

Læs bogen – køb kassetten!

Hjemmebiografens nyeste vidundere og forhistorien



af Peter Risby Hansen

Et salgs-baseret videomarked (køb til ejendom) er så småt ved at slå igennem herhjemme. Men inden man hælder samlingen af paperbacks ud af bogreolen for istedet at fylde den med spillefilm på videokassetter, er det måske værd at spekulere på om standard vhs nu også bliver 90ernes hjemmevideo system. Og mens man spekulerer, kan man så glædes eller græmmes over historien om hvordan biograffilmen, sådan omtrent, er gået hen og er blevet billobogens elektroniske arvtager!

Den moderne filmforbruger har et ønske om en høj grad af selvbestemmelse, når det gælder hvornår, hvordan og under hvilke forhold, der skal ses film. Det viste det boom, som udlejningen af film på video oplevede igennem 80'erne, et ti-år hvor hele 38.3% af husholdningerne herhjemme nåede op på at eje en videomaskine. Men nu synes udlejningsbranchens bonanza at have nået et vendepunkt – sidste år faldt omsætningen med hele 35% i Danmark. Det er vanskeligt at slå ned på konkrete grunde til dette betragtelige fald, der selvfølgelig delvist skyldes de senere års markante ændringer (forbedringer) på TV-fronten: En ny landsdækkende TV-station (TV-2), hybridnettets langsom-

me men sikre fremmarch, div. pay-TV stationer med stort udbud af film og serier samt et øget antal private parabolantennener. I lande med tilsvarende eller formentlig endnu større TV-udbud har branchen dog ikke oplevet tilsvarende tilbagegang. Der har følgelig været hvisket i krogene, at situationen også har kunnet skyldes 'Big Brother'-tendenser hos Foreningen af danske Videogramdistributører i forholdet til forhandlernetet.

Fra USA via England, traditionelt et stort videomarked, er imidlertid den ultimative løsning når det gælder selvstyrende filmindtagelse nået til Danmark: salgskassetten! Her kan videodistributørerne meget vel finde deres redning, men for den traditionelle videobutik baseret på udlejning vil det betyde at man nu kommer til at opleve konkurrence fra radiobranchen, pladebutikker, postordrefirmaer, stormagasiner, kiosker m.m.

Hollywood versus video

Inden videokassetten med den præindspillede film kunne ende i privateje skul-

le den imidlertid grueligt meget ondt igennem. Det hele startede tilbage i 1976 med Sonys lancering af sin Betamax videoptager beregnet til det private konsum-marked. I september '76 fandt Universal/MCAs præsident Sidney Sheinberg et brev på sit skrivebord. Brevet indeholdt et udkast til en reklame, der med Universals tilladelse ville blive bragt i dagspressen: 'Now You don't have to miss Kojak because you're watching Columbo (or vice versa)', og reklamen endte med ordene: 'Betamax – It's a Sony'.

For Sheinberg var det dog ikke et spørgsmål om han ville tillade Sony at bruge titlerne på to af Universals populære TV-serier i deres reklame, men derimod om copyright reglerne i det hele taget gav Sony hjemmel til at fremstille og sælge en maskine, der satte den menige TV-seer i stand til, efter forgodtbeholdende, at skalte og valte med Universals copyrightede udsendelser!

Resultatet blev at Universal sammen med Walt Disney Productions lagde sag an mod Sony. Uden at deltage som sagsøger, bidrog Warner Brothers med økonomisk støtte til Disney og Universals sagsomkostninger. Målet med sagsanlægget var, hvis det ikke var muligt helt

at få stoppet videomaskinernes fremmarch, så dog i det mindste at få dem belagt med en royalty, som skulle gå til filmindustrien, der nu ville lide ubodelig skade, da den ikke længere 100% ville kunne kontrollere sine rettilhedsbeholdede film og TV-serier.

