

В последующие более чем полмесяца, в дополнение к подготовке, связанной с рекламой, Дюк также работал с представленной Лили Фред. Они встречались несколько раз и подробно обсуждали песенные и танцевальные аспекты "Чикаго". Он также отправился в театр, где работала другая сторона, чтобы своими глазами увидеть танец, который она поставила. В сочетании с всесторонней и систематической оценкой всех аспектов Дюк решил нанять ее в качестве песенного и танцевального режиссера нового проекта.

Конкретные вопросы о заключении договора решает его агент Нэнси Джозефсон. Она организовала встречу, чтобы подробно поговорить с другой стороной. После того, как все приготовления были готовы, энергия Дюка вернулась к съемкам рекламы.

Приближается сентябрь, съемки суперрекламного блокбастера Lauder Group стартовали на оживленной Таймс-сквер.

Хотя в рекламе показан вечер, съемка проводится утром, когда поток людей относительно невелик. Смена фона - это всего лишь очень простая пост-работа для Дюка.

Это не мероприятие для СМИ, а сцена, которую съемочная группа готовится снимать, роль в рекламе Элизабет Хёрли - женщина-звезда.

Оставив режиссерскую камеру, Дюк подошел к сцене перед театром и обошел ее. После нескольких корректировок макет сцены был четко раскрашен и великолепен. Даже если объектив камеры не использовался для его съемки, это также оказало сильное визуальное воздействие.

Пересекая красную дорожку, Дюк направился к трейлеру для гримеровки. С помощью дизайнера по костюмам Элизабет Хёрли поправляет черное бархатное вечернее платье. Дизайн платья - облегающий и с открытой спиной, что подчеркивает ее чрезвычайную сексуальность.

Дюк никогда не был доволен представителем Lauder Group, возможно, из-за её актерского мастерства. Это также может быть связано с ее опытом роста, благородный темперамент, который она демонстрирует, всегда кажется немного надуманным. К счастью, это всего лишь реклама, и никому нет дела до производительности.

Стоя у двери трейлера, Дюк одной рукой держался за грудь, а другой подпирал подбородок. Оглядел с ног до головы Элизабет Хёрли, в рекламной съемке будет бесчисленное множество крупных планов, и любые мелкие проблемы будут максимизированы, Элизабет Хёрли - ветеран рекламы, знает что к чему, стоит перед Дюком, пусть он посмотрит на её образ.

«Лиза, повернись!» - Дюк указал Элизабет Хёрли повернуться к нему спиной.

Элизабет Хёрли обернулась, ее черное вечернее платье открывало большую часть ее гладкой спины. Дюк нахмурился, всегда чувствуя, что чего-то не хватает. Немного подумав, он сказал стилисту: «Надень ожерелье на спину Лизы.»

Стилист нашел ожерелье и сразу же отдал его, Элизабет Хёрли надела его, а Дюк посмотрел на цветочный кулон, свисающий с конца длинного ожерелья - символ юной утренней росы Эсти Лаудер - и удовлетворенно кивнул.

«У тебя еще есть десять минут.» - Он повернулся и пошел к камере.

Вернувшись за камеру, Дюк махнул рукой в сторону помощника режиссера Анны Принц и Бена

Уоттс, кинооператора, специально вызванного Дюком, которые немедленно подошли.

«Анна, ты отвечаешь за контроль за порядком у массовки и по обе стороны красной ковровой дорожки.»

Женщина-режиссер, представленная Ирен Лаудер, торжественно кивнула. Дюк посмотрел на Бена Уоттс, который снова как и много раз до этого сотрудничал: «Бен, ты снимаешь крупным планом, спину Элизабет Хёрли, спина и глаза, и... Она добавила ожерелье с логотипом Лаудер на спине, не забудьте сделать крупный план.»

«Я понимаю!»

Он помахал им двоим руками. Дюк увидел, что Элизабет Хёрли вышла на красную ковровую дорожку и отправился к ней, чтобы произнести последнее наставление.

