

פיצול אישיות

"עיצוב גרפי", הגדרה

Design Dictionary

במובן הרחב ביותר, עיצוב גרפי מתאר את הארגון המודע של טקסט ו/או דימויים כדי להעביר מסר ספציפי. עיצוב משמש לידע, לפרסם או לקשט, ובדרך כלל מגלם צירוף של שלושת השימושים הללו. ככל שמעורב או מורשה מרחב תמרון גדול יתר לממדים החושיים והאסתטיים, כך נוטה העיצוב הגרפי לכיוון האמנות (פואטיקה); כשמרחב תמרון זה קטן, נוטה העיצוב לעבר המדע (פונקציונאליות).

היום המונח מקיף מגוון מאד רחב של פעילויות, החל מעיצוב מסורתי של תוצרי דפוס ועד מדיה דיגיטלית. במהלך המעבר מהמכני לדיגיטלי, הכלים של הפקת העיצוב הגרפי – תוכנות עימוד ויצירת דימויים, פונטים, וכן הלאה – הפכו נגישים וזולים באופן יחסי. זה גרם לדה-מיסטיפיקציה של המושג עיצוב גרפי וערער על המקצועיות והרלוונטיות של המעצב הגרפי.

כמו תפקידי מדיה רבים, עיצוב גרפי מתאפיין היום בזהות לא יציבה. במהלך העשורים האחרונים, עיצוב גרפי משויך בראש ובראשונה עם מסחר, והוא הפך כמעט לשם נרדף למיתוג ופרסום, בעוד שתפקידו בעיסוקים אינטלקטואליים יותר, הולך ונדחק לשוליים.

בתנאים אלה, אלה שעובדים תחת הכותרת 'מעצב גרפי' מבצעים רק את החלק של ההפקה הטכנית (עימוד, תיכנות) בשלב הקצה של המערכת הפרסומית. מצד שני, בהתאמה לפירוק של החברה הפוסט-תעשייתית לחוגים הולכים וקטנים, קיימת סצנה בינלאומית של מעצבים גרפיים, אשר בדרך כלל עושים עבודה המשוחררת מהמסורת של הזמנות עבודה חיצוניות, בפרויקטים עצמאיים ותוך שיתוף פעולה עם עמיתים מדיסציפלינות שכנות. עבודה כזו מאופיינת בדרך כלל בממד ניסיוני ואישי, בדרך כלל מתועדת היטב, ומופצת במגוון רחב של אמצעי תקשורת.

בזמן ששני היבטים אלה של עיצוב גרפי – המסחרי והשולי – הולכים ונהיים מובחנים זה מזה, הסכיזופרניה הזו הופכת את המונח עיצוב גרפי ליותר ויותר עמום וחסר תועלת. במקרה הטוב, זה אומר שהמונח צריך תמיד להיות מתואר בבהירות על פי ההקשר של השימוש בו.

Michael Erlhoff, Tim Marshall (Eds.). Design Dictionary, Perspectives on Design Terminology. Birkhäuser, Berlin 2008

First Things First 2000

מניפסט עיצוב

אנו, החתומים מטה, מעצבים גרפיים, מנהלים אמנותיים ומתקשרים חזותיים, חונכנו בעולם שבו הטכניקות ותהליכי העבודה של הפרסום הוצגו בפנינו באופן עקבי כשימוש הרווחי, האפקטיבי והרצוי ביותר בכישרונות שלנו. מורים רבים לעיצוב מקדמים את האמונה הזו; השוק מתגמל אותה; נחשול של ספרים ופרסומים מחזק ומאשר אותה.

מעודדים לכיוון זה, מעצבים מממשים את כשוריהם ודמיונם כדי למכור עוגיות לכלבים, קפה מעוצב, יהלומים, חומרי ניקוי, ג'ל לשיער, סיגריות, כרטיסי אשראי, חטיפים, בירה קלה ורכבי שטח. העבודה המסחרית שילמה תמיד את החשבון, אך מעצבים רבים הופכים אותה עכשיו, במידה גדולה, למה שמעצבים עושים. זה האופן, לכן, שבו העולם תופס עיצוב. הזמן והאנרגיה של המקצוע מושקעים בייצורו של ביקוש לדברים שלכל היותר אינם נחוצים.

רבים מאתנו מרגישים אי נוחות עם תפיסה זו של עיצוב. מעצבים המשקיעים את מירב המאמצים שלהם לפרסום, שיווק, ומיתוג, מאשרים ותומכים בסביבה מנטאלית שכה רוויה במסרים מסחריים שהיא משנה את עצם הדרך שבה אזרחים-צרכנים מדברים, חושבים, מרגישים, מגיבים ופועלים. במידה מסוימת אנחנו עוזרים לשרטט קוד רדוקטיבי ומזיק לאין שיעור של שיח ציבורי.

