



Åpning av Nordiske Mediedager 2021: Else Kåss Furuseth og kulturminister Abid Raja

Innhold

NMD21 – en heldigital opplevelse	04
Nøkkeltall	06
Nordiske mediedager 2021	07
Sjur Holsens minnepris	09
Kveldsprogrammet	11
Program	12
Seertall	14
Konferanseplattformen Whova	17
Deltakere	18
Medieundersøkelsen	20
Sidetrack	21
NMD Ung	23
Presse og sosiale medier	24
Samarbeidspartnere	26
Tall	27
Programkomiteen 2021	28
Organisasjonsoversikt	30
Historikk	31



«113: Tett på liv og død»: Tone Lein og Helga Bones



Backstage

Foto: Thomas Brun/NTB

Nordiske Mediedager
Odd Frantzens plass 5
5008 BERGEN
E-post: post@mediedager.no
www.mediedager.no

NMD21 – en heldigital opplevelse

Når vi planlegger program og gjennomføring av Nordens største årlige mediekonferanse er forutsigbarhet et stikkord. Høsten 2020 var smittesituasjonen i Norge fremdeles krevende, og det var ingen tegn til at mediehusenes interne reiserestriksjoner skulle opphøre innen sommeren 2021. Derfor tok vi beslutningen allerede i oktober om å gjennomføre NMD21 som en heldigital konferanse. Det som kanskje kunne virke pessimistisk, viste seg å være en god strategi. Å ta denne avgjørelsen tidlig i planleggingsfasen ga oss handlingsrom og mulighet til å fokusere på utviklingen av en digital opplevelse for våre deltakere i mai, fremfor å avvente en uforutsigbar utvikling. For da vi kom til mai 2021 satt fortsatt hele bransjen på hjemmekontor.

Det å rigge for en vegg til vegg digital konferanse etter over ett år på Teams er et kamikaze-prosjekt, men vi satte oss skyhøye ambisjoner. Nettopp fordi vi visste at hele medie-Norge hadde omfattende skjermtretthet, ønsket vi å løfte begrepet «digital konferanse» til noe bra og livgivende. Vi ønsket å skape noe mer enn nok et Teams-møte. Vi ønsket å gi våre deltakere et digitalt NMD med energi, fag og fellesskap. Vi ville kort og godt ha liv i leirbålet.

Sammen med vår produsent Kulturoperatørene la vi planer for en tre dagers flerkamera studioproduksjon i tillegg til en pre-produksjonsperiode med opptak

av sesjoner med internasjonale speakere. Vi booket den største konferansesalen på The Hub i Oslo, bygde tre studioer og la alle ressurser i teknikk, lys, lyd, scenografi og regi. Alt innhold ble streamet gjennom festival-appen Whova, der også våre deltakere kunne sette opp sin egen programløype og chatte med hverandre.

Programkomiteen snudde fokus nok en gang og utviklet et program som tok høyde for det digitale formatet, anført av fire store navn: Washington Posts nylig avtroppende sjefredaktør Marty Baron, ytringsfrihets- og pressefrihetsforkjemper Maria Ressa, Emmy-grossist og serieskaper Armando Iannucci og eks-statsminister Helle Thorning-Schmidt fra Facebook Oversight Board og masse, masse mer.

Vi har alltid vært opptatt av nytteverdi, relevans og faglig påfyll, men i denne rare tiden kjentes dette viktigere enn noen gang. Folket må få noe skikkelig! Det er mange som har kjent på matthet og monotoni. Vi la i år ekstra stor vekt på å også kunne tilby et variert og underholdende kveldsprogram. Vi ønsket å være samlende og gi mediefolket noe å kose seg med i en tid som har vært tung. Vi føler vi traff blink med åpningen, «Lørdagsrådet», «Norsken, svensken og dansken», digital vinsmaking og mediequiz.

Resultatet ble akkurat det vi ønsket. En live-sending med et moderne og levende uttrykk, tydelig fysisk

og visuelt NMD-avtrykk, og med gjenkjennelig NMD-buzz rundt et høyaktuelt program.

Digitale Mediedager i fullskala! Så har vi prøvd det óg! Tre dager studiorigg, 37 sesjoner, 64 speakere fra inn- og utland, 27 moderatorer innom studio, fem kveldsarrangement og rekordoppslutning på over 2800 deltakere foran en skjerm! Det funka! Og for oss en unik arena for læring, utvikling av NMD og ny verdifull erfaring. Omdømmemessig er denne satsingen viktig for NMD. At vi fortsetter under pandemien, er til stede for våre deltakere og ikke bare «blir borte» er en ting, men også at vi i et unntaksår styrker satsingen og er offensive digitalt, er viktig for oss. For første gang tok NMD betalt for digitalt innhold. Og ekstra gledelig da, er at så mange fant veien til oss og tok del i noe helt nytt.

Tusen takk til moderatorer og speakere, som delte tid, kunnskap og erfaring og ga oss et blaff av ekte Mediedager. For et nydelig gruppearbeid! En stor takk til våre kjære samarbeidspartnere, støttespillere og frivillige. Dere er alle helt avgjørende for at vi lykkes!

Og til dere alle sammen: Vit at vi savnet dere! Støyen, praten og summingen i trappene i Grieg-hallen. Latteren og gleden av å være på Mediedagene, sammen! Velkommen til reunion 4.–6. mai, i Bergen 2022!



Guri Heftye, festivalsjef



Nøkkeltall

2846 deltakere

107 medieaktører på scenen

64 speakere

27 moderatorer

33 sesjoner

5 kveldsarrangement

4 Sidetracks

9 utstillere i Whova

Nordiske Mediedager 2021

Nordiske Mediedager 2021 ble arrangert 5.–7. mai som en fullskala heldigital konferanse og med rekordmange 2843 deltakere. Dette er nok en bekreftelse på Mediedagenes sterke posisjon.

Gjennomføring

Sammen med vår produsent Kulturoperatørene planla vi en tredagers flerkameraproduksjon i tillegg til pre-produksjon og opptak av sesjoner. Da de fleste av våre norske speakere holdt til i Oslo, med varierende reiserestriksjoner, valgte vi å legge produksjonen til den største konferansesalen på The Hub i sentrum av Oslo. Her var det store og gode fasiliteter og alle smittevern hensyn ble godt ivarettatt. I tillegg brukte vi et mindre studio på samme huset for pre-produksjon av sesjoner med utenlandske speakere. Dette gjorde vi både for å minimere risiko for tekniske problemer og for å overholde gjeldende smittevernregler og reiserestriksjoner. Under hele NMD hadde vi kun ett forfall på grunn av pålagt karantene.

Med tydelige fysiske og digitale NMD-profil-elementer i studio fikk vi nå virkelig etablert vår

nye visuelle profil som ble utarbeidet i 2020 av designbyrået We Oslo. Kombinert med effektiv scenografi fra Lise Christensen fra bergenske Vill ble dette et solid visuelt og TV-faglig fotavtrykk. Alle sesjoner ble sendt live eller «live on tape» under konferansedagene fra 5.–7. mai. Med unntak av de store panelsesjonene på 40 minutter, var alle sesjoner kun 20 minutter lange, en lengde som fungerte godt digitalt.

Aktualitet og relevans

Programmet bestod av 33 sesjoner, fem kvelds-arrangement og fire Sidetracks med bidrag og innhold fra våre samarbeidspartnere. Til sammen stod rundt 107 medieaktører på «scenen», og fem nasjonaliteter var representert i tillegg til Norge, herunder USA, Storbritannia, Filippinene, Sverige og Danmark.

For fjerde år på rad ledet Else Kåss Furuseth oss stødig og humoristisk gjennom Mediedagenes åpningskveld, som i år var en festkaramell av et talkshow. Med brennaktuelle gjester fra bredden av bransjen var dette posten på programmet som hadde flest seere gjennom hele konferansen. Det er spesielt gledelig. Selvskreven blant gjestene var Kulturminister Abid Raja, som holdt sin tale til mediefolket og offentliggjorde hovedprisene blant de nominerte til årets Mediepriser. Selve prisutdelingen skjer først i august 2021 grunnet Covid-19, men offentliggjøringen av de nominerte

trakk mange spente seere, ikke minst takket være nominerte trekkplastre som Herman Flesvig, Mikkel Niva og Henriette Steenstrup til stede. Nytt av året var at utdelingen av Sjur Holsens minnepris fant sted på Mediedagene. Kommunelege i Hadsel og gjesteskribent i BT, Ingebjørn Bleidvin, hadde tatt reisen fra Nordland til vårt studio i Oslo for å få overrakt prisen fra jurymedlem Gard Steiro.

