

Günün sualı

“Əşi, nə tafotu var bunun səs hardan gəlir, burdan eşit, burdan da oyna da...” “Oğlumu axtarırdım, dostumu tapdım...” “Əhmədın anası hələ ölməyib ki...” “Xoşbəxtlik, xoşbəxtlik...” “İndi Hüseynova bacıları öz məhəmələrini göstərəcəklər!” Bu replikaları oxuyanda hamımızın üzündə eyni ifadə yaranır. Çünki bu cümlələr xalqın yaddaşına hoppan, gündəlik sevincimizdə, kədərimizdə misal çəkdiyimiz mənavi mirasımız, illər keçdikcə cıllanan yaddaşımızdır.

Vaxtilə ustad sənətkar Səməndər Rzayevin “Bəyin oğurlanması” filmində səsləndirdiyi “Bu kino ki, var... çox qəliz məsələdir, həm qəlizdir, həm də ki, vacib” ifadəsi milli kinomuzun keçmişini, bu gününü və həllini tapmayan müəmmasını özündə gizlədir.

Kinomuzun son iyirmi illik tarixinə bəylananda yaddaşımızda birçə cümləlik belə əks-səda tapmaq müşkülə çevrilib. Bəs, görəsən texniki imkanların bu qədər geniş olduğu bir dövrdə, niyə müasir kadrlar ruhu-muza toxuna bilmir?

Azərbaycan Kinematografıqlar İttifaqının idarə heyətinin üzvy, kinotənqidçi Seyda Sultanova bildirir ki, müasir dövrdə kino ilə ədəbiyyat arasında əlaqənin itməsi problemın əsas qaynağıdır:

– XX əsrin əvvəllərində ədəbiyyatın kinoya əhəmiyyətli təsiri vardı. Məsələn, Azərbaycan kinosunun ilk dövrü məhz Cəfər Cəbbarlının yaradıcılığı ilə sıx bağlı idi. C.Cəbbarlının “Sevil” pyesinin ssenarinin yazılmasında, hətta filmin vizual dilinin tapılmasında böyük rolı olmuşdu. Ümumiyyətlə, C.Cəbbarlının kino işinin təşkilində xidmətləri əvəzsiz idi. Bu mənada indiyə qədər “Azərbaycanfilm” kinostudiyasının məhz ədəbiyyatçı Cəfər Cəbbarlının adını daşıması da təsadüfi deyil...

1930-cu illərdə ssenaristlərin əksəriyyəti qeyri-millətlərin nümayəndələri idi. 1940-cı illərdən başlayaraq isə ssenari sahəsinə milli kadrlar gəlməyə başladı. Ədəbiyyatla kinonun sıx təmasınn yaranmasına ayrı-ayrı vaxtlarda kinostudiyaya rəhbərlik etmiş nəsir-şairlərin əməyi danışılmalıdır: Şəmsəddin Abbasov (1939-41), Rəsul Rza (1942-44), daha sonra – 1946-49-cu illərdə Azərbaycan kinematografiya naziri), Mehdi Hüseyn (1944), Cəmil Əlibəyov (1974-84)...

Kinonun başlıca komponenti təsvirdir. Musiqi də, ssenari də təsvirə tabe olmalı, onun diylə danışımlıdır və bunun üçün ssenaristin kinestetikanı dərinəndərkə vacibdir. Bu mənada hər istedadlı, peşəkar yazıçı yaxşı ssenarist ola bilmir. Sovet dövründə kinonun dilini yaxşı mənimsəmək üçün bir qisim yazıçı ssenari işi üzrə təhsil almışdır. Ənvər Məmmədcanlı, Mehdi Hüseyn, İmran Qasımov, Fərman Kərimzadə Moskvada Dövlət Kinematografiya İnstitutunun nəzdində kinossenari kursunu bitirmişdilər. Daha sonra Anar, Ramiz Rövşən Moskvada Ali ssenari kurslarında təhsil almışdılar ki, onların fəaliyyəti kinomuzda bir növ fərqli nəfəs gətirdi: “Gün keçdi”, “Dədə Qorqud” “Dan-təninin yubileyi” (Anar), “Babamın babasının babası”, “Özgə vaxt”, “Süd dişinin ağırsı” (Ramiz Rövşən).

