

ПРЕМИЯ «ЖОРЖ»: ВЫБОР НАРОДА

«Жорж» – первая в России кинопремия некоммерческого характера, учрежденная блоггерами и основанная на голосовании простых кинозрителей. Голосование это проходит на сайте премии georges.cinematia.ru и продлится до 28 февраля, а во второй половине марта в Москве (точные время и место станут известны позднее) состоится церемония вручения наград. Президент премии Ольга Белик и продюсер Петр Зайцев рассказывают «БК-Action!», чем «Жорж» отличается от других наград и какую пользу он способен принести отечественному кинопрокату.

БК-ACTION! Кому пришла в голову идея создания премии? Ведь «Жорж» эволюционировал из обычной «голосовалки» в интернет-сообществе до серьезной премии с собственным сайтом, церемонией вручения и гостями. Так недолго и до красных дорожек с телетрансляциями дожить!



ОЛЬГА БЕЛИК: Все началось в 2005 году в жж-сообществе **kinoclub**, который создали Александр Фолин и Максим Александров – **cinefile** и **ma79** (тогда **scandal_max**). Парни предложили мне стать третьим модератором сообщества, стали активно приглашать в него участников, и Максим предложил народу выбрать своих самых любимых актеров и фильмы по итогам года. Идея неожиданно получила большой отклик: народ рьяно ринулся голосовать. После первого этапа я пошутила, что надо учредить свою премию и вручать призы – киноматрешки. Нам троим эта мысль понравилась. Максим придумал ей название – «Жорж», в честь пионера кинематографа Жоржа Мельеса. Было важно найти имя, которое отражало бы не только аббревиатуру ЖЖ, но еще и саму идею премии: на тот момент интернет-голосование в блогах было если не революционным, то уж точно не таким распространенным явлением.

БК-ACTION! Но Интернет-пространства для вас стало мало, и вы вышли в оффлайн...

БЕЛИК: Да, в 2007 году мы договорились с SUP (компания, которая владеет livejournal.ru – Ред.) о поддержке нас как премии и выходе в оффлайн – так случилась первая церемония награждения, которая прошла в клубе «Билингов». Нам удалось найти самого настоя-

щего друга Джонни Деппа, нашего бессменного на тот момент лауреата – им оказался барабанщик группы The Kids Билл Ханти, с которым Депп дружит с детства. Мы пригласили Билла на церемонию, вручили ему матрешки за Джонни, которые он потом и передал адресату и прислал нам в доказательство фото лауреата с призами. Мы вдохновились еще больше и решили продолжать, тем более что уже остро чувствовалось, насколько российским любителям кино не хватает мероприятий, схожих с западными киноконвентами.

В 2009 году мы снова провели церемонию награждения, не просто вручив призы, а еще и дав возможность зрителям увидеть какие-то эксклюзивные отрывки из картин, которые должны были вскоре выйти в прокат. Дистрибьюторы смогли напрямую обратиться к зрителям и пропиарить свои будущие релизы – например, очень хорошо это сработало с ШЕРЛОКОМ ХОЛМСОМ и НА ИГРЕ. После церемонии и показа футажей блогеры много писали об этих фильмах и говорили, что теперь обязательно пойдут на них в кино.

Хотелось сделать премию по-настоящему народной, для ВСЕХ киноманов, а не только для пользователей ЖЖ, поэтому мы приняли решение создать для «Жоржа» отдельную площадку. К тому же опросы ЖЖ не дают возможности скрывать голоса, и к концу голосования уже не остается никакой интриги. Теперь мы организуем закрытое голосование и сохраним результаты в тайне до церемонии награждения – как это обычно и бывает.

ПЕТР ЗАЙЦЕВ: Я узнал о премии лишь на пятом году ее существования, и проект мне казался крайне интересным. Ведь фактически в России нет ни одной кинопремии, близкой к народу. Потенциал у «Жоржа» был и остается огромным, но, к сожалению, о нем тогда мало кто знал. И для меня сразу же стало очень важным сделать премию широко известной и вывести ее на качественно новый уровень. Поэтому для церемонии 2009 года были подготовлены специальные видеоролики обо всех номинантах, как это бывает на «серьезных» церемониях, а в этом году запущен полноценный сайт. «Жорж» растет, а количество голосующих увеличивается с невероятными темпами. Если в прошлом году в финальном голосовании приняли участие 1500 человек, то сейчас только за первую не-



делю свои голоса отдали уже более 10 тысяч пользователей Интернета. Людям гораздо интереснее следить за народным голосованием, а не за выбором узкого круга академиков из числа фильмов, которые широкая аудитория не видела и вряд ли увидит. Ну а что касается телетрансляций и красных дорожек – мы к этому стремимся, и мне они не кажутся чем-то недостижимым.