Programmet varte fra torsdag morgen til fredag ettermiddag, og var preget av aktualitet og temaer som er ytterst relevante for bransjen. I NMDs signatursesjon «Toppmøtet» var vi veldig fornøyde med å få samlet lederne av landets største mediehus til debatt, med kun to deltakere på skjerm. Sesjonen ble den meste sette under konferansen og dessuten sendt direkte på TV 2 Nyhetskanalen. En annen av de mest sette sesjonene var intervjuet med Washington Posts avtroppende sjefredaktør Marty Baron. Den levende medielegenden som har mottatt 17 Pulitzer-priser, fortalte om ulike graveprosjekter han hadde vært involvert i, men også om hvordan det hadde vært å lede avisen gjennom tiden med Donald Trump som president, da pressen ble utropt som folkefiende. Problemstillinger rundt ytringsfriheten var som vanlig en viktig del av konferansen, og vi var stolte av å ha den filippinske journalisten Maria Ressa på programmet. Ressa, som nylig ble nominert til Nobels fredspris av Jonas Gahr Støre, har blitt selve

symbolet på kampen for pressefrihet og demokrati. Med stor fare for egen sikkerhet har hun gjennom flere år rettet et kritisk søkelys mot regimet til Filippinenes president Rodrigo Duterte og hans «trollfabrikker». Danmarks tidligere statsminister Helle Thorning-Schmidt som nå er medlem av Facebook Oversight Board, kunne fortelle oss om hvordan rådet jobber for å trekke opp grenser for hva Facebook kan publisere – og hvorfor. En annen av Mediedagenes merkevarer «Aarebrottsamtalen», tok i år for seg skillet mellom by og land. Med ulike stemmer representert – fra musikk- og filmmiljøet til academia og pressen, ble det en svært interessant samtale, og nok en sesjon som våre delegater flokket seg rundt. Her deltok professor i statsvitenskap Elisabeth Ivarsflaten ved UiB, manusforfatter Linn-Jeanethe Kyed, kommentator i VG Tone Sofie Aglen og musiker og forfatter Stein Torleif Bjella.

Vi fikk også et dypdykk i produksjonene av noen av landets store TV-suksesser som *Kompani Lauritzen*, *113* og *Rådebank*. Vi var dessuten svært fornøyde med treffsikkerheten på Henriette Steenstrups *Pørni* som ble lansert i samme tidsrom, etterfulgt av en unison hyllest fra norske anmeldere. Fra den internasjonale stjernehimmelen var vi veldig stolte over å kunne presentere den britiske serieskaperen Armando Iannucci, som viste oss politisk satire på toppnivå. Delegatene kunne også få mer kunnskap

om hvordan man får mest ut av nettets mest populære tjenester akkurat nå – fra Morning Brew og Reddit til Twitch og TikTok. Med et meget spesielt år bak oss, hadde vi i år håndplukket et panel til å snakke om samfunnssårbarhet. Pandemien har lært oss noe om vår egen tålegrense og om hvor utsatte vi alle er. Vi ønsket å høre fra fagfolk som med ulike ståsted kunne si noe om sine erfaringer. Sesjonen «Dette holder meg våken om natta!» ble et fantastisk interessant møte med kapasiteter som sentralbanksjef Øystein Olsen, FHI-direktør Camilla Stoltenberg, klimaforsker Bjørn Samset (Cicero) og jurist og ytringsfrihetsekspert Anine Kierulf.

En av programmets store suksesser ble vårt eget pausepanel. Her deltok Trine Eilertsen (Aftenposten), Sarah Sørheim (NTB), Frithjof Jacobsen (DN), Marie Simonsen (Dagbladet), Kjetil B. Alstadheim (Aftenposten) og Thomas Giertsen (Feelgood) i samtale med NMDs festivalsjef. At et knippe medieprofiler diskuterer programposter løpende og i en løs form, er noe deltakerne våre likte svært godt – og noe vi vil ta med oss videre.

NMD Fordypning

Nytteverdi og å legge til rette for erfaringsdeling blant ulike medieprodusenter er kjernen i Nordiske Mediedagers virksomhet. I år hadde vi en rekke

fordypningssesjoner hvor bransjens dyktigste lærte bort sine beste metoder. Eksempler på slike sesjoner var «Slik ledet jeg året på Teams» med Adressas sjefredaktør Kirsti Husby, «Slik tok jeg verdens beste pressebilde – to ganger» med Politikens prisvinnende fotograf Mads Nissen, «God sex på TV kommer ikke av seg selv» med Storbritannias ledende intimitetskoordinator Ita O'Brien og «Klassen: Slik lager du dritbillig drama (som målgruppa elsker)» hvor produsent og prosjektleder ga smarte tips og triks om hvordan du produserer drama effektivt og rimelig.

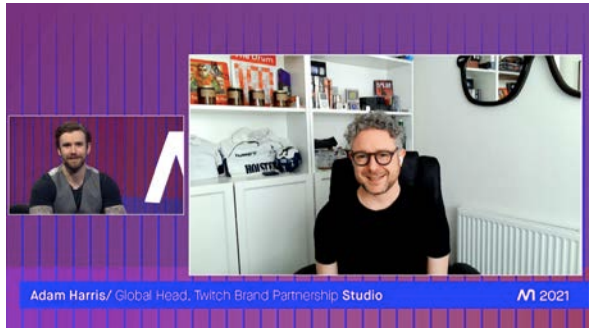
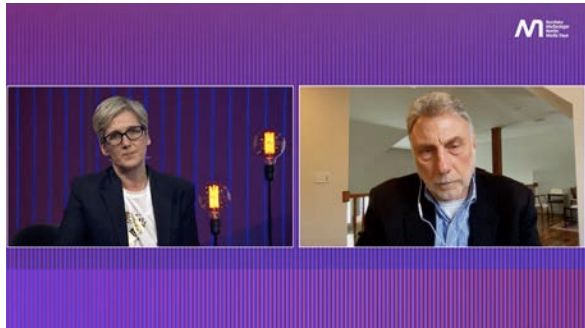
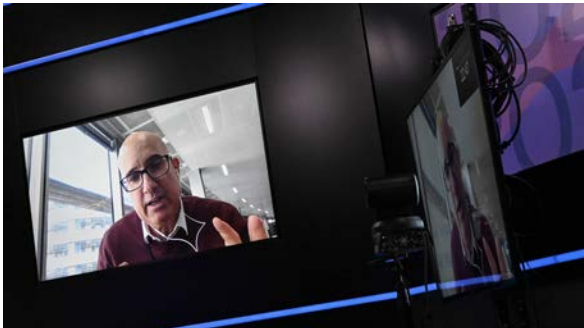


Sjur Holsens minnepris

Vi er stolte over at vi i 2021 inngikk et samarbeid med Sparebanken Vest om utdelingen av Sjur Holsens minnepris. Prisens formål om å fremme tydelige, uredde og særegne stemmer fra Vestlandet spesielt og landet generelt, i tillegg til interessen for samfunnsengasjement og meningsbrytning, føyer seg utmerket inn i Mediedagenes mål for programmeringsarbeidet. En jury håndplukket av Sparebanken Vest, bestående av Trine Eilertsen (sjefredaktør i Aftenposten), Gard Steiro (ansvarlig redaktør i VG) og Jens Kjeldsen (professor i retorikk ved UiB) kåret prismottakeren som ble presentert under åpningen av NMD21, med Kulturminister Abid Raja til stede. Årets pris gikk til Ingebjørn Bleidvin, kommuneoverlege i Hadsel og gjesteskribent i Bergens Tidende. Juryen løftet frem hans rolle som folkeopplyser da pandemien rammet Norge. Ved siden av å behandle sine pasienter, delte han også erfaringer fra legekontolet med offentligheten.

– Dette var folkeopplysning av stor verdi og høy klasse. Bleidvin er en fagperson som forstår at formidling er en viktig del av jobben i helsevesenet. Han våger å ta standpunkt, men gir også uttrykk for tvil i møte med etiske dilemma. Tekstene hans er engasjerende, lærerike og gir grunnlag for refleksjon. Dessuten skriver han gnistrende godt, uttalte Gard Steiro på vegne av juryen.





Kveldsprogrammet



Lørdagsrådet: Spesial: Live Nelvik, Ronny Brede Aase, Thor Gjermund Eriksen og Solveig Kloppen



"Virkelighetsflukt med Ingvild Tennfjord"



«Norsken, Svensken og Dansken»: Hilde Sandvik

Vi la i år ekstra stor vekt på å kunne tilby et variert og underholdende kveldsprogram. Vi ønsket å være samlende og gi folket noe å kose seg med i en tid som for mange har vært tung.

Lørdagsrådet: Spesial

Etter åpningen onsdag kveld overtok Live Nelvik roret og inviterte til «Lørdagsrådet: Spesial», et problembasert underholdningsprogram som ellers er kjent fra NRK P3. I denne spesialutgaven var det Solveig Kloppen (TV 2), Ronny Brede Aase (NRK) og Thor Gjermund Eriksen (NRK) som skulle bli i sitt livserfaringsarkiv som rådgivere, og dilemmaene ble sendt direkte fra mediefolket.

