

Искатель креатива

Гомбо Зориктуев — один из ярких представителей иркутской дизайнерской тусовки, придумавший фирменный стиль для многих региональных и даже столичных компаний.

По его словам, профессия дизайнера сейчас особенно востребована потому, что многие компании проводят ребрендинг. Впрочем, растёт и число клиентов, которые просят разработать для них фирменный стиль.

Гомбо живёт и творит по законам буддийской философии, главным из которых считает то, что нужно принимать всё, что с тобой происходит. О том, как идут поиски креатива, в каких условиях лучше всего работается и часто ли клиент знает, чего хочет, дизайнер, на визитной карточке которого значится одно слово «Gombo», рассказал нашему корреспонденту ЕЛЕНЕ ЛИСОВСКОЙ.

Шарон Стоун в молодости

— Это моя секретарша, я её люблю потому, что она всё время молчит, — Гомбо оборачивается к чёрно-белой фотографии, которая занимает довольно большое пространство над могучей фигурой дизайнера. На фото — великолепно сложенная обнажённая блондинка, закрыв глаза, томно раскинулась на диване. — Это Шарон Стоун в молодости. Фотография сделана Хельмутом Ньютоном, он снял много знаменитостей, — продолжает Гомбо и показывает папку с подборкой работ, от-снятых Евгением Столяровым на выставке мэтра в Москве. — Фотографию Шарон мы отсканировали из книги Хельмута Ньютона, которую я взял у Сергея Шергина (иркутский дизайнер), обработали и распечатали. В офис приходит много людей разного возраста, многие относятся к фотографии довольно неоднозначно, но резкого отторжения ни у кого не было.

Путь к собственному офису и получившему известность имени для нашего собеседника начался сразу после перестройки, когда понятие «дизайнер» ещё не было в ходу.

— Мы все были художниками-оформителями, — вспоминает Гомбо. — Рисовали плакаты и Ленина... Я начинал театральным художником в драматическом театре в Иркутске, оформлял афиши. Потом были вывески для открывавшихся видеосалонов. Работая в газете «Советская молодёжь», выиграл конкурс на лучший фирменный стиль Иркутского биржевого союза, в качестве вознаграждения получил сумму, раз в пять превышающую мою зарплату. Понимание того, что создание фирменного стиля может стать моей профессией, произошло, когда работал художником в рекламном агентстве «Весь Иркутск». Тогда на меня посыпались коммерческие заказы.

Одним из своих учителей Гомбо считает отца — известного в Улан-Удэ художника-графика Валерия Зориктуева, который приобщил его к культуре хорошего журнала. «Многому я научился благодаря немецким журналам. Ещё были хорошие журналы «Чешское фото», «Фото-ревю», — отметил наш собеседник.

— Помните ваш самый необычный заказ?

— Нелли Матханова написала пьесу про американца по фамилии Склочини, который влюбился в иркутянку, переехал сюда жить и построил дом в Глазковском предместье. Пьеса называлась «Из Америки с любовью», её поставили в России, а потом повезли в Америку. Я делал афиши и программы для гастролей, помогал художник Антон Лодянов.

Первые зарубежные гастроли Гомбо оценили — потом были хорошие отзывы.

— Часто используете национальную эстетику в работе?

— Нет, если не стоит такая задача. В нынешнем году использовал, когда мой знакомый ездил в Москву на туристическую выставку, он рекламировал услуги катера. Я ему делал большой выставочный баннер, для которого использовал фото Артура Абагына (фотохудожник с острова Ольхон. — «Конкурент».) Он сделал блестящие фото Байкала и шамана. За этот год — единственный случай использования национальной идеи.

Апгрейд мозгов

— Я не являюсь поклонником жёсткого графика: иногда я прихожу на работу к 8.00, а иногда беру ноутбук, еду на дачу, которая находится на Байкальском тракте, который мы с друзьями в шутку называем Рублёвкой, и там работаю, потягивая виски. Хотя там не всегда удаётся поработать — на даче происходит апгрейд мозгов. Там классно и ни о чём не хочется думать. Если что-то не успеваю, могу и дома после работы подумать над заказом.

