

# Den digitale kinorevolusjonen



Av Dan Espen Flaatten

Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for medier og kommunikasjon

Universitetet i Oslo

November 2012

© **Dan Espen Flaatten 2012**

Veileder: Professor Ove Solum, Institutt for medier og kommunikasjon, UIO

Dette eksamensarbeidet er publisert elektronisk i DUO – Digitale Utgivelser ved UIO

<http://www.duo.uio.no>

Det er også katalogisert i BIBSYS

<http://www.bibsys.no>

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted, in any form or by any means, without permission.

# Forord

Først og fremst vil jeg takke min veileder Ove Solum for den gode hjelpen jeg har fått i forhold til å belyse problemstillingen, skaffe til veie nødvendig og relevant informasjon og data, samt positive og konstruktive tilbakemeldinger hele veien underveis. (Vår og Høst 2011/2012).

Jeg vil også rette en stor takk til mine informanter, Jørgen Stensland, Rolv Gjestland, Åge Hoffart, Jon Christian Rosenlund, Robert Sigfusson, Torkell Sætervadet og Sven B. Jensen som alle gledelig stilte opp til intervju på kort varsel. Informasjonen jeg skaffet til veie gjennom disse intervjuene har vært av helt avgjørende betydning og bidrar i stor grad ved å danne grunnlaget for det empiriske forskningsmateriale for denne oppgaven.

En takk går også til Hanne Degerstrøm Ellingsen (Seniorkonsulent, institutt for medier og kommunikasjon UIO) for all praktisk veiledning og informasjon rundt studiet, samt instituttet for bidrag til finansiering av materiell for gjennomføringen av intervjuene.

Forøvrig vil jeg takke familie og venner for støtte og oppmuntring gjennom arbeidet.

Dan Espen Flaatten

Blindern, November 2012

# Sammendrag

Som første land i verden ble hele den norske kinoparken ferdig digitalisert sommeren 2011. I regi av bransjeorganisasjonen Film & Kino startet planleggingen av denne prosessen allerede i 2006 hvor to digitale forsøksprosjekt, NDA og NORDIC ble igangsatt. Formålet var å kartlegge muligheten for å innføre heldigital kinodrift i Norge. Begrunnelsen for denne raske og altomfattende omleggingen var i følge Film & Kino å bevare den særnorske kinoinstitusjonen som sikrer et bredt og variert kinotilbud for hele Norges befolkning.

Film & Kino så etterhvert tegn til at flere og flere kinoer både nasjonalt og globalt hadde begynt å installere digitalt utstyr på kinoene sine på begynnelsen av 2000-tallet. De innså raskt at denne utviklingen ville fortsette i et stadig raskere tempo og at digitaliseringen etterhvert ville bli et være eller ikke være for kinoene på sikt, grunnet press fra distributører som ønsket å gå over til å levere digitalt innhold. Det ble derfor nødvendig å få med seg alle involverte parter på et spleiselag om man skulle sikre seg en helhetlig og velfungerende digital kinoinstitusjon slik vi har hatt i over hundre år med den analoge kinoen.

Etter den vellykkede prøveperioden ble det derfor gitt klarsignal om å ta initiativ til å få på plass en landsdekkende digitalisering av kinoene. Film & Kino fikk ansvar for gjennomføringen. Etter en intens periode med planlegging, utarbeiding og signering av avtaler, iverksatte Film & Kino utrulling av digitalt utstyr sommeren 2010.

Digitaliseringen fikk mye oppmerksomhet i media både før, under og etter omleggingen, hvor både positive og negative virkninger av omleggingen skisseres fra ulike hold. Mitt fokus for denne oppgaven har vært å utdype selve omleggingsprosessen fra start til slutt. Samt å belyse og diskutere eventuelle endringer og konsekvenser dette kan medføre for både bransje og publikum.

# Abstract

Norway was the first country in the world to adopt to a complete digital cinema system, wich was completed during the summer of 2011. The planning for this transition process startet already in 2006 through the direction of industry organization Film & Kino, wich initiated two digital research projects called NDA & NORDIC. The purpose was to map out the possibillity for a complete digital cinema system in Norway. The justification for this swift & comprehensive transition was according to Film & Kino, to preserve the distinctively Norwegian cinema institution, wich had been set up to secure a broad and varied film selection for the Norwegian population.

Film & Kino experienced signs wich showed that more and more cinemas both home and abroad, startet to install digital equipment in their cinemas on their own in the early 2000's. They realised quickly that this tendency would continue in a rapid pace and that the digitalization sooner than later would become a «be or not to be» for the future of the Norwegian cinemas. The reason for this would be the continued pressure from distributors, wich saught to deliver their films in digital format. It was therefore neccesary to quickly get all the involved parts of the industry toghether and work out a Dutch treat, if the old distinctive Norwegian cinema model was to be secured, as it has been for over a century with the analog cinemas.

After the successful trial period of the reaserch projects, it was therefore given thumbs up to initiate a complete digitalization of the Norwegian cinemas. Film & Kino was handed the task and responsibilty for this transition to happen. After an intense period of planning, draw up, and signing contracts, the deployment of digital equipment started in the summer of 2010.

The digitalization project got a lot of attention in the media both before, under and after the transition. Both positive and negative impacts of the transition were being portrayed as possible consequenses from different voices. My focus for this thesis has been to deepen the understanding of the transition process from start to finish. And to throw light on and discuss any possible changes or consequences this transition might have on both the industry and for the public in general.

# Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon .....	1
1.2	Forskningsmateriale og fremgangsmåte.....	4
1.3	Valg av metode.....	8
1.4	Opgavens formål og struktur.....	9
2	Medieteorii .....	11
2.1	Den digitale kinorevolusjonen.....	11
2.1.1	Evolusjon kontra revolusjon.....	12
2.2	Samfunn og teknologi .....	14
2.2.1	Teknologisk determinisme.....	14
2.2.2	Sosial konstruktivisme.....	15
2.3	Aktører og roller.....	18
2.4	Definisjon av begreper.....	19
3	En global digital standard .....	25
3.1	Hollywoodstudioene tar initiativet.....	27
3.1.1	Incentivene bak omstruktureringen.....	27
3.1.2	VPF- modellen og DCI-standarden.....	28
4	En kinoinstitusjon i endring.....	29
4.1	Film & Kinos digitaliseringsprosjekt.....	30
4.1.1	Det særnorske kinosystemet.....	31
4.1.2	Bakgrunn for omleggingen.....	31
4.1.3	Incentiver og formål.....	33
4.1.4	Signering av avtaler.....	36
4.1.5	Finansiering.....	39
4.1.6	Anbudsrunder.....	44
4.1.7	Den digitale utstyrsparken.....	46

5	Filmtilgang.....	52
5.1	Fersk film i hele landet.....	52
5.2	Lokalt tilpasset programmering.....	55
5.3	Alternativt innhold.....	56
5.3.1	3D Kino .....	58
6	Konsekvenser og endringer.....	61
6.1	Digital kinodrift.....	61
6.1.1	Filmopplevelsen - den audiovisuelle kvaliteten.....	62
6.1.2	Filmtilbudet - bredde og utvalg.....	69
6.1.3	Filmoppslutningen - kinobesøk og omsetning .....	75
7	Konklusjon .....	80
	Litteraturliste.....	85





# 1 Introduksjon

Oppfinnelsen av filmmediet med dens bevegende bilder i 1888, var en videreutvikling av stillfotoets egenskaper og åpnet opp for en helt ny mediehverdag rundt århundreskiftet. Derav oppstod også raskt behovet for å videreformidle disse levende bildene, og kinoen som institusjon oppstod. Kinoens fødsel var en suksess og den ble raskt den mest sentrale og viktigste formidleren av kunst, kultur, underholdning og opplysning for folk flest i alle land. Denne posisjonen har kinoen klart å beholde i over hundre år på tross av introduksjonen av nye konkurrerende medieportaler. Flere aktører og plattformer har selvsagt bidratt til økt konkurranse. Men selv om blant annet fjernsyn og Internet har tatt over mye av den daglige mediebruken, fremstår fortsatt kinoen som den desidert beste kvalitetsformidleren av filmformatet som sådan. Film er fortsatt best på kino.

En av grunnene til at kinoinstitusjonen har klart å beholde sin markedsposisjonen i over hundre år, er blant annet dens evne til stadig å utvikle, fornye og tilpasse seg; i takt med teknologien og samfunnet rundt seg. Filmformatet har selv gjennomgått store forandringer med blant annet overgangen fra stumfilm til lydfilm, fra svart-hvitt til fargefilm, og fra standardformat til bredformat («wide-screen»). I takt med disse teknologiske fremskrittene har kinoene oppgradert sitt utstyr for å holde følge med utviklingen større lerreter, bedre lydanlegg, bedre komfort og så videre. Man kan si at filmmediet og kinoinstitusjonen i så måte er i et gjensidig avhengighetsforhold. Filmindustrien trenger kinoen som sin fremste visningsaktør, og kinoen trenger filmindustrien som tilbyder av appellerende filmer. Sammen er de avhengig av å tilby publikum et sluttprodukt som gjør dem attraktive og levedyktige i et stadig tøffere marked.

Men på tross av at både lyd- og fargefilm ble introdusert allerede på 1920-tallet, er det én egenskap ved selve filmen som har holdt seg uendret i over hundre år. Nemlig det faktum at det fysiske filmformatet i seg selv har vært analogt. Det vil si, idag lever analog og digital film side om side. Men fortsatt er det det analoge filmformatet som dominerer innen filmproduksjon, -distribusjon og -visning internasjonalt, selv om digitaliseringen stadig øker i omfang innenfor alle disse områdene.

Mot slutten av 1970-tallet begynner enkelte ildsjeler i filmindustrien å eksperimentere med digital teknologi i produksjon av filmene sine. Og i spissen for denne utviklingen stod blant annet pioneren og regissøren George Lucas, som tidlig så for seg en digital filmrevolusjon.

In the twentieth century, cinema was celluloid; the cinema of the twenty-first century will be digital.... Film is going to be photographed and projected digitally. The recorded image will go automatically into a computer and most postproduction will take place in a computer.... We made it through the silent era to the sound era and from black-and-white era to the color era, and I'm sure we'll make it through to the digital era.... (George Lucas referert i Belton, 2002, s.905)

I 1977 lanserer George Lucas spillefilmen *Star Wars* som vinner 6 Oscar statuetter, derav blant annet for beste visuelle effekter. Filmen markerer som sådan startskuddet for bruk av digital teknologi innen filmproduksjon ved hjelp av datamaskiner. Suksessen fra *Star Wars* gir George Lucas muligheten til å investere og videreutvikle denne teknologien og han etablerer blant annet selskapet Pixar, som raskt blir ledende i produksjon av filmer laget ved hjelp av såkalt CGI («Compute Generated Images»). Denne utviklingen baner veien for den digitale filmens fremvekst.

Selv om digital filmteknologi har eksistert i over 30 år er det fortsatt vanligst å skyte film analogt, ihvertfall når det er snakk om moderne spillefilmer som vises på kino. Årsaken til dette er hovedsakelig at det analoge filmformatet fortsatt overgår det digitale filmformatet på opptaks- og bildekvalitet. Analog film har blant annet mye høyere oppløsning og bedre kontrastnivå. Dette gjør at det analoge formatet er mer ideelt å jobbe med i postproduksjon, ettersom man her alltid mister kvalitet ved redigering og bearbeiding. Den analoge masteren konverteres over til digitale filer og deretter står man fritt til å benytte de digitale verktøyene ved å klippe, manipulere eller legge på eksterne effekter, digital lyd og så videre. Når sluttproduktet så er ferdig konverteres filene tilbake til en analog master, og deretter dupliseres den i x-antall kopier, slik at filmen kan distribueres og vises på kinoene.

Det er her den store revolusjonen har skjedd. Etter at muligheten for digital distribusjon og fremvisning nå har blitt en realitet, trenger man ikke lenger å konvertere filmen tilbake til et analogt format i postproduksjon. Dermed slipper man dette kostbare og tungvinte mellomledet, noe som muliggjør en enklere, raskere, rimeligere og mer miljøvennlig distribusjonskanal.

## 1.1 Problemstilling

2011 markerte slutten for den klassiske filmrullen på kinoene i Norge. Digitaliseringen har kommet for å bli. Film & Kino har stått i spissen for denne teknologiske omstruktureringen. Som første land i verden er det gjennomført en samlet nasjonal digitalisering av samtlige kinoer i landet. Prosessen startet sommeren 2010 og ble slutført sommeren 2011, ett år raskere enn først antatt. Totalt er det 410 saler fordelt på 185 kinoer som nå står ferdig utrustet med nye projektorer og servere. Over 70 prosent av kinoene kan i tillegg tilby og vise film i 3D. (Film & Kino, 20. Oktober 2011).

Det er kun et lite fåtall små private kinoer som ikke valgte å bli med på omleggingen. Den høye tilslutningen skyldes et spleiselag hvor distributørene, kinoene og bransjeorganisasjonen Film & Kino bidrar med hver sin del av finansieringen. Kostnadene ved omleggingen ble estimert til rundt 400 millioner kroner, men takket være spleiselaget slapp kinoene unna med cirka 1/3 av utgiftene. Dermed ble den totale kinooppslutningen meget høy. Alternativet ville eventuelt vært at de mindre kinoene på sikt ble nødt til å legge ned driften.

I forkant av denne omleggingen oppstod det debatt i mediebransjen rundt hvilke endringer eller konsekvenser digitaliseringen muligens ville medføre for bransjen og publikum. Det ble hevdet fra flere hold at overgangen ville merkes på både godt og vondt og at Norge stilte som Hollywoods digitale forsøkskanin.

Denne oppgaven vil være en studie av digitaliseringen av den norske kinoinstitusjonen som nylig ble ferdigstilt. Hensikten vil være å belyse selve prosessen, samtidig som den vil forsøke å påpeke mulige endringer eller konsekvenser som eventuelt vil kunne oppstå i forbindelse med overgangen. Digitaliseringen reiser mange spørsmål og kan angripes fra flere forskjellige hold. Vinklingen og tematikken i denne oppgaven vil hovedsakelig være todelt, sentrert rundt noen vesentlig nøkkelpunkter.

På den ene siden vil jeg belyse bakgrunnen for digitaliseringen og prosessene rundt omleggingen, med hovedfokus på den norske kinoinstitusjonen:

**Hvem står bak initiativet til den digitale omleggingen både globalt og nasjonalt? Hvilke incentiver har de lagt til grunn for dette engasjementet? Og hvordan har denne prosessen artet seg fra start til slutt?**

På den andre siden vil jeg belyse og diskutere forhold knyttet opp mot eventuelle endringer eller konsekvenser som følge av omleggingen:

**Hvilke nye muligheter åpner seg ved digital kinodrift? Hvilke konsekvenser eller endringer vil den digitale kinohverdagen medføre for både bransjen og det norske kinopublikumet?**

## **1.2 Forskningsmateriale og fremgangsmåte**

Ideen til og arbeidet med denne masteroppgaven startet høsten 2009, da jeg først ble oppmerksom på planene om digitalisering av den norske kinoen. Deretter startet prosessen med å samle inn data og relevant informasjon. Arbeidet har vært svært interessant og spennende, men krevende.

Denne omleggingen er første i sitt slag noensinne og det har derfor vært vanskelig å sile ut vesentlig og relevant informasjon fordi veldig mange hadde mye å si om omleggingen. Arbeidet har også vært preget av at digitaliseringen og utrullingene har vært en pågående prosess med stadige endringer i takt med at oppgaven ble skrevet. Det faktum at den digitale teknologien hele tiden fornyes og utvikles, gjør at ting som virket nytt, moderne eller satt i 2009, i dag allerede er utdatert og gammelt. Det har derfor til tider vært vanskelig å skaffe oppdatert og korrekt informasjon gjennom skriftlige kilder.

En del relevant informasjon har derfor vært nødvendig å hente fra andre kilder, særlig Internet. Jeg fant også etterhvert ut at semistrukturerte dybdeintervju fra sentrale personer i den berørte bransjen kunne bidra til å frembringe mer oppdatert og korrekt informasjon. Det er begrenset hva tidligere teori og forskning har kunnet bidra med i denne sammenhengen.

Det ble også etter hvert klart at det ble vanskelig å lage en problemstilling som søkte klare og sikre svar. Årsaken til dette var flere, men hovedsakelig på bakgrunn av at omleggingen først ble satt til å være ferdigstilt sommeren 2012. Det er derfor for tidlig å trekke endelige konklusjoner eller finne sikre svar på konsekvenser og/eller endringer som følge av omleggingen.

Jeg håper allikevel at oppgaven kan fungere som en inngangsportal eller være til inspirasjon for andre som ønsker å gjøre mer dyptgripende analyser rundt mer spesifikke forhold, etterhvert som digitaliseringen får litt lengre tid bak seg.

For å tilnærme meg spørsmålene i problemstillingen har jeg valgt å se på hva sentrale aktører innenfor den berørte delen av filmbransjen mener om digitaliseringen. Deres synspunkter og holdninger danner et bilde av hvilke visjoner og mål bransjen selv har for kinoens digitale fremtid. Dette har vært et viktig og sentralt bidrag til den informasjonen som ligger til grunn for diskusjonen rundt disse spørsmålene.

Som fremgangsmåte har jeg benyttet meg av kvalitativ metode ved bruk av dybdeintervjuer. Jeg valgte ut seks informanter som sammen danner grunnlaget for primærmaterialet i denne oppgaven. Informantene ble valgt ut på bakgrunn av hvilken bransje de representerer og hvilken stilling eller posisjon de innehar i de respektive selskapene i bransjen. Samtidig har deres kunnskap og erfaring innenfor området vært et viktig kriterie i utvelgelsen. Her har jeg gjennomført *semistrukturerte dybdeintervjuer* med en varighet på mellom 45 og 90 minutter (Østby, Helland, Knapskog & Larsen, 2007, s.96-97).

Denne intervjuformen egnet seg godt, da informanten fikk mulighet til å utdype og forklare seg grundig, og jeg kunne stille improviserte oppfølgingsspørsmål, basert på de svarene jeg fikk. Selve intervjukjemaene ble utarbeidet på forhånd med noen sentrale nøkkelspørsmål som ble stilt til alle informantene. Og noen detaljspørsmål som rettet seg kun mot den spesifikke informanten. På den måten hadde jeg mulighet til å sammenligne og dobbeltsjekke en del av svarene som ble gitt, på tvers av hvert enkelt intervju. Samtidig fikk informantene i de senere intervjuene mulighet til å kommentere svarene eller utsagnene fra de tidligere intervjuene. Intervjuene foregikk muntlig med opptak fra diktafon, noe som sikret en presis bearbeidelse av intervju svarene i etterkant.

I dybdeintervjuene vil selvfølgelig troverdigheten til informantene være særlig avgjørende for undersøkelsens validitet. Svarene på noen av spørsmålene som stilles her, vil kunne være noe preget av hvordan bransjeaktørene selv ønsker å fremstå. Når det er sagt er mesteparten av spørsmålene som stilles i disse intervjuene rettet inn mot mer spesifikt konkrete bransjerelaterte temaer som fordrer rimelig sikre faktasvar i tilbakemeldingene. Mye av informasjonen som ble gitt vil også være mulig å etterprøve fra de andre informantene eller fra andre sekundærkilder. Informantene er i denne oppgaven derfor navngitt og klar over at de deltar i en masterstudie som representanter for sine respektive selskaper eller som uavhengige talspersoner. (Østbye et al., 2007, s.25-26).

Fordi en del av tematikken og diskusjonen som tas opp i denne oppgaven er i stadig forandring er det også viktig å holde seg oppdatert på flest mulig fronter og samtidig sikre et bredest mulig bakgrunnsmateriale. Som supplement til intervjuene er det derfor også valgt ut sekundærmateriale fra ulike kilder, som tidsskrifter, nyhetsartikler, rapporter, fagblader og lignende. Filmmagasinet *Rushprint* er særlig godt representert. Samtidig vil rapporter, pressemeldinger og offentlige utredninger danne bakgrunnen for annen statistikk, talldata og informasjon. Her har Film & Kinos Årbok for 2011 vært viktig.

Følgende informanter har deltatt i dybdeintervjuene:

JØRGEN STENSLAND (int., 19.01.2011) er avdelingsleder for fagavdelingen i FILM & KINO. Film & Kino er en kombinasjon av medlemsorganisasjon for norske kommuner og bransjeorganisasjon for kino- og videobransjen. Organisasjonen, som ble stiftet i 1917 under navnet Kommunale Kinematografers Landsforbund (KKL), forvalter Norsk kino- og filmfond (NKFF) og driver i tillegg Bygdekinoen og S-kino. Film & Kino har med støtte fra kulturdepartementet tatt initiativ til og jobbet intenst med gjennomføringen av å heldigitalisere den norske kinoinstitusjonen. Stensland er involvert i de administrative, politiske og økonomiske sidene ved digitaliseringen. ([www.kino.no](http://www.kino.no)).

ROLV GJESTLAND (int., 19.01.2011) er rådgiver i kinodesign og teknikk i FILM & KINO. Gjestland har lang og bred erfaring i bransjen og er involvert i de rådgivende, tekniske og utstyrsmessige aspektene ved digitaliseringen. ([www.kino.no](http://www.kino.no)).

JOHN CHRISTIAN ROSENLUND (int., 18.01.2011) er frilans filmfotograf og en av Norges fremste og mest erfarne på feltet. Rosenlund har vært filmfotograf i 25 år og har gjort spillefilm de siste 15-20 årene. Totalt har han «skutt» 15 spillefilmer og cirka 1000 reklamefilmer. Han jobber også veldig mye internasjonalt og er en av få som fortsatt sverger til bare å «skyte» spillefilm analogt. Han har opparbeidet seg bred erfaring og kunnskap rundt det å produsere og ta opp film med de to filmformatene, samtidig som han kjenner denne delen av bransjen godt, både nasjonalt og internasjonalt. ([www.jcr.no](http://www.jcr.no)) .

ÅGE HOFFART (Int., 03.03.2011) er avdelingsleder for kinodistribusjon i SF NORGE. Han er utdannet i filmvitenskap og har jobbet med distribusjon siden 1982. Hoffart var blant annet med på å starte Orio Film. SF Norge er landets største uavhengige filmdistributør og driver med salg av kjøpe- og leiefilm til filmforhandlere, samt distribusjon av film til norske kinoer. SF Norge har også en egen produksjonsavdeling som produserer film og tv-drama. ([www.sf-film.no](http://www.sf-film.no)).

SVEN B. JENSEN (int., 29.03.2011) er daglig leder i ARTHAUS. Jensen jobbet mange år i Norsk Filmklubbforbund og Cinemateket, før han var med på å etablere Arthaus i 1992. Arthaus er stiftet gjennom filmklubbforbundet og distribuerer film fra hele verden til kino, filmklubber og DVD markedet. Stiftelsens formål er å bedre vilkårene for kunstnerisk verdifull film til Norge gjennom import og distribusjon, samt medvirke til å spre kunnskap og informasjon om film som kunstnerisk og kulturelt medium. Arthaus utgjør i denne sammenhengen en av de minste uavhengige distributørene og er delvis driftet gjennom offentlig støtte. ([www.filmweb.no/arthaus/](http://www.filmweb.no/arthaus/)).

ROBERT SIGFUSSON (Int., 04.02.2011) er teknisk direktør i OSLO KINO. Han jobbet som kinosjef i flere år før han gikk over i den nåværende stillingen i Oslo Kino med det overordnede ansvaret for IT, Teknikk og utvikling av løsninger i konsernet. Oslo Kino AS er Norges største kinovirksomhet med cirka 350 ansatte. Datterselskapet Oslo Kinodrift AS drifter til sammen 7 kinoer med tilsammen 27 saler i Oslo og er eid av Oslo kommune. Oslo Kino AS eier også Norsk Filmdistribusjon og Media Direct Norge AS. ([www.oslokino.no](http://www.oslokino.no)).

TORKELL SÆTERVADET (Int., 03.03.2011) var teknisk direktør i UNIQUE CINEMA SYSTEMS fra 2006 til 2009. Han var ansatt som seniorkonsulent i samme selskap under tildelingsprosessen av konsesjoner for leveranse av den digitale utstyrsparken under utrullingsfasen. Selskapet vant ni av ti anbudssoner for denne tildelingen, og fikk ansvaret for leveranse, utbytte og support på den digitale utstyrsparken. Sætervadet er også en av Norges fremste eksperter på film og kinoprojeksjon og etablerte blant annet Norsk Kinokonsult i 2000, som drev med kinodesign. ([www.uks.no](http://www.uks.no)).

Når jeg referer til disse personene i oppgaven henvises det til de respektive intervjuene, med mindre noe annet står skrevet. En komplett transkripsjon av samtlige intervjuer finnes forøvrig tilgjengelig hos undertegnede og vil følgelig ikke legges med som vedlegg, grunnet den massive størrelsen på dette kildematerialet.

### **1.3 Valg av metode**

Kvalitative intervju er den sentrale metoden for å samle inn og analysere data knyttet til personers oppfatninger, vurderinger og virksomheter og kan generere både kvalitative og kvantitative data. I medievitenskapen blir kvalitative intervju vanligvis brukt for å analysere produksjon og mottaking av medietekster, medieaktørers virksomheter og strategier. Den kvalitative metoden er derfor ideell til å belyse de problemstillinger og temaer jeg ønsker å få kunnskap om i min masteroppgaveved. (Østbye et al., 2007, s.96-97)

Noen av de viktigste formålene med de kvalitative intervjuene i denne sammenheng er at jeg kan få kjennskap til informasjon som det ellers ville være vanskelig å få tilgang på. Jeg kan få kommentarer, bekreftelser eller avkreftelser på data fra andre kilder. Og metoden kan kombineres med andre kvalitative eller kvantitative tilnærminger i forskningsprosjektet. (Østbye et al., 2007, s.98).

