

Norsk Medieforskerlags konferanse
Kristiansand 2012
Gruppe: Mediehistorie

Marius Øfsti
marius.oefsti@gmail.com

Hva skal vi skrive om videosjappa?

På siste halvdel av 1970-tallet kom video til Norge. Pionerene var handelsflåten og forlagsbransjen, men snart skulle videosjappa, eller videohandlerne som de kaller seg selv, bli den dominerende aktøren. I løpet av 1978 kom VHS formatet og i løpet av det neste året dukket videoutleierne opp, og snart spredte de seg over hele landet. For svært mange ble videofilm den primære kilden til filmopplevelser. Videobransjen kom inn i en medievirkelighet der filmtilbudet var nesten utelukkende offentlig. Enten gjennom de (stort sett) kommunale kinoene, eller gjennom mandagsfilmen på statskanalen NRK. Videobransjen sto dermed for det første helkommersielle filmtilbudet siden kommunaliseringen av kinoene.

Med unntak av debatten om videovold finnes det likevel nesten ikke forskning hverken i Norge eller internasjonalt på videobransjen og ikke minst dens publikum. *I kinoens mørke, fjernsynets lys* (Dahl, Gripsrud m.fl. 1996) nevnes video kun i forbindelse med debatten om videovold. I Henrik G. Bastiansen og Hans Fredrik Dahls *Norsk Mediehistorie* (2008) er det ikke et eneste oppslagsord på video, VHS eller for den saks skyld DVD. Heller ikke i norsk filmpolitikk er videomarkedet viet særlig oppmerksomhet. Først i *Stortingsmelding 25 (2003-2004)* omtales video, og da som et område man vet lite om. I *Stortingsmelding 22 (2006-2007)* «*Veiviseren*» kommer det anslag på og målsetning om en norskandel av det da svært store hjemmemarkedet. Det eneste forsøket på skrive videobransjens historie som jeg kjenner til er Rune Valles masteroppgave fra 2009 *Spol tilbake: et blikk på den norske videobransjens historie 1975-1995*. Valle skriver i denne oppgaven utfyllende om framveksten av de norske videodistributørene i bransjens første 20 år.

At det er rom for og behov for ytterligere forskning på video bør dermed være tydelig. Spørsmålet blir da ikke om man skal skrive om videobransjen, men hva man skal skrive. Møtet med et forskingsfelt som nærmest er en hvit flekk på kartet kan virke både berusende og avskrekkende.

Hva skal vi forske på?

Som så ofte før er det avgrensningens kunst som blir utfordringen, bare begrepet «videobransjen» er omfattende og kanskje mer utflytende enn «kinobransjen» eller «tv-bransjen». Om vi sammenligner med kino så kan vi si at også videobransjen består av et produksjonsledd, et distribusjonsledd og et visningsledd. Produksjon og distribusjonsleddet kan delvis forstås som de samme på video og kino. I dag gjelder det i stor grad, og selv om det i perioder har vært ulike aktører på kino og video så har rollene vært relativt like. Når vi ser på visningsleddet blir det imidlertid store forskjeller. Der kinoen har en klar og tydelig posisjon som visningsledd er det mer komplisert når vi ser på video. Er det hjemmet som er visningsarena, eller er det utleieforretningen eller utsalgsstedet? Om videoforretningen ikke er en del av visningsareanen, er den da den del av distribusjonen? Er det i så fall en forskjell på forretningene som drev/driver med utleie og de som selger film sammen med mange andre varer?

Nå som videoutleieforretningene er i ferd med å forsvinne er det ihvertfall tydelig at de representerer en unik periode i filmen og videoens historie. Etterhvert som film selges/leies primært digitalt vil visningsleddet bli identisk med hjemmet, og dermed forsvinne som mellomledd mellom distributører og publikum. Ingen vil lenger oppsøke et fysisk lokale for å leie film som må bringes tilbake. Samtidig er det lett å se at videoutleierne har paralleller til kinoen, i måten de forholder seg til publikum og visa versa. Det var på videosjappa at man møtte utvalget og plakatene, det var her man diskuterte og tok den endelige beslutningen om hva man skulle se. Selve videoutleieforretningen var dermed et rom som har hatt stor betydning for hvordan og hva som ble sett av film i Norge. Også norske myndigheter valgte å se på videoforretningene som parallell til kinoen, og innførte kommunal konsesjon på omsetning av videogram i 1987 (Valle 1992). Utleieforretningene, enten vi kaller dem videobutikker, videohandlere eller videosjapper, peker seg dermed ut som det mest unike og mest interessante studieobjektet for å forstå videobransjen og videoens rolle blant publikum.

