

# Meg. 14

Inspiration • Innehåll • Idéer

MEDIEDAGARNA I GÖTEBORG 6-7 MARS 2014 • SVENSKA MÄSSAN



SEMINARIE-  
& SCEN-  
PROGRAM



MEDVERKANDE • INFORMATION • MEGAWARD • PARTNERS

ANSVARIG UTGIVARE:  
ÅSA BERNLO

SEMINARIEREDAKTÖRER:  
NETA NORRMO  
PETRA JOHANSSON

TRYCKSAKER:  
ANNICA STARFALK

GRAFISK PRODUKTION:  
SUSANNE NILSSON  
RIVISTA AB

TRYCK:  
ELANDERS, 2014



MEDIEDAGARNA  
I GÖTEBORG  
412 94 GÖTEBORG

BESÖKSADRESS:  
MÅSSANS GATA 20  
TEL 031-708 84 00  
www.meg.se

MEDIEDAGARNA  
I GÖTEBORG ARRANGERAS AV  
BOK & BIBLIOTEK  
I NORDEN AB  
www.bokmassan.se



## Välkommen till Meg14!

**S**OM MÅNGA ANDRA insiktsfulla människor värdade Jim Henson värdet av att sätta saker i sitt rätta perspektiv. Det finns saker som kräver hela vårt fokus – och sådant vi behöver kunna skratta åt.

I hans fall blev resultatet av prioriteringarna bland annat *The Muppet Show*. För oss andra landar våra avgöranden kanske någonstans på skalan mellan att välja falukorv till middag eller ett nytt distributionssystem, beroende på dagsform och agenda.

Alldeles oberoende av vilka val vi ställs inför så får våra beslut konsekvenser. Då ligger det något lugnande i att kunna luta sig mot tanken på att vi behöver rycka lite på axlarna åt det som spelar mindre roll, för att ha kraft kvar att ta det verkligt allvarliga på allvar.

Kunskap, erfarenhet och inte minst goda rådgivare och förebilder är viktiga delar i att kunna prioritera och fatta beslut. Genom att samla erfarna och inspirerande människor från medielandskapets alla delar vill Meg vara en hjälp i det valet från stort till smått. Lika delar positivt tillskott och



ÅSA BERNLO

Foto: NIKLAS MAUPOIX

eftertanke, för större fokus i vardagen.

Vi har tagit avstamp i temat "Kommunikation och konsekvens" för årets Meg och lyfter fram de företag, organisationer och personer som vi tycker kan ge mest inspiration och vara de bästa förebilderna.

Meg14 bjuder på två dagar av nya insikter, ny kunskap, nya kontakter – och fest. Vi ser fram emot att få träffa dig här i Göteborg den 6-7 mars 2014.

Hjärtligt välkomna att ses och höras på Meg14!

**ÅSA BERNLO**  
ANSVARIG FÖR MEDIEDAGARNA  
I GÖTEBORG, MEG



Foto: NIKLAS MAUPOIX

## Kommunikation och **konsekvens**

*"This is a glimpse of a video landscape of tomorrow when you will be able to switch on any TV station on earth and TV guides will be as fat as the Manhattan telephone book."*

**NAM JUNE PAIK,**

INTRODUKTION TILL VIDEOVERKET GLOBAL GROOVE 1973

**D**ET ÄR DAGS att ställa oss frågan vad vi vill med medierna och det vi förmedlar. Bli resultatet blir det vi önskade? Under supervalåret 2014 behöver medborgarna journalistiken mer än någonsin, inte minst på det lokala planet. Hur ser relationerna ut mellan mediehus och annonsörer, redaktörerna och makten? Är avståndet tillräckligt? Och får vi råd med den djuplodande kvalitetsjournalistiken?

Där framtiden ligger blottad till en del, är vi möjligen blinda för det mest uppenbara? I den postdigitala världen är teknologin var människas egendom, men en telefonkatalog ett minne blott. Vårt behov av lägereldar att samlas kring eller fyrljus som visar vägen är fortfarande stort i det mediala överdåd där nya kanaler

söker direkt kontakt med en nischad publik. TV produceras av nya aktörer och avsändare, direkt för YouTube, och långa radiointervjuer i klassisk stil får plats i en egen Pod-värld.

Verktygen för att kommunicera är idag många liksom de för att spåra vart budskapen tar vägen. Vart vi än vänder oss lämnar vi digitala spår, mängder av data som kartlägger personliga egenskaper. Det är lätt att måla upp ett Orwellskt scenario där storebror ser oss, som i romanklassikern *1984*. Frihet, tillgänglighet och valfrihet kan stavas övervakning, angrepp och exponering.

Den viktigaste frågan kvarstår. Vilka blir kommunikationens konsekvenser?

SEMINARIEREDAKTÖRER

**PETRA JOHANSSON OCH NETA NORRMO**

### MEDIEDAGARNA

i Göteborg, Meg, bildades 2010 efter ett gemensamt initiativ av Bok & Bibliotek i Norden AB, Medie-Akademien och Tidningsutgivarna.

### MÅLET MED MEG

är att skapa en arena för idéer och upplevelser. Genom att samla aktörer från olika branscher men med gemensamma utmaningar och skilda erfarenheter blir Meg en unik mötesplats där etablerade aktörer, sida vid sida med publik, kan mötas, öka sina kunskaper, utbyta idéer, utveckla affärer, underhållas, utmanas och bli överraskade.

### FÖR MER INFORMATION

om möjligheten att bli partner eller utställare vänligen kontakta:

**Valentina Arvidsson**  
va@meg.se

tel 031-708 84 12

**Beatrice de Maré Peterson**

bmp@meg.se

tel 031-708 81 58

**Henriette Andersson**  
ha@meg.se

tel 031-708 84 16

### LISTAN AV PARTNERS,

medverkande och utställare uppdateras hela tiden och mer information finns på **meg.se**

**BOKA DIN  
BIJETT PÅ  
MEG.SE**



Foto: TANJA KATHARINA LINDNER

KEYNOTE  
SPEAKER:  
KRISTOFFER  
GANSING

KRISTOFFER GANSING

10.00–10.45

Plats: K-sal

## Digital afterglow

Den digitala revolutionen är över och nu är tekniken så integrerad att vi inte längre funderar över den. Allt finns tillgängligt on-line samtidigt som en estetik där man blandar analogt och digitalt har blivit ett starkt uttryck bland samtidens konstnärer. Transmediale i Berlin är konstfestivalen som arbetar i skärningspunkterna mellan konst, teknologi och samhälle. Temat för 2014 är Afterglow vilket indikerar ett "efter" som fortfarande glöder, där vi alla letar efter nya vägar. Konstnärlig ledare för transmediale är **Kristoffer Gansing**. Han är kulturproducent, konstnär och medieforskare. 2013 doktorerade han med avhandlingen *Transversal Media Practices* på K3 vid Malmö Högskola.

Arr: Meg

10.00–10.30

Plats: Öppen scen

## Du vill, du kan, du misslyckas – om ledarskap och nya arbetsmetoder

Vad är det som hindrar dig som chef att utöva det ledarskap du vill? Hur kan du övervinna hindren och bli just den chef som du vill vara? Möt **Simon Elvnäs**, leg arbetsterapeut, magister i ergonomi och doktorand vid KTH i en föreläsning om nydanande arbetsmetoder och ledarskap.

Arr: Medieledarna

## Medierna – om etik och publicistik

P1-programmet *Mediernas* Martin Wicklin möter en aktuell medieprofil i ett samtal om etik, publicistik och medier. Detta samtal bandas inför publik i Sveriges Radios monter torsdag eftermiddag för senare sändning. Exakt tid anges i mässtidningen för Meg14.

Foto: MATTIAS AHLIN/SVERIGES RADIO



ANNE LAGERCRANTZ

11.00–11.45

Plats: J1

## Hur leder jag effektivt när hela havet stormar? Om ledarskap i en gigantisk strukturomvandling

Lyssna till aktiva mediechefer mitt i vardagen om deras medvetna ledarskap i en av de största strukturomvandlingarna i medielandskapet i modern tid.

