

“ექსპერიმენტების არ გეშინოდა” - რა წვლილი მიუძღვის გიგა აგლაძემ შურნალ "ბომონდის" აგლაძეს შურნალ "ბომონდის" რებრენდინგში



წლების წინ, საქართველოში ცნობილმა მუსიკოსმა - გიგა აგლაძემ შურნალ "ბომონდის" რებრენდინგი განახორციელა, თუმცა კინოსა და მუსიკაში მოღვაწეობა არ შეუწყვეტია. დღესდღეობით ხელოვნების ყველა ჟანრი ახალ ფილოსოფიაში გააერთიანა - ლვინის კონცეპტუალური ბრენდი AG შექმნა.

– "ბომონდი" პირველი ფერადი ქართული შურნალია, რომელმაც რამდენიმესაფეხურიანი ტრანსფორმაციის შემდეგ, დღევანდელი სახე მიიღო. მისი პირველი მთავარი რედაქტორი იყავი, როგორ ხდებოდა ბრენდის ჩამოყალიბება და რა მოვლენებმა განაპირობა შურნალის ფორმატის შეცვლა?

- "ბომონდი" ადრე განსხვავებული, უფრო თხელი ფორმატით გამოდიოდა და სხვა რედაქტორი ჰყავდა, ასე რომ, მე ახალი ფორმატის შურნალის პირველი რედაქტორი ვარ. ნოემბერში სწორედ განახლებული "ბომონდის" მე-100 ნომერი გამოდის. ბრენდის განვითარებას რაც შეეხება, ვცდილობდი, მისგან მოდის შურნალი შემექმნა, მოლაპარაკებაც ასეთი იყო - პირველივე ნომერი სქელი, პრიალა და სქელყდიანი უნდა ყოფილიყო.

- იმ პერიოდში ნარმატებული მუსიკალური კარიერა გქონდა. რატომ დაინტერესდი შურნალის მთავარი რედაქტორის პოზიციით?

- იყო დრო, როდესაც მუსიკალურმა კარიერამ პოპულარობა მართლაც მომიტანა და ეს გარკვეულწილად დღემდე შევინარჩუნე. შურნალში მხოლოდ შემოთავაზების გამო არ მივსულვარ - მსგავსი ფორმატის შურნალის შექმნას თავად ვაპირებდი, კონცეფციაც მოფიქრებული მქონდა. შემდეგ მივიღე შემოთავაზება "ბომონდის" რებრენდინგი განმეხორციელებინა. შევთანხმდით გვეცადა და მართლაც გაამართლა.

- "ბომონდში" შენ მიერ განხორციელებული რომელი იდეა აღმოჩნდა ნარმატებული?

- შეძლებისდაგვარად ბევრი პროექტი გაკეთდა. თავიდან ეს ყველაფერი ექსპერიმენტი იყო. საქართველოში მაშინ მსგავს პროდუქციას არავინ ქმნიდა, ასეთი შურნალი არავის ჰქონდა.

კონცეფციაზე ძირითადად მე და ჯიჯი რეჯინი ვმუშაობდით. ახალი კადრების ჩამოთვლას არ დავინწყებ, არ მინდა, ვინმე გამომრჩეს. ძველ თანამშრომლებს რატომღაც ეგონათ, რომ გავუშვებდი, მაგრამ ასე არ მოვქცეულვარ. მხოლოდ ერთი თანამშრომელი წავიდა, ისიც საკუთარი სურვილით. რედაქციაში ყველა დავტოვე, რადგან თავიანთი საქმე იცოდნენ, მეც ბუსტად ვიცოდი, მათგან რა მინდოდა. ახალი ჯგუფის აყვანას აზრი არ ჰქონდა, ახალი ის ფაქტი იყო, რომ მე და ჯიჯი სრულიად ახალი ხედვით მივედით.



პირველი მასშტაბური პროექტი, ალბათ, თავად ჟურნალის გამოსვლა იყო - ამაზე ყველა ლაპარაკობდა. საერთოდ, რასაც ვაკეთებ, ყველაფერზე ლაპარაკობენ ხოლმე, ნეგატიური მოსაზრებებიც მსმენია, თუმცა, ესეც ალბათ, გარკვეულწილად, ცხოვრების ნაწილია. ჟურნალი თითქმის ყოველთვიურად სხვადასხვა ქვეყნიდან რეპორტაჟებს გვთავაზობდა - თავადაც ბევრს ვმოგზაურობ და ყველა ქვეყნიდან საინტერესო ამბავი ჩამომქონდა.

