

FotballXtra, Norges lengstlevende fotballprogram



Bacheloroppgave (teoretisk del) i fjernsyns og multimedieproduksjon

Av Marcus Walbækken Sævareid

Kandidatnummer: 259263

Veileder: Ingeborg Opheim Vinge

Antall sider: 18

Antall ord: 4510

Innholdsfortegnelse

FotballXtra, Norges lengstlevende fotballprogram.....	1
Innholdsfortegnelse.....	2
1. INNLEDNING	3
2. BEGREPSFORKLARING	4
3. METODE	4
3.1 Faglitteratur.....	4
3.2 Kvalitativ Metode	5
3.2.1 Kvalitativt Intervju.....	5
3.2.2 Tekstanalyse	5
4. KONSEPTBESKRIVELSE	6
5. ANALYSE	6
5.1 Tittel	7
5.2 Identitet	8
5.2.1 Målgruppe	8
5.2.2 Programledere	9
5.2.3 Studio	9
5.2.4 Grafikk.....	10
5.2.5 Lydeffekter og musikk.....	11
5.3 Livsendring	11
5.4 Dramaturgi	12
5.5 Unikt.....	14
6. KONKLUSJON.....	15
Litteraturliste.....	17

1. INNLEDNING

Hvorfor er det slik at flere sports-programmer på TV blir avlyst? Matchball Mandag, Golden Goal og Sportsrevyen er alle eksempler programmer som har blitt avviklet.

«Helt siden 1992 har TV 2 og norsk fotball gått hånd i hånd. FotballXtra er Norges lengstlevende fotballprogram, og med TV 2s fotballeksperter i spissen følges hvert eneste spark på ballen i Eliteserie-runden.» (TV2, 2023)

I denne oppgaven vil jeg undersøke hvorfor FotballXtra har klart å gå imot trenden. Hvordan har FotballXtra holdt seg så lenge? Gjennom en analyse av strukturen og innholdet i programmet, samt intervju med produksjonen vil jeg finne svaret på dette.

FotballXtra har hatt en stor rolle i TV2s fotballdekning siden 1992, og er blitt en av de mest populære sportsprogrammene i Norge. Det er en studio-sending som går før, under og etter kamp. I studio sitter det programleder, eksperter og gjester. De tre programlederne er Jan-Henrik Børslid, Jon Børrestad og Anne Sturød. Ekspertene rullerer, men består av blant annet Erik Thorstvedt, Yaw Amankwah og Jesper Mathiesen. Før kampene legger ekspertene opp forventninger til kampene. Under sending dekker ekspertene de ulike kampene, som oftest tar de en kamp hver. Etter kamp forklarer de om kampene gikk som forventet, og hva som var uforventet.

Denne bacheloroppgaven består av både en praktisk og skriftlig del. I den praktiske delen skal jeg lage en flerkamera-produksjon som omhandler fotball, i form av et talkshow med analyse av ulike kamper. Jeg vil derfor se på det selverklærte lengstlevende sportsprogrammet på norsk TV og undersøke hva som ligger bak suksessen til programmet.

Problemstilling og Avgrensning

I denne oppgaven vil jeg utforske problemstillingen: *Hvilke suksesskriterier ligger bak programmet FotballXtra?*

For å svare på problemstillingen skal jeg analysere *FotballXtra* fra 2023/24 sesongen. Dette blir første sesongen siden 2016/17 sesongen der TV2 har rettighetene til Eliteserien etter å ha gjort et kjøp på 4 500 000 000,- kr. (Hauger & Andersen, 2020). Jeg velger derfor å analysere den nyeste sesongen da denne store investeringen kan endre en del på programmet. Jeg beskriver *FotballXtra* som et vellykket konsept fordi det har holdt seg på TV2 siden 1992, og

fordi formatet har blitt omformet til mer enn bare Eliteserien med program som *FotballXtra Europa* og *FotballXtra England*.

2. BEGREPSFORKLARING

TV-Format

Det finnes ikke en fast definisjon på hva som er et TV-Format, men jeg tar utgangspunkt i denne.

Oppskriften og ingredienser som gir kunnskapen til å reprodusere et eksiterende TV-program i et annet land (Hedemann, 2018, s. 25)

FotballXtra er produsert for å dekke Eliteserien, men kunne også blitt brukt på samme måte i andre land og andre ligaer. *FotballXtra* kan fra denne definisjonen bli sett på som et TV-format.

