

## “Hər bir insanın yaradıcı tərəfi var”

Fərid Rzazadə: “Marketə girəndə ilk növbədə alacağım məhsulun paketinin dizaynına fikir verirəm”

**M**arketə girəndə ilk növbədə alacağı məhsulun paketinin dizaynına fikir verir. Deyir ki, bu, peşəsindən irəli gələn xüsusiyyətdir. Sənətinin sayəsində həm də səbri olmağı öyrənib. Çünki müştəri bəzən bir konsepti 10-15 dəfə qaytara bilər. Əgər müştəri tərəfindən düzgün qeyd edilən faktordursa, dizayner 16-cı dəfə, lap 52-ci dəfə müştərinin istədiyi düzəlişi etməlidir. Müsahibimiz “DDB Azərbaycan”ın Art (yaradıcı) direktoru Fərid Rzazadədir.

- İşlədiyiniz şirkətlərin əksəriyyətində az bir müddət çalışmışsınız. Buna səbəb işlədiyiniz yerlərdə istədiyinizi ala bilməməyiniz olub?

- Tələbək illərində müstəqil dizayner kimi çalışırdım. İqtisad Universitetinin kommersiya ixtisasını bitirəndən sonra az bir müddət sözügedən ixtisas üzrə işlədim, amma mənə alınmadı. Yenə dizaynerliyə üz tutdum. Bu dəfə isə işlədiyim yerlərdə bir monotoniya var idi, işimdə irəliləyiş hiss etmirdim. Nəhayət beynəlxalq şirkət olan “DDB Azərbaycan”dan təklif gəldi. Burada dinamizm vardı, həm öyrənmək, həm də irəliləmək imkanım oldu, bir-birindən maraqlı layihələr gerçəkləşdiririk. Bizim sahəmiz həm nəzəri, həm də təcrübi baxımdan elədir ki, heç kim deyə bilməz ki, “mən burada dayandım, artıq hər şeyi bilirəm”. Dizayn sahəsi daim inkişaf edir. Yeni nəzəriyyələr, yeni modalar, yeni proqramlar çıxır. Biz daim axtarışda olmalıyıq, daim öyrənməliyik.

- Yenilikləri haradan öyrənirsiniz?

- Müxtəlif saytlardan, portallardan, instaqramda, feysbukda dizaynerlərin forumlarını izləməklə öyrənmək mümkündür. Ümumiyyətlə, dizayner daim axtarışda olmalıdır. İşdən çıxdım, evə getdimlə iş bitir. Daim İnternet vasitəsilə axtarışdayam, dəbi, trendi izləyirəm, bəzi xarici kanallara baxıram.

- DDB-də üzərinizə hansı məsuliyyət düşür?

- Müştərimiz tərəfindən hansısa bir kampaniya keçirilir, məsələn, küçə reklamları, kommersiya məqsədli videorolik və s. ola bilər. Müştəri bizə müraciət edir, biz də bütün komanda ilə məhsulu istehlakçıya çatdırmaq üçün həll yolları axtarıyıq. Bellidir ki, müştəri öz istehsal etdiyi malı satmaq istəyir. Biz onu daha asan, daha yaradıcı yolla müştəriyə çatdırırıq.

Son illər dünyada minimalizmə üstünlük verilir. Amma bu, o demək deyil ki, dünyada yeganə stil budur və hamı bundan istifadə etməlidir. Başqa stillər də var. Dəbdə sadəcə minimalizmdir. İndiki dövrdə insanlar çoxlu informasiyadan, qarışıqlıqdan qaçır, artıq qısa, konkret, onların fikrini yayındıran maraqlı bir şeylər görmək istəyirlər. Zənimcə, minimalizmin dəbə düşməsinə də səbəb bu olub. Bizim işimiz isə dizaynı müştərinin bəyəndiyi üslubda, düzgün olaraq ona təhvil verməkdir. Mən də Art direktor olaraq bunu göstərməyə və buna nəzarət etməyə çalışıram.

- Fərid bəy, dizaynda əsas məqsəd satmaqdır?

