



# Rapport NMD Online 6.-7. mai 2020





Pausepanelet Sarah Sørheim, Frithjof Jacobsen, Guri Heftye og Trine Eilertsen



# Innhold

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Da korona traff mediebransjen                 | 04 |
| NMD Online – heldigitale Mediedager           | 06 |
| Program                                       | 08 |
| NMD Online – nødløsningen som ble en suksess! | 09 |
| Medieundersøkelsen 2020                       | 12 |
| Presse og sosiale medier                      | 13 |
| Nordiske mediedager med ny visuell identitet  | 15 |
| Respons på NMD Online                         | 16 |
| Samarbeidspartnere                            | 17 |
| Tall                                          | 18 |
| Programkomitéen 2020                          | 20 |
| Organisasjonsoversikt                         | 22 |
| Historikk                                     | 23 |

Foto: Thomas Brun/NTB

Nordiske Mediedager  
Odd Frantzens plass 5  
5008 BERGEN  
E-post: [post@mediedager.no](mailto:post@mediedager.no)  
[www.mediedager.no](http://www.mediedager.no)



Toppmøtet 2020 Thor Gjermund Eriksen, Kristin Skogen Lund, Olav T. Sandnes, Tine Austvoll Jensen og Yvonne Fondenes



Backstage

# Da korona traff mediebransjen



Guri Heftye, festivalsjef

Nordiske Mediedager skulle etter planen starte med ungdomskonferansen vår, NMD Ung, tirsdag 5. mai, for så å åpne formelt med kulturministeren og fanfarer onsdag 6. mai. Deretter skulle det gå slag i slag, en usedvanlig innholdsrik uke, med over 130 foredragsholdere i sving gjennom tre dager og med Gullruten som en viktig bransje-mønstring i enden, lørdag 9. mai.

Programkomiteen hadde over 50 programposter på plakaten, sesjoner som i beste Mediedager-ånd favnet internasjonale medieprofiler, medietrender og «best practice», fra tungt og lett, til smalt og bredt. Vi hadde for første gang et samarbeid med amerikanske ONA (Online News Association) på gang. Verdens største organisasjon for digital journalistikk skulle legge sin «training day» til Mediedagene og vi så frem til å kunne tilby enda mer relevant innhold til våre deltakere. Vi hadde hatt første gjennomgang med Grieghallen, og skulle som vanlig ta i bruk hele huset. 2 000 deltakere var ventet. Sånn ble det ikke ...

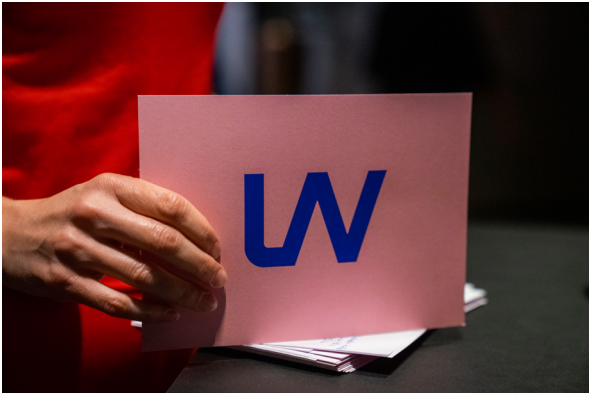
Torsdag 12. mars stengte Norge ned, men det hadde allerede før den tid blitt tydelig at det ble umulig å samle bransjen til fag og fest i Bergen i mai. Skuffelse er ikke et dekkende begrep for opplevelsen av å avlyse Nordiske Mediedager 2020. Alt arbeid, all planlegging og alle involverte som hadde gledet seg. Det var uvirkelig. Men det var

også alt som skjedde denne våren. For alle, ikke bare oss.

Vi bestemte oss raskt for å ikke gi opp, ikke bare legge hele det fantastiske programmet i skuffen. Med støtte fra Stiftelsen Fritt Ord og Sparebanken Vest rigget vi en digital utgave av Nordiske Mediedager, og drev samtidig innovasjon. Var det en tid våre deltakere kunne trenger faglig påfyll og inspirasjon, så var det nå, under Covid-19.

Vi kalte nyskapningen *NMD Online*.







# NMD Online

## – heldigitale Mediedager

6.—7. mai 2020 så Mediedagenes første online-konferanse dags lys. I samarbeid med noen av landets fremste på streaming-produksjon, kunne vi by på et komprimert, men solid og sammensatt utvalg av de planlagte sesjonene for Mediedagene 2020, og gi faglig påfyll og inspirasjon i en vår helt utenom det vanlige!

Som Nordens største mediekonferanse ser vi det som en del av vårt mandat å anvende og omfavne ny medieteknologi. Da ideen om en heldigital konferanse var sådd, opplevde vi stor entusiasme for prosjektet – fra våre delegater på hjemmekontor til produsenter og teknisk personell som brant for å igjen samarbeide om å skape store publikumsopplevelser – denne gang i helt nye former.

Vi sirklet inn de sesjonene som var tidsømfintlige, det vil si de som ville oppleves som «gamle» 2021, som for eksempel sesjonen om dramaserien *22. juli*, eller sesjoner som er faste poster og en vesentlig del av merkevaren NMD, som *Toppmøtet*. Vi var opptatt av å finne en god miks av temaer, nasjonalt og internasjonalt tilsnitt, og at vi som alltid fanger det bransjer står i. Derfor sesjonen *Da korona traff mediebransjen*.

### Åpningen

NMD Online åpnet 6. mai med kulturminister Abid Rajas tale til mediefolket. Her presenterte han koronarelaterte krisepakker for mediebransjen, og de største norske nyhetskanalene stod klare utenfor studio for å intervju ham like etter. Under rutineret programledelse av Else Kåss Furuseth fikk vi møte produsenten bak årets store podkast-snakkis *Dolly Parton's America* med musikalske



Hanne Sørvaag synger  
Dolly Parton



Produksjon av sesjonen *Dolly Partons America*





Produksjon av Toppmøtet 2020



Den store mediequizen.  
Festivalsjef Guri Heftye og  
quizmaster Anne Gaathaug.

innslag fra Hanne Sørvaag, og produsenten bak underholdningsmaskinen *The Graham Norton Show* ga oss gode historier og klipp fra talkshowet. Som tidligere var NMD også vertskap for utdelingen av Den store journalistprisen som i år gikk til journalister fra Dagbladet for saken *Glidens pris*.

### Programmet

Hovedprogrammet åpnet torsdag 7. mai kl. 09, og fylte en hel arbeidsdag. Programmet var bredt og strakte seg fra amerikansk politikk og manipulasjon av valg gjennom sosiale medier til et innblikk i produksjonen av norske TV-seriesuksesser som *22. juli* og *Vikingane*.

