

157. Скоро образуется большая тройка

Когда вышла «Лапочка», а Джессике исполнился 21 год и наступил май, Ван Ян погрузился в работу над монтажом «Района №9». Он практически жил в монтажной, ел, пил и спал там, отчего монтажер Ли Смит шутил:

- Нас посадили на карантин.

Черновая смонтированная версия «Района №9» имела хронометраж более 4 часов, а сейчас стояла задача сократить эти 4 часа до 120 минут, которые станут театральной версией фильма.

Начиная с того, как космический корабль завис над Лос-Анджелесом и изменилось отношение людей, и заканчивая целой историей о выселении инопланетян и мутации главного героя – более 800 сцен со спецэффектами следовало распределить равномерно, чтобы вызвать у зрителя “наркотическую зависимость”.

Распределение таких сцен чрезвычайно важно, это нужно тщательно продумывать ещё на стадии создания постановочного сценария. Почему некоторые блокбастеры со спецэффектами кажутся заурядными? Вроде потратили так много денег, а там всего одна-две битвы, остальные же кадры напоминают фильм, снятый на цифровую камеру. Всё потому, что сцены со спецэффектами в таком фильме были нерационально распланированы и не смогли возбудить зрителя. Зато некоторые малобюджетные картины, наоборот, доставляют удовольствие, их трудно забыть, зритель чувствует историю; деньги и сцены со спецэффектами были использованы правильным образом.

Пока Ван Ян круглые сутки ожесточённо бился за монтаж «Района №9», закончилась первая неделя летнего прокатного сезона 2002 года, с 3 по 9 мая. Без какой-либо неожиданности «Человек-паук», у которого только что начался прокат, со 151 миллионом завоевал первенство по бокс-офису и, точно глубинная бомба, взорвал спокойное море летнего сезона, а также установил много новых рекордов в Северной Америке, включая 110 миллионов за выходные, самый быстрый сбор 100 миллионов (три дня), самый быстрый сбор 150 миллионов (семь дней).

На втором месте по еженедельным кассовым сборам расположилась шедшая вторую неделю в прокате «Лапочка», которая в условиях практически монополизированного таким титаном, как «Человек-паук», рынка заработала 20,58 миллиона, её общий бокс-офис составил 50,22 миллиона, что соответствовало ожиданиям Flame Films. Третье же место с 8,79 миллиона занял «Царь скорпионов».

Когда началась новая неделя, с 10 по 16 мая, ещё новые фильмы вышли в широкий прокат: «Неверная» от 20th Century Fox в 2617 кинотеатрах, молодёжная комедия «Крутой парень» с Элайзой Душку и Зоуи Дешанель в 2687 кинотеатрах и семейный мультфильм от Flame Films «Ледниковый период» в 3012 кинотеатрах.

В сентябре 1999 года Flame Films за 100 миллионов приобрела Blue Sky Studios, 65 миллионов ушло на производство «Ледникового периода». Это событие тогда вызвало шумиху в деловых кругах, многие СМИ утверждали, что “волшебный юноша спятил”. Причина тому была проста. Мало того, что эта сделка вряд ли могла к чему-то хорошему привести, так ещё и были слишком переоценены собственные силы. Не каждый может заниматься компьютерным мультфильмом. Прежде всего, очень долгое производство требует стабильного финансирования, а характерная особенность компьютерного мультфильма заключается в том, что если он провалится в прокате, то убытки будут колоссальные. Сумеет ли в этом случае маленькая независимая компания Flame Films дальше поддерживать своё существование?

Компаний и студий, умеющих создавать компьютерные мультфильмы, много, потому что аниматоров и технические движки несложно найти, однако сколько крупных компаний за последние годы обожгло себе руки и пришло в отчаяние? Мультфильм «Титан: После гибели Земли» с бюджетом 75 миллионов от 20th Century Fox, которая первой планировала купить Blue Sky Studios, в мировом прокате собрал всего лишь 36 миллионов, после чего Fox непосредственно распустила свой анимационный отдел и до сих пор не имела в планах выпускать новые мультфильмы.

