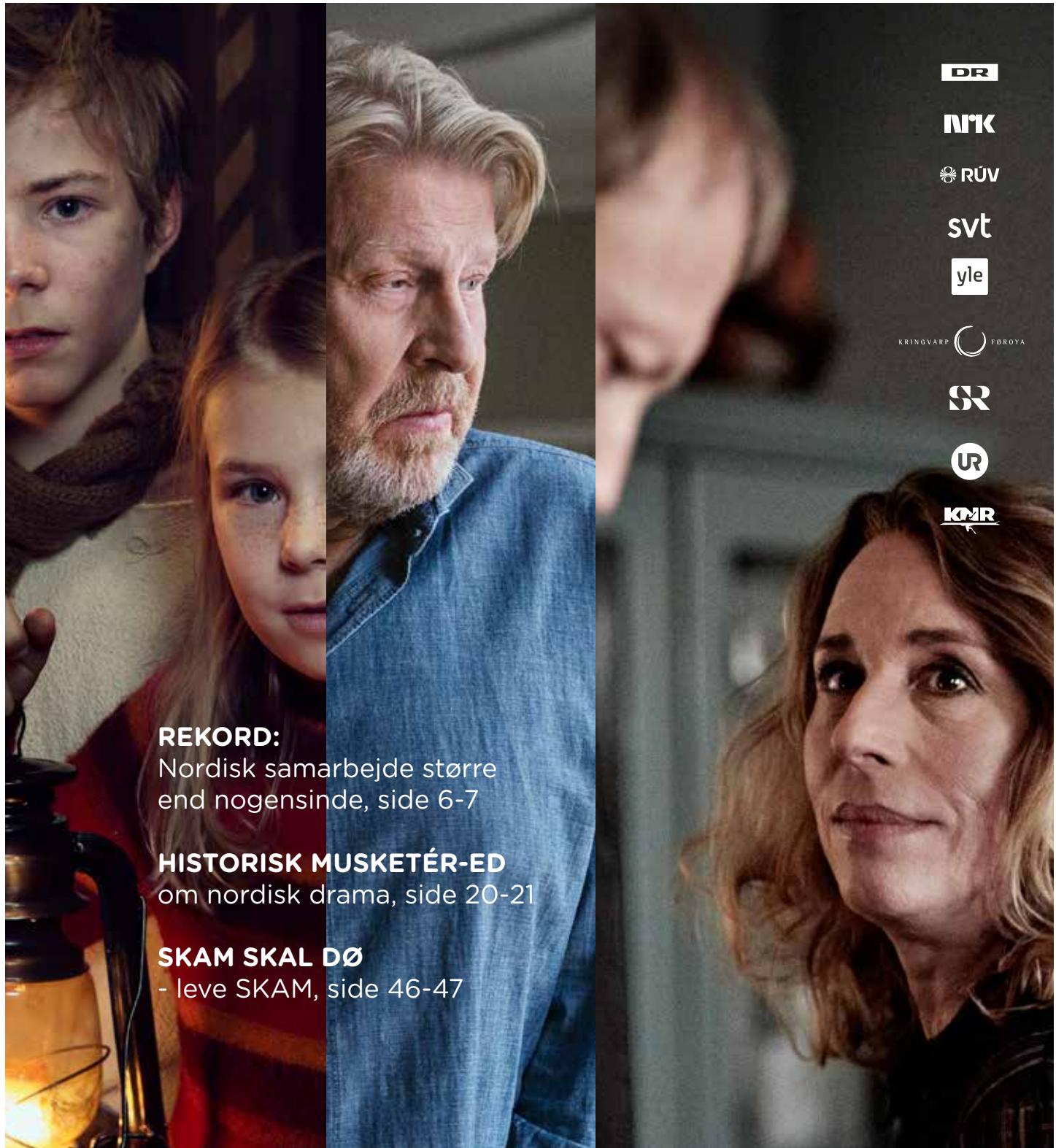


nordvision



REKORD:

Nordisk samarbejde større
end nogensinde, side 6-7

HISTORISK MUSKETÉR-ED

om nordisk drama, side 20-21

SKAM SKAL DØ

- leve SKAM, side 46-47

18

Indhold

I redaktionen:
 generalsekretær Henrik Hartmann (ansvarshavende redaktør)
 journalist Ib Keld Jensen (medredaktør)
 projektleder Kristian Martikainen
 projektleder Øystein Espeseth-Andresen
 journalist Michaela von Kügelgen
 journalist Randi Lillealtern
 designer Lars Schmidt Hansen

Foto:

Forside:
 Snöfall: NRK
 Den døende detektiv: Peter Cederling /SVT
 Herrens veje: Tine Harden/ DR

Side 3
 Baldur Bragason@Filmlance Int / Nimbus Film,
 Mystery Productions for RUV,
 Jonas Bendiksen, DR Undervisning, NRK

Bagside
 The Independence Day: Yle Drama
 Samernes tid: Susanna Hætta
 Reimleikar: RUV

Forord	4-5
Nyt rekordår igen, igen	6-7
Tilbageblik i tal	8-9
Programsamarbejde	
Børn	10
Drama	18
Fakta	26
Kultur	30
Undersøgende journalistik	36
Ung	44
Kundskab	50
Programudveksling	56
Vidensdeling	62
Overblik og nøgletal	70
Kontakt	83



30

12



6



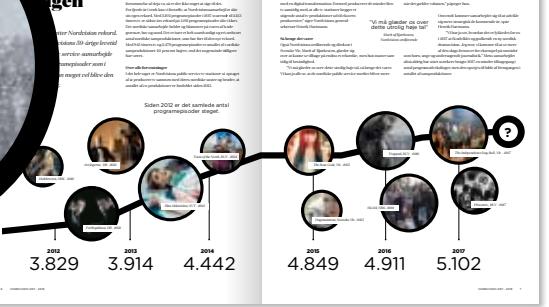
44



62



36



Gensidig tillid er hemmeligheden bag rekordår



Mammon 2 vandt den første Emmy til Norge.

2017 blev det fjerde år i træk, hvor Nordvision slog sin egen all time high-rekord. Helt nøjagtig blev 5.102 programepisoder totalt set samproduceret og udvekslet i 2017. Et så imponerende resultat kan kun forekomme, fordi producenter og bestillere i de nordiske public service-selskaber har stor gensidig tillid til hinanden.

I en nyligt publiceret rapport fra Nordisk Ministerråd beskrives den nordiske region som det sted i verden, hvor den sociale tillid er absolut størst i hele verden. I en verden, som desværre synes mere og mere splittet, er netop denne fælles nordiske sociale og faglige tillid det fundament, som det nordiske tv- og mediesamarbejde står på.

År med nye skelsættende samarbejder

2017 har været et år, hvor vi har set de første interessante samarbejder inden for publiceringsteknologi. DR og NRK har nu samme radio-app og deler en teknisk platform til upcoming music. Året blev også et gennembrud for deling af professionelle erfaringer med video on demand-publicering, og sidst men ikke mindst indgik de nordiske generaldirektører en aftale om et stærkere nordisk dramasamarbejde, som skal styrke udbuddet af nordisk drama på de nordiske public service-tv-stationer.

Det skal også nævnes, at NRK fik sin første Emmy for bedste udenlandske drama i 2017. Det er faktisk femte gang på femten år, at nordisk public service modtager en Emmy for bedste internationale drama. Det svarer til en nordisk Emmy hvert tredje år.

Globalisering fordrer endnu mere samarb ejde

Globaliseringen af medieindustrien er i fuld gang. Digitalisering og dataficering er nøgleordene, og udviklingen drives af verdens største teknologivirksomheder. Facebook, Apple, Amazon, Netflix og Google, også kaldet FAANG, har revolutioneret vores liv og leveret nogle af de mest elskede produkter og tjenester. Men de går også under navnet 'de frygtelige fem', fordi de på næsten kun 10 år har erobret en så dominerende markedsposition internationalt, at "de reelt dikterer både den teknologiske infrastruktur, de kommercielle standarder og de markedsvilkår, som medievirksomheder må agere ud fra, hvis de vil i kontakt med deres brugere". Citatet er taget fra rapporten "Globaliseringen af den danske mediebranche", som Kulturministeriet i Danmark udgav i 2017.

Denne udvikling taler i høj grad for, at der er behov for mere public service-samarbejde. Nordisk mediesamarbejde er ikke længere 'nice to have' – men 'need to have'. Et af flere modsvar er en endnu stærkere nordisk public service-koordinering og -positionering på udvalgte områder, end den vi har i dag, og med et endnu mere strategisk koordineret samarbejde om unikt nordisk public service-indhold. Dét er ambitionerne for vores samarbejde de kommende år.

Marit af Björkestén

Direktør, ansvarig chefredaktör for Svenska Yle og ordførende for Nordvision

Henrik Hartmann

Generalsekretær for Nordvision

Nyt rekordår igen, igen

For fjerde år i træk sætter Nordvision rekord.

Aldrig tidligere i Nordvisions 59-årige levetid har det nordiske public service-samarbejde leveret så mange programepisoder som i 2017. Men rekorden kan meget vel blive den sidste i denne omgang.

Af Ib Keld Jensen

Sig mig engang: Har jeg ikke læst den artikel før? Hvis læsere af Nordvisions årsrapport sidder tilbage med en fornemmelse af déjà-vu, så er der ikke noget at sige til det. For fjerde år i træk kan vi fortælle, at Nordvision-samarbejdet slår sin egen rekord. Med 5.102 programepisoder i 2017 svarende til 2.123 timers tv er sidste års rekord på 4.911 programepisoder slået klart.

Det nordiske samarbejde bobler og blomstrer på tværs af lande grænser, hav og sund. Det er især et helt usædvanligt og rekordstort antal nordiske samproduktioner, som har ført til den nye rekord. Med 945 timers tv og 2.279 programepisoder er antallet af nordiske samproduktioner 40 procent højere, end det nogensinde tidligere har været.

Over alle forventninger

I det hele taget er Nordvisions public service-tv-stationer så optaget af at producere tv sammen med deres nordiske søstre og brødre, at antallet af co-produktioner er fordoblet siden 2013.

"Antallet af samproduktioner er over alle forventninger ikke mindst set i lyset af, at alle de nordiske public service-tv-stationer er i gang med en digital transformation. Dermed producerer de mindre flow-tv samtidig med, at alle tv-stationer lægger et stigende antal tv-produktioner ud til eksterne producenter," siger Nordvisions generalsekretær Henrik Hartmann.

Så længe det varer

Også Nordvisions ordførende og direktør i Svenske Yle, Marit af Bjørkestens, glæder sig over at kunne se tilbage på endnu et rekordår, men hun maner samtidig til besindighed.

"Vi må glæde os over dette utrolig høje tal, så længe det varer. Vi kan jo alle se, at de nordiske public service-medier bliver mere fokus-

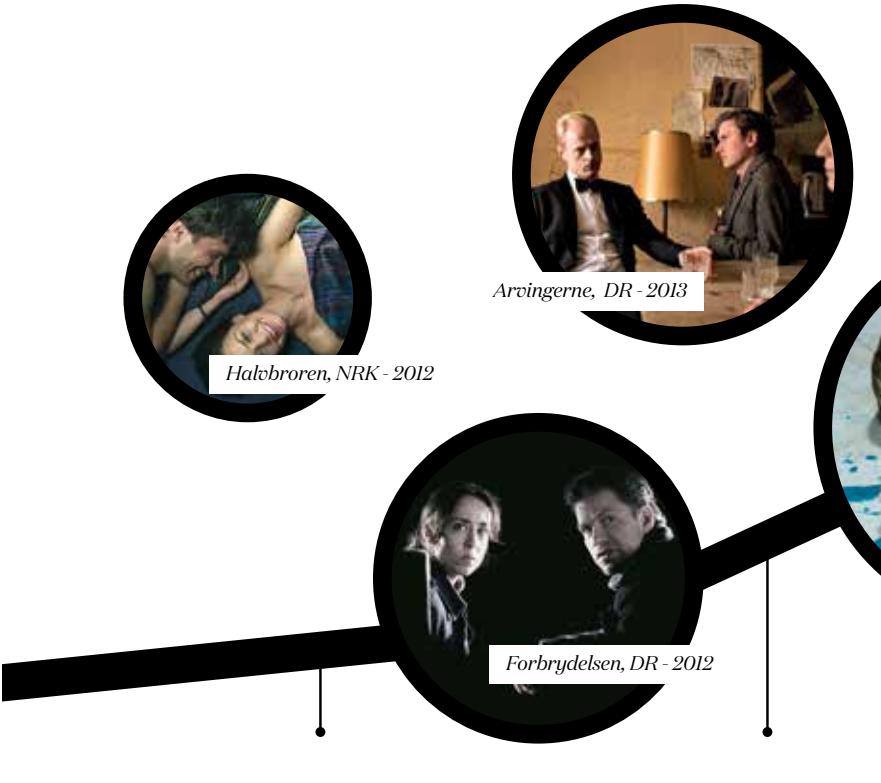
seret på færre, men større og vigtigere public service-opgaver det kommende år, og at det jo også kommer til at smitte af på samarbejdet, når det gælder volumen," påpeger hun.

Omvendt kommer samarbejdet sig til at udvikle sig mere strategisk de kommende år, spår

Henrik Hartmann. "Vi har jo set, hvordan det er lykkedes for os i 2017 at få udviklet og godkendt en ny nordisk dramavision. Jeg tror, vi kommer til at se mere af den slags fremover, for eksempel på områder som børn, unge og undersøgende journalistik." Mens samarbejdet altså aldrig har stået stærkere bragte 2017 en mindre tilbagegang i antal programudvekslinger, men den opvejes til fulde af fremgangen i antallet af samproduktioner.

"Vi må glæde os over dette utrolig høje tal"

Marit af Bjørkestens



TILBAGEBLIK I TAL 2017



40
år er aldersgrænsen for de seere, der foretrækker broadcast-tv.
Flertallet under 40 år foretrækker derimod streamingtjenester og tjenester med korte videoer, viser 7000 spørgeskemasvar i fire nordiske lande, som medieforskerne fra Yle, SVT, NRK og DR havde indsamlet.



internationale priser har den undersøgende journalist Tom Heinemann høstet for dokumentaren 'Bitre druer' om vinbøndernes slavelignende arbejdsforhold i Sydafrika. Systembolaget i Sverige er Sydafrikas tredjestørste vinkunde, og i Danmark er importen voldsomt stigende. DR-dokumentaren fik støtte fra Nordvision.



1.500.000+

nordmænd streamede i gennemsnit første sæson af 'Skam'. **Dermed er 'Skam' den mest sete serie i NRK TV's historie.** Også hos SVT, RUV, Yle og DR blev ungdomsserien en dundrende succes med flere rekorder og samtidig beviset på, at sprog ikke er en barriere, når indholdet er godt.



1.312.541
FUGLEKASSER er produceret og – i tiden fra marts 2016 til maj 2017 – placeret i den finske natur for at afhjælpe en årelang nedgang i bosteder og bestand blandt almindelige fuglearter.

Yle-kampagnen har intet eget program, men er set og hørt i avis, sociale medier og programmer med større synlighed. Kampagnen, der ikke var blevet gennemført uden udviklingsstøtte fra Nordvisionsfonden har lagt navn til et nyt format: luffe-formatet. Luffe betyder 'at vandre'. Kampagnen hjembragte Yle en specialpris ved Prix Europa-uddelingen.

160

BØRN I ALDEREN 3 TIL 12 ÅR ER FASTE MEDLEMMER AF SVTS BØRNEPANEL.

Ved hjælp af emojis giver børnene deres feedback som supplement til andre dataverktøjer og analyser. Værktøjet 'Känslokoll' fik udviklingsstøtte fra Nordvision i 2016. På billedet ses programværterne Erik Ekstrand og Isabelle McAllister i 'Maxat', som er et af programmerne, der har brugt målgruppeværktøjet.



317

dramaepisoder i alt – svarende til 245 timers tv var resultatet af nordisk dramasamarbejde inden for Nordvision i 2017. Blandt dem var DRs religionsserie 'Herrens veje' i ti afsnit. I efteråret 2017 vedtog de nordiske generaldirektører en ny nordisk dramavision, som kommer til at betyde endnu mere nordisk dramaproduktion fremover.



12

optioner har NRK solgt af et gameshowformat med faktabaseret helseoplysning, og formatet er allerede produceret i egen version i Holland.

Dertil kommer, at programmet er sendt i Sverige og Finland. I branchen var man ellers bekymret for om det etisk ansvarlige i at lave tv-underholdning på baggrund af menneskers sygdom, men 'Hva feiler det deg' fik SVT programindkøber Jesper Petterson på andre tanker: "Bredt og underholdende, men samtidig folkeoplysning i ordets rette forstand," lød dommen.



677

produktioner fra 34 lande var nominerede. DRs fiktionsserie 'Klassen' holdt 23 andre produktioner bag sig i oktober og hjemtog en Prix Europa for 'Bedste onlineproduktion' ved prisuddelingen. I alt hjemtog DR fire priser; SVT og SR hver to og Yle en enkelt Prix Europa.



gange på 15 år har Nordisk drama vundet en Emmy

I november 2017 vandt NRK for første gang med krimiserien 'Mammon 2'. Det er kulminationen for norsk drama, der gennem flere år har leveret en perlerække af dramaserier i topkvalitet. Jon Øigarden spiller sammen med danske Laura Christensen.



100

års självständighet i Finland blev firat med den nyproducerade långfilmen 'The Independence Day Ball' (Linnan juhlat). Den har setts av over 750 000 tittare i Finland. Filmen är en road movie genom ett nutida Finland.

"Så mycket av 100-årsfirandet tittar bakåt, med den här filmen tittar vi framåt", berättar Liselott Forsman som är exekutiv producent för internationella dramaserier på Yle.

Mottagandet i Finland har varit positivt med många fina recensioner. Filmen är en nordisk samproduktion med alla Nordvisionsbolag. Den visades i december 2017 av de nordiska tv-stationerna för att uppmärksamma Finlands 100-års jubileum.





Børn

Børnedrama
samarbejder stort

Det nordiske børne-tv-samarbejde er stort og voksne. Inden for børnedrama har NRK været en flittig producent blandt andet med 'Snefald', som blev vist hos både SVT og DR som den primære julekalender i dubbet version. I 2018 vises den desuden hos Svenska Yle. Den 10. april afgøres det, om 'Snefald' tilmed får den Emmy Kids Award, som historien om den forældreløse Selma er nomineret til.

Mye større problem å ikke være på Minecraft

Nordiske allmennkringkastere bruker Minecraft for å nå unge gutter. Er det et problem? Det er et større problem å ikke være der, mener sjefen som leder Minecraft-satsinga til NRK.

Av Randi Lillealtern



Dette er Minecraft

Et sandkasse- og overlevelsesspill for PC, mobil og spillkonsoller, som lar spilleren bygge og rive ned konstruksjoner av kuber i en 3D-verden. Spillet er utviklet av den svenske videospillutvikleren Mojang. Man kan spille alene eller sammen med andre, og man kan samarbeide eller kjempe mot hverandre.

I takt med medievanene som endrer seg, oppsøker de nordiske kringkasterne stadig nye plattformer for å nå det unge og kresne publikummet. De siste årene har både YLE, DR og NRK publisert innhold i spillet Minecraft.

Norske barn har bygget landet i Minecraft i prosjektet "Hele Norge bygger", som ble vist i en minutt-sending i 2016. 500 deltagere

bygget alle de 19 norske fylkene i løpet av tolv timer.