Tradisjonen tro inviterte vi norske medieledere til det årlige *Toppmøtet* som også ble sendt på TV2 Nyhetskanalen. I panelet møtte vi Olav T. Sandnes, sjefredaktør/adm. dir. i TV 2, Thor Gjermund Eriksen, kringkastingssjef i NRK, Kristin Skogen Lund, konsernsjef i Schibsted, og Tine Austvoll Jensen som er administrerende direktør og sjefredaktør for Discovery i Norge. TV2s Yvonne Fondenes fikk i år oppgaven med å moderere møtet som til tider nådde høy temperatur.

I den nyopprettede og høyaktuelle sesjonen om da koronaen traff mediebransjen, luftet erfarne norske redaktører sine tanker om situasjonen og fremtiden, sett i lys av koronakrisen. Erik Waatland fra Medier 24 styrte samtalen mellom Gard Steiro, ansvarlig redaktør og adm. dir. i VG, Karianne Solbrække,

nyhetsredaktør i TV2, Helje Solberg, nyhetsdirektør i NRK og Sigvald Sveinbjørnsson som er ansvarlig redaktør og daglig leder i Bergensavisen. Vi ønsket at torsdag 7. mai skulle oppleves som en konferansedag, og ville unngå at sendingen gikk «i svart» etter hver sesjon. Dette var bakgrunnen for «Pausepanelet» som bestod av sjefredaktør i Aftenposten, Trine Eilertsen, nyhetsredaktør i NTB, Sarah Sørheim og politisk redaktør i DN, Frithjof Jacobsen. Disse tre satt sammen med festivalsjef i studio dagen igjennom og fulgte og kommenterte sesjonene, tema for tema. Konseptet som først oppstod som en idé for å holde på publikums interesse mellom sesjonene, viste seg å fungere over alle forventninger. Det var et vellykket grep som ble meget godt mottatt og ga stor tilleggsverdi.

Ingen NMD uten mediequiz! Etter at streaming-arrangementene begynte å bre om seg da korona-restriksjonene slo inn, var online-quiz et av konseptene som viste seg å være samlende og populære. Vår faste quizmaster, Anne Gaathaug, hadde allerede etablert egne faste quiz-sendinger på Facebook da NMD Online tok form, og kunne med stødig hånd rulle i gang *Den store mediequizen* for oss i år igjen! Det var mange lag som fulgte quiz-streamen og sendte inn sine besvarelser via Google Forms, og Vi er live stod for et premiedryss underveis med gratisbilletter til deres livestream-arrangementer.

# Program torsdag 7. mai

## RealClearPolitics: Fire nye år med Trump?

Med: Carl Cannon, Washington Bureau Chief  
Mod: Christina Pletten

## 22. juli: Fortellingen om terror- aksjonen som berørte oss alle

Med: Sara Johnson, Pål Sletaune, serieskapere  
Mod: Thomas Seeberg Torjussen

## Slik manipulerer stater og partier sosiale medier for å vinne valg

Med: Samantha Bradshaw, forsker ved The  
Computational Propaganda Project, University of  
Oxford  
Mod: Anders Hofseth

## Spotify: Slik skal de bli størst også på podkast

Med: Johan Seidefors, Head of Content, Nordics  
Mod: Henrik Hylland Uhlving

## Toppmøtet 2020

Med: Kristin Skogen Lund, Thor Gjermund Eriksen,  
Olav T. Sandnes, Tine Austvoll Jensen  
Mod: Yvonne Fondenes

## Dette lærte New York Times av å undersøke Trumps koblinger til utlandet

Med: Mark Mazzetti, Washington investigative  
correspondent, New York Times  
Mod: Kristoffer Rønneberg

## Vikingane: Scene for scene

Med: Med: Jon Iver Helgaker, Jonas Torgersen,  
serieskapere  
Mod: Julie Andem

## Da koronaen traff mediebransjen

Med: Helje Solberg, Sigvald Sveinbjørnsson,  
Karianne Solbrække, Gard Steiro  
Mod: Erik Waatland

## Den store mediequizen

Med: Anne Gaathaug



# NMD Online – nødløsningen som ble en suksess!



Kulturminister Abid Raja og festivalsjef Guri Heftye



Programleder Else Kåss Furuset

Så hva har vi lært? Hva tar vi med oss videre etter at en pandemi slo beina under hele virksomheten Nordiske Mediedager?

For det første var det ekstremt gledelig, midt oppe i tragedien ved å avlyse, at absolutt alle vi kontaktet om å gjøre dette online, umiddelbart svarte «jeg er med!» Vi nyter stor tillit og oppslutning i vår målgruppe og alle var på tilbudssiden. NMD kan med stor troverdighet gjennomføre program og sesjoner online, og bransjen er klar og interessert.

For det andre, en online mediekonferanse kan aldri erstatte det å møtes fysisk i Grieghallen.

## Gjennomføring

Vi var opptatt av høy teknisk kvalitet på gjennomføringen og streamingen, og landet fort på at vi trengte et studio som var stort nok til at vi, med alle smittevern hensyn ivaretatt, kunne samle et panel med opp til fem personer pluss moderator. Vi var opptatt av at mest mulig skulle være live, at flest mulig skulle møtes fysisk, dette for å fange temperatur og autensitet.

Da de aller fleste paneldeltakere holdt til i Oslo og hadde reiserestriksjoner, ble vi nødt til å flytte innspillingen fra Bergen til Oslo. NMD Online ble spilt inn i samarbeid med teknisk arrangør Brights studio på hotellet Clarion The Hub. Her var det gode fasiliteter, tilgang på nødvendig teknisk utstyr og muligheter til å kle studioet i vår nye grafiske profil. Ikke minst var green room og studio romslig og tilrettelagt for å kunne ivareta smittevern hensyn for alle involverte.

Vi var også opptatt av å bygge identitet og at vår nye grafiske profil skulle skinne og fungere visuelt og teknisk både digitalt, på skjermer og rent analogt med roll-ups etc.

Vi la penger i full kameraproduksjon, med lys, lyd og billedregi som viste seg å være en meget god investering. Studio fungerte perfekt som en base der moderatorer kunne gjennomføre intervjuene,

selv om de ble gjort på Zoom. Intervjuene med amerikanske speakere (Shima Olaiee, Mark Mazzetti, Carl Cannon, Samantha Bradshaw) ble gjort i opptak, dette for å unngå nettverksproblemer, tekniske brudd etc. samt tidsforskjell, men ble derfra redigert inn i live-produksjonen torsdag. Alt annet gikk direkte.

NMD Online ble streamet på den nye norske plattformen Vierlive.no. Det var et poeng for oss å støtte en norsk aktør fremfor å gi innholdet vårt til Facebook, men vi ser at vi nok ville truffet bedre via Facebook.

Å kjøre en ren digital versjon av konferansen, var en ny opplevelse for flere av oss, men vi hadde et rutinert lag av folk og samarbeidspartnere med oss i alle ledd i avviklingen og profiterte stort på felles erfaring og gode relasjoner. Vi vil særlig fremheve de erfarne produsentene Ingunn Ek og Øyvind Storheim i Kulturoperatørene, som gjorde en avgjørende og utmerket jobb som prosjektledere og ansvarlige produsenter for sendingen.

