

”DigiTraining Plus – New Technologies for European Cinemas” 6.–10.4.2005

Media Sallesin erinomaista elokuvateatterialan koulutustapahtumien sarjaa jatkoi toinen editio ”DigiTraining Plus” -kurssista. Ensimmäisen kerran koulutus järjestettiin keväällä 2004. Tänä keväänä Belgian Kuurneen *Barco*-yhtiön tiloihin kokoontui elokuvateatterialan ammattilaisia kolmestatoista Euroopan maasta kuuntelemaan pariakymmentä digitaalisen elokuvan asiantuntijaa.

Neljä tiivistä päivää esitelmää ja keskusteluja antoi hyvän kuvan siitä, missä digitaalisessa elokuvan jakelussa ja esittämisessä tällä hetkellä mennään. Ongelmat ja esteet digitaalisen elokuvan läpimurrolle ovat samoja kuin vuosi sitten: Saadaanko standardit sovitua? Muuttuuko levittäjien ja teattereiden suhde? Mitä teatterit hyötyvät digitaalisesta elokuvasta? Milloin niitä projektoreita kannattaa hankkia? Jokohan niiden projektorien ja serverien hinnat alkaisivat laskea? Ja mikä tärkeintä, kuka maksaa teattereille digiaikaan siirtymisen?

Resoluutiolla vain vähän väliä?

Jotain vuodessakin ehtii tapahtua. Yksi kuumimmista aiheista oli 4K-projektori. Tällä hetkellä digitaalisen elokuvan projisointia hallitsevat DLP-projektorit, joilla pääsee 2K-resoluutioon, jota DLP:tä käyttävät projektorivalmistajat pitävät riittävänä isolle valkokankaalle. *Sony*n LCD-teknologiasta kehittämä SXRD yltää 4K-resoluutioon. Sony on esitellyt projektoriaan vuoden ajan, mutta ei ole saanut sitä vielä markkinoille. 4K:n tuloa pidetään kuitenkin varmana, mistä kertoo sekin, että Hollywoodissa digitaalisen elokuvan standardoinnista vastaava DCI on ottanut työssään 4K:n huomioon.

Sonya ei mainittu nimeltä, mutta 4K:n tarpeellisuutta ja LCD-teknologian luotettavuutta epäiltiin koulutustapahtumassa taajaan. Kyseenalaistajina olivat etenkin ne puhujat, jotka edustivat *Texas Instrumentsin* kehittämää DLP-mikropeiliteknologiaa.

Epäilijöiden mukaan ihmissilmä ei kykene erottamaan edes hyvin isolla valkokankaalla 2K- ja 4K-resoluutioiden eroa. Näin suuria valkokankaita ei elokuvateattereissa juuri ole. Sitä paitsi elokuvan tekijätkään eivät kuulemma ole kiinnostuneita digitaalisen projisoinnin pikselimääristä, vaan siitä, miten hyvin projektorit toistavat värejä ja millaisiin kontrasteihin ne kykenevät. Väreissä ja kontrastissa DLP selviää puolestapuhujien mukaan voittajana. DCI:n standarditkin vaativat projisoitavalta kovalta monia muitakin ominaisuuksia kuin riittävää resoluutiota.

Myös LCD-teknologian kestävyyttä epäiltiin. Teatterikäyttö vaatii projektorilta suurta valotehoa, mikä luonnollisestikin tuottaa paljon lämpöä. LCD-paneelien lämmönkesto pidettiin ongelmana.

Niin tai näin, elokuvateattereiden on joka tapauksessa mietittävä, miten 4K-projektorien tulo vaikuttaa ennestäänkin vaikeisiin investointipäätöksiin. Jos naapuriteatteri mainostaa 4K-projektoriaan, miten saat vakuutettua omille asiakkaillesi, että resoluution koolla ei ole niin suurta väliä vaan sillä, mitä muuta projektori osaa tehdä.

Elokuvateattereiden investointikiirettä saattaa vähentää myös tieto siitä, että DCI:n edellyttämä kuvanpakkausformaatti JPEG2000 tulee vaatimaan muutoksia tällä hetkellä käytössä oleviin MPEG-2-pakkausta tukeviin servereihin. Pelkät ohjelmistopäivitykset eivät tule riittämään. Kaiken lisäksi JPEG2000-pakkausta tukevia servereitä ei vielä ole edes markkinoilla.