YLE bruker Minecraft som en del av spillet "Rosa kodi", hvor spillerne må løse koder i både spill og den virkelige verden for å hjelpe Rosa å redde verden. Høsten 2017 gikk NRK, DR og YLE sammen om tidenes første landskamp i Minecraft, Ragnarok. En youtuber fra hvert land hadde med seg sin egen "hær" av spillere, og kampen ble sendt på til sammen 12 YouTube-kanaler, på nettsidene og på tv hos de tre selskapene.

Men hvilke utfordringer oppstår når allmennkringkastere bruker tredjepartsplattformer som Minecraft og ulike sosiale medier for å nå spesielle publikumsgrupper? En åpenbar tanke er at de bidrar til å styrke disse, samtidig som de kanaliserer publikum vekk fra sine egne plattformer.

Må være der barna er

Slik kan man ikke tenke i 2018, mener Natasha Sayer, sjef for NRKs Flippklipp-redaksjon. "Det er et mye større problem å ikke være til stede på disse plattformene. Det har vi prøvd før, og det ført til at vi mistet 10-12-åringene", sier hun.

Redaksjonssjef for DRs barneproduksjon i Aarhus, Johanne Bagge, er enig.

"For å være relevante for hele målgruppa, er vi nødt til at være tilgjengelig der barna er", sier hun.

Timo Lehtinen, produsent i YLE Youth, forteller at de når et mye større publikum på YouTube enn via sine egne kanaler.

Et program som kan ha rundt 10 000 seere på YLE Arena, blir sett av 120 000–350 000 barn på YouTube. Forskjellen er så enorm. Vi må være der brukerne våre er.

Men det holder ikke bare å være der, vi må være til stede på plattformenes betingelser, mener NRKs Natasha Sayer.

10-12-åringene er veldig kritiske. Alle er bevisste på at innholdet vi legger på Flippklipp og i Minecraft kommer fra NRK, men med en

gang vi minner for mye om NRK Super, blir det negativ tilbakemelding. Da er det ikke kult.

Ifølge Sayer har disse plattformene egne koder for fortellerteknikk som barna behersker til fulle. Innholdet fra allmennkringkasterne må følge kodene for å nå gjennom.

"Vi må være der på plattformenes premisser, men vi må også være de beste på å utfordre dem. Vi skal sørge for at noe av innholdet de møter skal være av høy kvalitet."

Tilgjengelig også på egne plattformer

Johanne Bagge i DR sier de i Minecraft kan treffe en målgruppe de ellers ikke har tilgang til. Høsten 2017 lanserte DR Ultra fiksjonsserien Kolonien, om en gruppe barn som er på feriekoloni på en øde øy. Seerne kunne samtidig spille Kolonien i Minecraft.

"Vi må være der på plattformenes premisser, men vi må også være de beste på å utfordre dem."

Natasha Sayer, redaksjonssjef i NRK

"Når vi lager satsinger i Minecraft, som for eksempel Kolonien, peker hele innsatsen alltid tilbake på hovedformatet, nemlig fiksjonsserien Kolonien. Det gir oss mulighet til å gjøre en helt ny, og til vanlig utilgjengelig målgruppe for oss, oppmerksomme på hovedformatet," sier Bagge.

Hvordan kringkastere skal forholde seg til tredjeparts plattformer har vært diskutert mye de siste årene i forbindelse med en stadig større satsing på sosiale medier. Men Minecraft er spesielt, mener Sayer.

For sosiale medier finnes det strategier som hele organisasjonen forholder seg til. Det gjør at man ikke er alene om problemstillingene, og det blir lettere å jobbe med dem.

For Minecraft finnes det ingen overordna strategi

"Det er generelt mangl på kompetanse og fokus. Vi må gå opp loypa helt på egen hånd, og vi må være de beste på dette. Det er mye å håndtere for en redaksjon på åtte mennesker," mener Natasha Sayer.



Johanne Bagge,
redaksjonssjef i DR Ultra.



SVT har overtaget manuskripterne direkte fra DR Ultra og kun foretaget mindre justeringer, før optagelserne begyndte.

SVT FIK STOR SUCCES MED VERSION AF DR SERIE

Børnedramaserien 'Klassen' havde allerede fra start flere tusinde kommentarer i debatsporet og overgik starten på DRs egen premieresæson, fortæller SVTs programchef.

Af Ib Keld Jensen

Kort før jul havde SVT premiere på børnedramaserien 'Klassen' efter at have overtaget manuskripterne direkte fra DR. Og de første tre uger gik over al forventning for SVT, der ifølge programchef Petter Bragée formåede at få endnu bedre tag i de unge seere, end DR Ultra selv gjorde i begyndelsen.

"Serien har hurtigere nået stor popularitet, end den første sæson gjorde i Danmark, hvor starten var lidt langsommere for sidenhen at blive den enorme succes, den er i dag," siger Petter Bragée.

Online har 'Klassen' haft hurtigt stigende seertal for hver uge. I den fjerde uge havde serien 975.000 starter med 185.000 unikke brugere. Samtidig har interessen for den på de sociale medier været bemærkelsesværdig stor.

"Engagementet under hashtagget #klassensvt har været stort med tusindvis af kommentarer. Mange børn udtrykker, at de elsker serien og diskuterer de forskellige dilemmaer, som bliver præsenteret," fortæller Petter Bragée, SVT Malmö.

Hverdagsemner i børnehøjde

Seriens omdrejningspunkt er en ganske almindelig skoleklasse med elever i 12-13-årsalderen, og hver episode tager en hverdagshændelse op.

Var det rigtigt af Stella at ryge, og burde Alba have fortalt Emilia, at hun er forelsket i Elias? Spørgsmål som mange af de unge seere har en mening om og diskuterer på livet løs.

I Danmark har 'Klassen' haft enestående succes blandt de 7-12-årige, hvor over halvdelen af målgruppen på et tidspunkt har set mindst et afsnit. Serien vises på flow-tv, men det er især streaming-visningen, der har slægt alle DR Ultras rekorder.

"Mange børn udtrykker, at de elsker serien."

Petter Bragée, SVT Malmö

På et tidspunkt tegnede 'Klassen' i en given uge sig for fire ud af de fem mest streamede produktioner blandt alle DRs programmer.

Bruger samme producent

'Klassen' er oprindeligt et hollandsk format udviklet af produksionselskabet Tuvalu Media for den hollandske public service-kanal AVROTROS i 2014.

SVT har udvalgt 52 af de danske manuskripter og tilrettet dem, så de passer til svenske forhold, og har i lighed med DR benyttet det danske produktionsselskab STV, ikke at forveksle med SVT.

**KLASSEN BESTÅR AF
52 TI-MINUTTERS AFSNIT OG
HAR FÅET EN FORRYGENDE
START HOS SVT.**

Uge 51: 230 000 starter
(52 000 unikke brugere)

Uge 52: 630 000 starter
(113 000 unikke brugere)

Uge 01: 874 000 starter
(147 000 unikke brugere)

Uge 02: 975 000 starter
(185 000 unikke brugere)

FINLÄNDSKA ANIMATIONER LOCKAR I NORDEN

Den härliga snögubben Albi och den livliga fantasiskärgården Arkipellina är två finländska animerade serier som samproduceras inom Nordvision.

Serierna är väldigt olika men tilltalar både stor och liten.

Av Michaela von Kügelgen

Yles serie om den mysiga snögubben Albi samproduceras med NRK, DR och RUV men har också, till serieskaparnas stora förvåning, blivit en succé i Kina. På en sajt med över 900 animerade serier och filmer har den finländska snögubben setts nästan 17 miljoner gånger.

"Det är en rejäl överraskning för oss att Albi har fyra gånger fler tittare än till exempel Disneys '101 dalmatiner'", berättar Mikko Kunnas, som är en av skaparna till serien.

Enligt seriens andra skapare Markus Majaluoma är den mestadels ordlösa Albi ett välkommet tillskott bland barnprogrammen.

"Seriens visuella tomhet krävde ordlöshet. Många barnprogram är fyllda av vimmel, men jag har sett hur en bebis och en hund fastnat för Albi. Serien lockar till koncentration", säger Majaluoma.

En färgstark minivärld

I serien Arkipellina och kalkkristallen får vi komma in i en färgstark minivärld befolkad av varelser som bryr sig om varandra och miljön runt omkring. Vad som helst kan hända – både i luften, på och under vattnet och i relationerna mellan de udda och sympatiska figurerna.

"Arkipellina är en fantasiskärgård som funnits länge i mitt liv. Jag bor själv i skärgården och det är mitt paradis", berättar Antonia Ringbom som skapat den animerade serien för Svenska Yle.

Seriens samproduktion med SVT och NRK, och i början av 2019 ska tretton stycken sju minuter långa avsnitt vara klara.

"Samarbetet har öppnat porten till Nordisk Film & TV Fond och

gjort att vi kunnat söka produktionsstöd. Det är till stor hjälp", säger seriens producent Mats Långbacka.

Hoppas på fortsättning

Animationerna skapas på väldigt olika sätt men lockar både barn och vuxna. Arkipellina skapas genom att man först ritar och klipper ut allt för hand och sedan flyttar det under kameran någon millimeter i taget.

"Jag jobbar med cut out-tekniken och filmar högst tjugo sekunder om dagen. Det är lek och improvisation, och jag hoppas att vi får fortsätta med det när den här serien är klar", säger Antonia Ringbom.

"Det är en rejäl överraskning för oss att Albi har fyra gånger fler tittare än till exempel Disneys '101 dalmatiner'."

Mikko Kunnas

För egen del hoppades Markus Majaluoma och Mikko Kunnas att succén i Kina skulle innebära en fortsatt satsning på Albi. Nu finns finansiering för 26 nya delar som ska bli klara under 2018.

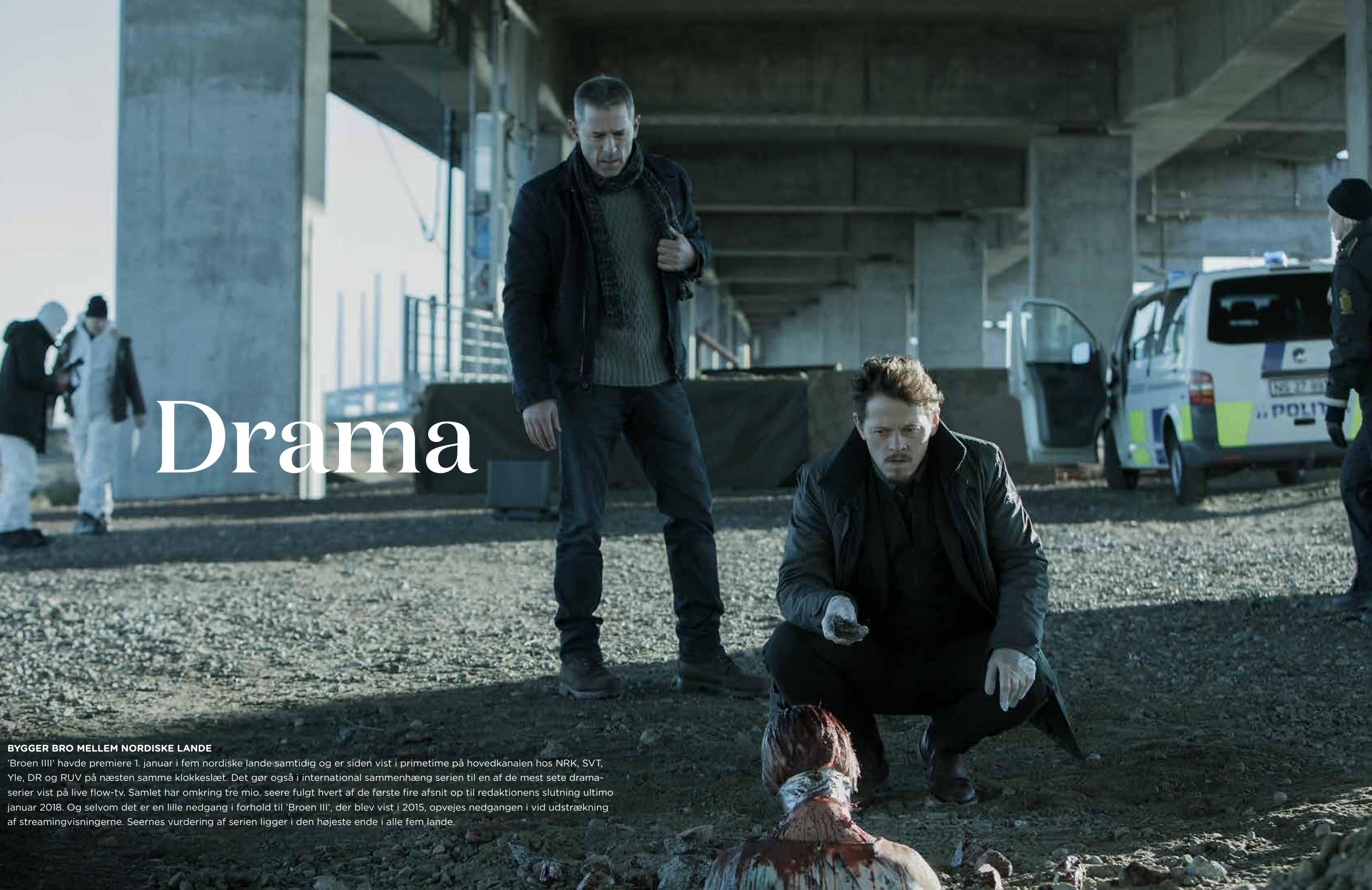
"Då har vi 52 delar, vilket är ett minimikrav på den internationella marknaden. Helst borde vi göra 104", berättar Majaluoma. Snögubbens framtid är ändå öppen.

"Albi är en tvåmannaproduktion och satsningarna skulle vara rätt så små. Varför skulle vi överge det här guldägget nu?" funderar Kunnas.

Snögubben Albi är uppfinningsrik och har många vänner.



Drama



BYGGER BRO MELLEM NORDISKE LANDE

'Broen III' havde premiere 1. januar i fem nordiske lande samtidig og er siden vist i primetime på hovedkanalen hos NRK, SVT, Yle, DR og RUV på næsten samme klokkeslæt. Det gør også i international sammenhæng serien til en af de mest sete drama-serier vist på live flow-tv. Samlet har omkring tre mio. seere fulgt hvert af de første fire afsnit op til redaktionens slutning ultimo januar 2018. Og selvom det er en lille nedgang i forhold til 'Broen III', der blev vist i 2015, opvejes nedgangen i vid udstrækning af streamingvisningerne. Seernes vurdering af serien ligger i den højeste ende i alle fem lande.

Ny nordisk aftale betyder mere nordisk drama

De nordiske public service-udbydere har aftalt fælles strategi for mere nordisk drama.

Af Camilla Laudrup

Generaldirektørerne i DR, NRK, RUV, SVT og Yle blev på et møde i Stockholm i oktober 2017 enige om en ny, fælles vision og strategi for mere nordisk kvalitetsdrama. De nordiske public service-udbydere er i løbet af de seneste år blevet verdenskendte for deres fremragende dramaproduktioner.

Nordisk kvalitetsdrama med en klar, lokal forankring og stærke public service-ambitioner er blevet et af de stærkeste kendetegn for de nordiske public service-udbydere. Nu skruer alle nordiske public service-udbydere op for et forpligtende dramasamarbejde, der vil betyde stærkere nordisk kvalitetsdrama til brugerne på tværs af Norden.

Stærkere international konkurrence

De voksende internationale streamingtjenester betyder, at adgangen til amerikansk fiktion er større end nogensinde. For at nordisk public service-drama skal begå sig i det marked med forbedret konkurrenceevne på TV og streaming er public service-udbyderne i de fem lande nået til enighed om en ny, fælles strategi for større co-produktion af dramaproduktioner.

Ambitionen er at øge både volumen og kvalitet af nordisk drama - ikke mindst som del af public service-stationernes streaming-tilbud. Den nye strategi er en væsentlig styrkelse af de nordiske spilleres samarbejde. Det vil betyde en planlagt stigning i antallet af nordiske co-produktioner, en fælles vision for

dramaindholdet og etableringen af et koordineret samarbejde, der skal træffe hurtige beslutninger om nye produktioner med co-produktionspotentiale.

"Et klart fokus på drama, der afspejler en nordisk kultur virkelighed og identitet, passer helt naturligt sammen med public service-missionen."

Marit Af Björkesten, ordførende for Nordvision

DRs generaldirektør Maria Rørbye Rønn er begejstret for aftalen:

"Nordisk drama konkurrerer med den bedste internationale fiktion overhovedet. Vores nye, fælles nordiske strategi og det øgede nordiske samarbejde er et vigtigt skridt mod et endnu stærkere public service-dramatilbud end i dag. Det vil betyde dramaserier, som en dag vil blive en del af vores fælles, nordiske kulturarv," siger Maria Rørbye Rønn. "Det her nordiske drama-samarbejde gør os stærkere i et stadigt mere internationalt marked."



Den Islandske dramaserie 'Prisoners' er en af de serier, der har været med til at sætte nordisk tv-drama på verdenskortet.

Vi står jo simpelthen stærkere, når vi som public service-udbydere står sammen i Norden," siger Maria Rørbye Rønn.

Lofte til vores brugere

Ordførende for Nordvision, som er samarbejdet mellem de nordiske public service-tv-selskaber, Marit Af Björkesten fra det finske Yle glæder sig over aftalen:

"Et klart fokus på drama, der afspejler en nordisk kultur, virkelighed og identitet, passer helt naturligt sammen med public service-missionen. Det giver et oprigtigt og genkendeligt lofte til vores brugere, som adskiller os fra andre indholdsleverandører," siger hun. De nordiske generaldirektører ser styrkelsen af drama-samarbejdet som en fordel for alle.

Generaldirektør i svenske SVT, Hanna Stjärne, siger:

"Når man ser på, hvad de nordiske public service-udbydere de seneste år har leveret af kvalitetsdrama, så er vi overbevist om, at en styrkelse af samarbejdet vil komme hele det nordiske publikum til gode," siger hun og bliver bakket op af generaldirektøren fra NRK,

Thor Gjermund Eriksen, der understreger den tillid, som så stor en aftale er bygget på: "Et tæt, langvarigt samarbejde som dette bygger på tillid. Vi har en lang historie for samarbejde og har en helt grundlæggende tillid til hinandens evne til at producere verdens-

klassedrama," siger Thor Gjermund Eriksen, mens Magnús Geir Þórðarson, som er generaldirektør i RUV, ser det som et mål, at de nordiske public service-udbydere vil blive anerkendt som arnestede for det allerbedste nordiske drama.

"Vi har en lang historie for samarbejde og har en helt grundlæggende tillid til hinandens evne til at producere verdensklassedrama."

Thor Gjermund Eriksen, generaldirektør NRK

I Nordvision samarbejder man om at styrke public service-medierne i Norden. De nordiske partnere både co-producerer, udveksler programmer, udvikler fælles formater, deler viden og genererer hvert år mere end 4.500 tv-programmer, og samarbejdet sætter rekord år efter år.

Alene inden for drama-området resulterede det nordiske samarbejde samlet set i 317 episoder i 2017. Blandt eksemplerne på aktuelle dramaserier er 'Broen' (SVT og DR), 'Herrens Veje' (DR), 'Monster' (NRK), 'Vår tid är nu' (SVT), 'Independence Day Ball' (Yle), 'Prisoners' (RUV).

RUV fandt nødvendig genvej hos DR

Høje kvalitetskrav tvinger den islandske public service-station til at finde penge uden for Sagaøen. Fælles nordisk indsats øger synlighed og minimerer omkostninger.