Nordiske Mediedager handler om folk. Om å møtes, snakke, diskutere og dele. Vi skal fortsette å være den viktigste årlige møteplassen for mediefolk i Norge, men vi har nå lært at vi også kan tilby innholdet vårt online. Vi streamer alltid fra Mediedagene, men vi skal i fremtiden se på om vi i tillegg skal gjøre egne online mini-Mediedager andre tider på året. Og ta betalt for det. I så måte ble Covid-19 en veldig lærerik pilot.

Omdømmemessig ble NMD Online er stor og viktig satsing for oss. Det at Nordiske Mediedager ikke bare avlyste, men at vi snudde oss raskt og kom på banen på tross av konona-situasjonen, ble enormt positivt mottatt. Vi fikk mye oppmerksomhet og svært gode tilbakemeldinger på innholdet og gjennomføring – og merkevaren NMD fikk et enormt løft. Vi var synlige i alle medienyhetstedene og i sosiale medier. Til tross for krevende tider, og sårbar økonomi, kommer NMD styrket ut av 2020.

### NMD Ung

Hvert år siden 2006 har Nordiske Mediedager arrangert ungdoms-konferansen NMD Ung for hovedkonferansen, og i 2020 var dette planlagt å finne sted 5. mai. NMD Ung har siden starten vært et kvalitetstilbud til skoleelever på videregående nivå, og er et supplement til den ordinære undervisningen. NMD Ung er gratis å delta på for lærere og elever.

Tre program møter med skoleelever var gjennomført da koronakrisen inntraff, og svært mye av programmet til NMD Ung 2020 var allerede lagt. NMD Ung i Grieghallen måtte naturligvis avlyses i år, men store deler av hovedprogrammet på NMD Online var relevant for denne gruppen og gikk i undervisningstiden. Vi gjorde derfor et fremstøt for å informere medielærere rundt om i Norge om dette tilbudet, og vi fikk flere tilbakemeldinger på at dette hadde vært en nyttig og inspirerende avveksling i hjemmeundervisningshverdagen.

### Finansiering

Mediebransjen tar raskt i bruk ny teknologi, og som fagarena er det avgjørende å bli oppfattet som aktuell og relevant. Det var derfor viktig for oss at teknikken på denne digitale konferansen var innovativ og av ypperste kvalitet. Å kunne by på godt innhold med et høyt teknisk nivå samtidig som smittevern hensynet blir ivaretatt, er imidlertid kostnadmessig krevende. Vi er derfor svært takknemlige for at Sparebanken Vest og Fritt Ord var tidlig ute og ga støtte til gjennomførelsen av NMD Online, som ga oss tid og rom til å gjennomføre prosjektet i tråd med vårt ambisjonsnivå.

Da dette var et pilotprosjekt med 20 % av vanlig programinnhold, valgte vi i år å kutte ut deltakeravgift, og vi gjorde konferansen fritt tilgjengelig for alle. Slik åpnet vi også for en mulighet til å nå enda bredere ut i massen av medieinteresserte, og potensielt rekruttere nye delegater til fremtidige Mediedager.

**«Tusen takk for en superfin og interessant NMD-sending på torsdag. Medieelevene syntes også det var spennende å følge flere av sesjonene deres. Spesielt 22. juli – og Vikingane – scene for scene slo godt an hos elevene.»**

**– Medielærer på Metis videregående skole.**





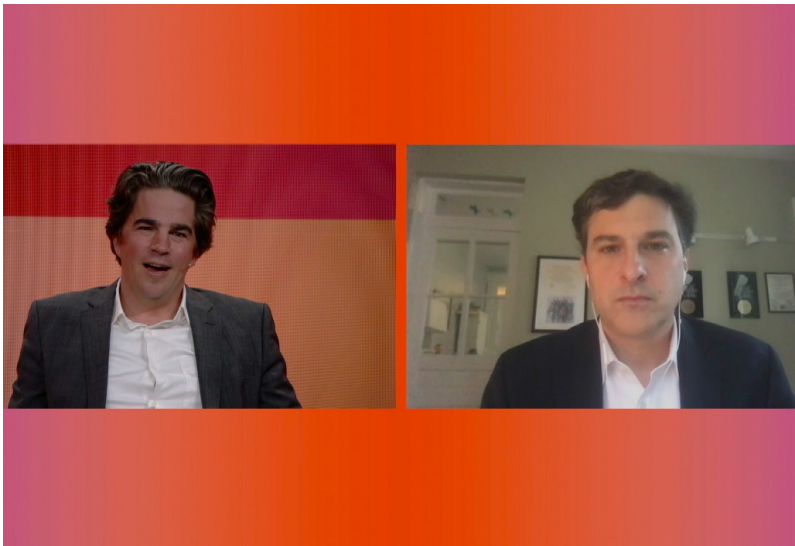
22. juli: Fortellingen om terroraksjonen som berørte oss alle  
Pål Sletaune, Sara Johnsen og Thomas Seeberg Torjussen



Vikingane: Scene for scene  
Jon Iver Helgaker, Jonas Torgersen og Julie Andem



RealClearPolitics: Fire nye år med Trump?  
Christina Pletten og Carl M. Cannon



Dette lærte New York Times av å undersøke Trumps koblinger til utlandet  
Kristoffer Rønneberg og Mark Mazzetti



Slik manipulerer stater og partier sosiale medier for å vinne valg  
Samantha Bradshaw



Spotify: Slik skal de bli størst også på podkast  
Henrik Hylland Uhlving og Johan Seidefors

# Medieundersøkelsen 2020

Medieundersøkelsen er en viktig del av Mediedagene, og har hvert år gitt oss mye positiv omtale og ny dagsaktuell kunnskap om bransjen og medienes status i befolkningen.



Sjefredaktør Gard Steiro og nyhetsredaktør Tora Bakke håndlykken i VG i PFU-møtet 28. august 2019. (Erik Visaltland)

## Fersk undersøkelse: Tilliten til mediene er tilbake etter fjorårets bunn-nivå

Bare 15 prosent har mindre eller ingen tiltro til mediene. Det er 11 prosentpoeng færre enn i fjor.



AV: OLE ALEXANDER SAUE | PUBLISERT: 23. APRIL 2020 - 11:28

Medier24 om Medieundersøkelsen, 23. april 2020

Prosjektgruppen for Medieundersøkelsen 2020 bestod av Erik Knudsen (UiB), Thore Gaard Olaussen (Respons Analyse), Pål Andreas Mæland (BT) samt Hjørdis Losnedahl (NMD). Medieundersøkelsen er støttet av Fritt Ord og Rådet for Anvendt Medieforskning (RAM).

