

50. Дата премьеры

Съёмки завершились, съёмочная группа «Классного мюзикла» тоже была распущена. Ван Ян с людьми вернулся в Лос-Анджелес. Разумеется, основные актёры, композитор Дэвид Лоуренс и оператор Уолли Пфистер должны были заняться постпродакшном. А такие работники, как хореограф Энн Флетчер, осветитель и визажист, уже прекрасно выполнили свои обязанности, прописанные в договоре, и были освобождены от какой-либо дальнейшей работы.

На официальном сайте «Классного мюзикла» в первую очередь опубликовалась новость о завершении съёмок фильма, также были загружены кое-какие свежие фотографии со съёмок, включая несколько снимков с Ван Яном в качестве режиссёра, где он смотрит в видискатель камеры, указывает Тому Уэллингу, как сыграть, задумчиво читает сценарий и так далее. Также были специально сделаны фотографии, где он выглядит весьма стильно и круто. Для этого визажист заранее повозился с ним, после чего осветитель настроил освещение, а Пфистер под красивым углом заснял его.

Что поделать, это была вынужденная операция для продвижения фильма. По сравнению с исполнителями главных ролей, Томом и Джессикой, Ван Ян пользовался большей популярностью. Вечно следившие за «Классным мюзиклом» киноманы интересовались вовсе не какими-то суперзвёздами, а второй картиной “волшебного юноши”, его первым плёночным фильмом. Им было любопытно, хорошей ли получится данная работа, удастся ли и ей совершить бокс-офисное чудо?

Зарубежный прокат «Паранормального явления» в целом закончился. Вызвав такое же сумасшествие, как в Северной Америке, этот цифровой ужастик захлестнул кинотеатры всего мира и собрал за рубежом 150 миллионов долларов! Если учесть заработанные в Северной Америке 160 миллионов, то получалось, что «Паранормальное явление» в общей сложности собрало 310 миллионов! А сколько ушло на производство фильма? Весь мир знал, что всего 10 тысяч долларов.

Ван Ян и Lionsgate совершили настоящий грабёж среди бела дня. Кое-где в СМИ даже пошутили, заявив, что на 71-й церемонии вручения кинопремии «Оскар», которая пройдёт в марте, «Паранормальное явление», подобно «Титанику» в прошлом году, выхватит множество наград, разгромит «Спасти рядового Райана» и «Жизнь прекрасна» в категории “лучший фильм”, а волшебный юноша порвёт Стивена Спилберга и Питера Уира (режиссёр «Шоу Трумана») и станет “лучшим режиссёром”. Что? «Паранормальное явление» не попало ни в одну из номинаций «Оскара»?!

Шутки шутками, но крупные СМИ и журналы, подводя итоги по кинематографу 1998 года, не обходились без упоминания «Паранормального явления» и Ван Яна.

Вот что писала газета «Лос-Анджелес таймс»: «В 1998 году Джеймс Кэмерон одним судном покори́л весь мир и стал “королём мира”. Любовь Джека и Розы заставила весь мир рыдать. Поговаривают, что благодаря этому бизнес у производителей салфеток пошёл в гору. За прошедший год мы также получили такие замечательные картины, как “Спасти рядового Райана”, “Елизавета”, “Влюблённый Шекспир”... И в конце нельзя не упомянуть 18-летнего юношу, который напугал весь мир с помощью цифровой камеры. Да, это волшебный юноша Ван Ян и его дебютная работа “Паранормальное явление”.

В 1998 году произошли две удивительные вещи. Первая – все ринулись в кинотеатры многократно смотреть “Титаник”. Вторая – вся молодёжь ринулась в кинотеатры многократно смотреть “Паранормальное явление”.

Общие кассовые сборы в 310 миллионов долларов и упоминание в годовых отчётах всевозможных СМИ привели к тому, что популярность Ван Яна достигла небывалых высот. Все любят тех, на кого “не действуют законы притяжения”, все почитают героев, а в США так тем более поклоняются супергероям комиксов. 18-летний парнишка в одиночку за 10 тысяч сотворил чудо стоимостью 310 миллионов. Будь Ван Ян белым человеком, он был стал ещё популярнее. По крайней мере, его бы наверняка пригласили на обложку журнала «Тайм».