Samtidig vil det være stor forskjell på for eksempel en økonomisk og en filmvitenskaplig tilnærming til utleieforretningene. Vi bør ikke begrense oss til å se på bransjens vekst og fall i rene økonomiske og teknologiske termer. Det sentrale spørsmålet for en filmviter må være: Hva betød videoutleien for publikum? Eller rett og slett: Hva ble sett?

Samtidig er det også andre interessante spørsmål som kan besvares i kjølvannet av dette overordna spørsmålet. Som hvordan ble videobutikken oppfattet av publikum, det offentlige og ikke minst bransjen selv. Det er også viktig å se på hvordan norsk filmbransje så på video og hva video betydde for dem, selv om mye tyder på at betydningen var nokså liten.

Ett historisk rammeverk

For å gi svar på hva som ble sett må vi likevel etablere et historisk rammeverk. Det vil være stor forskjell på hva som var ettertraktet og tilgjengelig i 1979 og i 1999. Skal vi også bidra til at videobransjen åpnes som forskningsfelt er det viktig å etablere et skjellet som også andre kan bygge på. Basert på Rune Valles mastergrad, annen litteratur og samtaler med sentrale aktører i videobransjen har jeg valgt å skissere opp en firedeling av historien om den norske videobutikkens vekst og fall.

Den første perioden vil være «pionertiden». De første utleieforretningene kom i 1978. De var uregulerte og drev ofte noe som var en mer eller mindre ren piratvirksomhet da det knapt nok fantes film i regulær distribusjon. Det er naturlig nok dramatisk utvikling i perioden, og årene 1982/1983 representerer et gjennombrudd for bransjen. Spesielt bidro Movieboxen, som ble utviklet på bestilling av Esselte til dette. Jeg vurderer det likevel som fruktbart å trekke pionertiden helt fram til videogramregisteret ble etablert i 1985.

Den andre perioden vil være «gullalderen» med etableringen av videogramregisteret som startmarkør. Med videogramregisteret ble bransjen «voksen» og tok eller ble tvunget til å ta et annet ansvar for de filmene som var i distribusjon. Utleiemarkedet vokser gjennom de neste ti årene.

Overgangen til den tredje perioden markeres ikke like tydelig. Det kan diskuteres om det er best å se på denne perioden enten som «post-utleie» etterhvert som salg av VHS og DVD tar over, eller som en «konsolideringsperiode» da de store aktørene i filmbransjen tar grep om hjemmemarkedet. Med det siste utgangspunktet kan det være riktig å se på SF Norges oppkjøp av Mayco som begynnelsen på denne perioden. Vektlegger man heller overgangen til salg er det klart at lanseringen av DVD-formatet som kom til Norge i 1997 er en del av begynnelsen på slutten. DVD-formatet kommer i en periode der distributørene jobber for å dreie konsumet av video over fra utleie til salg. DVD viser seg av mange grunner til å være mer egnet til salg (og mindre egnet til utleie) enn VHS. Utleieforretningen er på sin side i stor grad skeptisk til en sån utvikling og nedprioriterer salg av DVD i egen forretning, noe som medvirker til at platebutikker og el-forhandlere tar over som viktige formidlere av film til hjemmemarkedet. Med et fokus på videobutikken framfor distribusjonen vil det nok være riktigere å vektlegge denne overgangen en «konsolideringen» som i stor grad foregår i kulissene uten direkte konsekvens for utleiery eller publikum. Utleien fortsetter likevel i flere gode år, og den store forhandlerdøden inntreffer først i andre halvdel av 00-tallet.

Den fjerde og siste perioden heller ingen markert start, men et naturlig punkt kan likevel være lanseringen av filmleie/salg i norske iTunes i 2010. Nedgangen i videoutleien må ses i sammenheng med ren digital distribusjon av film. Mange hadde nok tilgang til digital film på både lovlig og ulovlig vis før 2010, spesielt i målgruppa for videoutleierne, men med Apples inntog i det norske markedet var digital filmleie definitivt noe for «alle». I løpet av 2012 og 2013 kommer det

også en hel rekke store aktører til Norge og det er liten tvil om at de gjenlevende videoforretningene nå ser skriften på veggen.