De årlige medieundersøkelsene har gitt innblikk i hva journalister (medlemmer av Norsk Journalistlag) mener om sitt yrke og innflytelsen journalistikken har, og ikke minst avdekkes det hvilken tillit publikum tilegner media og journalistenes arbeid.

I fjor var Norsk Journalistlag (NJ) kritiske til den lave svarprosenten i undersøkelsen. I 2020 ble NJ og Norsk Redaktørforening derfor med som arrangører av Medieundersøkelsen, og sender ut spørsmål til sine medlemmer. I tillegg er i år medlemmer av Dommerforeningen og Advokatforeningen invitert til å delta. Temaene årets undersøkelse ønsker å belyse, dreier seg rundt forholdet mellom rettsvesenet og mediene, samt tilliten til norske medier.

Koronakrisen har satt en stopper for den vanlige gjennomføringen av Medieundersøkelsen. Svarene til de utsendte gruppene har latt vente på seg, noe som har gjort at hele undersøkelsen har måttet utsettes. Publikumsdelen av undersøkelsen ble imidlertid gjennomført som normalt, og vi kunne presentere noen resultater fra denne i april.

### Tilliten til mediene er tilbake

Undersøkelsen viser at tilliten til mediene har økt betraktelig siden samme tidspunkt i fjor. Da svarte bare 72 prosent at de hadde noe eller stor tiltro til mediene, mens 26 prosent hadde mindre eller ingen tiltro. Undersøkelsen i fjor ble gjennomført like etter VGs Bar Vulkan-sak om Trond Giske som danset med Sofie Bakkemyr.

Fordi knekken vi så i fjor trolig hadde sammenheng med VG-krisen, er det gjerne også interessant å se nærmere på tillit til enkelte medier. I år har vi også data på tillit til og bruk av noen utvalgte medier. Vi ser at blant dem som leser VG, er det 20 prosent som enten har liten eller svært liten tillit og 41 prosent som har stor eller svært stor tillit til at VG rapporterer nyhetene på en nøyaktig og fullstendig måte. I fjor så vi at målingen var signifikant lavere enn alle målinger i Medieundersøkelsen siden 2005, noe som styrket argumentet for at VG-saken hadde hatt en innvirkning på tilliten. Når tilliten nå er tilbake på samme nivå, er det vanskelig å vite om det skyldes at tiden leger alle sår, eller om koronakrisen har hatt betydning. Undersøkelsen ble tatt opp helt i startfasen av koronakrisen, så vi har ikke noe empirisk belegg for å si at den har påvirket tiltroen til mediene.

På tillitstoppen troner NRK, etterfulgt av Aftenposten. Deretter følger TV 2, VG, Dagbladet og Nettavisen.



# Presse og sosiale medier

I forbindelse med NMD Online/Nordiske

Mediedager 2020 får «Nordiske

Mediedager» 141 treff i norske medier.

Dette er inkludert papir, web, TV og radio.

Gjennom hele mars var det knyttet medieinteresse til om Nordiske Mediedager kom til å bli avlyst. Festivalsjef Guri Heftye ga flere intervjuer om hvorvidt vi kom til å avlyse eller ikke. Både nyheten om at NMD 2020 ble avlyst, og lanseringen av NMD Online i april ble dekket av blant annet Journalisten, Kampanje og Medier24.

Det var også flere øyeblikk fra NMD Online som skapte overskrifter. Kulturminister Abid Rajas medie-nyheter i talen på åpningen av NMD Online, ble bredt dekket. Det ble noen timer før åpningen klart at Raja ville legge frem den mye etterspurte krisepakken for mediene under sin tale til medie-bransjen. Dette førte til store oppslag både i nisje-nettsteder som Medier24 samt fyldig dekning i etterkant av talen hos nasjonale medier som NRK, VG og Dagbladet.

Også *Toppmøtet 2020* fikk god dekning av bransje-nettstedene, og mediene gjorde saker på flere av temaene fra sesjonen, blant annet innhold, distribusjon, strømming og allmennkringkasterollen – og møtet ble beskrevet som «fullt av temperatur». Utdelingen av Den store journalistprisen til Dagbladet for saken *Glidens pris* ble også fyldig

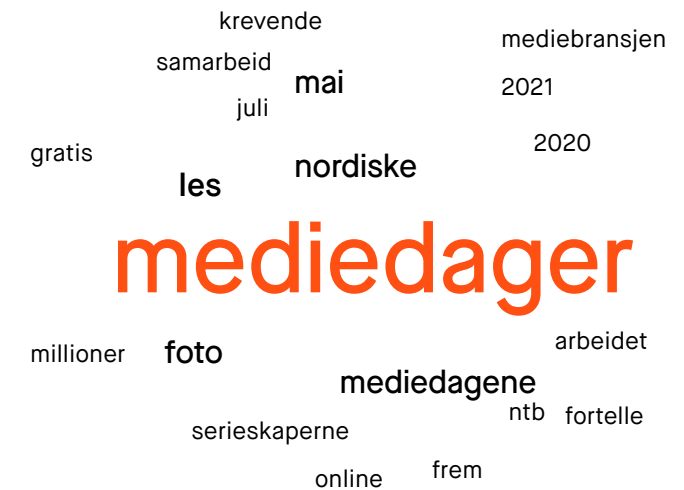
dekket i mediene. Dette har også gjort at bilder fra NMD Online med våre nye farger og visuelle profil har blitt mye brukt i diverse medier.

Vi har også hatt sesjoner fra NMD Online på radio: Radioprogrammet *Kulturstripa* på NRK sendte Mona B. Riises intervju med *Dolly Parton's America*-produsent Shima Oliaee, mens *Mennesker og medier* på dansk Radio P1 brukte et utvalg klipp fra sesjonen *Slik manipulerer stater og partier sosiale medier for å vinne valg* med Oxford-forsker Samantha Bradshaw.

Til tross for at Medieundersøkelsen ikke har latt seg gjennomføre på vanlig vis, har vi kunnet offentliggjøre resultater fra publikumsdelen av undersøkelsen i april. Denne nådde svært bredt ut, særlig via NTBs sitering av Medier24, noe som førte til flere medieoppslag.

## NMD i sosiale medier

Vi har siden påmeldingen til NMD åpnet i februar, hatt et sterkt fokus på å være til stede i sosiale medier, i hovedsak Facebook, Twitter og Instagram. I tillegg har vi i år også fått LinkedIn-siden vår på beina. Sosiale medier ble spesielt viktig under lanseringen av NMD Online, hvor vi ønsket å nå bredt ut til et potensielt nytt publikum som kanskje ikke hadde et forhold til oss fra før. Vi pushet ut mye innhold selv, med alt fra artikler fra diverse medier, bilder og videosnutter fra sesjonene og lenker til streamingen av sesjonene. Vi har også vært opptatt av å få ut informasjon om at alle sesjoner er tilgjengelige på NMD TV.