"ბომონდს" ახლა თუა ხელმძღვანელობს და მიმაჩნია, რომ ამას ჩემზე კარგად აკეთებს - მინდოდა, მოდის ჟურნალი გამხდარიყო და სწორედ ამ გზით განვითარდა. ჩემი რედაქტორობის დროს კი უფრო სხვა ხასიათი ჰქონდა - შეიძლება ითქვას, მოდის ჟურნალიც იყო, დანარჩენი ნაწილი სხვა თემებს შეეხებოდა. მაშინაც და ახლაც 2-3 სიუჟეტი ყოველთვის ევროპის სხვადასხვა ქვეყნიდანაა - კანის კინოფესტივალი, მოდის კვირეულები და ასე შემდეგ. კიდევ ბევრი მნიშვნელოვანი პროექტი გავაკეთეთ - არც მე და არც ჯიჯის ექსპერიმენტების არ გვეშინოდა და ეს ამართლებდა.

- რა დატვირთვა ჰქონდა პრიალა ჟურნალს ადრე და რა დატვირთვა აქვს ახლა, სოციალური და ონლაინმედიის ეპოქაში. შეგიძლია 3 მიზეზი დაასახელო, რატომ უნდა გვეკონდეს პრიალა ჟურნალი 21- ე საუკუნეში?

- ის, რაც მე-19-20 საუკუნეებში აქტუალური იყო, დღეს აღარ უნდა გვაინტერესებდეს. და მაინც, ჟურნალის საჭიროების დასამტკიცებლად ერთი მიზეზიც მეყოფა - არსებობს მეილი, მაგრამ მინდა, ვინმემ წერილი გამომიგზავნოს, იმიტომ, რომ ეს არსებობდა. არ ვიცი, შეიძლება მომავალმა თაობებმა ეს ფენომენი სრულიად მიივიწყონ, მაგრამ მე მასში რაღაც ძველს ვპოულობ და მომწონს. გარდა ამისა, არის ექსკლუზივები, რასაც ამხელა სამყაროში ინტერნეტშიც ვერ ნახავ. და კიდევ: როდესაც ჟურნალთან ან გაზეთთან უშუალო შეხება გაქვს, მათ სუნს გრძნობ, ინტერნეტს კი სუნი არ აქვს. მგონი, 3- ზე მეტი მიზეზი დავასახელებ და დაუსრულებლად შემიძლია ვისაუბრო...

- " ბომონდი" ბევრი წლის გატარების შემდეგ, სარეჟისორო კარიერა არჩიე და გადანყვიტე, შენი პოზიცია თეასთვის დაგეთმო. როგორ ფიქრობ, რა სიახლეები დანერგა?

- ჟურნალი ახლა ბევრად უკეთესია თეასთან ერთად, ვიდრე ჩემთან იყო - მოდის მიმართულებით განვითარდა. მე კი რეჟისორო მანამდეც ვიყავი, ჩემში ამ კუთხით არაფერი შეცვლილა - ჟურნალი კი მრავალწახნაგოვანი ინტერესის ერთ-ერთი გამოცდილება იყო. მე ჩემი პროფესია მაქვს - კინო და მუსიკა, რასაც დღემდე ვემსახურები და ახლა უკვე ღვინის წარმოებაც დაემატა. ხშირად მეკითხებიან, რას იღებ, კინოს თუ ღვინოს? მართლაც, ორივეს გადაღება სჭირდება...

- რა განახსვავებს AG Alco- ს პროდუქციის კონცეფციას ღვინის და ალკოჰოლური მწარმოებლების სხვა ბრენდებისგან?

- ღვინო - ეს ფანტასტიკაა, რომელსაც ბრენდ AG- ს ქვეშ მალე კონიაკი და ჭაჭა შეემატება. ძალიან ბევრ კარგ საქმეს ვაკეთებთ. თუ ვინმეს სურს, ქართული ღვინო გასინჯოს, აუცილებლად ღვინის გემო უნდა იცოდეს. ეს ღვინო საქართველოს სახე გახდება. რა თქმა უნდა, ჩემი განაცხადი ბევრ მეღვინეს გააბრაზებს, მაგრამ მინდა, ღვინის დამზადებაში ერთმანეთს ბევრი მეღვინე შეეჯიბროს, რადგან ღვინო, კონიაკი და სხვა სპირტიანი სასმელები ჩვენი ერთ-ერთი სიამაყეა... ასე რომ, AG- ს კონცეფციაზე შემიძლია გითხრა - ეს ის ღვინოა, რომელიც გსურს, ვინმეს გაასინჯო და შემდეგ იამაყო, რომ ღვინის ქვეყნიდან ხარ...