Norsken, svensken og dansken: Spesial

På torsdagen åpnet vi kvelden med panskandinavisk familierapi ved podkastrioen «Norsken, svensken og dansken». Hilde Sandvik satt i NMDs studio, mens Hassan Preisler var på link fra København og Åsa Linderborg fra sitt hjemmekontor i Stockholm. Også denne kvelden dyrket de sine skandinaviske uenigheter og ulikheter med entusiasme og innlevelse, og programposten endte som den mest sette på kveldsprogrammet.

Virkelighetsflukt med Ingvild Tennfjord

Vinanmelder og forfatter Ingvild Tennfjord tok oss deretter med på en smakfull virkelighetsflukt til Piemonte og Burgund. Det var stor etterspørsel av vinlisten i forkant av arrangementet, og flere delte sine egne opplevelser av vinene med andre deltakere i appen Whova.

Den Store Mediequizen

Etter en oppvarming med Ingvild Tennfjord var det over 30 lag som stilte på «Den Store Mediequizen» som fulgte like etter. I år var det den rutinerte quizduoen Hasse Hope og Christopher Pahle som fikk oppdraget med å teste bransjekunnskapen blant våre deltakere. Vi var kjempefornøyde med quizen som var passelig nerdete og humoristisk.

Program torsdag 6. mai

Marty Baron: Washington Posts stjerneredaktør om mistillit og fake news-krigen

Med: Marty Baron
Mod: Christina Pletten

NMD fordypning: Klassen: Slik lager du dritbillig drama (som målgruppa elsker)

Med: Daria Almo, Benedikte Minos

The Athletics oppskrift på suksess: Håndplukking av journalister og en knallhard betalingsmur

Med: Ed Malyon
Mod: Eystein Thue

NMD fordypning: Slik ledet jeg året på Teams

Med: Kirsti Husby

God sex på TV kommer ikke av seg selv

Med: Ita O'Brien
Mod: Lars Kristian Flemmen

The New York Times' Visual Investigation Team: Supergravernes metode

Med: Malachy Browne

Twitch: Mer enn bare en strømmetjeneste for gamere?

Med: Adam Harris
Mod: Stian Blipp

TikTok: Glem alt du trodde du visste om video

Med: ZaraCecilie, Synne Vo
Mod: Stig Øystein Schmidt

ProPublica og New York Times Magazine: Klimamigrasjonsmodellen som rystet Amerika

Med: Abrahm Lustgarten
Mod: Bent Skjærstad

Pørni: Henriette Steenstrups hyllest til hverdagshelten

Med: Henriette Steenstrup

Toppmøtet 2021

Med: Thor Gjermund Eriksen, NRK / Olav T. Sandnes, TV 2 / Filippa Wallestam, NENT / Espen Skoland og James Gibbons, Discovery, Kristin Skogen Lund, Schibsted
Mod: Kjetil H. Dahle

Kompani Lauritzen: Eventyret om gullgutta og troppe deres

Med: Kristian Ødegård, Dag Otto Lauritzen, Nils Peder Sand
Mod: Else Kåss Furuseth

Reddit: En uutnyttet gullgrube for journalister

Med: Gabriel Sands
Mod: Eirik Solheim

NMD fordypning: Slik tok jeg verdens beste pressebilde – to ganger

Med: Mads Nissen
Mod: Ellen Gossner

Kampen om storbyene

Med: Siv Tveitnes, Anders Opdahl, Per-Axel Koch
Mod: Erik Waatland

113: Tett på liv og død

Med: Tone Lein, Helga Bones

Hva vil Amazon Studios med Norden?

Med: Georgia Brown
Mod: Vegard Stenberg Eriksen

Sidetracks:

Høyskolen Kristiania: Hva mener kommunikasjonsfolk om kommunikasjonsbransjen?

Mediability: Slik bygger vi Storbritannias første skybaserte nyhetsrom

PwC: Dataangrep og cybersikkerhet i mediebransjen

Program fredag 7. mai

Aarebrotsamtalen: Forstår vi ikke vårt eget land?

Med: Linn-Jeanethe Kyed, Tone Sofie Aglen, Elisabeth Ivarsflaten, Stein Torleif Bjella
Mod: Fredrik Solvang

Maria Ressa: Ytringsfrihetens frontkjemper

Med: Maria Ressa
Mod: Sigurd Falkenberg Mikkelsen

Rådebank: Da bygda tok Norge med storm

Med: Linn-Jeanethe Kyed, Daniel Fahre
Mod: Thomas Seeberg Torjussen

Slik ønsker jeg å bygge NRK videre

Med: Thor Gjermund Eriksen

På jobb i Sveriges underverden

Med: Joakim Palmkvist
Mod: Kadafi Zaman

Push kampen: Når hvert sekund teller

Med: Hege Varsi/Dagbladet, Robert Simsø/VG
Mod: Stian Øvrebø Johannessen

Da netthatt ble til voldelige opprør i den virkelige verden

Med: Ina Fried
Mod: Anders Hofseth

Den tynne blå linjen: Dramaserien som tar virkeligheten på alvor

Med: Cilla Jackert
Mod: Mona B. Riise

Facebook Oversight Board: Høyesterett for ytringsfrihet, et godt PR-stunt eller noe midt i mellom?

Med: Helle Thorning-Schmidt
Mod: Kjersti Løken Stavrum

Morning Brew: Slik lykkes du med nyhetsbrev

Med: Ryan Duffy
Mod: Ingeborg Volan

Medieundersøkelsen 2021: Har koronadekningen svekket tilliten til mediene?

Med: Lill Sverresdatter Larsen, Gard Steiro, Frode Hansen, Charlotte Haug, Svein Tore Bergestuen
Mod: Sigrid Sollund

Scene for scene: Norsk-ish

Med: Melike Leblebicioglu, Terje Rangnes
Mod: Julie Andem

GB News: Kontroversiell nykommer på britiske TV-skjermer

Med: Angelos Frangopoulos
Mod: Espen Aas

Dette holder meg våken om natta!

Med: Camilla Stoltenberg, Øystein Olsen, Bjørn Samset, Anine Kierulf
Mod: Ingunn Solheim

WTF!? Kavalkade: Verdens villeste TV-formater

Med: Anders Fuchs, Niels Lindberg

Emmy-grossist Armando Iannucci: Mesteren av politisk satire

Med: Armando Iannucci
Mod: Gjermund Stenberg Eriksen

Sidetrack:

Acast: Hvordan kan du ta del av mulighetene innen podcast

Seertall

I år ble Mediedagene streamet i sin helhet i appen Whova. Så fort sesjonene som gikk live var ferdig, ble de lastet opp slik at deltakerne skulle ha rask tilgang til opptaket.

Det er åpningen onsdag kveld som har flest avspillinger i Whova (1845), mens listen under viser sesjonene med flest antall avspillinger torsdag og fredag.

Torsdag:

- «Toppmøtet 2021» (1766)
- «Marty Baron: Washington Posts stjerneverdaktør om mistillit og fake news-krigen» (1233)
- «Norsken, svensken og dansken: Spesial» (820)
- «Kompani Lauritzen: Eventyret om gullgutta og troppen deres» (824)
- «Pørni: Henriette Steenstrups hyllest til hverdagshelten» (811)

Fredag:

- «Aarebrotsamtalen: Forstår vi ikke vårt eget land?» (827)
- «Slik ønsker jeg å bygge NRK videre» (804)
- «Medieundersøkelsen 2021: Har koronadekningen svekket tilliten til mediene?» (610)
- «Dette holder meg våken om natta!» (433)
- «Rådebank: Da bygda tok Norge med storm» (422)

I motsetning til tidligere år sendte vi ikke sesjonene live eller la ut opptak i etterkant på egen nettside, med to unntak: «Aarebrotsamtalen» og «Medieundersøkelsen». Disse har blitt sett av totalt 500 personer. I tillegg ble «Toppmøtet» sendt direkte på TV 2 Nyhetskanalen.



«Kompani Lauritzen: Eventyret om gullgutta og troppen deres»:
Else Kåss Furuseth,

Respons

I etterkant av Mediedagene sendte vi ut et evalueringsskjema som gir en liten pekepinn på deltakernes opplevelse av konferansen:

Interessante og lærerike sesjoner, ny innsikt som er relevant, ser fremover.

Bra! Digitale konferanser i koronatimes har ofte vært dårligere enn vanlig, men ikke Mediedagene.

Det var mye interessant på programmet. Det var helt topp at det var digitalt, og det kan det gjerne være fremover også når det er mulig å møtes, som et ekstratilbud om man ikke har mulighet til å dra til Bergen.

Det var overhodet ikke dødt eller tungt å følge det digitalt. Ingenting kan erstatte fysiske mediedager, men dette var jaggut et godt substitutt!

Veldig bra satt opp med veldig mange varierte og relevante temaer. Noe for alle.

