

Założenia do filmu w kinie

Technologia:

film zrealizowany w systemie aktywnej projekcji 3D, wyświetlany w kinie na 100 osób. Film wyświetlany będzie na ekranie ramowym o wymiarach powierzchni aktywnej 650x406cm. Obraz rzutowany będzie z projektora instalacyjnego o wysokiej jasności (ok. 8200 ANSI lumen) z soczewką dobraną do miejsca montażu projektora. Rozdzielczość natywna projekcji to WUXGA (1920x1200) jednak projektor będzie posiadał funkcję interpolacji do rozdzielczości 4K, co musi uwzględnić wykonawca. Dźwięk w filmie dostosowany do systemu nagłośnienia sali kinowej, tj. systemu głośników frontowych w układzie LCR, montowanymi za ekranem oraz ośmiu głośników surround na ścianach bocznych i dwóch głośników typu surround back oraz subwoofera instalacyjnego przeznaczonego do sal kinowych, co gwarantuje nagłośnienie w standardzie 7.1.

Założenia scenariuszowe:

Długość filmu: nie mniej niż 12 minut, nie więcej niż 15 minut, film bez lektora, z podpisami po polsku i angielsku, ze statystami, z muzyką, użycie zdjęć lotniczych, zdjęcia plenerowe tylko podczas słonecznej pogody

Idea:

Ideą wiodącą filmu jest prezentacja współczesna miejsc pokazywanych w salach legend (na ścieżce edukacyjnej oraz w strefie edukacyjnej i strefie promocji) Parku Dziedzictwa Gór Świętokrzyskich (PDGŚ) oraz promocja Regionu Świętokrzyskiego. Film ma zatem nawiązać dyskretnie do legend, ale przede wszystkim zachęcić do odwiedzin atrakcji turystycznych regionu i kupna biletów do kolejnych atrakcji, „lokomotyw turystycznych” regionu. Bilety do kolejnych atrakcji, rozsianych nie tylko na terenie Gór Świętokrzyskich, ale i dalszych zakątkach Województwa, mają być sprzedawane w sklepie z pamiątkami, na koniec odwiedzin w PDGŚ.

Odbiorca filmu powinien w sposób atrakcyjny obejrzeć autentyczne lokacje, w których rozgrywają się legendy prezentowane w PDGŚ, co pozwoli mu jeszcze bardziej zrozumieć kontekst i zachęci go do odwiedzenia w/w miejsc w tzw. „realu”. PDGŚ ma być w założeniu „bramą”, zapraszającą do odwiedzania całego Województwa Świętokrzyskiego (być może pierwszym miejscem kontaktu turysty z regionem).

Gość, odwiedzający poszczególne sale legend w istocie widzi symbole, artefakty, sceny rodzajowe, skróty myślowe, które intrygując, wciągają go w pradawny świat legend. Nie widzi natomiast, jak miejsca pokazywane w legendach wyglądają dziś, być może nie ma nawet pewności, że te miejsca aktualnie istnieją. Film ma mu pokazać, że lokacje z legend istnieją, że istnieje klasztor na Świętym Krzyżu, który można zwiedzać, że istnieje Gołoborze, które można oglądać z platformy widokowej, że rośnie prawdziwa Puszcza Jodłowa, że istnieją ruiny zamku w Chęcinach, Krzyżtoporze, że wciąż stoi autentyczna figura pielgrzyma u stóp góry Święty Krzyż. Zadaniem filmu jest zatem przede wszystkim wsparcie promocji lokacji występujących w salach legend. Gość, który przyjeżdża do PDGŚ nie może mieć poczucia po obejrzeniu wystawy, że już nigdzie nie musi jechać, bo właśnie zakończył oglądanie świętokrzyskiego „w pigułce”. Wręcz przeciwnie, gość po obejrzeniu filmu, ma rozbudzić w sobie ochotę, do odwiedzenia wszystkich pokazanych miejsc w tak zwanym „realu”, a co za tym idzie udać się do sklepu, po zakup biletu do kolejnych atrakcji.

Minimalna liczba lokacji w filmie obejmuje najważniejsze miejsca pokazane w salach legend, w tym: Klasztor na świętym Krzyżu, Gołoborze, Nową Słupię (posąg pielgrzyma), Puszcę Jodłową, Pasma Jeleniowskie, Busko Zdrój, Kielce, Chęciny, Krzyżtopór, Sandomierz. Film musi jednak pokazywać również atrakcje turystyczne, które nie występują w salach legend, a są tzw. „lokomotywy” takie jak m.in. Jaskinia Raj, Park Etnograficzny w Tokarni, Centrum Bajki w Pacanowie, Jura Park w Bałtowie, Centrum Geoedukacji w Kielcach, Park Miniatur w Krajinie, oraz turystykę aktywną regionie, m.in. kajaki na Nidzie, ścieżki rowerowe Green Velo, parki linowe, zamek w Szydłowie itp. W sumie całym filmie powinno znaleźć się około 20 - 25 lokacji, co nie jest trudne realizacyjnie, biorąc pod uwagę fakt, że kilka lokacji ścieżki edukacyjnej skupia się w bardzo bliskiej odległości (okolice Świętego Krzyża i pasma Jeleniowskiego). Finalne lokacje (poza lokacjami ze ścieżki edukacyjnej, mogą się różnić od prezentowanych przykładowo, ale nie zmienia się ich, liczba).

Statyści zatrudnieni w filmie mają za zadanie pokazywać pozytywne emocje, jakie wywołują świętokrzyskie atrakcje turystyczne, mają pokazywać korzyści płynące z odwiedzania w/w atrakcji (w tym lepszą kondycję fizyczną - w Busku Zdroju, na trasach rowerowych, kajakach, itp.) oraz psychiczną - radość z zabawy w Europejskim Centrum Bajki w Pacanowie, pozyskiwanie wiedzy w Centrum Geoedukacji w Kielcach, Sabacie Krajno, Puszczy Jodłowej czy Jaskini Raj, ale też wyciszenie i zadumę na Świętym Krzyżu, czy odkrywanie nieznanego w Jaskini Raj. Emocje, które przez różne typy statystów (młodzież, rodzice z dziećmi, osoby starsze, wielbiciel turystyki aktywnej, odkrywcy tajemnic i historii) mają być pokazane w filmie to: radość, zdziwienie, satysfakcja, adrenalina, ale też relaks, wyciszenie w zależności od emocji, pokazywanych przez różne typy atrakcji. Poszczególne atrakcje powinny być w filmie podpisywane, a na „tyłówce” można rozważyć zamieszczenie informacji praktycznych np. że bilety do poszczególnych miejsc są do kupienia w sklepie.