Təbii ki, yazıçıların ssenarist kimi rejissorlarla əməkdaşlığının nəticəsi həmişə uğurlu olmayıb. Ortaya çox zəif, uğursuz işlər də çıxdı. Süleyman Rəhimovun “Məhman” əsəri əsasında Muxtar Dadaşovun çəkdiyi “Qanun naminə” maraqlı təsvir həlləri baxımından yaxşı filmlərimizdəndir. Ssenarini əvvəlcə Süleyman Rəhimov Firudin Aşurov-la birgə yazsa da, “Azərbaycanfilm”in rəhbərliyi tərəfindən bu versiya qəbul olunmamışdı. Səbəb kino dilinin yoxluğu, bütöv epizodların ssenariyə köçürülməsi idi. Çünki film bədii mətəndən asılı olmamalı, illüstrasiya xarakterli daşımamalı və tam müstəqil əsər kimi çəkilməlidir. Sonradan ssenarini Muxtar Dadaşov moskvalı Maro Erzinkyanla birgə işləmiş, bir sıra epizodlar itxisarə salınmışdır.

İndi isə elə vəziyyət yaranıb ki, rejissorlar ədəbiyyatdan, yazıqlar isə kinoda gedən proseslərdən məlumətlı deyillər. Yaradıcı səhələrin əlaqəsi, ünsiyyət, fikir mübadiləsi kinoda yenilənmə, fərqli fikirlər, obrazlar, mövzular, yeni imzalar deməkdir. Sovet dönəmindən fərqli olaraq, müasir kinoda yazıqların əsərlərinin ekranlaşdırılması barmaqla sayılacaq qədərdir. Lakin kino ilə ədəbiyyatın təması həm də ona görə vacibdir ki, rejissor yazıçının əsərini ekranlaşdırmasa belə, hansısa motivləndən bəhrələnsin, yaxud bu ona nəşə bir ideya versin. İndi film çəkilsə, mütləq şəkildə onun piarı aparılmalıdır. Tanıtım isə konkret maliyyə vəsaiti tələb edir. Əgər film istehsal olunursa, dövlət büdcəsində onun reklam materialları, kinoteatrlarda nümayişi üçün xüsusi vəsait də olmalıdır.