Medverkande: **Anne Lagercrantz**, chef Ekot Sveriges Radio, **Ylva M Andersson**, chef allmän-tv SVT Göteborg, **Stefan Eklund**, chefredaktör Borås tidning, **Anna-Karin Lith**, redaktionell chef Mittmedia, **Simon Elvnäs**, leg arbetsterapeut, och doktorand vid KTH.

Moderator: Medieledarnas ordförande **Andreas Miller**.

Arr: Medieledarna

11.00–11.45

Plats: H1

## Vem tar ansvar för etiken i sociala medier?

Sedan årsskiftet har PO möjlighet att granska det som publiceras i sociala medier, men endast konton knutna till tidningar kan granskas. Den enskilde journalisten som har konto i sociala medier som Twitter och Facebook har ett eget etiskt ansvar för det som skrivs. Journalistförbundets medlemmar förbinder sig att följa yrkesetiska regler. Reglerna ses just nu över och väcker frågor om hur journalister på olika sätt ska förhålla sig etiskt till sociala medier. I vilken utsträckning får man till exempel citera det en privatperson skriver?

Medverkande: **Ulrica Widsell**, ordförande Journalistförbundets yrkesetiska nämnd och vice ordförande Journalistförbundet, **Yasmine El Rafie**, utvecklingsredaktör för sociala medier på Sveriges Radio, **Ola Sigvardsson**, Allmänhetens pressombudsman, PO, och **Jan Helin**, chefredaktör Aftonbladet.

Debattledare: **Tove Carlén**, jurist/ombudsman Journalistförbundet.

Arr: Journalistförbundet

Foto: NILAS MAUPJÖK



JANNE JOSEFSSON

11.00–11.45

Plats: Öppen scen

## Hur ska journalister granska politiker?

Politiska diskussioner, vallöften och valfläsk kommer att få stort utrymme i medierna under supervalåret 2014. Hur nära kan journalister umgås med politiker utan att låta sig påverkas och agera okritiska budbärare? Lyckas journalisterna med sitt uppdrag att granska politikerna?

Medverkande: **Isabella Lövin**, EU-parlamentariker (MP), **Janne Josefsson**, reporter SVT Uppdrag granskning, **Lena Mellin**, politisk kommentator Aftonbladet, **Lotta Gröning**, frilansjournalist och krönikör Expressen, **Josephine Freje**, redaktör Faktum.

Moderator: **Terje Carlsson**, ordförande i Föreningen Grävande Journalister.

Arr: Föreningen Grävande Journalister

11.00–11.45

Plats: K-sal

## MedieAkademin presenterar Förtroendebarmetern

För artonde året i rad avslöjas vilka varumärken, medier och institutioner vi litar på, och vilka vi misstror. MedieAkademin Förtroendebarmeter är sammanställd av Göteborgs universitet och TNS-Sifo.

Medverkande: **Toivo Sjören**, TNS-Sifo och **Henrik Oscarsson**, professor i statsvetenskap vid Göteborgs universitet.

Moderator: **Carin Hjulström**, journalist och författare.

Arr: MedieAkademin

Foto: PRIVAT



JOSEPHINE FREJE



Foto: ELISABETH OHLSSON WALLIN

GUDRUN SCHYMAN

12.00–12.45

Plats: H1

### Gratistidningen i en mobil tidsålder?

I en digital och globaliserad medievärld med obegränsad information väljer många gratistidningen för att ta del av lokala nyheter. Gratistidningen möjliggör att orientera sig om vad som hänt medan man är på språng, som vid resor i kollektivtrafiken. Men under senare år har mobilen blivit en allt populärare plattform för nyhetskonsumtionen. Blir det papper eller mobilen som kommer att vara framgångsrik framöver för det lokala nyhetsflödet?

Medverkande: **Thomas Nyhlén**, vd Lokaltidningen Mitt i, **Oscar Westlund**, docent vid JMG, m fl.

Arr: Stampen Media Group

12.00–12.45

Plats: K-sal

### Så vinner ni valet!

Schyman, Schlingmann, Larsson och Olsson

Valet 2014 närmar sig och kampen om att sätta agendan för de viktigaste valfrågorna har startat. Politiker, valstrateger, spinddoktorer och media intar sina positioner. Hur går spelet till i valrörelsens kulisser? Hur mycket av innehållet i den mediala debatten kan man förutse? Hur, och av vem mejslas de valvinnande frågorna fram? Kort sagt: hur vinner man valet?

Medverkande: **Gudrun Schyman**, talesperson för Feministiskt initiativ, tidigare partiledare för Vänsterpartiet, **Per Schlingmann**, rådgivare och föreläsare, tidigare kommunikationschef, parti-sekreterare och chefsstrateg för Moderaterna, aktuell med boken *Stå aldrig still*, **Jan Larsson**, ny valledare för Socialdemokraterna inför valet 2014, tidigare presschef och statssekreterare, samt **Robert Olsson**, programdirektör nyheter och samhälle, SVT.

Moderator: **Carin Hjulström**, journalist och författare.

Arr: MedieAkademin



Foto: THRON ULLBERG

PER SCHLINGMANN

12.00–13.00

Plats: Öppen scen

### SM i framtidens media

Några av Sveriges ledande mediechefer kommer att på scen utveckla nya idéer och hitta nya lösningar på några av medievärldens största utmaningar: den digitala revolutionen, nya affärsmodeller, trovärdighet och kvalitet. Metoden (eller leken) för idéutveckling heter *Skisch* och bottenplattan är ett digitalt gränssnitt där slumpvis framkastade nyckelord sätter igång deltagarna. *Skisch* är utvecklat av analysföretaget Inizio i Göteborg i samarbete med designföretaget Boid och Chalmers tekniska högskola.

Medverkande: **Eva Hamilton**, vd SVT, **Frida Boisen**, chef-redaktör GT och **Cilla Benkö**, vd Sveriges Radio m fl. Under ledning av **Viggo Cavling** och **Karin Nelson**.

Arr: Inizio



Foto: MAGNUS SELANDER

JAN LARSSON





MARTIN SCHIBBYE

13.15–14.00

Plats: H1

### Svarta hål i en global nyhetsrapportering

Bidrar nyheter från olika delar av världen till större tolerans, samhörighet och förståelse, eller är det snarare så att fördomar befästs och distans skapas? Kan man presentera ett nytt Afrika med en exceptionell utveckling parallellt med fattigdom? Och vad händer när det är vi som är objektet för rapporteringen? Känner vi igen oss?

Medverkande: **Erika Bjerström**, utrikesreporter SVT och författare till *Det nya Afrika*, **Alexa Robertson**, statsvetare och medieforskare på bilden av "den andre" i Al-Jazeera English och Russia Today samt författare till *Mediated Cosmopolitanism*. **Carolina Jemsby**, Afrikakorrespondent TV4 under 2003–2009, nu grävande frilansjournalist med fokus på internationella frågor och utrikesrapportering. **Martin Schibbye**, grävande journalist och författare till *438 dagar*.

Moderator: **Astrid Assefa**, skådespelare, f d teaterchef och teaterpedagog vid universitetet i Addis Abeba.

Arr: Meg

13.15–14.00

Plats: J1

### Hur hittas publiken?

– om digitala satsningar och publikbyggande

Ett nytt slags media, något mellan ett filmmagasin online och en video-on-demand-tjänst, är målet för Göteborg Filmfestivals nya prenumeranttjänst. Redaktionell, aktuell och fördjupande är kodorden. Mediehusen måste vara proaktiva och experimentera med flera skärmar mot publiken, så lyder TV4:s digitala strategi. En nätbaserad plattform för internationell nischpublik lanseras vid Göteborgs universitet med rörlig bild, konst och offentliga utvärderingar. Tre digitala offensiver med inriktning på att bygga en publik och skapa mer intäkter men med olika utgångspunkter.