Af Ib Keld Jensen

Islandske tv-seere forventer samme høje kvalitet af deres nationale egenproduktioner som seere i de øvrige nordiske lande. Men med kun 330.000 indbyggere er mulighederne for egen finansiering begrænsede, og den erkendelse har tvunget RUV til at finde penge uden for Island.

"Med ankomsten af nye platforme som Netflix og Hulu er seerne blevet mere kritiske over for det indhold, vi producerer. De vil ikke acceptere lavere kvalitet, bare fordi det er islandsk produceret. Seerne stiller krav, som et lille marked ikke kan finansiere selv," siger Jóhannes B. Skúlason, der er international salgschef hos RUV.

Denne erkendelse førte for et år siden til, at RUV indledte et samarbejde med DR Sales.

En genvej på fem år

RUV havde aldrig solgt programmer før, så det var en helt ny verden, stationen trådte ind i. På forhånd havde RUV researchet hos traditionelle agentdistributører, hos BBC, NRK og SVT, inden Jóhannes B. Skúlason via Nordvision havnede hos DR Sales. Og det har han ikke fortrudt:

"Vi har sprunget fem eller ti år over i forhold til, hvis vi selv skulle være næt så langt på egen hånd, som vi er i dag."

Jóhannes B. Skúlason, International salgschef RUV

"Vi har sprunget fem eller ti år over i forhold til, hvis vi selv skulle være næt så langt på egen hånd, som vi er i dag," fortæller han og fortsætter.

"De internationale indkøbere ved hvad DR står for, så der bliver lyttet til DR helt fra begyndelsen, når DR præsenterer vores materiale. Havde vi stået alene på for eksempel tv-festivalen i Cannes, ville vi have haft store problemer med at slippe igennem al støjen, og vi ville først skulle til at præsentere os selv og overbevise køberne om, at vi er værd at tage seriøst," siger Jóhannes B. Skúlason.

RUV har bevidst sit værd med dokumentarer og livsstilsprogrammer, men det er især for drama-serier som 'Trapped' og 'Prisoners', at islandsk tv har gjort sig internationalt bemærket. Det har været med til at bane vejen for den næste store dramaserie 'Valhalla murders', som DR Sales arbejder på at få medfinansieret up front.

Nordiske tv-stationer gør fælles front

"Sammen med dramaserien 'Liberty' er 'Valhalla murders' meget efterspurgt på manuskriptstadiet. Udfordringen er at få indkøberne til at læse manuskriptet, og derefter skal de have tillid til, at det nok skal blive godt. Dér åbner det dørene, at man har haft noget af det bedste drama i verden, som mange har kigget på, og at instruktør og producent har en track record," siger Helene Auro, salgs- og marketingchef hos DR Sales.

Hun peger på, at succesen baserer sig på et langt sejt træk. DR Sales har været over 15 år om at opbygge det netværk og den kundegruppe, som afdelingen trækker på i dag, og som har bragt DR på landkortet hos de store stationer ude i verden.

"Det kommer ikke af sig selv, men kræver en intens og kontinuerlig markedsføring, og man bliver kun set, hvis man differentierer sig."

På salgssiden har DR delt stand med Yle, RUV og SVT ved tv-festivalen i Cannes, og de nordiske public service tv-stationer er også gået sammen om egentlige nordiske tv-minimarkeder målrettet internationale indkøbere, senest i netop Reykjavik.

"Vi står stærkere og er mere synlige, når vi går sammen, og samtidig er det med til at holde omkostningerne nede. Så jeg opfordrer gerne til endnu tættere nordisk samarbejde," siger Helene Auro, der peger på, at efterspørgslen er stigende.



'Valhalla murders' er en af de islandske dramaserier, der allerede på manuskriptstadiet har påkaldt sig international interesse som en del af samarbejdet mellem RUV og DR Sales.



Fakta

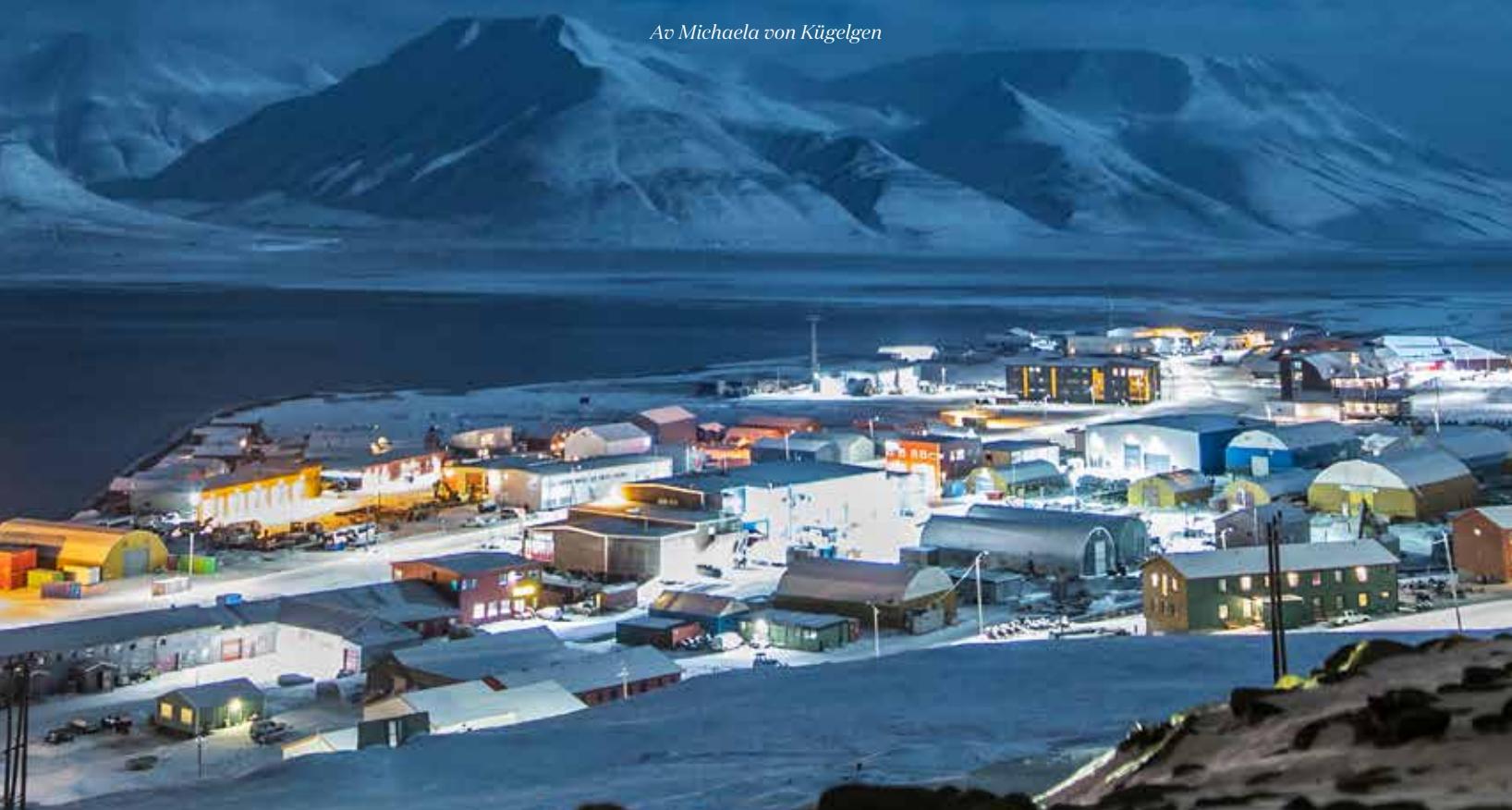
Ole-André Lagmandokk från NRK och kollegorna
från SVT och Yle har två vintrar på sig att filma
material från den nordiska vintern.

SNOWHOW

KYLAN UTMANAR UNDER SAMPRODUKTION OM SNÖ

VAD FÖRENAR OSS I NORDEN
OM INTE SNÖ OCH KYLA?
I SAMPRODUKTIONEN SNOWHOW
SKA NRK, SVT OCH YLE
TILLSAMMANS HITTA ESSENSEN I VINTERN.
UTÖVER KYLAN BLIR DEN
NYA HDR-TEKNIKEN EN UTMANING.

Av Michaela von Kügelgen



"Eftersom Snowhow produceras i tre olika länder och på flera olika orter är en fortlöpande kommunikation central för att vi ska klara av utmaningen med att göra ett program i stället för tre olika", säger John Stark, projektledare på Svenska Yle.

Trots videomöten varje måndag har teamet märkt att det är otroligt svårt att se till att alla har samma uppfattning om projektet. I januari träffades därför Snowhow-gruppen för att bland annat komma fram till en gemensam premiss.

"Vi har försökt formulera essensen av den nordiska vintern. 'Vi kan vintern' blev ett slagord för projektet och vi är väldigt nöjda med det. Det är kärnan av det vi jobbar med", säger Svein Haaland från NRK, som är projektledare för hela projektet.

Olika infallsvinklar en styrka

Det finns en del utmaningar i att göra en produktion som Snowhow, men alla inblandade ser också många fördelar med samarbetet. "Vi ser ganska lika på dramaturgi och storytelling, men vi har olika sätt att nära oss det. De olika bolagens olikheter är en styrka. Vi får nya insikter i arbetet som alla jobbat länge med", menar Svein Haaland.

En del material har redan filmats, men det finns mycket kvar att göra. Fastän projektet håller på länge finns det bara två vintrar till som de kan spela in. Därför är det viktigt att alla har samma uppfattning om slutresultatet.

"Att tala bild är alltid rätt abstrakt, så att verkligen se material och diskutera det tillsammans hjälper oss alla i samma riktning", säger fotograf Marco Hyvärinen från Yle.

HDR – nytt men lärorikt

Snowhow-produktionen tar sig också an nya tekniska utmaningar.

"Vi gör pionjärarbete inom tekniken och då har vi nytta av varan-

dra", säger Svein Haaland. Bland annat gäller det att anpassa sig för nya tekniska standarder som 4K och HDR.

Den typiske forskjell på et HDR-bilde og et ikke-HDR-bilde vil være at du på sistnevnte får en helt hvit himmel, mens du på HDR-bildet kan se skyene og andre nyanser i himmelen.

*"Vi har försökt formulera
essensen av den nordiska vintern.*

*'Vi kan vintern' blev ett
slagord för projektet, och vi är
väldigt nöjda med det."*

Svein Haaland, NRK

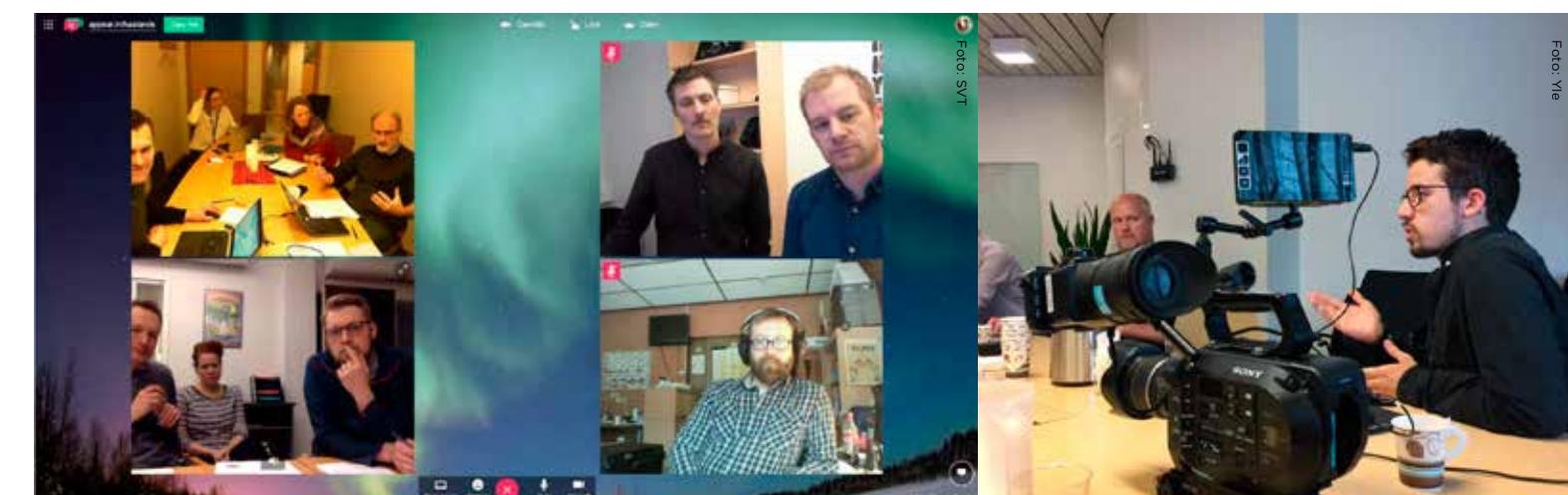
"Introduktionen till HDR är givande och kommer att medföra en rejält inlärningskurva de kommande två åren", säger Marco Hyvärinen.

Enligt John Stark är det fina med Snowhow att man tillsammans kan skapa bättre innehåll än vad man kan var för sig.

"Vi hämtar olika styrkor till bordet och använder dem för att skapa en produkt som har hög relevans och identifikationsfaktor för hela Norden", säger Stark.

Johan Erhag som är projektledare på SVT håller med – samtidigt som man lär sig av varandra och utvecklas har samarbetet ett mervärde.

"Öppna samarbeten kommer vara A och O inför framtiden, både budgetmässigt och för att ta ett större kliv internationellt", säger Erhag.



*Snowhow görs av redaktioner i olika länder. Därför har videomöten varit en viktig del av processen hela tiden.
I det här mötet deltog NRK från Bergen, SVT från Umeå och Yle och Svenska Yle från både Helsingfors och Vasa.*

Programmet söker upp personer som inte vet att de har ett arv att få ut. Det finns ett internationellt intresse för SVT-formatet. Och inte bara från DR och NRK, som redan är igång med att producera sina versioner.

Av Malena Nilsson

Arvinge okänd bottnar i en spänande jakt på en eller flera personer som har ett arv att vänta, men som svenska myndigheter inte har kunnat nå.

"Formatet ger även historisk bakgrund, med arkibilder som knyter an till arvingens släkt och det allmänmänskliga som vi kan relatera till i våra egna familjrelationer", säger Bo Sjökvist, producent och den som lett utvecklingen av formatet.

SVT Göteborg presenterade idén för de nordiska beställarna i Nordvisions faktagrupp, som blev mycket entusiastiska över förslaget.

"Beställarna var ute efter en inbjudande och spänande programserie. Där har vi lyckats, tycker jag. Och tittar man bara på siffror så var målet att vara slot-vinnare, och det har vi varit genomgående", säger Martina Pettersson, projektledare för Arvinge okänd. Utöver DR och NRK, som redan är igång, är det senaste att Nederländerna har tecknat en option för formatet och att Kanada visar intresse.

Försök att upprepa succén

Inför sässong två är ledordet struktur. En efterbearbetningsproducent behövs och man testar Movie Magic, ett planeringsverktyg som tidigare mest använts inom drama. Redaktionen blir bland den första i världen med att testa mjukvaran Glookast för intankning. Allt för att bättre kunna tagga arkivfoton, realitypartier och synksituationer. Programledarna Kattis Ahlström och Niklas Källner har fått extremt mycket kärlek från publiken och är peppade på att fortsätta leda serien.

"Många har berättat att serien betytt mycket för dem. De har uppskattat blandningen av historia och mänskliga öden. Det är också flera tittare som berättat att de sökt upp släktningar de tappat kontakten med eftersom de insett att livet är kort och att nära relationer trots allt oftast är det viktigaste vi har", säger Kattis Ahlström.

DR har premiärserver

Dorthe Vest Andersen, redaktör för danska versionen Forsvundne Arvinger, är inte på samma linje. Public service-värdet är att få något mer än en berörande berättelse, till exempel historiska perspektiv som man kan bli klokare av, menar hon. När de danska arvingarna snart möter publiken är det flera skillnader från ursprungsformatet. De flesta arvingarna finns till exempel i Danmark och inte utomlands som i samtliga svenska avsnitt, och avsnitten är bara 43 minuter långa.

Programledarparet är en spänande duo. "Vi har Mette Frisk från DR och Adam Jon Kronegh, arkivarie på Riksarkivet."

Ett faktum som också utnyttjas är just att Riksarkivet är en svärslagen miljö med en takhöjd på 12 meter.

NRK är också i startgroparna för att göra sin variant av programmet.

"Vi kommer till exempel inte att kunna visa interiörer från arkiven som både Danmark och Sverige gör av den enkla anledningen att vi inte har dem", säger Elin Helgheim, projektledare på NRK, som just nu är i researchfasen.

Elin Helgheim har också varit på studiebesök i Göteborg. "Det kändes bra, vi får ringa när som helst och fråga allt vi vill." Malena Nilsson är redaktör på SVT Göteborg.

'ARVINGE OKÄND' ÄR ETT FORMAT UTVECKLAT AV SVT GÖTEBORG, där programledarna reser över hela världen för att överlämna pengar och en familjehistoria.

DEN FÖRSTA RESEARCHEN GJORDES REDAN I 2013.

Med stöd från Nordvisionsfonden producerades ett pilotavsnitt 2016, och programmet hade premiär hösten 2017. Våren 2018 producerar SVT en andra säsong som ska visas under hösten 2018.

DANMARK HAR GJORT EN FÖRSTA SÄSONG AV

FORSVUNDNE ARVINGER med 8 avsnitt (43 minuter) som hade premiär den 30 januari i DR1. NRK är också igång med att producera sin version.

TITTARSIFFROR I SVERIGE: Medelvärdet har legat på 24 % i share och avsnitten har haft i genomsnitt 727 000 tittare. Serien ligger 180 dagar på SVT Play med en webbpublik på 45 000 -74 000 per avsnitt.



'ARVINGE OKÄND' FORMATET RESER I NORDEN

NRK gör studiebesök hos SVT i Göteborg. Från vänster: Bo Sjökvist, producent av första säsionen och den som har lett utvecklingen av formatet sedan 2013; NRK:s Elin Helgheim och Sølve Rydland, samt Anna Jaktén, redaktör och researcher med lång erfarenhet av grävande journalistik.

Kultur



For snart 30 år siden fik færdselsbetjenten Sergei Torop en åbenbaring om, at han var reinkarnationen af Jesus. Nu kaldes han Vissarion og lever sammen med sine 6000 følgere dybt inde i Sibiriens ødemark.