Her vil det for eksempel kunne være interessant å sammenligne eller underbygge påstander fra de kvalitative intervjuene med tall og statistikk fra Film & Kinos årbok. Dette kan sammen bidra til å bekrefte eller avkreffe argumenter som kommer frem i intervjuene.



I de kvalitative dybdeintervjuene er informantene forhåndsvalgt på bakgrunn av spesifikke bransjerelaterte spørsmål det søkes svar på. Spørsmålene som stilles vil være *semistrukturerte intervju*, hvor spørsmålene er forhåndsdefinerte, mens svarmulighetene er fortrinnsvis åpne. Dette gir derfor god mulighet til å sammenligne eller komplementere svarene mellom de ulike informantene fordi spørsmålene som stilles er forholdsvis like. (Østbye et al., 2007, s.98).

For å best mulig kunne sikre så *sanne verdier* som mulig er det viktig å forsøke å minimere risikoen for eventuelle misforståelser eller tvetydighet i forbindelse med gjennomføringen av metoden man velger å benytte seg av. (Østbye et al., 2007). Samtidig er det viktig å velge den metoden som best mulig er i stand til å avdekke de svarene en søker i en eventuell problemstilling. I mitt tilfelle handler det om å forsøke å velge den beste løsningen tilgjengelig, sett utifra mine ressurser og muligheter, slik at mine forskningsresultater kommer så tett opp til den objektive virkeligheten som mulig. Når det er sagt er den kvalitative forskningsmetoden lite egnet eller foretrukket om man ønsker å generalisere eller trekke objektive hypoteser ut i fra resultatene fra forskningsmaterialet.

Dette er heller ikke hensikten her. Målet er å komme så tett som mulig inn på sentrale kjerneområder, hvor spesifikk informasjon søkes utdypet og problematisert. Ut i fra dette kan man påpeke tendenser, utsikter eller trekk. Dette vil også kunne bidra til å legge til rette for senere kvantitativ forskning eller næranalyser av mer spesifikk karakter. (Østbye et al., 2007, s. 24).

## 1.4 Oppgavens formål og struktur

Formålet med denne masteroppgaven vil være å gi en bred og nyansert gjennomgang av digitaliseringsprosessen fra start til slutt; samt kartlegge så godt det er mulig hvordan den nye kinohverdagen vil arte seg for både bransje og publikum. Oppgavens forskningsmetode, analyse og diskusjon vil bygge på en empirisk og deskriptiv fremgangsmåte. Selv om digital kino står i hovedfokus i denne oppgaven er det vanskelig å ikke komme inn på både produksjons- og distribusjonsleddet som en del av diskusjonen i denne oppgaven, da alle disse tre leddene innen filmindustrien berører hverandre.

I kapittel 2 vil jeg sette oppgavens tematikk inn i en medieteknologisk sammenheng. Her vil begrepene evolusjon og revolusjon diskuteres med bakgrunn i oppgavens tittel. Deretter vil jeg kort presentere de to hovedretningene innen forskning på forholdet mellom samfunn og teknologi; *teknologisk determinisme* og *sosial konstruktivisme*. Så vil jeg belyse hvilke aktører og roller som styrer spredning av ny teknologi. Til slutt følger en kort definisjon og forklaring av sentrale begreper som benyttes i oppgaven.

Kapittel 3 gir en kort redegjørelse for aktørene bak det globale digitale initiativet og deres incentiver for å digitalisere distribusjon og kinovisning. Her vil også standarder og avtaler som er på plass for digital kino presenteres.

I kapittel 4 vil det norske digitaliseringsprosjektet gjøres rede for. Her vil jeg presentere Film & Kinos bakgrunn for-, initiativ til-, incentivene bak- og gjennomføringen av, den digitale omleggingen og utrulling.

Kapittel 5 vil ta for seg den digitale kinoen og de viktigste incentivene bak omleggingen. Her vil jeg særlig utdype hvilke nye muligheter som åpner seg ved digital kinodrift.

I Kapittel 6 vil jeg videreføre tematikken rundt denne prosessen med innspill, diskusjoner og analyser fra de involverte partene. Her vil konsekvenser og endringer, fordeler og ulemper; ved digital kinofremvisning, (-distribusjon) og (-produksjon) diskuteres. I tillegg vil filmopplevelsen, filmutvalget og filmoppslutningen diskuteres i lys av analog kontra digital kinodrift.

I kapittel 7 vil jeg oppsummere funnene i oppgaven og gi en overordnet refleksjon rundt de viktigste trekk, tendenser, prognoser eller hypoteser som kommer frem i disse funnene.

## 2 Medieteori

Hvilke faktorer er det som styrer utviklingen av samfunnet vi lever i. Er det samfunnets selvkorrigerende mekanismer, mediepåvirkning eller ny teknologi som setter kursen?

Innenfor denne oppgaven kan et legitimt spørsmål være hvorvidt filmbransjens ønsker og behov for endring, har ført til fremvekst og adopsjon av den digitale teknologien? Eller har den digitale teknologiens fremvekst ført til at bransjen har måttet tilpasse seg de teknologiske fremskrittene for å holde følge med i utviklingen. Er mediepåvirkning eller andre ytre faktorer med på å presse frem endringer for bransjen, eller har bransjen hatt sin egen agenda den følger?

Jeg har valgt å titellere denne avhandlingen «Den digitale kinorevolusjonen». Men er det egentlig en ny revolusjon eller en evolusjon som har ført til omleggingen av et samlet kino Norge? Dette er to begreper jeg ønsker og utdype og diskutere nærmere innenfor denne konteksten.

Begrepene kan videre knyttes opp mot to sentrale retninger innen forskningen på samfunn og teknologi; *sosial konstruktivisme* og *teknologisk determinisme*. Forholdet mellom teknologi og samfunn og hvilke faktorer som påvirker den teknologiske spredningen er også interessant å belyse nærmere. Her vil Brian Winstons modeller innen samspillet mellom teknologi og samfunn bidra til å illustrere hvilke aktører og roller som er med på å styre den teknologiske spredningsprosessen.

### 2.1 Den digitale kinorevolusjonen

Osmundsen belyser i sin masteroppgave at uttrykket *den digitale revolusjonen* har blitt et begrep både forskere og media bruker som betegnelse på digitalteknologiens innvirkning på dagens medieteknologiske kommunikasjonsformer. (Osmundsen, 2009, s. 8). Dette gjelder også innenfor filmbransjen hvor samme begrep blir brukt innen både opptak, distribusjon og fremvisning. Uttrykket *den digitale kinorevolusjonen* er blant annet omtalt av forskeren John Belton som et problematisk uttrykk å bruke (Belton, 2002, s. 906).

Kan det være mulig at mange tar begrepet for gitt uten å tenke særlig nøye gjennom hva ordet faktisk betyr eller defineres som? Og er det en riktig betegnelse å gi på et slikt fenomen sett i lys av et medieteoretisk perspektiv. Har endringene av kinoinstitusjonen og bransjen som helhet i forbindelse med digitaliseringen virkelig vært av revolusjonær karakter, eller har det pågått en evolusjon over tid. I den forbindelse kan det være nyttig å gå litt dypere inn på definisjonen av begge begrepene for deretter å forsøke å plassere omleggingen og omstruktureringen bransjen har vært igjennom i lys av dette.

### **2.1.1 Evolusjon kontra revolusjon**

Store norske leksikon definerer begrepet evolusjon som: «utvikling, generelt begrep for en trinnvis, jevn overgang fra enklere («lavere») til mer kompliserte («høyere») former». (Store Norske Leksikon, 2005-2007a).

Revolusjon defineres av samme leksikon som: «betegnelse på en endringsprosess som er grunnleggende og foregår i løpet av et meget kort tidsrom. Uttrykket brukes særlig om politiske, sosiale og økonomiske omveltninger...» (Berg, O.T., 2012)

Videre står det forklart at siden «grunnleggende endring» og «kort tidsrom» er upresise kriterier, er det vanskelig å gi «revolusjon» en klar avgrensing. Det synes å være en tendens til at kriteriene blir stadig mindre strenge. Og at en vid bruk av uttrykket gjerne skal tjene et rettferdiggjørende eller dramatiserende formål. (Berg, O.T., 2012).

Hvis vi prøver og overføre disse definisjonene til den digitale omleggingen av kinoinstitusjonen kan man på mange måter både hevde og forsvare at den vil kunne passe innenfor begge begrepsdefinisjonene, litt avhengig av hvor man setter fokus og hvor strengt man definerer begrepene.

Den digitale teknologien som jeg var inne på i innledningen har eksistert lenge og gjennomgått en gradvis fornyelse og utvikling helt siden startet av 1970-tallet. Men den har vært et nisjefelt for ildsjeler innad i bransjen i forholdsvis lang tid. Bransjen har rett og slett

ikke ønsket eller sett behovet for en omstrukturering av institusjonen før inntil nylig, på grunn av de høye økonomiske kostnadene og de omfattende strukturelle omveltningene en slik omlegging ville medført. Det analoge formatet har hatt et hegemoni over så lang tid, mye fordi formatet også viste seg å være svært robust og av høy kvalitet.

På den andre siden kan man hevde at når den norske digitaliseringen først ble ett faktum, skjedde dette på svært kort tid. Selve omleggingen av hele den norske kinoparken tok under ett år å ferdigstille, faktisk ett år før estimert tid. Samtidig har dette ført til at kinoene kan tilby helt nye kinoopplevelser i form av 3D og alternativt innhold. Tilgang på nye filmer åpnes opp slik at alle kinoene nå i teorien har mulighet til å vise store premierer ved lansering. Kinosjefene slipper å tenke på at filmer skal sendes videre og får dermed mer makt over eget program. Og muligens har digitaliseringen bidratt til at man nå kan få en endring i eierforholdet ved Norges største kinokonsern, Oslo Kino. Endringene og virkningene er etter min mening derfor forholdsvis store og omfattende for alle parter. Samtidig har dette skjedd i et meget raskt tempo.

På bakgrunn av dette kan man argumentere for at dette har vært «trinnvis, jevn overgang fra enklere (analog) til mer kompliserte (digital) former». Samtidig har selve omleggingen i ett norsk perspektiv vært en «grunnleggende endringsprosess» (overgangen fra et analogt til et digitalt kinosystem med de ringvirkninger dette har). Og foregått iløpet av et meget «kort tidsrom» (under ett år). (Berg, O.T., 2012). I lys av dette kan man argumentere for at den norske digitaliseringen av kinoene kan kalles en medierevolusjon.

I masteroppgaven *Digital filmdistribusjon: En studie av den norske kinodigitaliseringen og Video On Demand* (2009) argumenterer Espen Osmundsen for at han ikke anser den digitale omleggingen for å falle inn under definisjonen av revolusjon.

Under begrepet teknologisk revolusjon vil noen hevde at en teknologi som blir byttet ut med en annen, for eksempel i dette tilfellet analog film til digital video, er det en grunnleggende endring. Jeg har derimot valgt å stille strengere kriterier. Etter min definisjon av revolusjon må dermed teknologiskiftet innebære en sosial omveltning, hvor konsekvensen av utviklingen innebærer grunnleggende endringer i for eksempel bransjens struktur, maktbalanse, forhold til publikum eller samfunnet generelt. (Osmundsen, 2009: 9).

Årsaken til at jeg velger å titteluere min oppgave som «Den digitale kinorevolusjonen» er noe som kommer tydeligere frem senere i oppgaven. Men i korte trekk kan jeg si at jeg velger å benytte begrepet revolusjon på bakgrunn av et sterkere fokus på den norske omleggingen av et samlet kinosystem og hvilke endringer og konsekvenser dette kan eller vil få for både bransje og publikum, hvor både tidsaspektet og endringene rundt har skjedd svært raskt og hatt store ringvirkninger.

Når dette er sagt er det hverken essensielt eller særlig fruktbart for denne oppgaven å gå altfor dypt inn i diskusjonen om hvorvidt omleggingen og digitaliseringen av den norske kinoinstitusjonen har vært av evolusjonær eller revolusjonær art. Men jeg velger å forsvare mitt valg av tittel for denne avhandlingen. Samtidig er jeg enig i at selve digitaliseringen globalt sett innenfor bransjen som sådan, har vært en gradvis og jevn prosess som synes å passe kriteriene som gjelder for evolusjonsbegrepet.

## **2.2 Samfunn og teknologi**

Det er to hovedretninger innen forskningen som tar for seg forholdet mellom samfunn og teknologi. På den ene siden har vi *teknologisk determinisme* og på den andre siden *sosial konstruktivisme*. Her er det et tydelig skille mellom de to retningene i synet på årsakene til teknologisk utvikling.

### **2.2.1 Teknologisk determinisme**

Innenfor denne retningen er synet på teknologi og sosial forandring i hovedsak at teknologien er den primære forandringskraften i samfunnet og at dette kan skape varige endringer av sosial praksis. Forskning og utvikling av ny teknologi blir sett på som selvgenererende og eksisterer uavhengig av den sosiale sfæren. I følge Thomas Krogh (1996) står Andrew Feenberg sin definisjon av begrepet teknologideterminisme, sentralt i forskningen og består av følgende to teser:

- Tese I: Teknologiens egen utvikling er *fastlagt på forhånd* og kan ikke påvirkes av andre faktorer.
- Tese II: Teknologien er definert som en *ytre faktor* i forhold til andre samfunnsmessige forhold. Denne ytre faktoren utøver en avgjørende og bestemmende påvirkning på samfunnet.

Teknologideterminismen antar at teknologien er den *primære forandringskraft* i samfunnet som kan skape *varige endringer* av sosial praksis. Sosial fremgang blir drevet frem av nye teknologiske oppfinnelser. De fleste varianter av teknologideterminisme bygger på disse to grunnideene. Tese 1 antar at teknologiutviklingen følger en egen retning *uavhengig* av kulturell og politisk innflytelse. Tese 2 antar at teknologien har *iboende effekter* på samfunnet som ikke er sosialt betinget. Teknologien i seg selv vil kunne være årsak til større sosiale, kulturelle, politiske og økonomiske endringer. (Krogh, 1996).

Teknologideterminismen blir derfor ofte linket til *Great Man Theory*, hvor teknologen, hans innovasjoner og dens betydning for samfunnet står sentralt i historiefremstillingen. Dette gjør at revolusjonssyn ofte linkes til denne retningen. (Allen & Gomery, 1985, s. 111).

## 2.2.2 Sosial konstruktivisme

Innenfor den sosialkonstruktivistiske retningen blir derimot samfunnets rolle innenfor teknologihistorien vektlagt. Her står blant annet Brian Winstons teorier og modeller sentralt i å forklare hvordan vitenskap, teknologi og samfunn henger sammen, og hvilke progresjonsfaser enhver ny teknologi gjennomgår i samspill med omgivelsene rundt seg.

Winston mener både teknologer og vitenskapsmenn er preget eller påvirket av den sosiale sfæren i dannelsen av ny teknologi. Som «exponents of and prisoners of the culture that produced them» (Winston, 1998, s. 5).

Han mener videre den teknologiske utviklingen i samfunnet de siste århundrene bør sees på som en gradvis evolusjonsprosess:

What is hyperbolised as a revolutionary train of events can be seen as a far more evolutionary and less transforming process...Western civilisation over the past three centuries has displayed, despite enormous changes in detail, fundamental continuity – and that it continues to do so.

(Winston, 1998, s. 1-2)

Winston begrunner dette med at han anser den teknologiske utviklingen for å være en gradvis og skiftende prosess hvor noen teknologier forsvinner, noen blir adoptert og at flere teknologier kan komme opp med like oppdagelser på mer eller mindre samme tidspunkt. Han mener samfunnet er med på å bestemme disse mekanismene gjennom hvilke teknologier som vil oppnå diffusjon og hvilke sosiale konsekvenser en gitt teknologi vil få. (Winston, 1998, .s 2).

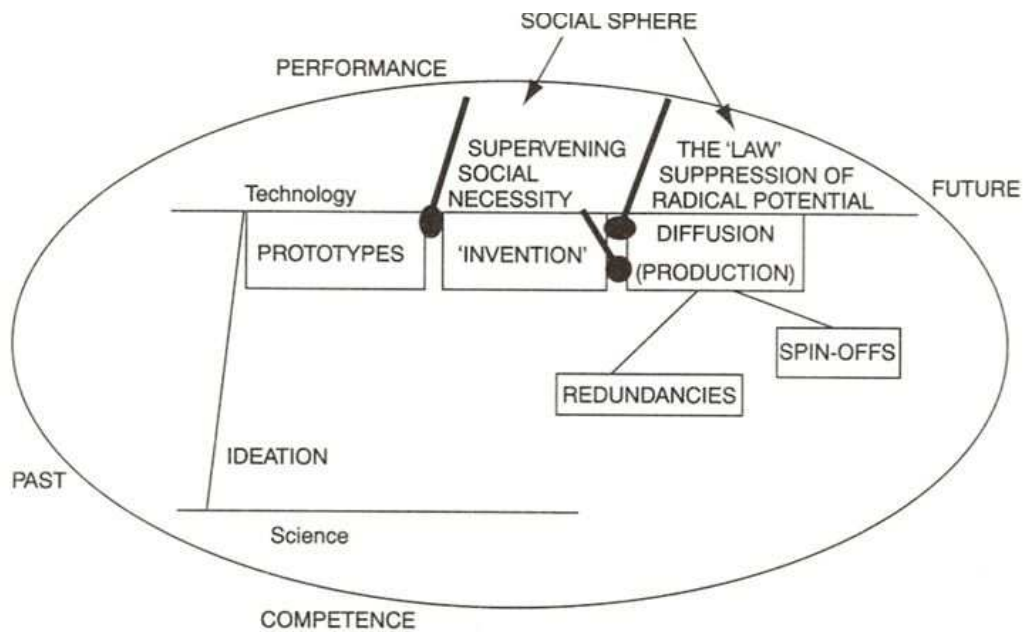
Gjennom et sosialkonstruktivistisk syn er det derfor vanskeligere å argumenter for at en teknologi kan oppnå revolusjonær status fordi den søker å finne tendenser som stort ligger bakenfor fenomenet i seg selv. Som Winston påpeker:

There is nothing in the histories of electrical and electronic communication systems to indicate that significant major changes have not been accomodated by preexisting sosial formations. The term 'Revolution' is therefor quite the wrong word to apply to the current situation. Indeed, it is possible to see in the historical record not just a slower pace of change than is usually suggested but also such regularities in the pattern of innovation and diffusion as to suggest a model for all such changes. Repetitions can be seen across this diverse range of tehнологies and across the two centuries of their development and diffusion. (Winston, 1998, s. 2).

Figuren på neste side illustrere en modell utviklet av Brian Winston som skal forklare eller gi en visuell representasjon av hvordan han anser forholdet mellom vitenskap, teknologi og samfunn henger sammen og påvirker hverandre.



Figur 2.1: Winstons modell



Kilde: *Media Technology and Society* (Winston, 1998, s. 14)

I figur 2.1 er det illustrert en ellipse som representerer hele den sosiale sfæren. Inne i ellipsen er det 2 kryssende akser. Den vertikale akse skiller mellom *performance* og *competence*, mens den horisontale akse representerer en tenkt tidslinje fra fortid til fremtid. *Competence* står for kunnskap eller vitenskap og *performance* representerer utnyttelsen av denne viten til en teknologi eller innretning.

Winston hevder på den måten at teknologien kan sees på som uttrykk for vitenskapen, på samme måte som tale er uttrykk for forståelsen av språket. Transformasjonen fra vitenskap til teknologi går først igjennom fasen *ideation*, hvor vitenskapens idé om hvordan den kan anvendes til å oppnå et resultat blir til.

Deretter går prosessen over i fasen *prototypes*, som representerer første steg fra idé og over til en mindre fungerende eller prototypisk teknologi. I følge Winston har prosessene så langt i utviklingen hvert drevet frem av sosialt påvirkede teknologer.

Etter denne fasen støter teknologien eller utvikleren på noe Winston kaller *supervening social necessity*, hvor teknologien løftes ut fra laboratoriet og inn i den virkelige verden ved hjelp av disse «kreftene» og over i det som kalles *invention*. Om derimot de «avgjørende sosiale kreftene» ikke ønsker denne prototypen velkommen vil den her bli avslått.

Dette kan skje om ikke de sosiale kreftene finner den gitte teknologien nødvendig eller ønskelig.

Steget videre fra *invention* til *diffusion* er igjen avhengig av hjelp fra de sosiale kreftene. Denne overgangen er i følge Winston aldri lett. Her møter oppfinnelsen på nok en utenforstående hindring i form av *the 'law' of supression of radical potential*. På samme måte som at *supervening sosial necessities* bidrar til å akselerere eller løfte teknologien ut i markedet, representerer *the 'law' of supression of radical potential*, det stikk motsatte gjennom sosiale krefter som ønsker å bremse eller begrense oppdagelsens potensial fra å endre eller ødelegge etablerte og vedvarende sosiale funksjoner og teknologier.

Winston ser ikke på disse akselerator- og bremsemekanismene som noe negativt i seg selv, da han mener disse kreftene er med på å holde utviklingen i et tempo som gjør oss i stand til å absorbere eller tilpasse oss den nye teknologien, samtidig som det bidrar til å beskytte etablerte institusjoner eller foretak fra øyeblikkelig kollaps, som er avhengig av stabile markedsforhold. (Winston, 1998, s. 11, Osmundsen, 2010, s. 13-14).

## 2.3 Aktører og roller

I følge Brian Winston er det ulike aktører i samfunnet som påvirker utvikling, spredning og adopsjon av ny teknologi. Følgelig kan det være interessant å se på hvilke aktører og hvordan disse aktørene bidrar i denne prosessen.

Innenfor filmbransjen deler journalisten Scott Kirsner i boken *Inventing the Movies: Hollywood's Epic Battle Between Innovation and the status Quo, from Thomas Edison to Steve Jobs* (2008) aktørene inn i tre kategorier eller typer. Disse tre typene består av *innovatørene, konservatørene og benkesitterne*.

*Innovatørerene* har ett positivt og fremtidsrettet syn på fremvoksende teknologi og forandringer. De ser ofte muligheter og tar gjerne høy risiko og sjanser ved å investere langsiktig i nye prosjekter. Samtidig er de ofte flinkere til og orienter seg i endringer som skjer i omverdenen.

Motparten til denne gruppen er *konservatørene* som gjerne stiller seg negative til forandringer og ser på dette som en trussel mot det etablerte. Disse er mer opptatt av kortsiktige investeringer og har høyere risiko terskel.

I mellomsjiktet finner vi gruppen av *benkesittere* med ett mer moderat syn på utvikling og forandring. De sitter gjerne å venter til usikkerheten forsvinner og ting får etablert seg, før de aktivt tar egne valg. (Kirsner, 2008).

Dette ligner også idealtypene som benyttes i klassisk diffusjonsteori. Innenfor denne forskningen har blant annet utviklings sosiologen Everett Rogers delt inn befolkningen innen ett gitt samfunn, inn i fem ulike grupper. *Innovatører, tidlige brukere, den tidlige majoritet, den sene majoritet og etterløperne*. (Waldahl, 1998, s. 141-146). Disse fem gruppene representerer stadiet for når en gitt gruppe tar i bruk ny teknologi.

Jeg har ikke tenkt til å gå noe dypere inn i disse gruppene eller typene her, men de kan benyttes på både bransje og publikum og det kan derfor være nyttig senere til å beskrive ulike aktører eller hvor ulike teknologier eventuelt befinner seg i diffusjonsprosessen.

## 2.4 Definisjon av begreper

I denne teksten vil det dukke oppe en rekke sentrale begrep og termer som benyttes i filmbransjen og som fagspråk i den medieteknologiske tidsalderen vi nå lever i. Det er derfor viktig å gi en kort definisjon av de mest sentrale av dem her. Dette gjøres for å bedre forståelsen av diskusjonen som føres, samt unngå misforståelser som eventuelt kan oppstå, da en del av disse begrepene brukes forskjellig i ulike deler av bransjen og sjargongen i den filmtekniske konteksten. Samtidig vil det gi meg mulighet til å benytte forkortede ord og uttrykk i diskusjonen, uten å forklare dette nærmere i de forskjellige sammenhenger, da mange av disse forkortelsene ikke eksisterer i det norske språket.

## **2K/4K**

Disse to begrepene er forkortelser for de 2 standardiserte formatene som definerer oppløsningsratene som benyttes innen digital kinoprojeksjon. Spesifikasjonene er satt av *Digital Cinema Initiative* og skal sikre en høy kvalitetsmessig avspilling av digitale filmer på kinoene. Bokstaven K står for tusen og tallene referer til antallet piksler (bildepunkter) som fordeles horisontalt gjennom bilderammen. En 35mm analog film konvertert og projisert i 4K fordeler ganske nøyaktig 4096 piksler (2K: 2048 piksler), horisontalt over bilderammen. Høyere oppløsning gir klarere bilder. Hvor klart og tydelig vi oppfatter filmen vi ser på kino er i tillegg avhengig av størrelsen på lerretet og avstanden mellom oss og lerretet. (Swartz, 2005, s. 122-123).