Medverkande: **Mina Dennert**, projektledare Plattform for Artistic Research Sweden, Göteborgs universitet, **Cecilia Beck-Friis**, vice vd TV4-gruppen, samt **Marit Kapla**, konstnärlig ledare Göteborg International Film Festival.

Samtalsledare: **Johanna Koljonen**, kulturjournalist, programledare och kritiker.

Arr: Meg



MARIT KAPLA

13.00–13.30

Plats: Öppen scen

### Medier – för vem?

Är medierna tillgängliga för publik med funktionsnedsättning? Vilka tekniska möjligheter finns idag och hur långt räcker det? Myndigheten för tillgängliga medier, tillsammans med Myndigheten för radio och tv, berättar om den nya teknik som finns för att göra tidningar, tv och radio för alla. Frågan är: Har vi idag ett fungerande demokratiskt mediesamhälle?

Medverkande: **Magnus Larsson**, generaldirektör Myndigheten för radio och tv, **Catarina Ahlquist**, ombudsman Synskadades Riksförbund Göteborg och **Roland Esaiasson**, generaldirektör på MTM, Myndigheten för tillgängliga medier.

Moderator: **Mia Ahlgren**, sakkunnig Handikappförbunden.

Arr: Myndigheten för radio och tv samt Myndigheten för tillgängliga medier



MAGNUS LARSSON

13.30–14.00

Plats: Öppen scen

**Vi har lyxat till det lite!**

Lyx utgör ett allt mer pockande inslag i medieutbudet. Mode, bilar, hotell och mat fyller tidskrifter och tablåer i egenskap av flärd snarare än funktion. Vad menar vi med lyx? Och varför detta intresse för livsstilar och konsumtion bortom våra egna ekonomiska ramar? Hur påverkas vi av fokuseringen på lyx i medierna? Hjälper den oss att sätta guldkant på tillvaron eller suger den ner oss i en obevlig konsumtions- och kreditspiral?

Medverkande: **Paula von Wachenfeldt**, assisterande professor i modevetenskap vid Stockholms universitet. Aktuellt med en ny bok om den svenska lyxkonsumtionen genom tiderna.

Arr: JMK

14.00–14.30

Plats: Öppen scen

**Titta på film, se världen!****Augmented Society Live – om politik och politiskt spel på film**

På Filminstitutets satsning Augmented Society kommenerar debattörer, författare, forskare och andra experter samhällsfenomen och nyhetshändelser utifrån en filmvinkel – och film utifrån en samhällsvinkel. Vad säger till exempel klassikern *Harold och Maude* om vårt förhållande till döden? Vad säger komedin *Måndag hela veckan* om naturkatastrofer? *Gravity* om flykten från Syrien? I en liveversion av Augmented Society, tar en expertpanel från Meg14 fram exempel på hur politiker och politiskt spel skildrats på film, på hur maktens korridorer, valarbete och valstrategier sett ut.

Moderator: **Emma Gray Munthe**, redaktör Augmented Society.

Arr: Svenska Filminstitutet

Foto: YLVA YINGWESSON



THOMAS MATTSSON

14.30–15.15

Plats: J2

**Blir 2014 det sista valet med tryckta tidningar?**

Just nu pågår en total omstrukturering av mediebranschen. Fokus flyttas från tryckt till digitalt samtidigt som intäkterna sjunker och antalet journalister anställda i medieföretagen minskar. Parallellt omprövas i mediehusen begreppet traditionell media. I denna övergångstid mellan fungerande och ännu inte fungerande affärsmodeller finns det anledning att ifrågasätta om medborgarna kan garanteras en god nyhetsbevakning och granskning. Riskerar de pågående förändringarna att utarma det redaktionella innehållet och den oberoende granskningen på så sätt att demokratin hotas?

Medverkande: **Thomas Mattsson**, chefredaktör Expressen, **Olov Carlsson** nyhetsdivisionschef SVT, **Charlotta Friberg**, chefredaktör Östgöta Correspondenten, **Viveka Hansson** programdirektör nyheter och samhälle TV4.

Arr: Medieföretagen och Utgivarna

14.30–15.00

Plats: Öppen scen

**Effektivt media eller meningslösa produkter**

Vi får dem och ger bort dem, produkterna som ska stärka företagets profil och väcka intresse. Lika fantastisk som rätt profilprodukt kan vara som varumärkesbärare lika förödande är det när den missar målet. Att arbeta med profilprodukter som media kräver en genomtänkt strategi. Rätt strategi kan ge stor avkastning, en ogenomtänkt produkt kan vara katastrof. Thomas Davidsson från Wackes AB ger vägledning kring hur man bäst arbetar med profilprodukter.

Medverkande: **Thomas Davidsson**, CEO Wackes AB.

Arr: Wackes

14.30–15.15

Plats: J1

**Glappet****– jämfällt på redaktionen men inte i utbudet**

EU och Europarådet sätter nu press på redaktionerna för att medierna ska bli mer jämfällda. Fortfarande är medieutbudet mansdominerat trots att redaktionerna blir allt mer jämfällda. Vad beror det på? Ny mediestatistik presenteras av Nordicom med kommentarer från bransch och forskning.

Medverkande: **Ulrika Facht**, forskningsinformatör Nordicom, **Rikke Andreassen**, medieforskare, Roskilde universitet m fl.

Samtalsledare: **Maria Edström**, genus- och medieforskare Nordicom.

Arr: Nordicom



14.30–15.15

Plats: H1

## The Wider Image

– photojournalism and visual story telling

The business landscape for news pictures is changing rapidly where visual digital space is growing. Picture stories is demanded by the audience in the daily news and from news agencies as Reuters and TT. **Russell Boyce**, Global Editor, News Projects, Reuters Pictures, will talk about how the project Wider Image works in the fast-changing business of news photograph. How to avoid bias or boring the constantly flickering audience and give them a wow-feeling.

Language: English

Arr: TT Nyhetsbyrån

15.00–15.30

Plats: Öppen scen

## Därför är varumärken de nya publicisterna

Det har hänt något med världens marknadsförare. Istället för att enbart köpa utrymme i andras medier skapar starka varumärken sina egna medieprodukter. Men vad är det egentligen som driver de tidigare annonsörerna att agera publicister?

Medverkande: **Peter Mohlin**, vice vd på Contentbyråen Spoon.

Arr: Spoon



KEYNOTE  
SPEAKER:  
BRUCE  
DICKINSON

Foto: JOHN McMURTRIE

16.00–17.00

Plats: K-sal

## How to turn customers into fans

**Bruce Dickinson** is the lead singer of Iron Maiden, a commercial pilot, business angel, entrepreneur and creative business thinker. To nurture a brand is just as important as building a relationship with your customers. Both for companies in the media industry and for rock stars who played to sold-out arenas since the 1990s.

Language: English

Arr: Meg och Marknadschefsdagen

Göteborgs  
Symfonikers Hvilakvartett och basisten  
Magnus Rosén  
(fd Hammerfall)  
spelar Iron Maiden  
kl 15.45–16.00

## SVT Debatt på plats

Välkommen att delta som publik i SVT Debatt! Programmet spelas in på Cafescenen torsdag eftermiddag och sänds kl 22.00 i SVT1 samma kväll. Programledare Kristina Hedberg på plats med aktuella ämnen och gäster.

Mer information kommer i Mästartidningen på Meg14.

15.45–16.30

Plats: H1

## Det mobila slagfältet

Mobiltelefonen blir i allt högre grad ett nav för mediekonsumtionen. Alla medieföretag satsar på att utveckla sitt mobila utbud, med allt från nyheter och liverapportering till podcast och webb-tv. Men hur bygger man lojalitet i mobilen, där konkurrensen om publikens tid är enorm? Och vad händer med mediernas särart, när medieslagen konvergerar alltmer – blir det ett mer likriktat utbud?

Medverkande: Sveriges Radios vd **Cilla Benkö** och Expressens chefredaktör **Thomas Mattsson** samtalar om de mobila utmaningarna – och hur de påverkar kvaliteten, trovärdigheten och ekonomin.