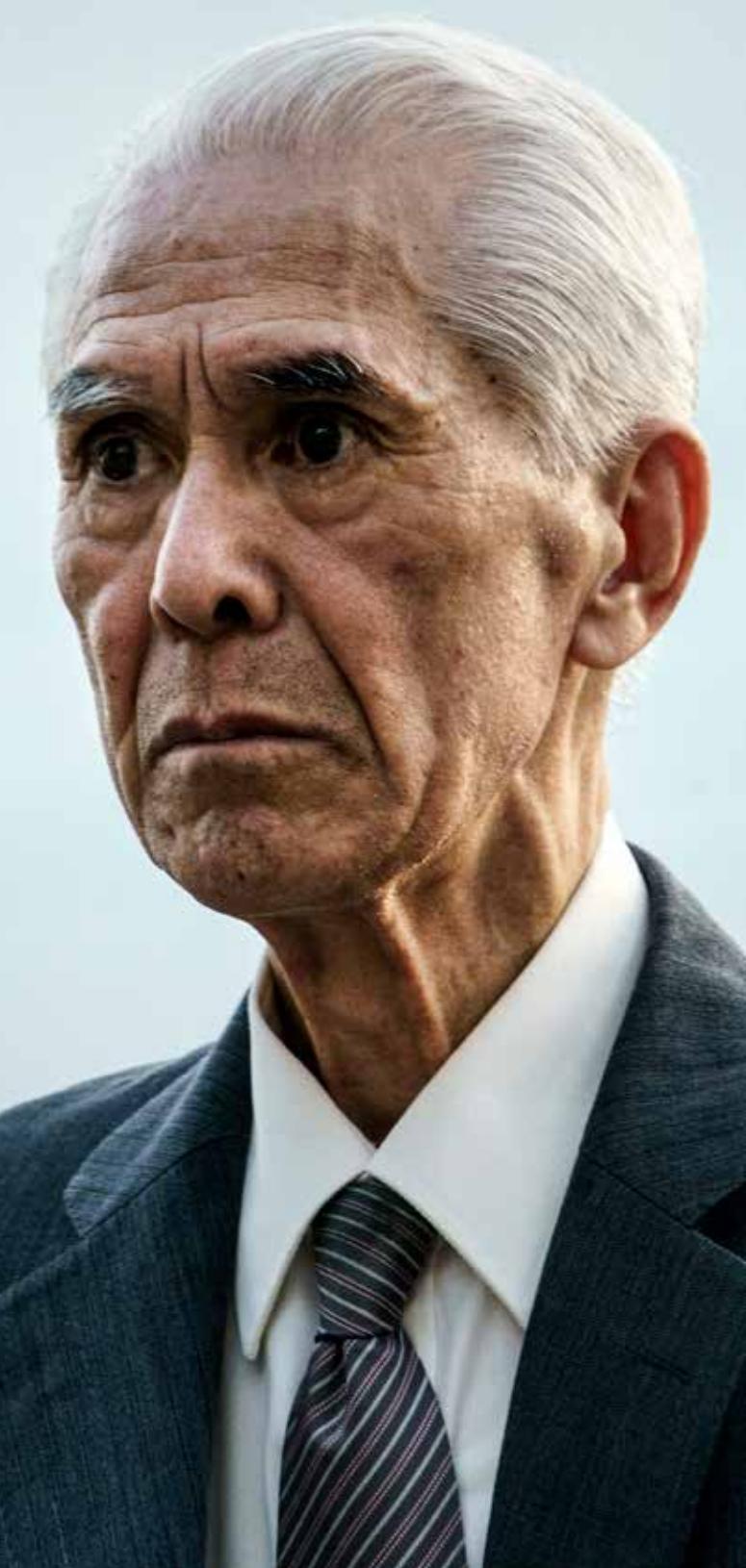


HOS JESUS I SYDAFRIKA

Er Jesus kommet tilbage i skikkelse af en tidligere smykkesælger fra Sydafrika? Det er en lille menighed i en sydafrikansk landsby overbeviste om.

HOS JESUS I JAPAN

Mitsuo Matayoshi er en japansk politiker, som hævder han er Jesus. Han vil indføre Guds rige gennem demokratiske processer og arbejder derfor hårdt på at blive valgt ind i parlamentet.



Jesus er overalt

Af Ib Keld Jensen

Kristne over hele verden venter på, at Jesus en dag skal vende tilbage til Jorden. Men tænk, om han allerede er her?

I den norske dokumentarserie 'Messias' besøger fotografen Jonas Bendiksen mennesker, der hævder at være Jesus for at portrætttere dem og deres menigheder.

Og Jesus er bogstavelig talt overalt. Jonas Bendiksen tager seerne med på besøg hos Jesus i Sibirien, Jesus i Sydafrika, Jesus i Japan og Jesus i Brasilien og alle steder med et ønske om at forstå og ikke latterliggøre. Ifølge fotografen er der ikke noget mere mærkeligt i, at en parkeringsvagt fra Sibirien er Guds søn, end at en tømrer fra Nazaret er det.

Gennem programmerne får seerne mulighed for at reflektere over, hvad som skaber tro og religiøse fænomener. NRK har samproduceret med SVT, Svenske Yle og DR, og da den blev vist på NRK 1 i efteråret 2017 blev den vældig godt modtaget og havde høje seertal.



HOS JESUS I SIBIRIEN

Jonas Bendiksen har to gange besøgt Sibirien, men endnu ikke fået lov at møde Jesus fra Sibirien, som kalder sig Vissarion.



HOS JESUS I BRASILIEN

Som ung skabte Inri Cristo overskrifter i Brasilien, da han stormede en katolsk kirke og knuste et krucifiks for at vise, at han var den reinkarnerede Jesus, men han endte i fængsel. Nu lever han på en privat ejendom uden for Brasilia og omgivet af kvindelige disciple, som har viet deres liv til ham og bruger musikvideoer i kampen for at omvende mennesker til troen.



NÅR DU SER DETTE ER JEG DØD

DR spørger kendte danskere, hvad de gerne vil huskes for, og hvad de fortryder i livet. Optagelserne vises først efter deres død.

Af Ib Keld Jensen

Når den aldrende danske sexolog og kulturpersonlighed Steen Hegeler en skønne dag dør, så lader DR den 93-årige fortælle sin egen nekrolog. Videoen er allerede optaget og ligger på lager i DRs arkiver som en besked til eftertiden. Når tiden er inde, vil Steen Hegeler tone frem på skærmen med sine håb for fremtiden, sine fortrydelser og sine bedste minder i livet. Vores måde at tackle døden på er et paradox. Døden er både et stort tabu og samtidig med største naturlighed allestedsnærværende i medierne, hver gang en kendt person går bort.

Dagbladene trykker deres nekrologer, tv-stationerne laver portretindslag, og nyhedsstrømmen på nettet dykker ned i arkiverne og finder historier fra et levet liv. Alt sammen for at minde os om afdødes store betydning set gennem chefredaktørers, journalisters og tilrette-læggerses øjne.

Digitalt videoformat

"Det efterlader os samtidig med spørgsmålet om, hvad vedkom-mendes egne tanker var om livet, døden og alt derimellem. Dét hul udfylder vores nye format," påpeger Simon Munkholm Philipsen, der med støtte fra Nordvisionsfonden har udviklet det digitale videoformat 'Nekrolog/Det sidste ord' for DR.

I den tre til fem minutter lange video taler Sten Hegeler direkte til kameraet i en fortrolig tone om livet og døden, og svarer på de faste spørgsmål, som formatet byder.

'Min historie'-delen af formatet er dækket med håndholdte affotograferinger af hovedpersonens værksted, stue, kontor, gamle fotografier, personlig memorabilia og genstande, der let kan knyttes

Optagelserne med kultur-personligheden Steen Hegeler er optaget, redigeret og vist til hovedpersonen selv. Men først når Steen Hegeler er død, vises videoen på dr.dk.

til den medvirkende. I videoens sidste element ser man den medvir-kende skrive sin underskrift på et stykke karton. Lyden fra tuschen er det eneste, man hører på lydsiden, og får overleveringen til eftertiden til at stå endnu stærkere i en tavs afslutning.

"Det virker ufint at klippe i overleveringen til eftertiden."

Simon Munkholm Philipsen, DR

Forberedt på kritik

Visuelt er stilen holdt i sort/hvid og filmet i nære billeder i en konstant øjenkontakt med kameraet.

"Det medvirker til det rene, poetiske og sårbarer rum, og skaber en visuel tidløshed. Hvert element forsøges holdt i en uafbrudt tale-strøm, så hovedpersonen får talt ud. Det virker ufint at klippe i overle-veringen til eftertiden," argumenterer Simon Munkholm Philipsen, der er helt bevidst om, at emnet er følsomt, og at der kan komme kritik.

"Formatet er et *carpe diem*, ikke et *memento mori*. I processen har der været mange etiske overvejelser og kyndig vejledning, og i forlængelse deraf er der udarbejdet en Q&A til de kritiske stemmer, der eventuelt måtte møde os".

Formatet, der er udviklet som public service-indhold til nettet, havde ved årsskiftet endnu ikke haft premiere.



I Berings fodspor gennem 11 tidszoner

Stillehav. Her har holdet slået lejr ved Lena-foden i Sibirien.

Der er kommet seks halv-times programmer ud af de fire ugers reportagerejse, og de bringes til foråret på DR K imellem årets to store begivenheder på russisk grund: præsidentvalget i marts og VM i fodbold i juni-juli. NRK er med som samproducent, og projektet har modtaget støtte fra Nordvisionsfonden.

NORDISK DESIGN I SAMPRODUKTION

Framtida namn inom design i alla nordiska länder lyfts fram i samproduktionen 'Design 3000' mellan Svenska Yle, SVT och DR.

"Många av gästerna i programmet är världsledande inom sina områden, och finner det kanske inte så intressant att ställa upp för nationella produktioner. Men då vi sagt att spridningen är över tre nordiska länder har de allra flesta gladeligen ställt upp", säger Axel Höglström från produktionsbolaget Parad Media.

Utöver intervjuer har Parad Media samarbetat med SVT kring arkivmaterial för att ge en bakgrund till gästerna. Programmet har premiär hos Svenska Yle i februari 2018.





90 procent af alle
migranter bruger
menneskesmuglere

DR-dokumentaren 'Menneskesmuglerne' lukker
seerne helt ind i et af verdens største rejsebureauer og
viser, hvordan menneskesmuglerne arbejder og sender
tusinder i gummibåde eller med fly og forfalskede pas til
det forjættede Europa. På billedet ses libyske smugglere,
der er berygtede for at behandle migranter som enhver
anden vare. Her er det kvinder, der handles.

Dokumentaren er en co-produktion mellem DR, NRK
og SVT, som også tyske ZDF, RTS/Schweiz og Radio
Canada har medfinansieret.

UNDER SØGENDE JOUR NALISTIK

Storjournalistisk vinst att samarbeta kring högerextremism

Ett radiosamarbete mellan Svenska Yle, SR och NRK ger ett bredare perspektiv och möjligheten att utnyttja varandras researchmaterial.

Av Michaela von Kügelgen

Vid bevakning av högerextremism är det svårt att få tillgång till källor och researcharbetet kräver mycket tid. Via radiosamarbetet om högerextremismen i Norden har Svenska Yle, SR och NRK utnyttjat varandras material.

"Det en stor journalistisk vinst för Nordvisionsbolagen. Vårt arbete visar att de högerextrema grupperna själva också har ett nära samarbete över nationsgränserna i Norden", berättar Kjetil Saugestad som är projektledare för NRK Radiodok.

Marie-Jeanette Löfgren, som är programchef för dokumentärradioredaktionen på SR, häller med.

"Nordiska motståndsrörelsen är aktiv i hela Norden. Vi kan foga samman allt till en bild i stället för att ha en svensk, en norsk och en finsk", säger hon.

Enligt Saugestad är det intressant att se likheter och olikheter mellan länderna, som till många avseenden liknar varandra.

"Men hur problem uppstår och hur de politiska lösningarna ser ut är olika. Med stöd från Nordvisionfonden har vi bättre råd med krävande research – vilket behövs när man arbetar med svåra ämnen som nynazism. Radioredaktioner har tyvärr väldigt sällan en stor researchbudget", säger Saugestad.

Utbyte ger högkvalitativt sändningsmaterial

Utöver researcharbetet har bolagen delat material med varandra och slutresultatet har varit ett flertal dokumentärer i alla länder.

En utmaning har varit att det på radio inte finns möjlighet till textning som på tv, men enligt Marie-Jeanette Löfgren behöver språket inte vara ett problem.

"Vi har många platfformar, till exempel webben. Det går också att ha andra personer som läser in en del, vilket gör det lättare än på tv", säger hon.

Kjetil Saugestad poängterar att det är viktigt att vara tydlig med materialet som delas.

"När vi utbyter material lägger vi med manus och översättning. I Norge har vi en lång tradition av versionering av dokumentärer på andra språk. Lyssnarna förstår svenska och danska rätt bra, finska är det värre med."

En nordisk vinkling ger också ett mervärde till publiken i de enskilda länderna.

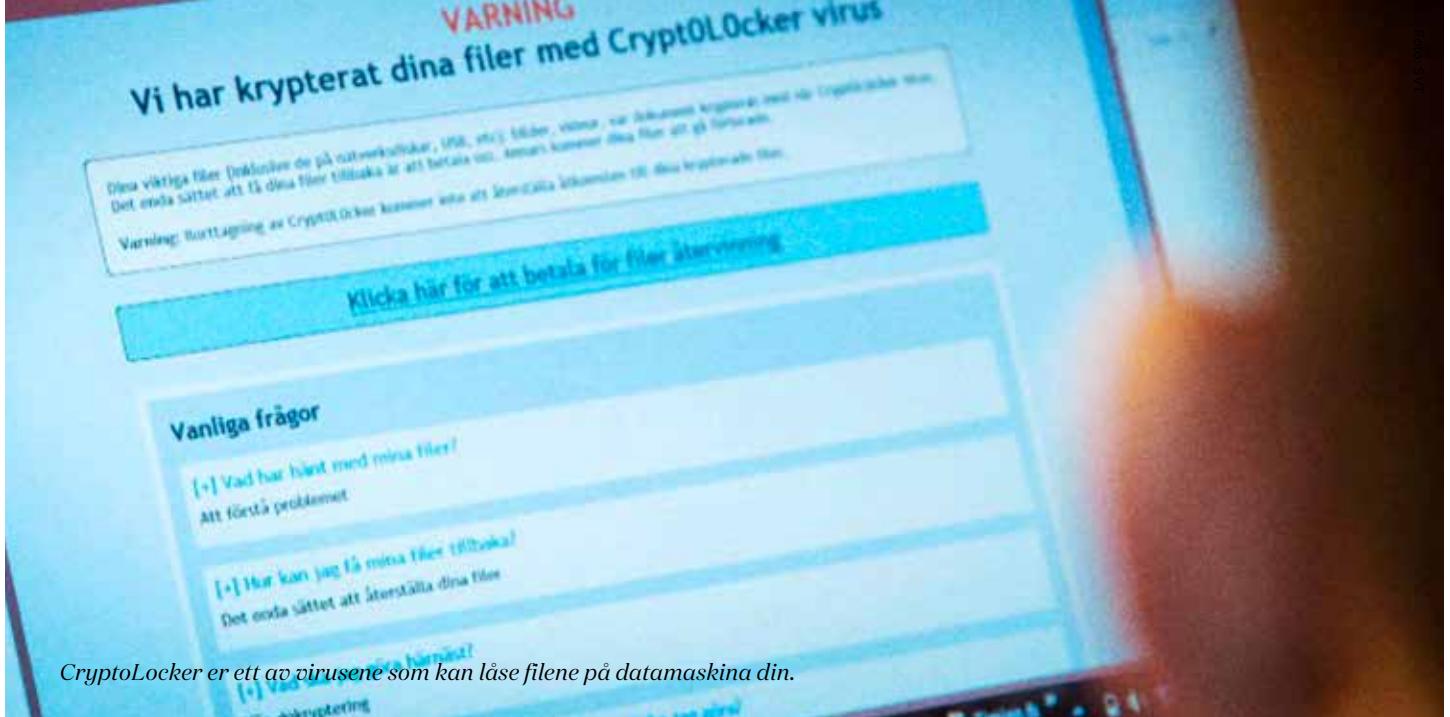
"En praktisk bonus av materialutbytet är att vi får många minuter högkvalitativt sändningsmaterial", säger Saugestad. Han tror ändå inte på alltför stränga regler för samarbetprojekten.

"Varje land får själv bestämma, men det är viktigt att vi för en dialog och utbyter material i kollegial respekt och i samarbete med varandra."

I Finland har Marko Hietikko från Svenska Yle producerat material för Yle via samarbetet. I början av 2018 belönades han med det journalistiska Topeliuspriset för sitt breda kontaktnät till forskare och medier som bevakar gränsöverskridande extremism.

Nordiska motståndsrörelsens verksamhet går över landsgränserna. Därför är det också smart att de nordiska public service-bolagen samarbetar kring material och research.





GRANSKING AV DATAKRIMINALITET - VIKTIG MEN VANSKELIG

SVT fikk tilgang til en database med unikt innhold om digitale utpressere. Men for å analysere innholdet, måtte de stole på andre. Slik smerte for en som har kildekritikk i ryggmargen.

Av Randi Lillealtern

Datakrimnalitet er i voldsom vekst. Denne typen krimnalitet forholder seg ikke til landegrenser, og særlig ikke den typen krimnalitet som handler om digital utpressing. Dette er en utfordring som både krever programmeringsteknisk innsats og utfordrer vedtatte journalistiske standarder.

"Jeg er ingen programmerer, og for meg er det vanskelig å trekke løsninger ved å se på et materiale som baserer seg på en programkode", forteller Petter Ljunggren, produsent for programmet "Digitala utpressare" i Uppdrag granskning på SVT.

SVTs tunge graveredaksjon, som holder kildekritikken hellig, var nødt til å stole på eksperter utenfra for å gjøre de nødvendige analyses av datamaterialet de hadde fått tilgang til.

Låser filer og krever løsepenger

Databasen inneholder intern informasjon mellom medlemmer av et kriminelt nettverk som har spredt såkalte utpressingsvirus i flere år. Virusene sendes til en tilfeldig datamaskin, gjerne via en lenke i en e-post. Når mottakeren klikker på lenka, låser viruset alle filene på maskina. For å få låst dem opp igjen, må mottakeren betale løsepenger.

For enkeltpersoner og firmaer kan dette være en katastrofe. Bilder og viktige dokumenter forsvinner. Men et slikt angrep kan også sette liv i fare. Høsten 2015 slo et utpressingsvirus ut alle strålingsmaskinene ved Akademiska sjukhuset i Uppsala i et helt døgn.

"Jeg har ikke vært klar over at det finnes et marked for dette. Man kan leie slike virus på månedsbasis"

Petter Ljunggren, Uppdrag granskning, SVT

I databasen SVT fikk tilgang til, fantes unik informasjon om disse virusene. Ved hjelp av innleid ekspertise, greier redaksjonen å finne fram til en programmerer som utvikla deler av programvaren som brukes for å gjennomføre disse angrepene. Det kommer fram at å spre slike virus er en hel industri.

"Jeg har ikke vært klar over at det finnes et marked for dette. Man kan leie slike virus på månedsbasis," sier Ljunggren.



Reporter Oskar Jönsson møter Richard Sundien som har fått PC'en sin låst av et utpressingsvirus.



Petter Ljunggren var produsent for Uppdrag granskning-episoden "Digitala utpressare".

Godt egnet for samarbeid

Denne typen krimnalitet forholder seg ikke til landegrenser, og Ljunggren mener derfor emnet egner seg godt til samarbeid mellom de nordiske kringkasterne.

Han vedgår imidlertid at omstendighetene rundt deres egen kilde gjør det vanskelig å dele informasjon.

"Det er en hemmelig kilde, og vi kan ikke gå ut offentlig med hvem kilden er. Det betyr at vi ikke kan spre grunnmaterialet, men vi kan gi informasjon slik at andre kan bruke det som grunnlag for egen research."

NRK og DR var begge involvert med støtte i utviklinga av SVTs prosjekt. Representanter for DR Dokumentar gjorde research-samtaler hos SVT, men de har foreløpig ikke planer om å lage sin egen dokumentar.

"Lekkasjene til SVT inneholder øyensynlig ikke danske kontakter, og dermed er det vanskeligere for oss å gå inn i historien," skriver prosjektleder i DR Dokumentar Søren Slumstrup Larsen.