Всё потому, что рынок компьютерных мультфильмов сложно предугадать. Все знают, что нужна “семейная, детская комедия”, но какой она должна быть? Какая история, какие персонажи, какие мультяшные образы должны быть? Ты можешь понимать вкусы рынка 1999 года, но в связи с длительным производством премьера состоится только в 2002 году. В 1999 детям бы понравился мультфильм, а в 2002 детям он может показаться скучным, устаревшим и банальным.

Деньги, технологии, история, точное улавливание вкусов рынка... Сейчас всё это, пожалуй, было только у Pixar и DreamWorks.

Вышедший в мае 2000 года «Динозавр» с бюджетом 127 миллионов от Disney заработал в мировом прокате 340 миллионов. Хотя прибыль считалась маленькой, эти деньги по большей части были заработаны благодаря самому имени “Disney”. «Динозавр» подвергся критике зрителей, из-за чего Disney больше не смела поступать опрометчиво и переключила внимание на сотрудничество с Pixar.

Вышедший в декабре 2001 года компьютерный мультфильм «Джимми Нейтрон: мальчик-гений» с бюджетом 30 миллионов, который создала DNA Productions и который профинансировала и выпустила Paramount, к настоящему времени собрал в мировом прокате более 90 миллионов. Казалось, что была какая-никакая прибыль, но учитывая расходы на рекламу и производство, неудивительно, почему Paramount перестала сотрудничать с DNA.

Тогда что же Blue Sky Studios? В течение последних трёх лет неудержимая Flame Films не только не обожгла себе руки, не потерпела убытков и не влезла в долги, но и, наоборот, процветала, без конца выпускала кассовые фильмы, великодушно финансировала производство малобюджетных независимых фильмов и незаметно превратилась в лидера независимых кинокомпаний. И она в полной мере обеспечивала средствами Blue Sky Studios, притом основала компанию I&V, занимающуюся исследованием и разработкой технологий.

Поэтому производство «Ледникового периода» проходило в стабильной и благоприятной обстановке, но чем отличалась Blue Sky Studios от DNA и других мелких компаний? Чем она могла выделиться, чтобы захватить часть рынка, которым в основном владели Pixar и DreamWorks? Волшебный юноша и Flame Films потратили 100 миллионов на игрушку? Все кинокомпании следили за этим мультфильмом.

20th Century Fox, разумеется, надеялась, что мультфильм подвергнется шквалу критики со стороны зрителей и понесёт огромные убытки, как «Титан: После гибели Земли». Pixar и DreamWorks тоже не собирались желать счастья, им не хотелось появления нового конкурента. Paramount, Warner Bros. и другие производители блокбастеров остались равнодушными, поскольку в случае успеха «Ледниковый период» откроет дорогу для ещё больше количества компьютерных мультфильмов и позволит узнать новые секреты успеха; а в случае провала просто присоединится к лагерю неудачников!

Вне зависимости от отношения внешнего мира, Flame Films и Blue Sky Studios всегда молча

занимались своими делами. Рекламная кампания «Ледникового периода» уже давно была развёрнута. После долгих переговоров Макдональдс всё-таки отказался от разных партнёрских программ, что предложила Flame Films, например, от добавления в меню набора «Ледниковый период», поскольку Макдональдс и Disney являлись маркетинговыми партнёрами, а Disney, будучи дистрибьютором картин Pixar, не могла не вмешаться в переговоры.

Тем не менее даже без Макдональдса у мультфильма было много всяких других способов раскрутиться, к тому же Disney явно не была способна монополизировать всю Америку.