«Лиза...» - Голос Дюка никоим образом не может быть подвергнут сомнению, «Короткая, но пылающая любовь осталась позади. Ты должна показать самый нежный и ностальгический вид. У нас ограниченное время!»

«Не переживай.» - ответила Элизабет Хёрли.

Дюк вернулся к задней части камеры, лицом к лицу с Тиной Фей, которая следовала за ним, сказал: «Уведомите все отделы о необходимости отладки как можно скорее и попробуйте первый кадр через пять минут!»

Кроме этого за исключением Уоттса, вся съемочная группа относительно незнакома. Даже если Дюк снял четыре фильма подряд, это невозможно сделать сразу. Как только начались пробные съемки, он крикнул, чтобы они прекратились.

«Свет!» - Он крикнул инженеру по освещению: «Почему ослаблено распределение искусственного света? Обеспечьте сильный свет от начала до конца, другого раза не будет!»

Для любой съемочной группы, которая только начала сотрудничать, съемки не пройдут гладко. В следующих двух пробных съемках Дюк решил незначительные проблемы со светом и записью. Элизабет Хёрли снова стала местом, где можно совершать ошибки. Задняя часть ее вечернего платья в стиле ретро действительно немного длинновата. Не знаю почему, она наступила на подкладку платья и чуть не упала.

Спустя более полчаса Дюк продолжил координировать сотрудничество внутри съемочной группой и находить наиболее подходящий ритм. В конце концов, у него был опыт. После семи последовательных неудачных дублей съемки кадров Элизабет Хёрли, волочащей свое вечернее платье вверх по ступенькам, наконец, были завершены.

Следующее выступление - это главный приоритет, Хотя Элизабет Хёрли не известна своими актерскими способностями, у нее все еще не так много проблем с рекламой. Дюк несколько раз останавливался из-за ее темперамента. После общения с актрисой они, наконец, прошли съемки пятой сцены.

Сразу после этого Ирен Лаудер, которая отвечает за работу со съемочной группой, пообщалась с представителями правительства Нью-Йорка, и съемочная группа переместилась в центр Таймс-сквер. Дюк был занят режиссурой макета сцены, а заодно дал задание Тине Фей проследить за Элизабет Хёрли которая пошла переодеваться.

Съемка в таком месте неизбежно привлечет внимание зрителей. Дюк хорошо подготовлен к этому. Монтажная обработка в основном используется на более поздних стадиях, и она построена на ультракоротких кадрах.

На самом деле, это также характерно для всех рекламных роликов. В конце концов, продолжительность рекламных клипов ограничена. Если вы хотите донести информацию до общественности в кратчайшие сроки, сильное визуальное воздействие и ультракороткие кадры являются необходимым выбором.

Более того, реклама - это своего рода справочный материал, предназначенный для публики. Он должен соответствовать эстетике публики. Техника и креативность многих фильмов совершенно не подходят для рекламы, особенно если вы занимаетесь продвинутым творчеством или у вас была неожиданная победа, вы часто будете опозорены.

Например, реклама, подготовленная Дюком, хотя и является суперрекламным блокбастером, который Lauder Group выпустит только через несколько лет, с точки зрения съемочного процесса она достаточно богата и роскошна, но на самом деле тема очень вульгарна.

Элизабет Хёрли играет большую звезду, за которой гонятся 10 000 человек, Леонардо Ди Каприо снялся в роли обычного бедного мальчика.

Что касается сюжета, то это также самая старомодная история, которую основная аудитория любит смотреть больше всего.

Большая звезда приехала на Таймс-сквер, чтобы принять участие в мероприятии, но поскольку она не могла вынести преследования репортеров СМИ, то прыгнула в такси и встретила обычного, но обаятельного мужчину. Она вернулась с ним в скромную комнату на верхнем этаже здания. Два человека, сидящие на легких плетеных стульях, стоявших на террасе, тянулись друг к другу. В словаре любви нет различия между благородным и низменным, и между ними вспыхнула короткая, но пламенная любовь.