БК-ACTION! А какие вы используете механизмы популяризации премии? Что нужно сделать для того, чтобы она стала такой же известным в народе и ценной для лауреатов, как ее американский аналог People's Choice Award?

БЕЛИК: Популярность и ценность для лауреатов – взаимосвязанные вещи. Народ ценит то, что он выбирает абсолютно всех: номинирует кандидатов и на первом, и на втором этапе, а не сразу выбирает из предложенного. Популярность премии значительно подняло то обстоятельство, что глас народа был услышан и призы дошли до лауреатов: про Деппа вы уже знаете, а чуть больше полугода назад на пресс-джанкете в Париже Кристиан Бейл получил свою «матрешку» из рук редактора «КиноПоиска» Татьяны Шороховой. Тот факт, что на церемонию награждения пришли отечественные актеры во главе с Федором Бондарчуком, тоже очень повысил кредит доверия и зрительской любви. Другими словами, залог популярности премии среди зрителей – это ее качество. Нужно приглашать актеров и режиссеров, демонстрировать интересные вещи из будущего кинопроката, показывать, что западные лауреаты, за которых люди голосовали, в курсе их действий... Привлекательность

же для лауреатов – это кропотливая работа на престиж премии (здесь важно количество проголосовавших, и это одна из причин, почему мы вышли из ЖЖ).

ЗАЙЦЕВ: Разумеется, помимо того, чтобы сделать качественное мероприятие, необходимо, чтобы о голосовании и о церемонии узнало как можно больше людей. В условиях почти отсутствующего финансирования организовать полномасштабную рекламную кампанию пока не получается. Но, тем не менее, у нас есть серьезные информационные партнеры, и их количество постоянно растет. Генеральную информационную поддержку оказывает портал «КиноПоиск.ру», самый посещаемый киносайт рунета. Будут ролики в эфире «Радио 7», видеопоздравления на мобильном телевидении TV To Go, новости о премии публикуются на множестве сайтов. Но самое главное – что о премии все больше пишут в блогах и на форумах непосредственно голосующие, так как доверие к вирусной рекламе гораздо выше, чем к привычным баннерам. Поэтому для повышения «рейтинга» премии, нам нужно лишь продолжать работать и постараться заручиться серьезной поддержкой со стороны кинопроизводителей и кинопрокатчиков.

БК-ACTION! Какой резон кинопрокатчикам и кинопроизводителям поддерживать народную премию? На какие дивиденды они могут рассчитывать? И если, допустим, показанный на церемонии футаж одной из будущих премьер взбаламутит в блогах хайп, как думаете, насколько это может ДЕЙСТВИТЕЛЬНО повлиять на сборы?

БЕЛИК: Не секрет, что наши кинодеятели потеряли контакт с аудиторией – как раз об этом говорил Тимур Бекмамбетов на московской пресс-конференции по ЧЕРНОЙ МОЛНИИ. Кинодеятели живут своей жизнью, а зрители – своей. И для дальнейшего успеха индустрии необходимо наладить диалог с аудиторией: понимать, во-первых, КТО они – эти зрители, что им ДЕЙСТВИТЕЛЬНО нравится и КАК убедить их в том, что вы снимаете и прокатываете хорошее кино.

Наша премия сегодня является своеобразным посредником между индустрией кино и простым зрителем. Мы знаем как вкусы и мнения аудитории, так и нужды прокатчиков и киношников. Мы понимаем, на каком языке разговаривать с каждой из этих сторон и как сделать так, чтобы зритель и прокатчик поняли друг друга. Пример церемонии 2009го очень красноречив: на нем прокатчики своими глазами увидели, что кинолюбителям подобные эксклюзивные показы интересны не меньше, чем директорам кинотеатров, и даже больше. Далеко не все и не всегда смотрят выходящие в Интернете трейлеры, а у нас люди посмотрят еще и отрывки из фильма, увидят и услышат еще, которые все это сделали. Живое общение работает всегда эффективнее.