Hyvänä uutisena mainittakoon se, että DCI:n asiakirja alkaa olla valmis. Turvallisuusasioissa on vielä viilattavaa. Elokuvatiedostojen suojauksesta päättämisessä ei ole kyse

pelkästään insinöörien ongelmasta. Sopuun pääsemistä hidastaa periaatteellinen kysymys studioiden ja elokuvateattereiden välisestä suhteesta. Teatterit eivät halua luopua perinteisestä oikeudestaan valita missä salissa elokuvaa esitetään ja milloin. Tiukat turvasuojaukset saattavat viedä teattereiden päätäntävällän, kun elokuvatiedostoa voi käyttää vain tietyssä serverissä tietyn ajan. Koko elokuva-ala haluaa estää piratismia, mutta hyvin tiukat turvasuojaukset voivat viedä elokuvateattereilta vallan päättää ohjelmistosta omissa teattereissaan.

Rahoittajaa etsimässä

Suurin ongelma teattereiden digitalisoimisessa on tietenkin rahan puute. Kuka maksaa vaadittavat investoinnit? Digitalisoinnin taloudelliset hyödyt kun menevät pääasiassa elokuvien tuottajille ja levittäjille.

Tanskassa *Nordisk Film Biograf* -ketju hankki viime vuonna digitaalisen esityskaluston kolmeen saliin. Yhtiön IT-päällikkö *Jan Petersen* kertoi, että vajaan vuoden kokemuksen perusteella he ovat valmiita lisäämään digitaalista kalustoa vain jos joku muu maksaa vähintään 75 % hankintakustannuksista.

Barcon liiketoiminnan kehittämispäällikkö *Glenn Wastyn* esitteli liiketoimintamallin, jossa levittäjät sijoittavat osan kopiokuluissa säästämistään tuloista ”kassaan”, josta osallistutaan projektorien hankintakuluihin. Mallissa rahoittajina olivat myös mainostajat ja investointipankit.

Wastyn esittelemä malli on tuskin täysin tuulesta temmattu. Tuore uutinen *Technicolorin* ja kolmen studion (*Disney*, *Warner Bros.* ja *Sony Pictures*) yhteistyöstä perustunee juuri tähän suunnitelmaan. Idea eri rahoittajien ”projektorikassasta” voi hyvinkin toimia suurilla markkinoilla, jos kaikki toimijat katsovat yhteistyön etunsa mukaiseksi. Suomalaisesta ja eurooppalaisesta näkökulmasta liiketoimintamalli näyttää kuitenkin sellaiselta, että sen toteutuminen vaatii riittävän suuret markkinat. Voi olla, että esimerkiksi Suomen pienille markkinoille ei ole tulossa edullisia digitaaliprojektoreita studioiden ja investointipankkiirien tuella.

Euroopassa teattereiden digitoinnissa on edetty toisella tapaa. *Steve Perrin UK Film Councilista* kertoi *Digital Screen Networkista*: Film Council rahoittaa 150 teatterin ja 250 elokuvasalin digitoimisen lotto- ja verorahoin. Perrinin mukaan digitointi ei ole heille itseisarvo: ”Kyse on yleisöstä, ei digitaalisuudesta sinänsä. Digitaalisuus on hyvä väline luoda uutta yleisöä”. Verkoston tavoitteena onkin laajentaa teattereiden elokuvatarjontaa ja saada sitä kautta elokuvateattereihin uutta yleisöä. Niin Yhdysvalloissa kuin Euroopassakin seurataan tarkkaan Film Councilin projektin tuloksia. UK Film Councilissa käydään tällä hetkellä läpi teattereiden hakemuksia, joita on tullut lähes 300.

EU:n Media-ohjelman edustajana paikalla ollut *Aviva Silver* kertoi, että myös heidän näkökulmastaan digitaalisen elokuvateatterijakelun edistäminen on tärkeää. Media-ohjelmassa uskotaan, että digitalisoituminen tukisi eurooppalaisen elokuvakulttuurin ja elokuvateollisuuden toimintaedellytyksiä. Silverin mukaan Media-ohjelman suunnitelmassa on käynnistää tammikuusta 2007 alkaen uusia digitaalisen elokuvan pilottihankkeita. Media-ohjelma toivoo pilotteja varten uusia ja innovatiivisia ideoita, jotka edistäisivät elokuva-alaa myös liiketoimintana.