Kilder

Det er lite skriftlige kilder vi kan bygge på, men det er likevel noen. Det finnes noe akademiske tekster og noe annet stoff som memoarer og lignende. Rune Valles masteroppgave er allerede nevnt. Valle benytter i all hovedsak muntlige kilder, samt diverse materiale som nyhetsbrev, avisartikler og andre notater. Han referer også til noen bøker og andre verk, som Dagfinn Thues omstridte memoarer *Gull og grønne kremmere - En uhøytidelig skildring av videoens forunderlige verden* (2002) og H.P. Kvaløs diplomoppgave *Markedsføring av innspilte videokassetter* (1982) fra Norge. Av internasjonale titler nevner han Paul McDonalds *Video and DVD industries* (2007) og James Lardners *Fast Forward - Hollywood, the Japanese and the onslaught of video* (1987). Sistnevnte tittel dukker også opp som kilde til et interessant paper av Richard Roehl og Hal R. Varian *Circulating Libraries and Video Rental Stores* (1996, rev 2000). Her ser Roehl og Varian på likhetstrekk ved framveksten av videoutleie i USA på 1980 tallet og kommersielle biblioteker i England fra 1725-1850. De har også *The VCR Age* (1989) av Mark R. Levy på sin kildeliste.

Det hender også videobransjen får oppmerksomhet i andre verk. Framveksten av den amerikanske utleiebransjen behandles kort, men godt, som en del av forklaringen på nedgangen i kinobesøket i David Gomerys *Shared Pleasures* (1992). I Charels S. Mouls *A Concise Handbook of Movie Industry Economics* (2005) omtales videokundenes beslutningsprosesser, og i Edward J. Epsteins *The Hollywood Economist* (2010) beskrives overgangen fra video som en trussel mot Hollywoods inntekter til å bli den viktigste. I sin bok *Den store illusjonen: filmbyråenes historie* (1997) om de norske filmdistributørene skriver Ole Disen også noe om framveksten av video og videodistributørene, men bare der det berører de tradisjonelle byråenes virksomhet.

Siden vi i liten grad kan støtte oss på eksisterende forskning vil tilgangen på og utvalget av primærkilder være helt avgjørende for om og hvordan vi kan gjennomføre et forskningsprosjekt på videobutikkene. I det forarbeidet jeg har gjort viser det seg også at kildetilgangen er god. Det finnes rikelig med både muntlige kilder, arkivmateriale og andre skriftlige kilder. Mange av de aktørene som startet med videoutleie på slutten av 70-tallet og tidlig åttital er fortsatt i bransjen. For eksempel har Videonova-kjeden i Osloområdet vært i samme familie siden de tok over den første butikken i 1979. Showtime-kjeden med forgreninger over hele landet har vært drevet sammenhengende av Simeon Andonov siden 1982, og det er flere eksempler på andre lokale forretninger og mindre kjeder som har vært drevet i 20-30 år av de samme driverene. Blant distributørene er det også mange som fortsatt er aktive i bransjen som hadde og har roller i videodistribusjonen. Det er dermed god tilgang til muntlige kilder.

Disse har imidlertid begrenset verdi om vi ønsker å få svar på hva som ble sett av film. Muntlig kilder vil kanskje kunne si noe om opplevde trender og utvikling, men vil ha begrenset

empirisk verdi. Det finnes også en rekke arkiver. En del av disse aktørene har mer eller mindre utfyllende private arkiver. SF Norge kjøpte den største av de rene videodistributørene Mayco i 1989 og har bevart deres arkiver. Mayco hadde da eksistert siden 1979. (KILDE) Kommunenes Filmcentral var også i en periode av videoens gullalder en viktig videodistributør og KFs arkiver finnes hos Nasjonalbiblioteket. Nasjonalbiblioteket har også mange utgaver av bransjebladet *Videoforhandleren*, et noenlunde komplett arkiv finnes også hos arvtageren *Release*. (Berge 2012) I tillegg finnes et antall andre video-relaterte utgivelser i Nasjonalbiblioteket.