Moderator: **Tomas Granryd**, Sveriges Radio

Arr: Sveriges Radio



KEYNOTE  
SPEAKER:  
STINA  
HONKAMAA  
BERGFORS

STINA HONKAMAA BERGFORS

10.00–10.45

Plats: K-sal

## Rörligt, streamat och interaktivt

– den nya tidens tittande

Om det är ett måste att finnas i många olika kanaler, eller olika plattformar, hur planerar man då för att synas? I mediebruset behöver vi guidning för att hitta och för att hittas bland YouTube:s miljontals klipp i. Hur kan svenska och nordiska mediebolag sprida och få betalt för sina program på nätet och hur hanterar de rättigheterna? **Stina Honkamaa Bergfors**, vd för United Screens, talar om strategier inför den nya tidens tittande.

Arr: Meg

10.00–10.50

Plats: Öppen scen

## Brottsplats Göteborg

Om våldet i medierna

Skrämmer media oss med en oproportionerlig bevakning eller speglar medierapporteringen våldet i samhället? En specialbeställd, färsk medieanalys med fokus på våldet i Göteborg i verkligheten och i media presenteras. I efterföljande samtal diskuteras hur medborgarna påverkas och hur prioriteringar inom nyhetsvärlden görs.

Medverkande: **Sofia Dahlström** nyhetschef Göteborgs-Posten, **Ioanna Lokebratt** och **Linda Larsson**, Retriever samt **Gabriella Sandstig**, lektor vid Göteborgs universitet. Hon disputerade 2010 med avhandlingen *Otrygghetens landskap*. En kartläggning av otryggheten i stadsrummet och en analys av bakomliggande orsaker, med fokus på mediernas roll.

Arr: Retriever och Meg



JESSICA BJURSTRÖM

11.00–11.45

Plats: Öppen scen

## Dokumentären

– en modern kärlekshistoria?

Bra dokumentärer når publiken som aldrig tidigare. Publiken intresserar sig mer än någonsin för de dokumentära programmen i tv, radio och film. Diskussion om dokumentärens tilltal, finansiering och distribution.

Medverkan av bl a **Maud Nycander**, svensk dokumentärfilmare som 2008 vann en Guldbagge för dokumentären *Nunnan* och 2012 nominerades för filmen *Palme*.

Samtalsledare: **Filip Struwe**, programledare SVT.

Arr: SVT



FILIP STRUWE

Foto: NIKLAS MAJPOIX



CILLA BENKÖ

11.00–12.00

Plats: H1

### Supervalåret 2014 – urholkad lokaljournalistik hotar demokratin

Under supervalåret 2014 ska väljarna ta ställning i EU-val och riksdagsval. Hur insatta och informerade är vi svenskar när vi står vid valurnan? Sedan förra valet har många redaktioner skurit ned eller försvunnit. Färre journalister bevakar och granskar politiken och den granskande journalistiken riskerar att urholkas. Hur stärker vi den lokala kvalitetsjournalistiken? Står kommersiell lokalpress och Sveriges Radios lokala kanaler mot varandra? Eller kan public service och lokal media sida vid sida hitta former för en stärkt demokrati? Hör några av Sveriges mediestrategiska ledare om framtiden för lokaljournalistiken.

Panel: **Cilla Benkö**, vd Sveriges Radio, **Eva Hamilton**, vd SVT, **Lena Larsson**, vd Liberala tidningar och Stampen Local Media, **Viveka Hansson**, programdirektör TV4, **Lars Johansson**, chefredaktör Helsingborgs Dagblad.

Moderator: **Ulf Wickbom**, journalist.

Arr: Sveriges Radio

11.00–12.00

Plats: J2

### Mediekonsumenten – annonsmarknadens nya maktfaktor?

Hushållens kostnader för mediekonsumtion har ökat under flera år. Men hur långt sträcker sig konsumentens betalningsvilja för att få access till i princip samma medieinnehåll som nu? Vad händer med annonsmarknaden och mediernas affärsmodeller när konsumenterna själva betalar för medierna? Och vart ska reklamen ta vägen när allt mer innehåll hamnar bakom betalväggar? IRM och MMS presenterar en ny uppdaterad undersökning om hushållens utgifter för mediekonsumtion 2014. Därefter diskuteras konsekvenserna för annonsmarknaden och medieföretagen när mediekonsumentens inflytande ökar.

Medverkande: **Magnus Anshelm** vd MMS, **Madeleine Thor** vd IRM. Panelen: **Cecilia Beck-Friis** vice vd TV4-gruppen, **Jessica Bjurström** vd Komm, **Ulf Hermansson Samell**, marknadschef SAS och **Jan Helin**, chefredaktör Aftonbladet.

Arr: Tidningsutgivarna, IRM och MMS

11.00–11.45

Plats: J1

### Spel – positiv förändringskatalysator, meningslös fritidssyssla eller både och?

Få samhälleliga företeelser har fått utstå så mycket spott och spe som digitala spel. Många studier har gjorts kring spel och aggressivitet – över hälften av dem visar att den som spelar blir mer aggressiv och får minskad empati. Samtidigt instämmer många med Al Gore att ett väldesignat spel "kan vara en katalysator för positiv social förändring". Hur går det ihop? Och hur kan vi ha så diametralt motsatta uppfattningar om en och samma sak? Har **Jenny Brusik**, adjunkt i datavetenskap vid Högskolan i Skövde, och **Joakim Eklund** från spelutvecklaren Hello There, svaren?

Arr: Stampen Media Group



EVA HAMILTON

Foto: NIKLAS MAJPOIX

12.00–12.30

Plats: Öppen scen

### MedieAkademien presenterar Twitterbarometern

För tredje året i rad avslöjas vilka svenska opinionsbildare som är mest inflytelserika på Twitter. MedieAkademins Twitterbarometer är sammanställd av Welcom.

Medverkande: **Jan Helin**, chefredaktör Aftonbladet m fl. Under ledning av **Carin Hjulström**, författare och journalist m fl.

Arr: MedieAkademien

## MER OM MEG14

Utförligt program för Cafescenen och Salongscenen och mycket mer om mötesplatsen mässgolvet kommer i Mäss-tidningen på Meg14.



12.00–13.00

Plats: H1

## Övervakning, angrepp och exponering

### Vad hotar den personliga integriteten?

Avslöjande artiklar i medier med ansvarig utgivare? Anonyma angrepp på sociala medier? Statlig övervakning och antiterrorlagstiftning? Journalistförbundet debatterar hur vi kan förena ett starkt skydd för personlig integritet och en levande yttrandefrihet.

Medverkande: **Mårten Schultz**, professor i civilrätt vid Stockholms universitet och ledamot av Pressens Opinionsnämnd, **Anna Skarhed**, justitiekansler, **Jonas Nordling**, förbundsordförande Journalistförbundet, **Kristina Svahn Starrsjö**, generaldirektör Datainspektionen, **Thomas Mattsson**, chefredaktör och ansvarig utgivare Expressen.

Debattledare: **Petra Jankov Picha**, webbredaktör Journalistförbundet.

Arr: Journalistförbundet



MÅRTEN SCHULTZ

FREDAG

Foto: PRIVAT

KEYNOTE  
SPEAKER:  
MYRNA  
LEWIS

MYRNA LEWIS

12.00–12.45

Plats: K-sal

## The importance of a No!

### Myrna Lewis on leadership

The wisdom is in the voice of the minority. Harnessing the potential of diversity and creativity in an organization is vital in handling transformational processes in today's complex and rapidly changing world. **Myrna Lewis** is a leading thinker and practitioner in the field of transformative leadership and facilitation, co-founder of the Lewis Method of Deep Democracy.

Q&A and introduction held by **Martin Sande**, Management consultant, Preera.