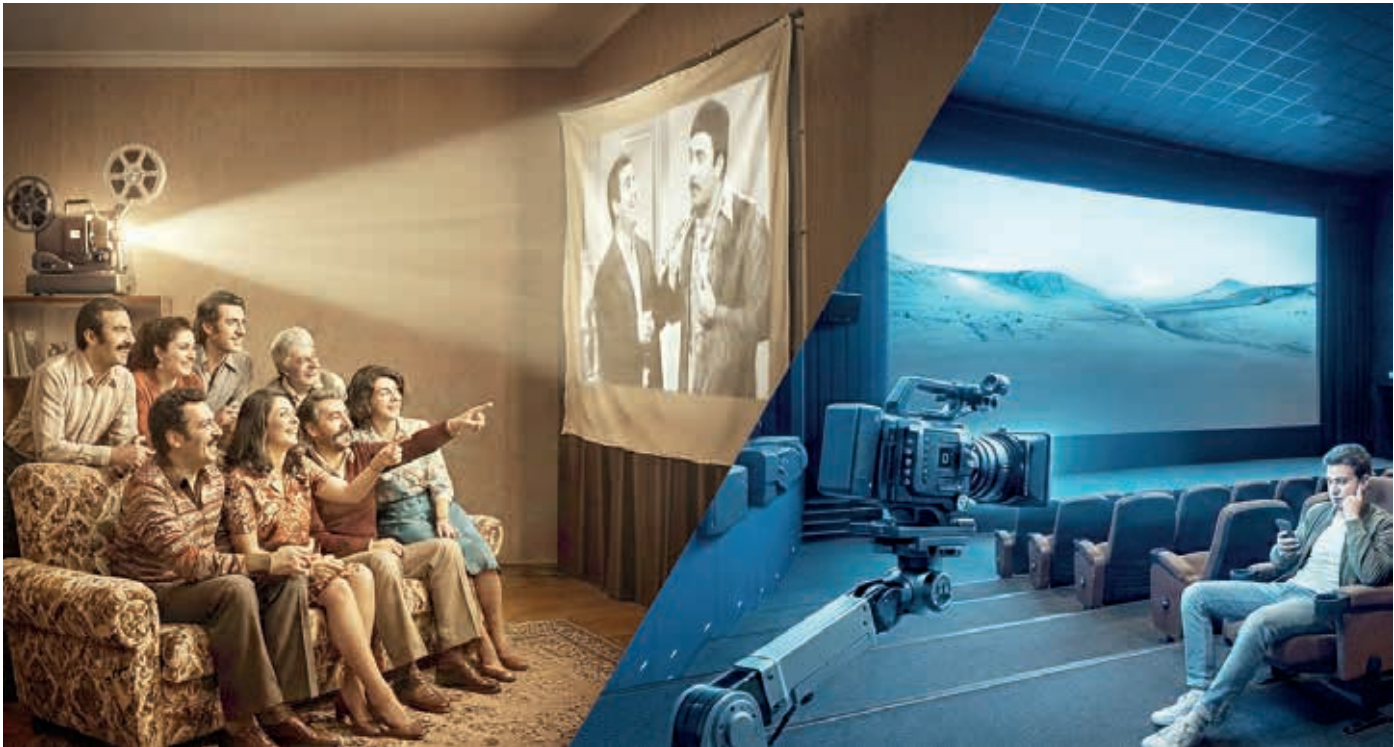
Beynəlxalq festivallara gedən filmlərimiz var, amma piarı yoxdur deyə Azərbaycan tamaşaçısı onları tanımır. Festivalda iştirak etmək və ya mükafat almaqla məsələ bitmir. Filmin əsl uğuru ondadır ki, onu distribusiyaya şirkətləri alıb başqa ölkələrdə nümayiş etdirsən. Lakin bizim çox az filmimiz olub ki, xarici ölkələr tərəfindən alınıb nümayiş etdirilsən.

Yada düşən bir nümunə var – Orxan Ağazadənin tammetrajlı, hibrid janrda, bədii və sənədi filmin sintezi olan “Kinomexanikin qayıdışı” filmi. Filmin yaradıcı heyəti azərbaycanlıdır, amma əsər Almaniyada istehsalıdır. Ekran işi yaxın vaxtlarda Fransada kinoteatrlarında nümayiş olundu, amma Azərbaycanda hələ prokatda deyil. Baxmayaraq ki, xaricilər istehsal edib, əgər yaradıcı heyət azərbaycanlıdırsa, demək, bizim yüksək potensialımız var. Bəs problem nədədir? Burada kinoteatrların şərtləri, gəlir bölgüsü, iqtisadi mexanizmlər və digər texniki məsələlər var.

Sovet dövründə piar məsələləri indiki kimi inkişaf etməsə də vahid təbliğat sistemi var idi – kinoteatrlar, televiziya, mətbuat. İnsanların əyləncə imkanları məhədd, informasiya mənbələri az idi. Buna görə də filmlər daha çox təbliğ olunur, kinoteatrlar dolu olurdu. Amma bu gün vəziyyət tam fərqlidir: internet, alternativ platformalar var. Məsələn, bir fakt deyim: Əmil Quliyevin “İkinci pər-

Milli kinofilmlərimiz niyə populyarlığını itirir?

Sənətkarlıq yüksək, tamaşaçı isə tələbkar deyil



də”, “Mən burada tək olmuşam” filmlərinin kinoteatrlarda kassa gəliri gətirmədi. Amma sonradan “YouTube” platformasına yerləşdirildi və təxminən, iki ay ərzində iki milyona yaxın baxış topladı. Bu filmin kassa yığmasının əsas səbəblərindən biri filmə bəzi kadrlarda bağlı idi. Çünki kinoteatra ailsı, həyat yoldaşı ilə gələn tamaşaçılarda nalayiq ifadələr diskomfort yaradır. Amma sosial şəbəkələrdə çox baxış yığmasının səbəbi tamaşaçının onu platformalardan tək izləyə bilməsidir. Bunun fonunda kommersiya kinosu və müəllif kinosu anlayışlarına nəzər salmaq vacibdir.