Помимо традиционных приёмов раскрутки (плакаты, телевидение, акции), Flame Films непосредственно обратилась за сотрудничеством к нескольким разным брендам, имевшим определённую долю рынка, например, к производителям чипсов, напитков, собачьего и кошачьего корма. На упаковках были напечатаны белка, мамонт, саблезубый тигр и другие мультяшные животные из «Ледникового периода». Также были организованы лотереи, где разыгрывались лимитированные наборы игрушек, цифровые фотоаппараты, ноутбуки, один спорткар и билеты на церемонию премьеры.

Также Ван Ян не отказался и от «жульнического» вирусного маркетинга. В конце прошлого года он попросил свою игровую компанию Tinder разработать казуальную игру «Ледниковый период». В начале февраля этого года игра была выпущена в интернете, пользователи могли на официальном сайте бесплатно скачать её. Едва эта простая, но весёлая игра со свежим, красивым интерфейсом, где белочка собирает фрукты, появилась в интернете, как получила лестные отзывы от многочисленных пользователей.

Сейчас всё уже было готово, наступило время пожинать плоды своих трудов. Вкусными или кислыми окажутся эти плоды? 10 мая, когда на Северную Америку опустились сумерки, в 3012 кинотеатрах малых и крупных городов вышел «Ледниковый период».

Тускло освещённый кинозал на 500 мест был переполнен. Временами раздавался зрительский смех. Присутствовали и маленькие дети, и взрослые. Немало взрослых являлись родителями, которые привели своих детей в кино, чтобы приятно провести вечер пятницы. И этот мультфильм про доисторические события, похоже, их не разочаровал. Рекламный слоган «Самое клёвое событие за 16 000 лет» тоже не был преувеличен.

Сюжет крутится вокруг полной опасностей эпохи ледникового периода. Из-за свалившегося как снег на голову человеческого детёныша добрый и притом язвительный мамонт Мэнни, прожорливый ленивец Сид и свирепый саблезубый тигр Диего вынуждены неохотно проделать совместный путь, чтобы вернуть ребёнка отцу. Но не так-то легко стать героем. По дороге животные сталкиваются с разными опасностями и даже коварством.

На большом экране мамонт своим хоботом присосал милого малыша и усадил на высоченную ветку рядом с отвесной скалой. Малыш издал радостный смех. Мамонт произнёс:

- Ты будешь закуской для сов. Хнн, ты храбрый малец, это надо признать.

В этот момент изображение переключилось, показался стремительно бегущий крупный ленивец. Завидев впереди саблезубого тигра, он торопливо промолвил:

- Слава богу, слава богу! О нет... Здесь тигр!

Он обернулся назад и, махая руками, закричал:

- Спасите, спасите...

Слушая чрезмерно комичный голос дублёра, который озвучил ленивца Сида, зрители хохотали. Немало детей подражали движениям и интонации Сида, весело выкрикивая:

- Спасите, спасите!

- Кажется, она счастлива, - находившийся в кинозале Джо Доктер заметил улыбку на личике 6-летней дочери, та восторженно махала ножками и тоже повторяла реплики за Сидом. Он невольно показал большой палец жене, сидевшей по другую сторону от дочери, и сказал:

- Отличный выбор.

Его жена Джиллиан с улыбкой пожала плечами и, поглаживая дочь по голове, произнесла:

- Это твоя дочь выбрала.

Реклама мультфильма появилась на упаковке чипсов, которые их семья постоянно покупала. Затем дочь Лана стала умолять отвести её посмотреть на этих доисторических животных.

Наблюдая, как Сид и Диего обманули двух носорогов и трое животных собрались дальше в путь, Джо Доктер сам посмеялся и увлёкся этой историей. Он похвалил про себя: «Не думал, что мультфильм Flame Films будет настолько интересным. А что там ещё за компания участвовала? Blue Sky?»

Весёлый хохот раздавался в 3012 кинотеатрах. И взрослые, и дети, как помешанные, смотрели мультфильм. Кинотеатр, где проходила церемония премьеры, тоже не стал исключением. Пришедшие с намерением насладиться просмотром рядовые зрители и придиричвые кинокритики не переставали улыбаться и пристально следили за сюжетом, словно сами вернулись в доисторический ледниковый период.