Dette sagsanlæg udviklede sig til et syv år langt episk rytterslag, der bølgede frem og tilbage i retssalene op igennem hele det amerikanske retssystem, for at ende i højesteret og kongressen. Her kom bataljen til at beskæftige betydeligt flere lobbyister end selv Landbrugsrådet kan mønstre i Bruxelles. I Universals (d.v.s. Hollywoods) ringhjørne stod 'the Copyrightists', forbitret anført af Jack Valenti, præsidenten for M.P.A.A. (Motion Picture Association of America). Valenti krævede den japanske helvedesmaskine, der truede med at forvandle USA til en 'underholdningsørken', belagt med royalty, der ville hæmme dens altødelæggende fremfærd. På Sonys side stod 'the Home Recorders', anført af den dygtige forsvarsadvokat Dean Dunlavey samt opbakket af flere forbrugerorganisationer.

Endelig i 1984 fik 'the Home Recorders' medhold i både højesteret og kongressen, der herved bekræftede en tidligere dom om, at videooptagelser beregnet til senere indtagelse i borgernes egne hjem var såkaldt 'fair use' af en videobåndoptager. Denne afgørelse tog sandsynligvis også hensyn til det potentielt brandfarlige ved at pille ved et produkt, som alt imens retssagen løb i den grad havde vundet indpas i befolkningens hjem og hjerter.

For Sony blev det lange og opslidende slagsmål imidlertid ikke omkostningsfrit, Sony havde med minimal støtte fra den øvrige elektronikindustri alene måtte bære sagens mange udgifter. Hvad værre var, man måtte lide den tort at se sig overhalet indenom af et konkurrerende produkt. I 1978 slog den magtfuldt Matsushita koncern stort igennem på det amerikanske marked med sin VHS (Video Home System) videomaskine, solgt under mærker som General Electric, Sylvania, Selecta Vision (RCA) o.s.v. Denne nye video var udviklet hos en af Matsushitas små underafdelinger JVC (Victor Company of Japan), og tilbød essentielt de samme features som Betamax, samt lavere udsalgspris og længere spilletid, hvilket allerede i løbet af 1979 førte til markedsdominans.

Selvom det kun var få af Hollywood-selskaberne, der delte Sidney Sheinbergs patologiske had til videomaskinen, så var holdningen til den nye ukontrollerbare teknologi nogenlunde



Metronome Videos lancering af salgskassetten. Såvidt vides er det dog kun kassetterne, der er til salg!

ens: Frygt! Hollywood havde stolte traditioner for at bevare den fulde kontrol over sine produkter, en holdning, der afspejlede i et af de første famlende amerikanske forsøg på en videomaskine, Cartrivision, i 1973. Cartrivision var en primitiv video, dog med mulighed for at lave optagelser. Men det var ikke dette aspekt, der blev fremhævet. Det blev derimod et bibliotek på 200 filmtitler til udlejning. Og for at sikre Hollywood økonomisk andel i hvert eneste gennemsyn af disse kassetter, var de udstyret med en mekanisme, der umuliggjorde tilbagespoling af båndet når det først var set igennem én gang! Denne maksimale kontrol og minimale brugervenlighed faldt i så ringe grad i forbrugernes smag, at systemet blev et flob af de mest miserable.

Meget betegnende var det derfor heller ikke Hollywood, men en udenforstående privat entreprenør, Andre Blay, der som den første forstod at udnytte de gennemslagskraftige japanske videosystemers oplagte muligheder for at blive spillefilm-bærende medier. Blay havde en mindre kopieringscentral i Michigan, hvor han primært lavede U-matic-kopier for professionelle kunder. Han forfattede nu et brev, hvori han forhørte sig om muligheden for at kopiere og sælge spillefilm på videokassetter. Brevet blev sendt til samtlige Hollywood-studier, med Universal som eneste undtagelse!