Talkshow

«Talkshow er en populær programform i moderne TV. Dette er studioinnspilte programmer der programlederens samtale med inviterte gjester utgjør hovedinnholdet.» (Syvertsen & Smith-Meyer, 2023)

FotballXtra er en form for talkshow, men samtalene er fokusert på kampene som dekkes. I stedet for samtalen som hovedinnhold, blir det fotballkampene.

3. METODE

Her vil jeg gjøre rede for metoden jeg skal bruke for å svare på problemstillingen min.

3.1 Faglitteratur

TV-formater av Ole Hedemann

Ole Hedemann er professor ved Høgskolen i Innlandet ved fakultet for audiovisuelle medier og kreativ teknologi på Lillehammer. Han har jobbet mye med formater og tidligere vært prosjektleder for formatutvikling i NRK. Dermed også vært ansvarlig for norske formater som «SKAM» sin internasjonale distribuering. I boka si om TV-formater forklarer han hva et TV-

format er, og nevner The Wit sine suksesskriterier, som jeg skal bruke til å analysere FotballXtra.

Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting av Robert McKee

Robert McKee er en verdensberømt forfatter og foreleser. I 2015 ble 20 av hans tidligere seminar deltakere nominert til en Oscar (McKee Story, 2015). Jeg vil bruke mye av hans arbeid når jeg analyserer dramaturgien i programmet.

3.2 Kvalitativ Metode

«Kvalitative metoder går i dybden, mens de kvantitative søker i bredden.» (Aase & Fossaskåret, 2018, s. 11)

For å løse problemstillingen min trenger jeg å gå inn i dybden og da passer kvalitativ metode bedre enn kvantitativ.

3.2.1 Kvalitativt Intervju

«Det kvalitative forskningsintervjuet søker å forstå verden sett fra intervjupersonenes side.» (Kvale & Brinkmann, 2018, s. 20)

For å finne ut mer om produksjonen og tankene bak programmet har jeg intervjuet Jan-Henrik Børslid. Børslid har jobbet som fotball-ekspert og programleder i TV2 i 17 år. For 2023/24 sesongen i Eliteserien er han en av programlederene på *FotballXtra*, og er i tillegg med å lede andre fotball-program på TV2 som *FotballPunch*.

3.2.2 Tekstanalyse

«Å analysere betyr å stille spørsmål til noe og forsøke å finne svar. I tekstanalyser stiller forskeren spørsmål til teksten, spørsmål som springer ut av et ønske om å vite noe om en bestemt tekst» (Østbye, Helland, Knapkog, & Larsen, 2007, s. 57)

I analysen min vil jeg ta utgangspunkt i The Wit sin «*How to Create a Hit Format in 10 Lessons – The Definitive Guide*» (The Wit, 2016). The Wit er et medieanalyseselskap som analyserer TV-bransjen og supplerer informasjon til ulike kringkastere. De informerer om nye program, prosjekter i utvikling og skal hjelpe å finne nye program.

Selskapet lagde en guide på å lage et format, og i andre kapitel av guiden nevner de 5 suksesskriterier:

1. Tittel
2. Identitet
3. Livsendring
4. Dramaturgi
5. Unikt

Det er ved hjelp av disse 5 punktene jeg skal svare på problemstillingen min.

4. KONSEPTBESKRIVELSE

FotballXtra er et direktesendt sportsprogram som følger Eliteserie-runden før kampstart, under kampen, og etter kamp. Det er en studioproduksjon som tar form i et talkshow, men som også viser bilder fra kampene som går. Det gir seeren mulighet til å følge med på alle kampene på likt. Det er som oftest to eller tre eksperter, og en gjest. Gjestene varierer veldig, med alt fra tidligere fotballspillere, fotballtrenere og nåværende fotballspillere.

Før kampstart bygger programledere og gjester opp til de ulike kampene. De gjør dette på ulike måter, blant annet ved å snakke om de beste spillerne fra lagene, forklarer hvordan lagene matcher opp og hvilke momenter seerne skal få med seg. Under kamp får de ulike programlederne hver sin kamp de skal følge med på, og gir seeren konstante oppdateringer om kampen. Hvis kampene er rolige, og det er lite mål snakker de ofte om spesifikke spillere, og hvilke av lagene som har sett dårlige eller bra ut så langt. Til pause får vi en oppklaring av hvordan de ulike kampene har gått, om noe spesielt spennende har skjedd tar de opp det igjen. Etter kamp får vi en nedtrapping og konklusjon på alle kampene. Da ramser programlederen opp de ulike kampene, og får innspill fra eksperter og gjest om dem.

