

Роман: Голливудская постановка Автор: Уайт Тринадцать

Во время самой съемки Дюк все же предоставил ассистенту по фотографии определенную степень автономии. В конце концов, люди - не машины. Другой стороне нужно только следовать его требованиям в общем направлении съемки.□.□

Более того, художник по временным кадрам тоже был умным человеком. Снимая в соответствии с требованиями Дюка, он никогда бы не стал снимать с точки зрения положения основной камеры.

Кадры могут отличаться от сцен оригинального фильма. Это не обязательно позиция режиссера фильма, но кадры. Это не обязательно, и оно даже должно отличаться, потому что в фильме показан сюжет с динамическими кадрами. Кадры фактически используют картинку для иллюстрации сюжета, и кадры могут быть изменены и обрезаны в конце концов.

Поэтому, пока кадры могут показывать сюжет, формат на самом деле лучше всего подходит посередине и крупным планом, но одна вещь должна быть такой же, как в фильме, то есть передаваемые эмоции должны быть такими же. То, что должен подчеркивать фильм, должны подчеркивать кадры. Если фильм маленький и свежий, а кадры сняты холодные, жесткие и горькие, как это может быть?

Существует также съемка спецэффектов на зеленом экране, которую Герцог будет широко использовать. Некоторые ключевые сцены снимаются в студии лицом к зеленому экрану. Фоновой живописи вообще нет. Что мне делать со съемкой кадров?

Такие сцены часто являются ключевыми сценами, и невозможно обойтись без рекламных кадров. Есть только одно решение - перейти к аппарату высокой четкости после производства для съемки неподвижных кадров. Просто неподвижные кадры в основном могут удовлетворить потребности пресс-релизов, но качество изображения намного хуже.

Для продвижения и маркетинга фильмов, в дополнение к кадрам, какие фотографии можно использовать? Закулисные рабочие фотографии съемочной группы на самом деле очень интересны и общительны, но они также должны быть "спроектированы". Не все закулисные носят пальто. Фотографии режиссера перед монитором настолько заметны. Самое главное на фотографиях - это контент, и контент, который стоит распространять.

В конце этого кадра пришло время заканчивать работу, но Шарлиз? Терон и Дейзи? Ридли не покинул студию после того, как снял макияж и переоделся в повседневную одежду. Вместо этого он вернулся на съемочную площадку, встал рядом с Дюком и попросил художника по временным кадрам сделать много фотографий, которые были рекламными рабочими фотографиями.

Он также используется для рекламы и маркетинга. Однако рабочие фотографии отличаются от рекламных кадров. Рекламные кадры требуют, чтобы актеры приносили спектакли, соответствующие персонажам пьесы, если актеры не приносят спектакли, особенно современные драмы. Это ничем не отличается от рекламных фотографий, сделанных этим

актером в любой сцене. если это сцена съемок, фотографии, сделанные без статуса персонажа, являются рабочими фотографиями, потому что кадры являются "верными отражениями и записями фильма".

Более того, задача съемочной группы - продвигать фильм, а не актеров.

В конце рабочего дня, когда Дюк убирал свой рабочий стол, Шарлиз?Подошел Терон.

"У тебя есть время?" Она стояла напротив Дюка с очаровательной улыбкой на очаровательном лице, "Пужинаем вместе?"

"Извини..." Дюк слегка покачал головой. Смотришь на дверь студии, Скарлетт?Джонсон только что вошел: "Я обещал Скарлетт, что вечером мы пойдем осматривать театр, в который она вложила деньги."

Как будто у него на затылке есть глаза, Шарлиз?Терон повернула голову как раз вовремя, чтобы увидеть Скарлетт?Джонсон быстро зашагал в ту сторону, его яркие глаза сузились в две длинные тонкие линии, и он тихо вздохнул.

Когда он станет старше, Шарлиз?Терон все чаще чувствовал, что первоначальный выбор был слишком неправильным, но теперь нет никаких шансов исправить эту ошибку.

Она очень хорошо знает. Если вы упускаете какие-то вещи, вы просто упускаете их и не можете найти их обратно.

