

CURRICULUM VITAE

Søren Schultz Jørgensen

1. Resumé

Født 15. marts 1967. Ph.d., cand.scient.pol og journalist. 2019: Projektleder for *Fagenes Fremtid*. 2018: Forfatter til bogen *Den journalistiske forbindelse*. 2013-2016: Erhvervs-phd på Fyens Stiftstidende og SDU. Siden 2006 direktør for og ejer af rådgivningsvirksomheden Kontrabande. 1996-2005 redaktør og udviklingsdirektør på Ugebrevet Mandag Morgen. 1995-1996 Journalist Weekendavisen. Ophavsmand til eller medforfatter af en lang række analyser af medier og mediebrugere. Kommentator på mediestoffet for dagbladet Politiken. Censor på journalistuddannelserne ved RUC og SDU.

2. Uddannelsesmæssig baggrund

2016: **Ph.D.** i mediesociologi og journalistik fra Center for Journalistik, Syddansk Universitet.

1995: **Cand.scient.pol.** fra Københavns Universitet.

1993: **Den journalistiske tillægsuddannelse**, Danmarks Journalisthøjskole.

3. Erhvervsmæssig baggrund

- 2018-2019: **Projektleder og pennefører** for Dansk Journalistforbunds projekt **Fagenes Fremtid** om udfordringerne og mulighederne for fagene i den publicistiske branche og kommunikationsbranchen.
- 2018: Sammen med Per Westergård **forfatter** til bogen **Den journalistiske forbindelse** (Gyldendal) om innovation og udvikling i den europæiske og amerikanske nyhedsbranche.
- 2018: **Forfatter** til publikationen **Stem'rne – studeret** om et samarbejdsprojekt mellem medier, gymnasier og universitet på Fyn med det formål at engagere unge fynboer i kommunalvalget 2017.
- 2017: **Projektleder og redaktør** af publikationen "Globaliseringen af den danske mediebranche. Analyser af internationale aktørers betydning for det danske mediemarked, danske medieudbydere og dansk medieindhold", udarbejdet af Mandag Morgen, CBS og Aalborg Universitet for Slots- og Kulturstyrelsen.
- 2013-2016: **Erhvervs-phd-studerende**, Center for Journalistik, Syddansk Universitet og Fyens Stiftstidende. Mit projekt, "Gamle medier er også sociale", analyserer gennem omfattende kvalitative studier, hvordan mennesker bruger nyhedsmedier til at skabe fællesskaber og identitet i hverdagen. Vejledere: Professor Peter Bro og professor Anker Brink Lund.
- 2006-: **Direktør i og ejer af Kontrabande**. Rådgivning, analyser, strategiudvikling samt formidlingsopgaver for publicistiske medier, interesseorganisationer, ngo'er, offentlige institutioner og private virksomheder.

Strategi- og medieudviklingsopgaver for bl.a.: Ørsted/DONG Energy, Danida, DTU, SFI/VIVE, Danmarks Lærerforening, Efterskoleforeningen, UCC, Foreningen af Folkehøjskoler i Danmark, Medieselskabet Nordvestsjælland, Helsingør Dagblad, Landbrug og Fødevarer, borger.dk, Lolland-Falster Folketidende, Visit Denmark, Folkekirkens Nødhjælp og HK. Se flere cases og kundeliste på www.kontrabande.com

- 2003-: Fast kommentator på mediestoffet, **dagbladet Politiken**.
- 2002-2005: **Udviklingsdirektør Huset Mandag Morgen**, med primært ansvar for udvikling og lancering af Ugebrevet Mandag Morgen i Norge: Udvikling af forretningsmodel, prisstruktur, det redaktionelle koncept, organisation, bemanning samt ikke mindst coaching og oplæring af alle 15 norske medarbejdere. Det norske ugebrev blev lanceret 6. oktober 2003. Fungerede indtil efteråret 2006 som medredaktør. Var i Oslo ca. en uge om måneden.
- 2000-2002: **Medie- og samfundsredaktør på Ugebrevet Mandag Morgen**. Redaktør af Mandag Morgen Monitor, Ugebrevet Mandag Morgens analytiske tillæg om medier og strategisk kommunikation. Oplag ca. 4.000. Publikationen blev udviklet af Mandag Morgen. Metoder og analyser blev ofte udført i samarbejde med Observer Danmark A/S og Institut for Journalistik, Syddansk Universitet. Gennemførte i regi af Mandag Morgen Monitor hen ved 50 analyser af danske medier og dansk journalistik.
- 1999-2000: **Redaktionschef på Ugebrevet Mandag Morgen**. Ansvarlig for idéudvikling på den 12 mand store redaktion, kontakt til freelancere, coaching, koordinering af den ugentlige produktion, redigering, langsigtet redaktionel planlægning. Lederskribent.
- 1998-1999: **Chef for Mandag Morgens tænketank, Strategisk Forum**. Drifts-, udviklings- og personaleansvar for den dengang 20 mand store afdeling med en årlig omsætning på ca. 15 millioner kr. Udvikling af nye projekter, fundraising, design af survey og analyser. Leder af ca. 20 projekter og udgivelser inden for bl.a. kompetenceudvikling, velfærd og erhvervsforhold.
- 1996-1998: **Analytiker og journalist i Huset Mandag Morgen**. Analyser og artikler om erhvervsforhold, ledelse, velfærd, skole, uddannelse og medier.
- 1995-1996: **Journalist på Weekendavisen**. Ansat som fast freelancer, siden i et barselsvikariat som almen indlandsreporter.
- 1993-1996: **Faglitterær oversætter på Hans Reitzels Forlag**. Oversatte fire bøger inden for sociologi, politologi og psykologi, bl.a. Anthony Giddens' *Modernitetens Konsekvenser* og *Modernitet og Selvidentitet*.
- 1990-1995: **Diverse journalistiske studenterjobs**. Blandt andet:
 - Chefredaktør af StudenterBladet. Oplag: 40.000. (1993-1995)
 - Oversætter og telegrammedarbejder på dagbladet Politiken. (1990-1994)
 - Musikantmelder på Tjeck Magazine. (1992-1995)

