

# Innhold

|   |    |
|---|----|
| <b>Forord</b> .....   | 5  |
| <b>TV-formater - en introduksjon</b> .....                          | 15 |
| Spennende, kjedelig, innovativt, tradisjonelt, viktig og dumt ..... | 17 |
| Hva selges og hvorfor vil kundene ha det? .....                     | 19 |
| Hva er et TV-format? .....  | 24 |
| Hva er et formatelement eller en formatstolpe? .....                | 32 |
| Bli rik! Kanskje .....  | 33 |
| <br>  |    |
| <b>Kapittel 1</b>   |    |
| <b>Formatenes historie - fra hobby til industri</b> .....           | 37 |
| Veien mot en ny industri: en angloamerikansk affære .....           | 38 |
| TV-formatets fødselsdag .....                                       | 39 |
| Formatenes inntogsmarsj i Norge .....                               | 41 |
| Formater overalt! .....   | 44 |
| Norsk formateksport .....   | 47 |
| Verdensklasse? .....  | 50 |
| <br>  |    |
| <b>Kapittel 2</b>   |    |
| <b>Formatenes sjangre - fra selskapsleker til SKAM</b> .....        | 53 |
| Gameshow og quizshow .....  | 56 |
| Hva er et gameshow? .....   | 58 |
| Gameshow fra tidenes morgen .....                                   | 60 |
| Utvalgte høydepunkter innen gameshow .....                          | 61 |
| Skandaler og kollaps: Quizshow som avtalt spill .....               | 63 |
| Gameshow danner grunnlaget for en ny, global industri .....         | 66 |
| Fra Cash Mountain til Who Wants to Be a Millionaire? .....          | 68 |
| Gameshow inn i et nytt årtusen .....                                | 72 |

|   |     |
|---|-----|
| Reality med konkurranse .....                               | 73  |
| Hva er Reality-TV? .....                                    | 74  |
| Dagen Reality-TV blir født .....                            | 76  |
| Selger: fire sider papir og 60 sekunder på tape .....       | 78  |
| Kjøper: - Noe hogg til i magen .....                        | 80  |
| Fra kjøp til skjerm .....                                   | 83  |
| Fra skandale til suksess .....                              | 84  |
| Reality-TV som dikterer deltageres oppførsel .....          | 86  |
| Survive var bare begynnelsen, men kunne vært slutten .....  | 90  |
| Storebror ser deg: Big Brother .....                        | 92  |
| Big Brother til Norge .....                                 | 96  |
| Talentkonkurranser .....                                    | 100 |
| Hva får deg til å tro at du kan synge? .....                | 101 |
| Idol som format .....                                       | 103 |
| Reality uten konkurranse, sosiale eksperimenter .....       | 105 |
| Eksperimentene adresserer gjenkjennelige utfordringer ..... | 106 |
| Ferdighetsformater .....                                    | 109 |
| Mat i mengder .....   | 109 |
| Hus, hage og eiendom .....                                  | 111 |
| Lett underholdning og dating .....                          | 113 |
| Kjærligheten er verdens sterkeste drivkraft .....           | 114 |
| Comedy panel show .....                                     | 115 |
| Scripted formats .....                                      | 117 |
| Hvorfor Scripted formats? .....                             | 119 |
| Nordic noir .....   | 121 |
| Andre kjente dramaformater .....                            | 123 |

### **Kapittel 3**

|   |     |
|---|-----|
| <b>Formatindustrien - formatenes hvem, hva, hvor</b> .....            | 127 |
| Formatdistribusjon er en ung business .....                           | 128 |
| Hva er, og hva gjør et distribusjonsselskap? .....                    | 129 |
| Distribusjonsavtaler .....  | 131 |
| Hvordan selges TV-formater? .....                                     | 134 |
| MIPCOM, MIPTV og andre markeder .....                                 | 138 |
| Hva selges og når får du pengene? .....                               | 142 |
| Hvilken distributør? Hvem finnes? .....                               | 144 |
| Markedsovervåking og bransjepresse: en grei måte å følge med på ..... | 149 |

## Kapittel 4

|   |     |
|---|-----|
| <b>Skal vi formatere? Å utvikle et format</b> .....   | 153 |
| «The Big 5» for ideutvikling .....  | 156 |
| The Big 5/1: Det mangler ideer – World Cafe .....   | 157 |
| The Big 5/2: Vi har en ide, skaff oss en pitch – NABC workshop .....                                | 159 |
| The Big 5/3: Vi har programmet, forny det – Baltimore-metoden .....                                 | 172 |
| The Big 5/4: Vi har det meste, men hvordan fortelle historien<br>– Historier som virker (HSV) ..... | 175 |
| The Big 5/5: Vi trenger bevis på at dette fungerer – pitch til pilot .....                          | 180 |
| Verdensklassemodellen .....   | 182 |
| Design Thinking .....   | 183 |
| STEPPS .....  | 185 |
| 360 kverna .....  | 187 |
| Lag innhold i verdensklasse! .....  | 188 |

## Kapittel 5

|   |     |
|---|-----|
| <b>Produksjonsbibelen – formatenes hellige gral</b> ..... | 191 |
| Produksjonsbibelens innholdsfortegnelse .....             | 192 |
| Case: Produksjonsbibelen til Teenage Boss .....           | 195 |
| Teenage Boss – formatstruktur og innhold .....            | 196 |
| Teenage Boss – formatet scene for scene .....             | 200 |
| Teenage Boss – intervjumaler .....                        | 210 |
| Teenage Boss – medvirkende .....                          | 211 |
| Teenage Boss – castingprosessen .....                     | 214 |
| Teenage Boss – økonomien .....                            | 217 |
| Teenage Boss – produksjonen og budsjett .....             | 218 |
| Teenage Boss – vedlegg til produksjonsbibelen .....       | 221 |
| Et stort og viktig stykke arbeid .....                    | 221 |

## Kapittel 6

|  |     |
|--|-----|
| <b>Formater og jus – hva kan beskyttes og hvordan?</b> .....     | 225 |
| De takket nei – og så stjal de den! .....                        | 229 |
| Ta med deg noen som kan det! .....                               | 231 |
| Opphavsrett, kopier og inspirasjon .....                         | 233 |
| 11 velmente råd på veien .....                                   | 236 |
| Opsjoner og lisenser: ditt format som juridisk handelsvare ..... | 241 |
| Noen viktige begrep i opsjons- og lisensavtaler .....            | 245 |
| Konsultasjon og kvalitetskontroll .....                          | 246 |

**Kapittel 7**

**Framtidens formater - er SKAM en veiviser?** ..... 249

Konformitet, konservatisme og konsolidering vs. kreativitet og kvalitet ..... 251

Kunstig åndedrett? ..... 253

Demokratisering av mediene gir bransjen nye utfordringer ..... 255

Mer penger og mindre innblanding: de nye globale spillernes makt ..... 256

En sørgelig sammenheng ..... 258

Ingenting trumfer suksess ..... 260

**Ordliste** ..... 263

**Litteratur** ..... 271

**Stikkordregister** ..... 273

**TV-formater/programtitler**..... 276

**Personnavn**..... 280