Torsdag, mest likt:

1. «Toppmøtet 2021»
2. «Pørni: Henriette Steenstrups hyllest til hverdagshelten»
3. «Marty Baron: Washington Posts stjerneredaktør om mistillit og fake news-krigen»
4. «New York Times' Visual Investigations Team: Supergravernes metode»
5. «Kompani Lauritzen: Eventyret om gullgutta og troppen deres»

Sitater:

«Marty Baron: Washington Posts stjerneredaktør om mistillit og fake news-krigen»: *Ordentlig ledet, masse informasjon, fikk mye ut av timen.*

«Kampen om storbyene»: *Interessant og lærerik sesjon, ny innsikt som er relevant, ser fremover.*

Fredag, mest likt:

1. «Rådebank: Da bygda tok Norge med storm»
2. «Aarebrotsamtalen: Forstår vi ikke vårt eget land?»
3. «Slik ønsker jeg å bygge NRK videre»
4. «Medieundersøkelsen 2021: Har koronadekningen svekket tilliten til mediene?»
5. «Emmy-grossist Armando Iannucci: Mesteren av politisk satire»

Sitater:

«Scene for scene: Norsk-ish»: *Spennende og gøy vinkling.*

«Den tynne blå linjen: Dramaserien som tar virkeligheten på alvor»: *En drøm av en sesjon! Gode, enkle spørsmål som gir mange gode svar!*

«Dette holder meg våken om natta!»: *Meget bra. Skikkelig gode deltagere, smarte innlegg og veldig god og saklig debatt! Mer av dette.*



TikTok: Glem alt du trodde du visste om video

Konferanseplattformen

Whova

For å samle alle deltakere, både de som deltar fysisk og digitalt, tok vi i år for første gang i bruk konferanse-appen Whova som er en plattform for streaming, nettverking, spørsmål og diskusjon. Dette var en app vi hadde planlagt å ta i bruk i 2020, da den også fungerer svært godt for å kommunisere med deltakere på ordinære konferanser, og for å knytte sammen fysiske og digitale deltakere på en felles plattform. Appen har god visning både på desktop og på mobil, noe som gjør den lett tilgjengelig både for de som sitter hjemme og følger programmet digitalt, og for de som sitter i salen og vil bruke appen for å kommunisere med andre deltakere eller speakers.

Gjennom Whova har vi hatt muligheten til å kommunisere direkte med deltakerne via appen, SMS og e-post. Det har også vært mulig å kommunisere en-til-en i egne chatter eller videomøter. Den desidert mest populære funksjonen har imidlertid vært muligheten til å kunne sette opp sin egen agenda. Dette kommer også frem i undersøkelsen vi sendte ut i etterkant av konferansen: 46 prosent svarte at det å kunne lage sin egen agenda var det mest interessante ved å bruke Whova. På andreplass er muligheten for Q&A og offentlig chat.

Samarbeidspartnere og utstillere ble også en viktig del av det digitale fellesskapet gjennom Whova.

Sponsorer lå synlige med logo på forsiden av appen, og alle fikk hver sin profil hvor de kunne laste opp logo, videoer, tekst om seg selv eller produkter, kontaktinformasjon, lenker til sosiale medier og annet de ønsket å dele. Utstillere kunne her kommunisere med deltakerne og foredragsholderne, og invitere til videomøter gjennom appen om ønskelig. På denne måten fikk de være en del av konferansen også digitalt, og kommunisere tett med personer de ellers hadde ønsket å møte på en fysisk konferanse.

- 67 prosent av de spurte svarte at de er fornøyde eller svært fornøyde med Whova som plattform.
- 83 prosent var fornøyd eller svært fornøyd med den tekniske kvaliteten.
- 89 prosent var fornøyd eller svært fornøyd med den digitale konferanseopplevelsen.

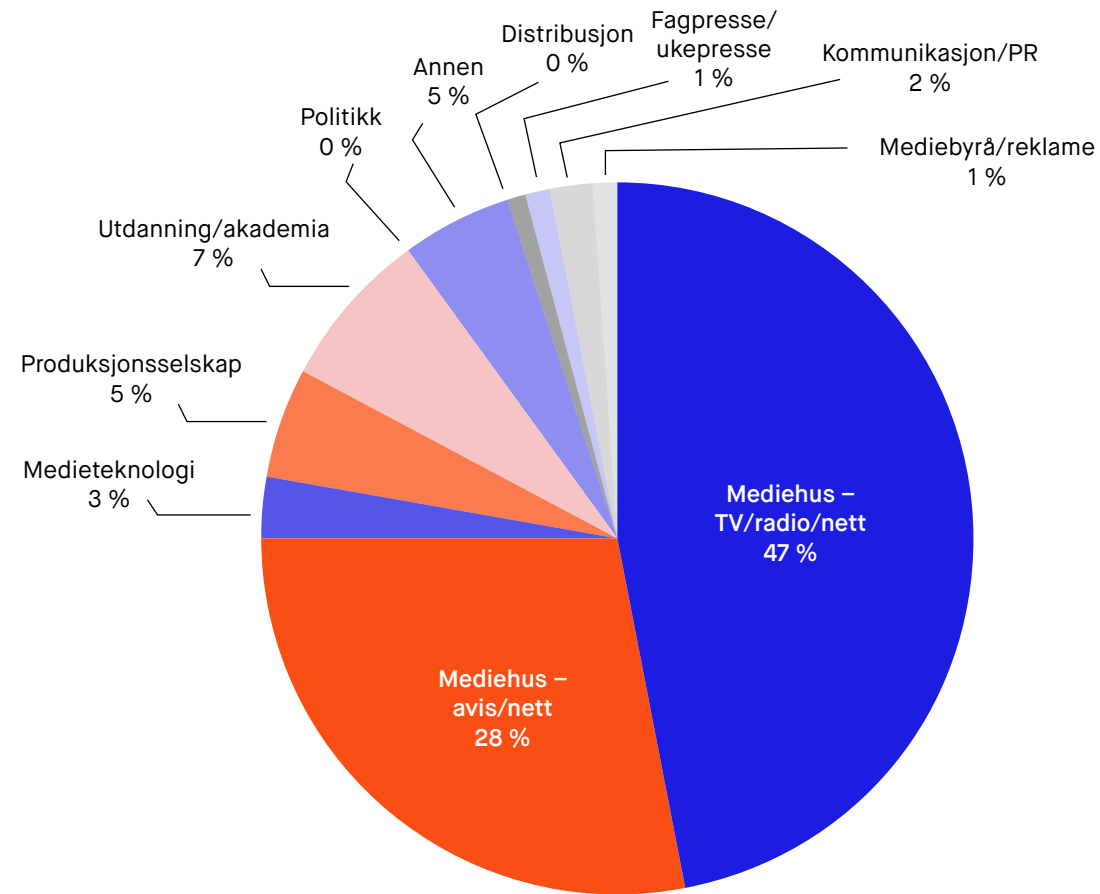


Deltakere

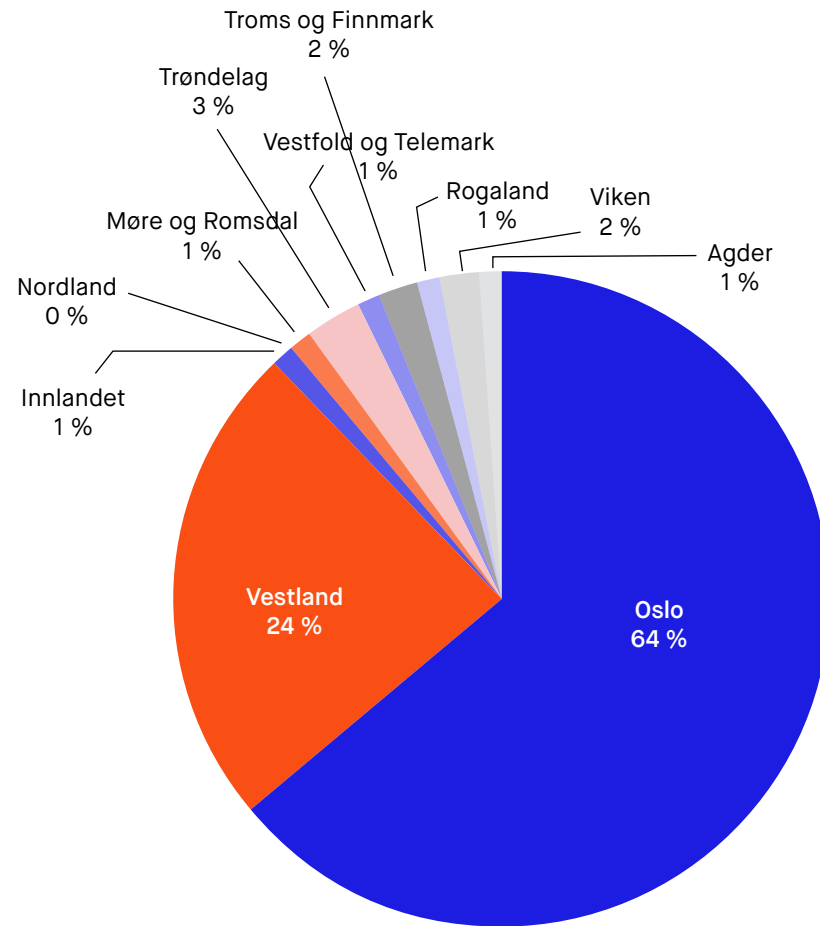
Med rundt 2850 påmeldte, beholder Mediedagene posisjonen som Nordens største mediekonferanse, og det er en bekreftelse på at arrangementet er det viktigste møtestedet i Norge for mediebransjen!

