRETS NASJONALE NYHETSNETTSTED
VG www.vg.no

ÅRETS NISJENETTSTED
Romsdals Budstikke www.kortreist.no

ÅRETS INNOVASJON
Dagbladets Spotify app

ÅRETS MOBILE NETTSTED
Haugesunds avis – diverse apper

ÅRETS TABLETUTGAVE
A-magasinet

ÅRETS NYHETSSAK FOR WEBTV/LOKALTV
"De glemte barna" – TVAdressa

ÅRETS REPORTASJE FOR WEBTV/LOKALTV
"Robins kamp tilbake" – VGTV

ÅRETS PROGRAMSERIE FOR WEBTV/LOKALTV
"La Linnèa leve" – NRK P3

Foto: Paul S Amundsen

Foto: Paul S Amundsen

ÅRETS MEDIEPRISER
UKEBLAD/MAGASIN:

ÅRETS FORSIDE
KK nr. 52/2011

ÅRETS MAGASINFOTO
"Bakgårdsengler" fotoserie – Vagabond

ÅRETS FORBRUKERSAK
"Ikke bare barnemat" – KK

ÅRETS FEATURE/KULTURSIDER
"Sex og sånn" – MANN

ÅRETS INSPIRASJONSSIDE
"Skogens gull" – STELLA

ÅRETS NYSKAPNING
Sweet Paul

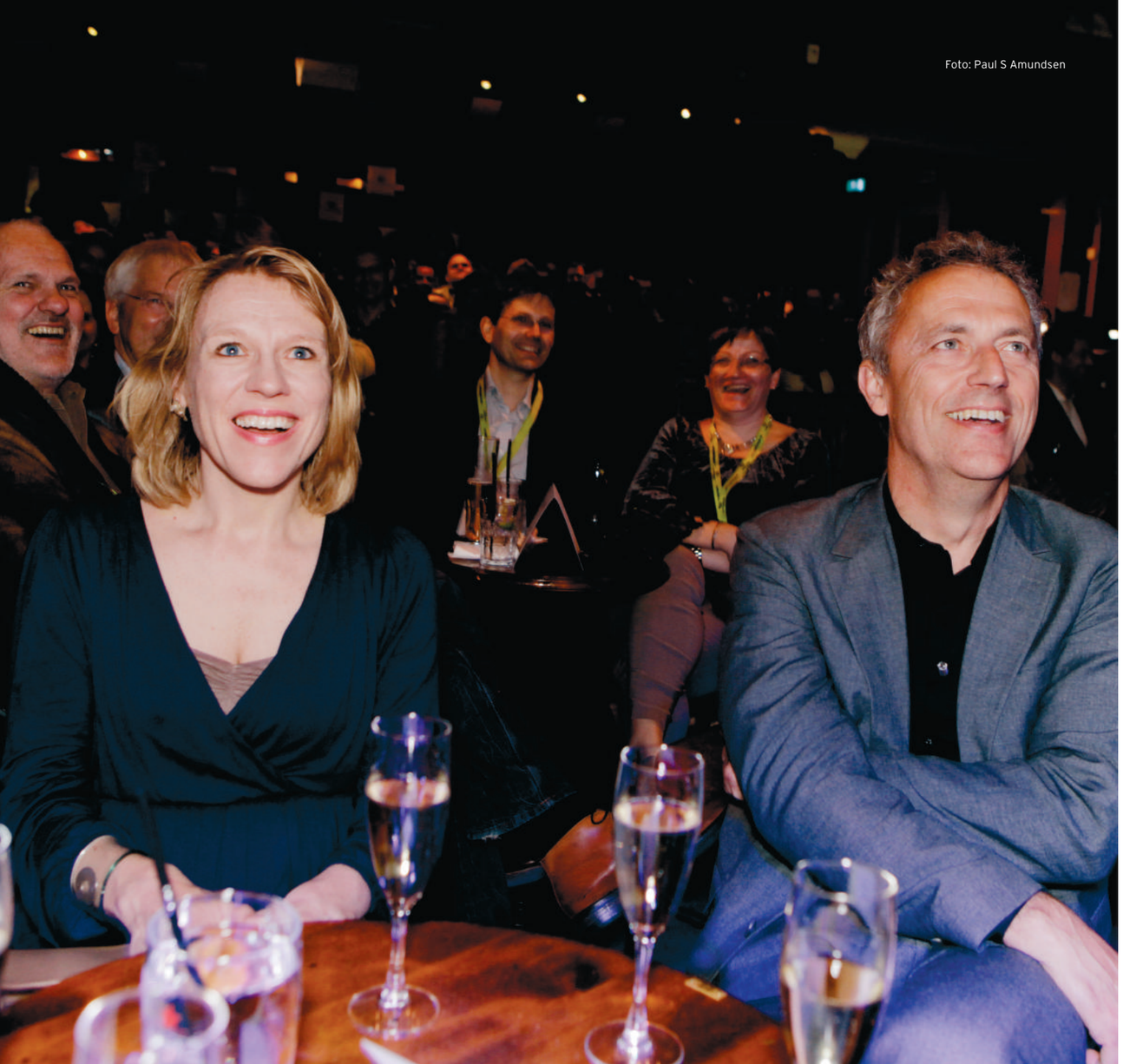


Foto: Paul S Amundsen

ÅRETS MEDIEPRISER
AVIS

FØRSTESIDE

HEDERLIG OMTALE
VG
Aftenposten

BRONSE
Adresseavisen
Gjengangeren

SØLV
Bergensavisen

ÅRETS NYHETSSIDE

HEDERLIG OMTALE
Bergensavisen
Adresseavisen
Dagbladet
VG

BRONSE
VG

SØLV
Bergens Tidende

Foto: Paul S Amundsen

Foto: Paul S Amundsen

ÅRETS FORBRUKERSIDE

HEDERLIG OMTALE
Hamar Arbeiderblad
Dagbladet

BRONSE
Romsdals Budstikke

SØLV
Klar Tale

GULL
Dagbladet

ÅRETS FEATURE/KULTUR-SIDE

HEDERLIG OMTALE
Morgenbladet
Sunnhordaland
Klassekampen
Hallingdølen

BRONSE
Aftenposten

SØLV
Bergens Tidende

GULL
D2

ÅRETS AVISMAGASIN

HEDERLIG OMTALE
Morgenbladet
Stavanger Aftenblad - magasinet

BRONSE
Romsdals Budstikke
Siddis Puls (Rogalands Avis)

SØLV
A-Magasinet
Dagbladet Magasinet
D2

ÅRETS NYSKAPNING

BRONSE
Dagbladet Torsdag
Lister:Farsunds Avis

SØLV
Adresseavisen
Aftenposten
Firda

Foto: Paul S Amundsen

ÅRETS NETTSTED
VG.no

ÅRETS MAGASIN/UKEBLAD
Allers

ÅRETS AVIS
Dagbladet

Foto: Paul S Amundsen

Foto: Paul S Amundsen

Foto: Paul S Amundsen

Foto: Kjetil G Pedersen

TRYGDEKONTORET: MEDIESPESSIAL

Torsdag 10. mai, Rick´s

Torsdag kveld inntok trygdesjef Thomas Seltzer kontorstolen på årets Mediespesial. Med seg rundt bordet hadde han saksbehandlere Else Kåss Furuseth (komiker, *Torsdag kveld fra Nydalen* m.m.), Eivind Landsverk (programdirektør, TV Norge), Marie Simonsen (politisk redaktør, Dagbladet) og Vågard Unstad (rapper, A-laget). Mediespesial er en årlig event på torsdagen under Mediedagene, der en norsk tv-produksjon gjøres live foran publikum.

Foto: Kjetil G Pedersen

DEN STORE MEDIEQUIZEN

Torsdag 10. mai, Rick´s

Etter Mediespesial var det klart for den svært prestisjefylte Mediequizen. Lite ante publikum hva som var i vente da tospannet Martin Giæver og Erik Solbakken (begge NRK) sparket i gang konkurransen med selveste ordføreren i Bergen, Trude Drevland, som sidekick. Det ble en festaften vi sent vil glemme!

Årets Mediequiz ble produsert i samarbeid med spilleverandøren Bezzerwizzer.

Foto: Kjetil G Pedersen

Foto: Kjetil G Pedersen

DEN STORE FREDAGSFESTEN

Fredag 11. mai. Sjømatkirken, Zachariasbryggen

På Mediedagenes siste kveld inviterte vi deltakere på Nordiske Mediedager, stab og nominerte til Gullruten og lokal mediebransje til Den Store Fredagsfesten, en bransjekveld uten dypere mening.

Stedet var Sjømatkirken, på torget i hjertet av Bergen. Lokalet var fylt til randen av mediefolk som ønsket å pleie sitt nettverk, diskutere høylytt, få nye kontakter, danse og ha det gøy. Det ble en forrykende avslutning på Mediedagene og en perfekt oppvarming til Gullruten dagen etter.

Foto: Carina Økland

- Det sies at vi journalister aldri er bedre enn vår siste reportasje, men jeg sier vi ikke er bedre enn det neste vi gjør - og jeg har ikke tenkt å gi meg.
Odd Karsten Tveit, NRK.
Vinner av Årets Hederspris.

Foto: Se og Hør

GULLRUTEN

Lørdag 12. mai, Grieghallen

Årets direktesendte Gullruten-show ble i snitt fulgt av 793 000 seere på TV 2, og hadde dermed en markedsandel på 52,5%.

Gullruten har blitt arrangert i 15 år. Årets sending ble produsert av Mediacircus TV, under ledelse av Dorthe Skappel – for trettende og siste gang.

- Jeg er stolt av å ha overlevd i 13 år sammen med et så bra program og gleder meg til å se hva som venter Gullruten i fremtiden.

Dorthe Skappel til TV 2, 12. mai

Juryene som kårer Gullruten-vinnerne består av representanter fra norsk produksjonsmiljø, mediestudenter, journalister, forskere og andre fagpersoner med tilknytning til bransjen. Det ble delt ut priser i 21 ulike kategorier.

Gullruten er stiftet av Norske film- og tv-produsenters forening for å stimulere til tv-produksjon av høy innholdsmessig, kunstnerisk og teknisk kvalitet. Nordiske Mediedager er støttespiller til arrangementet Gullruten.