5. ANALYSE

Her vil jeg gjøre en analyse av *FotballXtra* ved å se på de tidligere nevnte suksesskriteriene til «The Wit»

1. Tittel

En kraftfull, enkel og tydelig tittel som er lett å forstå og huske.

2. Identitet

En gjenkjennelig identitet i både lyd og bilde, inkludert ingredienser som logo, studio og musikk slik at publikum umiddelbart skjønner hva de ser på.

3. Livsendring

Et potensial for livsendring. Hvis deltagelse kan bety absolutt alt for de medvirkende, vil det også bli fascinerende for publikum.

4. Dramaturgi

En dramatisk konstruksjon som spiller på følelser, skaper spenning og som gjør at publikum blir værende for å se hvordan historien ender.

5. Unikt

En evne til å stå ut som annerledes. De mest suksessrike formatene fremstår som at de bringer noe nytt til markedet.

(The Wit, 2016)

5.1 Tittel

«En kraftfull, enkel og tydelig tittel, som er lett å forstå og huske» (The Wit, 2016). En tittel som skaper interesse, forklarer hva programmet går ut på og et navn man ikke lett glemmer. *FotballXtra* har beholdt navnet sitt lenge, selv om adapsjoner av programmet som *FotballXtra Europa* har endret navn til blant annet *Målshow*.

«Tittelen har ikke endret seg, selv i årene vi ikke kunne vise kamper, har tittelen holdt seg. Det er en kraft i tittelen som skaper tydelige assosiasjoner til fotballen» (Børslid, 2023).

Selv når programmet har endret seg drastisk, har navnet alltid blitt igjen. Nå som TV2 har rettighetene igjen, og får vise kampene de snakker om. Det er en veldig tydelig tittel som forklarer hva du får ut av programmet. Ekstra fotball. Man får all fotballen fra en runde i et program, istedenfor å måtte følge med på hver enkelt kamp selv.

«A title is the marketing centerpiece that “positions” the audience, preparing it for the experience ahead» (McKee, 1998)

Noe tittelen *FotballXtra* gjør veldig bra. Tittelen er kort, og veldig enkel. Den forklarer hva du kommer til å få ut av programmet, men man sitter også igjen med spørsmål som: Hvilken fotball? Hvilken liga? Hva er det som gjør det Xtra? Noe som kan bidra til å skape engasjement fra seerne. X-en kan også skape assosiasjoner til x-faktor, noe som beskriver et spesielt talent.

5.2 Identitet

«Programmet bør ha en gjenkjennelig kvalitet både i lyd og bilde, inkludert ingredienser som logo, lokasjon og musikk, slik at publikum umiddelbart skjønner hva de ser på.»

(The Wit, 2016)

Elementene i programmet skal sammen gjøre det enkelt å forstå hva du ser på. Dette kan være deltakere, scenografi, grafikk, lydeffekter m.m. Alt dette støtter opp mot en identitet programmet skal ha.

Jeg vil ta for meg de ulike måtene *FotballXtra* gjør seg gjenkjennelig på. Hovedsakelig gjøres dette igjennom: Målgruppen, programledere, studio, grafikk, lydeffekter og musikk.

5.2.1 Målgruppe

FotballXtra har en veldig åpen målgruppe, alle som liker eller vil se fotball. Det viser også i studio, hvordan kommentatorene ikke sitter og snakker for mye om statistikk, eller de minste momentene i kampene. De er mer generelle og forklarer kampene på en måte som er forståelig for de fleste.

«Det er ikke noe begrensning på hvem som kan være glad i fotball. Vi vil gjøre mest mulig folk interessert i fotball, så *FotballXtra* har ingen hovedmålgruppe» (Børslid, 2023)

Dette kan ha positive og negative effekter, nye fotballfans som ser på *FotballXtra* kan lære en del og forstår det meste som blir sagt. Men det kan også føre til at de mer ivrige fotballtilhengerne mister interesse. Når det da blir mer avansert, kan de miste nye fans igjen. Når målgruppen er så åpen kan det bli vanskelig for seeren å identifisere seg med programmet.

5.2.2 Programledere

Børslid forklarer at en stor del av identiteten er programlederne.