Kommersiya kinosunda əsas məqsəd gəlir əldə etməkdir. Burada film auditoriyasını cəlb etməli, bilet satışı və yayım gəliri yaratmalıdır. Film janrları populyar zövqlərə uyğun seçilməlidir: komediya, triller, melodram və s. Belə filmlər geniş kütlə üçün hazırlanır. Müəllif kinosunda isə əsas məqsəd sənətkarlıq və yaradıcılıqdır. Burada rejissor öz bədii vizyonunu ifadə edir, mesajını, ideyasını öndə çıxarır. Bu tip filmlər bəzən kommersiya

siya kinosu ilə yanaşı, müəllif kinosu da inkişaf edirdi.

Məsələn, “Təhminə” filmi Bakı Neftayırma Zavodu, “Qara volga” Dövlət Yanacaq Komitəsinin büdcəsi hesabına çəkilmişdi. Müstəqil şirkətlər də kinoya vəsait qoyurdu: “Bəxt üzüyü” “Qaraqaya” Assosiasiyası, “Qırmızı qatar” filmi isə “Rimur” Konserni tərəfindən maliyyələşdirilmişdi.

Bu gün, ümumilikdə, kino istehsalının inkişafı üçün qanunvericilikdəki boşluqlar da aradan qaldırılmalıdır. Hazırda qüvvədə olan “Kinematografiya haqqında” qanun 1998-ci ildə qəbul edilib ki, burada vacib dəyişikliklərə ehtiyac var. Əsas dəyişikliklərdən biri kino sənayesinin inkişafına tökən verəcək, bazarı formalaşdıracaq vergi güzəştlərinin tətbiqidir.

Kommersiya kinosunun inkişafına sponsorların sərməyə qoyması ilə iş bitmir. Bu nöqtəyi-nəzərdən həç olmasa daxili kino bazarı formalaşanadək film istehsalına və satışına qoyulan ƏDV ləğv edilməlidir. Sahibkarların kinoya investisiya yatırması

filmrlərlə qarşılaşmış ki, texniki baxımdan çox zəif olmalarına baxmayaraq, ideya baxımından güclü olduqları üçün yadda qalıb.

Mən bu haqiqəti dəfələrlə yerli və beynəlxalq festivallarda müşahidə etmişəm. Əsərin qüdrəti onun zahiri təmtəragında deyil, bədii mahiyyətində gizləndir. Bəzən qarənliq zalda oturub, texniki qüsurları açıq-aşkar hiss olunan film izləyirsən, amma seans bitəndən sonra o film səni rahat buraxmır. Çünki orada qəlbə toxunan ağrı və ya sevinc var. Kino sanki bir güzgüyə bənzəyir. Tamaşaçı o güzgüyə baxanda ya özünü görməlidir, ya da görməkdən qorxdığı tərəfləri.

Bugünkü tamaşaçı arasırdan, müqayisə edən tamaşaçıdır. O, süni pafosu dərhal hiss edir, yalan emosionu qəbul etmir. Ona görə də film nə qədər “böyük” görünməyə çalışsa da, əgər içində realliq, tarixilik yoxdursa, unudulmağa məhkumdur.

Bu gün Azərbaycan kinosunun dirçəlişi üçün ciddi cəhdlər göstərilir. Lakin prosesin uğurla irəliləməsi bütövlükdə kino sənayesini təşkil edən ərbablardan – kinorəssamlardan, montaj ustalarından, səs rejissorları və bəstəkarlardan asılıdır. Əgər biz beynəlxalq arenada rəqəbatdəvamlı nümunələr yaratmaq niyyətindəyiksə, ilk növbədə, fundamental biliyi malik ssenarist və rejissorlar yetişdirməliyik.

