



Boris Ljubičić

DIZAJN KOJI TREBAMO

Dizajn kao pragmatična kreativna disciplina u svojoj izvedbenoj formi skriva koncept. Treba li koncept biti vidljiv i u kojim projektima je to ozbiljno dizajnersko pitanje. Boris Ljubičić u svojim projektima upravo varira ovu temu i o njoj komunicira s najširoom javnošću. Ponekad se koncept postavlja i kao komunikacijski kod kojemu je dorađeni grafički dizajn suvišan. Tada se događa da rad dobro komunicira, a da "dizajn" nije "profesionalan". Kada je pak dizajn profesionalan često puta koncept ostaje nevidljiv.

Tako nevidljivi koncept postoji i u dizajnu koji koncepta uopće nema !

Koncept u dizajnu je bitna odrednica kreativnosti, originalnosti i cjelovitosti svakog projekta. Prihvatimo sintagmu DIZAJN=KONCEPT. Dizajn svakodnevice kao i prošlog vremena je određena slika nas samih, koja često nije baš najbolja. Možemo li ovu sliku nas samih promijeniti i unaprijediti dizajnom ili barem redizajnom. Politika, gospodarstvo, kultura, javne komunikacije ili ukupno okruženje u Hrvatskoj i izvan nje, posebice Europa i Mediteran dio su autorovog životnog projekta, jer je to dizajn koji nasušno trebamo. Autor će svojim dugogodišnjim iskustvom i radom na nekoliko svojih projekata pojasniti ovu svoju tezu.

O autoru

Boris Ljubičić je potvrđeni istraživač na polju vizualnih komunikacija i dizajna. Njegova relevantna međunarodna reputacija je izgrađena na hrvatskim opcijama, lokalnom jeziku i kulturi koju uzdiže uz bok velikih svjetskih sila. Njegovi radovi su citati i postulati u svim kategorijama: plakat, knjiga, TV - dizajn, tipografija, vizualni identitet. Godišnje izlaže na pet do šest najprestižnijih žiriranih izložbi, a radovi mu se javljaju u stručnim knjigama, godišnjacima, časopisima i posebnim izdanjima koja određuju povijest dizajna u svijetu. Njegovi radovi su neujednačeni, izazovni i zbujujući. Kao autor s prostora tranzicije posebno se posvetio prostoru i identitetu u sportu, kulturi, gospodarstvu i politici. U potrazi za hrvatskim identitetom žrtvovao je svoju inventivnost i osobno podredio općem. Njegova međunarodna razlikovnost nije stil ili rukopis već koncept, kojim oblikuje javno mišljenje. Gotovo za sve radove se izborio putem natječaja. 2002. je pokrenuo inicijativu za oblikovanje našeg kontinenta EUROPA 2020. Predsjednik HDD-a (2003-2005) i pokretač ideje o Hrvatskom Dizajn Centru. Njegova predanost uspostavljanju i održavanju međunarodnih standarda u hrvatskom dizajnu rezultirali su mnogim međunarodnim nagradama i citiranjem u mnogim prestižnim publikacijama diljem svijeta. Jedan od najizazovnijih projekata je dizajn vizualnog identiteta Republike Hrvatske. U pitanju je posve nov koncept vizualnog identiteta tranzicijske zemlje. Gospodarstvo (turizam), mediji (HRT – Hrvatski radio i televizija), ekonomska promidžba (Zagrebački velesajam), kultura (Hrvatski leksikografski zavod), transport (Hrvatski auto klub), i ostali primjeri (ima ih više od 50), s dva izmjenična kvadrata dizajnirao je jedinstveni i lako prepoznatljivi vizualni kod Republike Hrvatske, koji je njegovom zaslugom danas dobro poznat u komunikaciji Hrvatske sa svijetom.