ტექსტი: ქეთი ფოფხაძე

ფოტო: გურამ მურადოვი

ჟურნალი "ბომონდი"

ნომბრის ნომერი

“I WAS NOT AFRAID OF EXPERIMENTS” – WHAT IS GIGA AGLADZE’S CONTRIBUTION IN REBRANDING OF THE MAGAZINE “BEAUMONDE”?

Many years ago a famous Georgian musician Giga Agladze performed rebranding of a magazine “Beaumonde” but he hasn’t ceased working in cinema and music. Now he has united all the genres in a new philosophy – he created wine concept brand AG.

“Beaumonde” is a first color Georgian magazine which became as it is today due to several stage transformations. You were its first editor in chief. How did the brand development process and what events influenced the magazine format change?

“Beaumonde” was different at that time. It had thinner format and had other editor in chief, so I’m the first editor in chief of a new format magazine. The 100th issue of the magazine will be available in November. As for the brand development, I tried to make a fashion magazine out of it. This was the negotiation- the first issue had to be thick, glossy and thick-covered.

You had a successful musician career at that time. Why were you interested with a career of an editor in chief of a magazine?

There was a time when music career was really successful for me and I managed to maintain it till today at some part. It was not only because accepting the magazine offer – I was going to create my own magazine of a similar format, I already had my own concept. So I accepted the offer to make a rebranding of the magazine “Beaumonde”. We agreed to make a try and it was really successful.

Which idea offered by you was successful?

Many possible projects have been fulfilled. It was an experiment from the beginning. There was no similar product in Georgia and no one was making such magazine around in Georgia. It was me and Jiji Rejini who were working on the concept. I won’t start listing the whole staff, I don’t want to omit someone. The old staff thought I’d dismiss them. But I didn’t do that. The only one person left us by his own will. I left everyone in the redaction as they were professionals. And I knew very well what I wanted. I didn’t want to recruit a new staff. The new thing was the concept that I and Jiji brought with us.

The first broad project probably was the issue of the first magazine – everyone was talking about it. Generally, everything that I do becomes a discussion object for the public. I’ve heard negative opinions too, but this is also a part of life. The magazine offered us monthly reporting from different parts of the world. I travel myself a lot and I also brought interesting stories from different countries.

Now Tea is a chief in “Beaumonde” and I think that she is doing it better than me – I wanted it to be a fashion magazine and it developed exactly this way. When I worked there it had different character – it was fashion magazine but other parts also concerned other topics. Then and now 2-3 reports are always from different European countries – Cannes Film Festival, Fashion Weeks etc. We also fulfilled many important projects – neither me, nor Jiji were afraid of experiments and it worked.

What was the role of the glossy magazine at that time and what it is like today in the era of social and online media. Could you name three reasons why we should have a glossy magazine in the 21st century?

We should not be interested today what was up-to-dated in the 19-20 centuries. But anyway in order to prove the necessity of the magazine even one reason is necessary for me. There is e-mail but I want someone to send me a letter, because it existed. I don't know, maybe the future generations will fully forget this phenomena but I find something old in it and I like it. Besides there are exclusives that you can't find anywhere in this huge internet world. And one more thing: when you have a direct contact with a journal or a magazine you feel their smell, but internet does not have a smell. I think I've already named more than three reasons and I still can infinitely continue ...

After spending many years in "Beaumonde" you chose a career of a film director and decided to cede your position to Tea. How do you think what novelties have been established?

Now the magazine is much better with Tea, than it was with me – it developed in the direction of fashion. I was a film director even before – so nothing changed for me in this prospect. The magazine was just one of the experiences of my multi-dimensional interests. I have my profession – film and music and I'm doing it till today and now wine production has been added to this list. People often ask me – what are you producing a film or wine? Both of them need to be produced...

What extinguishes the concept of AG Alco production from the other brands of alcohol and wine-makers?

Wine is fantastic and cognac and chacha will also be added soon to this AG brand. I am doing many good things. If someone is willing to taste real Georgian wine should know the taste of a real wine. This wine will become a Georgian face. Of course my statement will irritate many wine-makers but I want many wine producers to compete with each other because wine, cognac and other spirits are what we are proud of... So I could tell you about the concept of AG – this is the wine that you want someone to taste and then be proud that you are from the country of wine...

Text: Ketí Popkhadze
Photo: Guram Muradov
Magazine: Beaumonde
November issue