

INFORMACIJA
DIZAJN ZA KULTURU ŽELJKA BORČIĆA 70-ih i 80-ih
16/12/2016–16/01/2017

Autor koncepcije izložbe Marko Golub
Kustosi Marko Golub i Goran Martin Štimac
Tekstovi Marko Golub, Dejan Kršić
Suradnici Ian Borčić, Luka Borčić, Dejan Kršić
Grafički dizajn Damir Bralić, Lana Grahek
Snimanje i montaža videa Miran Krčadinac
Scenarij Marko Golub
Voditelji videointervjua Marko Golub
i Goran Martin Štimac

Hvala Ann Kramer Borčić, Sanja Bachrach Krištofić,
Sanja Rocco, Željko Kovačić, Davor Bruketa,
Ivan Antunović, Boris Ljubičić

Sponzori tiska Cerovski print boutique, Ars kopija

Izdavač Hrvatsko dizajnersko društvo
Urednik Marko Golub
ISBN 978-953-6778-23-2
CIP zapis dostupan u računalnome katalogu Nacionalne
i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem XXX

Izložbu su financijski podržali Ministarstvo kulture
Republike Hrvatske i Gradski ured za obrazovanje,
kulturu i sport Grada Zagreba. Program HDD galerije
sufinanciran je sredstvima zaklade Kultura nova.

HDD galerija / Hrvatsko dizajnersko društvo
Boškovićeva 18, Zagreb
www.dizajn.hr

Radno vrijeme galerije
pon–pet: 10–20h
subotom: 10–15h

hrvatsko
dizajnersko
društvo
HDD



Gradski ured
za obrazovanje,
kulturu i sport
Grada Zagreba



Zaklada
Kultura nova

CEROVSKI

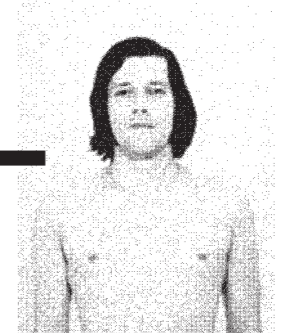


INFORMACIJA

1970 — 1990

DIZAJN ZA KULTURU

ŽELJKA BORČIĆA



DIZAJNER, UMJETNIK I NJIHOVI ODRAZI – U ORBITI 'SUPERAUTOPORTRETA' ŽELJKA BORČIĆA

Marko Golub

Ideja za ovu izložbu počela je dobivati oblik u vrijeme kad smo Goran Martin Štimac i ja krajem 2013. godine prikupljali materijale za prvu iz serije Malih monografija HDD-a posvećenu radu Željka Borčića koji do tada nisam detaljno poznao. Vezao sam ga tada, kao i mnogi drugi, većinom uz produkciju nastalu za potrebe duhanske industrije te za neke od prepoznatljivih ambalaža Kraševih i Ledovih proizvoda koji su obilježili moje djetinjstvo i mladost, što je ispočetka bilo više nego dovoljno da se zainteresiram za njegov rad. Uostalom, ta veza između dizajna i svakodnevice kroz oblikovane predmete i vizualne poruke u javnoj sferi koje čine sastavni dio naših života i jest jedno od najinspirativnijih polazišta u svakoj diskusiji o dizajnu – na koji način on oblikuje naše okruženje, navike, čežnje, strasti, razmišljanja itd. No, putem su se, jedna za drugom, otvarale i druge perspektive koje su i ovoj navedenoj polako davale dublje značenje i istovremeno nam otkrivala Željka Borčića kao neobično svestranog i kompleksnog autora čiji se opus ne može jednostavno svesti samo na njegovu dizajnersku sastavnicu, nego ga je daleko zanimljivije sagledati integralno. Ključno razdoblje u kojem se umjetnički i dizajnerski pol Borčićevog stvaralaštva intenzivno prepliću su upravo sedamdesete i, u nešto manjoj mjeri, osamdesete godine prošlog stoljeća, a središnji rad koji najsnažnije i poentira tu isprepletenost je instalacija/izložba *Prvi svjetski psihokibernetički superautoportret* predstavljena 1973. u Galeriji Studentskog centra.