После нескольких сцен, позаимствованных из "Римских каникул", большая звезда обнаружила, что ее ищет весь мир, и она, наконец, решила вернуться к своей жизни. Когда она шла по красной ковровой дорожке по Таймс-сквер, она с любовью оглянулась и увидела надпись EL на здании. Кажется, что только духи всегда будут помнить эту чудесную, недолговечную и пламенную любовь - незабываемая любовь так же глубока и долговечна, как роса юности.

Бедный мальчик и богатая девочка, или принц и Золушка, - это темы бессмертны, и они также являются самым безопасным способом.

Первоначально Дюк подготовил два сценария, другая была связана с семьей, но Lauder Group без колебаний выбрала эту самую вульгарную рекламную идею.

Конечно, реклама не заканчивается расставанием главных героев - мужчины и женщины, слоган, который прочитала Ирен Лаудер, появится в конце рекламы, оставляя надежду на завтра.

Это не просто, реклама, на основе этого будет создана серия рекламных роликов для Estee Lauder Youth Morning Dew.

Как за Элизабет Хёрли гнались репортеры СМИ, намереваясь показать, что женщины, которые распыляли духи youth morning dew, станут объектом всеобщего преследования.

Печатная реклама, которую Дюк и Лаудер Групп согласились перехватить, была только что снята на красной дорожке, Элизабет Хёрли была одета в черное бархатное вечернее платье в стиле ретро, открывающее сексуальную спину, оттеняющее свисающее ожерелье с подвеской «EL» из бриллиантов, которое идеально передавало истинное значение “Estee Lauder Youth Morning Dew”.

Дюку потребовался целый день, чтобы закончить съемки на открытом воздухе, которых было не так уж много. На следующий день он отправился прямо в студию, временно построенную в спортзале на Лонг-Айленде, чтобы снять Леонардо в одиночку и с Элизабет Хёрли, которая общается с ним.

Такая скорость съемки также входит в план Дюка. Сотрудничество с относительно незнакомой командой уже очень эффективно, и реклама скоро будет снята, и нет никаких шансов на столкновение между двумя сторонами.

Леонардо работал с Дюком, знает многие его привычки, и съемки прошли хорошо, он просто лучшая рекламная модель, особенно сидя на диване. Когда свет падает на его лицо, а вентилятор развеивает его золотисто-каштановые средней длины волосы, открывая красивое лицо, многие люди в группе, особенно женщины, в восхищении.

«Он такой красивый!»

«Это не может быть более красивым!»

«Я хочу пригласить его пойти вместе домой ночью.»

Однако. При начале съемок все голоса исчезли. Даже если это была всего лишь временная съемочная группа, эти люди все равно изо всех сил старались сотрудничать в работе с Дюком. На первый взгляд, никто не оказывал никакого сопротивления. В этом разница между известным режиссером и обычным режиссером.

Даже если ты намерен не делать того, что говорят, Дюк мог жестко подавить любого, включая Элизабет Хёрли и даже Леонардо Ди Каприо.

Съемки в этот день прошли намного спокойнее, чем в предыдущий день, и атмосфера съемочной группы была относительно непринужденной. В середине дня, после съемок, тех кадров, на которых Элизабет Хёрли и Леонардо Ди Каприо нежно целуются, съемки рекламы официально завершились.

Предварительная подготовка заняла более полумесяца, а съемки заняли всего два дня. Дюк не планировал отдыхать, так что Ирен Лаудер связалась со студией, с которой договорилась заранее, и он готов начать постпродакшн завтра, Элизабет Хёрли и Леонардо Ди Каприо все еще нужны для дубляжа и пока не могут покинуть Нью-Йорк.

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: перевод редактируется

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1807940>