Foto: JCP

VINNERE 2012

ÅRETS TV-ØYEBLIKK:
Hummerhistorien i Paradise Hotel, produsert av Mastiff TV for TV3

BESTE HUMORPROGRAM:
Helt Perfekt, produsert av Feelgood SFT for TVNorge

BESTE REALITY:
Ingen grenser 2, produsert av Mastiff TV for NRK

BESTE NYE PROGRAMSERIE:
Hver gang vi møtes, produsert av Mastiff TV for TV 2

BESTE MAGASIN- ELLER LIVSSTILSPROGRAM:
Min ungdoms vår, produsert av NRK for NRK

BESTE DOKUMENTAR- ELLER FAKTASERIE:
Overeksponert, produsert av NRK for NRK

BESTE DOKUSÅPE:
Valdres Teens, Produsert av Rubicon TV for NRK

BESTE UNDERHOLDNING:
Hver gang vi møtes, produsert av Mastiff TV for TV 2

BESTE TV-DOKUMENTAR:
Sju kammers - frontsøstrene, produsert av Mica film for NRK

BESTE NYHETSSENDING ELLER AKTUALITETS-PROGRAM:
En liten øy i verden, produsert av Dokumentaravdelingen for TV 2

BESTE EVENT:
Nasjonal minnesermoni 22.7.11, produsert av NRK for NRK

BESTE TV-DRAMA:
Taxi, produsert av NRK for NRK

ÅRETS DELTAKER:
Kari Sangro Olestad i Ingen grenser produsert av Mastiff TV for NRK

BESTE MANNLIGE SKUESPILLER:
Anders Baasmo Christiansen i Dag 2 produsert av Kamerakameratene for TV 2

BESTE KVINNELIGE SKUESPILLER:
Ine Jansen i Helt perfekt produsert av Feelgood SFT for TVNorge

BESTE REALITY (KONKURRANSE):
Alt for Norge, produsert av Monster Entertainment for TVNorge

ÅRETS NYSKAPNING:
Hurtigruten, produsert av NRK for NRK

BESTE BARNE- ELLER UNGDOMSPROGRAM:
Vaffelhjarte, produsert av NRK for NRK

BESTE MANNLIGE PROGRAMLEDER:
Thomas Seltzer i Trygdekontoret produsert av NRK for NRK

BESTE KVINNELIGE PROGRAMLEDER:
Linda Eide i Norsk attraksjon produsert av NRK for NRK

ÅRETS TV-NAVN:
Live Nelvik, NRK

HEDERSPRISEN:
Odd Karsten Tveit - NRK

Foto: Jarle H. Moe

DELTAKERE

Med 1775 registrerte deltakere er Nordiske Mediedager den største mediekonferansen i Norden.

Interessen for å delta er stadig økende, og konferansen ble fulltegnet for tredje år på rad. Pga. økt salkapasitet åpnet vi for et høyere deltakerantall enn tidligere. Like fullt var det lange ventelister.

Deltakerne på Nordiske Mediedager kommer fra et bredt spekter av bedrifter og profesjoner. En hovedvekt av deltakerne kommer fra produksjonsmiljøene knyttet til tv og film, etterfulgt av mediehusene innen nett og papir. Vi har også mange deltakere fra medieutdanning og forskningsinstitusjoner, fra informasjonsbransjen og byråkrati. Alle medier er representert, og både store og mindre bedrifter.

Svært mange er tilreisende, og bidrar til at Bergen blir preget av festivalstemning både på dag- og kveldstid. I tillegg til det rent faglige fungerer Mediedagene også som et unikt møtested for den brede norske mediebransjen.

Deltakerlisten kan lastes ned på mediedager.no.

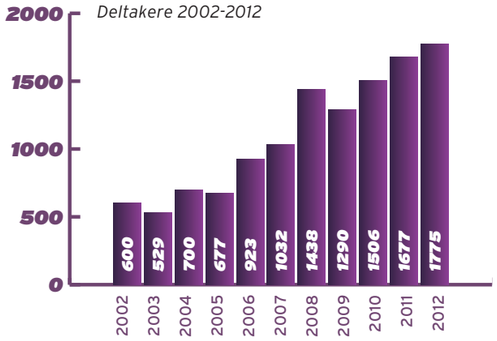
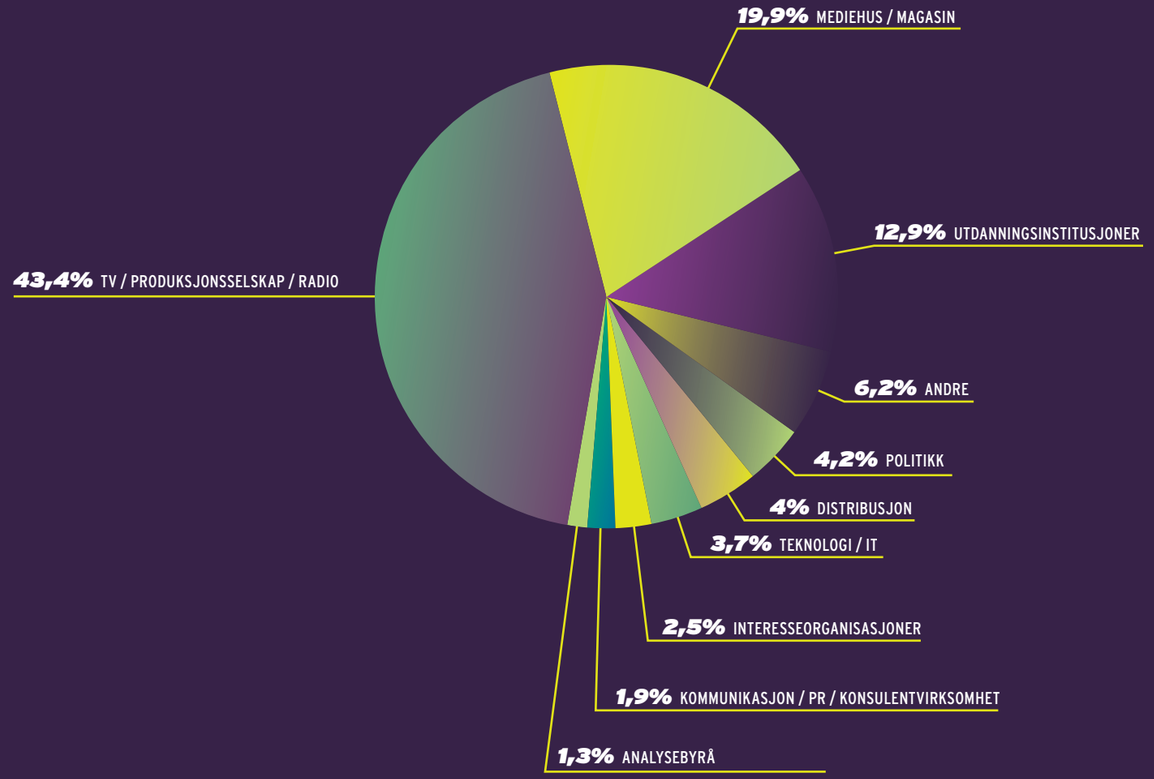


Foto: Jarle H. Moe

BRANSJEFORDELING

NORDISKE MEDIEDAGER 2012



Programhefter
Foto: Gjermund Brabrand

INFORMASJONSARBEID

NORDISKEMEDIEDAGER
Nordic Media Festival

NORDISKEMEDIEDAGER
Nordic Media Festival

NY LOGO OG PROFIL

I 2012 fornyet vi hele profilen vår. Logoen ble justert og vi relanserte nettsiden i nye farger. Profilen og nettsiden er designet og utviklet av vår mediepartner Kamikaze Media. Den spiller på energi, lys, nettverk/mennesker og utgjorde en helhet som dekket alt fra print til vignetter, web, mobil og andre digitale løsninger.

NETTSIDER OG NYHETSBREV

Nettsidene og nyhetsbrevet er våre viktigste informasjonskanaler. Etter hvert som programmet blir klart publiseres sesjoner og foredragsholdere på nettsiden og sendes ut i nyhetsbrev. Deretter informerer vi på Twitter og Facebook og når på den måten bredt ut med informasjonen vår. Vi har også et presserom på Mynewsdesk.com, hvor vi når et stort antall journalister.

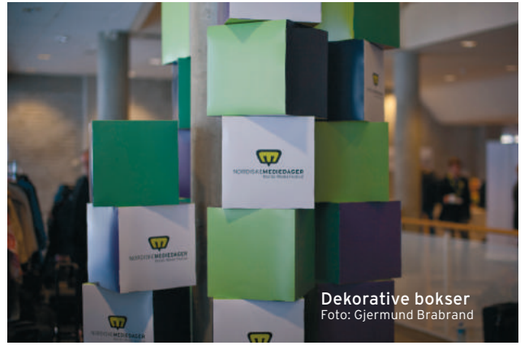
Nyhetsbrevene sendes i gjennomsnitt én til to ganger i uken fra januar til mai. Om høsten sender vi nyhetsbrev når vi har noe relevant å melde om, og bruker ellers Twitter og Facebook til mindre oppdateringer.

TRYKKSAKER OG ANNET INFORMASJONSMATERIELL

I tillegg til ordinære nyhetsbrev sender vi ut en julehilsen i desember, samt noen spesialtilpassede nyhetsbrev i mars som fungerer som digitale teaserbrosjyrer. Julekortet skal minne folk om at påmeldingen til neste års konferanse starter i midten av januar. I de digitale teaserbrosjyrene er hovedbudskapet at vi har en "early bird"-pris frem til midten av mars, som vi oppfordrer flest mulig til å benytte seg av. I disse nyhetsbrevene ramser vi også opp et knippe av årets sesjoner, så folk kan vite hva de har i vente. Vi sendte ut tre slike nyhetsbrev i mars måned, med ca ti ulike sesjoner i hvert av dem.

Infoplakat
Foto: Gjermund Brabrand

Banner på Hotel Norge
Foto: Gjermund Brabrand



Dekorative bokser
Foto: Gjermund Brabrand

FACEBOOK
Vi begynte å bruke Facebook i 2009 og har over 1500 følgere. Vi bruker siden til å informere om programmet med linker og bilder, og til å svare på henvendelser og kommentarer.

TWITTER
Vi har vært aktive på Twitter siden 2009, og har ca 2100 følgere der. Vi bruker Twitter til å informere om programmet, svare på spørsmål og kommunisere med folk. Mediedagenes hovedmålgrupper, journalister og andre mediefolk, samt kommunikasjonsbransjen, er sterkt representert på Twitter.

Allerede i januar kommuniserte vi tydelig ut årets hash tag ("merkelapp"), #nmd12, og kunne derfor registrere mye aktivitet gjennom hele vårhalvåret. Under konferansen kulminerer det i enorm aktivitet på Twitter, som blir lagt merke til langt utover deltakermassen vår.

INSTAGRAM
Instagram er en app som gjør at man kan ta bilder og legge til ulike digitale filter før man deler dem på sosiale medier. Vi tok bilder av ulike forberedelser til konferansen, og bygget raskt en følgerskare på 200 persoer. Vi delte også Instagram-bildene på Facebook og Twitter.

FLICKR
På Flickr kan man laste opp og dele bilder, og velge i hvilken grad de kan brukes av andre. Vi laster alle våre bilder fra konferansen opp på Flickr, og de kan brukes fritt i omtale av Nordiske Mediedager så lenge fotografen krediteres. Bildene er først og fremst ment for media, men de er tilgjengelig for alle interesserte.

Ti fotografer bidro til å dokumentere årets Mediedager, tre av dem på NMD Ung. Flere av fotografene var fra fotolinjen ved Norges Kreative Fagskole i Bergen, som vi har hatt et godt samarbeid med i flere år. Alle fotografene jobber frivillig for oss og de gjør en uvurderlig innsats med å dokumentere konferansen og de omkringliggende arrangementene.