### Lalə MUSAQIZI

- Hazırda şirkət sahibi deyiləm. Buna görə də indi çalışıram ki, gördüyüm işlər beynəlxalq arenaya çıxsın. Düzdür, bir neçə işim çıxıb, amma mükafata layiq görüləyib. Əgər öz şirkətim olarsa, ikitərəfli fikirləşəcəyəm. Həm ortaya beynəlxalq arenaya çıxmalı, həm də satışa yönəldiləcək işlər qoyacağam. Həm satışa yönələn, həm müştəri tərəfindən bəyənilən, həm də beynəlxalq mükafata layiq görülən işlərin hazırlanması əsas məqsəd olsa, təbii ki, daha gözəl olar.

- Dizaynda rənglərin uyumu çoxmu vacibdir və



bunu öyrənmək üçün xüsusi təhsilə ehtiyac var?

- Şəxsən mənim təhsilim dizayn üzrə olmayıb. Amma üç dizayn universitetini bitirən müəllim iki il məni hazırladı və indi də məsləhətlərinə ehtiyacım olur. Müəllimim ilk dəfə rəngləri yaxşı uyğunlaşdırırdığıma görə mənə bu qabiliyyəti “keşf etdi” və məsləhət gördü ki, sözügedən sahə üzrə davam edim. Düşünürəm ki, rənglərin uyumasını öyrənmək üçün xüsusi universitet bitirmək lazımdır. Təbii ki, daha güclü təcrübə keçmək üçün universitet bitirmək əla olardı. Amma Azərbaycanda təəssüflərlə olsun ki, dizaynerliyi öyrədən universitet, ixtisas yoxdur.

Dizaynda rəngləri bilmək çox vacibdir. Məsələn, qırmızı rəngin elə çalarları var ki, insanda aqressiya yaradır. Buna görə həmin rəngləri reklamda istifadə etmək olmaz. Hərçənd ki Azərbaycanda bu qaydalara o qədər də əməl olunmur. Amma sevindiricidir ki, bizə müraciət edən müştərilərə bu cür xirdalığı izah edəndə, qəbul edirlər.

- Azərbaycan alıcıları əsasən hansı növ reklamları sevir?

- Belə bir fikir var ki, Azərbaycandakı müştərilər birbaşa reklamı sevir. Yeni əgər mən telefon satırsam, mütləq həmin telefonu göstərməliyəm. Amma düşünürəm ki, artıq Azərbaycan alıcısı şüurlu və qeyri-adi yolla göstərilən reklamı da qəbul edə bilər. Sadəcə, məhsulu satan, yaxud istehsal edənlərin əksəriyyəti bu cür reklamla məhsullarının satılmayacağından çekinirlər. Amma dünya təcrübəsində bu, belə deyil, şirkətlər hər ikisindən istifadə edir. Həm məhsulu göstərir, həm də məhsula şüurlu həvəs yaratmaq üçün şüurlu reklamı da seçirlər. Təbii ki, bunun da öz yolları var.

- Şüurlu reklamı sadəcə dildə necə izah edərdiniz?

- Məsələn, telefonu reklam etmək istəyirsiniz. Amma əvvəlcə bir müddət telefonla əlaqəli, yaxud əlaqəsiz bir şüarı cəmiyyətə buraxırsınız. Hamı ma-



raqla bunun nə olduğunu soruşur, bilmək istəyir. Bir müddət sonra isə yeni reklamda məlum olur ki, həmin şüar filan telefon modelinə aid imiş. Bununla da cəmiyyətin marağını daha çox çəkirsən. Əvvəlcə məhsul haqqında heç bir məlumat verilməyib insanlarda maraq yaradıb sonra məhsulun bazara gəlməsi çox gözəl effekt yaradır.

- Fərid bəy, bazarlıq edərək aldığınız məhsulun dizaynı sizin üçün nə dərəcədə önəmlidir?

- Çox önəmlidir. Marketə girəndə ilk növbədə alacağım məhsulun paketinin dizaynına fikir verirəm.

- Amma gözəl paketin içərisindən keyfiyyətsiz məhsul da çıxıb bilər...