Oversikt over treff i norske medier etter måned:

Januar 2020: 10

Februar 2020: 14

Mars 2020: 33

April 2020: 13

Mai 2020: 70

Tall fra Facebook viser også at vi har hatt en svært god organisk rekkevidde, hvor mange som ser innholdet vårt uten betalte promoteringer: I perioden 6. til 7. mai hadde vi en organisk rekkevidde på 20 546 personer. I perioden fra vi begynte å promotere for NMD Online og gjennom mai (22. april 2020 – 19. mai 2020) hadde vi en rekkevidde på 41 576 personer. I samme periode har vi også hatt 6875 sidevisninger på Facebook. Dette viser at Facebook er en svært viktig kanal for oss, hvor vi når ut til mange som ikke har deltatt på Nordiske Mediedager tidligere.

I spørreundersøkelsen vi gjennomførte i etterkant av NMD Online, kom det tydelig frem at de fleste hadde hørt om oss enten gjennom nyhetsbrevet eller Facebook, men også at en del hadde fått det med seg gjennom Instagram. Vi brukte under NMD Online mye tid på å oppdatere Instastories, både til promotering av programmet i forkant, men også gjennom konferansen. Her fikk vi også en god del respons på åpningsshowet, av folk som satt hjemme og streamet i stuen. Disse repostet vi i en egen feed som promotering. I tillegg la vi ut oppdateringer og teasere for hver sesjon med «backstage»-bilder fra studioet i Oslo.

### Samarbeid med Vi er live

I forbindelse med NMD Online ble det inngått et samarbeid med den norske strømmepattformen Vi er live. Her ble NMD Online streamet i sin helhet, og vi sendte ingenting direkte fra egen nettside slik vi har gjort tidligere. Tallene for dem som fulgte livesendingen hos Vi er live er følgende:

- Åpningen av NMD Online: 2 527
- Program: 4 137
- Quiz: 411

Til sammenligning var det under Nordiske Mediedager 2019 hele 8 474 unike brukere som streamet sesjonene direkte fra vår egen TV-plattform. Dette var imidlertid et spesielt år på grunn av den voldsomme interessen for Steve Bannon-besøket, og antall unike brukere i 2018 var 818. I tillegg må det nevnes at *Toppmøtet 2020* ble sendt direkte på TV 2 Nyhetskanalen.

### NMD TV

Hele livesendingen, samt sesjonene enkeltvis, ble fortløpende lastet opp på nettsidene våre, slik at publikum kan gå tilbake og se dem. En ser her at flere i etterkant av NMD Online har besøkt sidene våre for å se sesjonene: Per 1. juni har 1 165 unike brukere sett sesjonene via siden vår. Dette viser at selv om mange kanskje ikke hadde mulighet til å følge NMD Online som livestream, har de oppsøkt sesjonene enkeltvis i etterkant. Via våre nettsider har NMD TV hittil blitt sett i over 235 timer.

Det er *Toppmøtet 2020* som har hatt flest seere i ettertid: 962 brukere har fått med seg denne sesjonen i videoavspilleren vår. Dette er også den desidert mest sette sesjonen på NMD TV i etterkant. Like etter kommer *RealClearPolitics* og *22. juli*-sesjonene.

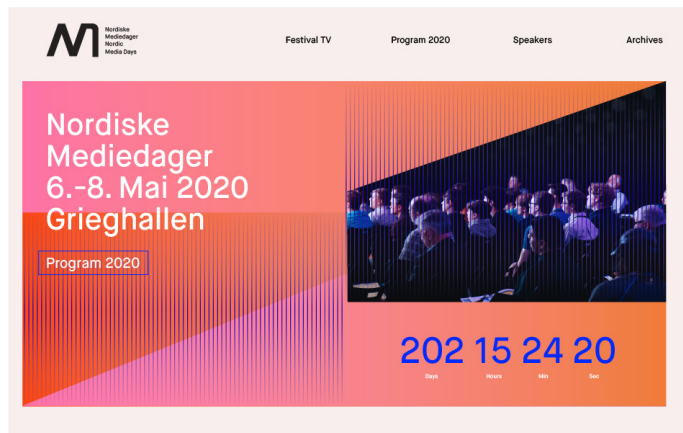
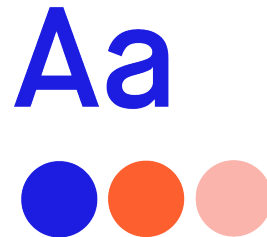
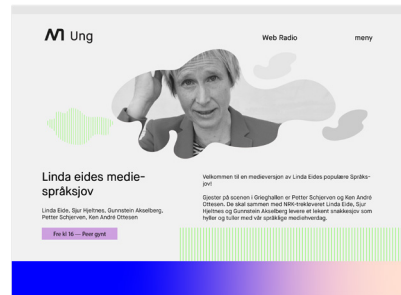
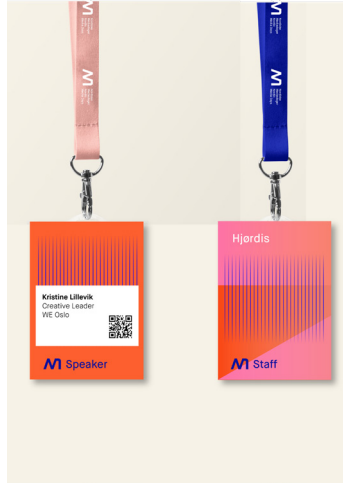
Nordiske Mediedagers TV-tilbud er naturlig nok mest populært i Norge. Men i år har vi også hatt en god del seere fra USA, noe som kan forklares

med et samarbeid med Online News Association (ONA), som i forkant promoterte de engelskspråklige sesjonene for oss til sine medlemmer. Deretter følger henholdsvis Nederland, Sverige, Finland, Østerrike, Frankrike, Storbritannia og Kina. I år er også seertallene våre høyere i Oslo enn i Bergen.



Produksjon av NMD Online. Bilde: NTB.





Ny visuell profil av We Oslo

# Nordiske Mediedager med ny visuell identitet

Høsten 2019 begynte arbeidet med ny logo og ny visuell identitet for Nordiske Mediedager. Det var behov for en revitalisering av vårt grafiske uttrykk for å fremstå mer i tråd med vårt strategiske fundament og for å bidra til å heve kvaliteten på selve arrangementet gjennom en tydelig visuell tilstedeværelse og gode kommunikasjonsverktøy for våre delegater. NMD har en uttalt målsetning om å speile medietrender og bransjens utvikling, og vi jobber hardt for å sette sammen et spennende og variert program hvert år. Vi ønsket at den grafiske profilen skulle gjenspeile dette i større grad enn tidligere.

Designbyrået We Oslo fikk oppdraget, og ny logo og identitet ble utviklet høsten 2019. Målet med designendringen var å styrke NMDs posisjon og bygge lojalitet til allerede fornøyde deltakere i tillegg til å formidle den høye kvaliteten på arrangementets faglige innhold. Samtidig ønsket vi at vår nye identitet skulle bidra til å bygge stolthet internt i organisasjonen, hos våre samarbeidspartnere, delegater og Bergen som vertskapsby.