Language: English

Arr: Preera

12.30–13.00

Plats: Öppen scen

## Makten över dagordningen

I det offentliga samtalet försöker många grupper göra sina röster hörda. Politiker, PR-konsulter, journalister, näringsliv och andra grupper kämpar om att på olika sätt formulera agendan i samhällsdebatten, inte minst i valtider. Vilka anser journalister, politiker och allmänheten har makten över dagordningen? Vem *har* något att säga till om i dagens Sverige? Och är de samma grupper som *bör* ha något att säga till om? Färska resultat från medborgarpanelen, journalistpanelen och politikerpanelen vid Göteborgs universitet presenteras av **Monica Löfgren Nilsson**, docent, JMG Göteborgs universitet.

Arr: Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet

ATT SYNAS  
& HÖRAS PÅ MEG

Meg är ett tillfälle att skapa ett bredare nätverk, möta nya kunder, visa upp produkter och idéer. Boka en mötesplats för besökare, kollegor och nya kontakter. För mer information kontakta: Valentina Arvidsson [va@meg.se](mailto:va@meg.se), Beatrice de Maré Peterson [bmp@meg.se](mailto:bmp@meg.se) eller Henriette Andersson [ha@meg.se](mailto:ha@meg.se)

13.00

Plats: Öppen scen

## Ekots lördagsintervju

Ekots lördagsintervju ställer makten till svars. Ett djuplodande samtal med en aktuell gäst.

Programledare: **Monica Saarinen**, journalist.

Arr: Sveriges Radio

13.15–14.15

Plats: K-sal

## Everybody's talking, nobody's listening

Julian Treasure on sound

The world is getting ever noisier. With this cacophony going on visually and auditorily, it's just hard to listen. 60 percent of our communication time is spent listening – but we retain only 25 percent of what we hear. Julian Treasure asks us to pay attention to the sounds that surround us and shows how a practice of conscious listening can change how we think and feel: productive, stressed, energised, overwhelmed? **Julian Treasure**, Sound Agency, author and adviser on how to use sound. Treasure is the author of the book *Sound Business* and keeps a blog by the same name. He has four talks on TED.com.

Introduction by **Johanna Koljonen**, writer, critic and tv-host.

Language: English

Arr: Göteborg&Co och Meg

KEYNOTE  
SPEAKER:  
JULIAN  
TREASURE

MONICA SAARINEN

Foto: MATTIAS AHLM/SVERIGES RADIO



KEYNOTE  
SPEAKER:  
DAVID  
CROUCH

Foto: CHRISTIAN SWALANDER



DAVID CROUCH

13.15–14.00

Plats: H1

## Sack the editors! Have mice taken over the media?

An editor is "a mouse who wants to be a rat" Seymour Hersh, the veteran American investigative journalist, famously said. Now he has issued a call to get rid of 90 percent of all the editors that now exist and "start promoting editors that you can't control". If Hersh was in charge of US Media Inc, he says he would close down the big news networks and start all over again from scratch. Journalists are too close to power, Hersh says, when they need to be outsiders who make powerful people angry. **David Crouch**, a news editor at the Financial Times, dissects Hersh's argument. David Crouch is the new guest teacher at JMG.

Language: English

Arr: Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet

14.00–14.30

Plats: Öppen scen

## Sociala medier i samhällets tjänst

2013 års pristagare av Sparbankstiftelsen Sjuhärads Sociala Medier-pris (100 000 kr), Joakim Jardenberg, tillkännagavs på MEG13. Nu är det dags att avslöja vem som får 2014 års pris. Priset delas ut till en person eller institution som har gagnat sociala medier utifrån ett samhällsutvecklingsperspektiv. Utvecklingen av plattformar för användargenererat innehåll skapar enorma möjligheter för såväl medborgare som samhällets aktörer. Men sociala medier används också för övervakning, manipulering och direktreklam. Medverkande: Jurymedlemmarna **Jan Nolin**, forskare vid Högskolan i Borås, och Borås Tidnings chefredaktör **Stefan Eklund** m fl.

Arr: Borås Tidning och Högskolan i Borås



Foto: JOACIM NILSSON

JOSETTE BUSHELL-MINGO

14.30–15.15

Plats: H1

## Fiction, fun and selfreflection

### Welcome to Sweden

For a while, **Greg Poehler** was just a regular guy who moved to Sweden from the United States because of love. Then he created a show called *Welcome to Sweden*, a romantic drama comedy based on his own experiences. It's the first-ever English-language show produced for a Swedish audience. Acquired by NBC as the first Swedish produced show to be broadcasted in its original form in America. A conversation about Sweden and the Swedes. A talk hosted by **Josette Bushell-Mingo**, head of Silent Theater director and actor. Director for, among other, *BUS*, *Brun utan sol* which translates to tanned/colored without sun. Winner of Stockholm Culture prize 2012 and Minority Language prize 2013.

Language: English

Arr: Meg

Foto: DAVID EINARTV4

UR WELCOME TO SWEDEN:  
GREG POEHLER OCH JOSEPHINE BORNEBUSCH

14.30–15.15

Plats: J1

## Kvalitetsjournalistik, är det möjligt?

Hur ska svenska redaktioner säkerställa kvalitén i en tid av ekonomiska besparingar? Några av Sveriges ledande redaktörer visar på möjligheterna för den dyra och krävande kvalitetsjournalistiken. Paneldeltagarna diskuterar nödvändiga prioriteringar för att ambitiösa satsningar på innehållet ska lyckas. Och visar på mindre lyckade satsningar som har väntats till nyttiga erfarenheter.

Medverkande: **Mattias Göransson**, chefredaktör Filter Magazine, **Anne Lagercrantz**, chef Ekot, Sveriges Radio, **Johan Persson**, frilansfotograf och författare, **Nils Hanson**, chef SVT Uppdrag granskning.

Moderator: **Terje Carlsson**, ordförande i Föreningen Grävande Journalister.

Arr: Föreningen Grävande Journalister

14

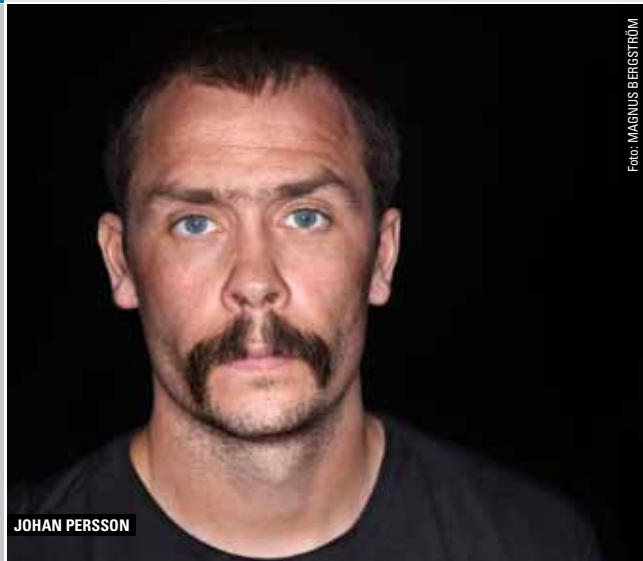


Foto: MAGNUS BERGSTRÖM

JOHAN PERSSON



Fr 14.30–15.30

Plats: J2

## Springer medborgarna och mediehusen åt olika håll?

Några provocerande mediespanare vänder på perspektivet och ger sin bild av hur konsumentens preferenser och beteenden kommer att utvecklas och påverka medierna. Kommer de lokala mediehusen fortsätta spela en roll i konsumentens vardag? Och vad kommer det att betyda för hela samhället på sikt? Under den pågående gigantiska omställningen i medieföretagen ifrågasätts gamla arbetsmetoder och nya affärsmodeller testas. Fokus hamnar på interna processer, omorganisation och effektivisering. Risker är uppenbara, att medan mediehusen ägnar sig åt den egna verksamheten förlorar man kontakten med den mediala rörelse som pågår bland konsumenterna och medborgarna. Vilka är de framtida intressen, behov och drivkrafter som ska tillfredsställas? Vad ska medieföretagen göra för att få insikt, förståelse och koll på mediernas roll och funktion i den lokala demokratin och samhällsekonomin?

