

«Режиссер Розенберг, вы можете сказать, что вы думаете о Золотой малине?».

Репортеры явно были готовы: Дюк только что подошел к воротам Warner Studios и был окружен, а эти ребята выкрикивали один вопрос за другим.

««День независимости» получил только одну награду за лучшие визуальные эффекты на "Оскаре", но получил семь наград "Золотая малина". Что вы об этом думаете?»

"Это удар для вас?"

"Это повлияет на вашу карьеру?"

Репортер со значком CBS внезапно протиснулась перед Дюком и громко спросила: «Режиссер Розенберг, огромная неудача, с которой вы столкнулись с «Днем Независимости»...»

«Неудача?» Глядя на этих репортеров, которые боялись, что мир не будет в хаосе, Дюк с помощью службы безопасности студии Warners избежал от погони и проник на съемочную площадку.

Некоторое время назад, когда мировые кассовые сборы «Дня независимости» превысили 900 миллионов долларов США, эти ребята и СМИ, стоящие за ними, не могли дождаться, чтобы вознести его в небо и сделать величайшим коммерческим режиссером в истории Голливуда. Но стоило появиться поводу, те же парни один за другим перескакивал к его безудержному падению в глубины ада, описывая «День независимости» как Ватерлоо его жизни и поворотный момент режиссерской карьеры.

Даже с уравновешенным умом Дюка он не мог не восхищаться целостностью средств массовой информации, и назвать их сломанными значило бы похвалить их.

Конечно, средства массовой информации Warner, Fox и Disney из-за их общих интересов высказывались в его поддержку.

Но Дюку было все равно. Ведь он не одуревший юноша, который ничего не понимает. СМИ во всем мире, от Европы до Ближнего Востока и до Дальнего Востока, все обслуживают группы интересов. Они никогда не могут стоять на честной и справедливой позиции, даже если это относительно справедливости.

Пройдите в студию D-Day. Дюк направился прямо в конференц-зал, куда прибыли такие актеры, как Том Хэнкс и Леонардо ДиКаприо, а также руководители съемочной группы, такие как Робин Гранде и Чарльз Роуэн.

Студия Уорнера может собрать так много репортеров не только из-за него, но в основном из-за Тома Хэнкса.

Впоследствии в конференц-зал также вошли руководители отделов рекламы Warner Bros. и Twentieth Century Fox, а также представители Walt Disney.

Пост-продакшн «Спасти рядового Райана» вышел на финальную стадию, и следующим важным направлением должно быть внимание к рекламе и распространению, на собрании обсуждался этот аспект. Как и раньше Дюк большую часть времени сидит, молча слушая, и лишь время от времени высказывает несколько мнений.

Это не его профессиональная сфера. Профессиональные вещи оставлены профессионалам, что

является наиболее реалистичным бизнес-правилом. В качестве североамериканского дистрибьютора представители Fox несколько раз упоминали конкурента, выпущенного в то же время, то есть «Храброе сердце», упакованного САА для Paramount Pictures. Хотя Fox и Paramount сотрудничали в проектах Джеймса Кэмерона, они не были бы настолько глупы, чтобы распространить это партнерство на два фильма.

Единственное возможное взаимодействие между «Храбрым сердцем» и «Спасти рядового Райана» — конкуренция.

Twentieth Century Fox также разработала более целенаправленный план рекламы. Он не только для продвижения «Спасти рядового Райана», а также возьмет на себя инициативу по подавлению «Храброго сердца» от средств массовой информации до театров, продвижения и т. д. В общих интересах Warner Bros. и Уолт Дисней также будут участвовать в этом.

Хотя он и не помнит кассовых сборов «Храброго сердца», Дюк не слишком беспокоится об огромном влиянии фильма. На самом деле причина очень проста. Каким бы громким ни был лозунг Уильяма Уоллеса, он не изменит историю, рассказанную фильмом о Шотландии, и все равно затронет чувствительную шотландскую независимость некоторых англо-саксонских потомков, а «Спасти рядового Райана» — это фильм, который рассказывает собственную историю американца таким образом, чтобы это соответствовало общепринятым ценностям. Не стоит недооценивать разницу между иностранными историями и вашими собственными. Это часто становится залогом успеха или провала фильма.

Северная Америка — для них чужая земля, в том числе и Европа, изоляционизм все еще преобладает, и большую часть американской общественности мало волнуют вещи, которые не имеют никакого отношения к Соединенным Штатам.

Есть еще медиарынок США, который, безусловно, является крупнейшим изолятором в мире: даже за последние 20 лет американские телеканалы не транслировали ни одной иностранной программы в прайм-тайм, а американские зрители смотрели гораздо меньше фильмов на иностранную тематику, чем ожидалось. По-настоящему успешные фильмы на иностранную тематику часто являются экранизациями классических литературных произведений или сказок и мифов, популярных в западном мире.

Что касается Уильяма Уоллеса, настоящего шотландского предателя, сколько людей в американской общественности знают, кто он такой?

Такая штука, что случайным образом подтягивается объект из Франции, Германии или даже с Дальнего Востока, и съемка будет удачной, ненамного выше шанса в один процент.

«Лео...» слова Чарльза Роуэна прервали мысли Дюка, и руководитель производства сказал Леонардо ДиКаприо сотрудничать с промоушеном: «За время до выхода фильма вы и Клаудия Шиффер увеличиваете количество поездок, и мы свяжемся со средствами массовой информации, чтобы сообщить о вас.»