NRK har heller ikke jobba videre med temaet utpressingsvirus, forteller redaktør i Brennpunkt, Odd Isungset.

DR og NRK på vej med analyse af nyhedsforbrug

Brugen af de digitale tilbud kan ikke kompensere for tabet på de traditionelle tilbud. Medieforskerne vil forstå baggrunden for at kunne rådgive.

Af Ib Keld Jensen

Seettallene for tv-nyheder falder markant, og generelt viser brugen af de traditionelle nyhedsmedier hos både NRK og DR en tydelig nedadgående tendens. Og hverken i Danmark eller Norge kompenserer de digitale tilbud for tabet af public service-institutionernes traditionelle tilbud.

"Hvis tendensen fortsætter, vil det ikke blot få afgørende betydning for brugen af public service-nyheder. Det vil også påvirke institutionernes betydning og rolle i samfundet," vurderer medieforsker Lene Heiselberg fra DR Medieforskning.

Konsekvensen vil være, at public-service-broadcasterne i stigende grad skal oplyse og informere borgeren på de digitale platforme for at opretholde sin betydning.

Nødvendigt at forstå i dybden

"Det er helt nødvendigt for medieforskningsafdelingerne i NRK og DR at forstå udviklingen i dybden for at kunne rådgive ledelse, redaktører og journalister. Derfor har vi brug for data om nyhedsbrug på tværs af medier og platforme," uddyber Lene Heiselberg.

Det indledende arbejde har vist, at NRK og DR står med mange ens udfordringer og behov for ny viden.

"Vi vil gerne dele og sammenligne resultater og i fællesskab udvikle forskningsspørgsmål, indsamle data, analysere og fortolke data," tilføjer hun.

Stiller undersøgelse til rådighed

Resultatet af undersøgelsen vil først og fremmest gøre det muligt at sammenligne og forstå brugen af nyheder i Norge og Danmark, og herigenom forstå hvilke tendenser og forskelle, der gør sig gældende.

"Projektet vil også gøre os i stand til at inddøle befolkningerne i forskellige nyhedsgrupper, og afdække de enkelte gruppens nyhedskendskab, nyhedsbrug, holdninger til nyheder og nyhedsbehov."

Da befolkningen i Norden i store træk udviser en ens mediedepræference, stiller DR og NRK undersøgelsen til rådighed for de andre partnere i Nordvision.

DR og NRK forventer at have de første resultater analyseret i begyndelsen af 2018.



Cykelbjerget – et vidnesbyrd om flygtningekrisen

I efteråret 2015 kom flere end 5000 asylansøgere over den norske grænse fra Rusland. De fleste kom på cykler, som de efterlod ved grænsestationen Kirkenes i så stort tal, at de efter kort tid udgjorde et regulært cykelbjerg og dermed et enestående vidnesbyrd om det kaos, der opstod i forbindelse med flygtningekrisen.

Konsekvenserne af den skærpede grænsekontrol i Norden var emnet for en dokumentar fra hver af de fire undersøgende journalistiske redaktioner på DR, SVT, NRK og Yle. Finland og Norge arbejdede tæt sammen om at lave hver sit program om den nordlige grænse, mens Sverige og Danmark arbejdede med den sydlige grænse. Selvom lukningen af grænserne er den fælles baggrund, var der forskel på vinkler og indhold i de fire programmer.



Asyldrenge fik kram affremmede på gaden

En gruppe 18-årige asyldrenge fik helt konkret opmærksomhed at føle, efter et reportagehold havde fulgt dem i seks udsendelser på DR3. De oplevede at blive stoppet af helt fremmede mennesker på gaden, som helt spontant gav dem et knus, fortæller redaktionsleder Andreas Gabrielsen fra DR Ung.

Han fulgte drengenes vej fra asylcentret og ud i det danske samfund med sin ambition om at sætte fokus på et blindt punkt i integrationsdebatten. Med udsendelserne er det således første gang på tv, seerne kommer helt tæt på, hvordan integration helt konkret foregår i det daglige.

Programserien er en nordisk samproduktion mellem DR og NRK.

Ung

SKAM skal dø - leve SKAM

Der findes et før og et efter NRKs ung drama-serie. Men selvom de ansvarlige for ungt nordisk drama betegner SKAM som et vendepunkt for genren, så er SKAM et endegyldigt overstået kapitel. Nu graver hver især efter nyt guld og fejler gerne undervejs.

Af Ib Keld Jensen

Modet er det helt store nye mantra for de chefer, der står i spidsen for produktionen af ungt indhold i de fire store Nordvision-lande. Ingen af dem er fristet af at genskabe en kopi af den dramaserie, som fik unge over hele Norden, - ja, over hele verden - til at sluge public service-drama i store grådige bidder. Så selvom SKAM har været en øjenåbner, så skal der udvikles og bygges videre på de dyrebare erfaringer. Men ungt drama kan ikke fortsætte i SKAM-sporet uden at køre fast, lyder det fra alle sider.

"Vi leder efter koncepter, som kan have nyskabende elementer i form eller indhold, ikke efter kopier af SKAM," som NRKs redaktionschef på P3 Håkon Moslet udtrykker det. NRK har fordoblet budgettet til ungt drama, Yle har mindst fire produktioner i støbeskeen, mens DR3 vil gøre genren til en hjørnesten. Og hos SVT planlægger man fremover mindst én dramaserie rettet mod unge per år.

Mod til at fejle

"Skam har påvist, at unges hverdag kan være relevant for andre end bare unge og nå et større publikum, når det skildres på en autentisk måde. Og det har vist os, hvordan man kan anvende unges egne erfaringer i udviklingsfasen," vurderer Safa Safiyari, der er børne- og unge-kanalchef hos SVT.

Og vejen mod nye succeser med ungt drama er brolagt med fejl, skæverter og misforståelser. Ikke som et mål i sig selv, men som et

nødvendigt led i processen mod at udforske nye ukendte veje.

"Vi skal vove at mislykkes og ikke satse på sikre kort," tilføjer han. Hans kollega på DR3, kanalchef Irene Strøyer er helt på linje.

"Vi skal have modet til at kaste os ud på uprøvet grund. Vi er et minilaboratorium, og vi skal ikke være bange for at lave nogle svipse- re undervejs. Vores opgave er ikke at lave en ny SKAM eller i det hele taget gå efter stensikre succeser, men at afprøve hvad genren kan og være innovative på de unges præmisser," siger Irene Strøyer.

"200.000 så første episode, og mange af dem har aldrig set noget som helst fra Yle før."

Jarmo Lampela, dramachef, Yle

Fire serier på vej

På DR3 er hun på vej til helt at afskaffe ung drama-begrebet, fordi det giver mindelser om timelange dramaepisoder og søndag aften i sofaen. I stedet taler man på DR3 om 'ung fiktion', fordi begrebet i højere grad rummer den underskov af formater og nye platforme,



"Skam har påvist, at unges hverdag kan være relevant for andre end bare unge og nå et større publikum, når det skildres på en autentisk måde.

Og det har vist os, hvordan man kan anvende unges egne erfaringer i udviklingsfasen"

Safa Safiyari, børne- og unge-kanalchef hos SVT

NRKs ungdomsserie SKAM har med stor eftertrykkelighed vist styrken ved at fortælle drama i øjenhøjde med målgruppen, og den erfaring skal tages videre. Men SKAM-kopier og stensikre løsninger bliver ikke en del af pakken, understreger de ansvarlige for ungt nordisk drama.

som genren inviterer til. DR3 går 'digital first' fra 2019, og ambitionen er, at fiktionen skal være en hjørnesten i transformationen fra flow-tv.

Også i Finland er der skruet helt op for blusset. Alene i 2018 er der i følge Yles dramachef, Jarmo Lampela, mindst fire forskellige serier i ungt drama-kategorien undervejs, og Yle eksperimenterer stort med nye formater og platforme. Konkret med et 360 graders greb til Snapchat, hvor brugerne selv kan vælge de karakterer, de vil følge, men kun har 24 timer før snappet er væk igen. Yle har gjort en særlig indsats for at få fat i en traditionelt vanskelig gruppe, unge gamere, ved at alliere sig med nogle af gamernes egne forbilleder.

"I serien har vi fokus på en fanatisk gamer, som spiller videospil hele tiden, og vi har publiceret den sammen med virkelige online-gamere. 200.000 så første episode, og mange af dem har aldrig set noget som helst fra Yle før. Så det var et meget risikabelt projekt," siger Jarmo Lampela.

Han mener, at nogen til succes ligger i at opbygge et troværdigt miljø, som de unge kan genkende sig selv i.

"Det er helt afgørende, at karaktererne appellerer til unge, og at de tror på og sympatiserer med dem," siger Jarmo Lampela fra Yle.

Ingen løftet pegefinger

Safa Safiyari fra SVT er helt på linje. "Det vigtigste er, at emnerne føles relevante. Autenticiteten er vigtig, og det er selvfølgeligt, at regi og

skuespil er afgørende." Også Håkon Moslet fremhæver, at historierne skal være autentiske.

"Vi skal ikke pynte på virkeligheden. Dét, der adskiller os fra kommersiel tv-drama, er, at vi fortæller historier, der er udfordrende og underholdende på samme tid, og som desuden rummer et udviklingsperspektiv."

"Vi skal ikke pynte på virkeligheden."

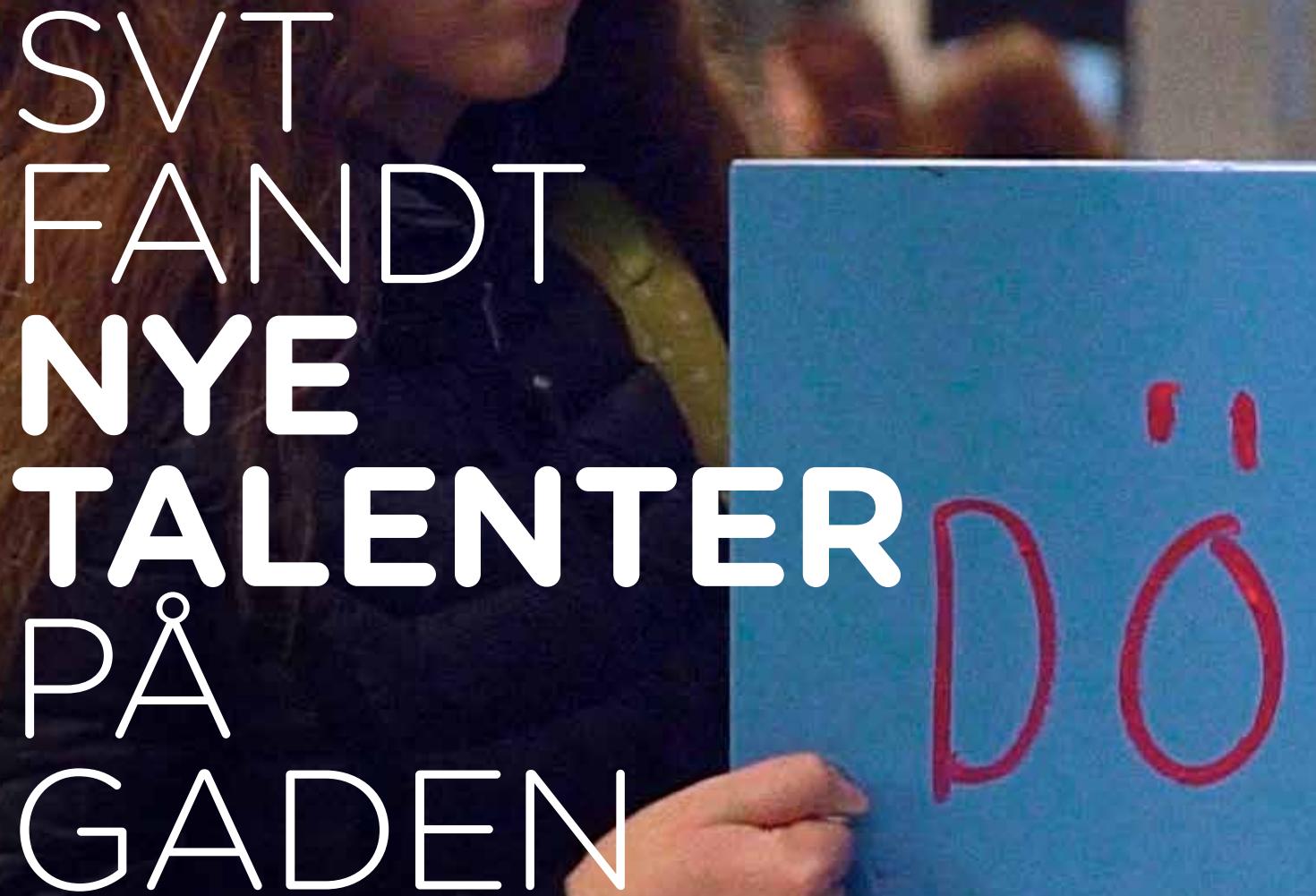
Håkon Moslet, redaktionschef på P3 NRK

DR3 har gjort det til et kendetegn at lave hudløst ærligt tv med afsæt i virkeligheden, som den er, men ikke nødvendigvis som den bør være.

"Vi er ikke de voksne, der laver tv til unge, og vi har ingen løftet pegefinger. Vi lægger fiktion ud på godt og ondt. Vi kan inspirere og sætte gang i samtalens, som den unge kan have med sig selv eller med andre unge, og så må den unge selv tage stilling derfra," siger Irene Strøyer fra DR3.

Og der bliver mere fiktion end nogensinde for de unge at tage stil- ling til. De kommende år varsler ungt drama i rekordstore mængder. Helt uden SKAM.

SVT FANDT NYE TALENTER PA GADEN



De små dramaepisoder tager historier op fra de unges egen hverdag.
På billedet er det Sara Mededovic, der er utsat for mobning.

Et eksperiment med street-casting gav helt andre typer af unge skuespillere til ny stor dramasatsning.

Af Ib Keld Jensen

Normalt er det unge svenskføde hvide middelklassespiger med skuespillerambitioner, og som har haft teater på linje, der fortrinsvis dukker op, når SVT inviterer til casting af unge dramatalenter.

Men scenariet var helt anderledes, da holdet bag den nye store teenagesatsning SVT Z hev unge ind fra gaden under den store, uge-lange folkebegivenhed, Malmøfestivalen, i august 2017. Drenge og unge med anden etnisk baggrund var blandt de utraditionelle grupper af unge, som på stående fod tog imod tilbuddet om fire minutters provefilmning og muligheden for at blive skuespiller.

"På Malmøfestivalen fandt vi masser af skjulte talenter, som vi normalt ikke ser til den almindelige casting".

Maria Karlsson Thörnqvist, projektleder, SVT Z

"Ofte leder og leder man, så finder man måske én, man kan bruge. Men på Malmøfestivalen fandt vi masser af skjulte talenter, som vi normalt ikke ser til den almindelige casting, og de endte med at udgøre hovedparten af skuespillerne," fortæller Maria Karlsson Thörnqvist, der er projektleder og programudvikler hos SVT Børn og Unge.

Målrettet Instagram

Hun står i spidsen for SVTs helt store satsning, som i adskillige måneder har arbejdet med at komme så tæt som muligt på, hvad der rører sig i de svenske teenagere.

I første omgang for at producere 24 testafsnit af hver et minuts varighed under navnet 'Din Story' valgt ud blandt et væld af små historier om blandt andet kærlighed, kønsidentitet og mobning, som de unge selv har indsendt til SVT.

Afsnittene var målrettet Instagram og blev i lighed med en julekalender vist hver dag fra den første december, og siden også lagt samlet på SVT Play.

"For mange unge er SVT Play ikke et sted, hvor de overhovedet

går hen for at søge indhold, så en af vores store udfordringer er at finde ud af, hvordan de unge skal finde frem til Din Story på SVT Play," fortæller Maria Karlsson Thörnqvist.

Kærlighed hitter

SVT vil drive trafikken ved at lægge et afsnit om dagen på Instagram og skrive, at alle afsnittene allerede kan ses på SVT Play. Af samme grund har SVT sikret, at afsnittene kan ligge på SVT Play et helt år.

"Vi vil, at unge skal tale om indholdet med hinanden, og det kan tage tid at få noget til at vokse fra mund til mund," siger projektlederen. I løbet af den første halvandet måned har hvert afsnit fået 25.000 visninger på Instagram og cirka 10.000 på SVT Play.

"Det er interessant, at det ikke er de samme klip, som går godt på Instagram og på Play. Det tror vi på, hænger sammen med, at vi på Play også træffer en ældre målgruppe, end den vi retter os mod. Det viser os, at Instagram virker til at fungere bedre som testvindue for os - til at se, hvad som fungerer for vores målgruppe. Endnu kan vi ikke se, hvem der ser med på Play, kun antallet."

Blandt de unge hitter historier om kærlighed og venskab stort.



Casting til Din Story på Malmøfestivalen. Anna Bylund og Maria Karlsson Thörnqvist fra SVT Z tester Lemoni Verngren.

Målet er langt format

Maria Karlsson Thörnqvist peger på, at analysen af Instagram ligger i hænderne på Instagrams analyser, og dermed kan hendes team ikke selv styre, hvor ofte målgruppen bliver eksponeret for klippet.

Målet er fortsat at teste i hele 2018 og producere flere små historier i løbet af året samt at grundlægge et helt lille bibliotek med unges forskellige historier.

Siden er det planen at udvikle med dramaproduktion i længere formater med premiere i starten af 2019, hvis det går som Maria Karlsson Thörnqvist håber.



KUNDSKAB

I anden halvdel af 1900-tallet er samerne blevet anerkendt som det oprindelige folk i Nordeuropa, og samerne er den eneste urbefolkning i EU.
UR har sat spot på det samiske folk i seks udsendelser.



Ingunn Utsi genbesøger Sarnes internatskole, et sted præget af skam og skyld. Her skulle de samiske børn blive norske som et led i en hård fornorskningspolitik, selv ind i 1970'erne.

Nordens urfolk medproducenter på egen overset historie

Samerne har boet 2000 år i det nuværende Norge, Sverige, Finland og Rusland. Alligevel var deres historie stort set ukendt, indtil UR satte spot på.

Af Ib Keld Jensen

Fem fotografer ud af seks har samisk baggrund i den nye stort anlagte triologi om samernes historie, som SVT havde premiere på 1. januar 2018. Også flere af journalisterne tilhører Nordens urfolk og kan skrive deres historie 2000 år tilbage. At en minoritetsgruppe så massivt er inde i maskinrummet omkring sin egen historie er ikke helt almindeligt, medgiver Magnus Sjöström, der er projektleder på de tre heltimes tv-programmer, som Sveriges Utbildningsradio (UR) står bag. Men det giver en række fordele, understreger han.

"De store fordele er helt åbenlyst rent sprogligt og kontaktmæsigt. Det giver et helt andet mode at kunne interviewe på folks eget sprog i et tæt knyttet samfund, hvor alle kender alle og tit ved, hvad moderen og faderen hedder. Det har også hjulpet os til at bedømme, hvilke personer vi helst ville have med i programmerne, og det har givet os en fantastisk sagkundskab," betoner Magnus Sjöström, der mener, at produktionen også vinder på at inkludere ikke-samer.

"Det er vigtigt, at der en balance mellem et indefra- og et udefra-perspektiv, og derfor er det vigtigt med en blandet redaktion," siger han.

Overset historie

UR har oprettet dialoggrupper som regelmæssigt kommunikerer med landets minoritetsgrupper bl.a. romaer, sverigefinner og samer, og det var denne gruppe, der gjorde opmærksom på, at der manglende opdateret viden. Samernes lange historie er stort set ukendt i den brede befolkning. Og Magnus Sjöström selv var ingen undtagelse.