4. Andre professionelle aktiviteter på medieområdet

- **Censor på journalist- og kommunikationsuddannelserne på RUC** siden 2007 og på Center for Journalistik, SDU, siden 2010.

- **Medlem af bestyrelsen** for Den fynske Bladfond, tidligere medlem af bestyrelsen for Fynske Medier P/S.
- **Næstformand** i Den danske Publicistklub 2015-2017

5. Udvalgte publikationer og analyser

Jørgensen, Søren Schultz (red.): *Fagenes Fremtid* (2019): Fire delrapporter om udfordringer og muligheder for journalistikfaget, kommunikationsfagene og de visuelle fag i fremtiden. København: Dansk Journalistforbund.

Jørgensen, Søren Schultz og Per Westergård (2018): *Den journalistiske forbindelse: Sådan genopfinder nyhedsmediet sin relation til borgerne – og sin relevans for demokratiet*. København: Gyldendal.

Jørgensen, Søren Schultz (2018) *Stem'rne – studeret*. Udgivet af TV2 Fyn og Center for Journalistik, Syddansk Universitet.

Projektleder og redaktør af Slots- og Kulturstyrelsen (2017): *Globaliseringen af den danske mediebranche. Analyser af internationale aktørers betydning for det danske mediemarked, danske medieudbydere og dansk medieindhold*. Udarbejdet af Mandag Morgen, CBS og Aalborg Universitet.

Jørgensen, Søren Schultz (2016): *Gamle medier er også sociale. En kvalitativ undersøgelse af mediers rolle og betydning i brugernes hverdag*. Ph.D.-afhandling, Syddansk Universitet.

Publicistklubben/Center for Journalistik, SDU (2016): *Mediernes tilstandsrapport 2016*.

Jørgensen, Søren Schultz (2012). *Nydanskere i nyhedsbilledet*. København: Kontrabande og Dansk Ungdoms Fællesråd. // Analyse af, hvordan danske dagblade inddrager og bruger nydanske kilder i aktualitetsstoffet. //

Jørgensen, Søren Schultz, Sune Aagaard og Lars Højholt (2011). *Opbrud. Strømninger og bevægelser i markederne for film, tv, bøger, musik, spil og journalistik 2011*. København: Kontrabande. // Rapport, der præsenterer internationale og danske virksomhedscases, der peger på nye forretningsmodeller inden for udvalgte områder af mediemarkedet.//

Jørgensen, Søren Schultz og Annegrethe Skovbjerg (2006). *Dagspressens Kilder. Danske aviskilders syn på journalisters arbejde*. Århus: Danmarks Journalisthøjskole. // Den hidtil mest dybtgående kvantitative kortlægning af samspillet danske dagbladsjournalister og deres kilder. Kombineret indholdsanalyse og survey blandt aviskilder. //

Jørgensen, Søren Schultz (2006). *Danmarks 10 stærkeste avisbrands. MM Elite*. København: Ugebrevet Mandag Morgen. // Analyse af trends på det internationale avismarked samt survey om danske avisers relevans og kvalitet blandt danske borgere //

Jørgensen, Søren Schultz (2005). *International Sports Press Survey*. København: Play the Game // Indholdsanalyse af sportspressens prioriteringer, temaer og vinkler i 14 lande på fire kontinenter. Udarbejdet for Idrættens analyseinstitut og konferencen Play the Game. //

Jørgensen, Søren Schultz, Peter Bro, Ramus Jönsson og Poul Anders Pedersen (2005). *Mediernes valgkamp*. København: Modinet // Kortlægning af mediernes dækning af valgkampen forud for folketingsvalget 1995, baseret på omfattende kvantitativ indholdsanalyse, befolkningssurveys samt kvalitative interviews med redaktører og presserådgivere.