- Raziyəm. Sadəcə, yəqin peşəmdən irəli gələn xüsusiyyətdir ki, birinci dizayna baxıram, sonra məhsulu alıram. Əgər keyfiyyətli olsa, hər dəfə bu məhsulu alıram. Təbii ki, keyfiyyətsiz olduğunu görsəm, bir daha almıram.

- Hər bir sənət insanda hansısa vərdiş yaradır, yaxud xarakterində iz qoyur. Sənətiniz sizdə hansı vərdiş yaradıb, yaxud xarakterinizdə hansı iz qoyub?

- Yol gedəndə hər bir rəngə, ümumiyyətlə, çol reklamına, dükanların adlarına, yazıların hansı şriftlə yazılmasına kimi fikir verirəm. Öz-özümə hətta hesablayıram ki, filan mətn filan şriftlə yazılıb. Hesab edirəm ki, bu, bütün dizaynerlərə xas xüsusiyyətdir.

Xarakterimdə hansı iz qoymasına gəlincə, dizaynerlik daha çox səbr tələb edilir. Çünki müştəri bəzən bir konsepti 10-15 dəfə qaytara bilər. Biz 16-cı dəfə, lap 52-ci dəfə də bunu etməliyik. Əgər müştəri tərəfindən düzgün qeyd edilən faktordursa, doğrudan da biz səhv başa düşmüşükse, müştəri bizi düzgün yola yönəltmək istəyirsə, biz yenə də materialda düzəliş edirik. Bu baxımdan dizaynerlik mənə səbri olmağı öyrətdi.

- Dizaynerlik də rəssamlıq kimi istedad tələb edir, yoxsa istənilən adam dizayner ola bilər?

- Hər bir insanın yaradıcı tərəfi var. Fikrimcə, reklamda yaradıcılıq insanın dünyagörüşündən irəli gəlir. Yeni bir məhsula qeyri-adi, başqalarının görə bilmədiyi bir tərzdə baxmaq lazımdır. Bunun üçün isə insanın həmin məhsul və ya həmin sahə haqqında məlumatı olmalıdır. Bunu bacaran hər bir insan yaradıcı insan ola bilər. Əlbəttə ki, sözügedən sahəyə həvəsi varsa...

- Dizaynerlərdən hansısa deyib ki, dizayn gözəl ola bilər, amma bu, o demək deyil ki, o, düzgündür. Düzgün dizayn necə olmalıdır?

- Dizaynda gözəllik çox böyük məfhumdur. Mənim xoşuma gələn bir rəng, bir konsept digər 10 nəfərin xoşuna gəlməyə bilər. Dizayn ilk növbədə düz olmalıdır. Fikir düzgün çatdırılmalıdır. Mənim üçün ağ fona qara nöqtənin qoyulması mənə verirsə, bu dizayna ən gözəl dizayn kimi baxıram. Bir ay dizaynı gözəlliyi üzərində işləmək olar. Amma o dizayn, reklam mənə heç nə demirsə, o reklam işləməyəcək. Hər bir adamın gözəllik anlayışı fərqlidir. Buna görə reklamçı ilk növbədə ideya, fikir haqqında düşünməli, sonradan isə onu vizuallaşdırmalıdır. Təbii ki, bazarda elə reklamlar var ki, orada, sadəcə, məhsulu gözəl vizuallaşdırmaq tələb olunur. Bu reklamlar səhv deyil. Çünki məhsulun gözəlliyi həmişə göz qabağında olmalıdır. Amma bu cür dizaynlar dünyada üstünlük təşkil etsə də, yaradıcı agentliklərdə işləyən dizaynerlər üçün böyük və müsəbiqə qabiliyyətli iş sayılmır.

- Ənənəvi sualımız: uğur sirtiriniz nədədir?

- Uğur sirtim öz üzərimdə mütəmadi olaraq işləməyimdədir. Bir də hər şeyi mükəmməl öyrənməyi xoşlayıram. Bir şeyi tam öyrəndikdən sonra isə digərinə keçirəm.