«For meg var *FotballXtra* Davy Wathne, han var der så lenge og da fikk man en tydelig person å forholde seg til. Det må være en viss kontinuitet i hvem seerne hører fra og hvem som sitter i studio.» (Børslid, 2023).

Alle programlederne som sitter i studio for 2023 sesongen er profiler fra TV2 Sporten. Det er 3 hovedprogramledere som rullerer oppgaver. Jan-Henrik Børslid, Anne Sturød og Jon Børrestad skal være med på nesten alle sendningene, der 1 av dem drar ut til en av kampene og gjør intervjuer med spillere, fans og trenere.

Utenom disse 3 er det stor variasjon i hvem som sitter i studio, men kontinuiteten i hovedprogramleder er veldig viktig for å gjøre programmet gjenkjennelig. At seeren alltid har 1 ansikt man gjenkjenner fra tidligere program hjelper på.

Noen av profilene som har vært med i studio i 2023 sesongen er: Erik Thorstvedt, Yaw Amankwah, Jesper Mathiesen og Marius Skjælbæk. Dette er ikoner innen norsk fotball.

5.2.3 Studio

Studio til *FotballXtra* (fig.1) består av to skjermer i bakgrunnen og en mindre skjerm i forgrunnen. På den minste skjermen ligger tittelen *FotballXtra*. I skjermene bak ligger grafiske elementer fra introen til programmet.

Her sitter 4 av programlederne, eller 3 sammen med en gjest. Det er også et mindre studio ved siden av som blir brukt når alle kampene i en runde skjer på samme dag. (fig.2) Denne posisjonen har også skjerm i bakgrunnen, som har grafiske elementer i.

Dette er et av TV2 sine sports-studioer, så det kan skape gjenkjennelighet. Det som er annerledes for *FotballXtra* er de faste sitteposisjonene, skjermene i bakgrunnen og forgrunns elementet. Dette går igjen i hver episode som gjør at *FotballXtra* sitt studio skiller seg ut.



Figur 3 FotballXtra Studio

Figur 4 FotballXtra mindre studio

5.2.4 Grafikk

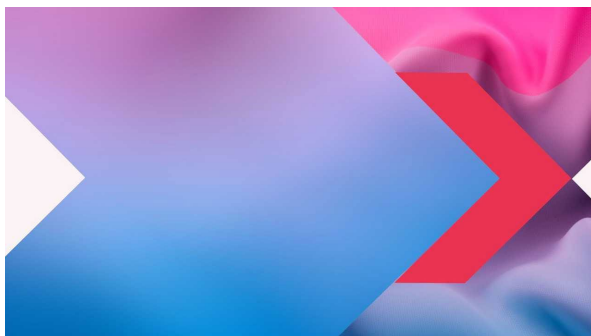
FotballXtra har en veldig tydelig grafisk profil. De bruker farger som rød, blå rosa og lyseblått. Tydelige kontrastfarger, rødt mot blått og rosa mot lyseblått. (fig.3) Kontrasten kan assosieres med kontrasten mellom lagene i en fotballkamp. Rødt symboliserer energi, lidenskap og kjærlighet (Mørstad & Tschudi-Madsen, 2023). Det kan påvirke seerne og skape kjærlighet og lidenskap for fotballen. På den andre siden symboliserer blått trofasthet og stabilitet (Mørstad & Tschudi-Madsen, 2023). Dette kan gi programmet troverdighet, spesielt til programlederne. Rødt og blått har også sterke assosiasjoner til fotballen, de vanligste draktfargene i Eliteserien og Premier League er rød og blå.

Vignetten bruker disse fargene og slutter på tittelen *FotballXtra* før man kommer inn til studio med samme grafikk fra introen som ligger i skjermene bak. Dette skaper en sammenheng og gjenkjennelighet.

Det ligger en L-bar over hele sendingen som viser blant annet stillingen i kampene, hendelser som mål, gule kort og bytter, lagoppstillinger og statistikk til spillere eller lag. (fig.4)

De har ulike wiper, altså grafiske overganger, blant annet en som viser en X som flytter seg inn i midten av bilde for å symbolisere Xtra. Den andre wipen de bruker har grafiske elementer fra introen i bakgrunnen og logoer til lagene som spiller kamp i forgrunnen.

FotballXtra gir oss konstante påminnelser om hva vi ser på ved hjelp av farger og grafiske elementer.