Tässä voisi olla eurooppalainen vaihtoehto saada tukea teattereiden digitalisoinnille. Digitaalinen elokuvateatterijakelu ei etene ennen kuin ns. kriittinen massa on syntynyt. Jotta digitaalisia elokuvia olisi riittävästi saatavilla, se vaatii sen, että myös digitaalisia elokuvateattereita on riittävästi. Jonkinlainen versio brittien Digital Screen Networkista useamman pienen eurooppalaisen maan kesken voisi olla sellainen pilottiaihio, jota Media-ohjelmalle voisi tarjota.

”Vaihtoehtoiset sisällöt”

Yhtenä mahdollisuutena rahoittaa digitalisoimisen kustannuksia on pidetty niitä uusia toimintoja, joita digitaalinen teknologia mahdollistaa elokuvateattereille. Näillä ns. vaihtoehtoisilla sisällöillä tarkoitetaan perinteisen elokuvateatteritoiminnan laajentamista uusille alueille, jotka voisivat tuoda uusia tulonlähteitä teattereille ja siten tukisivat digitaalisen esittämiskaluston hankkimista.

Elokuvamainonnan digitalisoitumista on pidetty yhtenä lisärahan tuojana. *Patrick von Sychowski Unique Digitalista* esitteli elokuvamainonnan positiivisia tulevaisuuden näkymiä. Mainonnan puolella digitaalisuus on edennyt pisimmälle. Von Sychowskin mukaan maailmassa on yli 11 000 valkokangasta, joissa näytetään digitaalista mainontaa. Ero on valtava kun von Sychowskin tietojen mukaan E-Cinema-tasoisia saleja on 300–500 ja D-Cinema-tasoisia n. 300. Digitaalinen elokuvamainonta on kasvanut erityisesti Yhdysvalloissa.

Digitoitujen salien suuri määrä selittyy sillä, että mainontaan saatetaan käyttää hyvin edullista ts. heikkolaatuista projisointikalustoa. Von Sychowski kertoi, että myös mainontaan on tulossa – ei standardeja sentään, mutta teknisiä laatusuosituksia kuitenkin. SAWA (Screen Advertising World Association) yrittää saada suositukset valmiiksi tämän vuoden kesäksi.

Norjassa digitaalinen mainonta on syrjäyttänyt kokonaan filmimainonnan. Mielenkiintoista Norjan tilanteesta on myös se, että siellä peräti 30 % elokuvien alussa esitettävästä mainonnasta on alueellista mainontaa. Suomesta alueellinen mainonta puuttuu tällä hetkellä lähes kokonaan, joten tiettyyn rajaan asti siitä voisi löytyä kasvun varaa.

Toisaalta *Jens Schneiderheinze* (AG Kino) kertoi, että hänen kokemuksiansa mukaan Saksassa on ollut erittäin kovan työn takana saada paikallista mainontaa teattereihin. Millaisia mahdollisuuksia alueellinen mainonta tarjoaisi Suomessa, on vielä avoinna. Se selviää vain kokeilemalla.

Erinomaisen vaihtoehtoisia toimintoja elokuvateattereille tarjosivat *Ángel Fernández Pineda* Espanjasta ja *Ori Yardeni* Israelista. Pineda toimii IT-päällikkönä espanjalaisessa digitaalisen oopperan projektissa. Projekti välittää espanjalaisiin elokuvateattereihin ja joihinkin oppilaitoksiin oopperoita Barcelonan oopperatalosta. Tavoitteena on, että 2006 oopperoita välitettäisiin peräti 13 maahan.

Ori Yardenin esityksellä oli raflaava otsikko: ”Kello on 9.00 ja teatterisi on täynnä väkeä”. Esitys sai suuren osan yleisöstä haukkomaan henkeään. Yardenin *Cinema Park* -konseptissa teattereista tehdään eräänlaisia Heureka ja Linnanmäen risteytyksiä, joissa teatterin penkit värisevät ja ruiskuttelevat niin ilmavirtoja, hajuja kuin vettäkin. Kannattaa käydä tutustumassa Ori Yardenin sekä Cinema Parkin nettisivuihin (www.storiteller.com / www.cinema-park.com). Sanat eivät riitä kertomaan.