Dette at skille sig af med en titel, ved direkte salg til et forevisningssted eller en distributør, havde studierne, ved

Edisons mellemkomst, totalt opgivet mere end 60 år tidligere, og den nye politik, der udtrykkeligt gik ud på kun at sælge retten til 'at forevise', havde man siden haget sig fast til. Blay fik derfor kun et enkelt positivt svar, nemlig fra Twentieth Century-Fox. Fox havde været igennem syv magre år og var klar til friske ideer. Man gav derfor Blay mulighed for, ud af et bibliotek på 100 filmtitler, der alle var i TV-distribution, at udvælge 50. Kontrakten blev underskrevet i sommeren '77, og Blay betalte et forskud på \$300.000, og forpligtede sig til et årligt royalty til Fox på minimum \$500.000. Han dannede nu selskabet Magnetic Video og begyndte at sælge titler som *The French Connection*, *M*A*S*H* og *The Sound og Music*. Og i løbet af det første år havde han solgt 250.000 kassetter trods priser på henholdsvis \$49.95 og \$69.95.

Kort tid efter Magnetic Videos succes kom en anden privat entreprenør, George Atkinson, på den tanke, at hvis folk var villige til at betale op imod \$70 for at eje en film på videokassette, så måtte der være et endnu større publikum, der ville have interesse i at leje en kassette formedelst nogle få dollars. Atkinsons teori viste sig at holde stik, og små videoutlejningsbutikker skød op som paddehatte, først i byer som Los Angeles og New York, sidenhen over hele landet.

Der var nu gået hul på bylden, flere og flere selskaber udsendte deres filmtitler på video, men i kølvandet på denne udvikling fulgte nye magtkampe. I denne omgang mellem Hollywood og videoutlejerne. Striden gik bl.a. på, om udlejerne skulle kunne erhverve videokassetterne til ejendom fremfor at skulle leje dem af distributørerne. Indledningsvis var det de store Hollywood-selskaber, der i dette spørgsmål tabte terræn. Hollywood, der allerede i Betamax-sagen havde fået et image-problem, turde ikke fare frem med bål og brand overfor udlejerne. Én ting var at bekæmpe de vederstyggelige japanere og deres underholdningselektronik, noget andet at gøre forsøg på anslag mod tusindtallige 'mom and pop stores' – det ville trods alt rime for dårligt med den amerikanske forkærlighed for privat foretagsomhed.

Nu i 1990, på sikker afstand af alle disse begivenheder, kan man selvfølgelig med slet skjult moro iagttagelse hvordan den indledende antagonisme mellem Hollywood og video-mediet er blevet vendt til den totale forbrødring. Forklaringen kan findes i statistikkernes kolde kolonner: I 1989 tjente de amerikanske rettighedshavere \$4.1 mia. på Home Vi-

deo, hvorimod det tilsvarende tal for Cable TV var \$2 mia og for biografernes vedkommende 'sølle' - \$1.9 mia.

Salgskassetten ta'r over

Hvor videokassetens imponerende omsætning op igennem 80'erne primært havde udlejningsmarkedet som dynamo, så er der nu 'a new guy in town' og navnet er sell-through!

Udviklingen i USA og England synes igen at være vendt til, at folk ønsker at have filmen stående i bogreolen til evig arv og eje. I USA udsendes de stærkeste titler på video ganske få måneder efter biografpremieren som regel til den horrible pris af \$89.98! (selv til denne pris sælger store titler op mod 300.000 eksemplarer). Prisen falder dog hurtigt til et leje på omkring de 20 dollars. I 1989 nærmede filmbranchens indtjening i Amerika på sell-through sig kraftigt indtjeningen på udlejningssiden. Salgsmarkedet stod for en samlet omsætning på \$2.5 mia. og udlejningen tegnede sig for \$9 mia. Men for at forstå disse tal skal man tage højde for, at filmselskabernes netto-avance på salgskassetterne er meget højere end den profit, der fremkommer via udlejning. I alt steg indtjeningen på sell-through 20% i 1989, hvorimod udlejningen kun kunne præstere en beskedent fremgang på 3%. I England forventes 1990 at blive året, hvor salgskassetternes omsætning, der forventet vil udgøre £550 mio., for første gang vil overgå lejekassetternes omsætning. Stærkt medvirkende til den udvikling er de engelske priser, der gennemsnitligt ligger på £10-15 pr. film. Udviklingen forventes at blive så positiv i USA og England, at titler som *Bambi*, *Batman* og *Hvem snørede Roger Rabbit* tilsammen udsendes i ikke færre end 30 mio. eksemplarer på sell-through markedet!