Поэтому фанаты «Классного мюзикла» проявляли горячий интерес к фильму. Новость о завершении съёмок привела многих киноманов и поклонниц Ван Яна в восторг. Им уже не терпелось посмотреть этот молодёжный музыкальный фильм.

Но сейчас возникал вопрос, когда «Классный мюзикл» выйдет в прокат? Дата его выхода до сих пор не была обозначена.

В конференц-зале Flame Films сейчас проводилось совещание. Присутствовали исполнительный директор Марк Стрэнг, директор дистрибьюторского отдела Саймон Уиллис, директор продюсерского отдела Сэнди Пайкс и директора других отделов. Ван Ян сидел на главном месте за столом и просматривал финансовый отчёт, сделанный по завершении съёмок «Классного мюзикла».

Отчёт был очень подробный, показывал все расходы: актёрские гонорары, жалованье членам съёмочной группы, аренда операторской аппаратуры, покупка киноплёнки, покупка авторских прав на песни, траты на отель и так далее. Ван Ян просматривал один пункт за другим. Джессика Альба – 500 тысяч, Том Уэллинг – 300 тысяч... Пусть даже это были его деньги, Ван Яну все равно было скучно читать. Он наспех проглядел отчёт и дошёл до конца. Общие расходы достигли почти 7 миллионов долларов, а по завершении постпродакшна, предположительно, составят более 8 миллионов. К счастью, фильм не требовал никаких спецэффектов, за исключением разве что добавления салюта.

Предполагаемые затраты в размере 8 миллионов уже значительно превысили изначально планируемый бюджет. Так получилось не только потому, что было израсходовано слишком много плёнки и съёмочный период затянулся на полмесяца дольше. Основная причина заключалась в жаловании членов съёмочной группы. Например, изначально планировалось, что на хореографа уйдёт 100-200 тысяч. В результате была приглашена Энн Флетчер. Сперва она вежливо отказала Flame Films, но Ван Ян неоднократно звонил ей. Его искренние помыслы и вознаграждение в 500 тысяч в конечном счёте убедили Энн Флетчер заняться этой работой. У неё было такое же высокое жалованье, как у самой высокооплачиваемой актрисы этого фильма, Джессики.

Ещё раз всё просмотрев и не обнаружив никаких проблем, Ван Ян закрыл финансовый отчёт, положил на стол и с улыбкой произнёс:

– Ладно, давайте приступим к следующему пункту наших обсуждений!

Следующим пунктом обсуждений было определение даты премьеры «Классного мюзикла». Только определившись с этой датой, можно развернуть полноценную рекламную кампанию, но ещё нужно учитывать процесс постпродакшна. Конечно, независимые фильмы составляют исключение. У них сперва завершается постпродакшн, затем им подыскивается дистрибьютор.

– Как обстоят дела у нашей прокатной системы в учебных заведениях? – спросил Ван Ян, посмотрев на директора дистрибьюторского отдела Саймона Уиллиса.

Уиллис взглянул на отвечавшую за совещание секретаря Фиону Хассон, дав ей знак вручить

Ван Яну документ, и сообщил:

– Мы уже наладили связь с крупными киносетями при учебных заведениях. Если фильм выйдет в прокат, мы сможем завладеть большинством кинотеатров Америки при школах и университетах. Ещё есть много самостоятельных кинотеатров при учебных заведениях, с ними сложно договариваться по отдельности. А какие-то заведения вообще не сотрудничают с кинотеатрами.

Ван Ян просмотрел полученный от секретаря документ. Учебных заведений насчитывалось несколько тысяч, они размещались по всей Америке в разных местах. Ван Ян кивнул, сказав:

– Хорошо! Нам хватит, этих учебных заведений достаточно.

Уиллис снова заговорил:

– Но они обычно показывают старые фильмы или те фильмы, у которых скоро завершится прокат. Билеты там продаются практически за полцены.

Он пожал плечами, сказав:

– Кинокомпании крайне редко выбирают подобные кинотеатры для своих фильмов в первую неделю проката, ибо это неприбыльно.

Ван Ян беззаботно ответил:

– Нам в первую очередь требуются публика и отзывы, а прибыль за первую неделю проката не так важна. Куда важнее дальнейший широкий прокат, вот где будет реальная прибыль.