## **3D Kino**

Referer til såkalt stereoskopisk kinofilm som gir tilskuerne illusjonen av å føle romopplevelse eller dybde. Selve teknikken ble utviklet allerede på 1890-tallet gjennom såkalt stereofotografering men fikk aldri det kommersielle gjennombruddet. Fjernsynets inntog førte til ett oppsving av 3D produserte filmer fra Hollywoodstudioene på 1950-tallet, men trenden forsvant raskt grunnet dyr og komplisert opptaksteknologi, samtidig som *wide-screen* ble det spektakulære nye formatet. Digitaliseringen har igjen ført til ett oppsving i 3D fenomenet grunnet enklere, raskere og billigere metoder for å utvikle og projisere film av høy kvalitet i 3D. (Store norske leksikon, 2005-2007b).

## **Analog Film**

Analog film betyr at det er en fysisk representasjon av de virkelige bildene. Den analoge filmen er en serie av separate bilder som gjennom eksponering av lys skaper en «analog» av den virkelige verden. Analog film skytes, distribueres og fremvises på lange plastiske ruller av celluloid film og kommer i en rekke forskjellige størrelser og format. Fra 8mm og helt opp til 70mm, alt avhengig av kvalitet og størrelse. 35 mm er det standardformatet som har dominert spillefilmproduksjonen og som stort sett har vært vist på kinoene. Før ble dette formatet kun definert som film, så begrepet analog film som definisjonsuttrykk oppstod i forbindelse med digitaliseringen av filmformatet for å skille de to teknologiske aspektene fra hverandre. I denne oppgaven vil jeg benytte meg av både analog og digital for å skille de to formatene fra hverandre der det er nødvendig. (McKernan, 2005, s. 17).

## **Bygdekinoen**

Bygdekinoen er Film & Kinos tilbud om kino på steder som ikke har egen, fast kino. Dette er enkel og grei måte å få kino på for steder som ønsker å gi et kulturtilbud til folk der de bor. Det eneste som trengs er et egnet lokale. Bygdekinoen sørger for film, kinomaskinister og visningsutstyr. Bygdekinoen har mobile kinoanlegg og viser film i alle typer lokaler. Her vises film i alt fra gymsaler og samfunnshus til flotte kulturhus med amfi og faste kinoanlegg. Med rundt 130.000 besøkende per år og 180 spillesteder, er Bygdekinoen en stor kino i landsmålestokk. (Film & Kino, 2012b).

## **D-kino**

D står for digital og uttrykket er et samlebegrep som brukes om opptak, distribusjon og fremvisning av film gjennom bruk av digital teknologi. Kommersielle kinofilmer skytes fremdeles oftest analogt på 35mm celluloid film og skannes og konverteres deretter til 2K eller 4K digitale bildefiler i etterproduksjon. Når alt av materialet for den enkelte filmen er ferdigstilt, herav lyd, bilde og annet datamateriale, er det vanlig at alt samles på en digital master, kalt DCDM (Digital Cinema Distribution Master). Denne masteren inneholder dermed all den informasjonen som trengs for å kunne spilles av på de digitale projektorene på kinoene. Fra denne masteren blir lyd og bildefilene komprimert, kryptert og pakket til en DCP (Digital Cinema Package). Disse sendes ut fra distributørene til den enkelte kinoen gjerne via harddisker, som er den mest brukte distribusjonsmetoden. Men det er også mulig å sende DCP'ene helt trådløst via bredbånd eller satellitt. DCP'ene lagres deretter på kinoenes servere og låses opp med digitale nøkler (dekrypteres) før hver enkelt filmvisning. Derfra «streames» (direkteavspilling) de ut til de digitale projektorene i den enkelte salen filmen skal vises i. (Swartz, 2005).

## **DCI**

Digital Cinema Initiatives ble dannet i mars 2002 og er en samarbeidsgruppe satt sammen av de store amerikanske Hollywoodselskapene; Disney, Fox, Paramount, Sony Pictures Entertainment, Universal & Warner Bros. Studios, med det mål å etablere og dokumentere spesifikasjoner for en åpen helhetlig digital profil for digital kinodrift. Hensikten bak DCI var å sikre seg en uniform og konsistent plattform av høy teknisk kvalitet for en samlet digital kinobransje verden over. (Digital Cinema Initiatives, 2012).

## **DCP**

Digital Cinema Package er et begrep definert av DCI, og er som nevnt en samling filer som brukes for å lagre, prosessere og behandle digitale lyd og bildefiler i det digitale kinosystemet. Det er denne filpakken som sendes kryptert fra distributørene til kinoene for leveranse av det digitale innholdet. (Digital Cinema Initiatives, 2012).

## **Digital Film**

Digital betyr kort fortalt hvordan moderne datamaskiner elektronisk bearbeider informasjon på. Digital prosessering reduserer all informasjon, inkludert bilder, til en serie av 0'er og 1'ere. Innen filmsammenheng er fordelene ved å digitalisere denne informasjon at det blir mye enklere for filmskapere å bearbeide, kopiere, redigere og manipulere disse bildene. Samtidig er de digitale signalene ikke utsatt for forvrengninger eller degraderinger, slik analoge signaler blir ved bearbeiding eller reproduksjon. I denne oppgaven omfatter uttrykket film som enten er skutt digitalt direkte eller konvertert fra analog celluloid film over til digital film. (McKernan, 2005, s. 17).

## **Digital projeksjon**

Det finnes idag to markedsledende teknologier som benyttes i de digitale projektorene som er installert på kinoene i Norge. Digital Light Processing (DLP), er en teknologi patentert av Texas, hvor Christie Digital Systems, Barco og NEC står oppført som lisensierte produsenter av utstyret. Den andre teknologien er det Sony som står for, kalt SXRD og de lager også projektorene selv. Projektorene leveres med mulighet for enten 2K (ofte oppgraderbar) eller 4K avspilling, som er kravet satt av DCI for avspilling av digitalt innhold på kinoer. (Swartz, 2005, S. 227).

## **Film**

Ordet film kan ha forskjellige betydninger avhengig av hvilken kontekst ordet brukes i. Fra store norske leksikon står det at den opprinnelige betegnelsen på film er en «tynn hinne» av forskjellige materialer og i denne sammenheng er det snakk om fotografisk film, kalt «cellulosefilm» hvor bilder fester seg på hinnen i en fotokjemisk prosess. Men film er også definert i form av å være en medietekst hvor flere separate bilder vist etter hverandre

danner illusjonen av bevegelse. Herav begrepet «motion pictures» (bevegende bilder). Ordet film har dermed gitt opphav til både fotografiets opptaksformat og det vi idag kaller film. Film som en medietekst er et produkt hvor en serie med bilder satt sammen i en bestemt rekkefølge danner en skildring eller fortelling. Film kan i ulike sammenhenger derfor denotere mediet film som sådan eller en spesifikk film. (Preus, 2012).

### **Filmlansering**

På engelsk kalt *release* er et uttrykk i filmsammenheng som brukes om filmer som er ferdigstilt og som skal ut på markedet for første gang. Videre angir *release-dato* filmenes spesifikke dato for slipp på kino eller andre plattformer. Og *wide-release*, såkalt bred lansering, betegnes som en markedsstrategi distributørene benytter seg av ved å gå ut med filmene på mange steder samtidig. Dette er gjerne filmer som går ut på et nasjonalt plan i motsetning til kun i noen utvalgte byer eller steder. Box Office Mojo er en ledende nettside som samler inn og publiserer tall og statistikk på kinofilmer. De definerer *wide-release* som filmer med 600 eller flere visninger i USA eller Canada på samme tid. (Box Office Mojo, 2012).

### **Piratvirksomhet**

Såkalt «piracy» er i denne sammenheng et samlebegrep bransjen bruker om alt fra opptak, kopiering, kjøp, salg og annen distribusjon av opphavsrettbeskyttet materiale (åndsverk) som for eksempel film og musikk, uten at man har fått tillatelse eller lisens fra rettighetshaverne til å gjøre dette. Fenomenet er et omstridt tema og stadig oppe til debatt i media og bransjen. (Osmundsen, 2010, s. 19).

### **S-kinoene**

S-kino er et tilbud fra Film & Kino om programmering- og tjenestetilbud for små kinoer. Målet er å forenkle driften av slike kinoer og dermed kunne opprettholde en spredt kinostruktur på små steder. Målgruppen er kinoer med et årsbesøk opp mot omkring 10 000 besøkende. (Film & Kino, 2012e).

## **SMPTE**

The Society of Motion Pictures and Television Engineers er en teknisk interesseorganisasjon etablert i 1916 bestående av fagfolk fra alle ledd av filmindustrien verden over. Intensjonen bak gruppen er å videreutvikle og fornye filmmediet gjennom standarder, avtaler, anbefalinger og retningslinjer for bransjen. SMPTE står blant annet bak dannelsen av undergruppen DCI som et ledd i og utarbeide en enhetlig plattform for den digitale kinoen. (Society of Motion Pictures & Television Engineers, 2012).

## **Vindu**

Begrepet definerer en tidsperiode og fenomenet er designet for å profittmaksimere rettighetshavernes forskjellige åndsverk. En ny film som skal ut på markedet har som regel et opphold i tid mellom ulike lanseringsdatoer og et opphold i tid mellom ulike typer kanaler eller plattformer den lanseres på. (Owen & Wildman, 1992, s. 27).

Tradisjonelt slippes en film først på kino i for eksempel USA (opphavslandet) en liten stund før den får premiere i resten av verden. Likeledes er det kinoene som får tilgang på nye filmer først, før den etterhvert slippes på DVD eller Blue-Ray, deretter Vide On Demand og Pay-Per-View, og til sist ut på fjernsynet. Da først hos kabel og parabol selskaper og til sist tilgjengelig for folk flest på vanlig konsensjons TV-kanaler. (Osmundsen, 2010, s. 19).

## **VPF**

Virtual Print Fee (Virtuell kopi avgift) er en avgiftsbelagt finansieringsordning som går ut på at alle distributørene betaler kinoene en fastsatt avgift hver gang en film spilles av digitalt på kinoene som en del av deres bidrag til omkostningene ved den digitale omleggingen. Avgiften opphører når distributørenes del av totalbeløpet for omleggingen er innbetalt over VPF-ordningen. (Christie Digital, 2012).



### 3 En global digital standard

Som jeg var inne på i introduksjonen startet digitaliseringen av filmmediet gradvis med introduksjonen av datamaskiner allerede på 1970-tallet. Dette førte også etterhvert til fremveksten av digital filmproduksjon, med lettere og billigere utstyr, først og fremst brukt i forbindelse med TV-produksjoner. Så innenfor enkelte områder av filmindustrien har den digitale teknologien eksistert i lang tid. Mange undrer seg derfor hvorfor det har tatt så lang tid å få på plass en digital distribusjonskanal og kinostandard når den digitale teknologien har vært tilgjengelig så lenge. Dette synet deler også Rolf Gjestland i Film & Kino:

Jeg skrev en artikkel for et svensk fagblad i 1990 hvor jeg oppsummerte 1980-årene som tiåret da den elektroniske kinoen ikke kom.... Åttitallet var preget av introduksjonen av High Definition TV som ble forgjengeren for den HDTV standarden vi har idag. Og veldig mange så for seg at denne standarden kom til å bli det nye kinoformatet også. Alle så for seg at innen inngangen til 2000-tallet så er alt digitalt. (Gjestland, 2011)

Gjestland forklarer videre at årsaken til at dette gikk så tregt skyldtes hovedsakelig to ting.

For det første er det en enormt omfattende prosess å bygge om et helt produksjonsapparat og alt det som dette medfører. Og når utstyret og apparatet man allerede har fungerer tilfredsstillende, er det ikke veldig lett å overtale kinoene og de andre berørte partene om å ta de høye kostnadene en slik omlegging krever.

For det andre oppnådde ikke HDTV gjennomslag på konsumentmarkedet før etter 2000-tallet. Og grunnen til at denne teknologien ikke ble adoptert til kinoene raskere var at det ikke fantes projektorer som kunne gi god nok oppløsning med nok lys. Det var først da Texas Instruments lanserte en mikrochip med Digital Light Processing teknologi at projektorene kunne oppnå nok lysrefleksjon til å dekke for eksempel Colosseum kino, uten at den enorme mengden watt dette krever brenner opp elektronikken inne i projektoren. Gjestland påpeker også at den digitale teknologien innen filmproduksjon ikke bidro til å fremskynde digital kinofremvisning. (Gjestland, 2011).

Brian McKernan deler også Gjestlands syn på enkelte punkter, og hevder at grunnen til at filmprosjeksjon har holdt seg relativt uforandret i så mange år skyldes én enkelt forklaring: *It Works.... Why fix what isn't broken?* (2005, s. 188).

McKernan argumenterer videre for at det analoge formatet er en moden, effektiv og relativ enkel teknologi som ikke krever store modifikasjoner. Finner man en gammel filmrull på loftet kan den spilles av på en hvilken som helst analog projektor den dag idag, uten nevneverdige problemer.

Teknologien har slik sett holdt seg stabil i over hundre år. Selv om oppgraderinger er blitt gjort på kinoene med bedre lydanlegg og automatiserte systemer og så videre, er det ellers ingen god grunn til å bytte ut et velfungerende projeksjonssystem. (McKernan, 2005, s. 188-189).

Hvis vi overføre disse aspektene til teoriene fra Brian Winstons diffusjonsmodell, kan vi se at kinoinstitusjonen på mange måter har opptrådt som et slags *'law' of supression of radical potential*. Teknologien og muligheten har vært tilstede og ligget og ventet i mange år, men har rett og slett ikke vært ønsket av store deler av bransjen før nå, grunnet de store omveltningene og kostnadene dette ville medført for bransjen, da spesielt kinoene.

På den andre siden kan man se at deler av produksjonsapparatet og distributørene har vært raske til å ta i bruk digitalteknologien og gjort investeringer i det digitale formatet, grunnet at formatet er enklere, raskere og rimeligere i bruk. De har på den måten opptrådt som *supervening social necessity* i denne prosessen.

Samtidig nevner Gjestland at teknologien også på sitt tidlige stadium ikke var godt nok utviklet for kinoprojeksjon. Her kan man trekke inn teoriene fra teknologisk determinisme som sier at teknologien er den primære forandringskraften.

Samtidig oppnådde ikke teknologien gjennomslag på konsumentmarkedet før etter 2000-tallet, som igjen bidro til en tregere transformasjonsfase. Her har majoriteten av brukerne opptredt som *benkesittere* og ventet på at teknologien skulle modnes.

## 3.1 Hollywoodstudioene tar initiativet

Hollywoodsystemet har vært den dominerende aktøren innen underholdningsindustriens siden begynnelsen av 1920-tallet. Hollywoodselskapene fikk raskt en ledende posisjon gjennom en konsolidering av filmproduksjon, -distribusjon og fremvisning. Innen filmmediet kalles denne konsolideringen for en vertikal integrering hvor ett og samme selskap eier og kontrollerer alle leddene i den samme kjeden. (Thompson & Bordwell, 2003, s. 33-34).

Målet var å skape en kommersiell storindustri. I denne delen av bransjen har profittbehovet alltid vært styrende og etterhvert har man sett de økonomiske mulighetene D-kinoen kan tilby.

I nyere tid har denne konsolideringen løsnet noe opp blant annet grunnet konkurransekraft, slik at kinokjedene eies av egne konsern. Men mange av de store Hollywoodstudioene distribuerer fortsatt sine egne filmer gjennom datterselskaper. Så for denne delen av bransjen har digitaliseringen av hele kjeden vært et ønsket mål lenge. Det er derfor ikke noen stor overraskelse at Hollywoodstudioene var de som etterhvert tok initiativet til denne overgangen.

### 3.1.1 Incentivene bak omstruktureringen

Andrew Perkis hevder digitaliseringen av kinoene i bunn og grunn handler om én ting for studioene, gjennom økt profitt. Motivasjonene for denne omleggingen fra deres side kan videre deles inn i tre hovedgrupper i følge Perkis:

- Redusere distribusjonskostnadene (fordel for studioene/distributørene)
- Redusere piratvirksomhet (fordel for studioene/distributørene)
- Forbedre kvaliteten på filmfremvisningen (fordel for kinobrukerne)

(2009, s.154)

I ettertid har det selvsagt dukket opp flere motiverende faktorer, både planlagte og uforutsette for hele bransjen. Noe jeg kommer tilbake til senere. Men ut ifra denne modellen, kan vi se at det er én del av bransjen som ikke får noen direkte gevinst, nemlig kinokjedene selv. Dette er også en av grunnene til at det har tatt tid å implementere digitaliseringen i stor skala. Hvorfor skal kinoene ta store kostnader ved å bytte ut projeksjonssystemer og servere, når det er de som i utgangspunktet har minst å tjene på dette.

Selv om en del av kinoene i USA begynte å implementere digitale projektorer allerede på begynnelsen av 2000-tallet, var dette i utgangspunktet kun ment som et supplement til de analoge projektorene. Formålet den gang var ikke å spille av digital film, men å kunne vise reklame som kun var tilgjengelig digitalt. (McKernan, 2005, s. 189).

For å realisere planene om et heldigitalt kinosystem ble studioene nødt til å finne en finansieringsmodell som sørget for at kostnaden ved omleggingen ble akseptabel for alle parter. Det var også nødvendig å få på plass en enhetlig profil slik at man fortsatt hadde en enhetlig global standard slik det har vært i over 100 år ved det analoge systemet.

### **3.1.2 VPF- modellen og DCI-standarden**

Studioene kom etterhvert frem til en modell kalt *Virtual Print Fee*. Den går ut på at studioene betaler kinoene et bidrag mot investeringskostnadene basert på langsiktig avtaler for fremvisning av distributørens filmer. Denne VPF ordningen ble også en del av den norske finansieringsmodellen og går i prinsippet ut på at distributørene betaler en avgift, en virtuell kopiavgift for hver gang en film spilles av digitalt på kinoene.

Samtidig så studioene det helt nødvendig å lage en global digital standard for digital kinofremvisning for å sikre en teknisk konsistent og uniform plattform for visning av digital film.

Digital Cinema Initiatives, LLC (DCI) was created in March, 2002, and is a joint venture of Disney, Fox, Paramount, Sony Pictures Entertainment, Universal and Warner Bros. Studios. DCI's primary purpose is to establish and document voluntary specifications for an open architecture for digital cinema that ensures a uniform and high level of technical performance, reliability and quality control. (Digital Cinema Initiatives, 2012).

Etterhvert ble DCI gruppen enige om en lang liste kriterier som satte premisset for den digitale kinofilmen. Standarden inneholder blant annet minstekrav til kvalitetsmessige egenskaper, samt en lang liste med sikkerhetstiltak og krav for å hindre piratvirksomhet og innbrudd i det digitale systemet.

On July 20, 2005, DCI released its first version of the final overall system requirements and specifications for D-cinema. Based on many existing SMPTE and ISO standards, it explains the route to create an entire Digital Cinema Package (DCP) from a raw collection of files known as the Digital Cinema Distribution Master (DCDM), as well as the specifics of its content protection, encryption and forensic marking. The specification also establishes standards for the decoder requirements and the presentation environment itself. (Perkis, 2009, s. 154)

Etter at disse kravspesifikasjonene kom på plass var det klart for de første initiativtakerne til å sette igang utrullingene.

## **4 En kinoinstitusjon i endring**

I løpet sommeren 2011 ble de siste kinoene i Norge ferdigstilt for visning av kun digital film. Denne omleggingen markerer dermed slutten på ett over hundre år gammelt mekanisk, analogt hegemoni.

I den forbindelse er det viktig å få et overblikk over hvilke aktører som har vært involvert og hvilke roller de har hatt. Har det oppstått konflikter og hvilke eventuelle konsekvenser kan digitaliseringen medføre både på godt og vondt for bransjen og det norske kinopublikumet. Dette er spørsmål som vil tas opp i diskusjonen i det følgende kapittel.

I dette kapitlet vil jeg forsøke å gi en kronologisk redegjørelse for omleggingen fra prosessen startet til den ble ferdigstilt. Her vil jeg ta opp viktige spørsmål som hvorfor var det ønskelig å bytte ut det analoge systemet til fordel for et digitalt? Hvem er hovedpådriverne bak initiativet til dette engasjementet? Og hvilke hensikter eller formål har de lagt til grunn for dette? Hvordan har prosessen artet seg helt fra planlegging i startfasen frem til selve utrullingene startet? Hvilke aktører i bransjen har vært involvert eller berørt?

## 4.1 Film & Kinos digitaliseringsprosjekt

Film & Kino er som tidligere nevnt en kombinasjon av medlemsorganisasjon for norske kommuner og bransjeorganisasjon for kino- og videobransjen. Organisasjonen ble stiftet i 1917 under navnet Kommunale Kinematografers Landsforbund (KKL). Film & kino forvalter Norsk kino- og filmfond (NKFF) og driver i tillegg Bygdekinoen og S-kino. (Film & Kino, 2012a).

Film & Kinos oppgaver er å sikre publikum i hele landet aktuell film, enten det skjer på kino, på festival eller på dvd. Organisasjonen skal tilrettelegge både for den store kinoopplevelsen og den bevisste dvd-bruken, samt være garantist for kvalitet og mangfold. (Film & Kino, 2012a).

Film og Kinos viktigste arbeidsområder er blant annet å drive rådgivning og kompetanseutvikling, støtte til import, distribusjon og kopier av film. Film & Kino skal videre finansiere det offentlige økonomiske bidraget til norske filmfestivaler og bidra til utvikling av kino- og videobransjen. Organisasjonen innehar også hovedansvaret for filmarbeidet blant barn og unge. Og i de siste årene har Film & Kino tatt initiativ til gjennomføringen av å heldigitalisere den norske kinoinstitusjonen. (Film & Kino, 2012a).

### 4.1.1 Det særnorske kinosystemet

Norge har alltid vært et annerledes land når det gjelder organiseringen av kinoinstitusjonen. Det unike med dette systemet er at kommunene eier størsteparten av kinoen i Norge, noe som er helt spesielt i en internasjonal sammenheng. På verdensbasis er det private aktører som stort sett driver all kinovirksomhet. Den formelle begrunnelsen for utviklingen av dette særnorske kinosystemet er den norske kinoloven av 1913: «*Lov om offentlig forevisning av kinomategrafbilleder*». (Evensmo, 1967, s. 72).

Selv om kommunenes posisjon har blitt svekket noe de senere årene, utgjør deres eierforhold fremdeles over 75% av den totale kinoparken og over 80% hva gjelder besøk og driftsinntekter i 2011, kontra private aktører. (Film & Kino, 2012b, s. 24). Som øverste organ og representant for denne offentlige styringen står bransjeorganisasjonen Film & Kino, som blant annet sørger for å ivareta Norske kommuners interesser innen film og kinodrift.

### 4.1.2 Bakgrunn for omleggingen

I Norge er det slik at det kun er kinoene i de største byene som tjener penger på kinodrift. Det dreier seg om rundt 20 kinoer; de resterende kinoene er i større eller mindre grad avhengig av tilskudd over kommunebudsjettene for å holde hjulene igang. Samtidig står de største kinoene for omtrent 90 prosent av distributørens omsetning.

Etterhvert som mange av de store kinoene begynte å digitalisere enkelte saler selv, for mulighet for visning av blant annet 3D, fryktet Film & Kino at mange av de minste kinoene etterhvert ville falle utenfor om man ikke tok grep raskt. «Det var viktig å agere før disse kinoene ble fulldigitale på egenhånd. De minste kinoene hadde ikke råd til å ta disse oppgraderingene alene» (Stensland, 2011).

Bekymringen gikk ut på at det fort kunne bli ulønnsomt for distributørene å fortsette å levere analog film til de mindre kinoene og dermed stoppet filmtilgangen til disse kinoene. Konsekvensene kunne i verste fall ført til nedleggelse av mange kinoer rundt om i landet.

I 2006 vedtok Film & Kino å støtte to digitale forsøksprosjekt NDA og NORDIC etter vedtak fra landsmøtet i 2005. Forsøkene startet opp 1. mai 2006 og 21 kinosaler i 14 kinoer over hele landet deltok. Bygdekinoen deltok i tillegg med en mobil enhet. I 2007 ble forsøket utvidet til totalt 33 saler og 19 kinoer. Formålet var å kartlegge muligheten for innføringen av heldigital kinodrift i Norge og forberede denne eventuelle overgang ved å opparbeide kunnskap knyttet til problemstillingene rundt landsdekkende nettverksinstallasjon av digital kinoteknikk. Erfaringen fra disse forsøkene var avgjørende for en vellykket gjennomføring av selve digitaliseringen. (Solum & Bugge, 2008, s. 1-2).

Som jeg var inne på tidligere gikk Hollywoodstudioene sammen i 2002 og dannet gruppen DCI med formål om å sikre en felles teknisk plattform for D-kinoen. Og tre år senere la de ut et dokument med tekniske spesifikasjoner og føringer for en felles standard. Dette betød at de som ønsket å vise digitalt innhold fra disse studioene ble nødt til å følge de retningslinjene som står oppført i dette dokumentet. Ett av kravene var blant annet at man ikke lenger fikk lov til å vise kommersielle analoge filmer fra D-kinoene om man først implementerte en slik løsning. (Stensland, 2011).

Dette førte til at man var avhengig av å ha en samlet kinooppslutning i ryggen og at avtaler for leveranse av digitale filmer til kinoene ble gjort med alle distributørene som opererte i det norske markedet. Etter den vellykkede prøveperioden gjennom NORDIC og NDA ble det gitt klarsignal fra kommunenes landsmøte om å ta initiativ til å få på plass en landsdekkende digitalisering av kinoene. (Stensland, 2011).