На первых и средних рядах зала сидели основные создатели «Ледникового периода»: гендиректор Blue Sky Studios и режиссёр Крис Уэдж, второй режиссёр Карлус Салданья, дублёры Рэй Романо, Денис Лири, Джек Блэк. Ещё присутствовали приглашённые звёзды в качестве поддержки. Будучи инвестором и популярным айдолом, Ван Ян вместе с Джессикой тоже пришёл. Каждый был одет в красивые костюмы и платья.

- Ха-ха-ха.

Тихий смех в зале и милые кадры на большом экране кое-что напомнили Джессике. Она невольно покосилась на Ван Яна. Тот когда-то сказал: «Это подарок для нашей дочери. Она будет расти на мультфильмах Blue Sky Studios, у неё будет чудесное детство». Если бы Джуно действительно появилась на этот свет, сейчас ей бы было 3 года, она бы могла сидеть между ними, вся семья вместе смотрела бы мультфильм и смеялась.

Представив эту прекрасную картину, Джессика тут же улыбнулась и радостно уставилась на Ван Яна. Как бы он звал дочь? Детка? Лапочка? Или... Ван Ян заметил на себе её странный взгляд и спросил:

- Что такое? У меня лицо в чём-то испачкано?

Джессика покачала головой и, переведя взгляд на экран, сказала:

- Нет, пустяки.

Ван Ян улыбнулся и, видя, с каким упоением зрители смотрят «Ледниковый период», испытал удовлетворение. Этот мультфильм отлично себя показал. Можно было с полной уверенностью заявить, что Flame Films повторно добилась успеха в летнем сезоне! Ван Ян взглянул на Криса Уэджа, сидевшего слева, и возбуждённо прошептал:

- Крис, наверное, нам стоит подумать, каким следующим проектом заняться Blue Sky Studios.

- Э? - растерялся Крис.

Мультфильм только вышел в прокат, первый сеанс даже не закончился, о результатах ещё сложно было сказать. Пусть Крис и был преисполнен уверенности, он все равно беспокоился, что это станет вторым «Титаном: После гибели Земли». В этом случае Flame Films, скорее всего, устроит массовое сокращение штата, Blue Sky Studios опустится обратно до мелкой студии, занимающейся телерекламой и анимационными спецэффектами...

Крису ни в коем случае не хотелось такого исхода событий, поэтому в последнее время он не мог спокойно спать по ночам, ему неоднократно снился один и тот же кошмар, где в газетах писали: «Flame Films объявила о продаже Blue Sky Studios по низкой цене». Но сейчас этот молодой человек уже говорит о следующем проекте?! Причём он, похоже, не шутит. Крис с недоумением неуверенно сказал:

- Ты имеешь в виду следующий компьютерный мультфильм?

- Конечно! Неужели Blue Sky Studios занимается ещё и ресторанным бизнесом? - посмеялся Ван Ян.

Этот смех привлёк любопытные взгляды Джессики, Карлуса Салданы и других окружающих людей. Ван Ян извинился:

- Простите!

Понизив голос, он снова обратился к Крису:

- Думаю, настало время расширить Blue Sky Studios, пятисот человек слишком мало, потому что далее мы займёмся разработкой сразу двух картин.

Крис опять был ошарашен. Ещё и две картины? Даже если «Ледниковый период» добьётся грандиозного успеха, это не означает, что Blue Sky Studios с этих пор будет выпускать одни шедевры. Ни одна компания не посмеет такое заявить. Поэтому каждый проект необходимо тщательно обдумывать, а сейчас... Крис показал два пальца, спросив:

- Двух картин?

- Угу, да, - кивнул Ван Ян.