Arr: Tidningsutgivarna och Stampen Mediagroup

15.00–15.45

Plats: Öppen scen

## Hur bevakar vi Sverigedemokraterna?

Inför och efter valet 2010 diskuterades mediernas bevakning av Sverigedemokraterna flitigt. Ett fenomen eller ett vanligt riksdagsparti? Men vilka slutsatser har nu dragits på redaktionerna inför det kommande valet? Vilken strategi borde tillämpas? Publicistklubbens Västra Krets inbjuder till debatt med ledande publicister, författare och statsvetare.

I panelen medverkar bl a **Henrik Arnstad**, författare och journalist, **Ulf Bjereld**, statsvetare, professor vid Göteborgs universitet, **Ulf Johansson**, programchef riksnyhetererna SVT, ansvarig utgivare Rapport och Aktuellt, **Mette Friberg**, programchef samhälle/drama SVT Göteborg.

Moderator: **Erik Blix**, journalist.

Arr: Publicistklubben

Fr 15.45–16.30

Plats: H1

## Ansvarets gränser

Var går gränsen för vårt ansvar för de andra? Och hur skriver vi om asylsökande, migranter och gömda utan att främmandegöra dem ännu mer? I mer än tio år har Kyrkans Tidning bevakat frågor om asyl och migration. Just ansvar är ett användbart begrepp – det rymmer både en legal sida, och en annan som handlar om vad som moraliskt är rätt och fel. På så vis kommer också begreppet att ställa frågan tillbaka till oss själva när vi väljer att se bort från människors nöd: vad är kostnaden för oss att avstå från ansvar?

Medverkande: **David Qviström**, journalist på Kyrkans Tidning och aktuell med *Lyckliga människor*, en reportagebok om invandringspolitik, **Marika Palm Dahl**, teolog Göteborgs kyrkliga stadsmission samt **Henrik Törnqvist**, kyrkoherde i Svenska kyrkan Bergsjön.

Arr: Kyrkans Tidning, Verbum och Svenska kyrkan Göteborgs stift



**MEGAWARD INSTIFTADES 2012.** Det allra första priset delades ut under Meg13 och gick till Svenska Dagbladets räntekarta.

**PRISSET HAR SKAPATS** för att uppmärksamma och belöna en person eller organisation som "med mod och innovationskraft åstadkommit en anmärkningsvärd förnyelse inom mediebranschen". Syftet är att uppmärksamma och belöna en person, ett företag eller en organisation som vågar både utvecklas och driva utvecklingen, men också att lyfta fram inspirerande förebilder.

**PRISSET KAN GÅ** till en enskild individ, ett företag eller en organisation. Den vinnande förnyelsen kan vara av administrativt, tekniskt, organisatoriskt, publicistiskt eller designmässigt slag. MegAward belönar nyskapande djärvhet oavsett hemvist i medielandskapet.

**ÅRETS JURY BESTÅR** i sin helhet av:

**Anders Westgårdh**, grundare och senior konsult Welcom

**Désirée Maurd**, PR-strateg Forsman & Bodenfors

**Gustaf Brusewitz**, kommunikationschef för Google i Norden

**Lena K Samuelsson**, koncerndirektör Schibsted Media Group

**Olle Lidbom**, vd Oxys

**Åsa Bernlo**, ansvarig för Meg och juryns ordförande

MISSA INTE  
ÅRETS FEST

Missa inte årets Meg-fest!

Torsdag 6 mars i Kongresshallen kl 19.30.

God mat, underhållning, dans och framförallt gott sällskap utlovas.

Anmäl dig till festen senast 14 februari på [www.meg.se](http://www.meg.se)

# Så ska YouTube erövrars

**S**TINA HONKAMAA BERGFORS är vd för och en av grundarna av nystartade mediebolaget United Screens. Med en bakgrund som chef för Google Sverige är hon expert på både internet och framtidens användarvanor. På Mediedagarna kommer hon att tala om hur rörlig bild fullkomligt exploderat på nätet och att framtidens tittande händer redan nu.

Som chef för Google Sverige var Stina Honkamaa Bergfors med och lanserade YouTube i Sverige 2008. Sedan dess har antalet visade klipp i Sverige ökat från en miljon per dag till 30 miljoner. Varje timme laddas det upp 100 timmar rörlig bild och enligt Stina Honkamaa Bergfors råder det ingen tvekan om att YouTube idag är den viktigaste platsen för rörlig bild på internet.

**- OM MAN SER** till de tekniska förutsättningarna har det aldrig varit bättre än nu för rörlig bild på nätet. För 15 år sedan surfade man med modemuppkoppling och att titta på rörligt var inte att tänka på. Idag är verkligheten en helt annan med 3G och 4G och Sverige har världens tredje högsta smartphonepenetration. Idag har alla tillgång till ett snabbt internet överallt 24 timmar om dygnet, vilket också möjliggör ett helt annat tittande, säger hon.

På YouTube finns idag mängder av privatpersoner och företag som försöker tjäna pengar på att visa reklam i sina egna kanaler. I takt med att tv-tittandet minskar och YouTube-tittandet ökar är det

**SEMINARIUM:**  
Rörligt, streamat och  
interaktivt – den nya  
tidens tittande  
Fredag kl 10.00–10.45

enligt Stina Honkamaa Bergfors här som framtidens kreatörer och innehållsskapare finns idag.

**- SOM EXEMPEL PÅ** en person som verkligen har lyckats kan nämnas Gustav Träff som är expert på exklusiva sportbilar som Ferrari och Koenigsegg. Hans kanal Gtboard.com har otroliga 167 miljoner visningar totalt och visar egenproducerade filmer där hyperbilar racar mot varandra under professionella former, förklarar Stina Honkamaa Bergfors.

United Screens affärsidé är att hjälpa sina part-



Foto: MIKAEL GUSTAVSEN

ners, etablerade eller nya talanger samt medie- och musikbolag, att erövra YouTube. Det handlar om att skapa intäkter, få fler tittare till en partners innehåll samt säkerställa att deras rättigheter tillvaratas.

– Vi hjälper våra partners, som är allt från musik- och tv-bolag till annonsörer och enskilda aktörer, att bli bättre på YouTube och att "erövra" sajten. Vi hjälper dem att komma i kontakt med annonsörer och att få en bättre intäkt i sitt skapande, berättar Honkamaa Bergfors.

United Screens arbetar även med mediehus, till

exempel Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet, där det handlar om att nå en ny publik, fler tittare, skapa nya intäkter och få ordning på rättigheterna.

– **IDAG MÅSTE MAN** finnas där användarna finns, och YouTube är så oerhört stort. Jag tror att inkomsterna i framtiden definitivt kommer att fortsätta finnas på aktörernas egna plattformar om man jobbar på rätt sätt. Men eftersom det även finns ett stort tittande på YouTube, så gäller det att ta vara även på det.

**OLLE RÅDE**





---

## DAVID CROUCH

**Ålder:** 52

**Gör:** Journalist och gästföreläsare på JMG i Göteborg

**Tidigare arbete:** 21 års erfarenhet som journalist, bland annat på The Moscow Times i Moskva. De senaste åtta åren har han arbetat som redaktör på Financial Times i London.

**Bloggar på:** davidcrouch-words.wordpress.com

**Twitter:** @davidgcrouch

**Övrigt:** Har även en doktorsexamen i vetenskapssociologi.

# Journalistik i förvandling

**N**EWSPAPER OF THE WORLD, Edward Snowden och eBay-grundaren som satsar 250 miljoner dollar på grävande journalistik.

När David Crouch, tidigare redaktör på Financial Times i London, talar om journalistik är det de stora händelserna som dominerar. På Mediedagarna föreläser han om ett medielandskap i förändring och hur det kan komma att se ut i framtiden.