Deltakerne kommer fra et bredt spekter av bedrifter og profesjoner. En hovedvekt av deltakerne kommer fra produksjonsmiljøene knyttet til TV/radio/nett, etterfulgt av mediehusene innen papir/nett. Vi har også en betydelig deltakerandel fra medieutdanning og forskningsinstitusjoner, fra medieteknologibedrifter og informasjonsbransjen. Svært mange er fra hovedstaden og Vestland, og det gleder oss at de fleste andre fylker også er representert i år.

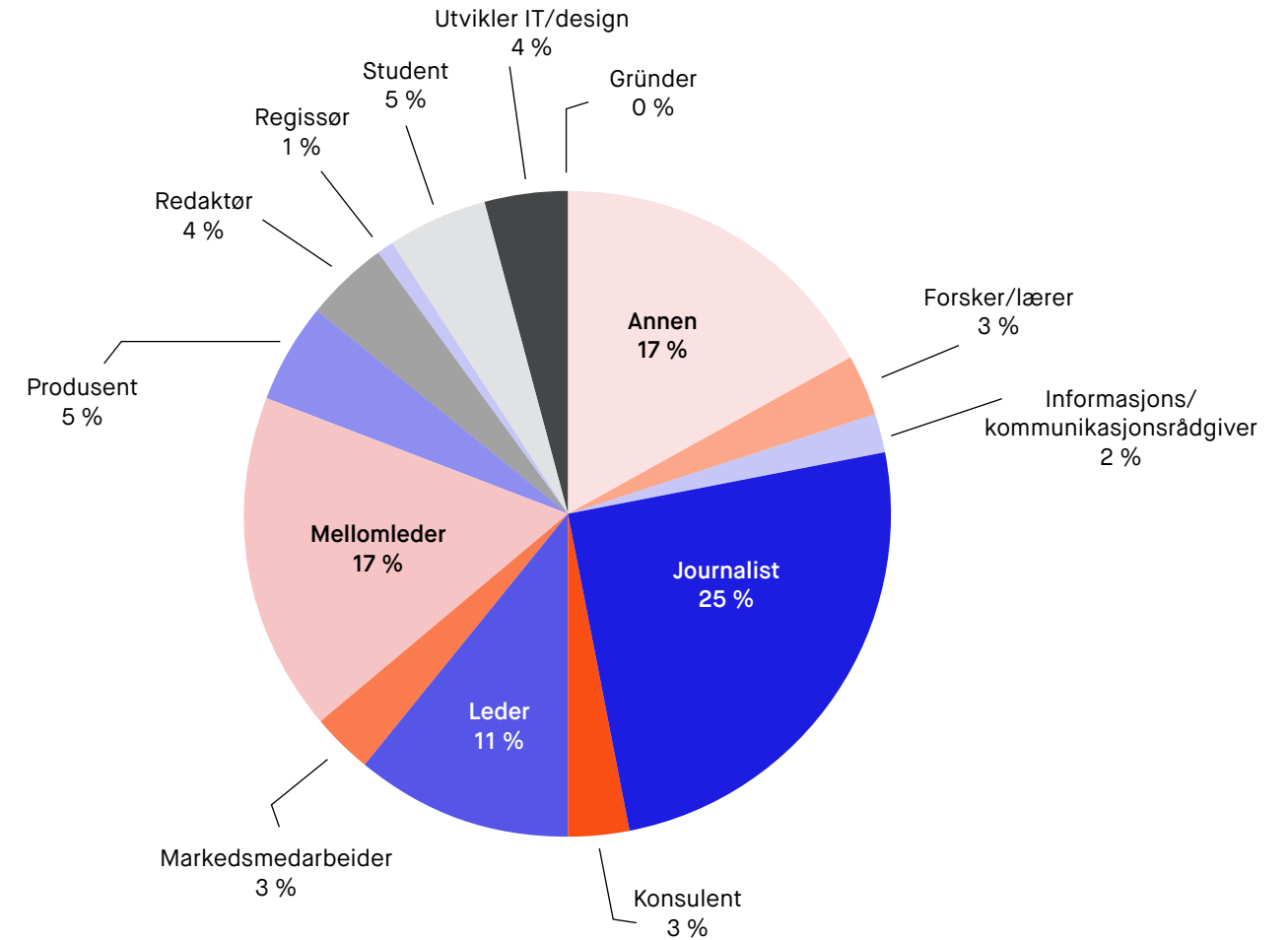
Bransjefordeling



Fylkesinndeling

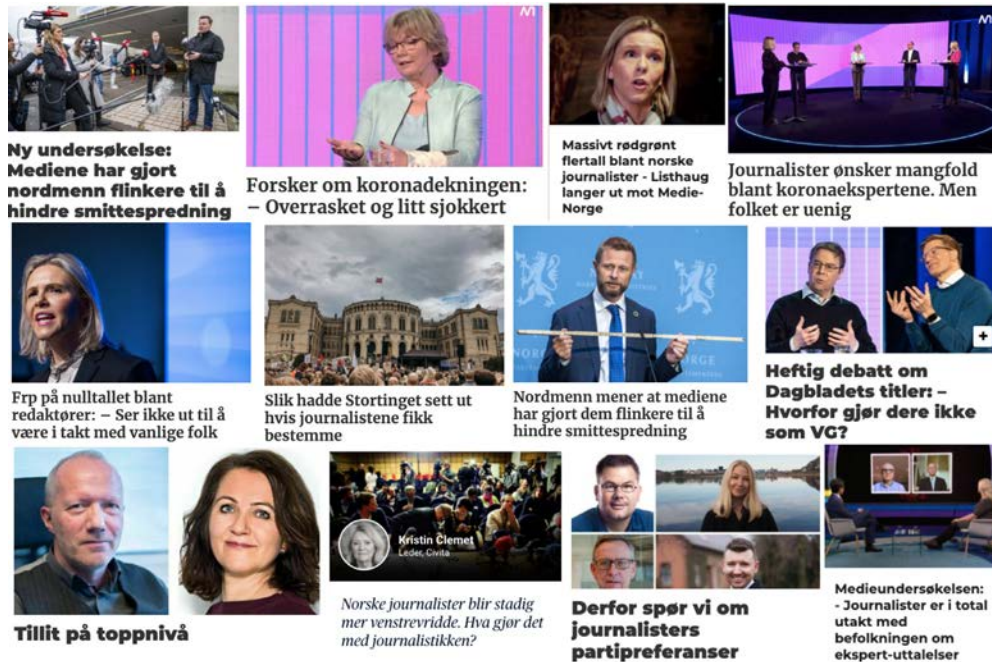


Stillingskategorier



Medieundersøkelsen

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.



Prosjektgruppen for Medieundersøkelsen 2021 bestod av Erik Knudsen (UiB), Thore Gaard Olaussen (Respons Analyse), Pål Andreas Mæland (BT), samt Yvonne Røysted (NMD). Medieundersøkelsen er støttet av Fritt Ord og Medietilsynet. 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.

Årets medieundersøkelse gikk ut til journalister, redaktører, medlemmer av Det norske sykepleierforbundet og Den norske legeforening i tillegg til den norske befolkning for øvrig. Mediene fikk en ny rolle da pandemien traff Norge våren 2020. Undersøkelsen bød på en unik mulighet til å undersøke hvordan mediene har forholdt seg til situasjonen og ikke minst hvordan medisinske fagfolk og øvrig publikum har forholdt seg til mediene. Erik Knudsen (UiB) presenterte først en del av resultatene, etterfulgt av en debatt ledet av NRKs Sigrid Sollund. Hele presentasjonen ble publisert på Mediedagenes nettsider. I tillegg har det også blitt gjort to eksterne samarbeid med Ytringsfrihetskommisjonen og klimaprojektet CLIMLIFE ved Universitetet i Bergen, som hver har bestilt fem spørsmål. Disse resultatene offentliggjøres etter all sannsynlighet i høst.