Использование эмоциональной жизни актеров для раскрутки фильмов является наиболее распространенным средством рекламы.

В отличие от Дюка, который только играл с Хайди Клум, Леонардо ДиКаприо и Клаудия Шиффер действительно превратились в пару, встречающиеся супермодель и красивый голливудский парень, способны привлечь массу внимания.

Конечно, с характером Леонардо эти отношения не продлятся долго.

Может быть, когда популярность фильма пойдет на убыль, стоит раздуть скандал на тему Лео выгнать Клаудию Шиффер? Потом у них двоих будет ядерная X-War, которая должна будет увеличить кассовые сборы фильма?

Несмотря на то, что он думал о такой плохой идее, Дюк не стал бы делать это сам, а приготовился к тому, чтобы Нэнси пообщалась с командой позже.

«Чарльз, у меня есть несколько предложений».

После того, как руководитель производства закончил говорить, Дюк, который молчал, сказал: «Мы приглашаем ветеранов Второй мировой войны и историков, которые изучали Вторую мировую войну и день «Д» в Нормандии, принять участие в тестовом показе. Если мы сможем получить подтверждение от этих людей, что в «Спаси рядового Райана» показана правдивая история о войне. С точки зрения эпичности, он будет более привлекательным для зрителей».

«Пропаганда и реклама их возможных благосклонных отзывов о фильме, чтобы привлечь любителей военного кино?» - Представитель Fox быстро кивнул: «Хорошая идея!»

Дюк отвечает только за внесение предложений, а что касается самой операции, то эти профессионалы знают больше, чем он.

«Чарли», — больше всего его беспокоит другая сторона: «Сколько кинотеатров, как ожидается, выиграет фильм?»

«Точное число зависит от результатов тестового показа».

Адам не скрывал этого, он сказал правду: «Дюк, ты должен быть морально готов, «Спаси рядового Райана» не может иметь такое же театральное открытие, как «День независимости!»»

Дюк кивнул, показывая, что понял.

Это нормальное явление. По сравнению с научно-фантастическим боевиком типа "День Независимости", "Спаси рядового Райана" имеет естественный недостаток в плане сюжета, и когда первый вышел в прошлом году, сильных конкурентов для него в тот же период не было, и соответственно было легко получить 2800 экранов. Никто не может недооценивать силу Paramount Pictures. У двух фильмов будет премьера в одни и те же выходные, и это повлияет на количество кинотеатров.

По оценкам Дюка, если превью пройдет хорошо, а зрители и представители театра хорошо отреагируют, «Спаси рядового Райана» может стартовать примерно в 2500 кинотеатрах.

Издатель будет отвечать за кино и рекламу. Самая неотложная задача Дюка на данный момент - качественно и в быстро завершить постпродакшн «Спаси рядового Райана».

Добавление спецэффектов, настройка саундтрека, редактирование звуковых эффектов и согласование цветовых тонов были завершены в течение следующих нескольких недель. Затем Дюк вызвал главных актеров для повторного дублирования определенных сцен, и к концу апреля, за исключением отсутствия титров в конце фильма «Спаси рядового Райана» в основном завершил пост-продакшн.

В то же время рекламная работа также идет планомерно, а новости-тяжеловесы выходят через регулярные промежутки времени. Буквально на этой неделе были выброшены постеры

крупных актеров, таких как Том Хэнкс, а таблоиды и развлекательные журналы поджарят на следующей неделе. Новый роман Клаудии Шиффер с Леонардо ДиКаприо.

Когда наступил май, съемочная группа выпустила первый трейлер, снятый самим Дюком, и он один за другим попал на большой экран кинотеатра и в прайм-тайм сети Fox.

Как и реклама Суперкубка в перерыве между таймами, Дюк по-прежнему вырезает горячие и жестокие военные сцены. После многих лет накопления он очень хорошо знает, что зрители хотят смотреть на летних каникулах. Не то что нельзя упоминать антивоенные и гуманистические соображения, но они не должны быть предметом пропаганды. Нынешняя пропаганда предназначена только для того, чтобы потенциальная аудитория захотела смотреть.

Реклама направлена не только на продвижение «Спасти рядового Райана», но и на «Храброе сердце».

Многие СМИ под руководством продюсера внезапно заинтересовались шотландской историей и провели самую элементарную популяризацию шотландской истории для североамериканской публики. Среди упоминаемых самой неоднозначной фигурой был Уильям Уоллес. В медиапродвижении Warners, Fox и Disney, Уильям Уоллес — абсолютно позорный персонаж, самый ненавистный тип в господствующей американской культуре — предатель и трус.

Paramount и САА не бездействуют, и они также дают отпор, нападая на «Спасти рядового Райана» за то, что он слишком кровавый, призывая Ассоциацию родителей и учителей бойкотировать фильм и призывая подростков в Соединенных Штатах не смотреть такой фильм, кровавый и жестокий фильм.

Это всего лишь микрокосм жесткой конкуренции в Голливуде. Обе стороны гораздо больше, чем говорят в СМИ. Например, они найдут подходящих кандидатов для участия в предварительной встрече другой стороны, чтобы получить информацию из первых рук и формулировать более целенаправленные рекламные стратегии и т. д.

Внимание! Этот перевод, возможно, ещё не готов.

Его статус: перевод редактируется

<http://tl.rulate.ru/book/67850/1807915>