Borčić se pojavljuje na hrvatskoj sceni tri godine ranije, vrativši se s boravka u Sjedinjenim Državama i završenog studija dizajna i vizualnih komunikacija na Sir George Williams

University u Montrealu. To sjevernoameričko iskustvo uvelike je odredilo njegov kasniji put — prije svega zbog stečenog formalnog dizajnerskog obrazovanja na Zapadu i kontakta sa standardima vizualnog komuniciranja u zapadnjačkoj potrošačkoj kulturi, zbog iskustva u različitim domenama arhitekture, dizajna i likovne umjetnosti, ali i usvojenog profesionalnog i osobnog svjetonazora i životnog stila. U Jugoslaviju se vratio u izuzetno povoljnom trenutku, s jedne strane nabujale potrošačke i popularne kulture, a s druge internacionalizacije umjetničke scene i njenog otvaranja eksperimentu kroz djelovanje institucija i manifestacija poput GSU, Novih tendencija, različitih sastavnica Studentskog centra, Muzičkog bijenala, GEFF-a i drugih. Prvi značajniji Borčićevi dizajnerski radovi nastaju u kontekstu privrede (preko Vjesnikove agencije za marketing), a riječ je o vizualnim identitetima, ambalažama i oglasima za brendove *Lahor* i *Zirodent* tvrtke Saponia koji već otvaraju dizajnerski možda i najvažniju liniju njegovog rada — onu u području dizajna pakiranja i vizualnog komuniciranja proizvoda kozmetičke, a nešto kasnije i prehrambene industrije (ponajprije Ledo i Kraš 80-ih). Te njegove radove odlikuje likovna i idejna čistoća, ali i suvremen vizualni jezik koji se ne iscrpljuje u dopadljivosti niti je puko prisvajanje estetskih ili tržišnih trendova. Kao zanimljiv kuriozitet vrijedi spomenuti kako je radeći za sapun Lahor surađivao s kiparom Ivanom Kožarićem, s kojim je dizajnirao i oblik sapuna.

U isto to vrijeme, 1972. godine, Borčić već priprema prvi od tri svoja najvažnija konceptualna umjetnička projekta, već spomenuti *Prvi svjetski psihokibernetički superautoportret* koji će godinu dana kasnije biti pokazan na istoimenoj izložbi u Galeriji SC. Ta je galerija, pod vodstvom Želimira Košćevića, već niz godina promovirala progresivne, nove umjetničke prakse, ali i za to vrijeme inovativne kustoske pristupe koji će tek kasnije postati standard u domaćoj sredini. Inspiracija za Borčićev *Superautoportret* dolazi iz pomalo neobičnog izvora, 60-ih vrlo utjecajnog bestsellera *Psiho-kibernetika* (1960.) američkog plastičnog kirurga i pisca Maxwella Maltza, svojevrsne preteče *self-help* literature

u današnjem smislu. Borčića, međutim, ne zanima toliko Maltzov sustav ideja za samonapredovanje koliko zamisao otklanjanja vlastitih ideja o sebi od skupa 'objektivnih' faktora koje sačinjavaju njegovu osobnost. Ovaj pristup on prenosi u kontekst umjetnosti, ponajprije autoportreta kao tradicionalnog umjetničkog žanra, ali i pitanja autorstva i same definicije umjetnika, kao i konvencionalnih odnosa djelo-umjetnik-društvo koja je u tom trenutku bitno mjesto propitivanja mnogih drugih likovnjaka. Ukratko, *Prvi svjetski psihokibernetički superautoportret* je zbirka osobnih predmeta, dokumenata i informacija organizirana u 86 tematskih cjelina, a sadržavala je sve od osobnih fotografija u punoj veličini, fotografija prijatelja, rendgenskih snimaka, uzoraka krvi, kose i tjelesnih izlučevina, igračkaka iz djetinjstva, pročitane literature, osobnih bilješki, pa do radova iz područja umjetnosti i dakako – dizajna.

Mnogi iz Borčićeve generacije umjetnika čiji se rad u tom periodu svrstava u okvire tzv. nove umjetničke prakse, odnosno konceptualne umjetnosti – poput Sanje Iveković, Dalibora Martinisa, Gorana Trbuljaka, Borisa Bućana, Jagode Kaloper, Gorkog Žuvele, Davora Tomičića – svoje su polje interesa širili i na dizajn ostvarivši u tom području veće ili manje opuse, iako ih se većina kasnije dominantno opredijelila za umjetnost (osim Tomičića i Bućana koji balansira između oboje, da bi se zadnjih desetljeća vratio slikarstvu). Dio razloga za to je očekivano egzistencijalni, no kod mnogih od njih to se može protumačiti i kao svojevrsni iskaz otklona od tradicionalnih koncepcija umjetnosti i želja da se svojim djelovanjem prodre u druge medije, u javni prostor, u časopise, televiziju, novine, u javnu sferu izvan institucionalnih okvira umjetnosti. Uostalom i ideja *Novina Galerije SC* kao službene publikacije umjesto klasičnog kataloga je na sličnom tragu zagovaranja demokratizacije umjetnosti i drukčijih načina njene reprezentacije. Sljedeća Borčićeva akcija *Akcija za konfrontacijsku reakciju: Iskoristite zadnju priliku da još ove godine postanete popularna ličnost* (1974.), točno reflektira takve nakane, a organiziraju je zajednički Galerija SC i revija *Start*.

