Глава 49: Где здравый смысл?

Континент Рено, или ЛэйЧжоу, был назван в честь генерала новой эры Хармона Рено. В Рено фамилия Рено была символом статуса.

Часто Рено всплывало среди главных имен в политике, армии и финансах, но то, что захватило общественное воображение больше всего – это не эти мужчинами у власти, а молодой Заро Рено, регулярно мелькающий на страницах папарацци.

Заро Рено был самым молодым внуком нынешнего губернатора Рено. Несмотря на то, что у губернатора уже были правнуки, его любимым был все же Заро, который был довольно избалован.

Заро Рено был прототипом импульсивного богатого ребенка. Рожденный в величии и богатстве, он не работал ни дня в своей жизни и большую часть своего времени проводил на вечеринках, и бегая за юбками. После окончания университета он запустил кинокомпанию Радио Медиа. Но даже люди, которые уделяли мало внимания индустрии развлечений, знали, что компания была шуткой. Каждый проект фильма, который он поддерживал, был автомобилем для его очередной пассии. До сих пор Радио Медиа выпустили семь фильмов, и за последние два года Заро сменил семь подружек.

Люди в шутку окрестили Заро «старшим мастером», но не из-за старшинства. Он был самым молодым Рено в своем поколении. «Старший мастер» был ссылкой на его сверхприбыль, побряжки и некомпетентность.

Любой, кто жил в Рено, знал, что сюжет всякого продукта Радио Медиа был полной хренью. У каждого фильма была упрощенная история. Вы могли выяснить конец, прочитав краткий обзор.

Совершенно неоригинально. Иногда фильмы едва ли имели смысл.

Учитывая уровень технологического прогресса в Новую Эру, кинопроизводство было довольно простым. Количество фильмов росло в геометрической прогрессии. Тем не менее, некоторые из крупнейших онлайн-порталов отсеивали их предложения. Однако любые такие ограничения поддавались политическому и финансовому влиянию.

Возьмите, например, Ради Медиа Заро. Его релизы повсеместно подвергались резкой критике, но их активно продвигали на самых известных платформах. Они привлекли значительную зрительскую аудиторию и отлично поработали в прокате. Их доходы никогда не могли конкурировать с блокбастерами, но им все равно удавалось быть в плюсе.

Зрителям также нравилось критиковать фильмы в интернете, потому что Заро, похоже, не возражал. Постепенно кинозрители осмелели. Каждый раз, когда выходил фильм Радио Медиа, они сразу же смотрели его и генерировали массу отзывов. Рецензии по-прежнему были в основном отрицательными. Но, несмотря на подавляющее большинство негативных комментариев, фильмы по-прежнему привлекали значительную аудиторию.

Одной из причин была репутация Заро. Все хотели посмотреть, что за дерьмо выдал известный богатый ребенок на этот раз. Они получили удовольствие от этого.

Была и другая причина. В релизах Радио Медиа был задействован огромный бюджет и реалистичные декорации.

Рено были загружены, и, хотя мастер Заро устанавливал низкие стандарты для развития истории, он был требовательным, когда речь заходила о дизайне продукта и о визуальных эффектах. Он любил фильмы с эпическими сценами, поэтому сделанные им фильмы были переполнены ими.

В Новую Эру кинотехнологии были в полном расцвете. Один цифровой мастер мог легко создать грандиозные и реалистичные космические кадры. Но опытные зрители всегда могли обнаружить недостатки.

Распространение спецэффектов создало нишу аудитории, которая предпочитала многобюджетные блокбастеры, которые использовали реальные декорации и реквизит.

И причина, по которой такие зрители наслаждались релизами Радио Медиа, заключалась в том, что они часто использовали реальные вещи вместо реквизита, будь то огнестрельное оружие, летающие машины или космические корабли.

За свою последнюю постановку Заро арендовал космический корабль и 10 истребителей из армии. Несколько сцен были также сняты в космосе.

Сам Заро не был экспертом, когда дело доходило до производственного дизайна, но, как Рено, он чувствовал, что ему нужно отличиться. Когда все использовали спецэффекты, он использовал настоящие вещи. Только щедрый бюджет и блистательные ходы соответствовали бы фамилии Рено.

И теперь мастер Рено завел себе восьмую девушку, а Радио Медиа готовились к восьмому релизу. Это был старомодный фильм о несчастной девице.

Обычно Заро нанимал знаменитых актера, чтобы они снялись вместе с его девушкой. Когда он был в настроении, он снимался сам. Но на этот раз «старший мастер» не хотел приглашать звезд. Он хотел быть в главной роли. Таким образом, у восьмого релиза Радио Медиа был еще больший бюджет, чем обычно. Заро приказал кинорежиссерам арендовать три боевых корабля и почти 50 истребителей.