På forsigtig forsøgsbasis prøver man nu i USA for enkelte større titlers vedkommende at springe udlejeleddet over og udsende filmene direkte som salgskassetter. Således udkommer bl.a. *Indiana Jones og det sidste korstog* samt *Dødbringende våben 2* uden omsvøb som sell-through kassetter. Denne metode har tidligere givet bonus med bl.a. *Top Gun*, der på video tjente yderligere \$40 mio. hjem til Paramount.

Nu er salgskassetten også kommet til Dannevang. Vi har sådan set kendt fænomenet i nogle år, men her har markedet været anført af A-film og pauver TV-animation fra selskaber som Westcon Home Video og VTVideo. Postordrefirmaet Dansk Kupon Service har faldt budt en lang række mere eller mindre tvivlsomme titler, samt enkelte sort/hvide klassikere under diverse



En kassesucces som Arnolds Sidste udkald udsendes i USA direkte på sell-through markedet.

klubnavne som Videoklubben Favoritfilm, Gode film, DKS m.fl. Disse kuponhæfte-klubbers egentlige omsætning menes dog at basere sig på porno i en sådan grad, at seks ud af ti solgte kassetter er pornografi.

Det første egentlige gennembrud i retning af et salgsdomineret videomarked kom, da Metronome Video sommeren '89 udsendte en række dansktekstede A-film til en stk. pris af kr. 198. Denne pris har også konkurrenterne lagt sig fast på. Metronomes skridt trak nemlig hovedparten af Foreningen af danske Videogramdistributører med sig: Esselte, Nordisk A.B. Collection.

Metronome har valgt at lancere filmene i serier som f.eks. Oscar vindere: *Annie Hall*, *Network* m. fl. og Bestsellers: *Verden ifølge Garp*, *Den franske løjtmants kvinde* m. fl. Man kan så undre sig over, hvordan Giacomo Battiatos filmatisering af legenden om korsridderen Orlando Furioso *De uovervindelige kamp* (Hearts and Armour) kan være havnet i science fiction serien! Blandt Esseltes første 29 titler i februar '90 indgik adskillige blockbusters: *Jagten på den forsvundne skat*, *Ghostbusters* og *Mit Afrika*. I maj udsendte man bl.a. *Kærlighed uden ord*, *Spaceballs - rumnødderne* og *Fletch - hva' var navnet*.

Metronome rapporterer, at salget er gået over al forventning. Især stormagasiner, plade- og radio/TV-forretninger har taget salgskassetterne til sig. Både Fona 2000 og TP-musik har opbygget pænt store videoafdelinger, hvor man også kan finde utekstede kassetter im-

porteret fra England (op til 40 kr. billigere end de dansktekstede kopier). Derimod har de traditionelle videoudlejningsforretninger været tunge i opstarten. Trods Metronomes forsikringer om, at salg og leje er to forskellige markeder, har udlejerne frygtet konkurrence fra salgskassetterne og har derfor været uvillige til at gå ind på dette marked. Men faktisk viser en amerikansk undersøgelse, foretaget af det velanskrevne Nielsen-institut, at personer, der jævnligt lejer videokassetter, er dobbelt så tilbøjelige til også at ville købe en videofilm.

