

AIRBRUSH

W REKLAMIE

Pragniemy Państwu zaproponować rozmowę z poznańskim plastykiem Andrzejem Karpińskim, który z pasją propaguje i maluje techniką airbrush. Od ponad dziesięciu lat w swojej pracowni projektuje i maluje obrazy airbrush, umieszczane głównie na karoseriach pojazdów. Te robiące olbrzymie wrażenie malowidła są wykonywane na najwyższym poziomie artystycznym i technologicznym. Z powodzeniem konkurują a nierzadko przewyższają swym poziomem prace innych pracowni airbrush spoza granic kraju.

Krzysztof Gierszewski: *Skąd wzięła się u Pana dosyć niezwykła jak na polskie warunki pasja malowania pojazdów?*
Andrzej Karpiński: W latach 80-tych pracowałem w Teatrze Wielkim w Poznaniu. Podczas realizacji obrazów scenograficznych poznałem technikę malarstwa natryskowego. Postanowiłem wprowadzić tę technikę do mojej pracy artystycznej. Podczas pobytu w Niemczech, nad Jeziorem Bodeńskim w latach 90-tych trafiłem do lakierni specjalizującej się w wykonywaniu reklam i obrazów na autobusach, ciężarówkach, jachtach itp. w technice airbrush. Znałem już tę technikę z teatru w Poznaniu, ale stosowane tu narzędzia i materiały były dla mnie czymś nowym. Pojazd jako nośnik malarstwa zafascynował mnie pierwszy raz właśnie tam. To jest rzeczywiście praca dla ludzi z pasją. Trzeba lubić to charakterystyczne „pst, psst” wydobywające się z aerografu. Dlatego twierdzę, że malowanie pojazdów jest niezwykle.



KG: „Airbrush” to słowo, które nie wszyscy kojarzą z techniką lakierniczą. W jaki sposób ono funkcjonuje w „branży” i czy ma ono swój polski odpowiednik?

AK: W dosłownym tłumaczeniu „airbrush” to pędzel powietrzny a więc aerograf lub w zależności od potrzeby duży pistolet natryskowy. Każda farba i podłoże mogą być użyte w tej technice. W przypadku karoserii samochodowych stosuje technikę lakierniczą i to nie tę od „Syrenek” lecz najwyższej klasy opracowanie części lub całej karoserii. W branży reklamowej airbrush kojarzy się z ręcznym wykonywaniem obrazów komercyjnych na różnych podłożach na najwyższym poziomie. Nawet duże agencje reklamowe chętnie korzystają z tego rodzaju usług mimo, że są nastawione na reklamę masową, powielaną maszynowo i duży zysk. Powód? - podkreślenie prestiżu klienta reklamą niepowtarzalną. W innych krajach jest podobnie, airbrush wykonywany przez małe ale renomowane pracownie jest częścią realizacji dużych kampanii reklamowych.



KG: Czy może Pan zdradzić kilka szczegółów z warsztatowej „kuchni”? Na czym polega technologia „airbrush”?

AK: Pieniąście lat temu, kiedy otwierałem prawdopodobnie pierwszą w Polsce pracownię airbrush, unikałbym odpowiedzi na takie pytanie. Strzegłem tajemnicy zawodowej przywiezionej z Jeziora Bodeńskiego. Wiedza dotycząca malarstwa na karoseriach samochodowych była nieznana i nie do zdobycia w naszym kraju. Dziś większość niezbędnych narzędzi,

materiałów i literatury można bez problemów kupić w każdym dużym mieście. Ale do rzeczy; większość tradycyjnych przyborów malarskich zostawia ślad (krawędź i fakturę). W technice airbrush podstawowym narzędziem pracy jest aerograf oraz przybory do wycinania jednorazowych szablonów. Aerograf to jest jedyne urządzenie potrafiące tak równomiernie i tak miękko rozprowadzać farbę. Do pistoletów używam głównie lakierów akrylowych i całą gamę profesjonalnych podkładów. Szczególnie dużo uwagi poświęcam dobremu zaprojektowaniu wyglądu pojazdu. Wykonuję osobny projekt na każdy pojazd uwzględniając klamki, zawiasy, wietrzniki i wloty powietrza. Projekt uwzględnia również wszelkiego rodzaju nadbudówki oraz elementy gęsto nitowane. Karoseria samochodowa to nie kartka papieru to bryła w kilku strukturach. Airbrush na samochodach daje również możliwość stosowania lakierów metalicznych lub perłowych. Uważam, że moje realizacje robią największe wrażenie w bezpośrednim kontakcie z pojazdem.



KG: Nie jest to raczej tania usługa. Co przemawia za tym, że klienci, właściciele autobusów turystycznych, samochodów dostawczych mogą się nią zainteresować?