ReidunN: Hjemme etter fantastiske mediedager i Bergen. Norges beste mediekonferanse, særlig i kombinasjon med vårmøtet til red-foreningen #nmd12

TWITTER-TV
For tredje år på rad hadde vi såkalt Twitter-tv i salene og i mingleområdene. I år var dette et samarbeid mellom Telenor og deres underselskap Comoyo, hjulpet av Active Loop. Skjermene viste vår egen Twitter-feed, alle tweets merket #nmd12, samt bilder fra konferansen. Dette skaper interaktivitet og oppmerksomhet på ulike plattformer, og vi retter en stor takk til vår hovedpartner Telenor som muliggjør dette opplegget.

NETT-TV
I år fikk vi ny nett-tv, som også fungerer på mobil og iPad. Under konferansen hadde vi som vanlig livesending fra den største salen, Peer Gynt. Dette gjaldt alle sesjoner med unntak av noen svært få som inneholdt rettighetsbelagt materiale. Presentasjonen og debatten om medieundersøkelsen og norsk tv-toppmøte ble i tillegg overført live på TV 2 Nyhetskanalen.

Nett-tv er en viktig kommunikasjonskanal for Nordiske Mediedager. Vi ønsker å dele så mye som mulig av konferanseinnholdet med alle interesserte, også de som ikke har anledning til å delta i Grieghallen. I tillegg til livesendingene publiserer vi derfor de aller fleste sesjonene i nett-tv etter konferansen. I tillegg lager studenter på film- og tv-produksjonsfaget ved UiB reportasjer for oss, både i forkant av og under konferansen. Disse publiseres fortløpende i en egen kanal.

INFORMASJONSARBEID

PRESSEDEKNING

Det er alltid stor interesse for Nordiske Mediedager og gjestene våre. Konferansen får fyldig dekning i avis, radio, tv og på nett. I år var det spesielt stor interesse for en del av våre utenlandske gjester, for eksempel produsentene av *Mad Men* og *Downton Abbey*. Også den skandinaviske medieundersøkelsen vår var gjenstand for stor oppmerksomhet, særlig her til lands og i Danmark. Vi ser også at journalistene jobber med saker som gjerne kommer på trykk lenge etter konferansen, og på den måten får stoffet vårt lang levetid.

DAGENS NÆRINGSLIV LØRDAG 16. MAI 2012

Faren med at nettavisene trekker ned gardinene er at folk som står på utsiden blir lei av å stirre i veggen og vender hele byggverket ryggen, skriver **Sigurd T. Skjefstad**.

Murer seg inn i et hjørne?

DEBATT
Medier

IKKE NOE VALG? Fædrelandsvennens sjefredaktør Eivind Ljøstad innfører betalingsløsninger for sine nettaviser. Foto: Anders Martinsen

Strategien for å vinne de på utsiden, forble uforløst

JUNI 2012 debatt 35

Følg med på leserdebatt og kommentarer på **bt.no**

Bergen har tatt tetposisjonen i kampen om kommunikasjonsbransjen.

Mediebyen på offensiven

MEDIEKULTUR
Henrik Sandberg, daglig leder og partner i Mediabemanning AS

TV 2, MK NORWAY, Vizrt, BT, It's learning, NRK Hordaland, BA, StormGeo, Nordiske Mediedager og mange flere. Det er lett å bli imponert over hva bergenserne har fått til innen industrien for medier og kommunikasjon. Bak utviklingen står mange av Norges beste hoder innen fagområdet.

Og mer er på gang. Nå handler det om Bergen som mediebyen i Norge, og det å utvikle seg innen området medier og kommunikasjon. Med stikkordene møteplass, kompetanse og teknologi er Bergen Norges mest offensive medieby. Det er det liten tvil om – selv om Oslo er mye større, også innen medie- og kommunikasjonsbransjen.

MAN SETTER SEG høye mål i Bergen, tar posisjoner og leverer særdeles gode resultater. Da er det lov til å skryte litt av bergenserne.

TV 2 er for lengst Norges største kommersielle TV-selskap med imponerende resultater og 3,2 milliarder i omsetning i fjor. BT er et sentrum for Schibsteds Media Norge-satsing, mens Vizrt og StormGeo for lengst er blitt internasjonale medieaktører på henholdsvis grafikk og vær. Det samme har It's learning innen kunnskapsformidling.

> *Man setter seg høye mål i Bergen*

OG NORDISKE Mediedager har lykkes på den hjemlige arena. Ikke alle fikk plass på vårens utgave av mediedagene. Det ryktes også at Salgs- og reklameforeningen i Bergen er den mest aktive innen sitt felt i Norge. Det skjer altså mye i Vestlandets hovedstad.

I Bergen finner man også et av reklamebransjens aller mest spennende selskaper; MK Norway. Selskapet ble startet i Bergen for over 20 år siden, ble revitalisert for 5–6 år siden og etablerte «distriktskontor» i Oslo i fjor. De har internasjonale kunder samt ambisjoner langt utenfor landets grenser. Med Stellapris og beste byrå utenfor Oslo i byråprofil, samt en byråleder i KF-styret, har MK blitt et byrå i norsk elitedivisjon.

OG I OSLO går ryktene om at politikere og ledere innen medie- og kommunikasjonsbransjen i Bergen har vært på tur i Manchester. Ikke for å se på fotball, men for å studere mediefellesskapet i den britiske storbyen. Nå planlegger også bergenserne sin egen medieby. Her kan det raskt bli et firesifret antall medarbeidere fra store og små selskaper, med kommunikasjon som den røde tråden.

Men for å lykkes, må man ha de beste hodene. Det er basis for å lykkes. Menneskene er langt viktigere enn byen!

Man må ikke bare ha de beste hodene i Norge, man må ha medie- og kommunikasjonshoder i verdensklasse. Flere av de ledende selskapene innen kommunikasjonsbransjen, tilhører den ypperste verdensklassen. Og det er flere grunner til at Bergen har lykkes i så måte. En av de viktigste er at de har fokusert på å rekruttere hoder i eliteklassen, hoder som skaper merverdier og som lager de beste produktene og tjenestene og den beste kommunikasjonen. Undertegnede har hatt gleden av å være tett på noe av det som har skjedd i Bergen de senere årene hva rekruttering angår.

I MEDIEBRANSJEN snakkes det mye om organisk vekst og oppkjøp for tiden. Her kan man også trekke paralleller til den staben av mennesker som jobber innen medier og kommunikasjon i Bergen. Noen er rekruttert fra Bergens mange «talentfabrikker» og opplæringsinstitusjoner. Andre er hentet fra andre steder i Norge, eller fra utlandet.

Mediekulturen i Bergen består dermed av en sunn miks av unge og eldre, menn og kvinner – samt bergensere, andre nordmenn og folk som er hentet utenfor landets grenser. Slik får man et topplag bestående av en bredspektret kommunikasjonskompetanse. Og det er viktig for å imøtekomme stadig mer krevende kommunikasjonsoppgaver og utfordringer.

MK NORWAY ER et godt eksempel som jeg har fått anledning til å følge. Her finner vi et internasjonalt lag – med mange kulturer representert. Alle jobber de med kommunikasjon – for nasjonale og internasjonale oppdragsgivere. Det er kompetanse i bredden og i dybden. Det er blitt et miljø som mange trakter etter å jobbe i. Det stimulerer og utvikler – og fyller stadig på med nye ressurser på øverste hylle!

Noe av det MK Norway, Universitetet i Bergens mediesatsing, og Bergen som destinasjon har lykkes med, er å bygge en tydelig og synlig kultur innen kommunikasjonsbransjen.

Dette er kanskje en av de aller viktigste faktorene når man skal tiltrekke seg de beste! Vi erfarer at de fremste fagfolkene i vår bransje er mye mer opptatt av kulturen, kompetansen og de faglige utviklingsmulighetene når de skal bytte beite, enn lønn og «tradisjonelle» karrieremål. Derfor er den satsingen som Bergen nå gjør så utrolig viktig for mediebyen og for utviklingen av store deler av bransjen vår!

Visst har Stavanger for lengst blitt oljebyen. Bergen har derimot tatt tetposisjonen i kampen om mediekulturen!

GALLIONSFIGUR: *Dorthe Skappel har vært et fast innslag som programleder for «Gullruten» som sendes på TV 2 under Nordiske Mediedager i Bergen.* ARKIVFOTO

TV Serierevolusjonen

1. Jeff Daniels i HBOs nye storserie «The newsroom». Serien har premiere i USA 24. juni, og på Canal+ i Norge rundt en måned senere. 2. HBO selv regner talkshowparodien «Larry Sanders show» som starten på kanalens eventyrlige suksess. 3. Michael Kenneth Williams var en sensasjon som Omar i «The Wire». Nå spiller han Chalky White i «Boardwalk empire». 4. Serien «The Sopranos», her ved James Gandolfino som mafiabossen Tony Soproanos, var det store vendepunktet for HBO.

Tv-gullet er i oppskriften

➤ Aldri tenke stjerner og seertall. Alltid gå for kvalitet og originalitet. Alltid gi talentene frie hender. Slik er HBOs serieoppskrift.

STAVANGER
At kabelkanalen HBO har flyttet grenser og gitt hele tv-mediet mer kred, er ikke nytt. Heller ikke at nyskapingen de siste årene heller har funnet sted i tv-mediet enn i filmbransjen i USA. Eller at mange anerkjente regissører og manusforfattere nå heller vil jobbe for tv enn for film, og slåss om å jobbe for HBO. Men hvordan har HBO fått til det til?

Presidenten for HBO International, Simon Sutton, besøkte nylig Nordiske Mediedager i Bergen. Der ga han et innblikk i suksesshistorien til et lydhørt bransjepublikum.

For oss nordmenn startet HBO-æraen for fullt med de banebrytende og nyskapende tv-seriene «The Sopranos» og «Sex and the city» på slutten av 90-tallet. Men ifølge Sutton var det komedien «The Larry Sanders Show» (1992-1998), om livet i kulissene på et amerikansk talkshow, som ble vendepunktet for HBOs egenproduksjon av serier.

Nye sjangere

– Showet fikk stor oppmerksomhet i USA, og vi fikk mange nye abonnenter. Så da manuset til «The Sopranos» havnet på bordet, hadde vi pengene som skulle til for å lage serien. Vi hadde selvsagt ingen idé om hvor stor den skulle bli, sier Sutton.

Mørke, komplekse serier som «Six feet under», «Carnivale», «Deadwood» og «The Wire» fulgte, og viste for hele verden at rollefigurer får vise fram flere fasetter i en tv-serie enn på film, og at komplekse samfunnsstrukturer kan skildres mer inngående i det «lille» formatet. Etter hvert kom også komediene: Med Larry David-serien «Curb your enthusiasm» ble en helt ny humorsjanger oppfunnet. «Flight of the Conchords» tok nerdetrenden til et nytt nivå. Serier som «Treme» og «Boardwalk empire» skildrer samfunnsforhold fra virkeligheten i dybden, gjennom komplekse rollefigurer. Og har samtidig har stor suksess med eventyr- og fantasyaktige serier som «True Blood» og «Game of thrones».

24. juni er det premiere på dramaserien «The Newsroom». Den er skrevet av Aaron Sorkin, mannen bak serien «Presidenten», og Oscar-vinner for manuset til Facebook-filmen «The social network».