"Jeg må indrømme, at jeg selv kender mere til urfolk i andre verdensdele og nemt vil kunne nævne fem nordamerikanske indianerstammer ved navn, men ikke et eneste navn på de lige så mange forskellige samergrupper."

At der findes ti forskellige samiske sprog, som ikke alle forstår hinanden, og at langt fra alle samer har ernæret sig ved at holde rener, men også er historisk dygtige fiskere, kom ligeledes bag på producenten.

"Det er vigtigt, at der en balance mellem et indefra- og et udefra-perspektiv."

Magnus Sjöström, projektleder

Samer opfandt skien

I det hele taget er listen lang over det samiske folks historiske bedrifter. For eksempel var det samerne der opfandt skien. I middelalderen byggede samerne store fangstanlæg til rener og spillede en afgørende rolle i europæisk økonomi ved at sælge skind i stor stil ned gennem Europa. Men 'Samernes tid' er også historien om et folk, der ved etableringen af nationalstaterne i 12-1500-tallet, blev spredt over fire lande og siden udsat for voldsom forfølgelse og en grum kristningsproces.

I dag regner man med, at der er cirka 70.000 samer tilbage. 40.000 i Norge, 20.000 i Sverige, 9.000 i Finland og 2.000 i Rusland i det land samerne selv kalder Sápmi. 'Samernes tid' er produceret af UR og medfinansieret af NRK og Yle, ligesom Nordvision har støttet økonomisk.

Digitalt VM-samarbejde skal tiltrække fodbold-novicer

DR og NRK går sammen om at indfange dem, der ikke på forhånd er interesseret i fodbold, ved at udvikle nye historiefortællinger til nettet.

Af Ib Keld Jensen

Når åbningskampen mellem Rusland og Saudi-Arabien flojtes i gang den 14. juni på Moskvas Luzjniki Stadion, kulminerer endnu et ambitiøst slutrundesamarbejde mellem webredaktionerne på DR og NRK.

De to redaktioner vil udvikle andre måder at fortælle digitale historier på og dermed bygge videre på et samarbejde, som blev indledt i forbindelse med EM i fodbold i 2016. Målet var at gøre indholdet interessant især for de brugere, der normalt ikke interesserer sig for sport eller fodbold.

Dengang producerede de to redaktioner visuelt bårne historier fortalt gennem slider, korte tekster og video til afløsning for traditionelle længere tekstdunge artikler.

Ikke belastet af samme tænkning

I følge redaktør ved DR Medier Jes Høj Jensen havde NRK først trojet på ved den lejlighed.

"NRK er sindssygt dygtige og meget inspirerende at arbejde sammen med. Da vi satte os sammen dengang var de meget længere med at arbejde med formatet, så for os var det et større kvantespring, end det var for NRK."

Han ser store fordele i samarbejdet, fordi begge redaktioner står med de samme udfordringer.

"Når man i det daglige går rundt mellem de samme mennesker, er der en tendens til, at uanset hvor dygtig og kreativ man er, så kommer man til at tænke i samme retning. Derfor er det meget berigende at møde andre, som tænker digitalt, men som ikke er belastet af den samme tænkning som os," mener Jes Høj Nielsen, der tilføjer, at NRK vandt flere designpriser for det format, som blev resultatet af samarbejdet i 2016.

Målene er et catch up

Og hos DR blev formatet genbrugt hos DR Nyheder i forbindelse med det amerikanske præsidentvalg.

Aftalen om at gentage samarbejdet mellem de to redaktioner blev indgået på et tidspunkt, hvor såvel Danmark som Norge, så ud til at have udspillet deres chancer i VM-sammenhæng. Siden sneg Danmark sig dog med på et yderligt mandat.

Men idéen om en guide til at finde sit alternative favorithold lever endnu. Hos DR arbejder man på at finde en metode, der på en nem og sjov måde kan hjælpe med at vælge. En anden idé skal gøre målene mere tilgængelige.

"Der er et kæmpestort catch up-element i målene. Udenfor de mest interesserede fodboldnørder er det de færreste som ser alle

kampe, men mange vil gerne se målene og NRK er i færd med at udvikle en metode til, hvordan vi med et enkelt klik kan få målene at se på en sjov måde".

Idéer under udvikling

Endnu er alle idéer i udviklingsfasen. Det gælder også en tredje idé, som tydeligt bygger videre på samarbejdet fra 2016.

"NRK er sindssygt dygtige og meget inspirerende at arbejde sammen med."

Jes Høj Nielsen, redaktør DR Medier

Begge redaktioner vil finde hver fem særligt gode VM-historier, som i lighed med alt andet materiale vil kunne bruges på webplattformer i begge mediehusene.

"Ved EM havde vi lavet en omtale af hvert af de 24 hold. Men vi måtte indse, at nogle af de hold, som blev slægt tidligt ud og måske

NRK og DR holder fælles idéudviklingsmøder, og går derefter hver til sit for at arbejde videre med idéerne.

ikke havde de store profiler, var der ikke publikum til," fortæller Jes Høj Nielsen, der også har en second screen-løsning på tegnebrættet.

"Vi arbejder på at bygge bro mellem tv-oplevelsen og de digitale produkter. Det kan være at stemme om et rodt kort er rigtigt givet, den største svinestreg eller mest gakkede frisure mens kampe kører. Udfordringen er at finde en balance, så det ikke opleves som en reklame, der kører hele tiden."

Under en slutrunde kommer der brugere forbi, der ikke normalt besøger public service-stationernes webplatorme, og derfor er det en forhåbning, at nye brugere får øjnene op for andet public service-indhold.

Ambitionen med VM er dog først og fremmest at give en fælleskabsfølelse af at opleve VM sammen med resten af Danmark.

"Vi vil være folkelige uden at forfladige – og give brugerne en følelse af at være tæt på de danske spillere i Rusland," siger Jes Høj Nielsen.



Progr ramau dyrek siung



Dansk bonde
lockades till Finland

Bonden Frank Erichsen från DR:s Bonderöven bytte ut Danmark mot Finland för att tillsammans med hantverkare från andra nordiska länder tillverka en äsping, en gammal båttyp från Östersjön. "Det här är en nordisk insats. Vi kan lyfta det här till något helt unikt", sa Erichsen.

Bonderöven är ett av de populäraste programmen från Nordvisions programutväxling. SVT, Svenska Yle och RUV gav ekonomiskt stöd till besöket i Finland så att samproduktionens extra kostnader kunde täckas. Själva filmandet utomlands var ändå ingen utmaning.

"Vi arbetar lätt och mobilt. Hälften av alla scener är one-takes", sa kameraman Peter Wath.



HELE NORDEN VIL SE JÆVLA HOMO

"Jævla homo er en av de mest streama på NRK TV denne høsten."

Håkon Moslet, redaksjonssjef i NRK P3

TV-seere over hele Norden får nå se NRK-serien *Jævla homo*. Når det blir buzz om noe, gjelder det å handle raskt, sier SVT.

Av Randi Lillealtern

Vinteren 2017/2018 skal alle de andre nordiske kringkasterne vise *Jævla homo*, ifølge redaksjonssjef i NRK P3, Håkon Moslet.

"Vi ble veldig glade for det, så klart! For programleder Gisle Agledahl har det vært en tøff prosess å lage en så personlig og ærlig serie.

Det har kostet. Da betyr den varme responsen mye. *Jævla homo* er en av de mest streama på NRK TV denne høsten, det har strømmet inn med takknemlige tilbakemeldinger og serien har satt i gang en debatt som har vart i ukesvis", forteller Håkon Moslet.

Klumpen i magen

I første episode snakker programleder Gisle Gjevestad Agledahl om klumpen han kjente i magen da han holdt kjæresten sin i handa ute blant folk. Hjemme, dem imellom, var alt helt greit, men når andre så at de var kjæresten, syntes Gisle det var ubehagelig. Det var denne situasjonen som ga ideen til serien *Jævla homo*. Hvorfor kjente Gisle denne klumpen i magen? Skyldtes den bare hans indre følelser, eller

var det også ytre ting som var med på å lage den? I serien følger vi Gisle på hans reise mot å torre å vise verden at han er homofil.

"Gisle er avgjørende for prosjektet. Han har latt oss ta del i sitt liv, sine følelser og sin virkelighetsopplevelse. Han har lagt lokk på ting lenge for at prosessen hans skulle kunne utspille seg på ekte foran kamera. Han har vært ekstremt modig og sterkt", sier prosjektleader Hans Petter Skolsegg.

Han forteller at bestillinga fra NRK ga redaksjonen utfordringer. De fikk i oppdrag å lage en personlig journalistisk dokumentarserie.

"Det ble en ganske vanskelig prosess. Vi måtte hele tida vekte hvor personlig og hvor journalistisk de ulike elementene skulle fortelles."

Redaksjonen bestemte seg for å bruke Gisles virkelighet som rettesnor for hva de skulle velge å ha med, og hva de skulle velge bort. "Hvis vi kunne brukt en annen programleder i noen av situasjonene, var det ikke riktig, da skulle vi droppe det," sier Skolsegg.

Smi mens jernet er varmt

Jævla homo er et av programmene som blir utvekslet gjennom Nordvision. Jesper Petersson i SVT International sier det gjelder å handle raskt når det blir buzz om noe på denne måten.

"I dagens digitale tv-verden sprer nyheter seg utrolig fort, og om vi er for seint ute, er det fare for at publikum ikke er der lenger. Litt sånn er det med *Jævla homo*. Det er en serie som passer bra for online-publikummet, den har fått bra spredning i sosiale medier, og da skapes det en forventning hos publikum: "Vi vil se dette nå!"," sier Jesper Petersson.

Serien Jævla homo er en personlig journalistisk dokumentarserie som tar utgangspunkt i programleder Gisle Gjevestad Agledahls liv og virkelighet.

Programudveksling 2017

I 2017 blev der udvekslet 2823 programepisoder, og herunder ses det mest udvekslede program fra hver af de syv stationer.

NRK

DR

UR

svt

RÚV

yle FINSKA

yle SVENSKA



Arkitektens hjem

Arkitekter arbejder til daglig med at tegne boliger for andre, men hvordan bor de selv. NRK har gennem foreløbig tre sæsoner besøgt norske arkitekter for at snakke om, hvad der skaber et godt hjem.

Bonderøven

DR er i gang med 19. sæson af Bonderøven, som følger Frank Erichsen og hans families drøm om at blive selvforsynende. Frank ordner alt selv på gammeldags facon og med redskaber, han selv kan reparere.

Geografens testamente

URs børneserie er beretningen om en geografisk eventyrrejse ned gennem Europa i selskab med ingenieren Mortensen (i midten), Holger Nilsson (tv) og Esmé. Geografiserien er på sæson 2, den første gik gennem Norden.

Vänligen Lars Lerin

Lars Lerin er en af Sveriges mest elskede kunstnere. Nu søger han nye venner. Han møder kendte kreative mennesker, han oprigtigt vil at lære kende og som kvitterer med stærkt personlige beretninger.

Reimleikar

Serien tager afsæt i den islandske folketro, hvor overtro og troen på alernes eksistens i bjergene er vidt udbredt og afspejler samfund, kultur og ikke mindst menneskets sjæl og samvittighed.

Vårt land

er en programserie som præsenterer Finland og landets storstående natur fra luften. Fortællingen er yderst afdæmpet, idet seriens 10 afsnit er fotograferet fra helikopter og med musik komponeret specielt til lejligheden.

Strömsö

er et finlandssvensk livsstilsprogram, som fokuserer på håndværk, mad og have. Programmet havde premiere helt tilbage i august 2002 og er populært både blandt finsktalende og i resten af Norden.

Vidensdeling





NYTT VERKTYG TROLLAR FRAM MER RELEVANT INNEHÅL

MED HJÄLP AV ETT UTVECKLINGS-
PROJEKT OM ORDVEKTORER HAR MAN
PÅ YLE OCH NRK FÖRSÖKT HITTA
FRAMTIDA VERKTYG TILL ATT REKOM-
MENDERÄ INNEHÅLL FÖR PUBLIKEN.

Av: Michaela von Kügelgen

Att erbjuda det mest relevanta innehållet, när användaren klickar på en länk, var målet för ett samarbetsprojekt mellan Yle och NRK.

"Det var ett research- och utvecklingsprojekt för att testa maskininlärningstekniker för rekommendationslogik", berättar Trond Johansen från NRK.



På NRK har man jobbat med artiklar och på Yle med radioinnehåll, men i bägge fallen handlar det om att hitta verktyg för att i framtiden kunna rekommendera ännu bättre innehåll för publiken.

Samarbetet har främst fokuserat på ordvektorer, en teknik som utvecklats under 2010-talet och som därfor kräver en hel del lärande och testande. Aleksi Rossi från Yle förklarar att ordvektorer är som koordinater.

"En vektor är som ett läge i rymden. Alla ord får egna koordinater som placeras på en flerdimensionell karta där liknande ord hamnar nära varandra."

Vektorerna placerar alltså orden på flera olika axlar och försöker hitta likheter och relevant innehåll. "Om till exempel en artikel innehåller många räkneord och politiska termer kan man anta att det handlar om ekonomisk politik, och då försöker man med hjälp av vektorerna hitta liknande innehåll", berättar Rossi.

"IT-världen full av överraskningar"

Fastän det finns en stark samarbetstradition inom Nordvision ställer det tekniska samarbetet annorlunda krav. Enligt Aleksi Rossi är det viktigt att ha en tydlig plan, men en väldigt spikad plan kan också leda till att man inte kan utforska sådant man stöter på under arbetets gång.

"Ofta finns det en tanke om att vi gör allt så som vi kommit överens om, men IT-världen är full av överraskningar. Därför borde samarbetet bli smidigare", säger Aleksi Rossi. Han anser ändå att fördelarna med samarbete är större än utmaningarna. "Det var fint att vi fick testa samarbetet och jag hoppas vi får göra det mycket mer i fortsättningen."

Allt i projektet gick ändå inte helt friktionsfritt. NRK försökte bland annat utnyttja Yles kod på sin data, vilket visade sig vara komplicerat och tidskrävande. Johansen tycker ändå att erfarenheterna med ordvektortekniken är viktiga med tanke på framtiden.

"Att förstå dess möjligheter och begränsningar och vad som behövs för att kunna ta tekniken i bruk. NRK jobbar med att etablera en produktionslinje för tematiska rekommendationer där den här tekniken utnyttjas, så samarbetsprojektet har varit en nyttig start för oss."

Aleksi Rossi påpekar att det är tidskrävande att ta fram nya tekniska lösningar men att samarbetet kring ordvektorer var lovande och kan användas också på andra områden än rekommendationer.

"Tekniken kunde vara till nytta för till exempel bättre automatisk moderering av webbkommentarer."



Trond Johansen, NRK



UDSOLGT DIGITAL FESTIVAL FÅR EFTERFØLGER

NORDVISION GENTAGER SUCCESSEN
FRA SIDSTE ÅR VED IGEN AT SAMLE
EN PERLERÆKKE AF TIDENS
BEDSTE DIGITALE FORTÆLLERE PÅ
EN INTERNATIONAL FESTIVAL I
HELSINKI TIL MARTS.

Af Ib Keld Jensen

Ung brugerinvolvering fremstod som konferencens mest overbevisende bud på, hvordan seerflugten kan bremses eller måske især flyttes over på nye platforme, da journalister, redaktører og andre fagfolk sidste år i marts mødtes til den første festival i digitale fortællinger i Nordvisions regi i DR-Byen.

Alle partnere i Nordvision-fællesskabet bokser med mange af de samme udfordringer, og en af de store af slagten, er hvordan public service-medierne skal håndtere de unges flugt til andre medieplatforme.

Som keynote-speaker Ingrid Kopp, seniorkonsulent ved Tribeca Film og internationalt anerkendt udvikler af digitale fortællinger, poetisk udtrykte det:

"Publikums opførelse forandrer sig, men det skaber nye muligheder. Vi boede i en have, hvor vi uforstyrret kunne gå og passe vores blomster. Nu lever vi i en strøm, som kører uanset, om vi er med eller ej. Du bliver nødt til at fiske dér, hvor fiskene er," sagde Ingrid Kopp.

Festivalen bød på en lang række helt konkrete og meget fantasifulde eksempler på nye digitale fortælleformer. Fra integration af gaming over crowdsourcer fortælling til brug af det nye sexede legetøj i form af virtual reality.

Lang liste af topnavne

Der var udsolgt på kort tid, da dørene sidste år åbnede til den allermønstre 'Festival for Digitale Fortælleformer'. Interessen for at få inspiration til nye måder, platforme og greb til at fortælle digitale historier er så stor, at en ny festival er programsat, og listen af internationale topnavne inden for emnet er mindst lige så lang som sidst.

Det bliver i Helsinki den 22.-23. marts 2018.

"300 deltagere vil mode internationalt anerkendte public service-projekter inden for bl.a. cross media, AR, webdocs, mobile historier, SoMe og co-createde og interaktive film. De vil opleve digitale tiltag fra NHK i Japan og canadiske CBC's nyheds-transformation på alle platforme og få en stor introduktion til digitale fortælleformer gennem historien. Det bliver i alt ca. 20 oplæg fra hele verden," fortæller festival-leder Kåre V. Poulsen.

Nærmere information findes på nordvision.org.

NRK INVITERER TIL SoMe-SEMINAR

NRK inviterer de ansatte blandt Nordvisions medlemmer, som beskæftiger sig med sociale medier, til et storstilet SoMe-seminar i Oslo den 29. og 30. maj 2018. Målet med at bringe så mange SoMe-eksperter som muligt sammen i to dage med seminarer og workshops er at lære hinanden bedre at kende og lære af hinanden.

Seminaret vil både øge deltagernes viden om den nyeste udvikling og best practice, men også styrke deres netværk og forbedre dag-til-dag-samarbejdet på tværs af nationale grænser. Spørg de lokale sociale medier-ansvarlige i Nordvision-selskaberne for at få mere info.

Eventet er en fortsættelse af de fire seminarer i sociale medier, der blev afholdt i 2015-2017 hos NRK, SVT, Yle og RUV.

Alla försöker lösa samma knut

Under hösten 2017 stod Yle värd för ett Nordvisionmöte för publiceringschefer och ett om video on demand.

På Yle anser man att mötena och samarbetet är otroligt viktiga – inte minst nu när mediebranschen står i ständig förändring.

Av Michaela von Kügelgen

"Mediebranschen förändras i racerfart när de internationella jättarna rusar in på marknaden. Vi har alla samma frågor men olika svar på dem", säger Cilla Lönnqvist som är programchef på Yle Areenan.

Svenska Yles kanalchef Tomas Lindh nämner de stora investeringar som mediejättar som Netflix och Amazon gör och konstaterar att ett ensamt public service-bolag aldrig kan tävla mot dem.

"Vi måste gadda ihop oss och bli en större enhet tillsammans. Nordvision kan etablera sig som en relativt stor aktör", säger han.

Det är viktigt att hitta nya lösningar för att engagera publiken.

"Vi kan lära oss av varandra och behöver inte upprepa varandras misstag. Men om någon lyckas med något är det också bra att veta om det", säger publiceringschef Petri Jauhainen på Yle.

Alla försöker lösa samma knut

Alla tre är överens om att samarbetet är otroligt värdefullt och att mötena är viktiga.

Tomas Lindh håller med. Sedan maj 2017 jobbar han på heltid med Areenan och säger att de gemensamma mötena ger en fenomenal inblick i hur andra löst sina problem.