Film & Kino startet prosessen ved å sette ned en arbeidsgruppe bestående av Film & Kinos stab, med Stensland i spissen, samt eksterne advokater og rådgivere. Til sammen var det 15 personer involvert. Prosessen ble delt inn i tre faser.

Først ble det initiert og utarbeidet en forretningsmodell i samarbeid med kinoene som Film & Kino deretter gikk til Hollywood med for å få antatt. Deretter startet arbeidet med å utlyse en anbudsrunde for tildeling av konsesjon for leveranse av det digital utstyret. Og til sist ble det utarbeidet et eget finansbud for å sikre et lånefinansiert utlegg for kostnadene i forkant. (Stensland, 2011).



### 4.1.3 Incentiver og formål

Før jeg går igang med å utdype denne trestegsprosessen som ledet opp mot selve utrullingene er det nødvendig å si litt mer om hvilke incentiver og formål man la til grunn for et D-kino system i Norge.

Jeg vil kort gjøre rede for noen av de viktigste argumentene Film & Kino la til grunn for sitt engasjement med å overbevise bransjen om at D-kino var rette veien å gå. I det neste kapitlet vil jeg gå grundigere inn på hvert enkelt element med innspill og argumenter fra andre deler av bransjen som belyser disse incentivene fra andre hold.

Som jeg var inne på tidligere så Film & Kino etterhvert tegn til at flere og flere kinoer både nasjonalt og internasjonalt hadde begynt å installere digitalt utstyr på kinoene sine. Som Stensland sier innså man ganske raskt at denne utviklingen ville fortsette i et stadig raskere tempo og at digitaliseringen etterhvert ville bli et være eller ikke være for kinoene på sikt, grunnet press fra distributører som ønsket å gå over til å levere digitalt innhold.

Å bevare den særnorske kinoinstitusjonen var helt essensielt og man bestemte seg derfor raskt for å ta grep. Det ble nødvendig å få med seg alle involverte parter på et spleiselag om man skulle sikre seg en helhetlig og velfungerende norsk kinoinstitusjon slik vi har hatt i over hundre år med den analoge kinoen. (Stensland, 2012).

Men dette var i seg selv ikke nok til å overbevise en hel film og kinobransje, politikere og andre berørte om å investere enorme summer i å implementere et D-kinosystem som leverte omtrent det samme sluttproduktet som et godt innarbeidet og velfungerende analogt kinosystem.

Mange kritiske røster hevdet samtidig at digital kino ville være ett skritt tilbake med tanke på den visuelle kvaliteten, at kinotilbudet og mangfoldet kunne bli dårligere og at digitaliseringen ville foregå på Hollywoods premisser.

Denne debatten kommer jeg grundigere tilbake til i senere kapitler. Men Film & Kino var avhengig av å overbevise særlig kinoene om at digital kinodrift kunne tilby noe ikke analog

kino kunne tilby. Man måtte forsøke å vise at det var flere fordeler enn ulemper med digital kino. Og skulle man forsvare de enormt kostbare investeringene dette ville medføre trengte man i tillegg å overbevise de involverte om at D-kinoen ville kunne lønne seg økonomisk på sikt.

I forkant av omleggingen utarbeidet Film & Kino et rundskriv hvor de oppsummerer noen viktige fordeler og muligheter man vil kunne dra nytte av ved innføring av digital kinodrift. Her informerte man først om at digitaliseringen var på vei og gjorde oppmerksom på at kinoer som ikke ble digitalisert, på sikt ville stå uten et filmtilbud. Film & Kino la vekt på at de ønsket å få med alle på et gjensidig spleiselag hvor kostnadene skulle fordeles på alle involverte parter over et tidspenn på 5-8 år, slik at de årlige utgiftene for de involverte partene kunne holdes på et akseptabelt og overkommelig kostnadsnivå. (Vedlegg I).

Samtidig ble det presisert at fordelene ved en digitalisering ville medføre positive ringvirkninger. En helt ny type forretningsvirksomhet med utvidede programmeringsmuligheter, alternative inntekspotensialer, nye markedsføringsstrategier og tilgrensende produkter vil kunne gjøre seg gjeldende. (Vedlegg I).

Mer konkrete ble det argumentert for muligheten for fersk film i hele landet. Noe som ville komme både de mellomstore og små kinoene tilgode. Dette ville være mulig fordi man ikke lenger var avhengig av å vente på filmene fra de største kinosonene før man fikk tilgang på filmene til de mindre kinoene. (Vedlegg I).

Ved digital distribusjon kan alle kinoer i teorien vise premierefilmene ved lanseringsdato. Her vil kinoenes salkapasitet og distributørens vilje til bred distribusjon fortsatt spille inn, men potensialet er ihvertfall tilstede og en god del flere kinoer vil uansett få denne muligheten tidligere enn før.

Digital kinodrift åpner også for mulighet til lokalt tilpasset programmering. I en digital verden behøver man ikke lenger å tenke på at filmene skal sendes videre og dermed har man mulighet til selv å programmere filmene slik det passer lokalt. Populære filmer kan spilles i lengre perioder og man kan for eksempel sette opp egne temakvelder og lignende

for smalere filmer eller spesielle filmsjangere. Her er det kun fantasien til den lokale kinosjefen som setter begrensninger. (Vedlegg I).

Et siste viktig argument til kinoenes fordel som nevnes er nye bruksmuligheter. Nye inntektsmuligheter vil dukke opp fordi utstyret kan brukes til mye mer enn kun å vise spillefilm. Her vil man kunne vise lokale arrangementer eller forestillinger. Og nasjonale og internasjonale begivenheter som operaoverføringer og sportsarrangement kan sendes både direkte eller i opptak. Også her er mulighetene mange, noe som åpner opp for nye samarbeid mellom ulike aktører og vil forhåpentligvis kunne trekke enda flere publikummere til kinoene. (Vedlegg I).

Et annet gode for publikum er kvalitet på filmen. I motsetning til 35mm filmruller som slites over tid og dermed får dårligere kvalitet desto mer den spilles, så vil den digitale filmen ha den samme gode kvaliteten fra første til siste visning. (Vedlegg I).

For distributørene vil lavere distribusjonskostnader utgjøre en vesentlig økonomisk gevinst. En digital kopi kan lagres digitalt og deretter sendes til kinoene via små billige harddisker, gjennom bredbåndsnettet eller via satellittoverføring. Her er innsparelsene i forhold til dyre analoge kopier og tungvindt og tidkrevende distribusjon enorme. Samtidig vil man spare miljøet for energi. (Vedlegg I).

Et annet viktig aspekt i Norge er filmer som dubbles. I en digital verden kan man programmere språk og tekst i en og samme film slik at man unngår å lage to kopier av samme film.

Sist men ikke minst åpner digitaliseringen for ny og spennende teknologi, her med særlig tanke på muligheten for å vise 3D. Selv om kinoene selv må ta de ekstra kostnadene ved å installere utstyr som kan vise 3D, er det en forutsetning at kinoene er digitale for i det hele tatt ha mulighet til å kunne tilby dette. Selv om 3D teknologien har eksistert siden 1890-årene har det vært en nisjebransje innen filmindustrien helt frem til den digitale datateknologien for alvor fikk fotfeste i bransjen. Med dagens 3D-modellerte dataanimasjon har 3D teknologien fått et nytt oppsving og man opplever en ny renessanse og interesse for denne formen for underholdning. (Vedlegg I).

Her kan man på mange måter hevde at 3D teknologien ble en av de mest avgjørende faktorene som bidro til å få nok oppmerksomhet og entusiasme rundt prosjektet til å overbevise selv de mest skeptiske partene om at dette var noe å satse på.

Jeg tenker da spesielt på filmen *Avatar* av James Cameron, som hadde premiere på norske kinoer i desember 2009 og som ble en gigantisk nasjonal og global publikumssuksess.

Timingen for Film & Kino sin del kunne ikke vært bedre i så måte. Filmen bidro til å overbevise alle om hvorvidt digitalkino hadde noe for seg eller ikke. Det ble vanskelig å argumentere mot digitaliseringen både med tanke på potensielle inntektsmuligheter og hvorvidt selve teknologien hadde noe for seg eller ikke, etter at denne filmen kom på banen. Her fikk man virkelig se hvilke nye muligheter som åpnet seg ved bruk av 3D, og filmen ble omfavnet av både publikum, teknologiinteresserte og ikke minst økonomene som så hvilket positivt potensialet som lå i teknologien.

#### **4.1.4 Signering av avtaler**

En av hovedårsakene til at denne muligheten bød seg var nettopp kinoenes unike organisering i Norge. For å realisere drømmen om ett D-kinosystem i hele landet var man helt avhengig av å få på plass en forretningsavtale med Hollywoodstudione som sikret leveranse av digitale filmer til kinoene. I tillegg måtte man ha en garanti for fordeling av kostnadene ved omleggingen, basert på VPF-modellen, slik at distributørene dermed bidro med sin del av kostnadene. Som Stensland presiserer:

Vi er et veldig lite land og vanligvis lager ikke Hollywoodstudionen avtaler med territorier som har mindre enn 500 saler, og vi har 420. Men grunnen til at de allikevel ville være med, var selvfølgelig at det var offentlige midler involvert og at det var et helt territorium, selv om det var mindre enn 500 saler. (Stensland, 2011).

Stensland forklarer videre at de var veldig heldige med timingen. Grunnen til at det gikk så raskt og smertefritt var at finanskrisen kom såpass beleilig inn i forkant av avtalen. To ting

var kritisk. Tilgangen på projektorer og Hollywoods oppmerksomhet. Da finanskrisen slo inn stoppet digitaliseringsprosjektene rundt om i verden momentant opp, og Film & Kinos lille prosjekt steg i søknadsbunken til Hollywoodstudioene. (Stensland, 2011).

24. juni 2009 ble avtalen med studioene signert, og Film & Kino sender i den forbindelse ut en pressemelding hvor de informerer om at de på vegne av kinoene har inngått såkalte VPF-avtaler med følgende fem Hollywoodstudioer: Twentieth Century Fox, United International Pictures (distribusjonsselskap for Paramount Pictures og Universal Pictures), Walt Disney Studios Motion Pictures International og Warner Bros. Pictures International. (Vedlegg II).

«Avtalene markerer dermed startskuddet for den digitale utrulling, noe som gjør Norge til første land i verden med en komplett nasjonal digitalisering av kinoene.» (Vedlegg II).

I denne pressemelding kommer det frem at studioene ser frem til et samarbeid med Film & Kino og ønsker prosessen hjertelig velkommen. De respektive selskapene har følgende kommentarer og gratulasjoner ved signeringen av avtalen med Film & Kino.

Roger Pollock, Paramount Pictures' Executive Vice President, International Distribution & Operations, sier at

Film & Kino går på energisk vis foran for å plassere Norge i forreste linje av denne teknologien, noe som gir deres publikum den absolutt best mulige filmopplevelsen. Dette er et viktig skritt i Europas implementering av digitale kinoer og som vi håper vil stå som et innflytelsesrikt eksempel for hele regionen. (Vedlegg II).

Julian Levin, Executive Vice President, Digital Exhibition, Twentieth Century Fox kommenterer:

Vi er svært glade over å ha inngått en implementeringsavtale med Film & Kino. Denne viktige avtalen er den første i sitt slag når det gjelder å dekke overgangen fra film på 35mm til DCI-tilpasset digital framvisning for et helt land. (Vedlegg II).

Duncan Clark, Executive VP, International Distribution, Universal Pictures International, sier:

Vi er glade over å kunne arbeide sammen med Film & Kino for å bistå den norske kinoindustrien i overgangen til digitale kinoer via vårt lokale UIP-kontor i Norge. Det er helt klart at en vekst i 3D-film og digital distribusjon er framtiden for vår virksomhet, og denne fullstendige implementeringen av digitalt utstyr i norske kinoer, som støttes av den norske regjeringen, er et viktig skritt. (Vedlegg II).

I en kommentar til kunngjøringen sier Jason Brenek, Senior Vice President, Worldwide Digital Cinema and Cinema Programming, Walt Disney Studios Motion Pictures:

Digitale kinoer innebærer et gigantisk sprang framover i Norge takket være den enorme innsatsen til Film & Kino. Dette er et modig og spennende skritt for å forvandle alle norske kinoer til siste modell av DCI-tilpasset utstyr og for å gi kinopublikummet den best mulige filmopplevelsen. (Vedlegg II).

Veronika Kwan-Rubinek, President, International Distribution, fra Warner Brothers sier:

Warner Bros. er begeistret over dette unike samarbeidet med Film & Kino, den første implementeringsmodellen noensinne som tar sikte på å digitalisere kinoene i et helt land. Denne helhetlige overgangen til DCI-tilpassede framvisersystemer planter Norge solid på kartet som en ledernasjon i teknologisk innovasjon og sikrer en fortsatt vekst i dette robuste kinomarkedet. (Vedlegg II).

Dette utgjorde fem av de seks store Hollywoodstudioene. I april 2010 fikk Film & Kino også på plass en avtale med Sony Pictures Releasing International og dermed var alle de seks store Hollywoodstudioene med før utrullingene startet. Og etter mye om og men fikk man til slutt klar en avtale med de uavhengige norske byråene den 30. september samme året. Dette gjorde at kinoene var sikret film fra samtlige distributører i det norske markedet for leveranse av film under det digitale systemet.

## 4.1.5 Finansiering

Stensland forteller at omleggingen dekkes gjennom en tredeling av utgiftene mellom Film & Kino, distributørene og kinoene. Ordningen er lånefinansiert via DNB Nor, hvor Film & Kino betaler sin andel «up front». Kinoene betaler en avgift på 300 000 kroner per sal «up front». Så vil distributørmidlene komme underveis gjennom VPF-avgiften, til å nedbetale det resterende lånet.

De totale omkostningene for omleggingen er stipulert til rundt 400 millioner kroner, hvor distributørene skal betale 40 prosent, Film & Kino bidrar med 100 millioner i oppsparte midler fra Norsk kino- og filmfond (NKFF), og deretter dekkes det resterende beløpet av kinoene selv, altså 35 prosent. Når distributørenes 40 prosent er nedbetalt opphører VPF ordningen, og dette er stipulert å ta 6-8 år. (Stensland, 2011).

### VPF-avtalen

Stensland sier at denne avtalen kort sagt handler om at distributørene skal være med å bidra i dette spleiselaget. Og dermed betale en avgift, en virtuell kopiavgift for hver gang en film spilles av digitalt på kinoene. «Det er distributørene som først og fremst får de store besparelsene ved dette nye systemet, mens kinoene egentlig bare får kostnader. Derfor har distributørene gått med på å være med på å støtte dette utstyret gjennom denne avgiften.» (Stensland, 2011).

Denne VPF'en betales per oppsetting av film i kinobygg. I Oslo vil for eksempel Colosseum være ett kinobygg og Ringen ett kinobygg. På mindre steder vil kinobygg og kino oftest være det samme. For hver forestilling betales kroner 500, men bare for de fire første forestillingene, det vil si maksimalt kr 2000. Avgiftstaket er satt til 90 oppsetninger per film. Etter dette faller avgiften bort. Det betyr at maks avgift per film vil beløpe seg på 180 000 kroner om den settes opp mer enn 90 ganger. (Stensland, 2011).

## Konflikt i forhandlingene

Under forhandlingene mellom Film & Kino og de uavhengige distributørene oppstod det til dels store uenigheter på bakgrunn av denne VPF-avtalen. De uavhengige distributørene mente de var ført bak lyset fordi Film & Kino tok kontakt med de store Hollywoodstudioene og fremforhandlet avtaler som ble styrende for alle parter, før de uavhengige kom inn i forhandlingsprosessen. De følte seg låst til en avtale de selv ikke hadde hatt innvirkning på og var tilfreds med. Dermed oppstod det konflikt mellom Film & Kino og de uavhengige distributørene og brudd i forhandlingene.

Bakgrunnen for konflikten som oppstod mellom Film & Kino og de uavhengige distributørene var at de uavhengige mente at VPF-avtalen rammet distributørene skjevt.

Hoffart i SF påpeker at det første utkastet til avtalen favoriserte veldig de som hadde mange kopier. Store amerikanske «blockbusters» ville nyte godt av ordningen på bekostning av smalere filmer, heriblant norske titler og såkalte kvalitetsfilmer som eksempelvis Arthaus stort sett lever av. SF mente at denne måten å beregne VPF på fremsto som usosial, utifra hvem som tjente på det og hvem som tapte på det.

Konsekvenser av dette ville vært en vridning i filmrepertoaret og at de aller største distributørene ville blitt enda større. «Dermed ville små byråer som for eksempel Arthaus ha subsidiert Disney.» (Hoffart, 2011).

Jensen i Arthaus delte også denne bekymringen og mente ordningen ville føre til et altfor høyt fokus på premierer ved at avtalen favoriserer filmer som skal ut i et stort volum. Som han utdyper: «mange av våre filmer har nytte av å åpne i noen større byer og skape et momentum der, før de går videre til flere kinoer. At avgiftsbeleggingen er like stor på premierefilmer som de som viser filmer i 2,3,4 og 5 uker føles ikke helt riktig.» (Jensen, 2011)

Jensen mente at VPF-avgiften burde vært høyere på premiereoppsetninger, noe som ligner mer på modellen ellers i Europa. Da ville det vært viktigere for distributørene å avgjøre om filmene skulle ut i for eksempel 40 eller 20 steder. Men han ser samtidig Film & Kinøs intensjon om å sette VPF'en såpass lavt, slik at muligheten for premierer over alt på den aktuelle filmen blir reell. (Jensen, 2011).



Jensen hevdet også VPF-avgiften rammet skjevt hvis intensjonen skulle være at alle skulle bidra prosentvis likt i forhold til omsetning. Det ble gjort noen beregninger i forhold til dette hvor man regnet på hvor mye av omsetningen som var knyttet til Hollywoodselskapene for årene 2007-2008. De kom frem til at fordelingen lå på cirka 60 prosent for amerikanske filmer. Mens hvis man dro denne VPF-avgiften over de samme årene, så ville faktisk 60 prosent komme fra de uavhengige og 40 prosent fra studioene. Dermed ville studioene betalt mindre VPF-avgift og de uavhengige mer VPF-avgift i forhold til omsetningen til respektive distributørselskapene. Dette var en av grunnene til at de uavhengige distributørene ikke godtok den opprinnelige avtalen. (Jensen, 2011).

Stensland mente på sin side at kjernen i konflikten handlet om filmleien, hvor minsteleien er på 800 kroner. Det vil si at om du får en full VPF på 2000 kroner så vil distributørene i prinsippet tape penger på dette, noe som førte til protester fra de uavhengige distributørene. (Stensland, 2011)

Stensland påpekte videre at de uavhengige distributørene var med i digitalkinoalliansen, som i 4 år arbeidet med utkastet til kjernen for den VPF-ordningen man kom frem til. To av byråenes representanter var også med i en egen undergruppe som jobbet med finansielle ting. «Når ikke de som representerer distributørene greier å komme opp med en modell som hensyntar dette, så kan de ikke peke på oss som kinoorganisasjon etterpå, og si at det burde dere tenkt på.» (Stensland, 2011).

Partene ble uansett ikke enige i hvem som hadde skylden og avtalen var slik den først fremsto uakseptabel for de uavhengige byråene. Dette førte til at man måtte reforhandle avtalen ved å lage egne støtteordninger for disse byråene for å få forhandlingene i havn og alle med på spleiselaget.

### **Oppsetningsstøtte**

Fra og med 15.11.2011 ble det innført endringer i støtteordningene på bakgrunn av det nye digitale systemet. Støtteordningene fra Film & Kino for film har i det analoge systemet vært helt eller delvis basert på kopistøtte. Formålet med støtteordningene er i så måte å sikre kinoene et bredt repertoar for alle aldersgrupper. For å opprettholde denne målsetningen i det digitale systemet blir kopistøtten erstattet med en oppsetningstøtte.

Hensikten er å hjelpe distributører som leverer denne typen film med få oppsetninger på kino mulighet til å nå bredere ut. Oppsetningstøtten trådte ikraft fra det tidspunkt da alle kinoene som var med i ordningen ble ferdig digitalisert. Ordningen vil evalueres etter ca. 1 års tid. (Vedlegg III).

Kriteriene for oppsetningstøtten er knyttet til kvalitetsfilmer med særlig vekt på barnefilmer, norsk og nordisk film og søkes i forkant av tidspunktet for premieren på den enkelte film. Støttebeløpet blir vurdert pr. oppsetning ut fra distributørens kopibesparelser. Innslagspunktet for oppsetningstøtten er satt til fra og med det syvende kinohuset, da man regner med at distributørene selv kan dekke de seks første kinohusene gjennom innsparte kopikostnader. Samtidig faller støttebeløpet av samme grunn med økende antall oppsetninger. Det vil si at det gis løpende støtte pr. oppsetning fra 7. oppsetning til og med 90. oppsetning selektivt etter nærmere vurdering av filmen. (Vedlegg III).

I figuren på neste side er det illustrert hvordan denne støtten beløper seg. Her kan vi se at det gis 2000 kroner i støtte fra og med syvende oppsetning og frem til tyvende oppsetning. Deretter gis det 1000 kroner i støtte frem til førtiende oppsetning. Og videre 500 kroner i støtte opp til nittiende oppsetning. Deretter faller støtten bort.

Figur 4.1.5: Oppsetningsstøtte

	Oppsetninger etter 15.11.2011
	over 140 kinohus
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	4000
8	6000
9	8000
10	10000
11	12000
12	14000
13	16000
14	18000
15	20000
16	22000
17	24000
18	26000
19	28000
20	30000
21	31000
22	32000
23	33000
24	34000
25	35000
26	36000
27	37000
28	38000
29	39000
30	40000
31	41000
32	42000
33	43000
34	44000
35	45000
36	46000
37	47000
38	48000
39	49000
40	50000

41	50500
42	51000
43	51500
44	52000
45	52500
46	53000
47	53500
48	54000
49	54500
50	55000
51	55500
52	56000
53	56500
54	57000
55	57500
56	58000
57	58500
58	59000
59	59500
60	60000
61	60500
62	61000
63	61500
64	62000
65	62500
66	63000
67	63500
68	64000
69	64500
70	65000
71	65500
72	66000
73	66500
74	67000
75	67500
76	68000
77	68500
78	69000
79	69500
80	70000
81	70500
82	71000
83	71500
84	72000
85	72500
86	73000
87	73500
88	74000
89	74500
90	75000

Kilde: Vedlegg III

Med disse nye støtteordningene på plass er de økonomiske forutsetningene for de uavhengige distributørene sikret. Og både Hoffart i SF og Jensen i Arthaus er således fornøyd med ordningen og melder at konflikten mellom de uavhengige og Film & Kino, har de nå lagt bak seg.

Men Jensen påpeker allikevel at denne ordningen ikke er helt uproblematisk. Som han sier bidrar Hollywoodselskapene med bare 40 prosent av noe som burde være 60 prosent. Film & Kino blir på en måte taperen i begge ender og får for lite penger inn totalt. Samtidig går videoomsetningen som Film & Kino har levd av, kraftig ned. (Jensen, 2011).

#### **4.1.6 Anbudsrunden**

Andre ledd i Film & Kino sin utrullingsplan var å få på plass en anbudsrunde for leveranse av det digitale utstyret som kinoene trengte. Stensland forteller at dette var en tung og omfattende prosess. I oktober 2009 lyste Film & Kino ut offentlige anbud på innkjøp av digitalt utstyr og systemintegrasjon hvor landet ble delt inn i ti anbudsoner for å legge til rette for flere vinnere. (Stensland, 2011).

Etter anbudsfristens utløp 18. Januar 2010 var det kommet inn tilbud fra tre tilbydere, henholdsvis Unique Cinema Systems, Nordic Digital Alliance og Hjalmar Wilhelmsen AS. (Vedlegg IV).

Film & Kino har i hver sone valgt det tilbudet som gir best kvalitet til best pris. Resultatet fra denne anbudsrunder resulterte i at Unique Cinema Systems vant ni av ti anbudssoner, mens Nordic Digital Alliance fikk tildelt én sone (Region Vest). Innføringen av det digitale utstyret startet i april/mai 2010 og ble ferdigstilt våren 2011. (Vedlegg IV).

De ti sonene ble fordelt i følgende grupper:

1. Oslo
2. Bergen
3. Trondheim
4. SF-Kino Norge (Stavanger-Sandnes, Skien, Tønsberg, Moss, Sandvika, Lillestrøm)
5. Norsk Kino (Verdal, Kristiansund, Asker, Askim, Halden, Horten, Hønefoss, Sarpsborg)
6. Region Nord (Finnmark til Sør-Trøndelag minus Trondheim og Verdal)
7. Region Vest (Møre og Romsdal til Rogaland minus Kristiansund, Bergen og Stavanger-Sandnes)
8. Region Sør (Vest-Agder til Buskerud minus Skien, Tønsberg, Horten og Hønefoss)
9. Region Øst (Østfold, Akershus, Hedmark og Oppland minus Halden, Sarpsborg, Askim, Moss, Asker, Sandvika og Lillestrøm)
10. Bygdekinoen

(Vedlegg IV).

Her kan vi konkludere med at målet om å oppnå flere vinnere ikke ble reell i praksis, da Unique Cinema Systems stakk av med hele ni av ti soner, og totalt sett var det kun tre firmaer som la inn tilbud, og kun to firmaer som ble tildelt soner.

Unique Cinema Systems er i følge Sætervadet det firmaet med lengst og bredest erfaring og hadde i tillegg den desidert beste prisen. Dermed gav resultatet seg selv. Han utdyper at dette var noe konkurrentene innrømmet og at det ikke ble innsendt eller ytret noen klager i ettertid. (Sætervadet, 2011).