Sutton viser til tre viktige markedsforhold som har har gjort HBO-suksessen mulig:

Kreativ frihet

– Som abonnementsfinansiert kabelkanal trenger ikke HBO å forholde seg til de generelle kringkastingsreglene om nakenhet og vold. Og siden vi ikke har reklame, blir vi heller ikke presset av annonsører. Dermed er det mulig å dyrke en fri og uavhengig kreativitet. Helt ærlig, det eneste vi bryr oss om er hvor bra og originale ideene er. Sier vi ja, gir vi regissører og serieskapere mye tillit, tilnærmet frie hender til å få realisert visjonen sin. Å få bestemte stjerner med på laget for å gjøre seriene mer «salgbare» er aldri noe tema hos oss.

I kjølvannet av suksessen har flere andre kabelkanaler kopiert HBOs suksessoppskrift: Showtime, AMC og FX har alle levert serier som på mange måter har samme høye kvalitet som HBO-seriene. Også de nasjonale, reklamefinansierte kanalene i USA våger mer og satser nå på høyere kvalitet. Sånn har HBO revolusjonert programmeringen i hele tv-mediet.

Men én alvorlig tabbe har HBO-folkene gjort. Det var da de takket nei til «Mad men». – Etter alle de årene der vi hadde hatt suksess med vår egen filosofi. Plutselig satt vi der og tenkte på størrelsen på et potensielt publikum, og vurderte at serien var for smal. Det var en alvorlig feilvurdering. Men det minnet oss igjen på at vi aldri skal sette demografi, målgruppe og seertall foran kvalitet og originalitet, sier Sutton.

Vil til Norden

Ryktene vil ha det til at HBO planlegger å etablere en kanal i Norden, et marked som har vist en ekstra stor entusiasme for HBO-serier både på tv og i dvd-boks. Ifølge en artikkel i Dagens Næringsliv vurderer HBO både å lansere streamingtjenesten HBO Go (finnes i dag bare i USA) og tv-kanal som skal inn i kanalpakkene hos tv-distributørene. Et usikkerhetsmoment er avtalen HBO har inngått med Canal+, som gir betalingskanalen førsteretten til å vise HBOs serier i Norden. Sutton ville ikke kommentere disse planene under besøket i Bergen.

ELISABETH BIE
elisabeth.bie@aftenbladet.no

Home Box Office (HBO)

➤ **Hva:** Amerikansk betalingskanalselskap. Etablert i 1972. Eies av Time Warner, årlig overskudd på over en milliard.
➤ **Kunder:** 29 millioner abonnenter i USA, rundt 80 millioner totalt i verden. Distribuerer tv-serier til 150 land.
➤ **Marked:** Canal+ har opsjon på alle HBOs serier tett etter USA-premiere i flere år framover. NRK har opsjon på alle seriene på fri-tv ut 2012.

Nye Troms, lørdag 19. mai 2012

FREMTIDENS RADIO: I 2017 vil gamle FM-radioer slutte å virke. Ketil Nilsen hos Euronics på Storsteinnes mener det er veldig positivt at man i Troms vil ha tilgang til det digitalradionettet allerede innen september neste år.

Digitalradio til hele landet

BALSFJORD: Innen utgangen av 2014 skal hele landet ha fått tilgang til digitalradionettet. I Balsfjord, Målselv og Bardu skal dette være på plass innen utgangen av september neste år.

Leif A. Stensland

Det var under åpningen av Nordiske mediedager i Bergen at Kulturminister Anniken Huitfeldt offentliggjorde at utbyggingsavtalen mellom kringkasterne og Norkring er signert.

– Dette er en milepæl for norsk radio, og noe vi har jobbet lenge for. Som siste medium tar radioen endelig steget inn i den digitale hverdag...

...håndfull kanaler til 15–20 eller flere. Det betyr også at det praktiske arbeidet med å forbedre og utvide digitalradionettene i Norge er i gang.

– Vi er stolte av å bygge verdens mest omfattende DAB-nett for å sikre hele Norges befolkning et bedre radiotilbud, sier administrerende direktør i Norkring, Torbjørn Ø. Teigen.

Det betyr at utbyggingen blir fullført i god tid før den endelige overgangen fra analog til digital radio i 2017. Nilsen er glad for at nettet også vil få svært god arealdekning, som er viktig for bilradiomottak. Samtidig minner han om at når den endelige overgangen fra analog til digital radio er gjennomført vil de gamle FM-radioene slutte å virke.

4 **kultur og medier** BERGENS TIDENDE

Pinlig TV-underholdning

Moderne TV-humor er for lengst oversvømt av ekstremt flaue øyeblikk. Den amerikanske serien «Curb Your Enthusiasm» kan ta mye av æren – og skylden – for det.

▶ **Nordiske Mediedager**
KJETIL KOPREN ULLEBØ
kjetil.ullebo@bt.no

– Det er jo pute-TV, og «Curb Your Enthusiasm» var vel først ute sammen med «The Office», sier Charlo Halvorsen, underholdnings-...

STEVE RASCH

INFORMASJONSARBEID

Solid overvekt. Hvis folket stemte som journalistene, ville de sosialistiske partier hatt over 100 representanter på Stortinget. Jeg husker da pressen var fylt opp av høyrefolk.

Den konservative pressens fall

Medieblikk
Ulf Andenæs
Kommentator

Et storting valgt av journalistene ville hatt 13 representanter fra partiet Rødt, 23 fra SV og 66 fra Arbeiderpartiet. Dette er ifølge den siste store undersøkelsen av journalister i de nordiske land som professor Frank Aarebrot la frem på de nordiske mediedager i Bergen torsdag. Journalistene i Norge, Sverige og Danmark er blitt utspurt og sammenlignet: Om sine holdninger, sin egen mediebruk og sin troverdighet.

Før dominerte Høyre
I partiavisenes tid dominerte den borgerlige og konservative presse. Særlig mektig var Høyrepressen. De store Venstreavisene hersket i sør og vest. Etter at både Høyrepressen og så godt som all annen partipresse er borte, vil redaksjonene gjenspeile holdninger som er vanlige i de kretser som journalister tilhører nå. Dette skiftet påvirker opinionsklimaet i den norske offentligheten hver dag.

Holdningene presentert av Aarebrot stemmer med andre undersøkelser i senere år, og gjentar seg blant journalister i Sverige og Danmark.

I Norge synes faktisk journalistenes støtte til venstresiden å ha gått litt ned i takt med SVs nedtur. I 2003 stemte 36 prosent av norske journalister SV, ifølge undersøkelsen.

De trofaste til bunns
I journalistenes storting ville Fremskrittspartiet fått null representanter, ifølge Aarebrots utregninger. De journalister som faktisk støtter borgerlige partier, har urbane og liberale verdier og stemmer Venstre, som ville fått hele 24 på journaliststortinget, eller Høyre, som ville fått 41. Desto færre hører hjemme i de to partiene som er mest trofaste mot tradisjonelle verdier, Kristelig Folkeparti og Senterpartiet. Disse ville så vidt fått en plass hver på journalistenes ting.

Vi ser en litt annen variant av det samme når henholdsvis journalister og folk flest blir spurt om de synes det var riktig eller galt å trykke de omstridte Muhammed-tegningene. Flest som syntes dette var galt, fant man enten blant dem som stemmer Rødt og SV, som ikke ønsker å egge til strid mot muslimske innvandrere, eller blant dem som stemmer KrF og Sp.

De med forankring i tradisjonelle verdier, anser det som en uskikk å spotte religionen, både sin egen og de andres. Blant danskene derimot er dette spørsmålet fullstendig politisert mellom høyreside og venstreside. Blant norske mediefolk er det et flertall som ville trykke slike tegninger, ifølge undersøkelsen, et større flertall enn blant både danske og svenske yrkeskolleger.

Mellom norske, svenske og danske journalister er nok likhetene på de fleste felter større enn forskjellene, sett utenfra. Når undersøkelsen har gått side om side med en undersøkelse av holdninger i folket som helhet, er det forskjellene mellom journalistene og normalbefolkningen som springer en i øynene.

Nettet tar over
En milepæl er passert: I folket som helhet er Internett nå for første gang i slike undersøkelser den viktigste kilde til informasjon, mens papiravisene for dette formål blir liggende langt bak. Derimot har journalistene fortsatt papiravisene som sin viktigste stoffkilde, og fremstår således tilsynelatende som mer gammeldagse enn sine lesere.

Det skyldes nok ikke bare at papirjournalistene er nødt til å lese sitt eget produkt. Det kan også være fordi en bra papiravis fortsatt er en tidsbesparende kilde til bred informasjon for travle mennesker, ettersom det kan ta sin tid å klikke seg frem og tilbake på nettet for å få et fullt overblikk.

I papiravisen er det noen som har gjort jobben og valgt ut stoffet. Et slikt fortrinn for papir kan raskt endre seg dersom det blir en fullgod erstatning å lese en ferdigredigert avis på nettet der man kan bla fra side til side.

Blant papiraviser settes Aftenposten høyest som informasjonskilde både blant journalister og i normalbefolkningen, men som nettavis beholder VG sitt forsprang.

I det minste på ett felt er det forskjell av betydning mellom de nordiske nabolands journalister. De svenske journalistene synes mer forsiktige enn sine danske og norske kolleger enten det gjelder dekning av kriminalsaker eller deres berøringsangst overfor det mindre politisk korrekte.

Fredrik Skavlan, som deltok da undersøkelsen ble lagt frem, fortalte om da han hadde Carl I. Hagen med fru Eli som gjester i studio. For hans norske publikum var dette greit nok. Blant hans svenske publikum vakte det et fabelaktig bråk, og det ble fordømt på det sterkeste at han hadde «kosepratet» med ekteparet som ifølge svenske kritikere var slike skrekkelige høyreekstremister. Det korrekte Sverige fikk sin straff i form av Sverigedemokratene.

Etter at både Høyrepressen og så godt som all annen partipresse er borte, vil redaksjonene gjenspeile holdninger som er vanlige i de kretser som journalister tilhører nå. I journalistenes storting ville for eksempel Fremskrittspartiet fått null representanter, ifølge en fersk undersøkelse.
FOTO: HÅKON MOSVOLD LARSEN

Melodi Grand Prix: Finalen avholdes i et strengt regime

Baksiden av Baku

I kveld er Europas øyne rettet mot Baku. Myndighetene vil du skal se et glansbilde. Jeg skal fortelle deg det motsatte.

KOMMENTAR

Anders Nyland
anders.nyland@ba.no

●● Wien, 15. oktober 2011: Vi benker oss i Wiener Konzerthaus. Verdenskongressen for aviser skal avsluttes med et måltid. Jeg hilser høflig rundt bordet.

– Hello, pleased to meet you. My name is Anders Nyland. I'm the editor in chief of the Bergen City Tabloid in Bergen, Norway.

– Hello, I come from Aserbajdsjan. I am recently out of prison.