Negdje u isto vrijeme Borčić za Galeriju SC dizajnira izložbene plakate, na terenu na kojem je svoj trag ostavio niz drugih značajnih autora, uključujući i Arsovskog, Bućana, Eugena Felleru, Borisa Ljubičića ali i Picelja te od Davora Tomičića preuzima *Novine Galerije SC* (koje je dotad također oblikovao čitav niz dizajnera i umjetnika u krugu Galerije). Za izložbu *Intervencije* Radomira Damnjanovića Damnjana 1974. dizajnira plakat iz kojeg progovara ista autoreferencijalnost koja je sačinjavala njegov *Superautoportret*, ali i želja da se umjetnost komunicira metodama masovne kulture. Naime, Damnjanove *Intervencije* asketski su, jedva primjetni i gotovo mehanički crteži na kancelarijskim formularima koji simbolički demontiraju objektivnost birokratske kulture (ali i konvencionalnu ideju o umjetniku i umjetnosti). S druge strane, Borčićeva vlastita 'intervencija' estetski nema gotovo ničeg zajedničkog s u tom smislu vrlo asketskim sadržajem izložbe, osim što mu je bliska u metodi jukstapozicije dvaju oprečnih sadržaja — naime Borčić oblikuje vrlo atraktivan plakat koji imitira novinsku naslovnicu, kolažirajući glavu američkog magazina *Look* s trakicom *Great poster offer!*, osnovnim informacijama o izložbi i privatnom fotografijom svoje supruge Ann Kramer Borčić. Sličnu diverziju će napraviti i sedam godina kasnije u plakatu za izložbu *Iz fundusa galerije Benko Horvat* (1981.) u Galeriji primitivne umjetnosti (danas Hrvatski muzej naivne umjetnosti) u Zagrebu. Na tom plakatu se eksplicitno pojavljuje kolorirana fotografija samog dizajnera koji u jednoj ruci drži crno-bijelu fotografiju sadržaja izložbe, dok gestom druge ruke sugerira kako je izložba baš odlična.

Radeći *Novine Galerije SC* primjenjuje svježije iskustvo dizajniranja Studentskog lista, karakterističnog po integralnom promišljanju tipografije te mijenja samu tehniku tiska u offset kako bi si osigurao veću slobodu u komponiranju i tretmanu naslova, kolažiranju fotografija i ilustracija itd. Jedan od važnijih brojeva koje prelama Borčić je i onaj povodom *Izložbe otmotnica rock ploča* u autorskoj koncepciji Darka Glavana 1974. godine, gdje i u oblikovanju i sadržajno *Novine* izgledaju poput primjerka omladinskog tiska, a za

istu izložbu radio je i letak/katalog u obliku *single* ploče. Iduće godine započinje i do 1977. traje suradnja sa susjednim Teatrom &TD koji je, zahvaljujući voditelju Vjeranu Zuppi, također od početka predstavljao izuzetno stimulativno okruženje za dizajnere — najsnažniji trag, koji se u nekim elementima i danas osjeća, je u njemu ostavio Mihajlo Arsovski, a zatim kraće vrijeme i Boris Bućan. Borčićevi plakati i pri letimičnom su pogledu dosta drukčiji od onih njegovih prethodnika koji obojica imaju vrlo snažne i vrlo prepoznatljive autorske jezike oslonjene na raskošnu tipografiju, odnosno na provokativne vizualne asocijacije. U tom smislu i djeluju konvencionalnije jer Borčić na njima ne ostavlja neki svoj eksplicitan individualan autorski rukopis, a fokus premješta s konceptualne interpretacije na portretne fotografije ljudi involviranih u realizaciju predstave (obično glumaca ili dramskih pisaca) kombinirane s tipografijom, osim u nekim slučajevima gdje sugestivno koristi tipografiju i letristički tekst kao dominantno izražajno sredstvo. Među njima možda najviše odskače plakat za Orwellovu 1984 (1975./76.) u režiji Nenada Puhovskog osmišljen kao narativni niz koji se odvija na tv-ekranu i funkcionira kao najavna špica predstave, a ujedno idejno jako dobro korespondira i s vrlo ranom upotrebom tehnologije videa u teatru u toj konkretnoj predstavi.