Videohandleren kan gi verdifull innsikt i bransjens indre liv og i hvilke titler som ble ansett som populære, men det er andre kilder som kan gi svært god innsikt i hva som faktisk ble sett. For det første finner vi kataloger fra distributørene. Disse finnes helt tilbake til videoens inntog, og gjennom å studere disse og endringene i tilbudet vil vi kunne si mye om hva som var populært hos og tilgjengelig for publikum. Videre vil innføringen av videogramregisteret kunne fortelle mye om hva som var tilgjengelig av film. Når registeret ble opprettet i 1985 måtte all film som skulle leies eller selges registreres. Ikke bare betyr det at alle titler som har vært tilbudt i Norge kan spores med produksjonsår, anbefalt aldersgrense og utgivelsesdato, men registreerte titler i årene 1985/86 vil fortelle oss den totale mengden av film som ble ansett som kommersielt interresant på det tidspunktet. Senere er det bare ny film som blir registret, og vi vet dermed lite om hvilke filmer som forsvant ut av markedet. Videogramregisteret 1985/86 på sin side vil være et «øyeblikksbilde» av det totale tilbudet. Sammenligner vi med katalogtitler i årene før vil vi også kunne si noe meningsfullt om utviklingen i filmtilbudet i videoens første år.

I 1982 innførte Mayco det såkalte «billettsystemet», noe som kan gi betydelig innsikt i videovanene. I motsetning til det som var vanlig, nemlig at utleieren kjøpte dyre kassetter som de leide videre, betød billettsystemet at utleierne «fikk» kassetene og at leien ble delt mellom Mayco og forretningen. Dette systemet krevde dermed at antallet «utleininger» av hver enkelt tittel måtte registreres. Det er usikkert hvor mange titler systemet omfattet, og i hvilke perioder det var aktivt. Derimot begynte også Warner med et tilsvarende system på slutten av 1990 tallet, som ble utbredt i en periode før også det forsvant. (Valle 2009)

I de periodene disse systemene var i bruk bør det dermed være mulig å danne seg et bilde av hvor mye enkelte titler ble utleid på nasjonal basis. Om vi ser disse tallene i sammenheng med antallet kassetter solgt til utleierne av tilsvarende titler og ser på forholdet mellom kinobesøk og videoutleie bør det dermed være mulig å gi et meningsfullt bilde på hva som ble sett på video i store deler av videoforretningenes historie.

Til sist kan videobutikkens egne arkiver og datasystemer være en viktig kilde. Her er det nok svært varierende praksis, både på hva som ble registrert og hvor mye som er tatt vare på. En kilde i en av de store kjedene forteller at de til enhver tid har hatt «topplister» som viser de mest populære filmene, og at utleie i varierende grad har blitt registeret utover det (Klemmetvold 2012). Selv om

praksis har vært varierende innenfor den enkelte butikk/kjede og ikke minst i mellom de ulike utleierne har det eksistert et stort antall videobutikker og det er dermed sannsynlig at noe interessant stoff vil være mulig å finne.

Siden utleien var medlemsbasert har også videobutikkene register over kunder, som helt klart kan være interessant for den som vil forske på videoens publikum. Tilgang til videobutikkens kunderegister eller utleietall vil derimot ikke bare kreve samarbeid med utleieren, men vi møter også en rekke problemstillinger knyttet til personvern.

Det er også en rekke offentlige arkiver og register som kan si oss noe om framveksten og synet på videobutikkene, selv om de kanskje gir liten innsikt i hva som ble sett. Siden etablering av videobutikker var konsesjonspliktig er det mulig å finne referater fra tildeling i kommunale arkiver. Både ved innføringen av videogramregisteret og ved konsesjonsplikten var det høringsrunder hvor blant annet politimyndigheter kom med uttalelser, også disse er arkivert. Brønnøysundregisteret har også registreringer både av etableringer og konkurser/avviklinger innen videoutleie. Andre kilder kan være forbruksforskning, toll/importstatistikk og forskning innenfor økonomi. Det er for eksempel skrevet mye om saken mot videodistributøren VIP Scandinavia, som ble et symbol på både jappetiden og videobransjens manglende seriøsitet.

Case studies og sammenligninger

Kanskje i enda større grad en ved forskning på kino og tv vil vi oppleve at det lokale kan avvike veldig sterkt fra det nasjonale. Det er derfor ekstra gode grunner til å gå i gang med en eller flere case studies parallelt med at man begynner forskningen på videobutikken som nasjonalt fenomen.

Det er naturligvis mange potensielle case, men noen peker seg ut som særlig spennede. Stavanger var sansynligvis den første norske byen som fikk organisert videoutleie. Nærheten til England både geografisk og kulturnet gjorde at de første «koffertgrossistene» dukket opp her, en virksomhet med parallel-import der man fylte en koffert med videokassetter i london og leide de ut i Norge. Mer, men ikke veldig, tradisjonelt etablerte forretninger dukket også opp i tidlig i Stavanger området, så som «Sola Tepperens & Video».