Figur 3 FotballXtra Fargeprofil



Figur 4 FotballXtra L-Bar

5.2.5 Lydeffekter og musikk

Sangen som spiller i vignetten, legger seg som et teppe 2 minutt inn i sendingen. Her brukes Eliteserien sin offisielle hymne, så den er mer gjenkjennbar som Eliteserien enn *FotballXtra*. Det gir gjenkjennbarhet til fotballen, men ikke nødvendigvis til programmet.

Slutten av vignetten har et publikumsbrøl som skaper masse assosiasjoner til fotball og fans på stadion. Den er veldig distinkt for *FotballXtra*.

Når det kommer til lydeffekter, spilles det ikke mye igjennom sendingen. Det går hovedsakelig i stemmene til programleiderne, men når et lag scorer har *FotballXtra* et pling som er gjenkjennelig.

5.3 Livsendring

Dette punktet passer mer inn for gameshow, der å vinne kan bety masse penger og endring for livsstil.

«Et potensiale for livsendring. Hvis deltakelse kan bety absolutt alt for de medvirkende, vil det også fascinere for publikum» (The Wit, 2016)

Spenningen kommer av at hele livet til en person kan endres og seeren føler empati. En slik tydelig gevinst finnes ikke i *FotballXtra* men deltakelse kan muligens bety mye for medvirkende.

For å vite om *FotballXtra* treffer på dette punktet må «deltakeren» defineres. Er det programleder eller gjest i studio? Da er det i grunn ikke potensiale for livsendring. Det kan argumenteres at fotballspillere som er i studio som gjester kan få en eventuell ny karrierevei. Men det gjør det nok ikke fascinerende for publikum.

Hvis man derimot ser på lagene og spillerne i kampene som deltakere i programmet kan de være med å fascinere publikum. Publikum stiller seg bak lagene sine, og går igjennom de samme følelsene som laget i en kamp. Potensialet for livsendring ligger der for lagene og spillerne, spiller de bra kan de vinne ligaen, som kan igjen føre til overganger til større klubber.

Men spillerne og lagene er i grunn ikke deltakere på *FotballXtra*. De er deltakere i en fotballkamp, som igjen dekkes av *FotballXtra*.

5.4 Dramaturgi

Uten historie og følelser klarer man ikke å holde på seerne. Det må dannes konflikter og vendepunkter i sendingen som gjør at seeren blir emosjonelt investert.

«En dramatisk konstruksjon som spiller på følelser, skaper spenning og som gjør at publikum blir værende for å se hvordan historien ender.» (The Wit, 2016)

Programmet må ha en slags kurve, noe som holder på oppmerksomheten til seer. Noe må stå på spill slik at følelsene til seeren blir rørt. Det er her jobben til programlederne i *FotballXtra* ligger.

«The Inciting Incident, the first major event of the telling» (McKee, 1998, s. 181)

For *FotballXtra* blir den første hendelsen kampstart. Programlederne trekker frem historier fra alle de ulike kampene som spilles den dagen. De tar for seg hver kamp en etter en, til den største kampen. Drar frem statistikk fra tidligere kamper, spillere som er skadet, endringer i lagoppstilling og ulike storylines fra kampene. Dette alt for å bygge opp de ulike konfliktene til hver kamp. Et eksempel fra 3.serierunde:

Aalesund – Bodø/Glimt – Aalesund 0 poeng på 2 kamper, møter et sterkt, men svekket Bodø/Glimt lag på grunn av skader. (FotballXtra 3.serierunde, 2023)

Forklarer at Aalesund ikke har sett bra ut så langt, men har muligheten mot et svekket Bodø/Glimt lag. Forventningen blir Bodø/Glimt seier, men skadene er et lys i tunnelen for Aalesund.

De må passe på å skape noe til alle kampene fordi alt skal dekkes. Det er før kamp programlederne kan kontrollere historien. De kan ikke kontrollere hva som faktisk skjer i kampene, men de kan lage historier rundt det som skjer. Et eksempel fra 2.serierunde. Etter å ha introdusert Bodø/Glimt – Stabæk som en vanskelig kamp for Stabæk. Scorer Bodø/Glimt i andre minutt. Så bekrefter de akkurat det de fortalte oss tidligere. «Det kan bli en lang lang kveld for Stabæk» (FotballXtra 2.serierunde, 2023). Kampen føles dermed over allerede 2 minutt inn i kampen. Her kunne man heller prøvd å holde på spenningen, og forklare at det bare var spilt 2 minutter og det fortsatt var lenge igjen av kampen.