Konseptet for den visuelle profilen er **Bold + Disruptive**. Det ble tidlig definert et ønske om å utvikle få – men sterke – verktøy for en helhetlig profilering. Vi ønsket at logoen skulle fremstå som solid og tydelig, mens de øvrige verktøyene var informative, ryddige og fleksible. En frisk fargepalett vitnet om den energi, kreativitet og moro som

oppstår når mennesker samles over en felles interesse og lidenskap.

En rekke elementer skulle utvikles, og først ut var de digitale flatene. Det ble laget nye maler for kommunikasjon i sosiale medier, og eksisterende nettløsning ble kledd i nytt design. Bannere, skilt, digitale skjermer, program og profileringsmateriell som t-skjorter, bærenett og nøkkelbånd, var under oppseiling.

Og så kom Covid-19 og snudde opp ned på hele implementeringsløpet. Alle fysiske flater ble lagt på is og teamet kastet seg rundt for å utvikle digitale flater til tidenes første NMD Online. Animasjoner, backdrop, supring og overanger ble utviklet i rekordfart for å kunne gå på lufta 6. mai. Det er åpenbart at NMD kommer til å fortsette å utvikle sin digitale tilstedeværelse også fremover, og vi fikk en real kickstart på dette i koronatiden.

Arbeidet med implementeringen og videreutviklingen av vår digitale tilstedeværelse fortsetter høsten 2020, og vi er sikre på at alt vi har lært under Covid-19 vil endre måten vi bygger profil på, også fremover. Likefullt gleder vi oss stort til å se den nye identiteten i full blomst når den skal prege Grieghallen i Bergen 5.–7. mai 2021.

# Respons på NMD Online

Etter gjennomført festival sendte vi som vanlig ut evalueringsskjema til deltakerne. Det var gjennomgående positiv respons på den digitale versjonen av konferansen. Alle var fornøyde med bilde- og lyd kvalitet. Det kom også frem at vi hadde rekruttert mange nye deltakere, da en tredjedel av de som svarte aldri hadde vært på den fysiske konferansen tidligere. Dette er veldig interessant med tanke på videre vekst. Noen trakk frem at det var en fordel å kunne sitte hjemme og se på sesjonene når det passet dem, men generelt vektla respondentene at å møtes fysisk ga en stor merverdi som et digitalt arrangement ikke kan erstatte.

Her kan du lese et utvalg av kommentarene vi mottok.

## Hvilke sesjoner likte du best?

«Jeg fulgte *Slik manipuleres sosiale medier for å vinne valget* og sesjonen om New York Times og Trumps forhold til fremmede makter. Begge var kjempebra!»

«*22.juli* og *Vikingane*. Jeg liker å se produksjonsprosesser og hvordan tanker og ideer får et uttrykk. De klarte å holde på interessen over lengre tid pga. variasjon med intervju, klipp og kommentarer.»

«Jeg likte godt de som handlet om Trump, hvordan stater manipulerer sosiale medier og New York Times sin undersøkelse.»

«*Da korona traff mediebransjen* var eit fint blikk inn i korleis mediebransjen har opplevd siste vekene. Veldig aktuelt og godt innhald. Om Some i valkampar vart fint. Her var det eit ekstra løft at ho fekk halde ein presentasjon først, som gav oss eit innblikk i det dei skulle snakke om.»

«Pausepratene fungerte aller best.»

«Shima Oliæe var veldig inspirerende å se. Jeg ble dypt berørt av *22 juli*-sesjonen.»

## Gir det merverdi for deg å delta på den fysiske versjonen av Nordiske Mediedager fremfor å delta online?

«Synes det var et like godt produkt på nett.»

«Jeg tror den fysiske konferansen vil gi mulighet til å danne kontakter/forhold, som den digitale ikke kan erstatte.»

«For det første er det flere arrangementer på den fysiske festivalen, og det skjer også at jeg ender opp med å gå på arrangementer jeg ikke i utgangspunktet hadde planlagt, men som jeg er glad for at jeg fikk med meg. For det andre er det noe med å være til stede i Grieghallen og samtale med kollegaer, gamle og nye bekjente om de arrangementene vi har sett. Mediedagene er en fin møteplass, hvor vi i akademien møter både kollegaer som jobber i andre steder i landet, og folk i mediebransjen. Dette forsvinner når alt er online.»

«Nettverkingen, Bergen og stemning var selvsagt sårt savnet.»

«Jeg deltok i år nettopp fordi det var online!»

«Synes det var knallbra å få sesjoner hjem i stua. Kan ikke delta hvert år så muligheten til å streame er gull! Ser gjerne enkelte sesjoner i fremtiden også streames. Er villig til å betale for spennende program.»



# Samarbeidspartnere

Nordiske Mediedager er i kontinuerlig vekst, og har store ambisjoner for videre utvikling. Det koster å drifte et arrangement på dette nivået, og virksomheten er avhengig av samarbeidspartnere på alle nivåer. Stiftelsen har partnere, støtte fra fond og offentlig støtte. Vi arbeider for gode relasjoner og kontinuitet med våre partnere, og mange har vært med oss i en årrekke. Vi er takknemlig for deres bidrag til utviklingen av Nordiske Mediedager, og vi arbeider aktivt for å ivareta eksisterende relasjoner – og for å etablere nye samarbeid. De inspirerer, utvider våre muligheter og bidrar på ulike måter til å høyne den helhetlige kvaliteten på Mediedagene. En stor takk til våre samarbeidspartnere:

En stor takk til Sparebanken Vest og Fritt Ord for støtten til NMD Online.

Schibsted

amedia



Qbrick

KONGRESS  
& KULTUR

FRITT ORD



Takk til våre støttespillere: Bergen kommune, Kulturdepartementet, Sparebanken Vest, Fritt Ord, Norsk Journalistlag, Rådet for anvendt medieforskning (RAM), Norsk Redaktørforening og Bibliotekvederlagsfondet – Pressens Faglitteraturfond.

# Tall

Da NMD Online var et pilotprosjekt med 20 % av vanlig programinnhold, valgte vi i år å kutte ut deltakeravgift, og vi gjorde konferansen fritt tilgjengelig for alle. Slik åpnet vi også for en mulighet til å nå enda bredere ut i massen av medieinteresserte, og potensielt rekruttere nye delegater til fremtidige Mediedager.

Det var dermed ingenting å inntektsføre for Mediedagene 2020. Mange av deltakerne som allerede hadde kjøpt pass, ønsket imidlertid å overføre disse til 2021 for 2020-priser. Vi har derfor 600 000 kr som overføres til neste år.