Метод быстрого скатывания снежка в огромный снежный ком заключается в трате огромной суммы денежных средств. Сколько «Ледниковый период» заработает, столько будет положено на банковский счёт Blue Sky Studios, чтобы можно было заняться новыми проектами. Ван Ян чуть призадумался и сообщил:

- «Ледниковый период» станет серией мультфильмов, будут вторая, третья, четвёртая, пятая части... И так до тех пор, пока не станет понятно, что стоит кончать с серией. «Ледниковый период 2» станет следующим проектом, а второй проект, хм, не знаю, но мы можем начать

раздумывать.

Видя, что лицо Ван Яна серьёзно, Крис наконец понял, что это не шутка. Этот молодой человек никогда не шутил на эту тему. Крис весь покрылся мурашками от возбуждения и воскликнул:

- Вау! Две картины? Две картины! Знаешь, почему я не пошёл в Pixar? Хотя мог даже стать их деловым партнёром? Потому что я не хотел, чтобы компьютерные мультфильмы оказались кем-то монополизированы. Но Pixar сейчас стремится к этому... - он внезапно наполнился уверенностью в будущее и улыбнулся. - Монополия? Ни за что! Она не достанется ни Pixar, ни DreamWorks, ни Blue Sky Studios.

- Вот это круто! - Ван Ян похлопал Криса по плечу и, глядя на мамонта и других животных на экране, сказал: - Скоро образуется большая тройка.

Всё это время слушавшая их диалог Джессика заулыбалась. Все снова будут называть его сумасшедшим?

Когда 90-минутное видео полностью закончилось, в кинотеатре, где сидело больше тысячи зрителей, тотчас раздались громоподобные овации, заглушившие музыкальное сопровождение. На экране шли титры, Ван Ян и Крис Уэдж, аплодируя, встали и, обернувшись, принесли благодарность зрителям. Когда завершились титры, на экране повторно возникли логотипы Flame Films и Blue Sky Studios. В красивом поле мотылёк и бабочка радостно кружились в танце, летя в голубое небо.

«Это хорошая картина, которая подходит для всех возрастов, в ней сконцентрировано множество милых доисторических животных, на которых приятно смотреть», - «Вашингтон пост».

«Если вы вечно жалуетесь на неглубокие сюжеты, значит, вы упустите очень интересный, полный юмора и веселья мультфильм», - Майкл де Куна из «Film Threat».

«Хотя он не настолько поразителен, чтобы у вас от восторга отвисла челюсть, тем не менее он сможет согреть ваше сердце. Я уверенно ставлю ему один большой палец!» - Ричард Рупер из известной телевизионной программы «Ebert & Roeper», посвящённой обзору фильмов.

После премьеры «Ледникового периода» киноманы и критики стали массово давать свои оценки в интернете и различных СМИ. Число проголосовавших на IMDb достигла десяти тысяч, средняя оценка составила 7,8 балла. Такой оценки удостаивались классические произведения. А на Rotten Tomatoes было более 160 рецензий, набралось 80% свежести, почти везде звучала похвала.

«Мило, тепло, трогательно, интересно, смешно», - эти пять слов, по мнению газеты «Нью-Йорк таймс» являлись ключевыми в положительных отзывах многих кинокритиков, которые считали, что хотя технически «Ледниковой период» выглядит шероховатым и история немного шаблонная и слабоватая, тем более о глубоком смысле не может идти и речи, то есть в общем говоря, «это не конкурент Pixar и DreamWorks», однако герои милые, диалоги и озвучка смешные и забавные, при просмотре на душе становится тепло, это весёлая история о дружбе и семье.

А те 20% отрицательных отзывов как раз выставляли сюжет и техническую сторону как огромный недостаток мультфильма.

«Визуально совершенно не притягивает, история скучная и невыносимая, никаких приятных

сюрпризов, есть лишь несколько дешёвых комичных моментов», – Джим Рейн из «Сакраменто Ньюз».