Sætervadet forteller videre at norsk kinobransje er veldig liten, så det var sikkert ikke negativt at en del av kinoene for enkelte soner var indirekte medeiere i firmaet som vant. Han mener allikevel det var litt naivt av Film & Kino å dele opp i 10 soner for å øke sjansene for flere vinnere, når kravene var de samme for alle sonene og tildelingen ble gjort helt objektivt. «Det var en veldig transparent prosess med stort fokus på at at ting skulle foregå på en ryddig og rettferdig måte og dermed måtte resultatet bli som det ble». (Sætervadet, 2011).

På tross av dette sier Sætervadet at han personlig stiller seg kritisk til måten anbudsrunder ble utformet på. At en aktør får tildelt 9 av 10 soner er hverken gunstig for aktøren eller markedet, rent objektivt. Han utdyper at det alltid er gunstig å ha jevnstore aktører med i etterkant, for å sørge for å få maksimal konkurranse. Et annet aspekt er at enkelte kinoer muligens blir påtvunget leverandører som de ellers kanskje ikke ville valgt selv, og dette skaper nødvendigvis ikke et dynamisk og positivt samarbeid. (Sætervadet, 2011).

Hadde jeg kunnet bestemme så hadde det vært monetær støtte knyttet til hver enkelt kinodrift, så kunne hver enkelt kino laget sitt tilbud med sine tilbudskriterier og med sine tildelingskriterier. Og da ville du fått forskjellige aktører, fordi ettersom tildelingskriteriene ville vært ulike så ville også tildelingene blitt ulike (Sætervadet, 2011).

Objektivt sett mener allikevel Sætervadet at det ikke er plass til mer en to aktører i et slikt marked. På den annen side er det en klar fordel å ha én dominant aktør i et så lite marked og spesifikk bransje. I forhold til monitorering og sånt som skal skje etter installasjonen er det definitivt veldig bra med bare en aktør med ansvaret i forhold til dette aspektet. (Sætervadet, 2011).

#### **4.1.7 Den digitale utstyrsparken**

I overgangen fra analog til digital kinodrift er det hovedsakelig to sentrale elementer som må installeres. Det ene er en digital server som sørger for å delegere oppgaver og holde styr på alt av informasjon og prosesser som skal kjøres. Den kan sees på som hjernen i systemet. Det andre er å erstatte det analoge fremvisningsutstyret med digitale projektorer og det som hører til.

Som jeg var inne på tidligere er det DCI-standarden som setter krav til at dette utstyret har de kravspesifikasjonene som gjør at utstyret kan kommunisere med alt annet utstyr og eventuelle oppgraderinger som måtte komme. Denne standarden er global og gjør at man kan sende og motta digital informasjon sømløst mellom ulike parter på en sikker og enkel måte ute.

Gevinsten kontra det analoge systemet ligger blant annet i et enklere betjent system hvor fokuset på automatikk, effektivitet og sikkerhet står sentralt.

## **Valg av utstyr og installasjon**

Stensland forteller at Film & Kino hadde begrensede midler og de bestemte seg derfor for å kjøpe og tilby en minimumspakke som var i henhold til DCI-Standarden. Og hvis den enkelte kino ønsket oppgraderinger utover dette, så måtte man dekke dette selv. Her er det snakk om oppgraderinger i forhold til størrelse på projektor, mulighet for visning av 3D og andre oppgraderinger av teknisk art. Mange kinoer har valgt å gjøre dette, blant annet så har omtrent halvparten av kinoene, og nesten alle de små valgt å installere 3D projeksjonsutstyr. (2011).

Selve Projektorene som ble tilbudt er 2K projektorer. Men dette stort sett projektorer som lar seg oppgradere til 4K. En del kinoer har også valgt å kjøpe 4K projektorer istedet. Her er det særlig salstørrelse som har hatt betydning for valget. Store saler har helt klart fordel av å benytte 4K projektorer.

Unntaket er de kinoene som var med i forsøksprosjektet. Disse projektorene er 2K som ikke lar seg oppgradere grunnet at teknologien var såpass fersk at dette ikke var tilgjengelig da forsøkene startet. Jeg kommer nærmere inn på forskjellen mellom 2K og 4K og hvilke forskjeller og konsekvenser dette har å si for kinoopplevelsen senere i oppgaven.

Sætervadet forteller at det fantes fire produsenter på markedet som lagde projektorer. Og Unique Cinema Systems tilbød da projektorer fra Sony og Christie. Etter hans erfaring var det kun Unique Cinema Systems som førte Sony projektorer, så uten dem ville det antageligvis blitt levert langt færre 4K projektorer, da det kun var Sony som kunne tilby dette under utrullingsfasen. (Sætervadet, 2011).

Unique Cinema Systems sin oppgave etter tildelingen som systemintegratører var å installere utstyret i felten. Sette sammen systemet som byggeklosser og sørge for at alt spilte sammen. Samt support i ettertid sammen med serviceavtaler og lignende på utstyret, og teknisk opplæring av kinopersonell. (Sætervadet, 2011).

## Utstyret i bruk

Sigfusson i Oslo kino forteller at systemet er så idiotsikkert at det går for eksempel ikke å sette på en spillefilmvisning feil. Spillefilmer kommer inn via en D-kino server som bruker sitt eget unike grensesnitt, som kun brukes til spillefilm. På spillefilmer er det 4 innstillingsmuligheter, en for 2D widescreen, en for 2D scope og tilsvarende for 3D. Utover dette kan ikke maskinisten gjøre noe. (Sigfusson, 2011).

Sigfusson forteller videre at forskjellen mellom det nye og det gamle systemet er at det er mye vanskeligere for maskinisten å gjøre feil i forkant av en forestilling med hensyn til innstillinger. Samtidig skal det være enklere og raskere å forberede hver enkelt sal for visninger. Behovet for egne spesialiserte kinomaskinister faller dermed bort og målet er at alle de ansatte skal kunne sette igang å kjøre visninger uten nevneverdige problemer gjennom ferdig innstilte makroer på serveren. Tiden det tar å gjøre dette arbeidet blir også betraktelig redusert, noe som gjør at de ansatte kan brukes på andre områder. (Sigfusson, 2011).

Jeg spør derfor om dette vil kunne føre til lavere driftskostnader og dermed eventuelt billigere kinobilletter. Sigfusson ser ikke for seg dette. Han mener at driftskostnadene vil bli de samme da det fortsatt vil være behov for teknisk personell på kinoene slik som før. Han har heller ingen tro på at filmleien vil bli billigere for kinoene når VPF'en er nedbetalt, og henter indirekte til at det mest sannsynlig er distributørene som eventuelt vil få de største besparelsene under det digitale systemet på sikt. (Sigfusson, 2011).

Sigfusson mener den største fordel for kinoene og publikum er at kvaliteten på visningene vil bli av veldig god kvalitet uten forringinger over tid, slik som før. Samtidig vil filmtilbudet bli mer demokratisert gjennom muligheten for premierer på nye filmer over hele landet samtidig. (Sigfusson, 2011).

Sigfusson forklarer videre at en film gjerne består av 4,5,6 akter. Tidligere hadde man to kinomaskinister som da kjørte første, andre, tredje akt og så videre; og hadde du en god maskinist så klarte man kanskje å betjene 3 saler. Men da man gikk over til tallerkendrift ble det frigjort mye tid for maskinisten til å gjøre andre oppgaver innimellom. Ved tallerkendrift spoler man sammen hele filmen i forkant, man trer filmen som det heter. Så startes filmen på automatikk. Det vil si at det eneste maskinisten behøver å gjøre mellom



hver enkelt visning er å tre filmen, noe som tar ca. 5 minutter. Du trenger derfor ikke sitte i maskinrommet under selve visningen og kan benytte mesteparten av tiden til annet arbeid. Men dette skjedde altså lenge før digital kinodrift kom på banen. (Sigfusson, 2011).

Når det gjelder avlysninger og feil på visninger under det nye systemet så er det selvfølgelig en faktor som har vært uunngåelig i overgangsfasen, men som vil avta betraktelig etterhvert som nye rutiner og feilkilder blir utbedret. Her kan Sigfusson fortelle at det har vært noe problemer i alle ledd i startfasen. (Sigfusson, 2011).

«Å være maskinist i en analog kontra digital verden innebærer at man står ovenfor nye arbeidsoppgaver og nye feilkilder. Opplæring og innarbeiding av nye rutiner har vært en del av årsaken til at ting har gått litt skjevt i starten» (Sigfusson, 2011). En del av problemene knyttet seg til at innhold ikke ble overført dit det skulle. «Om man oppdager en time før visning at en film ikke ligger inne på riktig sal kan man i prinsippet ikke gjøre annet en å avlyse visningen» (Sigfusson, 2011).

Mye av avlysningene i startfasen var av den grunn knyttet opp mot problemer med nøkkelsystemet. Filmene man får inn via D-kino systemet er kryptert, noe som ligger i kravspesifikasjonene fra DCI standarden. Når man skal kjøre en film får man inn en kryptert nøkkel som er unikt knyttet opp mot et sertifikat som ligger i serveren på den salen filmen skal vises i. Det vil si at en nøkkel til Sal 4 på Ringen kino vil kun fungere på Sal 4 i Ringen med det sertifikatnummeret. (Sigfusson, 2011).

Tilgang på disse nøklene har ifølge Sigfusson vært et problem i startfasen.

Nøkkelhåndteringen foregår manuelt og dermed kan det oppstå en rekke feilkilder med dette, før alle rutiner er på plass. Noen ganger har man ikke fått tilsendt nøkler i tide, andre ganger har man fått tilsendt feil nøkler, eller man kan ha byttet en server på den aktuelle salen uten å oppdatere listene og så videre. (2011).

Hvis man to timer før visning kl. 21.00 oppdager at nøkler mangler er det ingen hos distributørene som er tilgjengelig. I starten var det en del problemer knyttet opp mot dette. Her var det ifølge Sigfusson mye enklere før. Om man kom på jobb kl. 1600 og så at filmen lå i maskinrommet så visste man at filmen ville kunne avvikles som planlagt kl. 1700. (Sigfusson, 2011).

Det blir også kjørt såkalte test visninger før visning for å sjekke at filmen er i orden, at det er tekst og at lydnivået er riktig. I utgangspunktet er det de som har laget filmen som skal mene noe om hvordan dynamikken og lydnivået skal låte på en gitt film, men noen ganger så er det rett og slett for høyt eller lavt og da må man inn å justere. Så filmarbeidet krever på mange måter mer forberedelser med digital visning. (Sigfusson, 2011).

## **Sikkerhet**

Som jeg var inne på i forrige avsnitt med nøkkelsystemet så er det en rekke nye krav og forbedringer knyttet opp imot sikkerhet i alle ledd ved det digitale systemet. Dette var også en av forutsetningen for at Hollywood studioene valgte å satse på og godkjenne selve D-kinosystemet slik vi kjenner det idag.

Rolv Gjestland i Film & Kino var en av de som satt å forhandlet med Hollywoodstudioene om hvordan man skulle løse alt som hadde med sikkerhet å gjøre på de norske kinoene.

Han forteller at filmen eller filpakken er sikret gjennom det man kaller DCP. Digital Cinema Package. Dette er den pakken med filer som sendes rundt og som er kryptert. Det er dette leddet som er mest utsatt, fordi denne filen flyter rundt og er ikke vanskelig å få tak i. Dermed er sikringen her gjort så godt som overhode mulig. (Gjestland, 2011).

Filen er som sagt kryptert og krypteringen er unik for hver sal den skal vises i for et gitt tidsrom. Man må derfor ha en egen nøkkel som åpner filmen for den enkelte sal for det tidsrommet som filmen åpner for. Denne krypteringen er det et høyt sikkerhetsnivå på, for det er serveren på anlegget som egentlig er utgangspunktet her. (Gjestland, 2011).

Alle servere har et sertifikat som er knyttet til et serienummer på serveren. Og det serienummeret er det som brukes for å generere nøkkelen til den enkelte server. Det vil si at man må lage sertifikat for hver enkelt server for hvert enkelt anlegg. Her ble det ironisk nok en del problemer for kinoene selv med å få avvirket forestillinger i starten fordi det ble vanskelig å holde styr på alle disse nøklene. (Gjestland, 2011).

Gjestland forklarer at grunnen til at dette er gjort så idiotsikkert, er at hvis noen skulle klare å «hacke» den aktuelle filpakken en gang, så må man begynne helt på nytt igjen for neste film og neste sted. (Gjestland, 2011).

Gjestland forklarer videre at to av studioene var så nøye på dette at de krevde at alle anleggene skulle ha et analogt oppringbart modem. Dette for at de da kunne sende nøklene over et oppringbart modem-system. Dette var noe som ikke lenger fantes i Norge, så det oppstod intense diskusjoner mellom studioene og Film & Kino, før de klarte å forhandle dette ut av kontraktene forteller han. (Gjestland, 2011).

Gjestland ser ikke på nøklene som noe faremoment, fordi om man skulle få tak i disse nøklene så er man avhengig av å ha ett riktig anlegg å spille av filmen på. Serveren er en separat enhet fra projektoren og det er kabler mellom dem som gjør at det er en egen krypteringslink mellom projektoren og serveren, som heter Cinelink II. Dette er en Texas Instruments teknologi som krypterer signalene som sendes ut fra serveren og deretter dekrypteres i siste ledd i projektoren. Dette kalles Signal Processing Work (SPW). Men denne teknologien har vært gjenstand for mye debatt fordi selve kortet hvor dette dekrypteres ikke har vært FIPS sertifisert. Så der ville det vært mulig å gått inn å stjølet filmen. (Gjestland, 2011).

Siste ledd i sikkerhetsbiten ligger i det at folk kan sitte med CAM Recorder i salen å ta opp filmene. Her har man begynt med vannmerking av filmene slik at om dette blir oppdaget i ettertid har man mulighet til å se i hvilken sal filmen er tatt opp i, og hvilket tidspunkt det skjedde på. Man finner selvfølgelig ikke ut av hvem som har tatt opp filmen, men man får ett mønster og så kan man gå inn ta noen grep i forhold til dette. (Gjestland, 2011).

Denne sikkerhetsbiten har stått i høysete hele veien og at dette var en av intensjonene fra Hollywoodstudioenes side ved hele digitaliseringen. Det å få kontroll på sikkerheten. I DCI dokumentet så handler over halvparten av spesifikasjonene og kravene om sikkerhet alene.

## 5 Filmtilgang

I dette kapitlet vil jeg gå nærmere inn på de tre viktigste incentivene som Film & Kino la til grunn som positive endringer ved en digital kinodrift, gjennom fersk film, lokalt tilpasset programmering og alternativt innhold. Her vil jeg først presentere hvert enkelt element for deretter å se hvilke mulige endringer dette kan få. Hvilke fordeler og eventuelt ulemper vil disse nye mulighetene ha å si for kinodrift og publikum. Innspill, kommentarer og synspunkter fra informanter og andre sekundærkilder vil her benyttes i argumentasjonen som belegg for den diskusjonen som føres.

### 5.1 Fersk film i hele landet

Under det analoge kinosystemet var det slik at hver enkelt kino var avhengig av å motta en fysisk kopi av en hvilken som helst originalfilm for å kunne vise denne filmen på sin kino. Under dette systemet gikk filmkopiene på rundgang hvor de største kinoene fikk kopiene først. Her ble filmene ofte holdt helt til de hadde utspilt sitt inntjeningspotensialet, for deretter og sendes videre til de neste kinoene på rangstigen. Dette medførte at de minste kinoene i gjennomsnitt måtte vente i inntil 45 dager før de fikk tilgang på den aktuelle premierefilmen. (Kulturdepartementet, 2007: 116).

Årsaken til dette tungvinte systemet var de høye kostnadene knyttet opp mot kopiering og transport av de analoge filmkopiene. For distributørene var det svært kostbart å trykke opp og sende ut de analoge filmkopiene og følgelig måtte filmene sirkulere på rundgang. Dermed ble den enkelte kinosjefs valgmulighet begrenset av kinoens besøkstall fordi filmene ble distribuert etter prinsippet «størst får først».

Et slikt system kan naturlig nok oppfattes som særdeles urettferdig ovenfor både kinoene og befolkningen som befinner seg i desentraliserte strøk. Norge er ett av landene i verden med flest kinoer per innbygger, noe som naturligvis fører til at publikumsgrunnlaget per kino vil være magrere.

Det sier seg selv at det å først kunne tilby en ny og spennende film flere uker etter den opprinnelige lanseringsdatoen ikke er den beste måten å drive moderne kinodrift på. Særlig ikke under den digitale informasjonsstrømmen som vi lever i idag. Fersk film blir fort gammel og desto lenger tid det tar for en film fra den opprinnelige premieredatoen til reell oppsetning skjer, desto større sjanse er det for at færre vil komme å se filmen.

Noen kan ha reist til større nærområder å sett filmen der tidligere. Noen kan ha skaffet seg tilgang til filmen gjennom andre kanaler. Og generelt vil filmens positive «momentum» eller «spinn-off» fra reklame, omtale og aktualitet som regel synke desto lenger tid det går før den blir tilgjengelig.

[Film-] kopiene går på rundgang mellom kinoene, ut fra et system der de største kinoene får kopiene først og de minste til slutt. Tiden det tar for en liten kino å få en film var i 2006 gjennomsnittlig 45 dager. Ved å benytte digitale kopier kan alle kinoer, både store og små, i prinsippet få tilgang til de samme filmene på samme tid. Digitaliseringen innebærer dermed en demokratisering av innhold. (kulturdepartementet, 2007: 116)

Dette sitat er hentet fra St. meld. nr. 22, *Veiviseren: For det norske filmløftet* (Kulturdepartementet, 2007) og viser klart og tydelig at digitaliseringen har hatt ett sterkt kulturpolitisk formål. Man har hatt et ønske om å kunne tilby publikum tilgang på de samme filmene til samme tid. Ett av de viktigste driftsincitivene for den særnorske kommunale kinodriften har nettopp vært lik tilgang. På den måten kan man hevde at digitaliseringen er ett skritt i riktig retning med tanke på å opprettholde et slikt system. Og her ligger en av de store fordelene ved denne nye teknologien. I et digitalt kinomarked vil det i prinsippet være lik tilgang til film og lanseringsdato for alle kinoer uansett størrelse eller beliggenhet. Filmene kan dupliseres og og transporteres betraktelig rimeligere og raskere enn tidligere.

Dette er også noe som bekreftes av Stensland som sier at det har vært et mål for å bedre konkurranseevnen til de mindre kinoene ved å hindre publikumsflukt til større kinoer. Samtidig som besøkstap grunnet nedlasting av piratkopierte filmer reduseres ved å korte ned ventetiden for premierene på de mindre kinoene. (Stensland, 2011).

En liten anmerkning til notisen fra kulturdepartementet på forrige side kan være at demokratisering av innhold ikke nødvendigvis er rette ord å bruke. Tilgang vil være en mer nøyaktig beskrivelse her. Når det gjelder innholdet som sådan er det ikke nødvendigvis gitt at digitaliseringen vil føre til en sterkere demokratisering, da det er mye som tyder på at lik tilgang til premiefilmer kan og muligens vil gå på bekostning av utvalget blant filmene som tilbys i markedet, særlig på mindre steder.

En annen ting å merke seg er at muligheten for lik tilgang i teorien ikke nødvendigvis betyr at alle kinoene nå kommer til å få mulighet til å vise premiefilmene samtidig over hele landet.

Som Stensland presiserer er det fortsatt opp til distributørene å bestemme dette, da det er de som eier utstyret. Men han mener allikevel at det ikke er noen grunn til at de ikke skal gjøre det, basert på støttesystemet som Film & Kino har laget, hvor de liksom støtter både «belte- og buksesele» for distributørene. Men Film & Kino har allikevel fått noen signaler på at ikke alle kommer til å gjøre dette. Dels på grunn av økonomiske årsaker, da de ikke ønsker å sette opp film som de taper penger på. (Stensland, 2011).

Hvis man skal gi en kort oppsummering av dette vil jeg på bakgrunn av de opplysningene som her ligger til grunn, hevde at man kan forvente en endring i form av bredere og raskere filmtilgang for storfilmene/premiefilmene på kinoene totalt sett i Norge. Men nøyaktig hvor stor denne endringen blir i praksis er vanskelig å si noe om uten å utføre en grundig statistikkanalyse av dette etter at digitaliseringen har fått litt tid bak seg.

Det er uansett positivt at flere vil få tilgang raskere. Samtidig kan man på mange måter hevde at kinodigitaliseringen på den måten vil føre til en mer markedsstyrt og kommersialisert kinobransje, hvor programoppsettet bestemmes mer av hvilke filmer som selger flest billetter. Fremfor tidligere, hvor programoppsettet ofte var styrt av hvilke filmer man faktisk hadde tilgang på eller ikke.

En annen viktig bemerkning er at endringene som skjer i forhold til både innhold og tilgang vil stort sett kun ha påvirkning på de små og mellomstore kinoene. Kinoene i storbyene er de som vil påvirkes minst av omleggingen, da disse kinoene stort sett alltid har hatt størst og raskest tilgang på filmer.

## 5.2 Lokalt tilpasset programmering

En annen ny og spennende mulighet som åpner seg ved digital kinodrift er muligheten den enkelte kinosjef har til å tilpasse programmeringen etter lokale forhold. I det digitale systemet lagres filmen på den enkelte kinoen uten at man behøver å tenke på at den må videresendes etter x-antall dager eller uker.

Som en følge av dette kan kinosjefen for eksempel velge å vise den aktuelle filmen på faste ukedager istedet for å måtte vise den flere dager på rad, for deretter å sende den videre. Dette gjør filmtilbudet mer forutsigbart for publikum ved at man kan forhåndsannonsere filmen, slik at publikum får mulighet til eventuelt å planlegge kinobesøket dager i forkant. For en del befolkningsgrupper som for eksempel småbarnsforeldre og andre grupper blir det dermed enklere å sette av tid til å gå på kino.

Man kan også bestemme seg for å vise en film hver dag helt til den aktuelle filmen har utspilt sitt potensiale. Videre kan man for eksempel sette av faste tidspunkt eller dager for visning av såkalt kvalitetsfilm eller sjangerbaserte filmer som barnefilmer, ungdomsfilmer, komedier, action og så vider. På den måten vil den enkelt publikumsgruppen vite hvilke dager det mest sannsynlig går en film som de har lyst til å se. Forutsigbarhet og mulighet til å planlegge kinobesøket dager i forkant, vil mest sannsynlig føre til at flere som ellers ikke ville gått på kino, nettopp gjør dette.

Jensen i Arthaus peker på dette som ett av de mest positive aspektene ved overgangen og legger vekt på at det her er viktig at kinosjefene benytter seg av denne muligheten til å være aktive kultursjefer. Han peker på at digital programmering gir større fleksibilitet, flere muligheter til å være både aktuell, raskere på banen og mer kreativ i forhold til både innhold og oppsetning. (Jensen, 2011).

Stensland deler også dette synspunktet og håper kinosjefene vil være sitt ansvar bevisst og virkelig bruke rollen som redaktør og dermed varierer mer i forhold til hva publikumet liker lokalt. (Stensland, 2011).

## 5.3 Alternativt innhold

Ett tredje forhold ved digital kinodrift er de nye bruksmulighetene som åpner seg for kinoene, som går innunder samlebegrepet alternativt innhold. Dette begrepet defineres av bransjen som alle typer audiovisuelt innhold (utenom vanlig spillefilm) som kan vises i kinosalene ved hjelp av det nye digitale utstyret. Dette omfavner også muligheten for å vise film i 3D.

Samtlige informanter gav uttrykk for at de tror det digitale kinosystemet vil åpne opp for nye markeder og bruksmuligheter. Film & Kino tror dette kan være med på å gi kinoene nye inntektsmuligheter fordi utstyret kan brukes på mer enn bare det å vise spillefilm.

Mange kinoer har allerede begynt å benytte seg av denne muligheten. Oslo Kino har blant annet vist direkteoverførte opptak av operaer fra Metropolitan i New York og La Scala i Milano med fulle saler og utsolgte billetter så fort de er blitt lagt ut for salg. Det samme kan også gjøres med andre konsert- og teaterarrangement både fra inn og utland.

Store idrettsarrangement er også noe som allerede har blitt overført direkte på kino. Under fotball VM i 2010 viste for eksempel Oslo Kino mange av kampene i noen av sine saler med blant annet øl og vin servering som ekstra trekkplaster.

I min hjemby Tønsberg, vet jeg at Kilden Kino over en lengre periode har vist den engelske lørdagskampen fra Premier League gratis på stort lerret. På den måten trekker man folk til kinoene på nye måter og nyter godt av ekstra salg av kioskvarer og lignende.

Lokalt vil også det nye digitale kinoutstyret kunne tilby kulturhusene rundt om i landet nye bruksområder. Her kan man for eksempel sette opp overføringer av skoleforestillinger, barnehavearrangement, konsert og teaterforestillinger og så videre; både direkte eller i opptak slik at interesserte publikummere som ikke hadde mulighet til å være med på originaloppsetningen kan få med seg de ulike arrangementene på alternativt vis.



I tillegg kan kinoene leie ut saler for ulike arrangement til næringsliv eller andre store grupper som har behov for å kommunisere via lyd og bilde med andre større grupper samlet i en annen kino. Stensland nevner blant annet at det er blitt leid kinosaler til undervisning i medisin hvor man har vist direkteoverførte opptak rett fra sykehusoperasjoner. (Stensland, 2011).