Шарлиз?Терон не хочет видеть Скарлетт?Джонсон, прежде чем она подошла, сказал Дюку: "Увидимся, когда у тебя будет время."

Дюк ничего не сказал, но слегка кивнул, его взгляд постепенно отвел, и Шарлиз, которая ушла?Терон и Скарлетт?Джонсон и Джонсон прошли мимо, не поздоровавшись друг с другом, как будто они вообще не знали друг друга.

Кажется, ты не видел Шарлиз?Терон. Скарлетт?Джонсон подошел к Дюку, не упоминая о ней, взял его за руку и вместе вышел из студии.

"Это наша первая крупномасштабная сеть кинотеатров, открывшаяся в Лос-Анджелесе."

Идя по узкой и длинной дороге студии Warner Studios, Скарлетт выглядела очень счастливой: "Наши инвестиции наконец-то окупились."

"Моя дорогая, - поправил Дюк, - это твоя инвестиция."

Согласно соответствующим законам Соединенных Штатов, такие люди, как он, не могут быть вовлечены в театральную индустрию.

Скарлетт знала об этом и взяла на себя инициативу сменить тему: “Вы слышали, что Североамериканский театральный альянс готовится начать новый раунд повышения цен на попкорн.”

В наши дни попкорн является почти символом фильмов и кинотеатров. Как король продаж в кинотеатрах, прибыль от попкорна намного превосходит воображение индустрии. Не будет преувеличением сказать, что маленький попкорн - герой, который спас кинотеатр. .

В настоящее время в кинотеатрах, как правило, есть два вида попкорна. Один из них - попкорн в стиле “бабочки”, который имеет несколько оболочек неправильной формы “крыла”. Этот вид попкорна более хрустящий на вкус и чаще встречается в кинотеатрах; другой - попкорн в стиле “гриба”, который больше похож на шар или эллипсоид, с более мягким вкусом и относительно необычный.

С момента изобретения первого производителя попкорна в 1885 году, благодаря портативности производителя попкорна, попкорн стал предпочтительной закуской для клиентов, которые участвуют в мероприятиях на свежем воздухе и посещают цирки. Удобство попкорна заключается в том, что его можно производить в больших масштабах, не полагаясь на кухню, в то время как другая распространенная закуска, картофельные чипсы, не может быть сделана, поэтому она находится в невыгодном положении в конкуренции.

Однако в то время существовал и только один вид развлекательных заведений, где не появлялся попкорн, - кинотеатр.

В то время кинотеатры были очень высококлассными и официальными. Попкорн, небольшая закуска, не мог попасть в глаза кинозрителям, а операторы кинотеатров не хотели приносить грязь и насыщенный аромат, сопровождавший попкорн, в свои аккуратные кинотеатры. .В то же время, поскольку в то время все фильмы были немыми, шум от жевания попкорна также серьезно повлиял бы на впечатления от просмотра.

Но технологические и экономические достижения изменили все.

Наиболее важным технологическим новшеством в кино является добавление синхронного звука.

После 1927 года люди могли слышать персонажей в фильмах без необходимости постоянно читать субтитры к фильмам. Это открыло кинорынок для новой группы зрителей - большинство из этих зрителей - бедные, неграмотные и маленькие дети.

Этих зрителей не привлечет великолепный дизайн театра. для них, кажется, не очень хлопотно испачкать ковер театра из-за каких-то интересных закусок. В то же время, когда фильмы

вступили в эру звука, шум, создаваемый попкорном, стал менее очевидным.

Вскоре в Соединенных Штатах началась великая экономическая рецессия, и многие кинотеатры пришли в упадок. Те, кто выжил, не были настроены оптимистично. Страдали все, кто занимался киноиндустрией, за исключением тех уличных торговцев, которые доказали, что попкорн - это золотая жила, покрытая маслом.

Попкорн стал самым дешевым предметом роскоши для людей того времени, а также стал первой закуской, которую тайно прятали под пальто и приносили в кинотеатр. В те мрачные дни люди могли зарабатывать на жизнь, продавая попкорн на улице, и даже сколотить состояние.