"Värdet av det här kunskapsnätverket går inte att räkna i pengar", säger Lindh. Han nämner att man under video on demand-mötet

bland annat diskuterade hur man ska knyta publiken närmare sig och göra folk mer medvetna om nytt innehåll som är på gång.

"Det föreslogs att vi kunde samarbeta kring 'behind the scenes'- och ljudinnehåll. Det här föll i god jord och vi arbetar vidare. Vi försöker alla lösa samma knut", säger Lindh.

"Vi kan lära oss av varandra och behöver inte upprepa varandras misstag. Men om någon lyckas med något är det också bra att veta om det."

Publiceringschef Petri Jauhainen, Yle

Behövs ny vinkling för on demand-tjänster

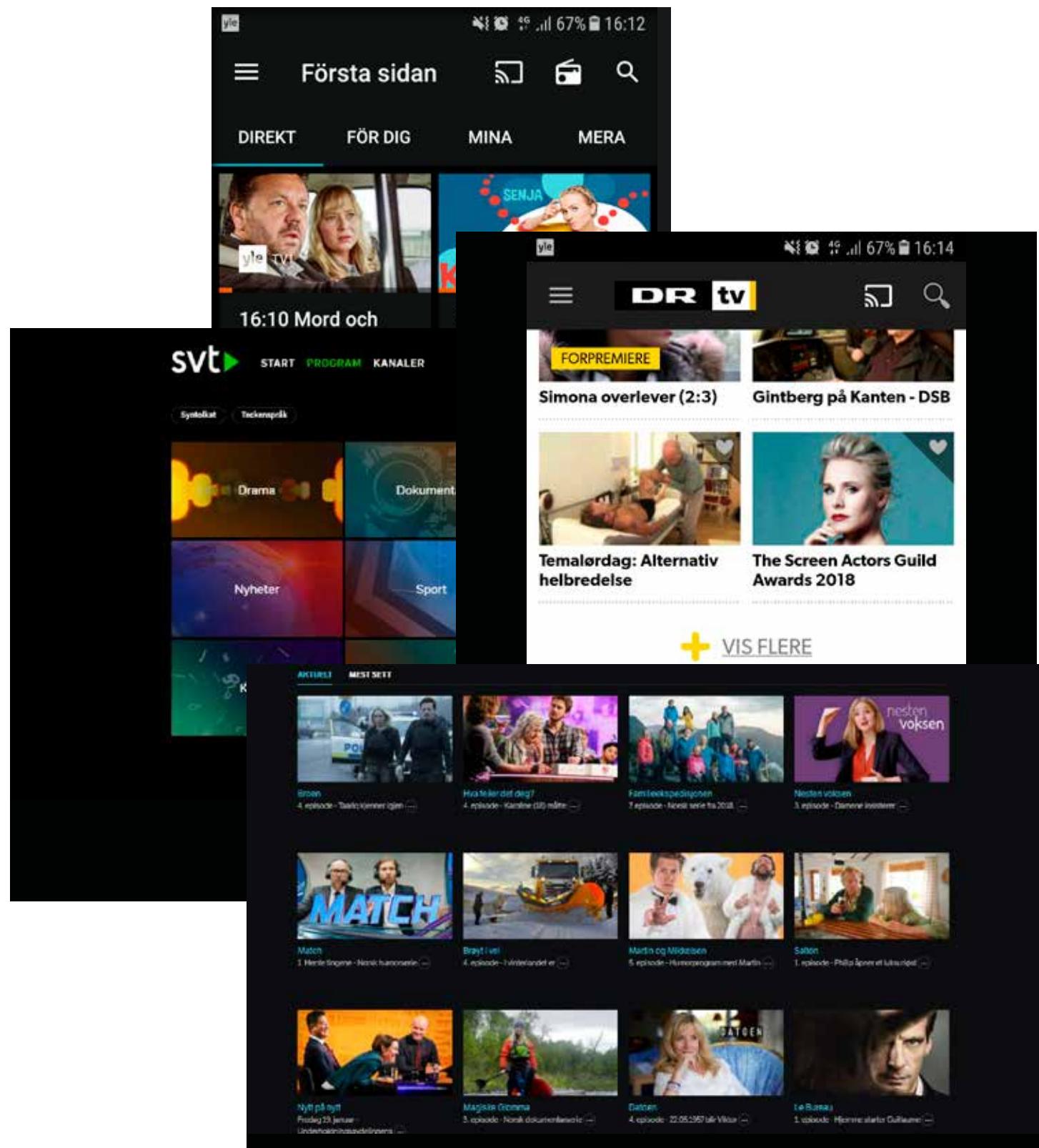
Det är inte bara utmaningarna som är de samma för Nordvisionbolagen, utan också de verktyg som finns till förfogande: traditionell tv och streamingtjänster på nätet.

Tomas Lindh poängterar att det nu blir allt viktigare att utveckla videoplattformarna så att de blir mer självständiga och inte direkt kopplas ihop med utbudet på tv.

"Vi hoppas att folk väljer Areenan eller SVT Play när de har två timmar då de vill se på något, inte för att de missat det på tv. Det är bräckligt om on demand-tjänsterna är avhängiga av broadcast-tv", säger Lindh.

Petri Jauhainen nämner EU:s planer på att dess medborgare ska kunna använda streamingtjänster från det egna landet också när de befinner sig utomlands.

"Vi måste fundera på vilka färdigheter vi har att lösa detta och om vi kan göra det tillsammans på något sätt. Via samarbete finns det



De gemensamma mötena ger en fenomenal inblick i hur andra löst sina problem, säger Tomas Lindh, som är kanalchef på Svenska Yle.

Digitalt journalist-samarbeid gir bedre nordiske historier

God digital journalistikk krever nye ideer og løsninger hos allmennkringkastere, som er oppfostret med flow-tv. Ei samarbeidsgruppe sørger for at hver enkelt slipper å finne opp kruttet alene.

Av Randi Lillealtern

Yle er gode på brukeranalyser, NRK har en avansert og brukervennlig valgomat, og SVT har organisert nyhetsgulvet på en smart måte. De nordiske kringkasterne har alle sine styrker innenfor digital journalistikk, men inntil ganske nylig var det ingen systematisk kontakt mellom nettdeskene.

Våren 2016 inviterte Mattias Erkkilä i Svenske Yle alle redaksjonssjefene for nettversjonene i de ulike nordiske kringkasterne til et møte i Helsingfors. Andre fagområder hadde samarbeidsgrupper på tvers av landene. Både drama, barn, vitenskap og flere andre. Men det mangla ei samarbeidsgruppe for de digitale nyhetsdeskene.

Målet til Erkkilä var å kunne utveksle erfaringer, ideer og innhold med de som satt i samme posisjon som han hos de andre kringkasterne. Gruppa møtes nå to ganger i året, og deltakerne mener det hever kvaliteten på det digitale innholdet.

"Jeg har fått masse kontakter i de ulike landene, og jeg vet hvem skal jeg kontakte hvis noe skjer", sier Ida Anna Haugen, frontredaktør i NRK. "Etter lastebilangrepet i Stockholm, fikk vi raskt i gang samarbeidet med SVT. Vi kunne legge deres sending ut i våre kanaler. De var tettere på hendelsen. Dette hadde vi ikke fått til så raskt uten disse møtene."

Nyttig på to plan

Møtene varer i én dag og har ett tema. Representantene fra de ulike selskapene forteller hva de har gjort det siste halvåret.

"Kanskje viser de fram eksempler på løsninger de har utvikla", forteller Michael Kucera, nyhetssjef online i SVT Nyheter. Kucera me-



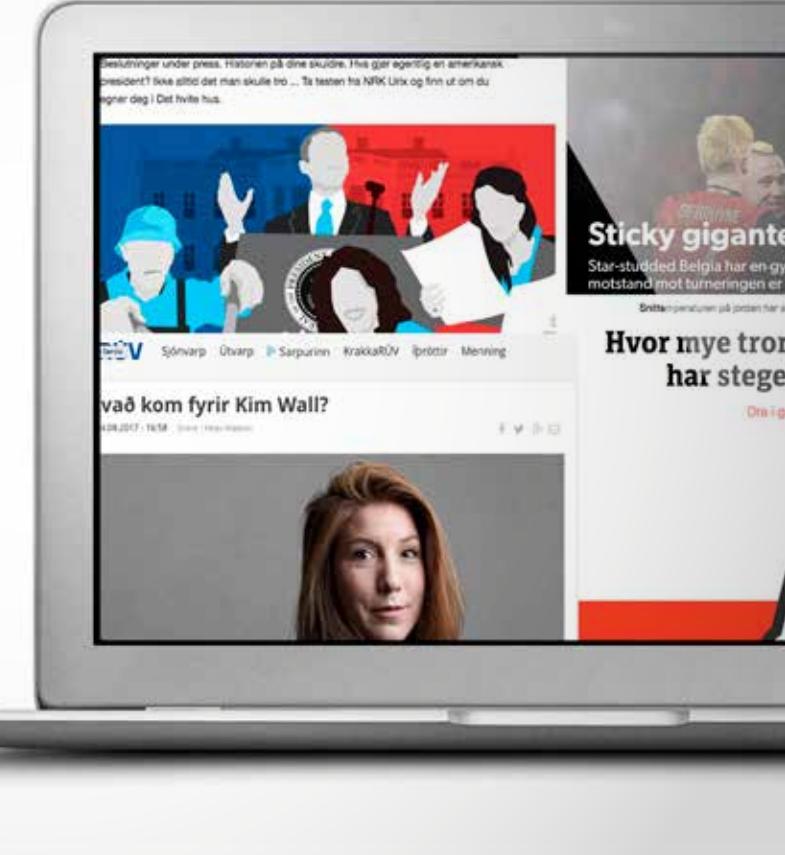
Mattias Erkkilä er sjef for nettdeskene i Svenske Yle.



Michael Kucera er nyhetssjef online i SVT Nyheter.

"Vi ledere kan ha en masse gode ideer om hva reportere bør samarbeide om, men det er viktig at de eier ideen selv."

Mattias Erkkilä, sjef for nettdeskene i Svenske Yle



ner disse møtene er nyttige på to plan. De utveksler erfaringer, men det er også en konkret utveksling av journalistisk innhold.

Når et av selskapene gjør mer ambisiøs digital journalistikk, kan innholdet oversettes slik at flere kan benytte seg av det, sier han. Deltakerne har ei Facebook-gruppe hvor de deler saker og tips de tror kan være interessante for de andre kringkasterne. Under valgkampen fikk NRK for eksempel tilgang til en klimaquiz fra DR og publiserte den i forbindelse med et rigg om klima i valgkampen.

"Det gjorde at vi hadde noe ekstra, lærerikt og interaktivt å gi til brukerne våre. Et annet eksempel er en quiz vi laga i NRK om den amerikanske valgkampen, som både Svenske Yle og DR tok i bruk. Summen av det vi fikk til sammen ble langt bedre enn hva vi kunne klart alene", sier Ida Anna Haugen.

Michael Kucera i SVT var svært begeistra for NRKs nye valgomat som ble presentert på gruppas siste møte hos NRK.

"I Sverige går vi inn i et valgår i 2018, så det var veldig interessant for oss å se hvordan NRK har 'tweeka' sin valgomat."

Håper på mer samarbeid framover

Så langt har samarbeidet stort sett bestått av utveksling av innhold og erfaringer, ikke om konkrete prosjekter. Deltakerne håper dette vil endre seg den nærmeste tida.

"Vi bør så fort som mulig komme dit at vi samarbeider om konkrete prosjekter", sier Erkkilä. Han mener forutsetningene for et slikt samarbeid er litt annerledes for innhold på nett enn for andre grupper, for eksempel drama og barn.

"De har gjerne lengre produksjoner som de kan finansiere og

publisere sammen. Det blir vanskeligere for oss som jobber med nyheter. Men det finnes muligheter for å jobbe sammen med store, felles saker, og så lage lokale versjoner i hvert enkelt land. Vi er ikke riktig der ennå", sier Erkkilä.

I januar 2018 starter imidlertid et prosjekt som kan bli til et faktisk samarbeid om journalistikk. Da har NRK invitert reportere fra alle Nordvisions-kringkasterne til Oslo. Sammen med reportere fra NRK, skal de ha en workshop om hvordan de kan dekke rettsaker på en måte som engasjerer unge. Utgangspunktet er rettsaken mot Peter Madsen, som er tiltalt for å ha drept og partert den svenske journalisten Kim Wall.

"Vi ledere kan ha en masse gode ideer om hva reportere bør samarbeide om, men det er viktig at de eier ideen selv. Under denne workshoppen får reportere være med på prosessen, og det vil forhåpentligvis føre til samarbeid om konkret journalistikk."

Over all forventning

Mattias Erkkilä har fått samarbeidsgruppa han ønska seg, og han synes utbyttet overgår forventningene.

"Det er mye takket være personene som har vært med. Stemminga på møtene er veldig bra, og viljen til å samarbeide er tydelig. Jeg er veldig takknemlig for det."

Kucera i SVT understreker at de nordiske kringkasterne tradisjonelt sett er veldig like, og at de dermed står overfor mange av de samme utfordringene.

"Vi er alle gamle broadcasters som er ute på en digital reise. Vi har mye å lære av hverandre."



DR:s programledare Mette Frisk och Adam Jon Kronegh,
arkivarie på Rigsarkivet, i Rigsarkivets makalösa lokaler, i den
danska versionen av SVT-formatet 'Arvinge okänd'.

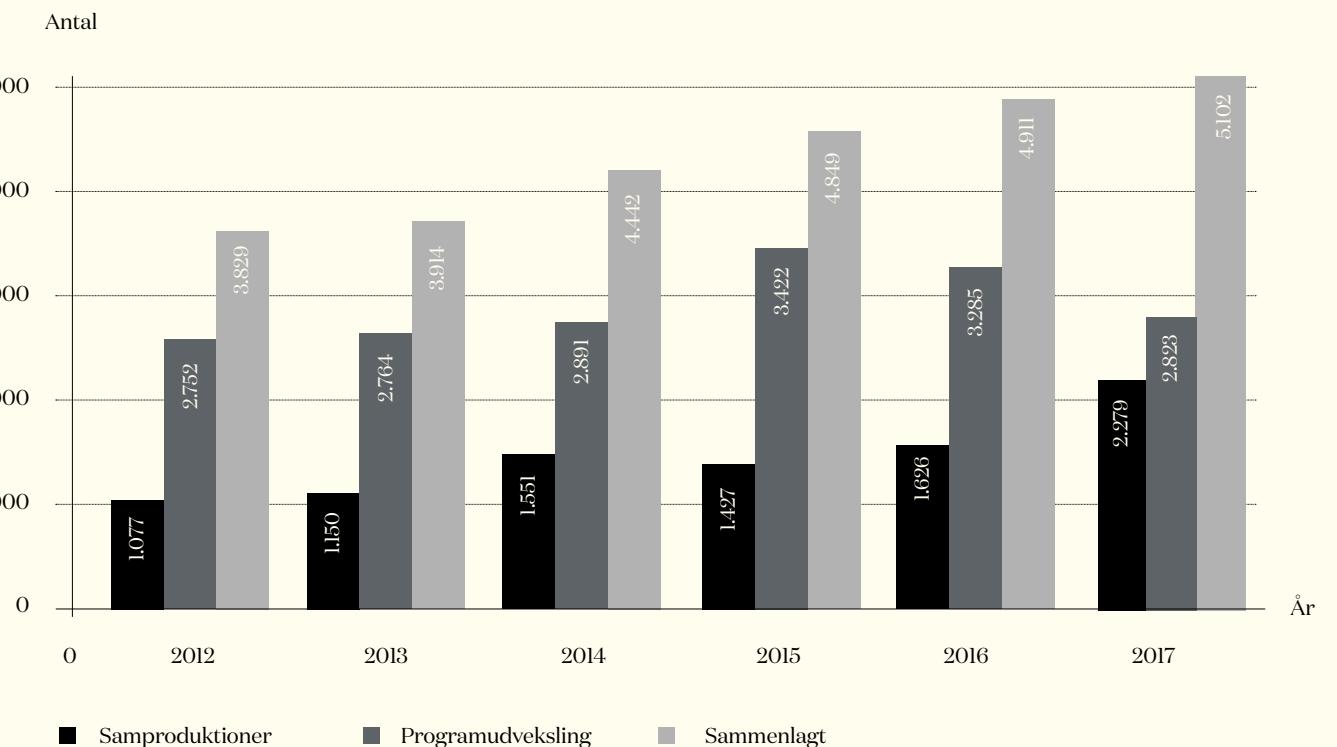
DR

Nordvision, nøgletal 2017

Total	
Totalt antal programepisoder - samproduktioner og udveksling	5.102
Samproduktioner	2.279
Program- og arkivudveksling	2.823
Nyheder	
Anslæt antal nyhedsindslag udvekslet	3.378
Samproduktioner	
Antal programmer tildelt udviklingsstøtte	2.279 episoder
Antal programmer tildelt produktionsstøtte	944 timer

Samproduktioner i 2017

Antallet af samproduktioner domineres især af børneproduktioner.
 Med til historien hører dog, at mange af børneepisoderne er korte, mens eksempelvis dramaepisoder ofte er betydeligt længere.



Samproduktioner i 2017

Samproduktioner per programgenre:			
Børn	282	timer	1.207 episoder
Drama	245	timer	317 episoder
Fakta	151	timer	238 episoder
Kultur	149	timer	259 episoder
Kundskab	30	timer	67 episoder
Undersøgende journ.	64	timer	90 episoder
Ung.	23	timer	101 episoder
Total	944	timer	2.279 episoder

Nordvision – kort fortalt

Hvad er Nordvision?

Nordvision er et mediesamarbejde mellem de nordiske public service-selskaber etableret helt tilbage i 1959.

Hvem er medlemmer?

SVT (Sverige), NRK (Norge), Yle (Finland), DR (Danmark) og RUV (Island) er medlemmer, mens KNR (Grønland) og KVF (Færøerne) samt Sveriges Radio (Sverige) og Utbildningsradion (Sverige) er associerede medlemmer.

Hvad laver Nordvision?

Nordvisions hovedopgave er at fungere som katalysator for at fremme og styrke public service-medier i Norden gennem samproduktioner, programudveksling, formatsamarbejde og vidensdeling.

Nordvision koordineres i en række program- og netværksgrupper. I praksis opstår samarbejde ofte ved, at et public service-selskab præsenterer sin idé for de øvrige lande i grupperne. Hvis man opnår medfinansiering for sin idé, kan man også søge om støtte fra Nordvisionsfonden.

Hvad er Nordvisionsfonden?

Nordvisionsfonden uddeler penge til både research, udvikling og produktion. Selvom det kun er Nordvision-selskaberne, der kan ansøge, kan selve produktionen foregå både inhouse og eksternt.

Hvordan får man støtte?

NRK, SVT, Yle, DR og RUV kan ansøge om fondsstøtte, og der skal være tale om samarbejde mellem mindst to af medlemmerne. Man kan få hjælp i Nordvisions sekretariat og af sit lands kontaktperson til at udfylde en ansøgning på Nordvisions hjemmeside.

Hvem bestemmer støtten?

Produktionsstøtte prioriteres nationalt af NRK, SVT, Yle og DR. RUV har ingen fond og kan derfor ikke søge produktionsstøtte. Udviklingsstøtte tildeles af fondsstyrelsen eller af bestillerne i de nordiske grupper fakta, kultur, børn og ung. Genreggruppernes penge fordeles i fællesskab ved de halvårlige pitchkonkurrencer.