Disse eksemplene er bare noen få av svært mange nye muligheter den digitale kinoene kan tilby innen alternativt innhold. Dette gir kinoene en programmessig frihet de aldri har hatt før. Noe som åpner opp for nye inntektsmuligheter, et utvidet tilbud til eksisterende publikumsgrupper, samt nye måter å trekke folk som ellers sjelden eller aldri går på kino. Mulighetene er mange og det er opp til hver enkelt kinosjef å benytte seg av disse. Tilbudet vil antakeligvis også utvides etterhvert som kreative forslag og henvendelser fra publikum og leverandører av innhold kommer på banen med sine innspill til nye bruksmuligheter.

Men Sigfusson i Oslo kino påpeker farene ved å overdrive bruken av alternativt innhold og mener det kan gå utover kinoens unike posisjon som formidler av film. Å vise alt mulig på Kino bare fordi man har muligheten til det er ikke nødvendigvis en god plan for filmformatet. Han mener det fortrenger tid man egentlig kunne brukt på film. Som han sier bør man ikke strekke det for langt og for eksempel vise 5 mila på ski på halve Norges kinoer bare fordi man har mulighet til det. Folk ønsker primært å se film på kino. (Sigfusson, 2011)

Han mener videre at det er lettere for store soner som Oslo Kino å vise alternativt innhold uten at det fortrenger filmen som sådan grunnet den store salkapasiteten. Har man 1 eller 2 saler tilgjengelig bør man stort sett konsentrere seg som å vise film ellers vil det svekke kinoens posisjon som kinoinstitusjon. (Sigfusson, 2011).

### 5.3.1 3D Kino

3D filmer har idag blitt en vanlig del av kinotilbudet på norske kinoer over hele landet. Selv om 3D utstyret ikke var en del av basispakken som Film & Kino tilbød, valgte allikevel nesten alle kinoene å oppgradere til dette i minst en av salene sine. I tillegg er det mulig for de som ikke hadde råd til dette under omleggingen og oppgradere dette senere. Oppgraderingen koster rundt 100 000 kroner og gjør det mulig selv for de små kinoene på sikt få implementert dette. Stensland peker på at dette uansett vil være en god investering da det har vist seg at 3D-film har vært en god inntektsgenerator for de som allerede har tatt dette i bruk. (Stensland, 2011).

Som jeg var inne på tidligere har Stereoskopisk film (3D) eksistert helt siden filmmediets begynnelse, men det er først gjennom digitaliseringen at teknologien nå har fått ett oppsving. Og det virkelig store kommersielle gjennombruddet for 3D filmen kom da James Camerons science fiction baserte film *Avatar* (2009) traff kinolerret i Januar 2010. Den ble og er fortsatt, den mest innbringende filmen satt opp på kino noensinne, verden over. Den har i skrivende stund spilt inn ufattelige 2,781,505,847 dollar og dyttet dermed Camerons tidligere førsteplassering, *Titanic* (1997) ned fra tronen som tidenes største kassasuksess på kino. (Imdb, 2012).

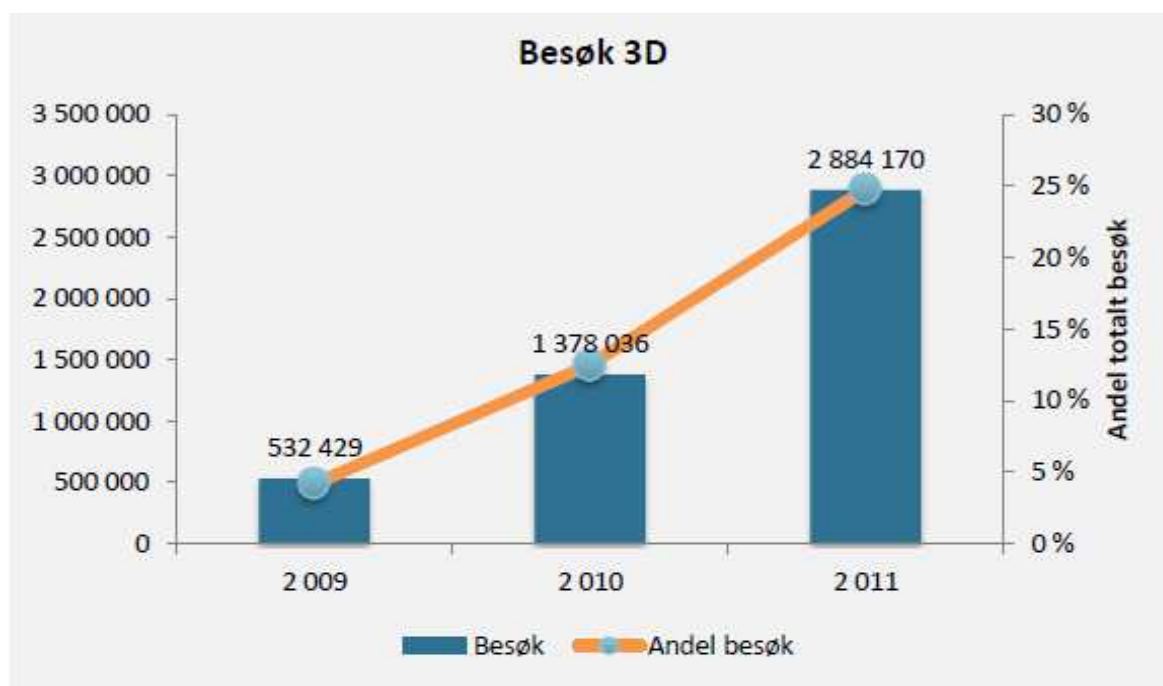
Selv om det tidligere har blitt produsert flere gode 3D animasjonsfilmer gjennom blant annet Disney og Pixar Studioene, markerte filmen *Avatar* den første virkelige store internasjonale action blockbusteren i 3D som appellerte til et bredere og mer voksent kinopublikum.

Økt billettsalg viser så langt at folk er interessert i denne teknologien. I figurene på de neste sidene kan vi se at besøksutviklingen og omsetningen for 3D film har skutt i været, helt siden teknologien ble ett faktum på norske kinoer. I 2009 utgjorde 4,2 prosent av det totale kinobesøket 3D film. Og i utgangen av 2011 har dette steget opp 24,8 prosent av det totale kinobesøket. Og tilsvarende for andel av omsetningen utgjorde 3D 5,5 prosent i 2009 og 28,4 prosent i 2011. Det betyr at nesten hver fjerde solgte kinobillett i 2011 er til en 3D film. Samtidig kan vi se at 3D film genererer mer i relativ omsetning i forhold til besøket. Hovedårsaken til dette er den ekstra avgiften kinoene tar for en 3D billett.

Besøket har naturlig nok steget grunnet at flere og flere kinoer har fått mulighet til å vise 3D film i løpet av denne perioden. Men det er allikevel en enorm økning på så kort tid. Om 3D er et nysgjerrighetsfenomen som opplever økt interesse i startfasen eller ikke er for tidlig å si noe sikkert om. Det er nok mulig og anta at deler av denne besøksveksten skyldes dette fenomenet, og at veksten derfor vil flate ute eller falle noe etterhvert.

Men det har i ihvertfall ført til en kraftig økning i tilgjengelige titler enten produsert i 3D eller konvertert fra vanlig film (2D) fra Hollywood sin side. Dette siste fenomenet hvor flere og flere filmer blir skutt i 2D og deretter og konvertert over til 3D har fått mange kritiske røster til å sette opp en pekefinger. De frykter at denne melkingen av teknologien kan føre til negativ omtale og at folk mister interessen for den unike opplevelsen en ekte 3D film gir. (Osmundsen, 2010, s. 41). Dette kan i så fall være med på å undergrave teknologien og føre til at folk mister interessen for fenomenet, noe som både studioene og kinoene vil tape på, på sikt.

Figur 5.3.1a: Besøk 3D



Stolpene viser besøket. Linjediagrammet med akse til høyre viser 3D-filmenes andel av samlet kinobesøk. De fleste 3D filmer er også vist i 2D. Bare besøket på 3D-versjoner er med her.

Kilde: (Film & Kino, 2012b, s. 12).

Figur 5.3.1b: Omsetning 3D

### 3-D FILMENE

Besøk og omsetning 3D filmer								
	Nye titler	Besøk	Andel besøk	Omsetning (mill)	Andel omsetning	Billettpris	Kinoer	Saler
2 009	4	532 429	4,2 %	57,4	5,5 %	107,8	19	35
2 010	16	1 378 036	12,5 %	150,7	15,8 %	109,3	52	124
2 011	32	2 884 170	24,8 %	294,8	28,4 %	102,2	143	264
2010-11		1 506 134		144,2		-7,1	91	140
2010-11 %		109 %		96 %		-6 %	175 %	113 %

Kilde: (Film & Kino, 2012b, s.12).

Men det finnes bakdeler ved 3D filmen også. Sætervadet er ikke nødvendigvis overbevist om at 3D kino alltid er en kjempefordel. Når man tar stillbilder i 3D så ser man på ett og ett bilde og man har lang tid på å fordøye hvert av dem. Dette vil du aldri klare på en kino hvor du har mange bilder, 24 av dem hvert sekund. (Sætervadet, 2011).

I tillegg er det en fysisk/ teknisk unngåelighet knyttet til 3D på kino som han har påpekt lenge som kan være problematisk. Det handler om at vi mennesker har et konvergenspunkt og et fokuspunkt som er forskjellig når vi ser 3D kino, i motsetning til hvordan vi sanser 3D i den virkelige verden. (Sætervadet, 2011).

Når man ser en 3D film på kino så låses fokuspunktet fordi det du fokuserer på befinner seg på lerretet. Det vil altså være en fast avstand avhengig av hvor du sitter. Så skal øynene dine bevege seg avhengig av hvor nære eller langt borte noe er, og det er noe mennesker aldri har vært konstruert for å gjøre. Det har alltid vært konstruert for å ha fokus og konvergenskontroll i samme operasjon. I den virkelige verden konvergerer og fokuserer vi på det samme punktet. Mens i 3D på kino fokuserer vi på et fast punkt og konvergerer på et variabelt punkt. Og dette regnes for å være grunnen til at folk ofte får vondt i hode av å se 3D på kino. (Sætervadet, 2011).

## 6 Konsekvenser og endringer

I dette kapitlet skal jeg forsøke og utdype nærmere hvilke konsekvenser og endringer den digitale omleggingen kan medføre for både bransjen og kinopublikumet. Her vil jeg legge til grunn synspunkter og argumenter fra intervjuobjektene og innspill fra forskjellige hold i debatten som har oppstått i mediene omkring relevante spørsmål knyttet opp mot digitaliseringen.

Her vil selvfølgelig mye av diskusjonen bære preg av å være knyttet opp mot antagelser og hypoteser omkring fremtidige utsikter hvor mye ennå står uavklart. Selv om digitaliseringen i skrivende stund allerede har cirka ett års drift bak seg, er det som sagt altfor tidlig å gi noen klare svar på mange av de problemstillingene som skisseres.

I tillegg er mye av informasjonen rundt disse problemstillingen datert til før, under eller rett etter omleggingen tok til. Men jeg vil også vise til statistikk som kan bidra med å bekrefte eller avkrefte en del av disse spekulasjonene, der det lar seg gjøre.

### 6.1 Digital kinodrift

En omstrukturering fra et analogt til digitalt system har hatt innvirkning på både produksjon, distribusjon og fremvisning, men denne oppgaven handler først og fremst om siste leddet, kinoene, hvor endringene kanskje har fått størst synlig eller merkbar effekt.

Som jeg var inne på tidligere er det en rekke nye muligheter som åpner seg ved digital kinodrift. Muligheten for raskere og bredere lanseringer for små og mellomstore kinoer, individuell programmeringsfrihet og visning av 3D og alternativt innhold, er helt nye egenskaper som dukket opp ved digitaliseringen. I dette kapitlet vil jeg forsøke å avdekke hvorvidt digitaliseringen og disse nye mulighetene jeg her skisserer kan medføre endringer innenfor tre nøkkelpunkter; filmtilbudet, filmopplevelsen og filmbesøket.

## 6.1.1 Filmopplevelsen - den audiovisuelle kvaliteten

Om jeg skal nevne en udiskutabel egenskap ved det digitale mediet som alle informantene trekker frem som ett av de viktigste og mest positive aspektene ved omleggingen, så er det den digitale filmens konsistente kvalitet kontra det analoge filmformatet.

Dette har tidligere vært et problem for alle som ikke har hatt tilgang på film i første fase. Og selv de med tilgang på film i startfasen vil etter uker eller måneders visning av en analog filmkopi etterhvert oppleve en gradvis forringing av filmens utseende ved visning. Og desto lenger ned på ventelisten for den aktuelle filmen, desto større sjanse var det for at filmkopiene var slitte og dårlige.

Den viktigste forskjellen handler om at filmen ser noenlunde lik ut på første og siste forestilling. Det er selvfølgelig en gradvis prosess, så en 35 mm film kan gå veldig lenge og godt håndtert så kan det være nesten usynlig med den analoge slitasjen. Men kinoene blir stadig mer samleband. Det blir stadig mindre og mindre betjening. Det betyr at når du har lav betjeningsgrad på kinoer hvor du har mye analog teknologi så har du en viss utfordring i forhold til å opprettholde en like god visning fra dag til dag. Så rent teknisk er det en demokratisering ved at man får den samme filmopplevelsen på små og store kinoer rent audiovisuelt fra kilden med en digital filmkopi. (Sætervadet, 2011).

Dette betyr at alle kinogjengere landet rundt uavhengig av tid, sted og utstyrspark ellers ved kinoene vil få servert en helt identisk filmkopi av høy kvalitet. Når det er sagt, er det ikke dermed gitt at filmopplevelsen vil være den samme over alt, eller at den fremstår bedre enn en analog filmfremvisning som sådan.

Faktorer som kvaliteten på selve filmopptaket, om filmen er skutt med analogt eller digitalt utstyr, om mastringen (filmkopien) er god og hvor bra det digitale utstyret på den aktuelle kinoen eller salen er, er alle faktorer som påvirker den endelige filmopplevelsen for kinopublikumet. I lys av dette er det interessant å forsøke å belyse de kvalitetsmessige forskjellene mellom en analog og digital kinovisning.

Både Sætervadet og Rosenlund er noen av Norges fremste eksperter på akkurat slike spørsmål knyttet opp kinoteknikk og de filmtekniske egenskapene ved det analoge og digitale formatet.

På spørsmål om hva som gir den beste filmopplevelsen hvis man legger til grunn at begge formatene har optimale forhold, det vil si at alt fra opptak til fremvisning er av beste kvalitet, svarer begge to at de faktisk ville valg analogt. Men Sætervadet påpeker at dette er en hypotese, fordi det aldri er helt perfekte forhold på film, og at sjansen for at ting er tett opp til perfekt, er større for digitalt enn for analogt. (Sætervadet, 2011).

Så i en teoretisk verden ja, men i den praktiske verden nei, fordi analog teknologi er så sårbar. I det øyeblikket du har involvert en maskinist som betales 70 kr. timen og som popper popkorn mellom forestillingene så har du ødelagt. Det fortrinnet den analoge filmen hadde, er allerede kjørt langt utenfor rekevidde. Og fordi kinoen har blitt industriell, det er ikke lenger én sal dessverre, det er et kinosenter. Det er som å gå inn på en Tog-bane stasjon. Du går inn på riktig spor og kommer med riktig tog, men det er en industriell visning av film Det er ikke slik som det var på Colosuem på 60-tallet hvor det satt én maskinist og kjørte manuelt rull for rull, og hvert tyvende minutt byttet mellom høyre og venstre projektor. Men dette er ikke reellt idag, det tilbys ikke. Så pragmatikeren i meg sier at digitaliseringen har er rekke fordeler fordi gjennomsnittsnivået blir høyere. (Sætervadet, 2011).

Men grunnen til at analogt fortsatt er bedre, i hvertfall rent teoretisk har blant annet å gjøre med noe som kalles dynamikk. «Projeksjonsteknologien og filmens evne til å gjengi lyse og mørke partier samtidig i alle skalaer mellom lyst og mørkt er fortsatt mye bedre med analogt utstyr. Og det er her digitalteknologien virkelig sliter.» (Sætervadet, 2011).

Som både Rosenlund og Sætervadet presiserer er det analoge opptaksformatet fortsatt overlegent bedre enn det digitale når det gjelder selve de kvalitetstekniske egenskapene.

Analogt har fortsatt en mye høyere oppløsning i utgangspunktet. Et godt eksponert negativ ligger rundt 2-3 ganger høyere i oppløsning enn det digitale formatet. Kontrastnivået er mye høyere og du har mer detaljer i høylys. Men det aller viktigste er at det har mer farger i mellomtonene fordi formatet ikke er komprimert. Det leser lyset som øyet leser lyset, logaritmisk, noe som gjør det mer behagelig å se på. Det vil si at det ligger nærmere slik man selv opplever lys og skygge. Og fordi det har så stor oppløsning i fargene i midtpartiet så kan du sitte å «leke» med materialet i postproduksjon digitalt, på en mye bedre måte enn du kunne gjort om opptaket hadde vært skutt direkte i et digitalt format. (Rosenlund, 2011).

I den digitale opptaksteknologien bruker man enten CMOS eller CCD brikker (bildebrikker i kamera) og begge elementene har et lineært forhold mellom lys inn og lys ut. Og hvis den får for mye eller for lite lys, så klipper den. Da er det «all bits on eller off» Det vil si at det bare blir helt hvitt eller helt sort, uten nyanser. Om du ikke kommer over den terskelverdien disse brikkene leser, så ser det flatt ut, akkurat som med et dårlig mobilkamera. Og dette gjelder både i produksjon og i projeksjon. Sætervadet forklarer hvordan dette eksempelvis kan oppleves ved visning av digital film.

Hvis du for eksempel ser James Bond på digital film. Han går ofte med svart dress. Da vil du aldri kunne se nyansene i dressen fordi de er under terskelen for det opptaksutstyret, skanneren eller projektoren klarte å gjengi. Og tilsvarende hvis han kommer ut i solen, så ser du selvfølgelig landskapet, du ser horisonten, men desto nærmere du kommer sola som har maksimalt lys, så vil det på en måte bare eksplodere ut i en hvit prikk eller flekk. Og slik opererer ikke analog film. Og for oss om er opptatt av bilder så ser vi dette med en gang og det er ingen fordel. (Sætervadet, 2011).

Selv om dette blir veldig teknisk er det allikevel viktig å være klar over forskjellene og at det finnes negative kvalitetsaspekter ved digitalteknologien. Men fordelene er at denne teknologien ikke er satt i stein. Den digitale teknologien og filmutstyret er ennå i sin spede begynnelse og kvaliteten vil derfor øke i takt med tiden.

«Et bilde er verdt mer enn tusen ord» er det noe som heter, og bildeeksempelet på neste side kan være en passende illustrasjon på noen av de egenskapene de forskjellige formatene innehar. De to fremstillingene er tatt av henholdsvis digitalt og analogt kamera. Som vi kan se gir det analoge bildet til høyre inntrykk av å vise mer detaljer, høyere oppløsning og sterkere kontrast, selv om det fremstår noe kornete, mens det digitale virker glattere og flatere.



## Digital

## Film



Kilde: (Film vs. Digital, August 2002).

Ett annet viktig aspekt er forskjellen mellom 2K og 4K projeksjon. Altså hvilken oppløsningsrate projeksjonen tillater. Her er det følgelig forutsatt at den digitale filmen er skutt eller konvertert over i 4K i seg selv, for å kunne ha utbytte av 4K projeksjon. Men de aller fleste digitale kinofilmene har idag denne oppløsningen.

Dette er også et tema som har vært oppe til debatt. Blant annet grunnet det faktum at Film & Kino kun tilbød kinoene 2K utstyr i den basispakken som lå til grunn ved omleggingen. (utstyret er riktignok oppgraderbart til 4K). Noen mener 2K projeksjon er nok, mens andre mener man minst må opp i 4K om man i det hele tatt skal begynne å kunne sammenligne eller likestille digital projeksjon med analogt, rent kvalitetsmessig.

Sætervadet og Rosenlund er blant de som tilhører den siste gruppen, og legger til grunn at 4K er en absolutt forutsetning for om man i det hele tatt skal kunne snakke om at digitalt kan være en fordel.

Hvis man er langt nok unna et lerret så spiller det selvfølgelig ingen rolle, men man må være veldig langt unna for at du ikke skal se noen forskjell. Antall K er viktig i forhold til hvor mye du trenger for at du ikke skal se noen bildepunkter (pikslar). Og for at du ikke skal se noen bildepunkter må du være på en bestemt avstand. Og den avstanden er det lett og regne seg frem til. (Sætervadet, 2011).

Sætervadet forteller at menneskeøyet har en oppløsningsevne, det vil si evnen til å skille mellom to punkter, tilsvarende cirka ett bueminutt. Og ett bueminutt er det samme som  $1/60$  del grad. Og innenfor kinodesign er det standarder for hvordan salene blir satt opp. På første rad har du 90 graders synsvinkel. Dermed er det veldig lett å regne ut.  $90 \times 60$  blir 5400. Det betyr at du trenger 5400 punkter for å dekke en 90 graders vinkel på første rad, eller egentlig uansett hvor den raden befinner seg. (Sætervadet, 2011).

Da sier det seg i grunn selv at et projeksjonssystem som baserer seg på 2K (2048 bildepunkter) er altfor lite og det betyr at mennesker kan se disse punktene og det er ikke gunstig. «Det skjønner enhver at man ikke ønsker å se hva bildene er laget av, det blir nesten litt som å se bak kortene til tryllekunstneren». (Sætervadet, 2011).

På spørsmål om ikke dette er ting som er tilpasset og korrigert i forhold til salstørrelser er svaret faktisk nei. Sætervadet utdyper at det er THX normen og standardene i SMPTE som bestemmer dette og disse spesifikasjonene sier at det på første rad skal være 90 grader.

Så når folk sier at det bare er i store saler man trenger 4K, så har de ikke forstått hva det handler om. De må lære seg grunnleggende fysikk, og fysikk sier at den menneskelige oppfatningsevne baserer seg på grader og ikke nominelle punkter... Det er kun hvis du har en liten skoeske sal med et lite lerret helt fremme og med veldig lang avstand til første rad, at man kan forsvare en lavere oppløsning enn 4K. Men det er ingen saler som designes slik lenger. (Sætervadet, 2011).

Så er det selvfølgelig noen som strekker strikken ennå lenger å mener man bør opp i 6K eller 8K projeksjon. Innenfor opptak og skanning er det alltid en fordel å ligge ett knepp over det man viser det i. Så her er det helt klart en fordel, grunnet informasjon som forsvinner i fasene mellom opptak og fremvisning. Men igjen har dette med fysikk å gjøre. Med det kinodesignet man bruker idag, gir det seg en grense på 5400 ved første rad. Nå er 4K (4096) piksler noe under dette, men den forskjellen blir veldig akademisk. Skal man være veldig firkantet kan man hevde at 5000-6000 piksler hadde vært optimalt. Men Sætervadet hevder man ikke vil klare å se en piksel på første rad i 4K, men man ser det derimot meget godt på bakerste rad i 2K. (Sætervadet, 2011).

I tillegg til dette med oppløsning, er kontrastnivået også en av de tingene som spiller inn på dynamikken. Og igjen er det her SMPTE gjennom DCI' som har satt kinostandarden og den beløper seg til en kontrast på 2000:1.

Sætervadet mener dette er ett av de svakeste punktene både med standarden og digital projeksjon fordi kontrastnivået er satt så lavt. Men her som med mange av de andre spesifikasjonene er noen av årsaken til dette begrunnet i at teknologien ikke var på samme nivå den gang som nå. Det var en måte å sette igang industrien og utviklingen av teknologien på. Og derav forsøkte man å sette spesifikasjonene på et slikt nivå at det skulle passe for flest mulig. (Sætervadet, 2011).

Til nå har jeg kun vært inne på det som har med selve bildet å gjøre. Men lyden på kinoen har også mye å si for totalopplevelsen av filmen. Og med digital projeksjon er lyden vesentlig bedre enn med analogt utstyr. Dette er uavhengig av om du har digital lyd på analog film eller ikke. All digital lyd på analog film er relativt mager uansett om det er snakk om SPDS, DTS eller Dolby Digital fordi det er en høy kompresjonsfaktor involvert. Mens all digital film har helt ukomprimert lyd. (Sætervadet, 2011).

Hvis man skal oppsummere forskjellen mellom analog og digital kinofremvisning kan man si at den analoge filmens ulempe er at den er arbeidskrevende å vise og den krever et håndverk. Mediet blir også fort preget av slitasje. Men en helt perfekt analog visning er som sagt fortsatt ett hakk kvassere hva gjelder bildekvalitet enn det en perfekt digital visning gir. Men forskjellene her er som sagt minimale, så lenge man benytter seg av det beste av tilgjengelig teknologi for digital visning.

Det som blir en ulempe for det ene blir gjerne fordeler med det andre. Den digitale filmens fordeler er følgelig at slitasjen ikke eksisterer. Første og siste visning har helt like forutsetninger. Du har bedre og enklere muligheter til å korrigere de forskjellige parameterne som skal sjekkes før hver enkelt visning. Det vil si at den er mindre arbeidskrevende og lettere og håndtere. Samtidig er lyd kvaliteten på et helt annet og bedre nivå ved digital visning.

For å ta en enkel sammenligning, kan man på mange måter si at forskjellene ligner de man har mellom vinyl og CD (Compact Disc) innen musikkavspilling. Ekte hi-fi entusiaster sverger ennå til vinyl som det beste lydformatet, hvor de hevder lyden fra vinyl gjengir en varmere og mer organisk representasjon, enn den kalde og stringente lyden CD gjengir.

