

«У вас есть последняя статистика кассовых сборов за выходные?» — возмутилась Наоми Уоттс, когда услышала слова своего агента Нэнси о том, что она клиент, которого она подписала, а не ее личный помощник.

«Это статистические данные, которые я только что получила от команды.»

Хотя у нее была идея в сердце, она понимала свой статус и послушно положила статистическую таблицу на стол перед Нэнси, и Нэнси, которая ела овсянку, просто взяла в руки таблицу статистики, и глаза ее вдруг расширились, а сонливость мигом слетела.

«Чужой З!» Ее тон был немного невероятным: «20,27 миллиона долларов «Скорости» превзошли 19,44 миллиона долларов «Чужого З» и выиграли второй еженедельный чемпионат по кассовым сборам!» Она подняла голову и спросила Наоми Уоттс

«Перевалил ли североамериканский кассовый сбор «Скорости» за 100 миллионов?»

Она закатила глаза: «Если я не ошибаюсь, общий кассовый сбор должен составить 104,05 миллиона долларов США».

«Режиссер, присоединившийся к кассовому клубу 100 миллионов долларов в возрасте двадцати двух лет». Нэнси внезапно встала. Пройдясь несколько раз по столовой, «Это абсолютный потенциальный запас. Если его следующие две или три работы все еще могут хорошо продаваться, он может войти в число лучших коммерческих режиссёров Голливуда... —Она похлопала себя по лбу. — Помнится, вчера в «Нью-Йорк Таймс» было сообщение о Дюке, и он сказал, что его вторая работа уже задумана?»

Сказав это, Нэнси внезапно остановился, и всё говорило ей, ты должна обязательно подписать его, пока другая сторона еще потенциальный запас!

Однако эти чертовы условия, которые он выдвинул...

«Наоми, помоги мне назначить встречу с Дюком.»

Услышав это, Наоми Уоттс была очень несчастна в душе, но без всяких колебаний она встала и подошла к телефону. Набрал номер, она повесила трубку и сказал: «Нэнси, рекламная деятельность команды завершена. Если ты хочешь встретиться с Дюком, ты должна поторопиться».

В другом люксе на том же этаже Дюк пролистывает газету. По мере того, как конкуренция за летние слоты накаляется, Twentieth Century Fox выделяет больше ресурсов на другие направления. Начиная с этой недели, реклама «Скорости» и масштабы показа резко сократятся, что является рыночным законом, от которого не может уйти ни одно кино.

В сегодняшнюю эпоху кассовые сборы в Северной Америке, превышающие 100 миллионов, являются почти эталоном. «Дюк Розенберг, новый режиссер быстрого подъема Голливуда...»

«Молодой Дюк использовал метод разрушения половины Санта-Моники, чтобы отправить свой первый полнометражный фильм в клуб за 100 миллионов долларов. В фильме он не только разрушил половину улиц Санта-Моники, но и взорвал лифт, дом, и два автобуса. А так же самолет, боевик нетипичный и отличается от предшественников, может молодой Дюк сможет возглавить новую тенденцию боевиков в Голливуде».

Сегодняшние «Лос-Анджелес таймс», «Вашингтон пост», «Нью-Йорк таймс» и многие другие.

Его имя появилось в национальных газетах, как будто все средства массовой информации в Северной Америке ждали момента, когда кассовые сборы фильма превысят 100 миллионов, а затем обрушили на него ошеломляющую огласку.

В сегодняшнем Голливуде есть только десять или около того фильмов, кассовые сборы которых в Северной Америке превышают 100 миллионов в год, и его работа в качестве режиссера-новичка, наконец, преодолела этот порог . .

Хотя неизбежно радоваться этому, у Дюка ясный ум: если его следующая работа провалится, СМИ обязательно наступят на него без колебаний и несколько раз топчут. Проверив время, Дюк отложил газету, вышел из комнаты и отправился в кофейню на втором этаже, чтобы снова встретиться с Нэнси Джозефсон.

После того, как Нэнси Джозефсон выразила достаточно искренности, Дюк не стал намеренно усложнять ситуацию, а настоял на том, что не примет упаковку своих работ агентством и не вмешиваться в его частную жизнь. Другое можно обсудить. Разговор между ними длился все утро, а затем был достигнут определенный консенсус по некоторым аспектам. Хотя никакого соглашения не было инициировано, это было огромным улучшением по сравнению с прошлой встречей.

Дюк также немного склоняется к Нэнси Джозефсон в выборе будущего агента. Хотя последний раз, когда другая сторона занималась инцидентом с домогательствами Наоми Уоттс, оставила у него плохое впечатление, атмосфера всей отрасли такова, более того, он ищет профессионального агента, а не друга.

После встречи с Нэнси Джозефсон Дюк отправился прямо на Манхэттен, где рекламная компания Santa Fia проводила ежегодную рекламную кампанию юношеского аромата утренней росы Estée Lauder. После того как миссис Лея некоторое время назад прилетела в Нью-Йорк, она застряла на восточном побережье.

Войдя в студию на Восьмой авеню, Дюк навел справки и нашел временный офис своей матери.

«Мама...» Он постучал в дверь и вошел.

Миссис Лея, сидевшая за столом, кивнула и похвалила его: «Молодец, Дюк».

