

ՌԱԾՎ ԿԱՆՈ

სარეკლამო ოლიმპიადა უკვე დაიწყო

თამარ სახილგვირი

საფრანგეთის პატარა საკურორტო ტონ ქალაქი კანი კვლავ მოექცა საზოგადოების ყურადღების ცენტრში. ამჯერად ის სარეკლამო ფილმების ფესტივალს მასპინძლობს. ფესტივალი 15 ივნისს გაიხსნა. მასში ხუთი ათასზე მეტი სარეკლამო რგოლი იღებს მონაწილეობას. საცუკეთესო სარეკლამო ფილმი ცნობილი ლომის სტატუეტით დაჯილდოვადისა.

დაჯილდოვნებას.
ნელს კანის სარეკლამო ფესტივა-
ლი თავის 50 წლის იუბილესაც ზემო-
ობს. ამ თარიღთან დაკავშირებით სა-
ფრანგეთში მსოფლიოს უმსხვილესი
სარეკლამო კომპანიების წარმომად-
გნენლები ჩავიდნენ. სარეკლამო რგო-
ლების პრეზენტაცია-დემონსტრაცი-
ის გარდა აქ რეკლამის სპეციალისტე-
ბის სემინარებიც გაიმართება. ასევე
ჩატარდება ტრადიციული კონკურსი
საუკეთესო ბეჭდვითი რეკლამისა და
საუკეთესო უურნალისტური ნაშრო-
მისათვის. გამარჯვებულების ვინაობა
ფესტივალის დახურვის ცერემონიალ-
ზე - 23 ივნისა გამოცხადდება.

კახის ყოველბლიურ საერთაშორისო სარეკლამო ფესტივალს სხვაგარად "რეკლამის ოლიმპიადასაც" უწოდებს.

A black and white photograph of a man with dark hair and a mustache looking directly at the camera from inside a refrigerator. He is surrounded by several cans of Bud Light beer, which are stacked in the background and in front of him. The refrigerator shelves are visible behind him, and the interior of the refrigerator is brightly lit.

დებუნ. და არცაა გასაკვირი, ეს ხომ

ხან მონტე კარლოში, ხან კანში. საბოლოოდ კანში დაიდო ბინა, ეს იყო 1984 წლის. მას შემდეგ ფესტივალს აღაიმ-

ებედ. იას თეიდეგუ ფუსტივალს ადგილ-
სამყოფელი აღარ შეუცვლია. სამაგიე-
როდ, ცოტათი შეიცვალა მისი სტრუქ-
ტურა და შინაარსი. ბოლო ათწლეულ-
ის განმავლობაში ფუსტივალის გასძ-
ტაბები გაიზარდა, ტელე და კინო სა-



ლამები და გარე რეკლამები, ე.ნ. "ბი-ლბორდებიც" დაემატა, დამკვიდრებულ პრიზებს კი - ახალი პრიზები: ვირტუალური ლომები წამყვანი ინტერნეტ-რეკლამებისათვის, მედია ლომები საუკეთესო მედია დაგეგმვარების სტრატეგიისათვის, და ის ლომები, რომლებიც განკუთვნილია პირდაპი-

რო მარკეტინგისთვის (სხვათა შორის, ეს პრიზი გასულ წელს შემოილეს).

დღემდევ განი ისევ ხასტბრავალ ქალაქ-
ად იქცა. როგორც ყოველთვის, ჩელს-
აც უამრავი მონაწილე ჩავიდა: საღი-
ლობენ პოპულარულ "კარლტონ ოტე-
ლში", წვეულებებს მართავენ და იკრი-
ბებიან "გუტერ ბარში", ამასთან, ყო-
ველდღიურად უამრავ სარეკლამო
რგოლს უყურებენ.

სარეკლამო სააგენტოებისა და რეკლამის მნარმოებელი კომპანიების მიერ წარმოდგენილი პროდუქციის რიცხვება წელს 16 392-ს მიაღწია. ეს შარშანდელთან შედარებით 5 პროცენტით ნაკლებია, შარშანდელ - 2001 წელთან შედარებით კი 13,8 პროცენტით. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ 2001 წელი სარეკლამო ბუმის წლად იყო გამოცხადებული, ხოლო წელს კი მთელ მსოფლიოში დააბული პოლიტიკური ვითარება სუსუმედა, 2003 წლის მაჩვენებელი წამდვილად არ არის დაბალი. ისიც უნდა ითქვას, რომ ის საგრძნობლად უსწრებს 2000 წლის მონაცემებს. ფინანსურული თავმჯდომარე როვერ ჰეტჩელი ასეთ კომენტარს აკეთებს: "2003 წლის მაჩვენებელი ხაზს უსვამს ფინანსურულის

მარტინა გოგაძე იცვლის

8 88Д 9 88 Д88 9 8Д88

კიდევ ერთხელ აღმოჩნინა საკუთარი თავი. ამჟამად ვარსკვლავი მეუღლე-სთან, გაი რიჩისთან ერთად დაკავებულია კაბალას, იუდაისტური მისტიკური წიგნის შესწავლით. ბრიტანულ პრესას თუ დავუჯერებთ, წყვილი იმდენად სერიოზულად დაინტერესდა ამ ყველაფრით, რომ უახლოეს მომავალში აპირებს ხელახლა დაინტერის ჯვარი, ამჯერად უძველესი იუდაისტური ადამიას მიხედვით.