Noe annet de gjør allerede før kampstart for å skape konflikt og spenning er å spare toppkampen til sist. De snakker seg rundt alle kampene frem til «toppkampen». De kommer så mer tilbake til toppkampen i forhold til andre kamper i løpet av sendingen.

Etter første serierunde var programlederne og produksjonen usikre om hvordan de skulle holde på spenning når det blir gjort mål.

«Vi har et valg mellom å skrike ut at det er mål også vise målet til seeren, eller å vente til replisen er klar også vise målet i etterkant. Noen ganger vil vi holde på spenningen og si at det er mål, men ikke spesifisere kamp eller lag.» (Børslid, 2023)

Det kan skape masse følelser hos seeren hvis man får høre stadion skrike og juble, mens man holder på spenningen av hvem det er.

Som nevnt kan programledere ikke kontrollere hva som faktisk skjer under kampen. Så de må ha en måte å beholde spenningen på, å beholde seere. Hva som skjer videre i historien bestemmes av lagene. Så alle programlederne må ha kontroll på hva som skjer i sin kamp.

«Vi vil forklare kampbildet, hva som har skjedd de siste 5 minuttene, forventningene vi hadde inn til kamp, og hvor annerledes kampen har blitt. Vi vill trekke seeren inn på stadion.» (Børslid, 2023)

Det er viktig for programlederne å skape en sammenheng i kampene. Slik at seeren får en følelse av endring og at ting beveger seg fremover. *A story without a sense of progression tends to stumble from one scene to the next* (McKee, 1998, s. 301)

I periodene der det ikke skjer noe stort i kampene må det fortsatt føles som kampen har endret seg. Kamper endrer seg selv om stillingen ikke gjør det. En 0-0 kamp ser ikke lik ut alle 90 minuttene.

Når første omgang er ferdig går vi til pause som også blir en pause i historien. Historien av første omgang er ferdig, og spenningskurven stopper opp. Så skal *FotballXtra*-panelet ta oss videre inn andre omgang, hvor vi får oppsummering av hver enkelt kamp, og nye konflikter og forventninger til kampene. Spenningskurven begynner å gå oppover igjen frem til vi når kampslutt, og klimakset.

«Once the climax is in hand, stories are in a significant way rewritten backward, not forward» (McKee, 1998, s. 310).

Klimakset i sendingen kan fort bli et antiklimaks. Programledere bygger konstant opp historier og konflikter, og forklarer hva som skjer i kampen. Men hvis da ingenting skjer og kampen plutselig er over, kan seeren bli skuffet.

Når fulltidsfløyta har gått, blir det jobben til programlederne og jobbe seg bakover i kampen igjen. Stemte det de sa helt fra start? Gikk det slik som forventet? Hva endret seg? Alt dette må programlederne ta opp for seerne, og forklare. Dette blir da forløsningen i sendingen «All films need a resolution, as a courtesy to the audience» (McKee, 1998, s. 314) Seerne må få muligheten til å få oppsummert alt som har skjedd og forstå at nå er kampene over. De går igjennom kampene en etter en og forklarer kort hvordan kampen gikk før sendingen slutter.

5.5 Unikt

For at et format skal bli suksessfullt trenger det å skille seg ut. Det må bringe noe nytt til bordet, som man ikke har sett tidligere.

«En evne til å stå ut som annerledes. De mest suksessrike formatene fremstår som at de bringer noe nytt til markedet» (The Wit, 2016)

Å gi seerne noe de ikke har sett før skaper alltid interesse. En av tingene som gjør *FotballXtra* unikt er muligheten til å få med seg fler kamper på en sending. Seeren kan i teorien sette opp fem-seks ulike skjermer for å ha alle oppe samtidig, men kommer ikke til å klare å fordøye all informasjonen fra samme sending samtidig sier Børslid.

«Vi setter så mange øyne på alle kampene at vi fanger opp hver minste detalj, og må videreformidle essensen i det til seeren. Vi har 12 øyne i studio, vi har mange bak kamera i produksjonen, også har vi folk ute på arena som plukker opp ting. Ideelt sett får seer med seg alt det viktigste fra kampene og noen morsomme ting fra stadion» (Børslid, 2023)

En annen ting som gjør det unikt, er at man får se alt som skjer, ikke bare høre om det. «Find a solution to make up for the weaknesses of previous shows in the same genre» (The Wit, 2016).