Resultater

Undersøkelsen ga flere interessante funn, og viste at tiltroen til mediene er høy og har økt noe i forhold til

i mars i fjor. Legene og sykepleierne er på nivå med befolkningen når det gjelder spørsmålet om generell tiltro til mediene, men de skilte seg ut når det kom til koronajournalistikken. Her hadde de mye lavere tillit til mediene enn redaktører og journalister, og lå under befolkningen generelt. Mens flere journalister og redaktører ønsker et mangfold av ekspertuttalelser og synspunkter på løsninger, ønsker leger, sykepleiere og den øvrige befolkningen at mediene kun vektlegger uttalelser fra helsemyndighetene.

I undersøkelsen er et representativt utvalg av befolkningen blitt spurt om hvor enig eller uenig de er i innføringen av ulike smitteverntiltak. Spørsmålene ble stilt både i november 2020 og mars 2021. De samme spørsmålene ble deretter stilt sykepleiere og leger. Resultatet viser at spesielt synet på stengte skoler varierer mellom de ulike gruppene. Støtten til smitteverntiltak er jevnt over stor i befolkningen, men leger er mer kritiske til å stenge skoler og barnehager.

I likhet med tidligere undersøkelser, er norske journalister fortsatt rødere enn den øvrige befolkningen. Både partiene Ap, Sv, Rødt og særlig MDG er større blant norske journalister enn i den øvrige befolkningen. Dersom norske journalister hadde utgjort velgermassen, hadde man til høsten hatt et klart rødgrønt flertall, med Ap, SV og Senterpartiet i regjering. Mens journalistene står betydelig mer til venstre enn den generelle befolkningen, er Høyre det største partiet hos redaktørene.

NMD Sidetrack

På NMD21 var det også mulig å kjøpe seg plass i programmet i Sidetrack-sporet. Med en egen sesjon kunne bransjen lansere nye tjenester eller presentere aktuelle caser, i tillegg til at de fikk god profilering i konferanseplattformen og i NMDs kanaler. Alle Sidetrack-sesjonene gikk parallelt med det øvrige programmet, og fikk god oppslutning.

Vi ser også at det digitale formatet i mange tilfeller har gjort at flere velger å se Sidetracks: I Grieghallen er det maks plass til 100 personer i rommet, mens noen av årets Sidetracks har opp mot 200 avspillinger i Whova. Disse var i år presentert på NMD Sidetrack:

- PwC
- Mediability
- Acast
- Høyskolen Kristiania



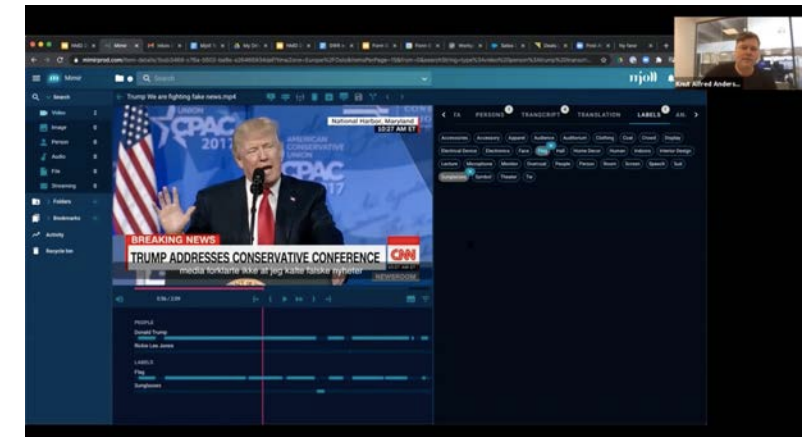
How do we do it?



Kommunikasjonsundersøkelsen 2021



- Undersøkelse sendt til alle medlemmer i Kommunikasjonsforeningen
- Måler en rekke bakgrunnsvariabler, samt holdninger til og oppfatninger om
 - Kommunikasjonsarbeidet i virksomhetene
 - Viktige kompetanseområder
 - Kommunikasjonsarbeid i årene fremover
 - Måling og evaluering
 - Desinformasjon som utfordring





Medieundersøkelsen 2021 – Har koronadekningen svekket tilliten til mediene?:

Sigrd Sollund, Frode Hansen, Charlotte Haug, Gard Steiro og Lill Sverresdatter Larsen

NMD Ung

NMD satser bevisst på å øke kunnskapen blant ungdom om hvilken betydning media har for demokratiet og for forståelsen av samfunnet vi lever i. Hvert år siden 2006 har Nordiske Mediedager arrangert ungdomskonferansen NMD Ung før hovedkonferansen, og i 2021 var dette planlagt å finne sted 4. 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.

Ungdomskonferansen NMD Ung ble gjennomført i en digital versjon også i år. Vi valgte ut tre sesjoner fra hovedprogrammet, og produserte i tillegg to sesjoner eksklusivt for NMD Ung-publikummet hvor debattansvarlig i Dagsavisen Selma Moren ga sine beste råd til unge for å delta i samfunnsdebatten og VGs Snapchat-redaksjon fortalte om hvordan de jobber for å nå ut til unge mennesker. Fra hovedprogrammet valgte vi sesjonen med den filippinske journalisten og ytringsfrihetsforkjemperen Maria Ressa, TV-suksessen Rådebank og sesjonen om TikTok. Ved å dele disse som enkelt-sesjoner og ikke som én lang stream, kunne lærerne selv velge hva som ville fungere i deres undervisningsopplegg. Disse sesjonene ble sendt i en egen nedlastingspakke til lærere over hele Norge. Vi har allerede fått flere tilbakemeldinger fra lærere som ønsker å ta disse i bruk i undervisningen.



NMD UNG støttes av Agenda Vestlandet – en stiftelse opprettet av Sparebanken Vest.

Presse og sosiale medier

Selv med en heldigital avvikling fikk årets mediedager mye oppmerksomhet, og det var flere øyeblikk som skapte overskrifter hos bransjenettstedene.

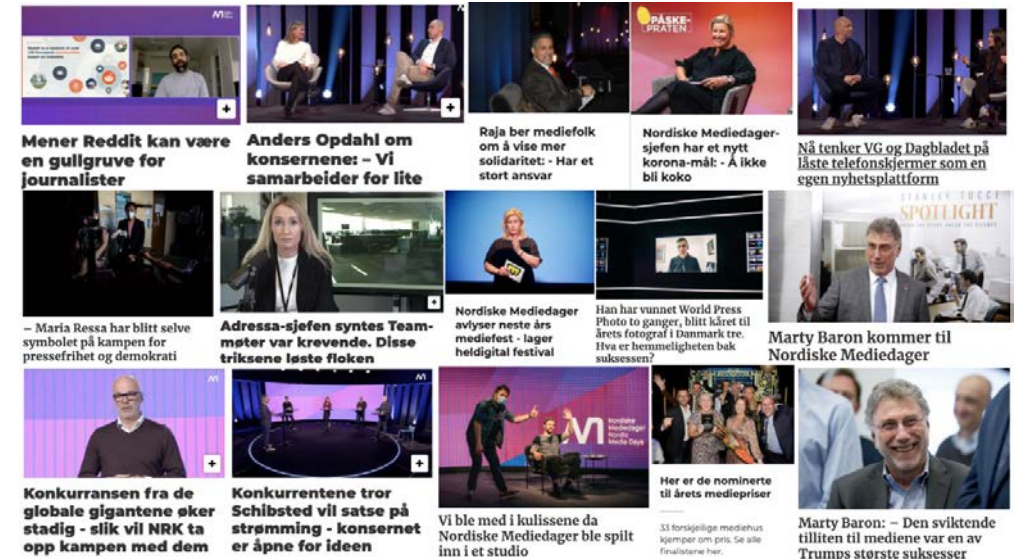
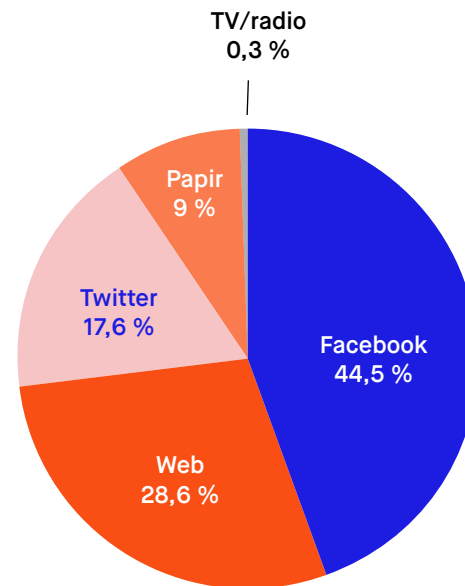
I forbindelse med Nordiske Mediedager 2021 får «Nordiske Mediedager» 142 treff i norske medier. Dette er inkludert papir, web, TV og radio.