Men dette krever ett dyrt anlegg og helt perfekte vinylplater. Vinylen blir raskt utsatt for slitasje, noe som gir knitring ved avspilling. Formatet er i tillegg stort og upraktisk i bruk. CD'en enklere å ta i bruk, den er ikke avhengig av et dyrt anlegg for å utnytte sitt potensialet og den leverer fortsatt lyd av meget høy kvalitet. Går man derimot ned til komprimerte digitale lydformater, som MP3', vil lyden være av klart dårligere kvalitet.

Det samme gjelder innen film. Så lenge man benytter seg av de beste opptaks- og avspillingsformatene som 4K er gjengivelsen tett opptil det den høye kvaliteten en analog film eller visning gir. Og følgelig opprettholder man minstekravet til det en ekte kinoopplevelse skal og kan by på. Men om man derimot ikke tar dette på alvor står man i fare for å degradere den filmatiske opplevelsen som kinoen har stått for i over 100 år.

Kort sagt sørger det digitale formatet for en gjennomsnittlig høyere kvalitetsmessig gjengivelse av film på kinoene enn det den analoge kinoen var i stand til.

### **6.1.2 Filmtilbudet - bredde og utvalg**

Som jeg var inne på tidligere har filmtilgangen, det vil si muligheten for at også små og mellomstore kinoer i teorien nå har tilgang på premierefilmer og nyere titler samtidig med de store kinoene, eller ihvertfall mye tidligere enn før, vært ett av hovedargumentene Film & Kino og flere andre aktører brukte i forkant av digitaliseringen som et udiskutabelt positivt gode. Og ser man på dette isolert sett er det klart at det er et meget positivt aspekt. Men som med alt annet er ting litt mer komplisert i praksis.

For det første er det ikke slik at alle kinoer nå kan velge å vrake blant nye titler. Det er fortsatt distributørene som bestemmer hvilke kinoer som får tilgang på de enkelte filmene. Om det av en eller annen grunn ikke er lønnsomt for distributørene å levere nye premierer til enkelte kinoer, hjelper det ikke at filmene potensielt ligger tilgjengelig å venter hos distributøren.

Et annet tema som har vært oppe til debatt er hvorvidt distributørene ville kunne utnytte eller spekulere i antall oppsetninger basert på VPF- ordningen.

Hvor omfattende endringene har blitt er litt tidlig og vanskelig å stadfeste helt nøyaktig, men at det har blitt bredere og raskere levering av nye filmer er det ingen tvil om. Og det betyr jo igjen at om flere og flere kinoer kan vise nye storfilmer raskere og lengre, vil nødvendigvis andre filmer måtte lide på bekostning av dette.

Det totale antallet kinoer og saler har ikke økt etter digitaliseringen, faktum er at antall kinoer har gått noe ned fra 204 kinoer i 2009 til 188 kinoer i 2011. Mens antall saler er forøvrig det samme med 422 stykker. Nedgangen i antall kinoer er en trend som har pågått lenge da det i 2002 var registrert 233 kinoer, mens det motsatte er tilfelle for antall saler, da det samme år var registrert 400 saler. (Film & Kino, 2012b, s. 21).

Frykten i forkant av omleggingen var at man kom til å vise færre filmer enn tidligere, fordi en del av de filmene som tidligere fikk innpass ved små og mellomstore kinoer, nå måtte vike for de store filmene og premierene. Dette førte til opphetet debatt i mediene og bransjen om hvorvidt digitaliseringen kunne føre til en stadig sterkere kommersialisering i markedet og om digitaliseringen rett og slett kunne true mangfoldet.

Debatten før, under og etter omleggingen har blant annet foregått med innlegg fra alle hold i filmmagasinet Rushprint. Jeg vil følgelig presentere noen av debattantenes synspunkter som ytret seg her.

Jon Iversen i Norsk filmklubbforbund fryktet at digitaliseringen ville begrense muligheten til å vise gamle klassikere og eldre filmer som brukes i undervisning- og skolesammenheng. «Digitaliseringen går på bekostning av kunstfilmen, og skaper mer rom for kommersielle filmer. Konsekvensene gjør at det blir en permanent endring i filmtilbudet ved norske kinoer. (Wisløff, 13. mars, 2009)

I et annet innlegg i Rushprint titteluert «Truer digitaliseringen mangfoldet?» kommer blant annet Unnur Sande i Artaus med følgende prognose:

De fleste kinoer har, så vidt meg bekjent, krav til mangfold og kvalitet innbakt i konsesjonsbetingelsene, så en revolusjonerende repertoarendring vil vi forhåpentligvis ikke se med det første. De store kinoene, om alltid har hatt tilgang på storfilmene, vil nok fortsette sin varierte repertoarpolitikk, men det er ikke vanskelig å forestille seg at mindre kinoer, når de får tilgang til premiere på flere større filmer, vil prioritere disse i større grad enn før.  
(Steingrimsen, 22.oktober, 2009)

Informantene til denne oppgaven var av den oppfatning at digitaliseringen mest sannsynlig ville føre til en endring i utvalget og bredden for de små og mellomstore kinoene.

Sigfusson i Oslo kino tror for eksempel at smale og mindre populære titler blir skviset ut fra disse kinoene.

Det blir nå bare spekulasjoner fra min side, men hadde jeg sittet og booket film på en mindre kino og du har budsjetter du skal oppfylle. Hvem faller ikke for fristelsen, og bli mer kommersielle, når du kan bli mer kommersiell. (Sigfusson, 2011).

Hoffart i SF deler denne antagelsen og tror særlig digitaliseringen vil ramme de mellomstore filmene. Han tror at mellomfilmen, som i utgangspunktet ikke er så lett å markedsføre, og ikke har et klart nisjepublikum kommer til å tape. Dette er terningkast 3 og 4 filmer som er på kino i noen få uker for å heve videoinntektene senere, men som mangler kjente stjerner, eller forhold som gjør dem attraktive å markedsføre. Han tror også mange av de såkalte «surprise hits» filmene vil kunne falle utenfor. Dette er filmer som ofte har en treg start, men som tar seg opp og gjør det bra på sikt. Filmer som er gode, men vanskelige å markedsføre og som ofte er avhengig av såkalt «word of mouth» for å spre seg. Han trekker frem *Slumdog Millionair* (2008) som eksempel og viser til at denne filmen startet tregt, men tok seg sakte men sikkert opp og ble gående lenge på kinoene, takket være såkalt «word of mouth». Men dette krever at slike filmer for lov til å gå litt og ikke tas av plakaten etter første helg om den ikke oppnår kjempetall fra første dag. (Hoffart, 2011).

Det der er jeg litt redd for i tida som kommer, at en del av filmene som før har vist seg å øke i besøk og etterhvert gå veldig bra, ikke vil få sånne kapasiteter eller muligheter, og istedet satt ned på mindre kapasitet. Og dermed så blir det nesten sånn selvpoppyllende profeti at denne filmen her går ikke bra, så vi setter den ned på færre forestillinger, som igjen da vil bety at den går dårligere. (Hoffart, 2011).

Sætervadet tror heller ikke digitaliseringen vil gjøre utvalget på kinoene bedre.

Jeg er faktisk ganske overbevist om at det blir smalere. Av den enkle grunn at tidligere så kunne kinosjefen putte inn mer kunstnerisk eller mindre kommersiell film mellom slagene mens de ventet på den store slageren. Mens nå kommer de store kassasuksessene på rad og rekke... Disse kinoen har ikke så mange saler som i for eksempel Oslo, og følgelig vil de kjøre disse parallelt med de store kinoene. ( Sætervadet, 2011).

Stensland i Film & Kino deler derimot ikke dette synet og sier at det allerede blir servert svært lite smale filmer på de små og mellomstore kinoene. «jeg tviler sterkt på at dette vil forverre seg, snarere tvert imot. Tilgjengeligheten for de små kinoene blir også større fordi kopiene koster så mye mindre.» (Stensland, 2011).

Marius Øfsti har skrevet masteroppgave om digitaliseringen av kinoene og i et innlegg i Rushprint datert til 22. september 2011 kalt «-Tøffere for små kinofilmer?» skriver Øfsti at «Digital distribusjon har ført til at antallet mellomstore og «halvbra» filmer har økt. De små og smale filmene som noen spådde en lys framtid med digital kino har fått det tøffere». (Rushprint, 22. September, 2011)

Ved de tre kinoene han undersøkte i masteroppgaven var antallet filmer faktisk steget. Økningen var på norske filmer og såkalte «halv-bra» amerikanske filmer. Filmer som tidligere gikk rett på DVD. Han mener kombinasjonen av lav VPF og lave distribusjonskostnader er årsaken. (Rushprint, 22. September, 2011).

For distributørene blir det attraktivt å sende ut flere filmer til kinoene så lenge de ikke overskrider taket på 40 oppsetninger da de frem til dette mottar støtte fra Film & Kino. Filmene trenger heller ikke å levere spesielt store overskudd på kinoene for at det skal lønne seg å sette dem opp, fordi filmene senere nyter godt av publisitet og omtale fra kinooppsetningen, når de slippes på hjemmemarkedet. «Vi har altså fått en rekke filmer på kino som tar opp saler langt på vei fordi det er en god reklamekampanje for filmens videre liv på DVD og Blu-ray» (Rushprint, 22. September, 2011).

I et svarinnlegg i Rushprint 4. oktober 2011 svarer Ingar Johansen fra Film & Kino på Øfstis kritikk. Han mener digitaliseringen ikke svekker kvalitetsfilmen og mener nyere statistikk bekrefter dette holdepunktet. Han viser til at USA-andelen nye filmer målt til og med juli 2011 går ned fra 60 prosent fra året før til 53 prosent i 2011 for de minste kinoene. Besøket er tilsvarende ned fra 71 prosent i 2010 til 62 prosent så langt i 2011. Og denne tendensen gjelder også for de nest minste kinoene skriver han. (Rushprint, 4. Oktober, 2011).



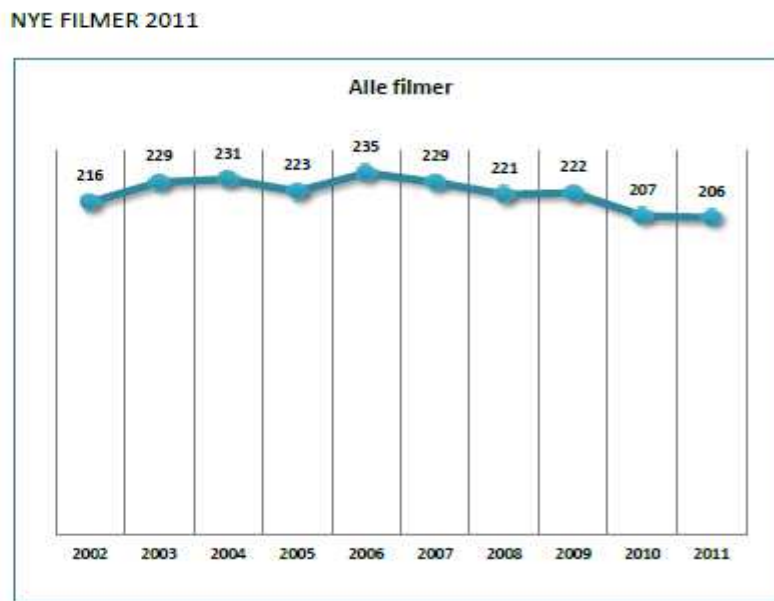
Den 15. 11. 2011 ble oppsetningstøtten endret, og taket på 40 oppsetninger er nå satt til 90, men denne utvidede støtten gjelder kun for kvalitetsfilm, barnefilm, norsk og nordisk film. Det vil heller ikke lenger gis automatisk støtte, så filmer med færre enn 40 oppsetninger må også søke etter de kriteriene som tidligere gjaldt den utvidede støtten.

At denne endringen kom såpass raskt kan vel sees på som et tegn på at den opprinnelige ordningen ikke fikk den ønskede effekten, og at tendensen Øfsti beskriver var nokså reell. Det var ihvertfall økt misnøye fra både kinoer og distributører med den opprinnelige ordningen som førte til at endringen skjedde før tiden.

Øfsti mener det er godt nytt for alle parter i kinobransjen at den automatiske oppsetningstøtten nå er borte, ikke minst for de som er opptatt av kvalitet og bredde i kinotilbudet. Han tror at dette vil føre til færre, men bedre filmer. Det blir ikke lenger mulighet til å spekulere og utnytte ordningen på samme måte som tidligere. Og mange filmer som tidligere var avhengig av den automatiske støtten kommer til å forsvinne og gi plass til norske og uavhengige filmer fra de samme selskapene. (Rushprint, 11. November 2011).

Debatten og meningene som skisseres rundt bredden og utvalget i filmtilbudet som følge av digitaliseringen viser at meningene er mange og ulike. Og at årsaksforklaringen til hvorfor ting er som de er, er kompleks. Det er mange variabler som spiller inn i denne sammenhengen. Derfor er det vanskelig å gi et presist svar på hva årsaken til de ulike endringene skyldes. Men en sammenligning over tid kan gi en viss indikasjon. Figuren på neste side viser er en oversikt over det totale antallet nye filmer ved kinoene i Norge fra 2002 til 2011.

Figur 6.1.2a: Nye filmer 2002-2011



Kilde: (Film & Kino, 2012b, s. 6).

Ut i fra denne statistikken kan vi se at antallet nye filmtitler per år har sunket gradvis fra toppåret i 2006 med 235 titler og frem til 2011. Og etter digitaliseringen synker den forholdsvis drastisk, fra 222 titler i 2009, ned til 206 titler i 2011. Dette viser at utvalget i antall titler totalt sett på kinoene under digitaliseringen er lavere enn før digitaliseringen.

Som jeg har vært inne på tidligere og mange spådde i forkant, kan dette skyldes digitaliseringens mulighet for større, bredere og lengre visninger av storfilmer, på bekostning av smalere filmer, særlig ved mellomstore og mindre kinosoner, som nå har tilgang på storfilmene mye tidligere og lengre.

For å si noe mer konkret om hva slags type filmer det her er snakk om kan det være interessant å se hvilke land disse filmene kommer fra. Storfilmene kommer stort sett fra USA, med visse unntak naturligvis, mens mindre kommersielle filmer gjerne er spredd fra resten av verden. I tillegg er det interessant å se hvor stor andel av nye titler som er representert fra Norge. I figuren på neste side er statistikken fra forrige figur representert i antall filmer fordelt på land eller verdensdeler for samme periode.

Figur 6.1.2b: Nye filmer fordelt på land 2002-2011

NYE FILMER FORDELT PÅ LAND

Region	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
Norge	17	19	18	21	20	22	22	22	26	33
Europa	58	61	60	66	69	72	60	74	59	54
USA	123	130	130	115	123	111	117	108	103	98
Andre	18	19	23	21	23	24	22	18	19	21
Totalt	216	229	231	223	235	229	221	222	207	206

Land

Kilde: (Film & Kino, 2012b, s. 6).

Her kan vi se at antall norske filmer har hatt en klar økning etter digitaliseringen fra 22 titler i 2009 til 33 titler i 2011. Samtidig kan vi se at Europa har hatt en sterk nedgang. Og USA har også opplevd en nedgang fra 2009 til 2011. Mens resten av verden (Andre) har hatt en svak økning i samme periode.

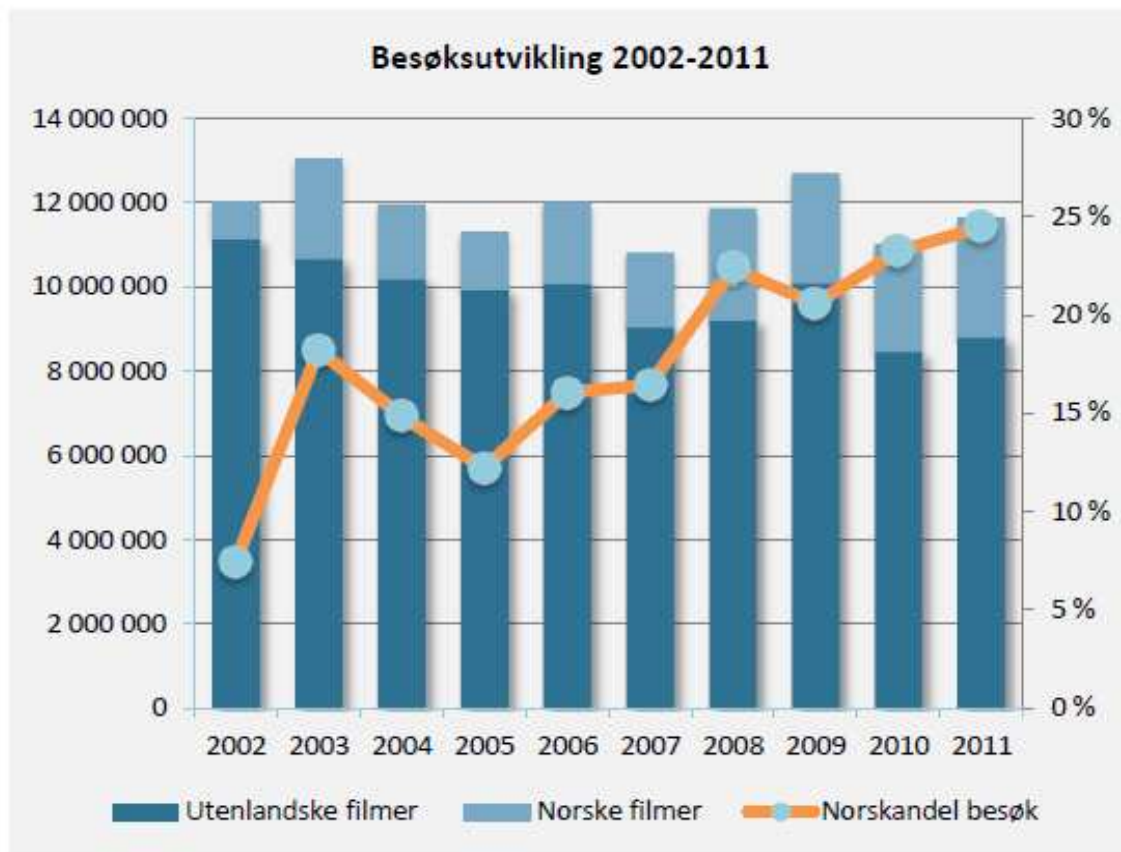
Tendensen er så langt færre titler totalt sett. Med ett kraftig oppsving i norske titler, Europeiske titler har opplevde den største nedgangen, USA synker også noe, mens resten av verden holder seg forholdsvis stabilt.

### 6.1.3 Filmoppslutningen - kinobesøk og omsetning

På tross av at det totale antallet titler har gått noe ned de siste årene, melder Film & Kino om at 2011 ble et svært godt år med en besøksvekst på 5,8 prosent fra året før. Norge er dermed et av de landene i Vest-Europa med størst økning. Film & Kino forklarer at økningen antageligvis skyldes digitaliseringen, men også det faktum at rekordmange norske filmer vises på kinoene. Norskandelen ligger på hele 24,5 prosent og over 2.8 millioner så norske filmer i 2011, noe som er det høyeste tallet siden 1975 da Flåklipa Grand Prix bidro sterkt til den høye oppslutningen. (Film & Kino, 2011b, s. 2).

For å se hvordan besøket på kinoene har artet seg de siste ti årene kan grafene i figuren nedenfor gi en indikasjon på dette.

Figur 6.1.3a: Besøksutvikling 2002-2011



Kilde: (Film & Kino, 2012b, s. 9).

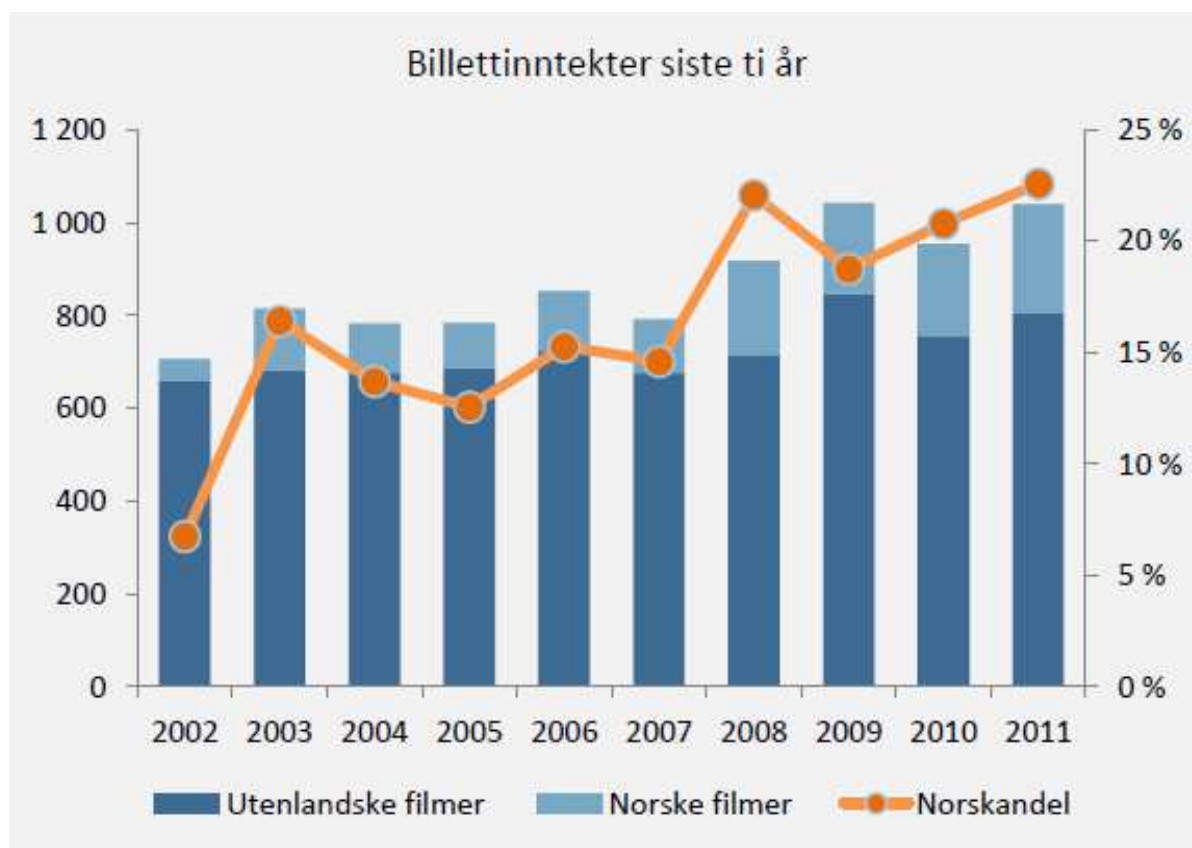
Som vi ser av disse grafene går det totale kinobesøket i bølgedaler over hele perioden, og er i skrivende stund på vei opp etter en liten nedgang fra 2009 til 2010. Disse bølgedalene er repeterende over hele perioden, og det blir dermed vanskelig utifra denne grafen å hevde at oppgangen i skrivende stund skyldes digitaliseringen ene og alene. Det som er klart og tydelig er at norskandelen besøk, er og har vært, stigende helt siden fallet i 2005.

Hvis man skal si noe om korrelasjonen mellom færre titler og økt besøk de siste årene, kan det være et resultat av det flere av informantene og andre kilder påpeker. At flere av de store titlene har fått bredere lansering og lengre spilletid ved kinoene. Noe som nødvendigvis fører til at en del av de smalere filmene som tidligere fylte de ledige slottene mellom slagene, nå faller ut.

En annen innvirkende faktor er nok den stadig økende interessen og populariteten 3D-filmen opplever. Hele 25 prosent av det totale kinobesøket i fjor var besøk på 3D film. I 2010 utgjorde dette 12 prosent av det totale besøket, noe som tilsvarer over en dobling iløpet av ett år. Siden juli 2011 har alle kinoene vært digitale og 80 prosent av dem kan nå vise 3D. Besøket på 3D filmer har øk proporsjonalt med økningen i antall filmer og antall kinoer som har mulighet til å vise dem.

Kinoen lider altså ingen nød under det digitale systemet og sammen med økte inntekter fra 3D billetter er omsetningen stadig stigende. Figuren nedenfor viser hvordan billettinntektene har utviklet seg de siste ti årene.

Figur 6.1.3b: Billettinntekter 2002-2011



Kilde: (Film & Kino, 2012b, s. 18).

Som vi ser av grafene går billettinntektene også i bølgedaler, men har stort sett steget jevnt over i hele perioden, med en stadig større økning i andel norske filmer. Og de siste 3 årene har vært spesielt gode år. Her er det særlig norskandelen og 3D film (påpekt tidligere) som bidrar sterkt.

Som jeg var inne på tidligere er det grunn til å anta at økningen har vært størst ved de mindre kinostedene, grunnet raskere og bedre tilgang på aktuelle filmer og dermed flere premierer. Dette bekreftes av Film & Kino. De melder om at kinoene i den minste størrelsesgruppen i gjennomsnitt har hatt en besøksøkning på hele 39 prosent det siste året og at det nye publikumet i all hovedsak er netto tilvekst. Bygdekinoen og S-kinoene hadde en besøksøkning på henholdsvis 5,3 prosent og 33 prosent i 2011. (Film & Kino, 2012c).