Fotografija kao sredstvo prati Borčića od samih početaka — velik dio sadržaja *Superautoportreta* je također bio posredovan fotografijom, *Akcija za konfrontacijsku reakciju* je dokumentirana Polaroid instant kamerom, dok je u *Iskustvu u crnom prostoru* fotografija ne samo u funkciji dokumentiranja akcije, nego je fotografski fleš njen ključni događajni element. Krajem sedamdesetih intenzivno joj se posvećuje i počinje je izlagati. Kad 1977. radi omotnicu ploče Drage Mlinarca *Negdje postoji netko* u samo središte njene prednje strane stavlja jednu polaroid fotografiju s njenim karakterističnim bijelim okvirom na (osim naziva albuma) potpuno bijeloj omotnici. Iste godine prvi put samostalno izlaže serije polaroida i uz dizajnerski rad kontinuirano izlaže svoje fotografske cikluse kroz cijelo naredno desetljeće. Kraj 70-ih i početak 80-ih ujedno je i vrijeme pojačanog intenziteta

rada za privredu — tvrtke poput Saponije, Leda, Podravke, Dukata, Kraša i drugih — koji je do kraja 80-ih kulminirao i definitivno etablirao Borčićev studio kao ozbiljan dizajnerski biznis. Istovremeno, tijekom 80-ih Borčićev studio (Studio Borčić, zatim od 1989. Graffiti dizajn) razvio se u pravi inkubator mladih dizajnera i dizajnerica koji su tamo stjecali prva ozbiljna profesionalna iskustva i neformalnu edukaciju, što mnogi od njih i danas rado svjedoče. U tom kontekstu, zanimljivo je kako Borčićev umjetnički *output* postaje sve više intimistički — usredotočen na detalje i *snapshotove* ljudi i predmeta iz neposredne blizine, svakodnevnog života i, u slučaju polaroida, na kemijsku osobitost tog medija koja je autoru omogućavala da intervenira u proces formiranja fotografije ili njene motive nadopunjuje i razgrađuje crtežom.

Mali segment na ovoj izložbi posvetili smo i plakatima za različite strukovne manifestacije (*Bijenale industrijskog oblikovanja, Zagrebački salon, Zgraf*) koje je Željko Borčić dizajnirao sporadično od sredine 70-ih do kraja 80-ih godina, a koje u dobroj mjeri ilustriraju dizajnerovu sposobnost da odgovori na izrazito težak zadatak vizualiziranja izložbe koja u trenutku u kojem plakat nastaje, zbog svog revijalnog karaktera, nema jasnu formu, temu ni sadržaj pa zahtijeva snažnu imaginaciju ili vrlo jasan koncept. Na taj izazov Borčić odgovara slobodno i samosvjesno, svaki put iz drukčije pozicije, pa tako za 11. Zagrebački salon arhitekture i urbanizma (1976.) još jednom jukstaponira privatno i javno, iscrtavajući urbanističku mapu na linijama dlana vlastite fotografirane ruke koja među prstima drži pozivnicu za izložbu, dok deset godina kasnije za istu manifestaciju (21. zagrebački salon, 1986.) dizajnira plakat sazdan od eklektične gomile različitih vizualnih referenci, sasvim u duhu postmodernističkih strujanja tog vremena.

Izložbi smo, konačno, pridodali i dva važna informativna i dokumentarna segmenta. Kronološki pregled dizajnerskog i umjetničkog djelovanja Željka Borčića s fotografijama radova i tekstualnim fragmentima različitih autora koji su pisali i govorili o njemu tu je kako bismo nadopunili ovaj

neizbježno nepotpun uvid u njegov opus i prikazane radove ipak stavili u širi kontekst. Istovremeno, želja nam je bila ne samo kompilirati postojeću nego i kreirati novu dokumentaciju, pa ovom prilikom predstavljamo i dokumentarni film u nastajanju (*work-in-progress*) koji putem intervjua s Borčićevim suvremenicima, nekadašnjim suradnicima, ali i dizajnerima mlađih generacija na koje je njegov rad ostavio dubok utisak, predstavlja osobne poglede na rad i ličnost ovog svestranog autora.