AK: Cena usługi jest rzeczą względną. Na przykład autobus turystyczny nie jest kupowany na dwa lub trzy lata. Długi czas eksploatacji pojazdu wymaga zastosowania trwałej techniki reklamowej. Do takiej należy airbrush wykonywany lakierami samochodowymi. Stosowane materiały i technika



gwarantują wieloletnią trwałość i umożliwiają łatwe utrzymanie pojazdu w czystości. Kolorystyka i intensywność barw są niezmiennie. Airbrush jako technika trwała daje możliwość zawarcia odrębnej umowy ubezpieczeniowej. Wszelkie koszty naprawy uszkodzonej reklamy w trakcie eksploatacji pojazdu pokrywa się z ubezpieczenia. Czyż nie jest to interesujące? Tradycyjne techniki nakładania reklam są opracowane tak, aby można było je ciągle wymieniać, gdyż wymaga tego strategia walki o klienta. Nie są to techniki trwałe. Są jednak kampanie reklamowe przewidujące długotermałe ekspozycje. Firma kojarzy się wtedy klientom z prestiżem i stabilnością. Nie widzę powodu, dla którego na przykład biuro podróży miałoby raz w roku zmieniać wygląd swoich pojazdów. W przypadku airbrush stosunek ceny usługi do możliwości czasu jej eksploatacji

wypada korzystnie cenowo. W takim samym czasie można wykonać kilkanaście kilkumiesięcznych ekspozycji reklamy tradycyjnej i okaże się po latach, że airbrush nie jest tak drogi. Najważniejsze jest aby zachować proporcje! W końcu klient kontaktuje się z firmą również poprzez jej samochód dostawczy. A turysta zaczyna swój wypoczynek wsiadając do atrakcyjnego autobusu. Pozytywny wizerunek firmy kształtują także jej środki transportu i ich wygląd. Samochód to też narzędzie pracy.



KG: Co może Pan jeszcze przekazać naszym czytelnikom?

AK: W walce o klienta wszystkie środki są dobre jeśli są skuteczne. Żyjemy w kulturze obrazkowej. Człowiek komunikuje się dziś ze światem zewnętrznym w 90% wzrokowo. Oczekiwanie, kontakt, wspomnienie i chłodna kalkulacja towarzyszą nam każdego dnia przy podejmowaniu różnych decyzji. Airbrush na samochodzie firmowym nie gwarantuje sukcesu ale na pewno jest szokujący wzrokowo nawet dla tych „mniej wrażliwych”. Podsumowując; jest to dobra inwestycja o walorach estetycznych, marketingowych i co najważniejsze ekonomicznej bo zwraca się w postaci zachwyconych klientów.



KG: Czy nasi czytelnicy po lekturze rozmowy z Panem będą mogli rozpocząć własną przygodę z aerografem?

AK: Mam nadzieję, że ta rozmowa będzie ciekawym wstępem. Jak w każdym rzemiośle ćwiczenie czyni mistrzem. Temat, który przekazujemy właśnie czytelnikom powinien być wystarczającą zachętą do rozpoczęcia pracy z aerografem. Dla jednych może to być ciekawe hobby dla innych nawet pomysł na własną firmę. Mnie się udało. Nie zapomnijmy jednak, że airbrush jest przede wszystkim malarstwem. Zdolności plastyczne determinują sens jego uprawiania.

KG: Plany na przyszłość?

AK: W przyszłym roku planuję napisanie książki „Airbrush na pojazdach”. Będzie to bogato ilustrowane i fachowo opracowane wydawnictwo na temat sztuki malowania techniką airbrush i technologii.

KG: Dziękujemy za rozmowę.



AIRBRUSH & DESIGN - KARPIŃSKI
 SPECJALISTYCZNA PRACOWNIA REKLAM NA POJAZDACH
 od 1991 roku



Andrzej Karpiński otworzył swoją poznańską pracownię airbrush w roku 1991. Wykształcenie plastyczne oraz kilkuletnia praktyka w pracowni Teatru Wielkiego w Poznaniu zapoczątkowały fascynację malowaniem pistoletem natryskowym. Połączenie malarstwa artystycznego z technologią lakierniczą zaowocowało wykonywaniem prac na coraz wyższym poziomie. Po kilku latach praktyki w Niemczech i w Polsce Andrzej Karpiński wyspecjalizował się w wykonywaniu obrazów reklamowych głównie na karoseriach pojazdów. Prace autora wystawiane były w Polsce i w Niemczech na wielu wystawach targowych i reklamowych. Z pracownią Andrzeja Karpińskiego współpracują poważne agencje reklamowe, kreatywne działy sprzedaży samochodów dostawczych oraz firmy spedycyjne i przewozowe. Pracownię odwiedzają również fani motoryzacji i hobbyści. Właściciele pojazdów specjalistycznych i bardzo nietypowych. Wszyscy, którzy chcą być oryginalni.



60-185 Skórzewo ul. Morawa 23
 www.airbrush.com.pl tel. 0 61 8143544