Гомбо не смог выделить часть суток, когда ему работается особенно продуктивно. Иногда хорошие идеи приходят перед сном. И он их срочно записывает — чтобы к утру не забыть.

— Как возникает идея логотипа?

— Дизайнер, как и любой человек, который занимается визуальными образами, должен быть любопытным. Если у человека правильная речь, значит, он начитанный. В дизайне — чем больше он на-глядывает, тем лучше у него развивается воображение.

— А где вы наглядываете? Фильмы смотрите, на вывески внимание обращаете, каталоги листаете?

— Да. Ещё общение с друзьями помогает. Бывает, от них столько всего интересного нахватываешься.

— Здесь, я понимаю, запечатлён рабочий процесс, — показываю на доску, где маркерами написано: «старые тапочки», «совхоз», «PROпаганда», «родная речь».

— Когда в голове всплывает интересная идея, я её записываю, чтобы не забыть. Запись болтается перед глазами до тех пор, пока не придёт её час. «Старые тапочки», к примеру, уже с полгода висят. А на другой доске написано: «плесните колдовства». Когда-нибудь пригодится.

— Насколько часто клиенты могут чётко сформулировать, что бы они хотели получить?

— Редко, обычно я помогаю клиентам увидеть то, чего они не видят. Хотя в последнее время больше тех, кто знает, чего хочет. Люди стали выезжать за границу, воспитываются визуально. Но многих до сих пор креативные вещи шокируют.

— Например?

— Помню, в одной иркутской галерее мы организовывали вечеринку, которую назвали «Чернозём». Многие не понимали, почему появилось такое название, приходилось объяснять, что чернозём — благодатная почва для идей, мыслей, поступков.

Пример креатива дизайнера — его визитная карточка. На белой бумаге рельефно прорисовано только одно слово — «Gombo». Свои координаты Гомбо при желании пишет от руки.

— Однажды вы сказали, что клиент обычно не прав. Вы и сейчас так думаете?

— Сначала всегда кажется, что клиент всегда не прав. Но бывает, проходит энное количество времени, и понимаешь, что это ты был не прав. Но такое случается крайне редко. Чаще не прав клиент. Стоматолог должен лечить зубы, лётчик — летать, а дизайнер — делать своё дело. Хуже всего, когда клиент начинает убеждать дизайнера, что всё нужно делать по-другому. Любая закорючка имеет право на существование, у меня нет понятия «хорошая» или «плохая» работа. Один дизайнер выполняет задачу так, другой — по-другому, потому что он её иначе видит.

— Если клиент просит придумать всё в определённой цветовой гамме или определённым шрифтом, вы прислушиваетесь к просьбе?

— Обычно нет, но бывают случаи, когда не прислушаться нельзя. К примеру, люди увидели что-то в Италии, хотят иметь что-то похожее. Мне важно «поймать» образ, понять, что человек себе представляет. Работу-то я делаю не для себя, а для клиента. Поэтому мне важно, чтобы клиенту было комфортно с тем, что я сделаю.

Было время, когда заказчики вообще не принимали красный цвет, как раз после «перестройки». До сих пор многие не понимают коричневый, а про чёрный говорят, что он траурный. Хотя его с таким же успехом можно назвать торжественным.

— Вы востребованы за пределами региона?

— У меня есть заказчики и из Москвы. Недавно я делал логотип для сети столичных магазинов «Хобби и ты». Это что-то вроде «Сделай сам».

В общей сложности в месяц я делаю от трёх до пяти различных проектов. Бывает, что меня просят придумать что-то необычное. Недавно ребята из компании, которая продаёт аукционные автомобили из Европы, попросили спроектировать стол. Я спроектировал. Стол называется Ferrari, он — фирменного красного цвета. Форма необычная, у него есть столешница, но нет ножек.

Иногда люди хотят, чтобы я придумал название для проекта. Часто просят о разработке фирменного стиля и бренда. Сейчас таких заказов особенно много, потому что почти повсеместно идёт процесс обновления, редизайна.