Ved siden av byer som Stavanger vil det også være interessant å se nærmere på enkelt butikker/kjeder. Som nevnt tidligere peker Videonova kjeden seg ut i kraft av å ha eksistert under noenlunde samme eierskap siden 1979, og en case study av kjeden vil dermed dekke så godt som hele den norske videobutikkens historie.

Siden Videonova i hovedsak er basert i Oslo og Stavanger er en relativt stor by i norsk sammenheng bør det også være interessant å se på en norsk bygd eller småby. Der er det svært mye å velge i, men samtidig kan kildetilgangen være vanskelig. Personlig ville jeg dermed se nærmere på min egen hjemby, Steinkjer. Steinkjer har rundt 20.000 innbyggere og på et tidspunkt tre eller fire aktive videoutleiere. I dag er det ingen. Samtidig er Steinkjer en ganske stor småby, som i

hele perioden har hatt kino og i dag har tre saler. En case study av en enda mindre by, eller by av tilsvarende størrelse uten kino kunne også vært et svært spennede studieobjekt.

I det siste tilfellet kunne det være spennede sammenligne to relativt like bygder henholdsvis med og uten kino. Det er også noen områder hvor det å sammenligne Norge med andre land kunne vært spennede. I USA sammenfalt videoutleiens framvekst med en oppsving i den totale filmproduksjonen som hadde vært dalene siden b-filmen ble tatt bort fra kinoforestillingene (Gomery 1992). Ser vi noe lignende i Norge? Hva med våre skandinaviske naboland der film og kino var tettere knyttet og mer kommersiell? Hvordan forholdt de private kinoene seg til den nye filmformidleren?

Oppsummering

På slutten av 2000-tallet kjøpte nordmenn flere DVDer enn svenskene, til tross for at det er dobbelt så mange av dem. Faktisk kjøpte nordmenn flere DVDer pr innbygger enn noe annet land. (Valle 2009) Det er ikke helt usannsynlig at det betyr at vi også så veldig mye film på VHS i videobutikkens dager. Denne veldig viktige delen av norsk film og mediehistorie vet vi likvevel ingenting om.

I dette paperet har jeg prøvd å si litt om hvorfor vi bør skrive om videobutikken, noe om hva vi bør skrive om videobutikken og ikke minst prøvde å si noe om hvor vi kan finne kildene til å skrive om videobutikken.

Jeg tror det er viktig at dette arbeidet kommer i gang snart. Videobutikken er i dag en avsluttet epoke, selv om noen fortsatt holder ut. Samtidig finnes det både butikker, kjeder og ikke minst folk fra videobutikkens eldste historie. Det haster ikke enda, men det er ikke så lenge til.

Litteratur

- Bastiansen, Henrik G og Dahl, Hans Fredrik (2008) *Norsk mediehistorie*, Oslo: Universitetsforlaget
- Dahl, Gripsrud, mfl. (1996), *Kinoens mørke, fjernsynets lys: levende Bilder gjennom i Norge gjennom hundre år*, Oslo: Gyldendal
- Disen, Ole H.P. (1997), *Den store illusjonen: filmbyråenes historie*, Oslo: Norske filmbyråers forening
- Epstein, Edward J. (2010), *The Hollywood Economist*, Kindle-utgave: Melville House
- Gomery, David (1992), *Shared Pleasures, a history of movie presentation in the United States*, London: BFI publishing
- Moul, Charles S. (red) (2005), *A Concise Handbook of Movie Industry Economics*, Cambridge: Cambridge University Press
- Roehl, Richard og Varian, Hal R. (1996, rev 2000) *Circulating Libraries and Video Rental Stores*, paper University of Michigan, Derborn, University of California, Berkeley
- Stortingsmelding 25 (2003-2004)
- Stortingsmelding 22 (2006-2007) «Veiviseren»
- Valle, Rune (2009), *Spol tilbake: et blikk på den norske videobransjen 1975-1995*, masteroppgave ned Høgskolen i Lillehammer

Samtaler

- Berge, John, Februar 2012
- Valle, Rune, Januar 2012
- Hanche, Øyvind, Februar 2012
- Klemmetvold, Ellen, September 2012
- Næss, Bjarne, Februar 2012
- Vikeså, Sveinung, Februar 2012
- Zmuda, Erik, Februar 2012
- Aas, Nils Klevjer, Januar og Februar 2012