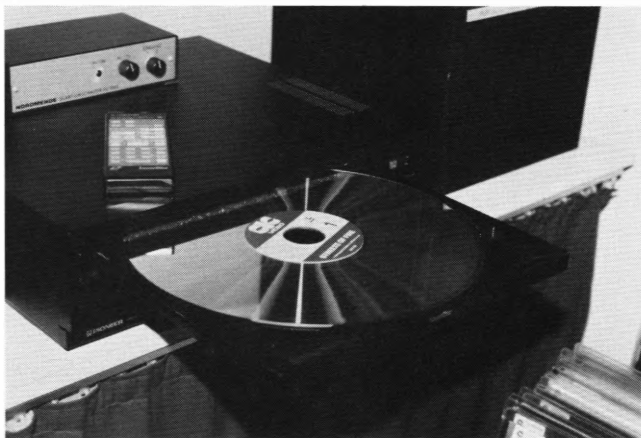
Salgsmarkedet er dog ikke slået mere igennem herhjemme end at vi stadigvæk kun har én enkelt specialforretning for salg af præindspillede VHS-kassetter og CD-video discs, nemlig Laserdisken i Aalborg. Forretningen beskæftiger filmkyndigt personale og påtager sig hurtigt og med kvalitetsgaranti at hjemtage de film, man ikke lagerfører hvis filmen opræder i Laserdiskens omfattende katalog).

Tre-fire argumenter for at af- eller anskaffe hjemmebiografen!

Hos Laserdisken satser man helhjertet på LaserDisc-pladen, selv om forretningen næsten udelukkende lever af VHS-kassetterne. LaserDisc systemet baserer sig på plasticbelagte aluminiumsplader i LP-format, hvor pladens analoge billedinformationer aflæses af en laser. Lydsiden er oftest digital Hi-Fi Stereo. Systemets vandrette billedopløsning, og dermed skarpheden, er fornem; 440 linier kontra standard VHS' beskedne 240. LaserDisc egner sig derfor til gengivelse på selv de største TV-skærme. Systemet, der begrænses af kun at være til afspilning, mangler endnu at få sit gennembrud herhjemme. Dog giver det udbredelsesmuligheder, at en ny model, Pioneer CLD-1450, kan vise plader efter både Pal- og Ntsc-TV standarden, blot ens TV er af nyere dato, d.v.s. udstyret med det 21-polede Scart stik. Herved gives der adgang til et omfattende amerikansk pladebibliotek, bl.a. de eminente Criterion Collection-udgivelser. Disse plader koster op imod 1.300 kr. men så er film som f.eks. *Forbiddet Planet* også gengivet i al deres magt og væld, altså i det fulde Scope-format med sorte afmaskninger foroven og forneden på skærmen. Ydermere byder pladen på utrolige interaktive muligheder. Særlige spor på pladen kan indeholde et elektronisk opslagsværk med alt det baggrundsstof (evt. en komplet værkanalyse), man kan ønske sig om den pågæl-

dende film. Gennemsnitprisen for en plade uden omfattende ekstra materiale, men evt. i bredformat, er ca. kr. 400,-. LaserDisc'en kan altså blive en væsentlig konkurrent til videobånd og TV's filmforevisninger, hvis lemlæstelse af filmene ofte er blevet kritiseret, bl. a. i Peter Schepelerns Kosmorama artikel 'Film på skærmen' fra 1981/nr. 154, et pioner arbejde, der med vanlig Schepelernsk grundighed beskrev alle de ulemper, der indfandt sig når man forsøgte at se *De ti bud* på et defekt sort/hvidt 12-tommers rejse-TV! Artiklen gennemgår minutøst alle bagdelene (og nogle enkelte fordele) ved at se spillefilm på TV: det forkerte format, den lede scanning, hvor midtersektionen af et CinemaScopebillede vælges ud og de reste-

LaserDisc



- problemets løsning?

Er LaserDiscen svaret på filmsamlerens hede drømme?

Af Dan Nissen

Og hvordan er den så denne LaserDisc, Peter Risby omtaler ovenfor og som vidt omkring roses for sin formidable billed- og lyd kvalitet.