Конечно, кораблями и истребителями управляли и пилотировали настоящие солдаты. Хоть он и был импульсивным, Заро не был настолько глуп, чтобы позволить непрофессионалам управлять боевыми кораблями и истребителями. Если бы кто-то из них был поврежден во время стрельбы, его отец заживо содрал бы с него кожу.

У Заро было идеальное оправдание, приготовленное, когда он подошел к отцу за его военными связями - фильм будет продвигать военных, стимулировать вербовку и помогать приструнивать уклонистов.

В новую эру обязательная двухгодичная военная служба требовалась как для мужчин, так и для женщин. Продолжительность службы была сокращена до одного года после 200 лет. Тем не менее, люди избегали служения.

В последнее время ЛэйЧжоу было охвачено серией громких дезертирств, в которых участвовали несколько довольно известных знаменитостей, которые вызвали значительное общественное обсуждение.

Отец Заро ни на секунду не купился на рассказ своего сына, но, увы, его отец - дед Заро, сам губернатор, уже был на борту. У отца не было выбора, кроме как нехотя подчиниться. В результате он был подвергнут изгнанию в армии и с ним обращались, как с прокаженным.

Оскорбления, сделанные наедине, были еще хуже.

Однажды кто-то пошутил, что Заро родился, чтобы испортить своего отца.

Последний продукт вызвал шум в индустрии развлечений Рено из-за огромного бюджета и большого количества военных прокатов. Другие увидели прекрасную возможность.

Независимо от того, каким дерьмовым окажется фильм, люди все равно собирались посмотреть его. Вероятно, это привлечет большую аудиторию, чем предыдущие семь фильмов Радио Медиа. Любая роль в фильме предлагала большую экспозицию. Агенты умирали от желания разместить своих клиентов.

Помимо актеров, композиторы тоже хотели попасть в этот фильм. Они собрались, чтобы предложить свои лучшие песни. Многие даже предлагали скидки.

Но Заро не понравилась ни одна из демоверсий, которые он получил. Но его появление в фильме должно сопровождаться самой эпической песней, поэтому он решил нанять лучшего композитора в городе.

Когда он собирался купить песню у композитора, он услышал о волшебной песне, которая оказала исцеляющее воздействие на пациента с вирусом Халла. История вызвала любопытство Заро. Он приказал своим подчиненным получить копии «Божественного наказания» и «Разрыва Кокона». Песни были недоступны для скачивания в ЛэйЧжоу, но у Заро были свои связи.

Прослушав две песни, он немедленно связался с Silver Wing. Ему понравились песни. Судя по эволюции песен, Заро решил, что треть часть еще больше поразит его воображение.

Он никогда не использовал песни, которые ранее уже были выпущены, как саундтреки к фильму. Они были слишком знакомыми и не добавили фильму изящества. В конце концов, он играл главную роль в этом восьмом релизе. Его появление должно было сопровождаться новой, эпической песней. Только такая фоновая музыка соответствовала бы его статусу.

Большинство блокбастеров нанимали профессиональных композиторов для написания песен, адаптированных к их сюжету и различным сценам, также известных как песни, сделанные по заказу.

Поэтому люди Заро обратились к Silver Wing, чтобы посмотреть, готов ли композитор первых двух движений написать песню для его фильма. Но Silver Wing немедленно отказались. Причина, которую они дали, заключалась в том, что композитор был слишком занят работой над третьей частью.

Это разозлило Заро, но Silver Wing были непреклонны в своем отказе. Он ничего не мог сделать. Заро мог заставить горы двигаться просто, выставляя напоказ свою фамилию в Рено, но люди из Яньчжоу были менее склонны к подобным любезностям.

Задумавшись над этим вопросом, Заро грубо спросил у Silver Wing, когда выйдет третья часть. Ответом был январь; как раз, когда будет выпущен восьмой фильм Радио Медиа. Поэтому Заро решил купить права на третью песню.

Заро хотел купить песню прямо, а это означало бы, что она не будет выпущена в Интернете в Яньчжоу. Он был готов заплатить дополнительно.

Но Silver Wing отвечали одинаково однозначно: «Нет».

Заро так разозлился, что проклинал их в своем кабинете целый день.

Даже выплата премии не могла купить для него третью часть. Помощники Заро и его агент сказали ему сдаться.

«В ЛэйЧжоу довольно много композиторов, которые пишут симфонические песни. Если вы не нашли того, кого хотели, просто поищите еще», - умолял агент Заро. Фильм уже закончил финансироваться. Это просто вопрос ввода в действие песни. В ЛэйЧжоу было так много композиторов. Все, что им нужно было сделать, это найти авторитетного человека. В любом случае, это будет дерьмовый фильм. Самым важным для Заро было получить свое закрепление в главной роли. В чем смысл быть столь требовательным?