Театральная линия Восточного побережья предприняла попытку - они продавали попкорн в небольших кинотеатрах в театральной линии, в то время как ее пять высококлассных кинотеатров по-прежнему не продавали никаких закусок, чтобы поддерживать чистоту окружающей среды.

В результате все кинотеатры, продающие попкорн, являются прибыльными, в то время как пять высококлассных кинотеатров находятся в дефиците.

В конце концов, менеджеры театра поняли, что попкорн был ключом к прибыльности театра. Попкорн действительно спас театральный бизнес, настолько, что предприниматель в эпоху Великой депрессии дал такой совет - найдите подходящее место для продажи попкорна, а затем постройте кинотеатр рядом с ним.

В наши дни можно сказать, что нет такой эпохи, когда фильмы нельзя было бы снимать без попкорна.

Десятилетия спустя для многих людей просмотр без попкорна является неполным, а для кинотеатров попкорн имеет такое же важное значение, как и в прошлом.

Киноманы часто жалуются, что цена на попкорн, продаваемый в кинотеатрах, слишком высока, но зрители часто игнорируют стоимость и цены на попкорн в продажах. В большинстве кинотеатров валовая прибыль составляет более 85% в пересчете на проданную продукцию, а годовая прибыль от продаж обычно составляет 50% от общей прибыли кинотеатра, что намного превышает выручку в прокате.

Поскольку кинопроизводители и дистрибьюторы вложили очень значительные средства в производство и распространение фильмов, у них есть основания получать больше от кассовых сборов, но высокая арендная плата кинотеатров, затраты на кондиционирование воздуха большой площади, постоянно обновляемый объемный звук и места, а также цифровые 3d-системы - все это огромные расходы.

Чтобы выжить, театры могут повысить цены на билеты, но они потеряют зрителей. Поэтому

для театров продажа продукции - единственный вариант, на который стоит полагаться. Хотя выручка от продажи продукции составляет всего 20% от общей выручки театра, на них приходится 50% прибыли театра.

Кроме того, все кинотеатры будут осуществлять продажи в комплекте. у попкорна также есть функция, которая вызывает у населения жажду, поэтому, если вы покупаете попкорн, который является "стандартным" для просмотра фильмов, большинству из них придется покупать напитки.

Вообще говоря, зрители не взвешивают между тем, чтобы не покупать закуски, и покупают только немного закусок перед просмотром фильма. их образ мышления таков: не покупайте закуски или покупайте кучу закусок.

Таким образом, есть два типа покупателей, которые продают товары в кинотеатрах - те, кто готов покупать по специальным предложениям, и те, кто очень чувствителен к цене.

Когда кинотеатр устанавливает цену на свою продукцию на уровне, приемлемом почти для всех клиентов, которые готовы покупать большие и специальные покупки, UU заказывает [www.uu.com](http://www.uu.com) Даже если они продолжат снижать цены, они не привлекут больше покупателей для покупки и продажи товаров, потому что покупатели, чувствительные к ценам, будут рассматривать возможность покупки только тогда, когда цена продаваемых товаров будет даже ниже цены в супермаркете. Очевидно, что ведение их бизнеса не является экономически эффективным.

Поэтому театрам нужно только ссылаться на цены, принятые теми клиентами, которые готовы покупать большие и специальные предложения.

Это также важная причина, по которой Североамериканский театральный альянс осмелился предложить коллективное повышение цен на театральные продажи.

Любой, кто инвестирует в киноиндустрию, не может игнорировать роль продажи продуктов.

Именно благодаря высокой прибыли от продажи продуктов кинотеатры могут снизить цены на билеты в кино, получать прибыль от продажи товаров и услуг, осуществлять дифференцированное ценообразование и позволять большему количеству зрителей посещать кинотеатр.

Поэтому можно сказать, что именно это сочетание воздуха и крахмала позволяет театру продолжать функционировать. без попкорна, вероятно, нет театра - по крайней мере, в том виде, в каком мы его знаем сейчас.(продолжение следует)

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: идёт перевод

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1841435>