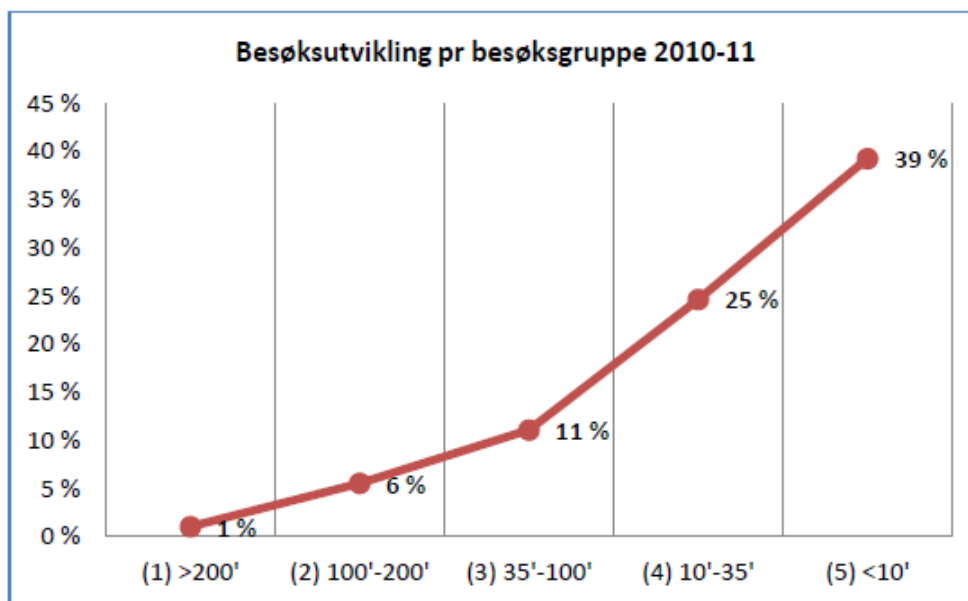
Figuren på neste side viser hvordan besøksutviklingen fra 2010 til 2011 og ventetid for premierefilmer fra 2007-2011 for de ulike kinosonene har artet seg. Diagrammene er delt inn i kinogrupper etter antall besøk. Gruppene er delt inn i kinoer fordelt på årlig besøk, hvor gruppe 1 utgjør de største kinoene med besøk på over 200 000 pr. år. Gruppe 2 har mellom 100 000-200 000 besøk pr. år. Gruppe 3 har mellom 35 000-100 000 besøk pr. år, gruppe 4 mellom 10 000 og 35 000 besøk pr. år og de minste kinoene i gruppe 5 med inntil 10 000 besøk pr. år

Som vi ser av den første grafen er den prosentvise endringen i besøksutviklingen stigende desto mindre kinosonene er. Dette viser tydelige tegn på at digitaliseringen har hatt stor effekt på de mindre kinoene, mens effekten har vært liten eller uten særlig endring ved de store kinoene.

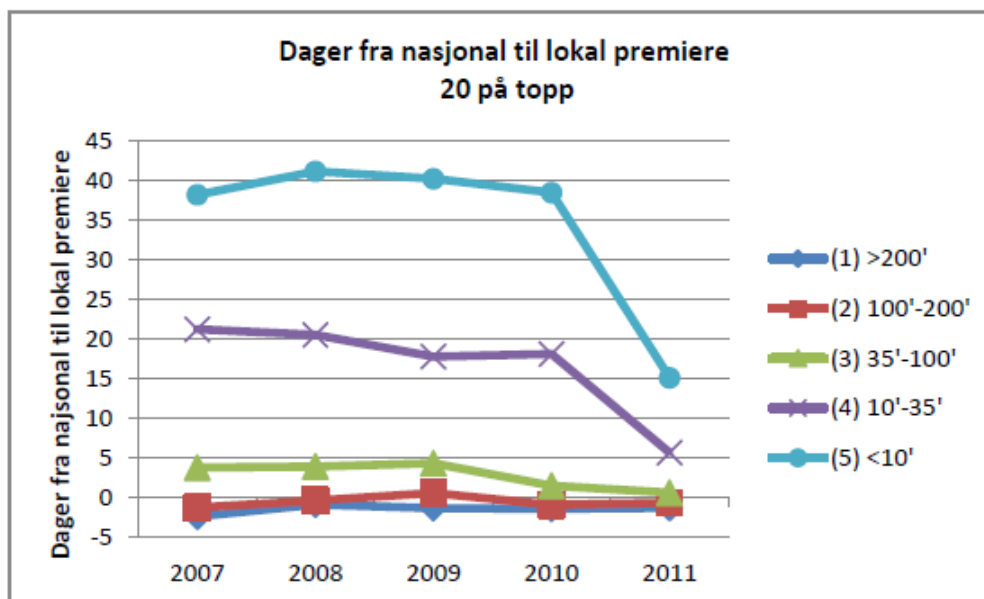
Samtidig kan vi se av neste graf hvordan dette kan ha sammenheng med ventetid på premierefilmer for de samme gruppene. Grafen viser ventetiden ved premierer for de 20 mest sette filmene mellom 2007 til 2011 for de respektive kinogruppene. Som vi ser har de største kinoene i gruppe 1 alltid hatt tilgang på storfilmene fra først stund. I 2007 ser vi at de minste og nest minste kinosonene (gruppe 5 og 4) måtte vente henholdsvis rundt 40 og 20 dager før de fikk tilgang på disse storfilmene. Men etter 2010 ser vi at denne ventetiden synker drastisk og i 2011 er ventetiden redusert til cirka 15 dager for gruppe 5 og rundt 5 dager for gruppe 4. Og de øvrige gruppene har i 2011 tilgang på premierene omtrent fra første dag.

Grafene viser isolert sett en tydelig korrelasjon mellom raskere tilgang på premierer og økt besøk for kinoene. Dette har hatt større effekt desto mindre kinoene har vært. At dette er et resultat av digitaliseringen blir dermed vanskelig å argumenter imot.

Figur 6.1.3c: Besøksutvikling og ventetid ved premierer fordelt på besøksgrupper.



Prosentvis endring i besøket pr besøksgruppe fra 2010 til 2011



"Ventetid" for de 20 mest sette filmene pr besøksgruppe fra 2007 til 2011

Kilde: (Film & Kino, 2012d)

## 7 Konklusjon

I denne oppgaven har jeg studert to hovedaspekter ved digitaliseringen av den norske kinoen. Jeg har belyst selve omleggingen fra start til slutt, og jeg har diskutert mulige endringer av denne omleggingen for bransje og publikum. Hensikten var å undersøke kjennetegn ved og konsekvensene av digitaliseringen. Fokuset for studiet har vært å undersøke hvilke aktører og interesser som har vært involvert i, og påvirket utfallet av, denne prosessen.

Basert på mine informanters utsagn og informasjon fra sekundærkilder har jeg sammenfattet resultatet av studien slik:

### **Digitaliseringen**

Det er to krefter som primært har drevet frem digitaliseringen av kinoene i Norge: Hollywood og bransjeorganisasjonen Film & Kino.

Hollywoods incitament for å digitalisere bransjen er hovedsakelig motivert gjennom et ønske om å oppnå økt profitt. Dette muliggjøres gjennom bredere, raskere og større *wide-releases*. Gjennom å redusere distribusjonskostnadene og gjennom et økt fokus på å sikkerhet for å hindre spredning av film gjennom piratkopiering.

Film & Kinos incitament for å digitalisere en samlet norsk kinoinstitusjon er å ivareta den særnorske desentraliserte kinostrukturen. Fordi flere store kinoer allerede på begynnelsen av 2000-tallet begynte å installere digitalt utstyr på kinoene sine, fryktet Film & Kino at de mindre kinoene på sikt ville kunne stå i fare for nedleggelse om ikke grep ble iverksatt. De minste kinoene hadde ikke midler til å digitalisere sine kinobygg alene og Film & Kino var redd for at distributørene etterhvert kunne komme til å slutte å levere analoge filmer til disse kinoene på sikt.

Disse aktørene har vært de største pådriverne for omleggingen, men distributørene har også presset på i denne prosessen, grunnet de store kostnadsbesparelsene som finnes i digital distribusjon.



Den unike organiseringen av den norske kinoinstitusjonen var av avgjørende betydning for avtalen som ble gjort mellom Film & Kino og Hollywood. Med en samlet kinobransje i ryggen ble det attraktivt for studioene å satse på Norge.

Men for å realisere planene om et heldigitalt kinosystem ble Film & Kino også nødt til å overbevise en samlet bransje om at digitaliseringen kunne tilby noe nytt, samt få på plass en finansieringsmodell som sørget for at kostnaden ved omleggingen ble akseptabel for alle parter.

Som konkrete argumenter for hva digitaliseringen kan tilby lister derfor Film & Kino opp noen nøkkelpunkter i forkant av omleggingen. For kinoene er muligheten for tilgang på fersk film i hele landet noe som ville komme både de mellomstore og små kinoene til gode. Større mulighet for lokalt tilpasset programmering vil også være mulig da kinoene kan lagre de digitale filmkopiene på sine lokale servere. Samtidig vil nye bruksmuligheter sørge for at nye inntektsmuligheter vil dukke opp fordi utstyret kan brukes til mye mer enn kun å vise spillefilm. Et gode for publikum er kvalitet på filmen. I motsetning til analog film som slites over tid og dermed får dårligere kvalitet desto mer den spilles, vil den digitale filmen ha den samme gode kvaliteten fra første til siste visning. Og for distributørene vil lavere distribusjonskostnader utgjøre en vesentlig økonomisk gevinst.

Film & Kino var samtidig heldige med timingen da 3D filmen opplevde en ny renesanse i forkant av omleggingen. I 2009 lanseres 3D filmen *Avatar* på kinoer verden over. Den blir en enorm publikumssuksess og tidenes mest innbringende kinofilm. Dette bidrar til å skape entusiasme og positivitet for digitaliseringsprosjektet.

## **Konsekvenser og endringer**

Digitaliseringen av kinoene kan få flere ulike konsekvenser. Diskusjonen som kommer frem i oppgaven tyder på at det har oppstått en intensivt maktkamp mellom kinoene og distributørene når det gjelder hvilke filmer som settes opp på kinoene. Distributørene ønsker fortsatt å styre filmtilgangen for å maksimere profitt og beskytte hylleplass. Samtidig ønsker kinoene å få større frihet til å råde over sitt eget program.

Både kinoen og distributørene forventer på sikt å redusere antall årsverk etter omleggingen. Digitaliseringen vil føre til innsparinger og rasjonalisering av drift. Men for kinoenes del vil innsparingene i første omgang gå med til å dekke omkostninger ved omleggingen, samt økte utgifter til support vedlikehold og oppgraderinger av teknologien. For distributørene vil innsparingene gjennom billigere distribusjon gå med til å dekke VPF-avgiften, samt økte omkostninger ved lansering og markedsføring av filmer. Det er dermed ingen tegn til at digitaliseringen vil føre til rimeligere kinobilletter for publikum.

Den audiovisuelle filmopplevelsen på kino er av avgjørende betydning for publikum. Her har det også skjedd endringer. I en digital verden vil filmene ikke lenger forringes. Dette gjør at kvaliteten på filmkopien er den samme for første som siste visning, uavhengig av tid og sted. Samtidig er lyden av mye høyere kvalitet fordi den ikke lenger må komprimeres. Men det finnes også noen svakheter ved den digitale teknologien som gjør at bildekvaliteten ikke holder samme nivå som ved den analoge teknologien. Fordi digitale filmer fortsatt må komprimeres er oppløsningen og kontrastnivået lavere enn ved analoge filmer, noe som særlig går utover dynamikken. Samtidig mener mange at 4K projeksjon bør være et minstemål for visning av digitale filmer, med mindre det er snakk om veldig små saler.

3D og alternativt innhold åpner opp for nye markeds- og bruksmuligheter. Dette kan trekke nye publikumsgrupper til kinoene. Filmtilbudet er også noe publikum vil merke endringer av som følge av digitaliseringen. Unntaket er befolkningen i de største byene hvor endringene er små eller uvesentlige og utvalget og tilgangen alltid har vært best. Men de mellomstore og små kinoene har opplevd forholdsvis store endringer. For det første har tilgangen på nye filmer og premierer blitt vesentlig bedret. Digital distribusjon gjør at flere kopier kan sendes bredere og raskere ut til kinoene. Dette har medført at ventetiden for lokale premierer har blitt betraktelig redusert.

En konsekvens av dette er følgelig at filmutvalget vil endres. Et sterkere fokus på storfilmer og premierer som kan spilles av over lengre tid vil måtte skyve andre filmer ut av filmprogrammet. Hvor omfattende endringene er og hvilke typer filmer som forsvinner er vanskelig å si noe sikkert om. Her er det mange variabler som spiller inn, ved siden av digitaliseringen. Men foreløpig statistikk viser at det totale antallet filmtitler på kinoene har sunket noe de senere årene.

Både amerikanske og europeiske filmer har opplevd en nedgang i antall titler, mens norske filmer og 3D filmer (herav er det fleste amerikanske) har opplevd en sterk vekst.

Statistikk viser også at kinobesøket har endret seg som følge av digitaliseringen. Bygdekinoen og S-kinoene har opplevd en sterk vekst. De mellomstore har hatt en moderat vekst, mens de største kinoene ikke har opplevd særlig endring. Mye av veksten er nye publikumsgrupper. Ved siden av raskere og bredere premierer, kan mye av denne veksten tillegges 3D filmen og alternativt innhold.

## Refleksjoner

På bakgrunn av disse endringene og tendensene vil jeg hevde at digitaliseringen har ført til en «demokratisering» og dermed ført til en sterkere «kommersialisering» av kinoene og bransjen.

Demokratisering fordi kinoene har fått bedre muligheter til selv å tilrettelegge filmprogrammene sine etter lokale forhold. Flere og flere kinoer har nå mulighet til å vise nye premierefilmer, og ventetiden fra nasjonal til lokal premieredato er redusert betraktelig. Dette gjør at mange flere kinoer idag kan tilby det samme gode tilbudet, som tidligere bare var forbeholdt publikumet i de største byene.

En kommersialisering er følgelig konsekvensen av dette. Mange kinoer som tidligere slet økonomisk har fått større mulighet til å bedre økonomien ved å la markedskreftene styre. Storfilmene generer mer penger og dermed blir det mer fristende for kinoene å sette opp programmet etter filmenes inntjeningspotensialet, når man nå har mulighet til dette.

Digitaliseringen viser at aktørene som har vært involvert i prosessen har ønsket å beskytte de goder og markedsposisjoner de har opparbeidet seg.

Hollywood ønsker å beskytte seg mot det de hevder er en stadig økende piratvirksomhet, og samtidig maksimere profitt gjennom større bruk av *wide-releases*. Gjennom DCI spesifikasjonene og avtalen med Film & Kino ønsker de å bevare dagens forretningsmodell som sikrer distribusjon og fremvisning av deres filmer på kinoene.

Film & Kino ønsker å bevare den desentraliserte kinostrukturen og arbeider med å sikre et bredt og variert kinotilbud for flest mulig gjennom støtteordninger og andre tiltak.

Kinoene ønsker å kutte utgifter og effektivisere driften, samtidig som de ønsker å tilby et godt og variert filmtilbud med større frihet ovenfor distributørene.

Distributørene ønsker også å kutte utgifter og effektivisere drift, samt øke fokuset på markedsføring og lanseringer, for å beholde sin forhandlingsmakt ovenfor kinoene.

Aktørene har i hovedsak både vært akseleratorer og bremser i transformasjonen fra analog til digital kino gjennom å opptre både som *sosial necessities* og *supression of radical potential*. Teknologien har eksistert lenge men, fordi den i sin tidlige fase ikke var god nok for digital projeksjon og fordi man ikke ønsket en rask og omveltende forandring av strukturene i bransjen har de ulike aktørene både bremsert og akselerert utviklingen.

Transformasjonen har globalt sett skjedd gradvis og faller innunder begrepet *evolusjon*, mens den norske utrullingene skjedde svært raskt og har hatt forholdsvis store ringvirkninger for både bransje og publikum, og er etter min mening av *revolusjonær* art.

Fokuset i denne oppgaven har vært å belyse selve omleggingen, samt utdype konsekvenser og endringer som følge av dette. Oppgavens kjerne har vært bransjens egne betraktninger og syn på digitaliseringen. Oppgaven gir bare et lite bilde av de lengre prosessene som ledet opp til omleggingen, og de tendensene, trendene og hypotesene som påpekes som følge av omleggingen. Jeg håper derfor denne oppgaven kan være til hjelp eller inspirasjon for andre som ønsker å utforske mer spesifikke forhold etterhvert som digitaliseringen får lengre tid bak seg.

# Litteraturliste

## Antologier og Bøger

Allen, R.C. & Gomery, D. (1985). *Film History: Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill

Belton, J. (2002). *Digital Cinema: A False Revolution*. I Braudy, L. & Cohen, M. (Red.), *Film Theory and Criticism*. New York: Oxford University Press

Evensmoe, S. (1967). *Det Store Tivolo*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag

Kirsner, S. (2008). *Inventing the Movies: Hollywood's Epic Battle Between Innovation and the status Quo, from Thomas Edison to Steve Jobs*. CinemaTech Books

Krogh, T. (1996). Fra teknodeterminisme til materialitet. I Lie, E. , Myklebust S. & Nielsen T.H. (Red.), *I teknologienes tegn*. Oslo: Universitetsforlaget

McKernan, B. (2005). *Digital cinema: the revolution in cinematography, postproduction, and distribution*. New York: McGraw-Hill.

Owen, B. & Wildman, S. S. (1992). *Video Economics*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press

Swartz, S.C. (2005). *Understanding digital cinema: a professional Handbook*. Oxford: Focal Press/Elsevier.

Thompson, K. & Bordwell, D. (2003). *Film history: An introduction*. (second edition). New York: McGraw-Hill.

Waldahl, R. (1998). *Mediepåvirkning*. Oslo: Gyldendal.

Winston, B. (1998). *Media Technology and Society: A History: From the Telegraph to the Internet*. London: Routledge

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K. & Larsen, L.O. (2007). *Metodebok for mediafag*. (3. utgave). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

## **Avhandlinger, masteroppgaver og offentlig informasjon**

Film & Kino. (2012b) *Årbok 2011: Alt om film og kino i Norge*. Oslo: Film & Kino

Kulturdepartementet. (2007). *Veiviseren: For det norske filmloftet*. St.meld. nr.22 (2006-2007). Oslo: Kulturdepartementet

Osmundsen, E. (2010). *Digital filmdistribusjon – En studie av den norske kinodigitaliseringen og Video On Demand* (Masteroppgave, Universitetet i Bergen). Bergen: Universitetet i Bergen

Solum, N. H., & Bugge, M. M. (2008). *Innføring av digitalkino i Norge*. (Rapport 37). Oslo: NIFU STEP.

## **Filmer**

Cameron, J. (Director). (2009). *Avatar* [Motion Picture]. United States: 20<sup>th</sup> Century Fox

Cameron, J. (Director). (2009). *Titanic* [Motion Picture]. United States: 20<sup>th</sup> Century Fox

Lucas, G. (Director). (1977). *Star Wars* [Motion Picture]. United States: 20<sup>th</sup> Century Fox

Boyle, D. (Director). (2008). *Slumdog Millionaire* [Motion Picture]. UK: Fox Searchlight Pictures

## Tidsskriftartikler

Kamsvåg, G. (2009, Desember). Ny milepæl for kinodigitaliseringen. *Film & Kino*, 7, s. 8

Asbjørnsen, D. & Solum, O. (1998). Public Service Kino? Legitimeringsstrategier i norsk kinopolitikk. *Norsk Medietidsskrift*, 1, 121-137

## Vedlegg

Vedlegg I. (2012). *Fordeler og muligheter ved innføring av digital kino*. Oslo: Film & Kino

Vedlegg II. (2012). *Først i verden med digital kino I hele landet*. [Pressemelding 24.06.2009]. Oslo: Film & Kino.

Vedlegg III. (2012). *Oppsetningstøtte fra Film & Kino*. Oslo: Film & Kino.

Vedlegg IV. (2012). *Det er valgt to leverandører av digitalt utstyr til de norske kinoene*. [Pressemelding 18.02.2010]. Oslo: Film & Kino

## Websider

Aftenposten. (13. Juni, 2012). Verdens beste kinosystem i fare. *aftenposten.no*. Hentet 14 Juni, 2012, fra

<http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/Verdens-beste-kinosystem-i-fare-6848758.html#.T-CODPVKXCI>

Berg, O.T. (2012). Revolusjon. *snl.no*. Hentet 11 Januar, 2012, fra

<http://snl.no/revolusjon>

Box Office Mojo. (2012). Box office tracking by time. *boxofficemojo.com*. Hentet 24 Januar, 2012, fra <http://www.boxofficemojo.com/about/boxoffice.htm>

Christie Digital. (2012). Virtual Print Fee. *christiedigital.com*. Hentet 24 Januar, 2012, fra <http://www.christiedigital.com/en-us/cinema/cinema-projection-solutions/virtual-print-fee/pages/default.aspx>

Digital Cinema Initiatives. (2012). About DCI. *dcimovies.com*. Hentet 11 Januar, 2012, fra <http://www.dcimovies.com/>

Elnan, C. (13 . Juni, 2012). Oslo Kino blir solgt. *aftenposten.no*. Hentet 14 Juni, 2012, fra <http://www.aftenposten.no/kultur/Oslo-Kino-blir-solgt-6849441.html#.T-COAPVKXCI>

Film & Kino. (20. Oktober 2011). Digitaliseringen. *kino.no*. Hentet 14 Februar, 2012, fra <http://www.kino.no/incoming/article966625.ece>

Film & Kino. (2012a). Hva er Film & Kino. *kino.no*. Hentet 14 Februar, 2012, fra <http://www.kino.no/omfilmogkino/>

Film & Kino. (2012b). Bygdekinoen. *kino.no*. Hentet 14 Februar, 2012, fra <http://www.kino.no/incoming/article966637.ece>

Film & Kino. (2012c). Årsmelding. *kino.no*. Hentet 14 Februar, 2012, fra <http://www.kino.no/omfilmogkino/article966757.ece>

Film & Kino. (2012d). Besøksstatistikk for norske kinoer 2011. *kino.no*. Hentet 14 Februar, 2012, fra <http://www.kino.no/incoming/article967173.ece>

Film & Kino. (2012e). Hva er S-kino?. *kino.no*. Hentet 14 Februar, 2012, fra <http://www.kino.no/arkiv/article964338.ece>

Film & Kino. (14. Juni, 2012). Byrådet i Oslo har fullmakt til å selge Oslo Kino AS. *kino.no*. Hentet 22 Juni, 2012, fra <http://www.kino.no/incoming/article1053700.ece>



Film & Kino. (26. Oktober, 2012). Høringsforslag kan bety filmdød i distriktene. *kino.no*. Hentet 28 Oktober, 2012, fra <http://www.kino.no/incoming/article1072492.ece>

Film vs. Digital. (August, 2002). Are 6 Megapixels enough?. *tawbaware.com*. Hentet 21 Mars, 2012, fra [http://www.tawbaware.com/film\\_digital.htm](http://www.tawbaware.com/film_digital.htm)

Imdb. (2012). All-time box office: World wide. *imdb.com*. Hentet 24 Februar, 2012, fra <http://www.imdb.com/boxoffice/alltimegross?region=world-wide>

Kulturdepartementet. (2012). Utkast til endring i film- og videogramloven med forskrifter – filmkontrollgebyret. *regjeringen.no*. Hentet 28 Oktober, 2012, fra <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/hoeringer/hoeringsdok/2012/utkast-til-endringer-i-film--og-videogra.html?id=705473>

Preus, L. (2012). Film – tynn hinne. *snl.no*. Hentet 11 Januar, 2012, fra <http://snl.no/film/tynn%20hinne>

Rushprint. (22. September, 2011). Tøffere for små kinofilmer. *rushprint.no*. Hentet 23 Mars, 2012, fra <http://rushprint.no/2011/9/toffere-for-de-sma-kinofilmene/>

Rushprint. (04. Oktober, 2011). Digitaliseringen svekker ikke kvalitetsfilmen. *rushprint.no*. Hentet 23 Mars, 2012, fra <http://rushprint.no/2011/10/digitaliseringen-svekker-ikke-kvalitetsfilmen/>

Rushprint. (11. November, 2011). Færre, men bedre kinofilmer? *rushprint.no*. Hentet 23 Mars 2012, fra <http://rushprint.no/2011/11/faerre-men-bedre-kinofilmer/>

Rushprint. (2012). Om Rushprint. *rushprint.no*. Hentet 23 Mars, 2012, fra <http://rushprint.no/om-rushprint/>

Society of Motion Pictures & Television Engineers. (2012). About SMPTE. *smpte.org*.  
Hentet 24 Januar, 2012, fra  
<https://www.smpte.org/about>

Steingrimsen, M.A. (22. Oktober, 2009). Truer digitaliseringen mangfoldet?. *rushprint.no*.  
Hentet 23 Mars, 2012, fra  
<http://rushprint.no/2009/10/truer-digitaliseringen-mangfoldet/>

Store norske leksikon. (2005-2007a). Evolusjon. *snl.no*. Hentet 11 Januar, 2012, fra  
<http://snl.no/evolusjon>

Store norske leksikon. (2005-2007b). tredimensjonal film. *snl.no*. Hentet 11 Januar, 2012,  
fra [http://snl.no/tredimensjonal\\_film](http://snl.no/tredimensjonal_film)

Wisløff, L. M. (13. Mars, 2009). Kinotilbud I fare?. *rushprint.no*. Hentet 23 Mars, 2012, fra  
<http://rushprint.no/2009/3/kinotilbud-i-fare/>