Att det händer mycket inom journalistiken just nu råder det ingen tvekan om. 2013 års största nyhet, The Guardians scoop om Edward Snowden och amerikanska NSA:s dataövervakning, har varit en het story både i Sverige och i England. I oktober gick journalisterna bakom avslöjandet, Glenn Greenwald och Laura Poitros ut med att de slutar på The Guardian för att arbeta med en ny journalistisk satsning. Med en finansiering på 250 miljoner dollar från eBay-grundaren Pierre Omidyar ska de starta en digital plattform för oberoende, undersökande journalistik.

– Genom att göra det så kommer de att arbeta helt utan det redaktörskap som råder i media idag. I mars, på Mediedagarna kommer vi att ha en tydligare bild av vad Pierre Omidyar och Glenn Greenwald planerar, och vi kommer att få se hur det kalejdoskop som det brittiska medielandskapet utgör ser ut när det har skakat färdigt, säger David Crouch.

**RUBRIKEN PÅ DAVID CROUCH** föreläsning "Sack the editors! Have the mice taken over the media?" är ett citat från den amerikanske undersökande journalisten Seymour Hersh, som riktat stark kritik mot journalistkåren och menar att större delen av världens redaktörer borde sparkas och ersättas av oberoende journalister.

– Att som journalist kritiserar den egna journalistkåren är väldigt ovanligt, speciellt i England, vilket gör det till ett intressant ämne. Journalistiken är just nu väldigt ifrågasatt och News of the Worlds avlyssningsskandal visade tydligt på närheten mellan politiker, media och polis. Sedan dess har det brittiska medielandskapet skakats om rejält och är fortfarande tumultartat, säger han.

**DAVID CROUCH TAR** god tid på sig när han berättar om sin kommande föreläsning. Det är viktigt att hitta de rätta orden och ämnets komplexitet gör det svårt att sammanfatta. Huvuddelen handlar om läget för brittisk media idag, vilket han är minst sagt skeptisk till.

– Det finns många anledningar att vara pessimistisk. En är att Alistair Campbell, tidigare PR-chef för Tony Blair och den som var ansvarig för att manipulera brittisk media i samband med invasionen av Irak 2003, utnämns till professor i journalistik vid universitetet i Cambridge. Att Campbell blivit professor är lika ironiskt som att Henry Kissinger fick Nobels fredspris.

**ETT LJUS I MÖRKRET** finns det ändå enligt David Crouch, trots att han har gott om exempel på hur tidningar vikt sig efter påtryckningar från politiker. The Guardian, och journalisterna bakom Snowden-avslöjandet, är enligt David Crouch en av få aktörer som vågar stå upp mot påtryckningar från politiker.

– The Guardian blev satta under hård press från regeringen, påhejad av stora delar av brittisk media som anklagar tidningen för att stödja terrorism och avslöja viktiga hemligheter för fienden snarare än göra ett bra journalistiskt arbete, säger han.

**OLLE RÅDE**

**SEMINARIUM:**  
Sack the editors!  
Have the mice taken  
over the media?  
Fredag kl 13.15–14.00

# Ny mötesplats för marknadschefer

**M**ARKNADSCHEFSDAGEN ÄR EN av årets stora nyheter under Mediedagarna 6-7 mars 2014. Evenemanget är ett samarbete mellan nätverket Marknadscheferna och Meg med målet att bli ett årligt återkommande evenemang – och den främsta mötesplatsen för marknadschefer och marknadsansvariga. Talare på hög internationell och nationell nivå kommer och många mingeltillfällen utlovas.

Att vårda sitt varumärke är minst lika viktigt som att bygga en relation till sina kunder. Både för företag i mediebranschen och för rockstjärnor som spelat för utsålda arenor sedan 1990-talet. En som vet är Bruce Dickinson. På Marknadschefsdagen under Meg 2014 föreläser han under rubriken "How to turn customers into fans".

**DICKINSON HAR GJORT** sig känd som sångare i ett av världens största hårdrocksband och turnerade i Sverige senast i somras med fullsatta spelningar i Malmö och Stockholm.

Vad många inte vet är att 55-åringen från Nottinghamshire inte har nöjt sig med de musikaliska erövringarna utan även åtnjutit framgångar som pilot, marknadschef för ett flygbolag och som fäktare på elitnivå. Han jämför gärna utmaningen att vara verksam i musikbranschen med att arbeta inom näringslivet.

I en intervju med Dagens Industri tidigare i år berättade Dickinson om sina föreläsningar i marknadsföring. Att han, sedan avhoppet och återföreningen med Iron Maiden på 1990-talet, blivit något av en självlärd entreprenör ser han inte som någon slump.

– Entreprenör är ingenting man blir. Antingen har man det i blodet eller så har man det inte. I mitt fall var min far entreprenör och småföretagare, så jag växte upp med det. Entreprenörens styrka är att ha energin att genomdriva en idé, vilken den än må vara.

Jobbet som marknadschef för flygbolaget Astraus Airlines, där Dickinson även arbetat som flygkapten, avslutades när företaget försattes i konkurs 2011. Iron Maiden-sångaren har istället startat ett eget företag, Cardiff Aviation, som utbildar flygtekniker och piloter och siktar på att själva starta affärsflygverksamhet.



Foto: RICK SCHOFFIELD

## BRUCE DICKINSON

**Född:** 7 augusti, 1958 i Worksop, Nottinghamshire

**Familj:** Gift sedan 1990 med Paddy Bowden. Tillsammans har de barnen Austin, 23, Griffin, 21 och Kia 19.

**Gör:** Sångare i bandet Iron Maiden och framgångsrik entreprenör.

**Fritid:** Läser böcker, skriver böcker och har tävlat på elitnivå i fäktning, där han som bäst varit rankad som Englands sjunde bästa fäktare.

– Vi börjar med små affärsjet och hoppas kunna växa till större jetplan, säger Dickinson.

**SEMINARIUM:**  
**How to turn  
customers into fans.**  
Torsdag kl 16.00–17.00

**Mer info:**  
[www.marknadschefsdagen.se](http://www.marknadschefsdagen.se)

**ROCKBANDET IRON MAIDEN** är idag ett oerhört starkt varumärke. Bara en handfull band gör lika stora affärer på försäljning av produkter försedda med bandets namn. Förutom ett nylanserat öl, döpt efter en av bandets låtar, finns lampskärmar, muggar, planscher, halsdukar och såklart en evig ström av bandtröjor.

Bruce Dickinson vet med andra ord vad som bygger ett varumärke och hur man skapar samma relation till sina kunder som ett rockband har till sina fans.

**OLLE RÅDE**



ERIKA  
BJERSTRÖM

**Ålder:** 51  
**Bor:** Stockholm  
**Verksam journalist sedan:** 1982  
**Aktuell med:**  
 reportageboken  
*Det nya Afrika.*



**SEMINARIUM:**  
 Svarta hål –  
 i en global nyhets-  
 rapportering  
 Torsdag kl 13.15–14.00

Foto: SOFIA RUNARSDOTTER

## Det nya Afrika – en förbisedd kontinent

**T**ROTS EKONOMISK TILLVÄXT och minskande fattigdom kretsar större delen av rapporteringen från kontinenten Afrika kring konflikter. Det leder inte bara till att omvärlden har en mycket föråldrad syn på Afrika, utan även missriktat bistånd och missade chanser för bland annat det svenska näringslivet.

Det menar Erika Bjerström, utrikesreporter på SVT och författare till reportageboken *Det nya Afrika*. Hon kommer till Mediedagarna i Göteborg för att delta i seminariet "Svarta hål – i en global nyhetsrapportering", där konsekvenserna av dagens utlandsrapportering står i fokus.

– Vi är för inriktade på händelsenyheter, medan mer långsamma skeenden som ekonomisk utveckling har svårare att leta sig in i nyhetsflödet, säger hon.

**PARALLELLT MED KONFLIKTER** och kriser finns ett annat Afrika som man länge har förbiset. En kontinent med en växande medelklass med ökande ekonomiska resurser, ett Afrika där den ekonomiska, såväl som den tekniska utvecklingen är stark.

