

Vilmantas Dambrauskas

Šiuolaikinis Lietuvos plakatas gyvuoja įvairiose srityse-komercinėje, socialinėje sferoje, kultūroje, politikoje. Su juo susiduriame kasdien, vos išėję iš namų. Plakatų laikas – trumpas: nuo užsakymo iki renginio. Tačiau gavusieji deramą išsilavinimą ir pasirengimą plakatą geba paversi meno kūrinium, turinčiu savo tikslinę paskirtį ir savo auditoriją. Jis gali būti tik reklamos dalis, bet gali būti ir atskiras aukšto lygio taikomosios dailės kūrinys. Viskas priklauso nuo tikslo, bet dar dažniau-nuo kūrėjo...

Apie plakatą kalbame su šiauliečiu dailininku, dizaineriu, fotografu, knygų maketų autoriumi, Šiaulių universiteto Piešimo katedros dėstytoju VILMANTU DAMBRAUSKU.

Ar plakatas vis dar turi autonomiško kūrinio statusą? Kas tau yra plakatas: kūrinys ar reklaminės strategijos dalis?

Plakatas - taikomojo meno kūrinys. Jis neatsiranda be preteksto. Turi būti renginys, įvykis, paroda, į kurį kvies sukurtas plakatas. Jei plakatas naudojamas kaip lauko reklama, jis, be abejo, - reklaminės strategijos dalis. Teko nemažai dirbti su reklamos agentūromis. Įvaizdžio kampanijoms kūriau plakatų serijas, kad kuo daugiau ištiražautos informacijos pasiektų tikslinį vartotoją. Ar projektuoji 10X6 metrų stendą, ar etiketę degtukų dėžutei - tikslas tas pats: informatyvumas ir geras dizainas.

Kiek plakatas tau yra kūrybinė saviraiška?

Esu surengęs dvi šiauliečių plakatų kūrėjų parodas. Man labiau patinka terminas „afiša“. Jis tikslesnis. Be to, turi savitą aurą. Ypač kalbant apie poligrafinį plakatą. Plakatas nebūna vien autoriaus kūrybinė saviraiška. Tenka sutalpinti visą tekstinę informaciją, kurios, kaip taisyklė, būna per daug. Ne visi užsakovai sugeba ją teisingai dozuoti. Būtų žymiai patogiau skaityti informaciją apie renginyje dalyvaujančius atlikėjus ne palinkus prie skelbimų lentos, o patogiai įsitaisius prie savo kompiuterio. Plakate turi atsispindėti tik esminė informacija, o išsamesnis pristatymas gali būti pateikiamas internetinėje nuorodoje.

Sudėtingas uždavinys kiekvienam plakato kūrėjui-informacijos apie renginio rėmėjus pateikimas. Dauguma rėmėjų nori, kad jų logotipas būtų didžiausias ir ryškiausias. Jei rėmėjai supratingi, jiems užtenka ir tekstinio jų įmonės paminėjimo. Deja, kuriant plakatus dideliems renginiams, kuriuose daug rėmėjų, neišvengiamai susidursi su įmonių-rėmėjų logotipų gausa. Tada už gerą vaizdą reikia pakovoti.

Koks yra geras plakatas? Ar įmanoma tai lengvai įvardinti?

Geras plakatas tas, kuris sugeba sustabdyti praeivį, priverčia jį atsisukti, priėti arčiau ir perskaityti informaciją apie būsimą renginį. Plakatas visada turi konkurentų. Jis „kabo“

prisegtas lentoje arba užklijuotas ant skelbimų stulpo kartu su kitais, pretenduojančiais į mūsų dėmesį. Plakato funkcija – atvesti lankytoją, žiūrovą iki durų. Sudominti, pranešti renginio pobūdį, vietą ir laiką. Paties renginio, kultūrinio vyksmo sėkmei jis įtakos nebeturi. Nėra lengva dabartiniame informacijos pertekliuje sustabdyti skubantį pro šalį. Plakatas paveikus tik kelias sekundes. Jei jis nesudomina praeivio savo menine išraiška, kompozicija, spalvine plastika – jis „nesuveikia“, pro jį tiesiog praeinama. Žmogaus smegenys „ginasi“ nuo visokių informacinių atakų. Be profesionalios, talentingai sukurtos informacinės-reklaminės medžiagos, mus pastoviai atakuoja neįtikėtina žemo lygio produkcija. Prisiminkite savo pašto dėžučių turinį. Elementarių žinių neturėjimas, nemokšiškas, beskonybė tampa norma. Užsakovai nesugeba įvertinti, o tuo naudojasi neaišku kur ir kokius mokslus krintę dizaineriai. Gaila.