Kamil rejissor ədəbi-dramaturji strukturu dərinəndə idrak etməlidir. Əks halda, o bir ideya ilə yola çıxır, sonra anlatır ki, bu ideya artıq neçə onillər əvvəl işləndir və bu zaman rejissorun dünyagörüşünün zəifliyi ön plana çıxır. Əslində, dünya ədəbiyyatında və kinosunda işlənə biləcək ideyaların sayı o qədər də çox deyil, təxminən, 36 əsas süjet modeli mövcuddur. Amma bu mövzulara yanaşma tərzı, təqdimat üslubu və estetik dil fərqli olduqda yeni sənət üfqləri açılır.

Təəssüf ki, bu gün ölkəmizdə xüsusiə uşaq filmləri sahəsində ciddi boşluqlar var. Axırıncı atdaqalan keyfiyyətli məhsullar Əlisəttar Yadağıyevin rejissoru olduğu “Bir qalanın sirtı”, “Şehrli xalat”, “Qərib cinlər diyarında” filmləridir. Bu filmlərdən sonra demək olar ki, uşaqqlar üçün eyni dərəcədə uğurlu və yaddaqalan işlər ortaya qoyulmayıb.

Yaxşı film həm də tarixi dərkətmə qabiliyyəti tələb edir. Qarabağ müharibələri ilə bağlı müəyyən filmlər çəkilib, lakin hələ də tam potensial istifadə olunmayıb. Amma o dövrün qəhrəmanlarının həyat yolu, fəda-karlıqları, mənavi dayaqları çox dərin bədii əsərlərə çevrilə bilər. Bu cür filmlər təkəcə tarixi sənədləşdirmək deyil, həm də gələcək nəsillərə milli kimliyi aşılamaq baxımından əvəzsizdir.

Sonda qeyd etmək istəyirik ki, yaxşı film dedikdə yalnız “nəyi çəkirik” sualı deyil, “niyə çəkirik” və “necə çəkirik” sualları daha çox əhəmiyyətlidir. Əgər biz bu suallara birmənalı və mədəniyyətimizə, tariximizə, mənaviyyatımıza söykənən cavablar verə biliriksə, deməli, yaxşı film yaratmaq yolunda əmin addımlarla irəliləyirik.

Sənətinə Sadəqət Zaurqızının sözlərinə görə, bu filmlərin uğuru texnikada deyil, canlı obrazlarda, güclü dramaturgiyada, tamaşaçı ilə səmimi dialoq və aktyor-obraz uyğunluğunda idi:

– Çünki keçmişdə rejissorlar aktyoru illərlə axtarırdı. Hüseyn Ərəblinski, Rəşid Behbudov, Lütfuli Abdullayev, Leyla Bədirbəyli kimi sənətkarlar rola “təyin olunmurdu”, obraz onlarda doğulurdu. Bu gün isə bəzən tam əksi ilə üzleşirik. Obraz aktyora uyğunlaşdırılır, aktyor zorla obraza salınır. Daha acınacaqlısı odur ki, bu gün güclü, peşəkar, məktəb keçmiş aktyorlar səhnədən kənarda qalırlar. Bu isə kino aktyorluğunda eyni sınırların, eyni intonasionaların təkrarına gətirib çıxarır. Kino isə aktyorun daxili enerjisini tələb edir, sadəcə, tanınmış sima olmağını yox.

Düzdür, müstəqillik dövründə milli kino mövzu və janr baxımından keyli zənginləşib. “Buta”, “Nar bağı”, “Çölçü”, “Qisas almadan ölme”, “Pərdə” trilogiyası, “Axınlə aşağı”, “Dolu”, “Üçüncü günün adamı”, “Xurmalar yetişən vaxt”, “Buqələmun”, “Şəllərin arxivı”, “Hədəf”, “Sonuncu”, “Birinci mərtəbə”, “Səhə”, “Balıq”, “Sanki yoxsan” kimi filmlər müasir Azərbaycan insanının daxili konfliktlərini, müharibə travmasını, kök axtarışını və sosial tənəhləliyi göstərir. Sadələnən filmlər ciddi ekran əsəri nümunələridir və

beynəlxalq festivallarda maraqla qarşılanıb. Bu, şübhəsiz ki, uğurdur. Lakin problem ondadır ki, filmlərin bir qismi xarici auditoriya üçün anlaşılan olduğu qədər, yerli tamaşaçı ilə emosional bağ yarada bilmir. Tamaşaçı öz həyatını, məişət dilini, daxili konfliktlərini ekranda görmək istəyir. Burada da əsas problem ortaya çıxır: film festival üçün çəkilir, tamaşaçı üçün yox.