Агент уже был в трудном положении. Другие члены семьи Рено уже были расстроены тем, что Заро сделал так много грязных, бездушных и критически принятых фильмов. Его уже вызвали несколько из них, попросив его остановить Заро и прекратить пятнать их фамилию. Увы, его слова мало значили. «Старшему мастеру» Заро было все равно, что он говорил.

По настоянию Заро его люди продолжали вести переговоры с Silver Wing. Наконец они достигли соглашения. Silver Wing согласится на размещение, но они будут лицензировать песню исключительно на один месяц. Третья часть по-прежнему будет запущена в Яньчжоу по расписанию, в то время как в ЛэйЧжоу релиз будет отложен на месяц, пока восьмой фильм Радио Медиа не закончит театрализованный прогон. Цена Silver Wing: 10 миллионов.

Заро подписал сделку.

Его агенту хотелось плакать.

В первой половине года кинорежиссеры, стоявшие за дорогим фильмом Рено о космических войнах, заказали знаменитый музыкальный кооператив, чтобы написать песню. Это стоило всего лишь около 3 миллионов. Кинорежиссеры владели правами на песню прямо, а это означало, что они могли бы продолжать использовать песню в других фильмах, не платя дополнительных гонораров. Но теперь Радио Медиа потратили 10 миллионов на месячную лицензию на песню Silver Wing.

Где Silver Wing нашли такие цены?

И все же Заро согласился на сделку. Чем он думал? На деревьях растут деньги? Он действительно не знал о своих финансах.

«Старший учитель, может, мы передумаем?» - агент снова стал умолять.

«Нет необходимости, давай сделаем это, давай ускорить съемку. В тот день, когда третья часть будет выпущена в Яньчжоу, будет день выхода нашего фильма!» - он не хотел, чтобы музыка фоновая музыка, представляющая его персонажа, раньше появилась в другом месте.

«Но цена и условия ...» - агент Заро сделал последнее усилие.

«Они в порядке», - Заро уже устал. Он хотел попасть на площадку и выяснить, как там его первая сцена. Его двойник-каскадер снимался до сих пор.

Агент Заро был похож на мертвеца. Он вытер лоб.

Вы должны были быть чокнутым, чтобы тратить так много на лицензирование песни. Они просто обязаны были стать посмешищем для всей индустрии.

Он знал, что нет места для экономии на дизайне производства, учитывая, насколько требователен «старший мастер», но быть не в состоянии сократить расходы на права на музыку и вместо этого переходить на бюджет – как-то очень снисходительно.

«Я почти забыл, Silver Wing упомянули о каких-нибудь других условиях?» - спросил Заро.

«Композитор попросил, чтобы третья песня использовалась только для сцены, которую он указал, и нигде больше», - сказал помощник, стоящий рядом с ним.

Заро посмотрел на своего помощника и улыбнулся: «Это то, чего мы и хотели! Вот где я делаю свой великий выход».

«В самом деле, поэтому Радио Медиа и согласились на сделку», - сказал помощник.

Это была только одна сцена, и они не могли даже сыграть песню целиком. За это Silver Wing потребовали 10 миллионов. Только такой полный придурок, как Заро, с его наличными, согласился бы на это, - подумал его агент.

Десять миллионов! Платили ли они за золотые кирпичи?

Заметив кислое настроение своего агента, Заро засмеялся и сказал: «Посмотри, какой ты скупой».

«Дело не в том, что я скупой, старший мастер. Это целых 10 миллионов долларов, за обычные громкие крики. Что, если песня не сработает?»

«Тогда мы купим еще одну песню; ту, которую ты выбрал ранее. Мы будем использовать ее как резервную копию».

Значит, они перешли бы на другую песню? А как насчет 10 миллионов?

«Тогда нам придется списать эти 10 миллионов», - сказал его агент.

«Ну так спиши. Я могу себе это позволить», - небрежно ответил Заро.

Да, ты Рено, и 10 миллионов для вас - это как 1000 долларов, но для смертных, подобных нам, это похоже на ходьбу по тонкому льду, - молча выругался его агент.

Учитывая совокупную прибыль первых семи фильмов Радио Медиа, они могут выбраться, даже несмотря на то, что на этот раз потеряли 10 миллионов долларов.

Вот почему Заро был так беззаботен. Они прорвутся даже не получив прибыли. Он мог продолжать дурачиться в индустрии развлечений.

«Стоит ли оно того?» - агенту Заро все еще было больно.

«Ты полагаешь, что не стоит тратить столько на музыку для дерьмового фильма?» - Заро посмотрел на своего агента.

Агент смущенно улыбнулся, подумав про себя: «Итак, значит ты и сам понимаешь, что это все твои фильмы – дерьмо?»

«Хочешь услышать поговорку?» - спросил Заро.

«Да?» - агент и помощник наострил уши.

«С начала времен, дерьмовые фильмы порождали хитовые песни».

<http://tl.rulate.ru/book/10586/231383>