NMD har søkt på det som har vært relevant av støtte- og kompensasjonsordninger knyttet til Covid-19. Støtten fra Sparebanken Vest og Fritt Ord til NMD Online er et resultat av dette, og det vi har fått innvilget i skrivende stund.

Vi forventer i år et underskudd på cirka 1 770 000 kr, og med det vil NMDs opparbeidede egenkapital være halvert ved utgangen av året. Ved å kutte kostnader, har vi klart å redusere det estimerte underskuddet noe, og vi planlegger resten av året som budsjettert.

Skulle prognosen slå inn, vil egenkapitalen i NMD ligge på cirka 1,1 millioner ved inngangen til 2021.





NMD Online 2020.

# Programkomitéen 2020

## Alex Iversen

*Kommunikasjonsrådgiver, TV 2*

Alex har vært ansatt i TV 2s kommunikasjonsavdeling siden 2006. Her har han hatt PR-ansvar for en rekke store underholdningskonsepter (*Farmer, Big Brother, Da damene dro, The Amazing Race Norge, Det store korslaget* mm.), dramaserier (*Frikjent, Dag, Okkupert* m.m.), og dokumentarer (*Dokument 2, De syv dødssyndene, Fjorden Cowboys* m.m.). Han har også vært aktiv som skribent og foredragsholder, med spesiell interesse for blant annet reality-TV, kjendiskultur og amerikansk TV-drama. Alex Iversen er utdannet medieviter fra UiB og var ansatt som lektor i Medievitenskap ved Høgskolen i Lillehammer 2003–2006.

## Camilla Fosse

*Journalist og vaktsjef, BA*

Camilla begynte i Bergensavisen som sommervikar i 2007, og siden ble hun bare værende. Hun har vært inntatt flere avdelinger i løpet av disse årene, deriblant nyhetsavdelingen, nettdesken og papirdesken. Hun jobber i dag som journalist i nyhetsavdelingen og vaktsjef for papiravisen. Camilla har en bachelor i medieproduksjon fra Høgskolan i Halmstad, og en mastegrad i medievitenskap fra Universitetet i Bergen (2008).

## Ellen Winnæss Ramstad

*Innholdsutvikler, NRK*

Ellen er utdannet statsviter fra Trondheim og har jobbet i NRK siden 2004. Der har hun arbeidet størsteparten av tiden med ung målgruppe, gjennom flere år i P3 og noen år i NRK Super. I P3 har hun erfaring blant annet som journalist og prosjektleder. Hun startet som radioreporter og programleder før hun meldte overgang til TV-mediet som prosjektleder for serier som *Lydverket, Dama til* og *Prosjekt Perfekt*, sistnevnte som hun også var med på å utvikle. Deretter har hun flere år bak seg som event-prosjektleder for blant annet VG-lista Topp 20 og P3 Gull. I starten av 2018 gikk Ellen over til NRKs Utviklingsavdeling der hun nå jobber innholdsutvikler, både med utvikling av nye konsepter og videreutvikling av eksisterende programmer.

## Frode Buanes

*Leder for redaksjonell planlegging og publisering, DN*

Bergenseren Frode flyttet til Oslo i 2016, etter å ha jobbet ti år som økonomijournalist i BT med forkjærlighet for avsløringer av økonomisk snusk og fanteri. Frode er redaksjonssjef i samfunns-avdelingen i Dagens Næringsliv, hvor han også har fungert som digitalsjef. Han har mastergrader i økonomisk politikk fra NHH i Bergen og i European Political Economy fra LSE i London. Frode er glad i orden, ny teknologi og smarte løsninger.

## Helge O. Svela

*Reportasjeleder, BT*

Helge er opprinnelig fra Stavanger, men har bodd i Bergen og jobbet i BT i 10 år. Han har blant annet en Bachelor i International Journalism fra John Moores University i Liverpool, og var fast ansatt i tre år i Rogalands Avis etter studiene. Der vant han Journalistprisen i Sør-Rogaland for avsløringen av historiske overgrep på Waisenhuset og andre barnehjem i Stavanger. I BT jobbet Helge som krimjournalist i fem år, og vant Gullparaplyen for avsløringen av at barnevernsbarn ble introdusert for rus og rusavhengige under offentlig omsorg i Bergen. Helge har vunnet flere Skup-diplomer.

## Magnus Hoem Iversen

*Postdoktor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, UIB*

Magnus har skrevet en doktorgrad om politisk reklame i Norge, med et særlig blikk på autentisitet og troverdighet. Han har også forsket på og publisert artikler om journalistikk (native advertising) og har en rekke publikasjoner innen feltet medieretorikk. Magnus jobber for tiden som politisk rådgiver for Arbeiderpartiet. Han har tidligere vært inntatt kommentatoravdelingen til Bergens Tidende, og har utstrakt erfaring fra et knippe av landets musikkfestivaler. I 2016/17 var han gjesteforsker ved Northwestern University i USA.

## Marius Arnesen

*Redaktør, NRKbeta*

Med en god dose Fjernsyns- og medieproduksjon fra Universitetet i Stavanger, et egenutviklet Snake-spill med ti brett i 12-årsalderen og en brennende interesse for teknologien vi omgir oss med, står Marius med et bein i både innholds- og teknologiverden. Han jobber i dag som redaktør i NRKbeta, NRKs sandkasse for teknologi og medier som drives hovedsakelig av en egen redaksjon og forskjellige mennesker i NRKs avdeling for medieutvikling. Marius arbeider hovedsakelig med tjenester for nett. Har langt over middels peiling på videoproduksjon, kompresjonsmetoder, streaming, Photoshop, digitalkamera, redigering og medieteknologi generelt. Når han ikke sitter foran skjermen, finner du han med en kite i luften på Haugastøl eller i Brasil.

## Gunhild Tinmannsvik

*Utenrikskoordinator, Tv 2*

Gunhild har jobbet i TV 2 siden 2006. Hun har erfaring som desk-koordinator og reporter, men har de siste årene vært tilknyttet utenriksavdelingen, der hun har særlig ansvar for internasjonalt samarbeid. Hun har i mange år vært engasjert i Norsk Journalistlags regionale konferanse Hauststormen, der hun i 2018 var leder for programkomiteen. Hun har også vært leder for Bergen Journalistlag i to år. Gunhild har hovedfag i medievitenskap fra Universitetet i Bergen. Gunhild er ny i programkomiteen høsten 2019.