Digər mühüm məsələ filmlərin yayımıdır. Keçmişdə kino nadir hadisə idi – filmə baxmaq ictimai mədəni ritual sayılırdı. Günümüzə isə kino informasiya bolluğu içində itib. Sistemli distribusiyaya, peşəkar prodüserlik və tamaşaçı ilə ünsiyyət mexanizmi zəifdir. Film çəkilir, festival turu keçir, amma öz ölkəsində lazımı səviyyədə təqdim olunmur. Nəticədə, kino “öz tamaşaçısını tanımır”, tamaşaçı da kinonu.

Müasir Azərbaycan kinosunda ssenari problemi də açıq gördür. Texniki keyfiyyət artıb, amma dramatik konflikt, dialoq mədəniyyəti və obraz dərinliyi hər zaman bu səviyyəyə uyğun gəlmir. Keçmiş filmlərin replikalarının yadda qalmasının səbəbi onların süni yox, həyatdan götürülməsi idi. Bu kontekstdə serial məsələsinə toxunmamaq mümkün deyil. Bu gün seriallar geniş auditoriyaya təsir edən əsas vizual məhsuldu. Təəssüf ki, Azərbaycan seriallarının böyük hissəsi səviyyə, dramaturgiya və aktyor oyununu baxımından ciddi tənqid olunur. Süni konfliktlər, zəif dialoqlar, eyni tip rollar və tez-bazar istehsal kino mədəniyyətinə də mənfi təsir göstərir.

Bununla belə, müsbət tendensiyalar da var. Son illər tarixi mövzulara marağın artması diqqət çəkir. Bu baxımdan “Tağıyev” filmi xüsusi qeyd olunmalıdır. Film təkəcə Hacı Zeynalabdin Tağıyevin bioqrafiyası deyil, bütövlükdə bir dövrün, maarifçilik ideyasının, milli burjuaziyannın formalaşmasını ekrana təsviridir. Əgər film tamaşaçı ilə düzgün dildə danışa, pafosdan çox insan taleyinə fokuslana bilsə, bu, kütləvi maraq baxımından ciddi addım ola bilər. Çünki tarix tamaşaçı üçün yalnız fakt deyil, emosional yaddaşdır.

Problem aktyor seçimi, ssenari dərinliyi və tamaşaçı ilə ünsiyyətin itməsindəndir. Azərbaycan kinosunun gələcək uğuru texnikadan çox, yenidən insan hekayəsinə qayıdırdan, səmimiyyətdən və milli yaddaşla müasir düşüncənin balansından asılıdır. Keçmiş filmlər yadda qalıbsa, bu nostalji deyil, sənət və tamaşaçı arasında qurulmuş doğru münasibətin göstəricisidir.

Prodüser və rejissor Orxan Mərdan qeyd edir ki, o dövrdə milli kontentə ehtiyac ələ səviyyədə idi ki, yerli istehsalçılar bir-birlərinə qarşı xəsislik etmədən layihələri bölüşür, dəstəkləyir, filmlərin mümkün qədər geniş auditoriyaya çatmasını istəyirdilər:

– Bu proses açıq şəkildə razılaşdırılmış bir mexanizm deyildi. Daha çox köntüllü şəkildə formalaşan, bir növ “el birliyi” ilə həyata keçirilən reklam və təbliğat idi. Hamı eyni məqsədə xidmət edirdi: milli kinonun ayaqda qalması və tamaşaçıya çatması. Zaman keçdikcə bu səhnədən pul qazanmaq üçün təbii olaraq rəqəbat artırdı.