På grunn av restriksjoner på hvor mange som får være til stede i studio under innspilling, samt egne pålagte restriksjoner i medieredaksjonene, har de fleste journalistene valgt å følge konferansen digitalt. Det har derfor blitt gjort lite intervjuer av speakere underveis i Mediedagene. Dette preger også omfanget av mediedekningen. Det var imidlertid god dekning og trykk hos nisjenettstedene underveis, med rullende dekning av temaer fra sesjonene.

Høsten 2020 var det knyttet medieinteresse til om Nordiske Mediedager kom til å gå digitalt for andre året på rad. Da det i november ble bekreftet at Nordiske Mediedager også i 2021 kom til å gå digitalt, ble dette dekket av blant annet Journalisten, Kampanje og Medier24.

Det var flere øyeblikk fra årets Mediedager som skapte overskrifter hos bransjenettstedene. «Toppmøtet 2021» fikk god dekning, og mediene gjorde saker på flere øyeblikk fra sesjonen.

Også i år var det stor interesse for Medieundersøkelsen, med flere saker om hvordan mediene hadde dekket koronakrisen. TV 2 var også svært interessert i sesjonen om «Kompani Lauritzen», og fikk tillatelse til å publisere klipp fra sesjonen på sine nettsider. Vi har også hatt sesjoner fra Mediedagene på radio: Radioprogrammet «Kulturstripa» på NRK sendte klipp fra Mona B. Riises intervju med «Den Tynne Blå Linjen»-skaper Cilla Jackert.



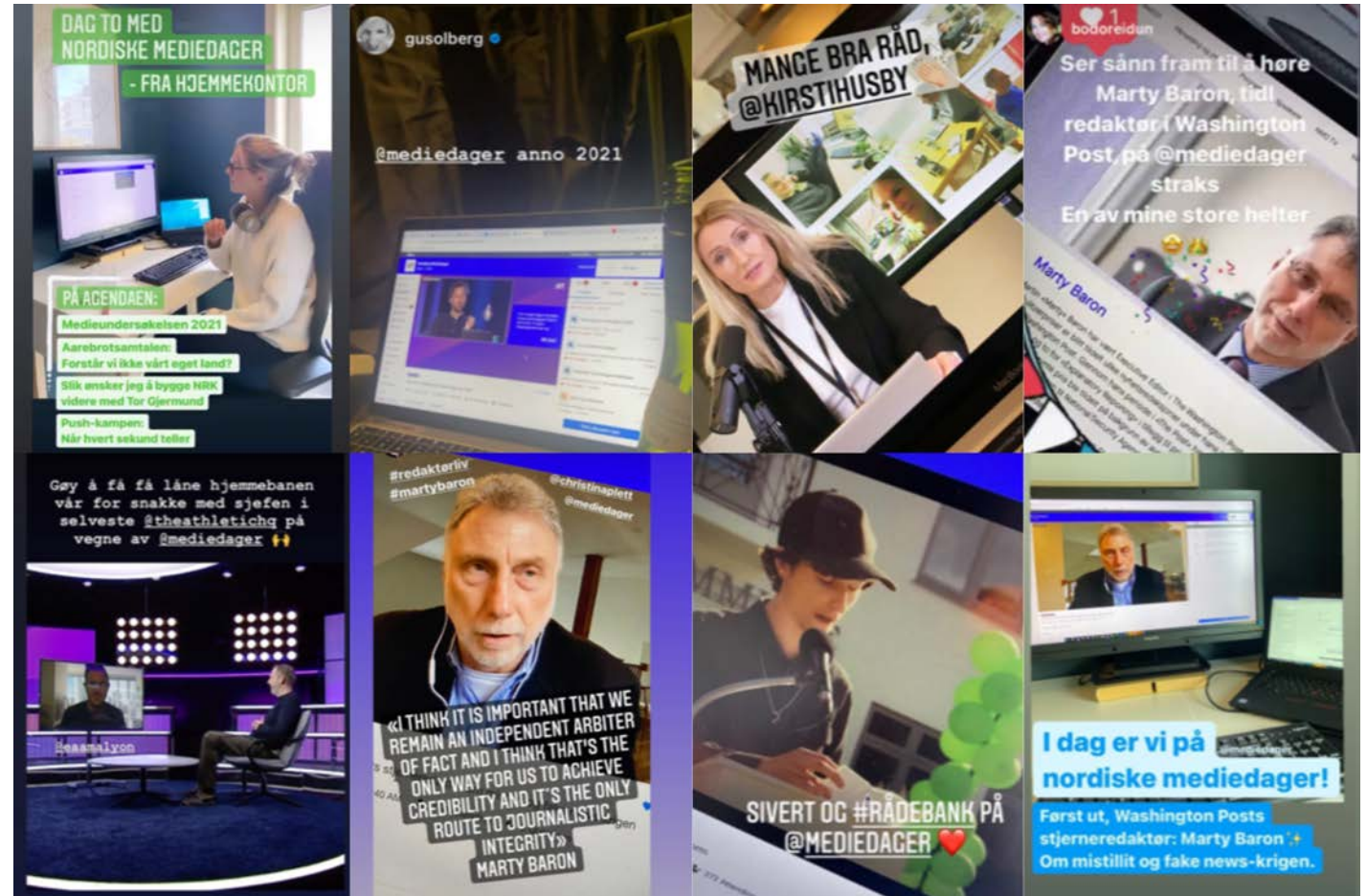
NMD i sosiale medier

Helt fra påmeldingen åpnet i februar, hadde vi et sterkt fokus på å være til stede i sosiale medier, i hovedsak Facebook og Instagram. I tillegg har vi i år også fått LinkedIn-siden vår opp på beina. Sosiale medier er spesielt viktig for å drive trafikk til nettsiden i forkant av konferansen, hvor vi publiserte mye informasjon om programslipp og oppfordringer til påmelding. Vi publiserte også mye innhold underveis i konferansen, med alt fra artikler fra diverse medier, bilder og videoteasere fra sesjonene.

Til tross for at det har blitt vanskeligere enn før å oppnå rekkevidde uten betalte promoteringer på sosiale medier, tyder både svar fra vår egen undersøkelse og egne tall på at Facebook fremdeles er en svært viktig kanal for oss. Dette gjelder spesielt for å nå frem med informasjon om programmet, og for å drive trafikk til nettsiden. I perioden fra vi åpnet påmeldingen og gjennom mai (15. februar 2021—8. mai 2021) har vi her hatt en rekkevidde på 80 000 i snitt per måned.

Det er fremdeles gjennom nyhetsbrevet eller Facebook de aller fleste får med seg informasjon fra NMD, men det er også en økende andel som bruker Instagram for å få med seg oppdateringer. Vi brukte derfor mye tid under Mediedagene på å oppdatere Instastories, både til promotering for programmet i forkant, men også gjennom konferansen. I tillegg la vi ut oppdateringer og teasere med «backstage»-bilder fra studioet i Oslo. Det er også via Instastories vi fikk

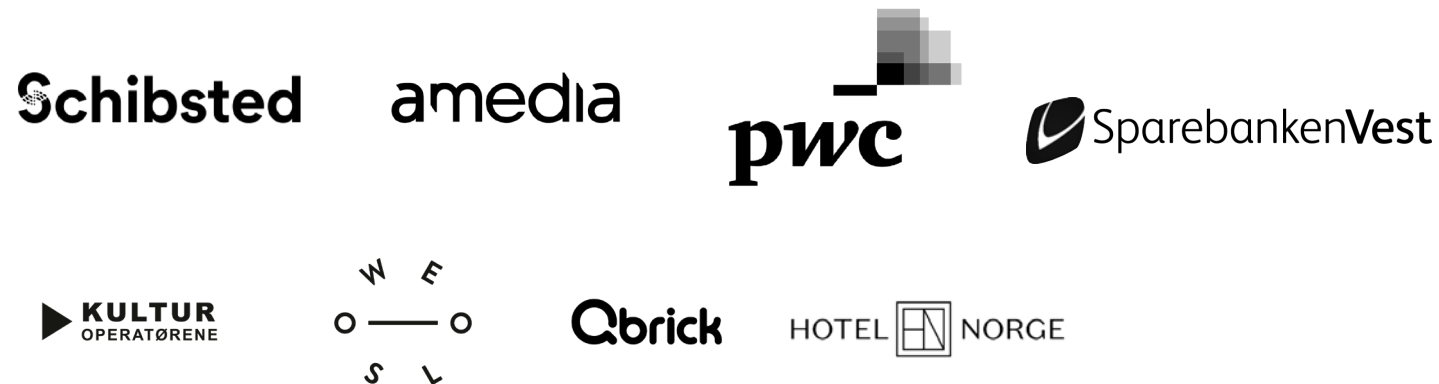
mest direkte respons av publikum som satt og fulgte med underveis. Disse repostet vi i egen feed som promotering.