●● Slik var mitt første møte med Eynulla Fatullayev. Han er redaktør og journalist fra Aserbajdsjan. Som enhver god pressemann drev han kritisk journalistikk mot makten. Men myndighetene likte ikke Eynullas kritiske penn. 26. juli 2004 ble han overfalt og banket opp, før han fikk 25 000 euro i bot for å være kritisk mot et medlem av regjeringspartiet. Den 27. september 2006 begynte Eynulla og andre i avisen å få trusler på telefon. Noen ringte også til Eynullas mor. Hun fikk høre at hele familien ville bli drept om ikke sønnen sluttet med sine skriverier. Fire dager senere ble Eynullas far kidnappet. Da la Eynulla ned pennen.

●● Det hjalp ikke. I 2007 ble Eynulla dømt til to års fengsel, anklaget for å ha gitt feilaktige, kritiske opplysninger i et intervju. Mens han satt fengslet, ble han beskyldt for å ha oppfordret til terrorisme, og dømt til ytterligere åtte og et halvt års soning. I 2009 påsto fengselsbetjentene at de fant heroin på cellen hans. Så han ble dømt til å sone i to år til. Sterkt internasjonalt press førte til at Eynulla ble løslatt i fjor, etter vel fire år bak murene.

●● Det ble en spesiell middag i Wien. Eynulla er ett år yngre enn meg. Hans dramatiske historie setter min egen tilværelse i perspektiv. Det er ingen selvfølge å leve i et land med fri presse. Kveldens Grand Prix-deltakere synger i en by der ordet ikke er fritt. Der man ikke kan mene hva man vil. Der man kan bli buret inne om man sier noe myndighetene ikke liker. Tenk på det når dere sitter i sofaen og ser på Grand Prix' glitter og glamour fra Baku i kveld. Baku er ikke glamorøst. Baku er frihetens fiende.

> »I 2007 ble Eynulla dømt til to års fengsel, anklaget for å ha gitt feilaktige, kritiske opplysninger i et intervju.

FORTALTE HISTORIEN: Eynulla Fatullayev fortalte sin dramatiske historie på fagkonferansen Nordiske Mediedager i Bergen tidligere denne måneden. Få dager før dagens finale i Grand Prix fortalte han om manglende pressefrihet i Aserbajdsjan. FOTO: VIDAR LANGELAND

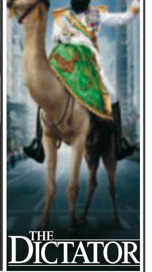
BERGEN K!NO
Bli medlem! kinosonen
Lør 26., søn 27., man 29.5

Konsertpaleet
AMERICAN PIE: REUNION nr 2710 (USA 11 år) Kr. 100,- Bli med på gjengens gjenforening! 1830, 2115
ELSK MEG IGJEN nr 2879 (USA 7 år) Kr 100,- Hva om den du elsker ikke kjenner deg igjen? 1330, 1600, 1830, 2115
FOLK VED FJORDEN nr 2456 (Norsk Alle) Kr. 90,- Vakkert, nært og ekte. Av Øyvind Sandberg. 1630
HVA OM VI ALLE BODDE SAMMEN? nr 2833 (Fransk/Tysk Alle) Kr. 100,- Hvorfor ikke bo i kollektiv? Passer for voksne. 1800
MEN IN BLACK 3 (2D) nr 2883 (USA 11 år) Kr. 100,- Agentene J og K er tilbake... i tid. 1230, 1515, 1800, 2050
MEN IN BLACK 3 (3D) nr 2438 (USA 11 år) Kr. 120,- Agentene J og K er tilbake... i tid. 1330, 1600, 1830, 2115
SIRKUS COLUMBIA nr 2858 (multieuropeisk 11 år) 100,- 1230, 1515, 2050
THE AVENGERS 3D nr 2703 (USA 11 år) Kr. 130,- Alle heltene i samme film! 1300, 1600, 1900, 2215, (Ikke 2215 på mandag.) Se også under MB!
THE BEST EXOTIC MARIGOLD HOTEL nr 2715 (Engelsk Alle) Kr. 100,- Feel-good-film full av livsvisdom, varme og humor. 1830, 2115
THE CABIN IN THE WOODS nr 2851 (Am. 15 år) Kr. 100,- Skrekk/thriller. 1800, 2030, 2300, (Ikke 2300 på mandag.)
THE HUNGER GAMES nr 2712 (USA 11 år) Kr. 110,- Frarådes u/11 år. For ungdom over 13 år. 1800, 2115
THE RAVEN nr 2714 (USA 15 år) Kr. 100,- Thriller med John Cusack. Frarådes unge under 15 år. 1800, 2050
VARG VEUM - KALDE HJERTER nr 1725 (Norsk 11 år) Kr. 100,- Basert på Gunnar Staalesen. 1330, 1900, 2115
WIDE BLUE YONDER - BEGRAVELSE TIL BESVÆR nr 2846 (Eng./norsk Alle) Kr.100,- 1845, 2100, 2310, (Ikke 2310 på mandag.)

Familiefilmer i KP
EN KATT I PARIS nr 2801 (Fransk 7 år) Kr. 85,- Spennende og flott film for alle fra 7 år. 1330, 1600
LILLE SPEIL PÅ VEGGEN DER (NORSKE STEMMER) nr 2713 (Am 7 år) Kr. 90,- Historien om Snehvit fortalt på en ny måte. 1330, 1630
LORAX (2D, NORSK TALE) - SKOGENS VOKTER nr 2796 (USA 7 år) Kr. 90,- Fra teamet bak Grusomme meg. 1330, 1600
LORAX (3D, NORSK TALE) - SKOGENS VOKTER nr 2709 (USA 7 år) Kr. 100,- Fra teamet bak Grusomme meg. 1330, 1630
PIRATENE! 2D (NORSKE STEMMER) nr 2701 (Eng/Am 7 år) Kr. 90,- Hvem vinner prisen - og blir Årets Pirat? 1400 Se også under MB!
PUS MED STØVLER (2D, NORSK TALE) nr 2766 (USA 7 år) Kr. 90,- Pus med støvlene i sin egen film. 1230, 1515
TOR MED HAMMEREN nr 2810 (Islandsk 7 år) Kr. 90,- Spennende familie-film. Passer best fra 7 år. 1550 Se også under MB!

Magnus Barfot
DARK SHADOWS nr 2734 (USA 11 år) Kr. 100,- Av Tim Burton. Frarådes barn under 11 år. 1550, 1830, 2115
THE AVENGERS 2D nr 2702 (USA 11 år) Kr. 110,- Alle heltene i samme film! 1230, 1800, 2115
THE AVENGERS 3D nr 2703 (USA 11 år) Kr. 130,- Alle heltene i samme film! 1800, 2115
THE DICTATOR nr 2794 (USA 11 år) Kr. 100,- Sacha Baron Cohen gjør det igjen! 1330, 1600, 1830, 1900, 2100, 2115, 2310, (Ikke 2310 på mandag.)

Familiefilmer i MB
PIRATENE! 2D (NORSKE STEMMER) nr 2701 (Eng/Am 7 år) Kr. 90,- Hvem vinner prisen - og blir Årets Pirat? 1550
PIRATENE! 3D (NORSKE STEMMER) nr 2819 (Eng/Am 7 år) Kr. 100,- Hvem vinner prisen - og blir Årets Pirat? 1300, 1530
PUS MED STØVLER (3D) NORSK TALE nr 2430 (USA 7 år) Kr. 100,- Alles favorittkatt er tilbake. 1330, 1630
TOR MED HAMMEREN nr 2810 (Islandsk 7 år) Kr. 90,- Spennende familie-film. Passer best fra 7 år. 1330



Billettsalg: I Konsertpaleet fra 1030, også til Magnus Barfot (lør-søndag fra kl. 12.00). Automatisk billettreservasjon hele døgnet: 820 00 082 (kr 4,50/min + 0,89 i oppkobling.) Tast en film ved å benytte firesifret kode etter aktuell tittel. Billettpriser: V fra kr. 85,- Familiefilm: fra kr. 80,- for V og B. Tlf. best kun skoler/b.hag: 55 56 90 54 (10-14) Honnørkort gjelder ikke fre/lør etter 1730 og søndag. Filminfo:bergenkino.no

Andy Dickinson i sesjonen Fremtidens journalist
Foto: Chris Ronald Hermansen

Tom Edvindsen i Med speilrefleksen som kamera
Foto: Mariel Lødum

Studenter som filmer
Foto: Jarle H. Moe

STUDENTSAMARBEID

UIB-STUDENTER I PRAKSIS

For femte år på rad hadde vi et samarbeid med film- og tv-produksjonsfaget ved Institutt for informasjons- og medievitenskap (UiB). Samarbeidet er et praksisopplegg som starter i begynnelsen av vårsemesteret og som kulminerer i en hektisk produksjonsuke under Nordiske Mediedager. Studentene jobbet i alternerende team og produserte til sammen 21 reportasjer som ble publisert i vår nett-tv. Arbeidet ble ledet av universitetslektor Marthe Emilie Igesund.

Studentenes produksjonsperiode er en reell arbeidsprosess med redaksjonsmøter, produksjon og levering av ferdig materiale innen korte tidsfrister. De får tilgang til foredragsholdere på lik linje med andre journalister, og produksjonene dekker et bredt spekter av tema. Studentene viste stor grad av kreativitet og stå-på-vilje. Samarbeidet gir studentene relevant praksis, mens vi får fyldig dokumentasjon av konferansen. Reportasjene kan sees i en egen kanal på mediedager.no og på instituttets hjemmesider. Vi er svært fornøyde med studentenes innsats og ser frem til videre samarbeid med UiB.

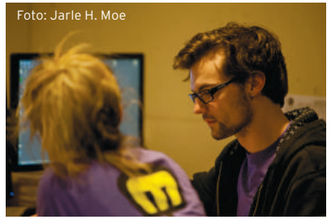


Foto: Jarle H. Moe

Foto: Jarle H. Moe

Foto: Jarle H. Moe

FILM- OG FOTOSTUDENTER FRA NKF

For fjerde år på rad hadde vi et samarbeid med filmlinjen og fotolinjen på Norges Kreative Fagskole i Bergen. Både 1.- og 2.-klassingene på filmlinjen har praksis som kameraassistenter i salene på konferansen. Der filmer de sesjonene på konferansen etter regi fra Smartcom:tv.

De to siste årene har også flere studenter fra fotolinjen på NKF vært viktige medhjelpere for oss. De har jobbet som fotografer og bidratt til at sesjonene på konferansen blir behørig dokumentert. Bildene deres lastes opp på flickr.com/mediedager, hvor de blir liggende til fri bruk i omtale av Nordiske Mediedager. Vi er veldig fornøyde med innsatsen både fra film- og fotostudentene, og ser frem til videre samarbeid med NKF.

PRAKTIKANT FRA HØGSKOLEN I VOLDA

I år hadde Nordiske Mediedager for første gang en student i praksis i administrasjonen. Maren Aas Nakken var utplassert fra bachelorstudiet i PR, kommunikasjon og media ved Høgskolen i Volda, og jobbet hos oss fra begynnelsen av mars og gjennom konferansen. Hun hjalp med ulike typer informasjonsarbeid, og hadde blant annet ansvar for Instagram-kontoen vår.