I første episode fikk *FotballXtra* masse kritikk for å ikke vise nok bilder av kampene. Når de har det som et mål å få seeren til å føle seg på stadion, var de for mye i studio (Børslid, 2023). Nytt for 2023 sesongen er at *FotballXtra* har rettighetene til alle kampene. I de 3 forrige sesongene fikk ikke TV2 vist bilder fra kampene i det hele tatt. Programmet lå i studio alle 90 minuttene, så snakket programleder og eksperter rundt. Nå kan de vise akkurat så mye som de vil, og det er tydelig at de lærte fra første runde. Når man hopper fra stadion til stadion helt

sømløst, og det gjør det så enkelt å få med seg alt det viktigste. Programledere og ekspertene forklarer hva som skjer, men uten bildene blir det vanskelig å forstå.

Man får også stemningsrapporter fra reporter på stadion som er unikt. Det varierer fra intervju med noen på benken, oppdatering rett fra stadion med fansen som jubler til oppbygging av kampen som starter sent. Et eksempel på dette finner man i første serierunde da Caroline Simonsen, reporter på Tromsø-Molde, har plukket opp på noe som ble sagt fra trener til spiller. Det ble sagt noe om bytte av formasjon, som man ikke hadde fått med seg ved å se på hovedsendingen, men slike ting plukkes opp av *FotballXtra*. (FotballXtra 1.Serierunde, 2023)

En siste ting som gjør *FotballXtra* unikt er gjestene. Det er ikke alltid de har gjest i studio, men i første serierunde var Ulrik Saltnes med. Han spiller på Bodø/Glimt, og var dermed satt opp til å dekke Bodø/Glimt kampen. Dette gir innblikk til laget som ingen andre kan gi. Et eksempel fra kampen: Sarpsborg fikk frispark, så sier Saltnes: «Vi slipper mye inn på frispark så jeg er livredd nå. Motstanderspillerne kjemper alltid for hvem som skal ta frisparket» (FotballXtra 1.Serierunde, 2023). Dette er noe man ikke får ut av spillerne under kampen.

6. KONKLUSJON

Målet med oppgaven var å svare på spørsmålet: *Hvilke suksesskriterier ligger bak programmet FotballXtra?* Med utgangspunkt i de 5 suksesskriteriene til «The Wit» er det tydelig va *FotballXtra* gjør bra, og mindre bra.

Tittelen er enkel, tydelig og kort. *FotballXtra* sier alt du trenger å vite om programmet. Vi får se fotball, og det er noe ekstra. Det ekstra i programmet er mer fotball enn en kamp da det dekker hele runden. Det gir oss også ekstra øyne på kampen ved hjelp av studio, produksjonen og reportere på stadion. X-en i «Xtra» gir også assosiasjoner til spillere med X-faktor. Tittelen fungerer bra og oppfyller dermed punkt 1.

FotballXtra gjør seg gjenkjennelig på flere ulike måter, hovedsakelig er det programledere og fargeprofil. Vi har alltid en fast programleder å forholde oss til, i tillegg til ikoniske profiler som alle norske fotballfans kjenner til. I tillegg er fargeprofilen i studio tydelig og går igjen i

all grafikk. Hymnen som går etter intro skaper assosiasjoner til Eliteserien, som kan være negativt, men det er i grunn det som vises. Det samme gjelder studio som er TV2 sitt sportstudio, men det skiller seg nok ut. Målgruppen kan også til tider være litt forvirrende, da de prøver å treffe alle som liker fotball. Men det forvirrer ikke nok og jeg vil derfor si at *FotballXtra* er gjenkjennelig og oppfyller punkt 2.

Mulighet for livsendring er et punkt *FotballXtra* ikke oppfyller. Det er som nevnt mer tenkt for gameshow og lignende program der man kan vinne noe. Her blir det nærmere den spenningen som blir skapt når man heier på laget sitt som kan sammenlignes. Men det er altså ikke noe mulighet for livsendring i *FotballXtra*, og oppfyller dermed ikke punkt 3.