OD KONCEPTUALNE UMJETNOSTI DO DIZAJNERSKOG KONCEPTA

Dejan Kršić

Govoreći o historiografiji dizajna na području Hrvatske i bivše SFRJ, čini se kao da svaka generacija počinje ispočetka, ne uspostavljajući kreativan odnos sa starijim autorima i njihovim radovima. Stoga se često događa da gotovo svaku generaciju autora u nekom aspektu nazivamo 'prvim pravim dizajnerima', ali možda je još veći problem da su i oni sami sebe tako doživljavali. Posljedica toga je da kod nas nesumnjivo postoji tradicija kvalitetnog grafičkog dizajna ali je veliko pitanje postoji li doista i kontinuitet. Druga polovica dvadesetog stoljeća period je burnih i brzih promjena, političkih, kulturnih, ekonomskih, pa tako i promjena u samoj profesiji dizajna. Između dva svjetska rata djeluju stari majstori *commercial arta*, prvenstveno ilustratori, od kojih neki nastavljaju djelovati i poslije rata, samostalno ili u okviru agencija kao što je *Ozeha* (Andrija Maurović, Ferdo Bis, Pavao Gavrančić, Zvonimir Faist...). Pedesetih godina Picelj, Srnc i Vulpe kao prvi 'pravi' dizajneri u odnosu na stare majstore razvijaju modernistički jezik i pristup suvremenog grafičkog dizajna, dok šezdesetih godina Arsovski i Pavlović, a zatim i Bućan, prvi povezuju svijet dizajna i pop kulture, unose razigranost pop kulture te naglašeno konceptualni pristup grafičkom dizajnu.

Od ranih sedamdesetih većina autora tzv. nove umjetničke prakse u krugu oko Galerije SC-a godina baviti će se i grafičkim dizajnom (Mladen Galić, Dalibor Martinis, Sanja Iveković, Goran Trbuljak, Gorki Žuvela, Jagoda Kaloper, Boro Ivandić...). U toj generacijskoj raspodjeli slučaj Željka Borčića (1942–2015.) je specifičan jer zahvaća nekoliko elemenata karakterističnih za različite 'generacije' i skupine dizajnera. Nakon studija arhitekture u Zagrebu (što je bilo gotovo uobičajeno polazište dizajnera 50ih i 60ih godina), diplomirao

je grafički dizajn i vizualne komunikacije na Sir George Williams University 1969. godine u Montrealu (pa tako tih desetljeća spada u doista malobrojne profesionalno školovane dizajnere kod nas). Profesionalnu karijeru započinje povratkom u Zagreb početkom sedamdesetih, kada se uz bavljenje dizajnom u krugu autora oko Galerije SC bavi i 'novom umjetničkom praksom' i fotografijom. Tako 1973. realizira izložbu *Prvi svjetski psihokibernetički superautoportret*. Tom prilikom započet je i istoimeni dokumentarno-eksperimentalni film Borčića i Vladimira Peteka.¹ Petek je snimao proces stvaranja, otvorenja i skidanja izložbe i zatim je taj materijal montiran s različitim drugim dokumentarnim materijalima, amaterskim fotografijama i obiteljskim filmovima, presnimkama s televizije itd. Kako originalni materijali s izložbe održane u Galeriji SC više ne postoje, to je praktično jedini ostatak izložbe koja se često spominje u tekstovima o domaćoj suvremenoj umjetnosti² i zanimljiv filmski dokument o krugu Galerije SC tog vremena. U tom okruženju koje konceptualni pristup preferira zanatskoj vještini i materijalnoj realizaciji umjetničkog objekta, razvija se i generacija prvih dizajnera kao art direktora (Davor Tomičić, Željko Borčić, Boris Ljubičić i u izvjesnoj mjeri nešto mlađi Ivan Doroghy pa i Mirko Ilić), mada se taj pojam kod nas tada još ne koristi. Ti autori izlaze iz tada ustaljene podjele rada za naručitelje iz područja kultura i komercijalno oglašavanje. Riječ je o pokretačima prvih privatnih dizajn studija, ali i osobama ključnima za pokretanje i rad zagrebačkog Studija dizajna pri Arhitektonskom fakultetu. (Naravno, onda diplomirane studentice i studente tog Studija koji na scenu stupaju sredinom 90ih smatramo 'prvom generacijom pravih školovanih dizajnera'.)

Aktivnosti u sklopu Studentskog centra tih godina omogućavale su da se u brzom nizu izmjenjuju radovi i dodiruju iskustva više generacija — od prisustva 'klasika' Picelja, 'kućnih autora' Arsovskog i Bućana, umjetnika koji se povremeno