SAMARBEID MED STUDENTERSAMFUNNET

Studentersamfunnet i Bergen fikk ha et arrangement i salen Klokkeklang torsdag ettermiddag under Mediedagene, med tittel "Ansikter fra den arabiske våren". I sesjonen medvirket to av våre gjester på konferansen, tunisiske Lina Ben Mhenni og den franske videojournalisten VJ Mani, og i tillegg hadde de invitert saudiarabiske Manal al-Sharif. Sesjonen var en diskusjon om den arabiske våren og demokratiets fremtid i regionen, og var godt besøkt.

FRIVILLIGE

På Nordiske Mediedager jobber hvert år mange studenter som frivillige i ulike roller. De jobber bl.a. som sjåfører, romvakter, informasjonsmedarbeidere, sjauere, innsjekkere og guider. I år medvirket hele 109 frivillige under konferansen, og de gjorde en strålende innsats. Vi retter en stor takk til alle de frivillige!

Foto: Eirik Helland Urke

Foto: Eirik Helland Urke

Foto: Eirik Helland Urke

NMD SPESIAL: CLAY SHIRKY

Høsten 2011 kunne vi for første gang presentere Clay Shirky, en av vår tids viktigste medietenkere, i Norge.

"Each of us is simultaneously an individual person and a global publisher."
Clay Shirky

I oktober 2011 arrangerte vi for første gang NMD Spesial, en halvdagskonferanse bygd rundt én foredragsholder og én tematikk. Bakgrunnen var at vi lenge har ønsket å presentere den amerikanske foreleseren, forfatteren og bloggeren Clay Shirky på Mediedagene, men det har av ulike årsaker ikke latt seg gjøre å få ham til Bergen i mai. Han hadde imidlertid anledning å komme i oktober, og dermed oppstod ideen om å lage et eget høstarrangement.

Over 300 deltakere, mange av dem tilreisende, deltok. Arrangementet ble svært vellykket, og tilbakemeldingene både fra deltakere, sponsorer og Shirky var veldig positive.

NMD Spesial faller naturlig inn i vår ambisjon om å være synlig også utover selve maidagene. Det ble et profilskapende arrangement, og det oppleves både meningsfylt og riktig for oss at nettopp vi er den aktøren som tar de mest interessante og toneangivende medienavnene til Norge.

NMD Spesial med Clay Shirky ble gjennomført med økonomisk støtte fra MediArena, Vizrt, VG, Bergen kommune og Sparebanken Vest. Vi ønsker å rette en stor takk til våre gode samarbeidspartnere.

Foto: Eirik Helland Urke

Foto: Eirik Helland Urke

Foto: Eirik Helland Urke

PROGRAM:

Konferansier: Guri Heftye, festivalsjef i Nordiske Mediedager.

INNLEDENDE FOREDRAG:
Anders Hofseth, NRKbeta: Terroren på Twitter
Måns Adler: Bambuser

FOREDRAG MED CLAY SHIRKY

Q & A MED CLAY SHIRKY
Ordstyrer: Heidi Nordby Lunde (VamPus)

PANELSAMTALE
Paneldeltakere: Pål Nedregotten (leder for produktutvikling hos A-pressen Digitale Medier), Sindre Østgård (sjef for nye medier i NRK), Torry Pedersen (adm dir og ansvarlig redaktør i VG), Jill Walker Rettberg (professor i digital kultur ved UiB) og Petter Ole Jakobsen (teknologidirektør i Vizrt).
Ordstyrer: Kjetil H. Dale (TV 2)

MEDIEMINGLING
Etter det faglige programmet inviterte vi til mediemingling på Rick´s Lounge.

BERGEN KOMMUNE

SparebankenVest – satser på Vestlandet

VG AVIS | NETT | MOBIL | TV

vizrt

MEDIARENA

PROGRAMKOMITÉ

CHRISTIAN LURA
JOURNALIST I BERGENS TIDENDE, LEDER

Christian tok journalist-utdanning ved Høgskulen i Volda i 1999-2001. Etter endte studier jobbet han i vikariater i VG, først i avisens samfunnsredaksjon og deretter i sportsredaksjonen. I 2002 fikk han jobb som politisk journalist i BA, og senere ble han krimjournalist samme sted. Høsten 2006 fikk han jobb som vaktsjef i BA, før han sommeren 2007 gikk over til Bergens Tidende som journalist i bt.no. Foran stortingsvalget i 2009 jobbet han med BTs faktasjekk.no. Christian har vært medlem i programgruppen siden høsten 2006 og leder siden høsten 2009.

INGUNN BERNSON
INNKJØPER, TV 2

Ingunn har medie- og journalistutdanning fra Volda og Kristiansand. Hun har jobbet i TV 2 siden 2006 med blant annet musikkrapportering, planlegging av sendeskjema, journalist for tv2underholdning.no og nå som innkjøper av utenlandske programmer og norske filmer til alle TV 2s kanaler.

KRISTIAN BRUARØY
STRATEGISK RÅDGIVER OG FORRETNINGSUTVIKLER, TV 2

Kristian har arbeidet i TV 2 siden 2000, etter at han fullførte fjernsyns-journalistikk ved Høgskulen i Volda. Før dette var han innom Os og Fusaposten og var vernepliktig journalist i Forsvarets Forum. Kristian startet som nyhetsreporter i TV 2, fortsatte i TV 2 Interaktiv og har siden vært med i oppbygningen av TV 2 Sumo. I mars gikk han over i ny stilling som forretningsutvikler og strategisk rådgiver for mediehuset. Kristian har ved flere anledninger sittet i juryer for internasjonale nett- og tv-priser som Emmy Awards, Rose D'Or og nå senest FNs World Summit Award.

HÅKON GRØNBECH
NYHETSREDAKTØR, BERGENSAVISEN (BA)

Håkon kastet seg i 2002 ut i mediebransjen uten journalist-utdanning. I stedet klatret han oppover i lokalavisen Bladet Tromsø, der han begynte som frilanser og senere sportsjournalist. I 2006 flyttet han til Bergen, der en bachelorgrad i journalistikk ved UiB sto for tur. Ved siden av studiene arbeidet han for VG Nett. Senere kom han inn i BA, der han begynte som frilanser og senere ble sportsvaktsjef på heltid. I 2009 fullførte han studiene og fikk rollen som nyhetsredaktør.

ANDERS W. HAGEN
JOURNALIST, DAGENS NÆRINGSLIV

Anders tok journalistutdanning ved Høgskulen i Volda i 1996-98. Han jobbet som vikar i VG i 1998-99, deretter i Dagbladets nyhetsavdeling fra 1999 til 2006, det siste året for Dagbladet.no. Han vikarierte som Dagbladets korrespondent i London i en periode i 2004. I perioden 2006-2008 startet han opp og ledet Aftenpostens satsing på forbrukerteknologi under Forbruker.no på nett og papir. Siden 2008 han han jobbet som journalist ved Etterbørs-redaksjonen i Dagens Næringsliv.

ELIN HELGHEIM
JOURNALIST, NRK HORDALAND

Elin har jobbet i NRK Hordaland siden 1992. De første årene jobbet hun som reporter og etterhvert også som programleder i Vestlandsrevyen i pionertida. Deretter var hun i en tiårs-periode redaksjonsleder for Norge Rundt. De siste årene har hun vært med å lage dokumentarer om alt fra aluminiumsutbygging i golfen, via minutt for minutt prosjektene Bergensbanen og Hurtigruten, til nærtur på Gullfjellet.

ASLAUG C. HENRIKSEN
JOURNALIST, TV 2

Aslaug har jobbet i TV 2 siden 1995, først på sporten og siden 1998 i nyhetsavdelingen. I 2003 fikk hun jobb som nyhetsreporter. Det siste året har hun også fungert som vaktsjef for kveldssendingene. Aslaug er utdannet ved Universitetet i Bergen med hovedfag i medievitenskap, og hun har vært med i programgruppen siden høsten 2009.

BARBARA JAHN
PROSJEKTSJEF, EKSTERN UNDERHOLDNING, NRK

Barbara har jobbet i NRK siden 1992. Hun var med i planlegging og oppstart av NRK P3 i 1993, deretter programleder for Irma 1000, og sjef for NRK UNG fra 1997 til 2009. Frem til sommeren 2012 var hun prosjektsjef for Ekstern Underholdning i NRK, før hun startet i ny stilling som programsjef i Rubicon TV august 2012.

KRISTINE JØRGENSEN
FØRSTEAMANUENSIS, INSTITUTT FOR INFORMASJONS- OG MEDIEVITENSKAP, UIB

Kristine har doktorgrad i medievitenskap fra Københavns Universitet fra 2007, og forsker på dataspill og dataspillbransjen. Hun er styremedlem i Joingame, det norske nettverket for utvikling av og forskning på dataspill.

***SidselWold:* @mediedager Takk for flotte seanser, godt program og god organisering! Jeg kommer gjerne igjen..! #nmd12**

***AnneSpanem:* Takk for fantastiske dager i Bergen! #nmd12 er Nordens beste. Best på bredde og impulser utenfra**

ORGANISASJON

REPRESENTANTSKAP
Bergensavisen: Håkon Grønbech / vara: Truls Christian Waage
Bergen kommune: Helen G. Wathle Kongshavn / vara: Tove Christoffersen
Bergens Tidende: Trine Eilertsen / vara: Gard Steiro
Dagens Næringsliv: Sarah Sørheim / vara: Tor Magne Nondal
NRK: Per Arne Kalbakk / vara: Rune Møklebust
TV 2: Kjell Øvre-Helland / vara: Svein Ove Søreide
Universitetet i Bergen: Ingar Myking / vara: Tore Tungodden

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

PROGRAMKOMITÉ
Leder: Christian Lura, journalist, Bergens Tidende
Anders Hagen, journalist, Dagens Næringsliv
Aslaug Henriksen, journalist / deskprodusent, TV 2
Barbara Jahn, prosjektsjef, Ekstern Underholdning, NRK
Elin Helgheim, journalist, NRK
Håkon Grønbech, nyhetsredaktør, Bergensavisen
Ingunn Bernson, innkjøper, TV 2
Kristian Bruarøy, strategisk rådgiver og forretningsutvikler, TV 2
Kristine Jørgensen, forsker, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB

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

PROSJEKTMEDARBEIDERE
Sekretariat/frivillige: Medieviteren v/Janicke Vindenes Karlsen
Påmelding og booking: Kongress & Kultur v/Vibeke F. Davies
IT-ansvarlig: Crnic Teknikk v/Ariel Ladegård
Filming: Smartcom:tv, studenter Norges Kreative Fagskole og UiB
Praktikant: Maren Aas Nakken, Høgskolen i Volda
Møblering: Camilla Gjerset, IKEA
NMD Ung-konferansen/kveld/mediemessen/transport: Kulturoperatørene

Nordiske Mediedager er en ikke-kommersiell stiftelse.

Stiftere: Bergen kommune, Bergensavisen, Dagens Næringsliv, Mediehuset Bergens Tidende, Universitetet i Bergen, NRK og TV 2 Gruppen.

Representanter fra stifterne utgjør Nordiske Mediedagers styre, representantskap og programkomité.

Medlemmene i programkomiteen blir valgt av styret, etter innspill fra administrasjonen.