Sju av världens tio snabbast växande ekonomier finns söder om Sahara. Med andra ord finns stora förutsättningar till handel och investeringar i dessa länder.

– Vi håller på att bli omsprungna av andra intressenter, som Kina och Brasilien, som inte har samma skygglappar på. Det är olyckligt, jag är övertygad om att vi behöver Afrika mer än vad Afrika behöver oss, säger hon.

Erika Bjerström berättar att hon på sina reportageresor möter en ny generation som är driftig, hungrig, optimistisk och som rör sig snabbt framåt – raka motsatsen till den offerbild som ofta målas upp. I mötet med dessa människor har hon själv flera gånger behövt göra upp med sina egna förutfattade meningar och föreställningar.

– Journalisterna har ett blytungt ansvar för rapporteringen. Vi måste vara källkritiska och våga ifrågasätta varför vi hamnar i gamla hjulspår. Om vi bara tar oss samman och läser på, läser rapporter och ställer andra frågor än de förväntade är det inte svårt att hitta informationen om det nya Afrika.

**ERIKA BJERSTRÖM SÄGER** att samtidstrender och globalisering går fort – och att det är viktigt att vara uppdaterad.

– Jag är väldigt brydd över att vi journalister har missat att rapportera om den ekonomiska utvecklingen i Afrika. Det får mig att känna oro över att vi missar andra strömningar och skeenden som vi bör känna till, till exempel nya hotbilder, säger hon.

I seminariet "Svarta hål – i en global nyhetsrapportering" deltar även Alexa Robertson, statsvetare och mediaforskare, Carolina Jemsby, styrelseledamot i Föreningen Grävande Journalister och tidigare Afrika-korrespondent för TV4 samt Martin Schibbye, journalist och författare.

**SUSANNE NILSSON**

Ahlgren, Mia	7	Johansson, Lars	11
Ahlquist, Catarina	7	Johansson, Ulf	15
Andersson, Ylva M	4	Josefsson, Janne	5
Andreassen, Rikke	8	Kapla, Marit	7
Anshelm, Magnus	11	Koljonen, Johanna	7, 13
Arnstad, Henrik	15	Lagercrantz, Anne	4, 14
Assefa, Astrid	7	Larsson, Jan	6
Beck-Friis, Cecilia	7, 11	Larsson, Lena	11
Benkö, Cilla	6, 9, 11	Larsson, Linda	10
Bjereld, Ulf	15	Larsson, Magnus	7
Bjerström, Erika	7, 21	Lewis, Myrna	12
Bjurström, Jessica	11	Lith, Anna-Karin	4
Blix, Erik	15	Lokebratt, Ioanna	10
Boisen, Frida	6	Löfgren Nilsson, Monica	12
Boyce, Russell	9	Lövin, Isabella	5
Brusk, Jenny	11	Mattsson, Thomas	8, 9, 12
Bushell-Mingo, Josette	14	Mellin, Lena	5
Carlén, Tove	5	Miller, Andreas	4
Carlsson, Olov	8	Mohlin, Peter	9
Carlsson, Terje	5, 14	Nelson, Karin	6
Cavling, Viggo	6	Nolin, Jan	14
Crouch, David	13, 18-19	Nordling, Jonas	12
Dahlström, Sofia	10	Nycander, Maud	10
Davidsson, Thomas	8	Nyhlén, Thomas	6
Dennert, Mina	7	Olsson, Robert	6
Dickinson, Bruce	9, 20	Oscarsson, Henrik	5
Edström, Maria	8	Palmdahl, Marika	15
Eklund, Joakim	11	Persson, Johan	14
Eklund, Stefan	4, 14	Poehler, Greg	14
El Rafie, Yasmine	5	Qviström, David	15
Elvnäs, Simon	4	Robertson, Alexa	7, 21
Esaiasson, Roland	7	Saarinen, Monica	13
Facht, Ulrika	8	Sande, Martin	12
Freje, Josephine	5	Sandstig, Gabriella	10
Friberg, Mette	15	Schibbye, Martin	7, 21
Friberg, Charlotta	8	Schlingmann, Per	6
Gansing, Kristoffer	4	Schultz, Mårten	12
Granryd, Tomas	9	Schyman, Gudrun	6
Gray Munthe, Emma	8	Sigvardsson, Ola	5
Gröning, Lotta	5	Sjörén, Toivo	5
Göransson, Mattias	14	Skarhed, Anna	12
Hamilton, Eva	6, 11	Struwe, Filip	10
Hanson, Nils	14	Svahn Starrsjö, Kristina	12
Hansson, Viveka	8, 11	Thor, Madeleine	11
Hedberg, Kristina	9	Treasure, Julian	13
Helin, Jan	5, 11	Törnqvist, Henrik	15
Hermansson Samell, Ulf	11	Wachenfeldt, Paula von	8
Hjulström, Carin	5, 6, 11	Westlund, Oscar	6
Honkamaa Bergfors, Stina	10, 16-17	Wickbom, Ulf	11
Jankov Picha, Petra	12	Widsell, Ulrica	5
Jemsby, Carolina	7, 21		

## SAGT OM MEG13:



"THE CONFERENCE IS fantastic because I've met international thinkers, I've met Swedish people who work in media and culture, and they are all so curious on why satire has played such a big role in America."

LIZZ WINSTEAD, USA



"JAG TYCKER ATT Meg är mycket bra. Det har varit ett spännande forum där man träffar väldigt många människor från branschen. Det är ett forum som har saknats tidigare, så det är jättekul."

RAOUL GRÜNTHAL, SCHIBSTED



"JAG TYCKER ATT det viktigaste är att prata om lösningar, för nu har vi pratat i tio år om alla problem som vi har. Meg är värdefullt som ett forum för 'hur' istället för 'vad'."

CASTEN ALMQVIST, TV4-GRUPPEN



"I'M ENJOYING MEG. I think it's a lot of fun. It's interesting to see all of these organizations gather, dealing with the challenges of what media is becoming, what media was and what media will be. Hearing different people speak is always interesting. I got to listen to Simon Pont and I thought he was fantastic. It started giving me ideas. Being in the same room with Lizz Winstead is going to be amazing for me. She has been a big inspiration to my work."

BRIAN DUNPHY, USA



"I THINK MEG has been great. I have really enjoyed it. There have been some really rich and interesting perspectives from a very international gathering of people. So I like the cosmopolitanism of it, from an intellectual point of view. It's been a lot of fun."

SIMON PONT, UK

## INFORMATION OM BILJETTER OCH PRISER

- **Meg14**  
6-7 mars 2014  
Svenska Mässan  
412 94 Göteborg
- **Öppettider:**  
Torsdag 09.00-18.30  
Fredag 09.00-17.00
- **Entré:**  
Ingång via entré 5,  
Mässans gata/Korsvägen
- **Boka biljett på [www.meg.se](http://www.meg.se)**
- **Boka hotell**  
Boka hotell genom  
Svenska Mässans Hotelservice.  
Tel: 031-708 86 90  
[hotelservice@svenskamassan.se](mailto:hotelservice@svenskamassan.se)
- **Information**  
För frågor om anmälan mm:  
[info@kongressinformation.se](mailto:info@kongressinformation.se)

### MARKNADSCHEFSDAGEN

2014 arrangerar Marknadscheferna och Meg den gemensamma **Marknadschefsdagen**.

För mer information se  
[www.marknadschefsdagen](http://www.marknadschefsdagen)  
eller [www.meg.se](http://www.meg.se).

B

SVERIGE  
PORTO BETALT  
POUR FAYÉ

Avsändare: Meg, SE-412 94 Göteborg, Sverige

# VI HÖRS OCH SYNS PÅ MEG

## INITIATIVTAGARE



## HUVUDPARTNERS



sverigesradio

STAMPEN  
MEDIA  
GROUP.



## PARTNERS

DAGENS MEDIA

marknadscheferna

## PROGRAMPARTNERS



Vill du ställa ut eller bli partner?  
Läs mer på [meg.se](http://meg.se)

Meg<sup>14</sup>