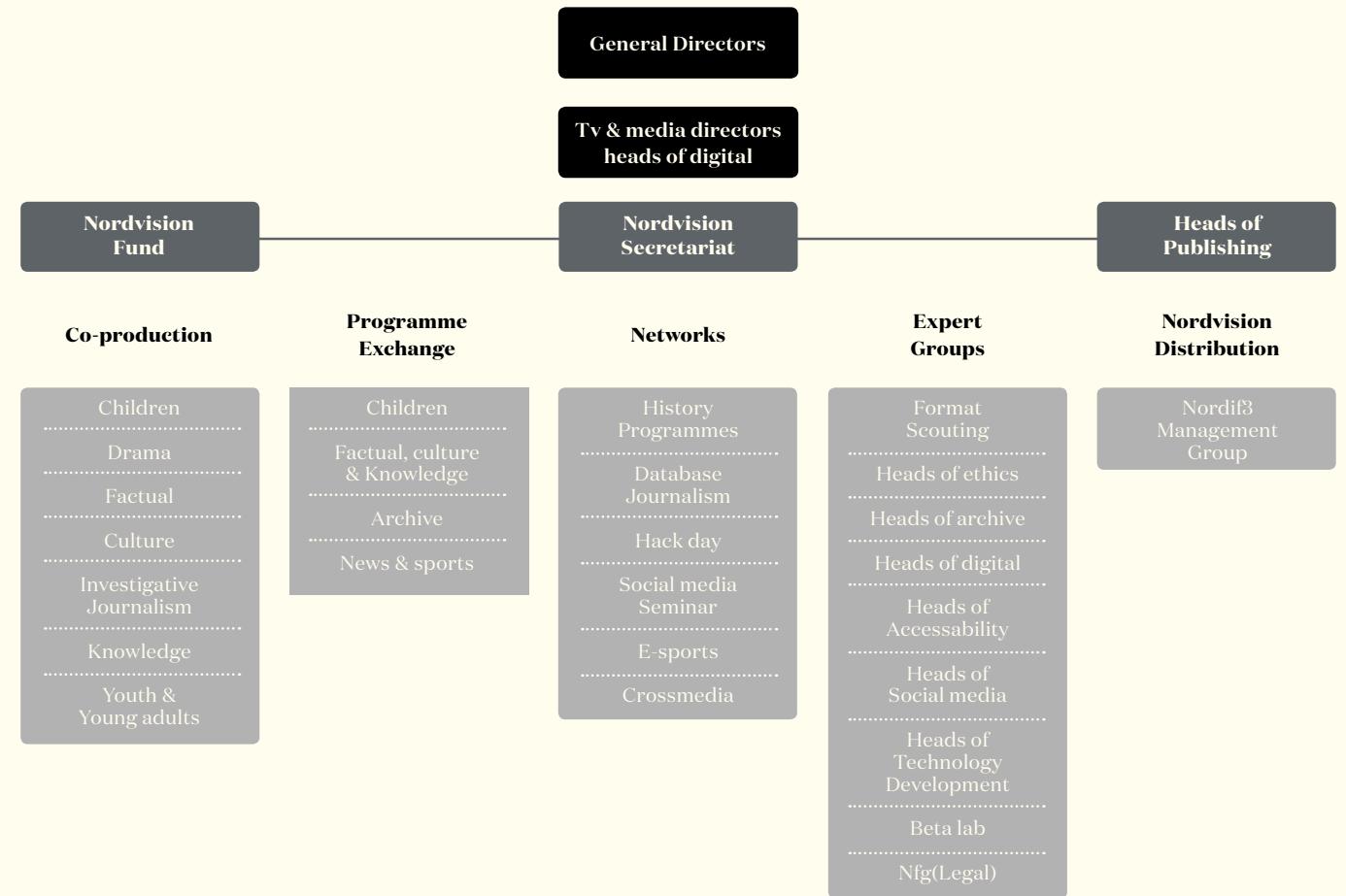
Hvor mange penge uddelte Nordvisionsfonden i 2017?

Nordvisionsfonden uddelte produktions- samt research- og udviklingsstøtte for sammenlagt 16,5 millioner euro til i alt 140 projekter. Produktionsstøtten på 16 millioner euro blev fordelt mellem 89 projekter. Research- og udviklingsstøtte på i alt 0,48 millioner euro blev fordelt mellem 51 projekter.

Hvornår er næste ansøgningsfrist?

Næste frist for at søge produktionsstøtte og research- og udviklingsstøtte fra fondsstyrelsen er den 7. maj 2018.

Årets anden ansøgningsfrist er i begyndelsen af november.



Utvecklingsstöd / Vår

Undersökning; barns medievanor under sommarlovet	(DR & NRK)	8.000	*1
Social Media KPI Dashboard & Report Generator, metrics improvements	(Yle)	5.040	*2
Paranoid/Skräkkslotter	(DR & SVT)	10.500	3
Projekt Z – instagramdrama	(SVT)	5.000	*4
Orkis/Elvebakken	(NRK)	5.000	4
17 - penger til pilot	(NRK)	10.000	*4
På fylla	(NRK)	5.000	*4
Brenner bibliotek	(F) (NRK)	9.000	*5
"Levende smykker"	(DR)	9.000	*5
Nya Skansen	(SVT)	9.000	*5
"Det sidste ord/nekrologer"	(DR)	3.000	*5
Nordisk Läsutmaning	(SvYle)	4.000	*5
Badstofan	(RUV)	9.000	*5
Music, Food & Mood	(RUV)	10.000	*6
Apokalypsen	(SVT)	8.000	*6
Gränsliv	(SvYle)	8.000	*6
Waste food	(SVT)	10.000	*6
Søvnekspressen	(NRK)	9.000	*6
PlasteLine	(NRK)	9.000	*6
Digital content exchange	(DR)	12.000	
Eides Språksjov	(NRK)	8.000	
Climate article exchange	(Svenska Yle, NRK, RUV) (SvYle)	3.800	
Director of News And Current Affairs	(Yle)	16.000	
Social media academy	(Yle)	20.000	
Content based Recsys R&D Yle & NRK	(Yle)	16.000	

*1 Tilldelad av barnbeställarna i december 2016

*2 Tilldelat av fondstyrelsen i april 2017

*3 Tilldelad av barnbeställarna i Köpenhamn (mars 2017)

*4 Tilldelad av ungbeställarna i Malmö (april 2017)

*5 Tilldelad av kulturbeställarna i Malmö (april 2017)

*6 Tilldelad av faktabeställarna i Malmö (april 2017)

Utvecklingsstöd / Höst

Festival of Digital Narratives	(DR)	20.000	*1
Test af Minecraft som produktionsform til fiktion	(DR)	13.000	*2
Dinosaurier	(SVT)	10.000	*2
Saving bees	(DR)	4.000	*2
How to RUV the world	(RUV)	20.000	*2
Yolo - til du dør	(DR)	15.000	*3
Dating-eksperiment (big data dating)	(DR)	15.000	*3
Min pappa	(NRK)	9.000	*3
Den stora väderleken	(SvYle)	7.400	*4
Life	(RUV)	8.900	*4
Havets hemmeligheter	(NRK)	9.900	*4
Out there	(Yle)	8.400	*4
Älgvandringen	(SVT)	7.900	*4
Vitenskapen bak medaljen	(NRK)	9.900	*4
Fra kropshad til kropsfred	(DR)	8.900	*4
Den öde ön	(SVT)	9.000	*5
Haik	(NRK)	10.000	*5
Mode og sex	(DR)	10.000	*5
Fantastiske forfattere	(DR)	8.000	*5
Glaspusterne fra Växjö	(DR)	8.000	
Fria ord i Norden	(UR)	5.000	
Det europeiske jihadist netværk	(DR)	10.000	
Kald Krig	(NRK)	10.000	
Barnedrapet som rystet Norge	(NRK)	8.000	
Sjukt perfekt	(SVT)	10.000	
Nordic Hack day 2018	(SvYle)	20.000	

*1 Tilldelat av fondstyrelsen i september 2017

*2 Tilldelad av barnbeställarna i Reykjavík (oktober 2017)

*3 Tilldelad av ungbeställarna i Oslo (oktober 2017)

*4 Tilldelad av faktabeställarna i Reykjavík (september 2017)

*5 Tilldelad av kulturbeställarna i Reykjavík (september 2017)

Produktionsstöd / Vår

Krigsfotografen	(DR)	250.000 DKK
Ramajetternes juleeventyr	(DR)	1.500.000 DKK
Den Döende Detektiv	(DR)	521.000 SEK
De Dagar Blommorna Blommar	(DR)	521.000 SEK
Herrens veje	(DR)	10.500.000 DKK
Selfiestan	(DR)	6.000.000 DKK
Broen 4	(DR)	5.000.000 DKK
På sporet af Hash	(DR)	400.000 DKK
Genrejsningen af Danmark	(DR)	270.000 DKK
Lyst til Luksus	(DR)	700.000 DKK
Hvorfor slaveri?	(DR)	123.506 DKK
Nyhedsprojekt	(DR)	168.500 DKK
Public service marketing in the digital age - towards a new model	(DR)	104.250 DKK
PETs blinde øje	(DR)	500.000 DKK
Det Sidste Ord/Nekrolog	(DR)	200.000 DKK
Verdens Lykkeligste	(DR)	800.000 DKK
Selvportræt	(DR)	50.000 DKK
Bonderøven i Finland	(DR)	163.712 DKK
Jeg vil være dansker	(DR)	1.000.000 DKK
Klog på sprog	(DR)	450.000 DKK
Børn i Skilsmisselfland	(DR)	700.000 DKK
Ryska fastighetsköp i Norden/samarbete Spotlight MOT	(SvYle)	35.000 EUR
Närmat broadcast 2017	(SvYle)	28.000 EUR
Snowhow	(SvYle)	35.000 EUR
The Independence Day Ball / Linnanjuhlat	(Yle)	40.000 EUR
Snowhow	(Yle)	35.000 EUR
Generasjoner	(NRK)	300.000 NOK
Hjemmebane	(NRK)	10.000.000 NOK
Brenners Bibliotek	(NRK)	1.000.000 NOK
Elgorado	(NRK)	1.000.000 NOK
Nyhedsprojekt	(NRK)	188.670 NOK
Public service marketing in the digital age - towards a new model	(NRK)	105.493 NOK
Line fikser kroppen	(NRK)	750.000 NOK
Snowhow	(NRK)	1.450.000 NOK
Kroppsspråk	(NRK)	1.000.000 NOK
Innafor sesong 2	(NRK)	1.000.000 NOK
Den ekstreme Høyre-bevegelsen i Norden - Radiodokumentar	(NRK)	200.000 NOK
Hva feiler det deg? sesong 3	(NRK)	800.000 NOK
Cruiseturismen	(NRK)	200.000 NOK
Bonusfamiljen	(SVT)	18.042.600 SEK
Vårdgården	(SVT)	6.786.020 SEK
Saltön 4	(SVT)	8.564.224 SEK
Ransomware	(SVT)	400.000 SEK
Fusket i matbranschen	(SVT)	450.000 SEK
Illegal handel med fågelägg	(SVT)	425.000 SEK
Public service marketing in the digital age - towards a new model	(SVT)	116.500 SEK
Så gör man inte 3	(SVT)	1.016.894 SEK
Vi vet bäst	(SVT)	1.458.800 SEK
Rikard	(SVT)	250.000 SEK

Produktionsstöd / Höst

Valhalla murders	(DR)	120.000 EUR
22. Juli	(DR)	1.086.386 NOK
Fantastiske Forfattere	(DR)	1.500.000 DKK
DR's Store Nordiske Juleshow	(DR)	1.300.000 DKK
Norden rundt	(DR)	400.000 DKK
Liberty	(DR)	12.000.000 DKK
Herrens veje	(DR)	5.000.000 DKK
Fremitidens Transportmidler (verden rundt i vildt design)	(DR)	600.000 DKK
Trivselsbarometer	(DR)	45.000 DKK
Baseboys	(DR)	2.000.000 DKK
Liberty - den virkelige historie	(DR)	200.000 DKK
Sexturisme eller rejseromance?	(DR)	500.000 DKK
Ungdommens demokrati - Engager dig	(DR)	50.000 DKK
Fusk med italiensk mad	(DR)	125.000 DKK
Original digital content Fifa 2018	(DR)	430.000 DKK
Seksuelle övergrepp i Jehovas	(DR)	300.000 DKK
Digital content exchange	(DR)	50.000 DKK
Steffi	(SvYle)	80.000 EUR
#wtfnorden - instadocumentary	(Yle)	35.000 EUR
Oppdrag Plast	(NRK)	400.000 NOK
Latterlig smart	(NRK)	400.000 NOK
Eides Språksjov	(NRK)	200.000 NOK
Innafor	(NRK)	400.000 NOK
Ukjent arving	(NRK)	1.000.000 NOK
Frontkjemperne	(NRK)	200.000 NOK
En svenske i Norge	(NRK)	80.000 NOK
Original digital content Fifa 2018	(NRK)	430.000 NOK
Kunsten å leve (Ny titell: This is it)	(NRK)	200.000 NOK
Den nordiske motstandsbevegelsen	(NRK)	200.000 NOK
22. juli	(NRK)	12.000.000 NOK
Shortdox i Norden - final	(NRK)	188.000 NOK
Jakten på generalen	(NRK)	200.000 NOK
Automation of Radio Content - for mobile and voice	(NRK)	475.000 NOK
Shortdox i Norden	(NRK)	55.000 NOK
Fallet	(SVT)	4.258.200 SEK
Svansen i kläm	(SVT)	1.310.000 SEK
Fusk med italiensk mat	(SVT)	200.000 SEK
Sexuella övergrepp inom Jehovas Vittnen	(SVT)	200.000 SEK
Jakten på Generalen	(SVT)	200.000 SEK
Älskade superunge	(UR)	750.000 SEK

Avslutade samproduktioner 2017

Title	Category	Broadcaster
Julekalender 2016:		
Den anden verden/The Other World	Børn.	DR
Ramajetterne sæson 3	Børn.	DR
Brillebjørn	Børn.	NRK
Jenter sesong 1-8	Børn.	NRK
Jenter sesong 9*	Børn.	NRK
Min venn Marlon*	Børn.	NRK
Snøfall - Julekalender	Børn.	NRK
Tre venner	Børn.	NRK
ZombieLars	Børn.	NRK
Alva	Børn.	SVT
Bon Sl och S2	Børn.	SVT
Så gör man inte, säsong 3	Børn.	SVT
Selmas saga	Børn.	SVT
Stopp	Børn.	SVT
Sommarkollo	Børn.	SvYle
Arvingerne 3/The Legacy season 3	Drama.	DR
Bedrag II-20/Follow the Money ep. II-20	Drama.	DR
Ditte og Louise season 2	Drama.	DR
Overcooked/Mens vi presser citronen	Drama.	DR
Dehlis vackraste händer	Drama.	SVT
Hashtag	Drama.	SVT
Vår tid är nu	Drama.	SVT
Nobel	Drama.	NRK
Saltön 4	Drama.	SVT
Vårdgården	Drama.	SVT
Bonderøven i Finland	Fakta.	DR
Børn alene på flugt	Fakta.	DR
DEN LEENDE TERRORIST	Fakta.	DR
Genrejsningen af Danmark?(arb.titel)	Fakta.	DR
Havbundens Hemmeligheder	Fakta.	DR
Historien om Danmark	Fakta.	DR
Lykketoft i toppen af FN	Fakta.	DR
Meyer i New York	Fakta.	DR
Nyt Hjem - Uden Vold	Fakta.	DR
The Falcon and the Football	Fakta.	DR
War on news	Fakta.	DR
Cirkus Familj 2	Fakta.	SvYle
Norden - Attica (arbetstnamn)	Fakta.	SvYle
Reformationen - Luther 500	Fakta.	SvYle
Utvandrade invandrare	Fakta.	SvYle
Altai in 30 days	Fakta.	Yle
Shortdox Nordie	Fakta.	Yle
Dekadence - ødsel, grådig og klædt i guld	Kultur.	DR
Fremidtids Drømmeboliger	Kultur.	DR
Lyst til Luksus	Kultur.	DR
Nordiska Rådets Prisuddelning 2016	Kultur.	DR

Title	Category	Broadcaster
Skønhedsfejl (fd Hvad er Skønhed?)	Kultur.	DR
Velbekomme Afrika	Kultur.	DR
Babel og Brenner på Svalbard	Kultur.	NRK
Blondinens kulturhistorie	Kultur.	NRK
Messias	Kultur.	NRK
Rock Islandica	Kultur.	RUV
Hitlåtens Historia Mobilversionering	Kultur.	SVT
Kultur i farozonen 3 - förstörda kulturskatter	Kultur.	SVT
Design 3000	Kultur.	SvYle
Nyldens anatomi	Kunskap.	DR
Kodning explainers	Kunskap.	UR
Laponia - Europas sista vildmark	Kunskap.	UR
Läraren som förändrade mitt liv	Kunskap.	UR
Normkritisk historia (Historieterapeuterna)	Kunskap.	UR
My Revolution 1917	Kunskap.	Yle
Say it in Sámi	Kunskap.	Yle
Bygget med tvangsarbejde	Undersøgende.journ.	DR
MRSA	Undersøgende.journ.	DR
Network'(IS)	Undersøgende.journ.	DR
Politiets blinde øje	Undersøgende.journ.	DR
Menneskesmuglerne	Undersøgende.journ.	DR
En romodysse	Undersøgende.journ.	NRK
Flyktningeutfordringen	Undersøgende.journ.	NRK
Grensekontrollen	Undersøgende.journ.	NRK
Profitørene i Middelhavet	Undersøgende.journ.	NRK
Dold (fd: Lillasyster)	Undersøgende.journ.	SvT
Experimenten	Undersøgende.journ.	SvT
Illegal handel med fågelägg	Undersøgende.journ.	SVT
Matbluffen	Undersøgende.journ.	SVT
I7	Ung.	NRK
Skam sesong 3	Ung.	NRK



Nordvision er et mediesamarbejde mellem de nordiske public service-selskaber etableret helt tilbage i 1959.



nordvision.org

Kontakt

Ordførende Nordvision
Marit af Bjørkesten, Yle
marit.af.bjorkesten@yle.fi

Nordvisions sekretariat
Generalsekretær
Henrik Hartmann
hrh@dr.dk +45 24 24 83 05

Projektleder
Kristian Martikainen
krim@dr.dk +45 28 54 69 04

Projektleder
Øystein Espeseth-Andresen
oyes@dr.dk +45 28 54 40 05

Nordvisionsfondens styrelse
NRK: Arne Helsingin (ordførende), arne.helsingin@nrk.no
DR: Lars Fredenslund Høgsberg, lash@dr.dk
RUV: Skarphéðinn Guðmundsson, skarphedinn.gudmundsson@ruv.is
SVT: Thomas Nilsson, thomas.nilsson@svt.se
YLE: Marit af Bjørkesten, marit.af.bjorkesten@yle.fi

- se samtlige kontakter på nordvision.org/kontakt

Fotokredit

Side 6-7
NRK, DR arkiv, Tine Harden, SVT, Sagafilm,
YLE, RUV, Mystery Productions,
RVK Studios, Baldur Bragason@Filmlance Int / Nimbus Film

Side 8-9
NRK, NRK,Lotte la Cour, Yle, SVT, Tine Harden dr, NRK,DR,
NRK, Yle Drama, Nana Reimers, SVT, Tapio Piirainen, Yle



nordvision.org