## Gjertrud Eia-Revheim

*Dramaprodusent, Anagram Norge*

Gjertrud har en Bachelor i TV-regi fra Lillehammer, har jobbet i norsk TV-bransje siden hun gikk ut derfra i 2004 og har bred tv-faglig kompetanse. Først var hun en slags potet i NRKs Barne- og ungdomsavdeling, hvor hun fikk med seg erfaring både som innslagsprodusent, klipper og programleder. Hun var også inntatt NRKs kultur-



avdeling som producer, og som utegående reporter. Derfra gikk turen ut av NRK og inn i diverse TV-regijobber i produksjonsselskaper, som Nordisk film og Mastiff. I 2007 landet hun som regissør og postprodusent i Monster, hvor hun ble i seks år. Der hadde hun regi på blant annet *Norske talenter*, *Hellstrøm rydder opp* og *Hvem tror du at du er?*, og var postprodusent på utallige sesonger av *4-stjerners middag*. I 2013 gikk hun over til kanal, som programredaktør i NENT Group, der hun har hatt ansvar for produksjoner for TV3 og Viasat 4, blant disse er *Robinsonekspedisjonen*, *Hundepatruljen*, *Boligjakten*, og dramaserien *Melk*. Gjertrud jobber nå som postprodusent i Monster Entertainment. Hun har tidligere vært med i komiteen for Gullrutens Fagpris. Gjertrud er ny i programkomiteen høsten 2019.

#### Guri Heftye

*Festivalsjef, Nordiske Mediedager*

Guri Heftye er utdannet tekstforfatter fra Westerdals School of Communication og i markedsøkonomi fra BI og har over 25 års erfaring som merkevarebygger, tekstforfatter, journalist, idéskaper, tv-produsent og programleder. Hun har vært tekstforfatter i reklamebyråene New Deal, Ogilvy & Mather og JBR før hun ble gründer og startet reklamebyrået Filadelfia sammen med blant annet Arne Berggren. I tillegg til utstrakt virksomhet som frilansjournalist, der hun blant annet leverte featurestoff og portrettintervjuer til Henne, Red og Elle, ledet 25 litteraturprogram for Kanal 24, skrev kokeboken *Barmen Unplugged* og ledet utallige bokbad for Bokklubben Nye Bøker, har hun i flere perioder vært tilknyttet NRKs underholdningsavdeling redaksjonelt. Som programleder er hun kjent fra tv-seriene *Vis meg ditt kjøleskap*, *Portrettørene*, *Maraton* og *Løvebakken* på NRK1. Fra 2001 – 2006 var hun produsent i RubiconTV, før hun kom til Nordiske Mediedager som festivalsjef i 2007. Guri har vært styremedlem i Festspillene i Bergen i åtte år, fire av dem som styrets nestleder, og sittet i styret i Den Nationale Scene i tre år. Hun er i dag styreleder i VEGA Scene i Oslo.

#### Hjørdis Losnedahl

*Prosjektleder, Nordiske Mediedager*

Hjørdis var ansatt i Nordiske Mediedager fra våren 2014 til våren 2020. Hun er utdannet cand.mag. fra Universitetet i Bergen og Université de Nice, samt ulike kurs fra NHH. Før Mediedagene jobbet Hjørdis i flere år i Festspillene i Bergen. Hun har også vært administrasjonsleder i Logen Teater, hvor hun også var medeier. I Mediedagene har Hjørdis hatt ansvar for all praktisk tilrettelegging av konferansen. Hun sluttet i Mediedagene i april 2020 og blir avløst av Silje Iversen Hammersland som kommer fra stillingen som forlagsredaktør i Cappelen Damm.



Programkomiteén på Færøyene. Foto: NMD.

# Organisasjonsoversikt

## Representantskap

Ingar Myking, Universitetet i Bergen (leder)  
 Tor Magne Nondal, Dagens Næringsliv  
 Rebekka Eldøy, Bergens Tidende  
 Rune Eriksen, Bergensavisen  
 Vibeke Først Haugen, NRK  
 Aslaug C. Henriksen, TV 2

## Styre

Konstituert styreleder: Karianne Solbrække, TV 2  
 Frøy Gudbrandsen, Bergens Tidende  
 Sigvald Sveinbjørnsson, Bergensavisen  
 Janne Johannessen, Dagens Næringsliv  
 Dyveke Maiken Buanes, NRK  
 Leif Ove Larsen, UiB  
 Ingrid Agasøster, Mediability

## Programkomité

Alex Iversen, kommunikasjonsrådgiver, TV2  
 Camilla Fosse, journalist, BA  
 Ellen Winnæss Ramstad, innholdsutvikler, NRK  
 Gunhild Tinmannsvik, utenrikskoordinator, Tv 2  
 Frode Buanes, leder for redaksjonell planlegging og publisering, DN  
 Helge O. Svela, reportasjeleder, BT  
 Magnus Hoem Iversen, postdoktor, UiB  
 Marius Arnesen, redaktør, NRKbeta  
 Gjertrud Eia-Revheim, dramaprodusent, Anagram Norge

## Administrasjon

Festivalsjef: Guri Heftye  
 Prosjektleder: Silje Iversen Hammersland  
 Kommunikasjonsansvarlig: Yvonne Røysted

## Prosjektpartnere

Påmelding og booking: Kongress & Kultur  
 Produsent: Kulturoperatørene

## Festivalsjefens rådgivere

Nicolai Flesjø, Kanalsjef, NRK TV  
 Geir Terje Ruud, Utviklingsdirektør, NTB  
 Karsten Refsdal, Product Manager, Otovo.com  
 Anngun Dybsland, Kommunikasjonssjef, Odfjell SE  
 Bjarne Hareide, CEO & Founder DigiLab Scandinavia AS  
 Jane Throndsen, Feature-redaktør, Head of paid content, VG

## Stiftere

Bergen kommune  
 Bergensavisen  
 Bergens Tidende  
 Dagens Næringsliv  
 NRK  
 TV 2 Gruppen  
 Universitetet i Bergen



# 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 avslutater Nordiske TV Dager og showet sendes for første gang på TV 2.

## 1999

Media2000 arrangeres for første gang, i regi av Bergens Presseforening.

## 1999

Første medieundersøkelse gjennomføres.

## 2000

Stiftelsen Nordiske TV Dager opprettes.

## 2000

Nordiske TV Dager og Media2000 samarbeider under fellesnavnet Den Norske Mediefestivalen. NTVD og Media2000 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

Stiftelsen Nordiske Mediedager etableres, og trekkes ut av Bergen Media By. Bak stiftelsen står Bergen kommune, Bergensavisen, Bergens Tidende, Dagens Næringsliv, NRK, TV 2 Gruppen og Universitetet i Bergen v/Institutt for informasjons- og medievitenskap. Guri Heftye ansettes som festivalsjef. Stiftelsen Nordiske TV Dager og Media2000 legges ned. Ungdomskonferansen NMD Ung arrangeres for første gang.

## 2017

Administrasjonen flytter inn i Media City Bergen.

## 2020

I kjølvannet av koronakrisen arrangerer Nordiske Mediedager for første gang en heldigital konferanse: NMD Online.



Nordiske  
Mediedager  
Nordic  
Media Days

#nmd20

[facebook.com/mediedager](https://facebook.com/mediedager)

[twitter.com/mediedager](https://twitter.com/mediedager)

[flickr.com/mediedager](https://flickr.com/mediedager)

[instagram.com/mediedager](https://instagram.com/mediedager)