Bu mərhələdən sonra filmlər tədricən bir-birinə bənzəməyə başladı. Janr etibarilə oxşar işlər ortaya çıxdı, eyni tip hekayələr, eyni tip aktyorlar təkrarlardı. Tamaşaçı sadəcə eyni aktyorları eyni süjetlərdə görməkdən yoruldu və maraq azalmağa başladı. Beləliklə, proses getdikcə daha çox biznesə, daha çox gəlir yönümlü sahəyə çevrildi. Bu isə istər-istəməz münasibətlərin sərtləşməsinə, rəqəbatın daha aqressiv formalar almasına gətirib çıxardı.

Digər səbəb isə bilet qiymətləridir. Əvvəllər 3–5–7 manata olan biletlər bu gün 10 manatdan başlayır və daha yuxarıdır. Digər bölgələrimizdə də kinoteatrlar fəaliyyət göstərsə, qiymət münasib olma tələbat da artar. Bu gün sıradan bir filmi belə reklam etmək üçün bəzən filmin öz büdcəsinə yaxın, hətta onun qədər piar vəsaitinə ehtiyac yaranır. Reklam məsələsi fərdi yanaşma tələb edir. Burada janrın öz tələbləri var və ümumilikdə istehsalçının layihəyə nə dərəcədə inanıb-inanmaması çox şeyi müəyyənləyir. Əgər layihəyə inanırsa, reklam büdcəsi daha geniş və iddialı olur, əgər inanmırsa, reklam daha minimal, sadəcə, tanıtım xarakterli şəkildə aparılır. Alternativ janrda, rezonans yaradacaq güclü və səbəbli hekayə yoxdursa, reklam üçün çox böyük vəsait lazımdır. Əgər orta statistik bir hekayə varsa, yəni tamaşaçıya sadəcə “adı satmaq” istəyirsənsə, məqsəd ilk 20–30–50 min tamaşaçını kinoteatra cəlb etməkdir.

Amma əgər bəddən böyükdürsə, hekayənin orijinaldırsa bəzi hallarda film özü-özünü də reklam edir. Belə vəziyyətdə çox böyük reklam xərclərinə ehtiyac qalmır.

İndiki situasiyada isə kinoteatrların sayı, tamaşaçı potensialı və real tələbat əvvəlcədən bəllidir. Reklam büdcəsi də bu rəqəmlərə uyğun şəkildə formalaşdırılır və məhədd xərclənir. Ortaya çıxan nəticə, təəssüf ki, bugünkü şəraitdə çox da ürəkaçan olmur. Açıq desək, bu günə qədər ələ bir festival nəticəmiiz olmayıb ki, kütləvi marağa ciddi təkan versin. Yəni əgər Azərbaycanın hansısa filmi Kann, Oskar kimi daha populyar və nüfuzlu festivallarda real natca əldə etsə, o zaman tamaşaçı da avtomatik maraq göstərəcəkdir. Çünki bu artıq mexaniki şəkildə kütləviləşən piara çevrilir və milli qürur məsələsi kimi qəbul olunur. İnsanlar istəyir ki, o filmə maraqlansın, ona baxsın.

Amma indiki vəziyyətdə filmlərimiz daha çox orta səviyyəli festivallarda iştirak edir və əsasən “getdik, qatıldıq” xarakterli daşıyır. Bu isə tamaşaçıda “gedim o filmə baxım” effekti yaratmır. Üstəlik, nəzərə alsaq ki, hamın filmlərin böyük əksəriyyəti qısametrajlıdır. Qısametrajlı film əgər festivaldan kənar xüsusi nümayiş yoxdursa, ümumiyyətlə kütləvi xarakter daşıyır. Çünki onun əsas auditoriyası kinoteatr tamaşaçısı deyil.

Sözümüzlənin canı budur ki, kino xalqın ömür boyu yaddaşında daşıyacaq səmimiyyət dilini çəkilməlidir. Əgər sənətkar öz elinin düni, dərindən unudubsa, ön möhtəşəm mükəfatlar belə o boş qalan kinoteatr zallarının soyuqluğunu isidə bilməyəcəkdir.

Hazırladı: Fidan ƏLİYEV

XX