1 Vidi <https://vimeo.com/81896948>

2 Nova umjetnička praksa / The New Art Practice in Yugoslavia 1966—1978. Galerija suvremene umjetnosti Zagreb, 1978. str. 24, tekst : 'The Zagreb Circle', Željko Borčić, autor teksta Dado Matičević

bave i dizajnom (Eugen Feller, Mladen Galić...), do nove generacije profesionalnih dizajnera — Zorana Pavlovića, Davora Tomičića, Borisa Ljubičića, Željka Borčića a nešto kasnije Ilića i Doroghya. Naravno, nije riječ o direktnom prenošenju znanja, nego o činjenici da je SC bilo mjesto na kojem se moglo kreativno izraziti. Nužnost samoobrazovanja kroz praksu bila je sve do osnutka Studija dizajna 1989. realnost, a SC bio je jedna od institucija koja je autorima zainteresiranim za usavršavanje i istraživanje pružala tu mogućnost. Početkom 70ih godina koristi je i nova generacija umjetnika uglavnom obrazovana na Akademiji likovnih umjetnosti, a koja se profilira upravo oko Galerije SC pod vodstvom Želimira Košćevića. Sadržajno i konceptijski važnu ulogu za likovnu scenu tih godina odigrale su *Novine Galerije SC*. Zamišljene 1968. kako bi nadomjestile klasični katalog izložbe, komplementarno popraćene — uglavnom Bućanovim — plakatima, pružile su platformu za kontekstualizaciju, kritička propitivanja i afirmaciju novih umjetničkih praksi. Oblikovanjem *Novina* bavio se čitav niz umjetnika i dizajnera vezanih uz Galeriju SC, a njihove realizacije osciliraju unutar tada aktualnih parametara grafičkog oblikovanja. Borčić je povodom *Izložbe o motnica ploča rock glazbe* u kustoskoj koncepciji Darka Glavana oblikovao katalog u formatu 7' single ploče, te *Novine* broj 49. (siječanj—veljača 1974.) u duhu tadašnjeg omladinskog tiska i pop-magazina (Zanimljivo je da su za program SC-a 2013. Hrvoje Živčić i Dario Dević preuzeli upravo taj logotip *Novina*). Sama ideja da se djelatnost Galerije prikaže kroz formu novina a ne konvencionalnog izložbenog kataloga svakako je bliska duhu umjetničke scene tog vremena, koja je unutar dostupnih medijskih sredstava pokušavala pronaći drugačije načine komuniciranja s težnjom demokratizacije umjetnosti. Nastavljajući se na rad Arsovskog i Bućana, sredinom sedamdesetih Borčić oblikuje plakate Galerije SC, a od 1975. do 1977. plakate i programske knjižice za Teatar &TD.

Autorice i autori kao što su Sanja Iveković, Dalibor Martinis, Goran Trbuljak, Jagoda Kaloper, Davor Tomičić, Gorki Žuvela i Željko Borčić svoje bavljenje vizualnom umjetnošću,

odnosno tzv. novom umjetničkom praksom, uz interes za druge 'nove' medije (poput fotografije, polaroida, xeroxa, filma i videa) kombiniraju i s grafičkim dizajnom. Ta dvojnost umjetničke i dizajnerske karijere — koja vuče korijene još od predratnih velikana vizualnih komunikacija, Sergija Glumca i Pavla Gavranića, a u suvremenim je uvjetima bila legitimirana primjerom Ivana Picelja — na različite će načine biti karakteristika rada mnogih stvaralaca sve do sredine 90-ih godina, kada na scenu stupaju prve generacije diplomiranih studenata dizajna. Kao i u sličnim slučajevima umjetnika starije generacije, odluka da se bave dizajnom često je potaknuta i razumljivim egzistencijalnim i financijskim razlozima, ali za umjetnike *nove prakse* i razlozima koje možemo nazvati strateškim. Kao što ističe Goran Trbuljak, baviti se dizajnom značilo je programatsko distanciranje od tradicionalnog poimanja umjetnosti — slikarstva i skulpture. Iako su takvi 'podijeljeni interesi' između umjetnosti, videa i dizajna rezultirali nizom zanimljivih rješenja, kod većine autora nisu mogli pogodovati kontinuitetu i kvantitetu pa tako na duže staze ni kvalitetu dizajnerskih radova, pa s vremenom dolazi do profiliranja. Tako se od kraja 70-ih Borčić i Tomičić potpuno posvećuju dizajnu i pokreću svoje studije.