«Спасибо, мама.» Дюк говорил немного, и он помнил все, что его мать делала для него. Вероятно, из-за того, что нужно было сделать работу, миссис Лея нажала на кнопку внутренней связи, вызывая ассистента, чтобы она провела Дюка по студии. Она назначила ему встречу на более позднем этапе, поэтому он пошел в студию, где работает наемная рекламная команда Санта-Феа.

Войдя в монтажную, Дюк невольно вздрогнул, увидев режиссера рекламы, занятого начальством. Режиссёр был высоким и худощавым, с характерным вытянутым лицом под длинными спутанными каштановыми волосами. Хотя он намного моложе, чем помнил, но в сочетании с размытыми картинками в его памяти и личностью рекламного режиссера, Дюк мгновенно подтвердил, что он определенно видит Майкла Бэя!

Хотя у него была идея в голове, Дюк не показывал ее. Он стоял в углу комнаты, наблюдая, как съемочная группа занимается этими великолепными и преувеличенными изображениями. Если посчитать время, это почти последняя рекламная работа в карьере Майкла Бэя. Сейчас можно сказать, что он один из лучших режиссеров в рекламном кругу, должно быть, Санта Феа специально пригласила его снять эту рекламу Estee Lauder.

Прямо как в легенде, Майкл Бэй не обладает талантом Джеймса Кэмерона, но имеет такой же сварливый нрав. Время от времени его рев будет звучать в монтажной, особенно ассистент режиссера по имени Зак Снайдер, его чуть не матом отругал Майкл Бэй и он не мог держать голову высоко.

«Интересно...»

Дюк ушел, не задержавшись надолго, он не ожидал встретить здесь двух супердиректоров, выросших из рекламной индустрии.

Но, если подумать, в этом нет ничего удивительного: высший рекламный круг в Северной Америке намного меньше, чем в Голливуде, и фэшн-блокбастер, созданный Санта-Фе для Estee Lauder, определенно будет сфокусирован на лучших людях индустрии. Чтобы иметь возможность выйти из рекламной индустрии, необходимо быть лидером в этой отрасли.

"Здравствуйтесь, Зак, можно вас так называть? Спасибо?"

Дюк вызвал Зака Снайдера в офис во время перерыва рекламной команды: "Я слышал, что вы были в Пасадене. Школа искусства и дизайна?"

«Розенберг» — спокойно ответил Зак Снайдер, сидевший напротив него.

"Зовите меня просто Дюк."

Строго говоря, другая сторона старше Дюка, но кассовых сборов "Скорости" в 100 миллионов долларов достаточно, чтобы обратить все это вспять, и Дюк не собирается ходить вокруг да около, и сказал прямо: «Скажем так, я готовлю свою вторую работу...»

Конечно, Дюк не сказал бы ему, что сценарий готов, но инвестиции еще не сделаны.

«Мне нужен заместитель режиссера, заместитель режиссера с философией, похожей на мою».

Услышав эти слова Дюка, глаза Зака Снайдера мгновенно загорелись, а на его спокойном лице появился намек на волнение. Какой режиссер не хочет быть кинорежиссером? Почему он вошел в рекламный круг? Это поиск возможностей выйти на большой экран, обсуждая жизнь, чтобы отточить себя.

Хотя это помощник режиссера, он настоящий помощник режиссера в кино, а не нынешний помощник режиссера по рекламе, и он также вошел в основной круг голливудского кино, поэтому у него определенно будет больше возможностей в будущем.

Зак Снайдер знает, насколько трудным может быть этот шаг без посторонней помощи.

Самый типичный пример — нынешний глава отдела рекламы Майкл Бэй, чей дядя — исполнительный директор Warner, но он до сих пор не имел возможности снять фильм.

Вы можете себе представить, насколько важны возможности в Голливуде.

«Могу ли я спросить, что вы думаете о картинке и цвете фильма?»

Как человек, изучавший работы друг друга, Дюк, естественно, знает, в чем Зак Снайдер лучше всего.

"Я думаю, что между фильмом и картиной есть много общего, особенно композиция картины."

Если вы посмотрите на фильм глазами художника, то картина фильма представит уникальный стиль."

Зак Снайдер знает, что эта возможность уникальна, воспользовавшись, случаем, он немного подумал, прежде чем сказать: «Я думаю, что яркие цвета масляных картин можно использовать в фильмах, потому что богатые цвета масляных картин, если их применить к киноэкрану, определенно принесут беспрецедентные визуальное воздействие на аудиторию. Сила...»

Он сказал «визуальное воздействие» с явно акцентированным тоном.

Конечно же, это был Зак Снайдер, и некоторые мнения сложились очень рано.

Хотя он полностью согласен с этой концепцией, Дюк не примет решение легкомысленно. Каждый отличный режиссер прошел долгий процесс закалки. Кто знает, хороша ли молодая версия Зака Снайдера?

После этого они обсудили множество тем, связанных с фильмом, и во многих местах у них есть общий язык, особенно их взгляды на «визуальное воздействие»!

Дюк сейчас относительно незрелый режиссер, а Зак Снайдер явно моложе его, но он уже несколько лет работает в рекламе и клипах, и соответствующий опыт работы не является проблемой и может быть включен в список.

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: перевод редактируется

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1803590>