— Кстати, считаете ли вы успешным ребрендинг «Билайна» и «МТС»?

— В «Билайне» ребята поработали отлично над креативными роликами и образами. Новый образ «МТС» я понял сразу. Интересный образ придуман для Tele2, помните ролик со словами: «Что за народ — возьмут вещь и даже не заплатят»? Образ гангстера тоже неплох. Mercedes делал редизайн раза три, BMW, Alfa Romeo и Ford — раза четыре. Фирменный стиль марок в целом не менялся — оттачивались детали. У «Форда» менялось написание буквы «F», у Mercedes значок становился толще. Некоторые люди смотрят и не могут понять, что изменилось. В этом и заключается смысл ребрендинга — не менять бренд, а добавлять новые штрихи.

Вообще обновление периодически нужно делать всем компаниям.

— Как часто?

— Зависит от того, чем занимается компания, но не чаще, чем раз в пять лет. Многим компаниям полезно менять дизайн, потому что любое обновление вызывает интерес и показывает, что компания не стоит на месте.

— Каким иркутским компаниям не мешает ребрендинг?

— Многим. Не только компаниям, но и, к примеру, гостиницам.

Дизайнеры неоднократно пытались внести свою лепту в ребрендинг Иркутска. Гомбо с коллегами предлагали новую форму театральных тумб и телефонных будок. Однако креативные разработки иркутяне так и не увидели.

— Многие дизайнеры просто не верят в то, что власти повернутся к ним, — отмечает наш собеседник. — Попытки что-то предложить натываются на непонимание структур, которые занимаются согласованием. На это уходит слишком много времени и сил.

— Кажется ли вам оправданной идея установки памятника бабру в сквере Кирова?

— Дело в том, что никто не знает, как должен выглядеть этот самый бабр, а до нас его изображение дошло уже искажённым. Да и вид-то у него не очень-то симпатичный. Мы живём в классном месте, было бы хорошо украсить его памятниками Старику Байкалу или Красавице Ангаре. А то у нас большая часть памятников посвящена вождям.

— А памятник Вампилову?

— Слава Богу, что он появился. Хорошо, что поставили памятник Жукову. Подобных памятников должно быть больше, город от этого только выиграет.

Дизайнер-буддист

Гомбо утверждает, что он счастливый человек. Во многом благодаря тому, что хобби приносит ему доход. Самое главное — он никогда не устаёт от своей работы. Вне зависимости от наличия свободного времени он с удовольствием совершенно бесплатно помогает друзьям.

— Особенно приятно этим заниматься, если речь идёт о свадьбах. Одна пара познакомилась на сплаве. Им я

оформлял обложку для диска со свадебными фото-графиями. Сделал её в морской тематике и написал: «Мы бросили якоря». Для других на приглашениях на свадьбу нарисовал велосипед и сделал надпись «Теперь у нас одна дорога». Для третьих... Помните, в сказке «Чиполлино» есть Вишенки? Я изобразил жениха и невесту в виде вишенки и написал: «Мы созрели».

— Насколько дизайнеру сложно организовать своё личное пространство?

— Это просто невозможно. Всем этим у меня занимается супруга Лариса.

— Она тоже дизайнер?

— Она воспитывает детей. У нас трое детей. Старший, Стас, уже на третьем курсе, он учится на факультете «Международное право» ИГУ. Будет он юристом или нет, я не знаю, но фундаментальное образование получит. Среднему, Тумэну, 13 лет, дочери Алтане будет полтора года. Получается, что со старшим сыном у дочки разница 18 лет.

— Склонность к дизайну у старшего сына как-то проявляется?

— Конечно. Ведь весь творческий процесс происходит на глазах у детей и жены. Все привыкли, что я что-то придумываю дома. Я иногда даже объявляю среди домашних конкурсов на лучшее название.

— Во время общения с вами у меня сложилось впечатление, что вы — буддист. Это так?

— Да. Хотя в принципе ко всем религиям отношусь лояльно.