U kronološkoj periodizaciji razvoja dizajna u našoj sredini važna promjena — pa i prekid kontinuiteta — nastaje sredinom sedamdesetih godina a možemo je simbolički locirati i definirati trenutkom uspostavljanja međunarodne izložbe vizualnih komunikacija *Zgraf*. Prva izložba održana je 1975. godine, a *Zgraf* je od samog početka poslužio kao platforma na kojoj su se promovirali i odmjeravali pripadnici nove generacije dizajnera — Borislav Ljubičić, Stipe Brčić, Željko Borčić, Davor Tomičić, Nenad Dogan, Ranko Novak, Mirko Ilić, Ivan Doroghy — autori čiji pristup nije definiran estetikom nego prvenstveno metodom i idejom. Dok su se stariji autori dominantno orijentirali na područje kulture i ograničen broj žanrova (plakati i oblikovanje knjige), pripadnici tada nešto mlađe generacije dizajnera širili su svoj rad na različita područja, žanrove i formate, od novina i časopisa, preko tradicionalnih naručitelja iz područja kulture (film,

kazalište, izdavačke kuće...), do privrede, marketinških agencija i sporta. Teorijskim i praktičnim razvojem marketinga u drugoj polovini sedamdesetih godina stare propagandne agencije poput Ozehe i s njom povezani autori (uključujući tu i Milana Vulpea, kojeg bi danas trebali slaviti kao oca tržišno orijentiranog dizajna kod nas), gube na važnosti i polako nestaju sa scene. Mijenja se način organizacije rada, zamjenjuju ih nove marketinške agencije (u tadašnjem jugoslavenskom kontekstu važna je pojava Studija za marketing Delo) a kreativni dio njihovog posla postepeno preuzimaju dizajnerski timovi i neformalne autorske grupe, pa se ubrzo javljaju i prvi privatni studiji ili barem njihove simulacije. Uz Tim vizualnih komunikacija CIO oformljen pod vodstvom Borislava Ljubičića za potrebe rada na projektu vizualnog identiteta Mediteranskih igara u Splitu, a koji 80ih godina preuzima i vodi Stipe Brčić (koji 1990. pokreće svoj Studio Norma), Tomičića (1978.), Ilićev *Sporo Loše Skupo*, Studio International Borisa Ljubičića (s važnom ulogom engleskog *gastarbajtera* u Hrvatskoj Stuarta Hodgesa), svoje studije pokreću i Ivan Doroghy i Nenad Dogan (Studio Dogan, 1992.)... Preko njih će se taj art direktorski pristup preliti u korporativni (agencijski) dizajn 90-ih.

Već sedamdesetih, uz rad za naručitelje iz područja kulture, Borčić oblikuje ambalažu i cjelovite identitete pojedinih proizvođača (*Saponia*) i njihovih proizvoda (*Lahor*, *Zirodent*). S ciljem podizanja profesionalne razine rada 1976. pokreće Studio Borčić (kako sam kaže, samoprolašeni studio koji se nalazio u jednoj velikoj sobi u stanu njegovih roditelja na trećem katu Jurišićeve 26.), na pojedinim projektima angažira druge autore, uglavnom ljude iz ŠPU i ALU. Od 1985. javlja se mogućnost osnivanja 'trajnih radnih zajednica' i tada arhitekt Željko Kovačić, fotograf Saša Novković i Borčić osnivaju *Synthesis*, drugu takvu trajnu radnu zajednicu u Hrvatskoj. Taj projekt je načelno zanimljiv kao susret različitih autora i izraz svojevrsnog kontinuiteta koncepcije 'sinteze' koji su u našoj sredini inaugurirali autori skupine Exat51, ali u biti nikad nije zaživio u stvarnim zajedničkim projektima. Tako se osamdesetih Borčić profilira kao jedan od prvih visokokomercijalnih

dizajnera i oblikuje cjelovite identitete proizvođača kao što su *Dukat* i *Ledo*, pa sa suprugom Ann Kramer 1989. pokreće studio Graffiti Design, tvrtku za dizajn vizualnih komunikacija. Kao poticaj za pokretanje studija navodi kako su ga inspirirali dizajnerski studiji poput Pentagrama i Total Designa i vjerovao je kako takvo nešto može postojati i u Hrvatskoj. Tvrtka je do sredine 90-ih narasla do 17 zaposlenih i radila ambalažu, vizualne identitete i reklamne kampanje za velike naručitelje poput Tvornice duhana Rovinj. Upravo taj dio njihovog angažmana za duhansku industriju izazivao je i povremene prijepore unutar dizajnerske zajednice (npr. prigodom žiriranja radova za izložbe HDD-a). Najvažniji suradnik tada mu je bio Zoran Pavlović, koji se tim utapanjem u kolektivnom identitetu studija Graffiti Design u velikoj mjeri i gubi iz vida čak i stručne javnosti, zatim odlazi u penziju, pa ga se danas često u pregledima povijesti dizajna u Hrvatskoj nepravedno zapostavlja i zaboravlja. Ako se u buri ratnih 90ih Pavlović sklonio u zavjetrinu Graffiti Designa, tu je priliku za rad ali i učenje u praksi svega onoga što im tadašnje škole nisu pružile, kao i mogućnost stručnog usavršavanja pod praktičnim mentorstvom Borčića i Pavlovića vidio niz mlađih dizajnerica i dizajnera.