En tiedä, oliko Media Sallesin väen tarkoitus herätellä yleisöä, mutta Yardenin esitys puolusti ehdottomasti paikkaansa. Se nimittäin sai varmasti monen miettimään elokuvateatterialan perusasioita: Mikä on elokuvateatteri? Mihin kaikkeen elokuvateatteri voi taipua, ilman että siitä tulee jotain aivan muuta kuin elokuvateatteri? Miten pitkälle ”vaihtoehtoisissa sisällöissä” voi mennä?

Vierailuja ja keskusteluja

Kurssin väki vieraili totuttuun tapaan myös elokuvateattereissa. Kaukaisin kohde oli Lommen *Kinopolis* Ranskan puolella. Belgiassa Kortrijkkin Kinopoliksessa taas järjestettiin digitaalisen elokuvan demonstraatio, jossa Barcon 2K-projektorilla näytettiin normaalia televisiölähetystä, HD-TV:tä satelliitista sekä *Robots*-elokuvaa 35-millisenä sekä digitaalisena. Hyvältähän digikuva näyttää.

HD-tasoistakin kuvaa ilkeää elokuvateatterissa esittää, vaikka se ei filmiltä näytäkään. Millaisissa tapahtumissa tai tilaisuuksissa sillä olisi käyttöä, onkin sitten erikseen pohdittava. Markkinoille on tulossa HD-tasoinen DVD, jolla voi olla tulevaisuudessa käyttöä myös elokuvateattereille. Huhut HD-DVD:stä olivatkin seminaarissa pinnalla: kotiteattereiden kuvanlaadun parantuminen asettaa elokuvateatterit jälleen kerran uuteen kilpailutilanteeseen. D-Cineman puolustajien yhtenä argumenttina onkin, että E-Cinema ei todellakaan ole ratkaisu sohvaperunoiden houkuttelemiseen teattereihin. Teattereiden on kilpailtava kuvan, äänen ja palvelun laadulla.

Toisaalta juuri mitkään "vaihtoehtoisista sisällöistä", joita on useiden vuosien ajan esitelty digitaalisen esitystoiminnan perusteluiksi (konsertit, urheilukisat, dokumentit jne.), eivät vaadi 2K-tasosta esityskalustoa. Tästä ongelmasta ei esitelmiä pidetty, keskustelut käytiin käytävillä. Ihmettelyä aiheutti myös se, että seminaarissa puhuttiin vain 2K-projektoreista. Ainoastaan *CinemaNet European Kees Ryninks* taisi mainita sen, että alle 10-metriselle valkokankaalle saadaan filmitasoinen kuva vallan hyvin 1,3K-resoluutioisella projektorilla. Vaikka Barcon tehtailla oltiin, näillä projektoreilla ei demonstraatioita pidetty.

Media Sallesin järjestämä kurssi oli jälleen kerran erittäin hyödyllinen. Esitelmät olivat asiantuntevia, mutta ei ole syytä vähätellä epävirallisten keskustelujen tärkeyttä. Elokuvatteatterialan ihmiset painivat samanlaisten ongelmien kanssa eri puolilla Eurooppaa. Elokuvatteatteriala on aina ollut kansainvälinen: kun Hollywood henkäisee tai eurooppalaisen elokuvateollisuuden rahoittajat rykäisevät, se vaikuttaa kaikkialla. Media Sallesin koulutusten välitön tunnelma saa ihmiset keskustelemaan keskenään, vaihtamaan kokemuksia, ajatuksia ja ideoita.

Päivien aikana julkaistiin myös lopullinen versio Media Sallesin elokuvateatterialan tilastollisesta vuosikirjasta 2004 sekä *European Cinema Journal* 2/2005, jonka teemana on digitaalinen elokuva. Molemmat julkaisut sekä "DigiTraining Plus" -seminaarin ohjelma löytyvät Media Sallesin kotisivuilta www.mediasalles.it.