მადონას თაყვანისმცემლებისთვის ასეთი ინჯორმაჲია, ვაჭოვს, დიდი

ის ასეთი იხფორმაცია, ვეჭვიო, დიდი
მოულოდნელობა იყოს. ეს მომლერა-
ლი, როგორც იტყვიან, თვალსა და
ხელს შეუ გაიზარდა. თავზეხელალე-
ბული, სკანდალური პოპშემსრულებ-
ლიდან, რომელიც გარეგნულადაც
და თავისი ყოფაქცევითაც თითქმის
არ განსხვავდებოდა ქუჩის მეგავისგ-
ან, მოულოდნელად იქცა მსოფლიო
სცენის ჭეშმარიტ ვარსკვლავად. მი-
სი სიმღერები და კლიპები არავისტე
ნაკლები არ ყოფილა; 90-იანი წლები-
დან კი მადონა სრულიად ახლებურ-
ად მოევლინა მსოფლიოს მუსიკალ-
ურ სცენას საკმაოდ დახვეწილი სას-
ცენო იმიჯითა და სიმღერების.



მათონამ კვეთვრების ახალი წესი აირჩია

ლებს შემეცნებას, რამაც ამჯერად
იგი იუდაიზმით საკამაოდ სერიოზუ-
ლად დააინტერესა. უკანასკნელ გა-
ტაცებას მსოფლიოში პოპულარულ-
მა წყვილმა ოჯახის ბიუჯეტიდან სა-
კმაოდ დიდა თანხაც შესწირა. ნინა
კვირას მაღონამ და მისმა ცნობილმა
მეუღლემ, რეჟისორმა გაი რიჩიმ 3,65
მილიონ ფუნტს სტერლინგად შეისყი-
დეს შენობა ლონდონის ცენტრში,
ოქსფორდ-სტრიტის რაიონში, რო-
მელიც ინგლისში კაბალისტიკურ
ცენტრს გადასცეს. ასეთი საჩუქრით
მაღონამ საბოლოოდ ჩამოიშორა კა-
თოლიკეს იმიჯი; მომცერალი ახლა
უძველესი იუდეველი მისტიკოსების
ცხოვრებასა ჩაღრმავებული.

ახლო აღმოსავლეთის თემას მო-
მდერნალი, როგორც ჩანს, საკუთარ
შემოქმედებაშიც გამოიყენებს. ამ
დღეებში ვარსკვლავმა განაცხადა,

რაელი აპორებს. არჩევაზი გაცემდა
სიმღერაზე Nothing Fails, რომელიც
მადონას ახალ ალბომში American
Life შევიდა. მადონას წარმომადგენ-
ლები არ აზუსტებენ თარიღს, თუ
როდის გაემგზავრება მომღერალი
ახლო აღმოსავლეთში. თუმცა, ხაზ-
გასმით აღნიშნავენ, რომ ამ კლიპის
გადაღება მხოლოდ და მხოლოდ ახა-
ლი აღმომის მხარდაჭერას ითვალი-
სწინებს და არააირი საერთო არა
აქვთ პოლიტიკურ აქციებთან; და იმ-
ასაც ამბობენ, რომ მომღერლის ის-
რაელში გამგზავრება არ იქნება რი-
ჩარდ გირისა და ვიტონ ჰიუსტონის
ჰუმანიტარული ტურნეების მსგავსი
აქცია.

დონა აგრძელებს ფულის კეთებას. უახლოეს დღეებში იგი მონაწილეობას მიიღებს კომპანია Gap-ის ველვეტის ჯინსების სარეკლამო გადაღებებში. ვარსკვლავმა უკვე მოასწრო გამოჩენილიყო საზოგადოებაში ექსკლუზიური შარვლით. ეს მოხდა მომღერლის კონცერტზე ლონდონის ერთ-ერთ კლუბში. კლიპს მსოფლიოს საზოგადოება შემოდგომაზე იხილავს. უკვე ცნობილია, რომ სარეკლამო რგოლებში გამოყენებული იქნება მადონას უკანასკნელი სინგლი Hollywood. უკანასკნელი კლიპი მაღონამ სწორედ ამ სიმღერაზე გადაიღო. ახალ ვიდეოკლიპში მადონა მეოცე საუკუნის პირველი ნახევრის კინომასახიობის როლშია. მომღერლის პრომოუტერებს კლიპში გამოყენებიული ძვირფასი სამკაულები 15 მილიონი აშშ დოლარი დაუჯდათ.