«Не хочу говорить, что в “Ледниковом периоде” нет красивых кадров, но беда в том, что там нет истории. Нет истории, которая бы по-настоящему повествовала о жизни животных ледникового периода», – Яли Тандер из «Новой эры».

«Он почти на начальной стадии цифровых технологий, это действительно компьютерный мультфильм? Доисторический компьютерный мультфильм?» – Джеффри Джонс из «Окна в кино».

Грубоватые технологии Blue Sky Studios являлись общеизвестным фактом. Вот почему никто не был заинтересован в покупке студии, вот почему все насмеялись над тем, что Flame Films потратила 100 миллионов на “сокровище”. Кто-то говорил, что мультфильм тёплый и смешной, кто-то – что скучный и унылый... Если бы люди прочитали только те 20% рецензий, «Ледниковый период», вероятно, был бы обречён на гибель, его бы ждала более жестокая участь, чем «Титана: После гибели Земли», такую картину можно было бы сразу выкинуть в мусорное ведро.

Но что в итоге? 7,8 балла и 80% свежести невозможно было подделать. Всё это повлияло на кассовые сборы. «Ледниковый период» за счёт “первобытных технологий” и “дешёвых комичных моментов” на выходных заработал 51 миллион! А сколько в конечном счёте собрал «Титан» в мировом прокате? 36 миллионов.

Сердца владельцев многих кинокомпаний судорожно забились. Теперь они поняли, что волшебный юноша и Flame Films и впрямь приобрели сокровище! «Ледниковый период» тоже станет ослепительной тёмной лошадкой.

Когда завершилась неделя с 10 по 16 мая, «Ледниковый период» в самом деле безжалостно дал пощёчину всем тем, кто насмеялся и говорил, что “купили игрушку за 100 миллионов”. За одну неделю было заработано 62,73 миллиона! Мультфильм занял второе место в еженедельном рейтинге североамериканского бокс-офиса. А лидером проката продолжал оставаться «Человек-паук». Этот супергеройский блокбастер за прошедшую неделю ухватил 82 миллиона. На третьем месте разместились шедшие в ограниченном прокате «Звёздные войны. Эпизод II: Атака клонов», которые заработали 30,14 миллиона.

А шедшая третью неделю «Лапочка» заработала 12,03 миллиона, её общий бокс-офис составил 62,25 миллиона. У остальных фильмов дела обстояли скверно: недавно вышедшие в прокат «Неверная» и «Крутой парень» собрали лишь 9,4 миллиона и 5,08 миллиона соответственно. Те картины, что разместились ниже шестого места, представляли ужасающее зрелище, большинство из них собрало по миллиону или даже по несколько сотен тысяч.

Это вовсе не было чем-то удивительным. Те, кто желал блокбастера с крутыми спецэффектами, шли на «Человека-паука». У «Звёздных войн» была огромная фан-база. Люди, желавшие всей семьёй провести выходные, предпочитали «Ледниковый период». Те, кто хотел посмотреть молодёжный фильм, покупали билеты на «Лапочку». «Крутой парень»? Там есть волшебный юноша? Нет, зато там играют главная актриса «Руки-убийцы» и второстепенная актриса «Классного мюзикла» Зоуи Дешанель.

Успех «Ледникового периода», естественно, воодушевил Flame Films и Blue Sky Studios и вместе с тем ввёл 20th Century Fox в уныние. В интернете ярый фанат Flame Films выложил старое сообщение пресс-секретаря Fox Джеймса Финна: «Действительно жаль, что Blue Sky

Studios не присоединилась к Fox, но у нас самих есть превосходный анимационный отдел, в следующем году выйдет “Титан: После гибели Земли”...»

Этот фанат по имени Минор прокомментировал: «Если бы Fox за 100 миллионов совершила сделку, Blue Sky Studios не выбрала бы Flame Films. А сейчас им лишь остаётся от досады рвать волосы на голове».

<http://tl.rulate.ru/book/41606/1388215>