В первую неделю проката «Паранормальное явление» крутилось менее чем в 30 кинотеатрах, на второй неделе число кинотеатров выросло до 700 с лишним штук, в третью неделю – до 2000 с лишним. Это в основном произошло благодаря отзывам, которые заинтересовали общественность, в противном случае если бы фильм в первую неделю был запущен в 1000-2000 кинотеатрах, уже на следующей неделе это число сократилось бы в два раза, тогда ждал бы серьёзный кассовый провал.

– Мой босс, ты говоришь верно, – улыбаясь, вклинился в разговор Стрэнг. – Я предлагаю следующее: мы выберем кое-какие прибыльные кинотеатры при учебных заведениях, примерно 500 штук, там пройдёт пробный показ. Через неделю фильм снимут оттуда с проката и запустят в других 500 кинотеатрах в тех же городах. Таким образом, мы не слишком много прибыли потеряем. Если будут довольно хорошие отзывы, то все эти киносети сами свяжутся с нами.

– Хм, отличный план, – кивнул Ван Ян. За двухнедельный пробный кинопоказ можно будет заполучить положительные отзывы, которые заинтересуют общественность. Тогда и начнётся широкий прокат.

На самом деле такая модель проката была выбрана в основном по двум причинам. Во-первых, рекламная кампания фильма была сфокусирована на учебных заведениях. Во-вторых, городские киносети не проявляли интереса к «Классному мюзиклу». Возможно, застой на рынке музыкальных фильмов не придавал им уверенности, возможно, данный фильм имел все “элементы низкосортной картины”. Так или иначе, они были лишь готовы запустить «Классный мюзикл» либо в прайм-тайм в своих старых, захолустных кинотеатрах, либо в своих хороших кинотеатрах, но в невыгодное время.

Эти два варианта не нравились Ван Яну и Стрэнгу. Первый вариант позволял фильму выйти в тысяче кинотеатрах, но тогда не удалось бы заработать и несколько миллионов. В этом случае у СМИ появились бы все основания окончательно закрепить за «Классным мюзиклом» статус низкосортной картины. Если же выбрать второй вариант, то кто пойдёт глубокой ночью смотреть молодёжный музыкальный фильм? Это был не ужастик, «Классный мюзикл» не сможет держать зрителей в напряжении. Они, вероятно, посмотрев половину, уснут и потом тоже назовут это низкосортной работой.

Тогда придётся прибегнуть к отзывам. Киносети и кинотеатры действуют по обстановке. Если им станет понятно, что есть какой-то фильм, который многие хотят посмотреть и на котором можно неплохо заработать, они немедленно поспешат запустить этот фильм у себя, потому что стоит чуть помедлить, и вся прибыль уплывёт к кому-то другому.

– Ян, знаешь, следующий выгодный период проката – это летние каникулы, – сказал Ван Яну Стрэнг.

Ван Ян, кивнув, с улыбкой произнёс:

– Летние каникулы как раз нам подходят.

Период летних каникул начнётся в июне, до него ещё оставалось пять месяцев. Ван Ян и Стрэнг понимали, что выпуск «Классного мюзикла» нельзя слишком сильно оттягивать, потому что этот мир очень быстро менялся, каждый день появлялись новые вещи, популярность Ван Яна не будет вечной. Если не уловить момент, то в конце лишь будет ждать полное забвение. Поэтому наилучшего результата можно добиться, пока Ван Ян находится на пике своей популярности. Если же фильм выйдет тогда, когда интерес общественности к нему угаснет, то вероятность провала будет высока.

Стрэнг сообщил:

– Раз мы запланировали двухнедельный пробный показ, то нужно его устроить перед тем, как учебные заведения уйдут на каникулы, поэтому мы должны запустить показ как минимум за две недели до лета.

Он беспомощно развёл руками, добавив:

– Но 19 мая выйдет первый эпизод «Звёздных войн: Скрытая угроза». Нам нельзя с ним сталкиваться лоб в лоб, поэтому нам лучше ещё на две недели раньше выпуститься.

– Хм, получается на месяц раньше, – Ван Ян призадумался. Внезапно он подумал об одной дате и машинально воскликнул: – 28 апреля!

Он посмотрел на Саймона Уиллиса, спросив:

– Мы сможем запустить прокат в этот день?

– Без проблем, – кивнул Уиллис.

Ван Ян обрадовался и, окинув взглядом Стрэнга, со смехом сказал:

– Тогда определились. 28 апреля состоится премьера.