Gennem firmaet LASERDISKEN i Ålborg har et forbrugerpanel, bestående

de af yours truly med familie, inklusiv eksamenslæsende ungdom der fandt LaserDisc-fristelseterne uligt mere spændende, haft en afspiller og en samling film til gennemsyn. Afspilleren blev sat til TVet og digitallyden koblet til stereoanlægget, *Blade Runner* blev lagt på og alle satte sig til rette. Oplevelsen slog ikke blot en videoversion med flere længder, men også en hvilken som helst tilgængelig TV-version. Ridley Scotts stemningsmættede expressive billeder stod skarpt definerede med lys-og-skygge effekter så prægnante som i biografen, og



Laserdisken i Aalborg er Danmarks eneste specialforretning for film på videobånd og CD-Video plader.

rende næsten 2/3 smides væk, TV-apparatets evt. fejlagtige justering af farver og kontrastsamt slutteligt den adspredte TV-oplevelse kontra den ritualiserende biografditto.

Al denne dårligdom nedarves uvægerligt til spillefilm, der er præindspillet på videobånd. Film, der oprindeligt er optaget i bredlærredformat, leveres i ni ud af ti tilfælde beskåret til normalformat, og den generelle billed- og lyd kvalitet imponerer på ingen måde, selvom meget ville været nået, hvis ikke videoselskaberne alt for ofte valgte at indspille filmene på de billigste båndtyper med talrige drop-outs (hvide støjstriber) til følge.

Censur udgør et særligt ondartet problem. Danmark benytter som bekendt PAL-standarden i lighed med England, og det er ensbetydende med at stort set alt, hvad der kommer af indspillede videokassetter til Danmark har gjort turen via England. Her har kampen mod de såkaldte 'videonasties' medført, at censuren lystigt sakser til højre og venstre. En særligt bizar regel medfører, at de film, der i forbindelse med den engelske biografpremiere allerede én gang har

været gennemset og evt. beklippet af The British Board of Film Censors, skal igennem the Board endnu engang, hvor de så studses yderligere. Selv ikke klassikere er hellige, således er mildt skræmmende sekvenser på grotesk vis bortcensureret i videokopierne af John Fords *Kavaleriets gule bånd* og Val Lewtons/Robert Wises *The Body Snatcher*.

Men oplevelsen af spillefilm på video byder naturligvis ikke alene på ulemper, ellers ville fænomenet næppe have opnået så stor en grad af indpas, selv i cinéastkredse.

Først og fremmest er det unfair at holde video-mediet op mod biografeforevisningerne, som var disse det højst opnåelige ideal - al den stund at dårlige og mangelfulde forevisninger, foretaget af fortravlede eller uerfarne operatører synes at være dagens orden!

Begrebet 'cocooning' (maksimal tryghed i familiens skød inden for hjemmets beskyttende vægge) siges at blive 90'ernes løsen. Her har video selvagt

klare fortrin frem for det mere socialt orienterede biografbesøg.

Tro det eller lad være, men videomediet indebærer ligefrem enkelte æstetiske fortrin! HiFi-Stereo lyddelen er ved at slå igennem på vore dages videomaskiner, og det er ene og alene videokundernes voksende bevågenhed overfor, om filmen byder på en lydside i HiFi-Stereo, der har fået producenterne til med stor ildhu at genfinde og restaurere de stereofoniske lydspor på en lang række ældre film, bl.a. *Bad Day at Black Rock*, *How the West Was Won* og *Cheyenne Autumn*. Adskillige tidlige stereo lydspor er gået tabt, simpelthen som følge af studiernes hidtidige misrøgt af kopier, der tilsyneladende ikke, dengang, havde nogen stor økonomisk betydning.

Går ens smag i retning af de klassiske spillefilm i det næsten kvadratiske Academy-format, som ikke lider stor overlast ved overførslen til video, så kan man faktisk i heldigste fald erhverve