ЗАЙЦЕВ: Мы сейчас находимся прямо на «баррикадах» и видим, что происходит по обе стороны: и среди зрителей, и среди прокатчиков. Поверьте, масштабы непонимания между сторонами потрясают. На Кинорынках профессионалы киноиндустрии говорят о своих проектах, не имея никакого представления о зрителе, а в итоге фильмы с треском проваливаются в прокате. И наоборот, фильмам, способным завоевать аудиторию, не уделяется должного внимания. Наболевший пример – ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ, получивший в прошлом году «Жоржа» как Лучший зрелищный фильм. Во всем мире кино собрало огромные деньги и получило признание зрителей, а в России фильм практически провалился, потому что никто не ожидал такого успеха. Хотя в Интернете был видно, что интерес к фильму огромный и при должном внимании он может собрать очень большие деньги. И от такого непонимания проигрывают сейчас обе стороны: и зрители, и прокатчики. Мы стремимся хоть как-то исправить это положение, и премия «Жорж» – один из серьезных шагов в этом направлении.

БЕЛИК: Отрыв прокатчиков от аудитории в итоге может весьма пагубно сказаться на сборах. Вот еще один пример: активным пользователем Интернета был очевиден оглушительный успех НОВОЛУНИЯ из сумеречной

саги. Но прокатчики, поставившие фильм Павла Санаева НА ИГРЕ на одну дату с НОВОЛУНИЕМ, не разглядели в нем конкурента. Если бы уделялось больше внимания реальным предпочтениям аудитории, НА ИГРЕ мог собрать гораздо больше денег, если бы стоял на другой дате. Если не работать с аудиторией напрямую, не делать для нее киноконвентов, не показывать ход кинопроцесса – это никак не поможет развитию кинопроката в нашей стране. «Жорж» как раз проводит работу в этом направлении: мы иллюстрируем некий срез, мнение народа, его потребности и вкусы.

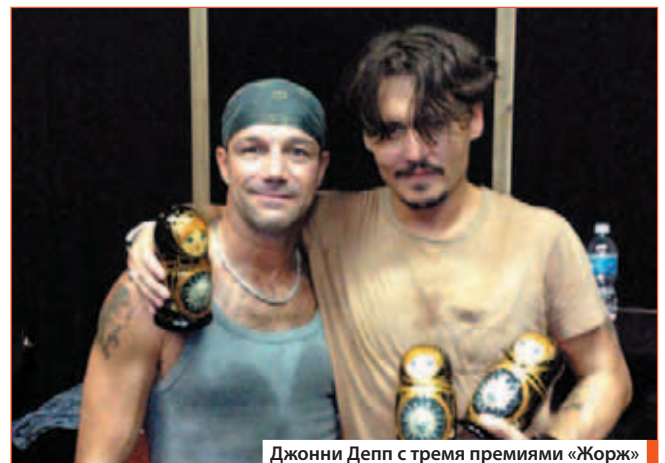
БК-ACTION! Как именно вы планируете сотрудничать с кинопрокатчиками?

ЗАЙЦЕВ: По большому счету, мы не просим от прокатчиков ничего невыполнимого. Все сотрудничество сводится непосредственно к церемонии награждения. Во-первых, мы бы очень хотели видеть представителей прокатчиков на церемонии, чтобы они могли получить свои заслуженные призы. Ну и если речь идет о российских картинах, то мы просим прокатчиков посодействовать в приглашении на церемонию продюсеров, режиссеров и актеров. Мы прекрасно понимаем, что с западными звездами наладить контакт гораздо сложнее, но, тем не менее, будем благодарны за любое содействие в передаче «матрешек» и дипломов победителям. Во-вторых, мы просим предоставить эксклюзивные материалы по фильмам, которые только готовятся к выходу в прокат. Это могут быть самые новые трейлеры, рабочие материалы со съемок или просто отрывки из уже готовых картин. Опыт прошлого года доказал, что мы очень ответственно подходим к работе с такими материалами: ни один из отрывков не появился в Интернете. У нас есть ряд дополнительных предложений по сотрудничеству с прокатчиками, которые мы готовы обсуждать в индивидуальном порядке. И, разумеется, мы открыты для любых предложений со стороны дистрибуторов и кинопроизводителей, кроме одного: мы никак не будем влиять на результаты голосования. Выбор народа всегда будет оставаться исключительно выбором народа.

Заира ОЗОВА



Кристиан Бейл получает свою матрешку



Джонни Депп с тремя премиями «Жорж»