Tako su u Borčićevom studiju duže ili kraće vrijeme radili Sanja Rocco (1983–84, i još dvije godine kao vanjski suradnik), Sanja Bachrach Krištofić (1987–88.), Ana Žaja, Mario Petrak, Ivan Antunović (1995–1998.), i brojni drugi. Borčić je tijekom svoje karijere bio član HDLU-a, ULUPUH-a, angažiran u realizaciji ZGRAF-a. Svijest o specifičnosti položaja i uloge dizajnera kao *art-directora* dovela je početkom devedesetih i do kratkotrajne inicijative za pokretanje Art Directors Cluba Zagreb, svojevrsnog *missing linka* u dokumentiranoj povijesti razvoja dizajna. S namjerom uspostavljanja kriterija i učvršćivanja digniteta struke okupljeni su autori različitih generacija (poput Stipe Brčića, Borisa Bućana, Nenada Dogana, Ivana Doroghyja, Predraga Došena, Slavka Heningsmana, Borisa Ljubičića, Alfreda Pala ali i 'radnici u inozemstvu' Ranko Novak i Mirko Ilić), 1992. objavljen je godišnjak i na tome je, ne samo zbog nepovoljnih ratnih

uvjeta nego i pasivnosti članstva, sve i stalo i za tu organizaciju nikad se više nije čulo. Kao član Hrvatskog dizajnerskog društva, i u periodu od 2001. do 2003. predsjednik, aktivno je sudjelovao u samoorganizaciji dizajnerske zajednice i pokretanju izložbi HDD-a.

Graffiti Design d.o.o. 2002. mijenja ime u Trans-ID — jer postojeće ime nisu mogli registrirati u Engleskoj i Belgiji, zbog toga što su tamo već postojale druge tvrtke pod tim nazivom i u istoj branši. Zbog promjena na tržištu i broj zaposlenih se smanjuje. Rad u studiju polako preuzimaju njegova djeca, Vanessa, Ian i Luka, dok se Željko polako povlači u mirovinu, baveći se osobnim istraživanjima na području grafike i fotografije, a tek povremeno nekim projektom iz područja grafičkog dizajna. Željko Borčić preminuo je 12.2.2015. u 73. godini života. Studio danas djeluje pod nazivom Trans-ID/Studio Borčić. Govoreći o odnosu različitih aspekata svoje karijere Borčić je svojevremeno rekao da su mu poslovi u komercijalnom dizajnu pojeli energiju i vrijeme 'za praktički ikakvo drugo kreativno djelovanje a naročito na polju umjetnosti, tako da sam s vremenom gotovo potpuno zapustio taj dio svog života, a i mnogi značajni projekti na dizajnu u samom studiju vidjeli su me tek kao art direktora. U neku ruku sam sam sebe prisilio na odustajanje od koncipiranja i realizacije priličnog broja interesantnih ideja koje su me mučile, misleći da će to potrajati tek neko vrijeme. Bio sam u krivu, ali da bi to shvatio trebalo mi je 13 godina.'

U sličnom, pomalo rezigniranom tonu završava i intervju koji je za prvu knjigu Malih monografija hrvatskih dizajnera (HDD; Zagreb 2015.) dao Marku Golubu i Goranu Martinu Štimcu, porukom mladim kolegama da se ne nastoje 'obogatiti' na takav način. To osjećanje da se puno vremena i energije utrošilo na projekte koji to nisu opravdali, poznato je mnogim dizajnerima. Ipak, ne bi ga trebalo bezuvjetno prihvatiti. Djela domaćeg komercijalnog dizajna, područja oglašavanja i ambalaže najčešće izmiču ustaljenim pogledima 'velike', 'umjetničke' historiografije dizajna, ali njihovi rezultati bitno utječu na 'kulturu svakodnevnog života', vizualni

okoliš, pa tako i opću kulturnu sliku društva. Utoliko su i često mali kvalitetni pomaci izuzetno važni, baš kao što su i loša rješenja štetna, a djelovanjem Željka Borčića postavljeni su visoki standardi tržišnih vizualnih komunikacija.

Dijelovi teksta prethodno su objavljeni u povodu knjige Željko Borčić – Dizajn, umjetnost, fotografija Marka Goluba i Gorana Martina Štimca, Čovjek i prostor br. 9–12 2015. (736–739)