FotballXtra har en veldig tydelig oppbygging, mye fordi en fotball kamp har tydelig oppbygging. Programlederne må opplyse om hva seer må følge med på fra start til slutten av kampen. De setter forventningene til hver kamp før den starter som er med på å «skape spenning som gjør at publikum blir igjen for å se hvordan historien ender» (The Wit, 2016). Programlederne er flinke å sette forventinger og forhåpninger til hver kamp. De forklarer tydelig endringer fra tidligere kamper og spillere som kan gjøre forskjellen. Man får konstante oppdateringer fra hver kamp for å holde seeren fastlåst til skjermen. Selve sendingen har et tydelig klimaks i det kampen slutter, men det kan også bli et antiklimaks. Selv om det kan bli antiklimatisk, tar *FotballXtra* i bruk virkemidler for å holde på seeren igjennom hele kampen. Jeg mener derfor at punkt 4 er oppfylt.

FotballXtra er et unikt program på mange måter, hoved grunnen er at seeren får muligheten til å følge med på mer enn en kamp om gangen. Med overganger fra kamp til kamp får seeren med seg all fotballen fra Eliteserien runden. Produksjonen plukker opp de minste av detaljer med masse øyne på de ulike kampene, som gir seeren en følelse av å være på hver kamp. En slik dekning får man ikke av noen andre program. Jeg mener derfor at *FotballXtra* er unikt og oppfyller punkt 5.

For å konkludere, *FotballXtra* treffer på 4/5 punkter i «The Wit» sine suksesskriterier. Programmet har en god tittel, det er gjenkjennelig, har en tydelig dramatisk oppbygging som holder på oppmerksomheten til seerne og det er unikt i form av at man får med seg alle kampene på en sending. Dette er suksesskriteriene bak sportsprogrammet *FotballXtra*.

Litteraturliste

- Aase, T. H., & Fossaskåret, E. (2018). *Skapte virkeligheter*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Børslid, J.-H. (2023, April 12). (M. W. Sævareid, Intervjuer)
- FotballXtra 1.Serierunde. (2023). *TV2 Play*. Hentet fra TV2: <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra/fotballxtra-2023-1-serierunde-1853618.html?play=true>
- FotballXtra 2.serierunde. (2023). *TV2 Play*. Hentet fra TV2: <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra/fotballxtra-2023-2-serierunde-1855008.html?play=true>
- FotballXtra. (2023).
- FotballXtra. (2023). *Figur 1*. Hentet fra TV2: <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra/fotballxtra-2023-3-serierunde-1857021.html?play=true>
- FotballXtra. (2023). *Figur 2*. Hentet fra TV2: <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra/fotballxtra-2023-1-serierunde-1853618.html?play=true>
- FotballXtra. (2023). *Figur 3*. Hentet fra <https://sumo.cdn.tv2.no/imageapi/v3/img/5a2e482f498e83e6e2322c0a-1682578886920?location=identity16x9&quality=50&width=1280&height=720>
- FotballXtra. (2023). *Figur 4*. Hentet fra TV2: <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra/fotballxtra-2023-1-serierunde-1853618.html?play=true>
- FotballXtra 3.serierunde. (2023). *TV2 Play*. Hentet fra TV2 : <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra/fotballxtra-2023-3-serierunde-1857021.html?play=true>
- Hauger, K. C., & Andersen, J. (2020, Desember 18). *Kampanje*. Hentet fra TV2 blir seriemester i norsk fotball - overtar rettighetene fra Discovery for 4,5 milliarder: <https://kampanje.com/medier/2020/12/tv-2-overtar-fotballrettighetene-fra-discovery/>
- Hedemann, O. (2018). *TV-Formater*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2018). *Det kvalitative forsknings-intervju*. Oslo: Gyldendal.
- McKee, R. (1998). *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. New York: Harper-Collins Publishers.
- McKee, R. (2015). *McKee Story*. Hentet fra http://mckeestory.com/recent-awards/?utm_source=gap&utm_medium=eblast-feb-2-2015&utm_campaign=spring&utm_content=nominees
- Mørstad, E., & Tschudi-Madsen, S. (2023, Februar 23). *Fargesymbolikk*. Hentet fra Store norske leksikon: <https://snl.no/fargesymbolikk>
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., & Larsen, L. O. (2007). *Metodebok for Mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Syvertsen, T., & Smith-Meyer, T. (2023, Januar 25). *Talkshow*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/talkshow>
- The Wit. (2016, Oktober 5). Hentet fra MipTrends: <https://www.miptrends.com/tv-business/create-hit-format-10-lessons-definitive-guide/>

TV2. (2023). *FotballXtra*. Hentet fra TV2 Play: <https://play.tv2.no/sport/nyheter-og-magasiner/fotballxtra>