Samarbeidspartnere

Nordiske Mediedager er i kontinuerlig vekst, og har store ambisjoner for videre utvikling. Det koster å drifte et arrangement på dette nivået, både fysisk og digitalt, 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:



Takk til våre støttespillere: Bergen kommune, Kulturdepartementet, Utdanningsdirektoratet, Fritt Ord, Medietilsynet, Pressens Faglitteraturfond, Westfal-Larsen og hustru Anna Westfal-Larsens Almennyttige fond, Norsk Redaktørforening, Mediebedriftenes Landsforening og Norsk Journalistlag.

Våre stiftere:



Tall

Etter bortfall av billettinntekter i 2020 ble det avgjørende at vi for 2021 tok betalt for vårt digitale innhold. Å selge deltakerpass til heldigitale Mediedager var en helt ny øvelse, og etter et år på hjemmekontor var vi smertelig klar over at skjermtrettheten blant våre delegater var høy. Vi skjønnte derfor raskt at det ville være for risikabelt å lene seg på salget av ordinære individuelle pass – vi hadde dessuten ambisjoner om at så mange som mulig skulle få mulighet til å delta. For: Kommer ikke du til NMD, så kommer NMD til deg!

På bakgrunn av dette tilbød vi gruppeavtaler til større mediehus, samt alle medieaktører som hadde ti eller flere deltakere på NMD fysisk i 2019. Avtalene var gunstige for mediehusene, der flere deltakere ga lavere snittpris, samtidig som det ga forutsigbarhet på inntektssiden og sikret oppslutning for NMD. Den lange og gode forberedelsestiden gjorde også at vi kunne tilby et komplett og svært attraktivt program.

Ved siden av gruppeavtalene budsjetterte vi med et salg av rundt 600 ordinære billetter. Prisen for et ordinært deltakerpass lå vi på kr 2 800 + mva. Dette inkluderte alt av sesjoner og innhold på konferanseplattformen, og full tilgang i en måned etter endt konferanse. Vi hadde også en egen priskategori for studenter og frilansere, kr 1 200 + mva. Det skulle vise seg at det var vanskelig å innfri vårt salgsmål på 600 deltakerpass. Dette skyldes delvis at veldig mange ble omfattet av gruppeavtaler, men vi tar også med i betraktningen at verdien av nettverket under det fysiske bransjemøtet i Bergen er avgjørende for mange.

Med et salg av 181 ordinære deltakerpass forventer vi i år et underskudd på cirka kr 200 000. Ved å kutte kostnader, har vi klart å redusere det estimerte underskuddet noe, og vi planlegger resten av året som budsjettert.

Av de budsjetterte inntekter og tilskudd på kr 8,35 mill. i 2021, utgjør egne inntekter fra operasjonelle aktiviteter 62 %, sponsorer og utstillere 14 %, og de resterende 24 % kommer fra offentlige tilskudd.

Programkomitéen 2020

Camilla Fosse

Utgaveredaktør, BA

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

Eda Syvertsen

Teamleder programavdelingen, TV 2

Eda har en bachelorgrad i kulturprosjektledelse fra Høgskolen i Lillehammer og har jobbet syv år i NRK – som produksjonsleder, vaktsjef og prosjektleder. Her tok hun også del i etableringen av NRK Super. Hun var med å starte produksjonsselskapet Spark AS i 2014, hvor hun jobbet som produsent. Siden gikk hun over til TV 2 som innholdsredaktør i TV 2 Sumo, og hun jobber nå som teamleder i TV 2s programavdeling. Eda ser «alt» som går på TV.

Frode Buanes

Digitalsjef, DN

Bergenser Frode flyttet til Oslo og DN i 2016, etter å ha jobbet ti år som økonomijournalist i BT med forkjærlighet for avsløringer av økonomisk snusk og fanteri. I DN har Frode vært redaksjonssjef i samfunnsavdelingen, leder for redaksjonell planlegging og publisering – og digitalsjef siden 2021. 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.

Gjertrud Eia-Revheim

Produsent, Monster Entertainment

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 innom NRKs kulturavdeling 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 produsent i Monster Entertainment. Hun har tidligere vært med i komiteen for Gullrutens Fagpris.

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.

Helge O. Svela

Leder, nye digitale formater, BT

Helge er fra Stavanger, men har jobbet i Bergens Tidende siden 2006. I BT leder Helge avdelingen Nye digitale formater, som har ansvaret for å utvikle BTs satsinger på sosiale medier og nyhetsbrev, og utvikling av nyvinnende digital journalistikk. Helge har vunnet flere priser for undersøkende journalistikk, blant annet Skup-diplom for Faktasjekk. no. Gjennom 10 år som leder i BT har han vært reportasjeleder på en

rekke store hendelser, blant annet 22. juli-terroren og etterspillet, som resulterte i et Skup-diplom for Global Shield-avsløringen. Helge er også over snittet opptatt av hunder og eier border collie Whisky, som kanskje er Norges smarteste hund. Høsten 2018 kom hans første bok, *Da han møtte hund*.

Jørgen Svennevig

Planansvarlig for strømmetjeneste NRK TV, NRK

Jørgen er utdannet medievit fra Universitetet i Oslo, og har siden 2010 vært ansatt i NRKs strategi- og mediedivisjon. Han har primært jobbet med å bygge opp NRKs strømmetilbud fra et innholdsperspektiv. Jørgen er i dag planansvarlig for NRKs strømmetjeneste NRK TV og jobber til daglig tett med store deler av NRKs organisasjon. Han heier på historier som setter spor, og liker tress-is, statistikk, banjo, økonomer og folk som lager innhold.

Magnus Hoem Iversen

Politisk rådgiver for byrådslederen i Bergen, pressesjef for byrådet

Magnus har skrevet en doktorgrad om politisk reklame i Norge, med et særlig blikk på autenticitet og troverdighet. Han har også forsket på og publisert artikler om journalistikk (native advertising) og har en rekke publikasjoner innen feltet medieretorikk. Han har tidligere vært innom kommentatoravdelingen til Bergens Tidende, vært politisk rådgiver for Arbeiderpartiet 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.

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, har hun ledet 25 litteraturprogram for Kanal 24, skrevet kokeboken *Barmen Unplugged* og ledet utallige bokbad for Bokklubben Nye Bøker. Hun har 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.

Silje Iversen Hammersland

Prosjektleder, Nordiske Mediedager

Silje kom til Nordiske Mediedager etter en rekke år i forlagsbransjen som blant annet forlagsredaktør i Cappelen Damm og informasjonssjef og arrangementsansvarlig i Font Forlag. Tidligere jobbet Silje med salg og marked for Norges nasjonale kompani for samtidsdans Carte Blanche. Hun er utdannet innen Media Management fra Høgskolen i Gjøvik og Den Grafiske Højskole i København i tillegg til at hun har fag innen Litteraturvitenskap og Nordisk fra Universitetet i Bergen.



Programkomitéen 2021. Foto: NMD.

Organisasjonsoversikt

Representantskap

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

Styre

Karianne Solbrække, TV 2 (styreleder)
 Frøy Gudbrandsen, Bergens Tidende
 Sigvald Sveinbjørnsson, Bergensavisen
 Janne Johannessen, Dagens Næringsliv
 Tone Lein, NRK
 Carl-Gustav Lindén, UiB
 Ingrid Agasøster, Fonn Group

Programkomité

Camilla Fosse, utgaveredaktør, BA
 Eda Syvertsen, teamleder programavdelingen, TV 2
 Gjertrud Eia-Revheim, produsent, Monster Entertainment
 Gunhild Tinmannsvik, utenrikskoordinator, TV 2
 Helge O. Svela, leder, nye digitale formater, BT
 Jørgen Svennevig, planansvarlig for strømmetjeneste, NRK TV
 Magnus Hoem Iversen, politisk rådgiver for byrådslederen i Bergen, pressesjef for byrådet
 Marius Arnesen, redaktør, NRKbeta
 Frode Buanes, digitalsjef, DN

Administrasjon

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

Prosjektpartnere

Produsent: Kulturoperatørene
 Scenografi: Lise Christensen, VILL

Bidragstere

Programleder, åpning: Else Kåss Furuseth
 Reporter: Tamanna Agnihotri
 Reporter: Martin Giæver
 Møbler: Senab Eikeland, ved Maren Elise Olsen

Festivalsjefens rådgivere

Thomas Holst-Hansen, Storm Communications
 Anngun Dybsland, kommunikasjonssjef, Odfjell SE

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

Grunnet konsekvenser av koronapandemien blir Nordiske Mediedager for første gang avlyst. I kjølvannet av avlysningen arrangerer Nordiske Mediedager det heldigitale pilotprosjektet NMD Online, fritt tilgjengelig for alle.

2021

Verden preges stadig av pandemien, og Nordiske Mediedager avvikles derfor heldigitalt – med et internasjonalt program over tre dager og rekordsalg av deltakerpass.



Nordiske
Mediedager
Nordic
Media Days

#nmd21

facebook.com/mediedager

twitter.com/mediedager

flickr.com/mediedager

instagram.com/mediedager