Буддисту Гомбо принадлежит идея проекта часовни, которая находится напротив здания администрации Иркутской области. Однажды к нему обратился один из советников губернатора Бориса Говорина и попросил придумать объект, который можно будет разместить напротив «серого дома». Было решено построить часовню. Дизайнер создал два проекта, после него работали архитекторы. Для самого мастера просьба стала неожиданностью: «Я же буддист, а не православный». Предложение удивило Гомбо, но он от него не отказался.

— Какой из принципов буддизма вам особенно близок?

— Принимать всё, что с тобой происходит.

— Считаете ли вы себя богатым человеком?

— Если имеется в виду финансовое положение, думаю, найдётся мало людей, которые считают себя богатыми. Если говорить о других ценностях, безусловно, я богат — друзьями, интересной работой. У меня хорошая семья, красивые дети...

— Удаётся ли вам выделить время для отдыха и путешествий?

— В начале октября я собираюсь поехать на «Формулу 1» в Шанхай. Я вообще туда не планировал ехать — как-то ко мне в офис приехал хороший знакомый, который уже был на гонках, и рассказал, как там интересно. Я подумал: почему бы не съездить? Хотя в гонках ничего не понимаю, я их только по телевизору смотрел. Но мне интересно побывать именно в Шанхае, где находится одна из лучших трасс в мире. Планирую привезти оттуда много фотографий. Даже хочу приобрести новый объектив для своего цифрового фотоаппарата.

Как выяснилось, фотография — одно из увлечений Гомбо. Увидев фотоаппарат Евгения Козырева, дизайнер сразу проявил интерес к технике. Интересовался профессиональными параметрами и советовался по покупке нового объектива. «Было время, когда я фото-графировал на «Зенит», но это было непрофессионально. А потом, когда появилась хорошая «цифра», я купил себе фотоаппарат, — рассказывает наш собеседник. — В общем, нужно делать всё, что интересно».

Впрочем, уже через минуту мы узнали, что Гомбо может не только снимать, но и писать тексты для изданий. Он планирует подготовить фоторепортаж и материал по «Формуле 1» для одного из глянцевого автомобильных журналов.

— Ещё у меня есть мечта — хоть раз посмотреть корриду и посетить Тибет. А вообще отдыхать я люблю в комфортных условиях. Когда я на лошадях ходил на Шумаки, я проклял всё на свете. Так было неудобно. Я до сих пор не понимаю, как люди туда пешком ходят. Мне там очень понравилось. Думаю, что каждому там нужно

побывать. Самым зрелищным в моём путешествии было то, как лошади спускались с перевала, — здорово смотрится. В городе такого не увидишь!

Биографическая справка

Зорик тув Гомбо Валерьевич родился 23 июня 1966 года в Улан-Удэ в семье художника-графика. После окончания школы в 1982 году поступил в технологический институт в Бурятии, через год устроился работать слесарем по мостовым кранам на ремонтно-вагонный завод. В 1984 году перешёл на работу декоратором в государственный театр драмы имени Хоца Намсараева в Улан-Удэ. В 1988 году переехал в Иркутск, устроился на работу в драматический театр имени Охлопкова, где был декоратором, бутафором и рекламистом. Потом работал художником-оформителем в газете «Советская молодёжь». В 1992 году стал победителем конкурса на лучший фирменный стиль Иркутского биржевого союза, товарной биржи «Сибирский лес» (1993 год), сибирско-американского факультета БИБММ (1995 год). В 1993 году с другом Русланом Муравьёвым создал рекламное агентство «Рига-стиль». В данный момент занимается разработкой фирменного стиля, логотипов, наружной рекламы, организацией мероприятий и многим другим.

Женат, трое детей — сыновья Станислав, Тумэн и дочь Алтана.

Автор: Артур Скальский © "Конкурент" приложение к ВСП ОБЩЕСТВО, БАЙКАЛ 👁 5880 01.09.2007, 19:03
📍 158

URL: <https://babr24.com/?ADE=39621> Bytes: 15131 / 15082 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krsyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)