Administrasjonen og Clay Shirky.
Fra venstre: Carina Økland, Anngun Dybsland, Clay Shirky og Guri Heftye.
Foto: Eirik Helland Urke

ADMINISTRASJON

GURI HEFTYE
Festivalsjef

Er utdannet fra Westerdals School of Communication og BI og har over 20 års erfaring som merkevarebygger, tekstforfatter, journalist, idéskaper, tv-produsent- og programleder. Hun har jobbet i reklamebyråene New Deal, Ogilvy & Mather, JBR og Filadelfia og i NRK og Rubicon TV, i tillegg til utstrakt virksomhet som frilansjournalist. Hun har ledet 25 litteraturprogram for Kanal 24, skrevet kokeboken "Barmen Unplugged" og ledet utallige såkalte bokbad for Bokklubben. Guri er nestleder i styret i Festspillene i Bergen, styremedlem i Den Nationale Scene og Stiftelsen Sentralbadet Litteraturhus i Odda. Hun er også medlem av Ressursgruppe Medier i Bergen Næringsråd og møter i Byrådsleders kontaktutvalg.

ANNGUN DYBSLAND
Prosjektleder

Anngun har jobbet i Nordiske Mediedager siden 2005. Som prosjektleder har hun bl.a. ansvar for medieundersøkelsen, invitasjoner/påmelding og søknader/rapportering, samt praktisk oppfølging av alle foredragsholdere. Hun er også medlem av programkomiteen, og har hovedansvar for planlegging og gjennomføring av NMD Ung. Anngun har hovedfag i medievitenskap fra Universitetet i Bergen og London Guildhall University. Første møte med Mediedagene var som frivillig i 1999.

CARINA ØKLAND
Presse- og informasjonsansvarlig/prosjektkoordinator

Utdannet fra Kunstskolen i Bergen og Universitetet i Bergen (kunsthistorie/mastergrad i medievitenskap). Har jobbet i Nordiske Mediedager siden 2008. Før det var hun informasjonsansvarlig på Karrieresenteret (Studentsamskipnaden i Bergen). Har også vært tilknyttet film- og tv-bladet Rushprint siden 2005. I Nordiske Mediedager har hun blant annet ansvar for nettsider, nett-tv, presse, sosiale medier og praksisordning for film- og tv-studenter ved UiB. Carina er styremedlem i MediArena AS og stiftelsen Bergen Media By.

ØKONOMI

Nordiske Mediedager vokser i popularitet og størrelse, og er etablert som et arrangement av høy faglig og teknisk kvalitet. Det koster å opprettholde Mediedagene på dette nivået. Nordiske Mediedager er en ikke-kommersiell stiftelse. Stiftelsens økonomi vil gå i balanse i 2012, til tross for lavere sponsorinntekter enn budsjettert. Vi er avhengige av samarbeidspartnere på alle nivå og tilskudd fra fond og offentlige instanser for å drifte konferansen på et ønskelig nivå, og ikke minst for å utvikle den videre.

Mediedagene gikk inn i 2012 med behov for flere partnere. Samtidig møter vi et svært krevende sponsormarked. Det positive resultatet er først og fremst takket være høyere påmelding enn budsjettert, i tillegg til stabile partnere som Telenor og Schibsted Norge, og nye avtaler med bl.a. PwC. Støtten fra det offentlige og institusjoner som Fritt Ord og Rådet for anvendt medieforskning er også avgjørende for at vi kan realisere store prosjekter som medieundersøkelsen, konferansen og NMD Ung.

Hvert år samler Nordiske Mediedager en rekke av de toneangivende fagpersonene i internasjonal medieindustri på konferansen. Dette er en viktig prioritering for oss, å legge til rette for at den norske mediebransjen kan få umiddelbar, direkte og eksklusiv adgang til fagpersoner som kan inspirere og engasjere – og ikke minst bidra til kompetanseheving.

I evaluering av tidligere konferanser fremhever deltakere at nettopp det internasjonale aspektet ved konferansen er avgjørende for det faglige utbyttet. Mediebransjen er spesielt utsatt for internasjonale konjunkturer, og man må være offensiv for å ivareta og videreutvikle næringen.

Med mange internasjonale bidragsytere er imidlertid utgifter til reise og opphold betydelige. Det koster å samle over 100 foredragsholdere fra inn- og utland i Bergen. Dette til tross for at vi sjelden innvilger honorar. Vi takker ofte nei til toneangivende internasjonale aktører pga. honorarkrav. Dette pga. økonomiske begrensninger, men også fordi stiftelsen har som hovedprinsipp å ikke utbetale honorar. Vi registrerer imidlertid at praksisen blir stadig mer vanlig, og må avveie bruk av honorar i forhold til hvor unikt og vesentlig vedkommendes bidrag vil være for konferansedeltakerne og den norske mediebransjen generelt.

Samtidig er vi opptatt av å være i forkant mht. å fange opp trender også utover selve programinnholdet. Mediebransjen tar raskt i bruk ny teknologi, og som fagarena er det avgjørende å bli oppfattet som aktuell og relevant. Det må investeres ressurser i tilstedeværelse og kommunikasjon i sosiale medier, satsning på web-tv/digital teknikk, nettsider, mv.

RT @annelyser: Takk til @mediedager for en FANTASTISK første dag av årets mediedager!! Strålende!!

Stadig vekst og økende forventninger til kvalitet krever også mye av administrasjonen. Arbeidsmengden vokser, og det blir nødvendig med flere prosjektansettelser. Dette medfører i sin tur høyere lønnsutgifter og administrative kostnader.

Sammenlignet med andre konferanser er deltakeravgiften til Nordiske Mediedager lav. Målsetningen er å fortsatt holde avgiften på et nivå som gjør at flest mulig kan delta. Vi tilbyr adgangsrabatt til forskere og studenter, og inngår egne avtaler med større, lokale mediebedrifter. Som tidligere år fikk vi også tildelt stipendmidler fra Norsk Journalistlag, og det er stor interesse for de 30 stipendene som lyses ut. Det er en viktig prioritering for oss å beholde avgiften på et rimelig nivå, men generelt økte kostnadsrammer kan bli en utfordring i forhold til dette.

NMD Ung er et kvalitetstilbud til skoleelever på videregående nivå. Også her øker interessen for å delta. Vi vil gjerne tilby plass til alle som ønsker, og flyttet derfor konferansen til et større lokale i år. Dette innebærer imidlertid økte kostnader både mht. husleie og lunsj. NMD Ung er et gratistilbud til skolene, og det vil ikke bli aktuelt å be om deltakeravgift. Per i dag er tilbudet mulig å gjennomføre ved hjelp av støtte fra gode samarbeidspartnere som bl.a. Sparebanken Vest og Fritt Ord.

Av de samlede inntektene på ca 7,5 millioner i 2012 utgjør egne inntekter fra operasjonelle aktiviteter 43% (uforandret fra 2011), sponsorer 29% (34% i 2011) og de resterende 29% (22% i 2011) fra offentlige tilskudd. De offentlige tilskuddene utgjør dermed en stadig viktigere rolle for oss. Egenkapitalandelen i stiftelsen er god, og i praksis betyr dette at Nordiske Mediedager er relativt godt rustet til å møte fremtidige utfordringer.

Like viktig som økonomisk støtte er den betydelige dugnadsånden og idealismen som Nordiske Mediedager lener seg på. Programgruppens medlemmer bidrar med adskillige arbeidstimer og er slik stiftternes bidrag til fagkonferansen. Disse jobber vederlagsfritt. Det samme gjelder foredragsholdere, styremedlemmer og andre ressurspersoner. I tillegg til de rundt 100 frivillige og en rekke andre.

Stiftelsen Nordiske Mediedager er med andre ord avhengig av en rekke omkringliggende faktorer for å realisere innovative, varierte, oppdaterte, underholdende og ikke minst faglig sterke Mediedager. Vi takker alle samarbeidspartnere, frivillige, deltakere, prosjektansatte, leverandører, foredragsholdere, offentlige etater og fond for uvurderlige bidrag.

Marteflie: Har hatt tre spennende og lærerike dager på #nmd12. I morgen avsluttes det hele med høye hæler, champagne og Gullruten. Konge!

cecilieeny: Takk for spennande program på Nordiske Mediedager. Gler meg til neste år! #nmd12

AndersTangen: Nordiske Mediedager er ikke bare fag, men også en "Hei - takk sist"/smalltalk festival. #nmd12

mynewsdesk_no: @mediedager tusen takk for oss! Har vært en sann glede å være partner på et så supert arrangement!!! #nmd12

VibekeFD: @mediedager Takk til #NMD12 for eit fantastisk arrangement! Utruleg godt jobba, damer (og herrer)! Gleder meg til utblåsning på #Gullruten

Trygve Rønningen var en av mange kjente fjes som deltok i sesjonen Se hva som skjedde: 20 år med TV 2
Foto: Jarle H Moe

Finn Tokvam og Bård Ose (NRK) tok oss bak kulissene i radioprogrammet P.I.L.S.
Foto Benedikte Pettersen

HVORFOR MELDTE DU DEG PÅ NORDISKE MEDIEDAGER 2012?

FAGLIG PÅFYLL OG INSPIRASJON, SAMT VEDLIKEHOLD OG UTVIDELSE AV BRANSJENETTVERK.

Nyttig møtested for bransjen.

Har deltatt tidligere. Synes dette er en veldig god konferanse med mye inspirerende innhold.

Faglig input, treffe kollegaer, fin opplevelse.

Fordi det pleier å være inspirerende og interessant.

Fordi det er i Bergen.

Gøye tv-dramasesjoner.

For input og inspirasjon.

Deltar hvert år i jobb-sammenheng. Svært relevant og noe jeg føler jeg må få med meg.

Anbefalt av kollegeder.

Kontaktskapende.

Aktuelle tema. Nærhet i Bergen.

INTERESSANTE OG AKTUELLE FOREDRAG. KJENNE LITT PÅ PULSEN HVA SOM "RØRER SEG" I MEDIEVERDENEN.

Must for fjernsynsfolk.

For å bli oppdatert på nye trender.

For inspirasjon, nettverk og Bergen i mai: Bra input.

Faglig påfyll!

Inspirasjon, møte kolleger fra hele landet.

Bransjens viktigste konferanse, faglig og sosialt.

Synes det er faglig relevant for meg.

Tradisjon. Liker å være i Bergen.

Ønsket faglige og sosiale dager.

For inspirasjon.

NYTTIG KUNNSKAP OM MEDIE-UTVIKLINGEN. INSPIRASJON TIL VIDERE JOBBING. SPEN-NENDE FOREDRAGSHOLDERE.

NØDVENDIG PÅFYLL.

Spennande foredrag, halde meg oppdatert innen kommunikasjon.

Ønsket faglige oppdateringer.

INSPIRASJON, KUNNSKAP, AVVEKSLING.

FAGLIG PÅFYLL!

Holde seg oppdatert og få faglig påfyll.

Synes programmet var svært interessant.

FOR INSPIRASJON OG NYTTEVERDI + TREFFE FOLK I BRANSJEN UTENOM JOBB

Ønsket læring og inspirasjon og å treffe bransjekolleger.