Iš ko kuri plakatą? Nuo ko pradėti?

Dažniausiai, sužinojęs užduotį, temą, jau turiu viziją, koks plakatas turi būti. Pirminė mintis man svarbi. Smagu, kai nevaržo atlikimo technika. Įgyvendinu idėją naudodamas fotografiją, grafiką, tapybą. Nesvarbu kiek darbo įdėsiu, svarbu, ką sukursiu. Žinau, kad plakatas turi būti informatyvus, atraktyvus, ryškus, lakoniškas ir... dvasingas. Nors to ir nereikalauja užsakovas. Esu profesionalas – pats sau keliu reikalavimus.

Ar turi mėgstamiausių savo darbų?

Turiu. Kiekviena afiša turi savo sukūrimo istoriją, primena bendravimą su užsakovais ar autoriais. Smagu, kad prigijo sumanymas naudoti menininkų portretus jų parodų plakatams. Atsirado galimybė pristatyti patį kūrėją, o ne tik jo darbo reprodukciją. Darbai tegu kabo ant galerijos sienų, o į parodą te kviečia pats autorius, kreipdamasis į jus iš afišos. Patinka darbai, susiję su Šiauliais. Vienodų renginių nebūna. Kartotis negali.

Plakato meninė kokybė neretai priklauso nuo užsakovų reikalavimų, skonio bei vertybinių nuostatų. Kaip tau sekasi su tuo tvarkytis? Ar visi užsakovai duoda absoliučią laisvę kurti?

Taip. Užsakovas yra labai svarbus. Nuo jo kompetencijos, pasitikėjimo ir pagarbos autoriui priklauso, koks plakatas išvys dienos šviesą. Visada visi „turi nuomonę“ apie plakatą, jo grafikinį dizainą, logotipus. Jei imsi koreguoti pagal užsakovo norus - projektas tik silpnės, kol uždus visai. Su tuo susiduria visi pradedantieji dizaineriai. Ir patyrę nėra apsaugoti nuo užsakovo noro „pakurti“. Tačiau įdirbis ir patirtis visgi leidžia lengviau siekti kūrybinių tikslų. Kur kas lengviau, kai turi nemenką sukurtų afišų archyvą (portfolio). Tuomet pagal dizainerio kūrybinę retrospektyvą užsakovas gali įvertinti jo kūrybinį mąstymą ir matymą ir nuspręsti, rinktis jį ar ne.

Kokias afišas tau įdomiausia kurti? Kokias norėtum kurti?

Vienareikšmiškai-teatro spektakliams. Teatras-visada magija.

Ar bandei kada skaičiuoti, kiek afišų esi sukūręs.

Tikrai ne, neskaičiavau. Gal kokie trys šimtai. Internetinėje erdvėje galima aptikti apie 150, tad tegul tiek ir būna.

VILMANTAS DAMBRAUSKAS

Gimė 1963 12 31 Šiauliuose.

1982–1989 dizaino studijos Vilniaus dailės institute (dabar VDA).

1990–2010 darbas su įvairiomis dizaino firmomis.

Laisvai samdomas dizaineris, kūrybinis direktorius, fotografas.

Nuo 1998 Šiaulių universiteto Menų fakulteto Dailės katedros dėstytojas.

Docentas. Dėstomi dalykai – grafinis dizainas, tipografija, fotografija.

1990–2013 autorinės fotografijos, tapybos, kompiuterinės grafikos parodas

Suomijoje, Prancūzijoje, Latvijoje, Baltarusijoje, Lietuvoje.

1997 knyga „Firmų ženklai ir logotipai“.

2009 knyga “Apie reklamą prie kavos puodelio“.

1991 Lietuvos dizainerių sąjungos narys.

Parengė Birutė Skaisgiriene