Arbetar med mediefrågor. Inspiration.

Fordi jeg studerer journalistikk og hadde lyst på litt ekstra motivasjon og inspirasjon. Synes også programmet så veldig spennende ut.

Tidligere erfaring – alltid nyttig påfyll her.

Faglig påfyll.

En møteplass for bransjen - aktualitet og inspirasjon.

Faglig påfyll.

BRA PROGRAM MYE NYTT.

For å bli oppdatert og inspirert.

For å få kunnskap og bygge sosiale relasjoner, nettverksbygging.

Få påfyll. Møte folk.

Bransjeinteresse og for å treffe kollegaer.

For å få inspirasjon og bedre innsikt i hvordan journalister tenker og jobber (jeg er infosjef i større børsregistrert selskap).

I utgangspunktet fordi jeg var nominert til en pris, men også for å få inspirasjon og å høre på interessante debatter og foredrag.

Gammel vane.

FAGLIG OPPDATERING, NETTVERKING.

Fagleg oppdatering og inspirasjon.

Inspirasjon.

Fra sesjonen 22. juli: Rettssaken
Foto: Kjetil G Pedersen

NRKs Thomas Hellum tok oss gjennom Hurtigruten minutt for minutt
Foto: Chris Ronald Hermansen

SAMARBEIDSPARTNERE

Gode samarbeidspartnere er avgjørende for å realisere Nordiske Mediedager.

Mediedagene vokser i størrelse for hvert år, og er avhengig av støtte og gode partnere for å ivareta kvaliteten og for å videreutvikle arrangementet. Våre samarbeidspartneres innspill og praktiske bidrag er også viktig. De inspirerer, utvider våre muligheter og bidrar på ulike måter til å høyne den helhetlige kvaliteten på konferansen.

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

Det er også veldig gledelig at Mediedagene trekker til seg arrangementer som samarbeidspartnere og andre medieaktører initierer. Mediebedriftenes Landsforening (MBL) sin store prisfest ble i år lagt til Bergen for femte gang. Dette er et samarbeid begge parter trekker positive veksler på, og som er i videreutvikling.

Men også andre prestisjefylte priser ble delt ut under Nordiske Mediedager. På åpningen av konferansen tildelte kulturminister Anniken Huitfelt Kulturdepartementets menneskerettspris for journalister til to verdige vinnere. Og vi er stolte av å for første gang være arena for utdelingen av Den store Journalistprisen, som deles ut gjennom Norsk Presseforbund. Bak prisen står også Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening, Mediebedriftenes Landsforening, Norsk rikskringkasting, TV 2 og Den Norske Fagpresses Forening.

Norsk Redaktørforening har siden 2008 lagt sitt vårmøte til Bergen i forkant av Nordiske Mediedager. Dette møtet går annethvert år og samlet i år et hundretalls redaktører i Bergen, hvorav mange valgte å delta på Mediedagene i etterkant.

Vi har også et mangeårig samarbeid med Mediepedagogene (tidligere LMU), medielæreres landsdekkende forum for medieundervisning. De legger sin årlige lærerkonferanse til Bergen i forkant av Mediedagene, og deltakerne kan dermed melde seg på vårt arrangement i forlengelsen av den.

For andre år på rad la tv-teknologiselskapet Vizrt sin konferanse Vizrt Days til Bergen i forkant av Mediedagene. Til deres konferanse kommer mange internasjonale deltakere, og flere av dem valgte også å melde seg på Mediedagene. Både i fjor og i år bidro også en av deres foredragsholdere i vårt program.

Tradisjonen tro ble Nordiske Mediedager avsluttet med Gullruten tv-sending og fest, og satte et flott punktum for en medieuke spekket med fag og fest.

Vi vil takke alle våre samarbeidspartnere som på ulike måter er med på å bygge Mediedagene i Bergen til det største og viktigste bransjetreffet for mediene i Norge.

HOVEDPARTNER

WEB-TV PARTNER

REGIONAL PARTNER

MEDIEPARTNERE

PARTNERE

STIFTERE

OFFENTLIGE STØTTESPILLERE: Bergen kommune / Hordaland fylkeskommune / Kulturdepartementet
STØTTESPILLERE: A-pressen / Fritt Ord / Norsk Journalistlag / Rådet for anvendt medieforskning (RAM) / Den amerikanske ambassaden
ØVRIGE PARTNERE: IKEA / Kaffehuset Friele / Kongress og kultur / Respons analyse / Stiftelsen Gullruten

BBCs Tim Plyming var ansvarlig for OL på alle digitale plattformer
Foto: Mariel Lødum

Foto: Renate Sæle

HISTORIKK

1988 Konferansen Nordiske TV Dager (NTVD) arrangeres for første gang.
Etablert av Bergen kommune, NRK og Universitetet i Bergen. Nordiske TV Dager arrangeres annethvert år.

1993 Stiftelsen Bergen Media By (BMB) etableres. BMB blir praktisk arrangør av Mediekonferansen og er sekretariat for Nordiske TV Dager.

1998 Gullruten legges til Bergen. Gullruten avslutter Nordiske TV Dager og showet sendes for første gang på TV 2.

1999 Media 2000 arrangeres for første gang, i regi av Bergens Presseforening.

1999 Første medieundersøkelse gjennomføres.

1999 Første Journalist i klassen gjennomføres.

2000 Stiftelsen Nordiske TV Dager opprettes.

2000 Nordiske TV Dager og Media 2000 samarbeider under fellesnavnet Den norske Mediefestivalen. NTVD og Media 2000 veksler på å arrangere konferansen annethvert år. Bergen Media By er paraplyorganisasjonen til arrangementet. Irmelin Nordahl ansettes som festivalsjef.

2004 Den norske Mediefestivalen endrer navn til Nordiske Mediedager.

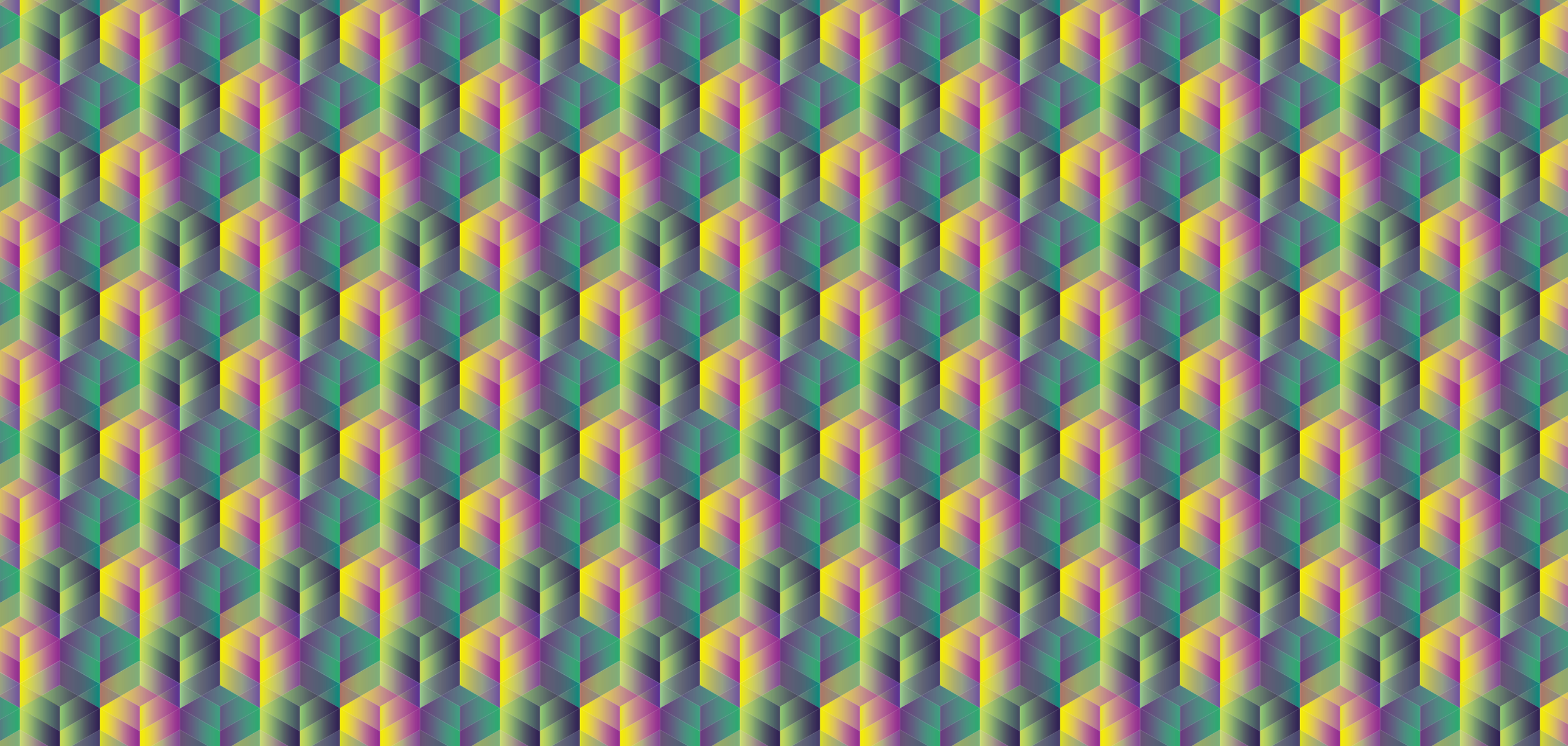
2006 Ungdomskonferansen arrangeres for første gang.

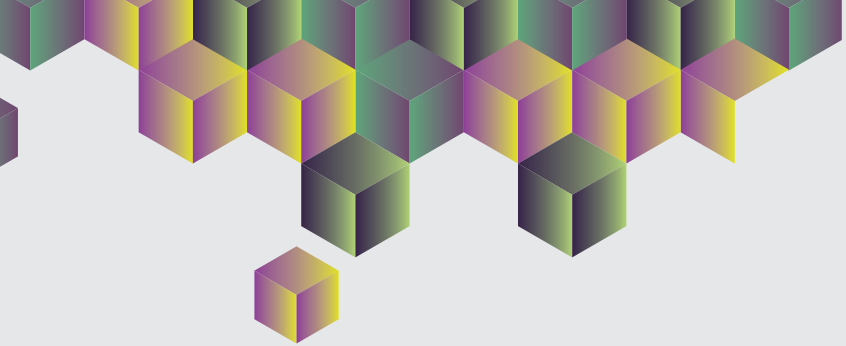
2007 Stiftelsen Nordiske Mediedager etableres, og trekkes dermed ut av Bergen Media By. Bak stiftelsen står Bergen kommune, Bergensavisen, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, NRK, TV 2 Gruppen og Universitetet i Bergen. Guri Heftye ansettes som festivalsjef. Stiftelsen Nordiske TV Dager og Media2000 legges ned.

2010 Nordiske Mediedager runder 1500 registrerte deltakere.

2011 Nordiske Mediedager runder 1600 registrerte deltakere.

2012 Nordiske Mediedager runder 1700 registrerte deltakere.





#NMD12

facebook.com/mediedager
twitter.com/mediedager
flickr.com/mediedager