ישנן מטרות ראויות יותר לכישורי פתרון הבעיות שלנו. משברים סביבתיים, חברתיים ותרבותיים חסרי-תקדים דורשים את תשומת הלב שלנו. הרבה התערבויות תרבותיות, קמפיינים של שיווק חברתי, ספרים, כתבי-עת, תערוכות, כלי חינוך, תכניות טלוויזיה, סרטים, מטרות צדקה ופרויקטים אחרים של עיצוב מידע זקוקים בדחיפות למומחיות ולעזרה שלנו.

אנחנו מציעים היפוך של סדר העדיפויות לטובת צורות תקשורת מועילות, בנות-קיימא ודמוקרטיות יותר – קפיצה מחשבתית הרחק משיווק מוצרים לכיוון חקירה והפקה של סוג חדש של משמעות. מרחב הדיון מתכווץ; הוא חייב להתרחב. הצרכנות מתקדמת ללא ערעור; חייבים לאתגר אותה באמצעות ביטוי של נקודות מבט אחרות, גם באמצעות השפות החזותיות והמשאבים של העיצוב.

ב-1964, 22 מעצבי תקשורת חזותית חתמו על הקריאה המקורית לשימוש ראוי בכישורים שלנו. עם הצמיחה המהירה והעוצמתית של תרבות הצריכה הגלובלית, המסר שלהם רק הפך דחוף יותר. היום, אנחנו מחדשים את המניפסט שלהם בציפייה שלא יחלפו עוד עשורים בטרם יאומץ על ידי הלבבות.

על החתום:

**ג'ונת'ן ברנדברוק, ניק בל, אנדרו בלובל, האנס בוקטינג, אירמה בום,
שילה לברו דה ברטוויל, מקס ברוינסמה, סייאן קוק, לינד ון דורסן, כריס
דיקסון, ווילאם דרנטל, גרט דמבר, סימון אסתרסון, וינס פרוסט, קן
גרלנד, מילטון גלייזר, ג'סיקה הלפנד, סטיוון הטר, אנדרו הורד, טיבור
קלמן, ג'פרי קדי, סוזנה ליקו, אלן לופטון, קת'רין מקקוי, ארמנד מוויס,
ג'. אבוט מילר, ריק פויינור, לוסיאן רוברטס, אריק ספיקרמן, יאן ון טורן,
טיל טריגס, רודי ונדרלאנס, בוב ווילקינסון**

המחלקה לתקשורת חזותית, שנקר

תחום התקשורת החזותית עוסק בהעברת מסר באופן חזותי: המידע מגיע לעין, המעבירה אותה למודעות, לשכל ולרגש. המקצוע עוסק ביצירת גירויים חזותיים שמטרתם לגרום לשינוי תודעתי אצל הצופה, להבנה, להנאה, להנעה וכו', כשרגלו האחת של התחום נמצאת בעולם האמנות והיצירה והשנייה נטועה בעולם השיווק והמכירות. ככלל, ניתן לומר שהתחום עוסק במניפולציות: מניפולציות על הסביבה הפיזית שבה אנו חיים (למשל: מערך שילוט), כמו גם מניפולציות על מי שנחשף לעבודתנו (כמו למשל, שינוי עמדות לגבי מועמד לבחירות).

המחלקה לאמנות, בצלאל

**אמנות מרחיבה ופורצת גבולות כל הזמן ואינה קופאת על שמריה.
המפגש עם נקודות המבט הרבות מאפשר לכל סטודנט לפתח נקודת
מבט עצמאית וביקורתית משלו ולשכלל את דרכי ההבעה והניסוח
המדויקים ביותר עבורו.
מרחב המחיה הטבעי של האמן הוא בשדה המשחק החופשי של הכוחות
היוצרים והמפרשים המכונים "תרבות". תהליך הלימודים במחלקה
לאמנות מוביל את הסטודנט לקראת מעמד של אמן עצמאי, הבוחן עצמו
במציאות התרבותית החוץ-אקדמית.**

המחלקה לתקשורת חזותית, בצלאל

תכנית הלימודים במחלקה מעודדת יצירה פורצת גבולות, חוקרת, וניסיונית ללא כל ויתור על מקצוענות, מיומנות גבוהה ויכולת עבודה מול לקוח. כל אלה מתקיימים בסביבה פעילה ודינמית ובה דיון ער, חשיבה ביקורתית, רכישת ידע רב, וחינוך למצוינות וחדשנות. המחלקה מבקשת להקנות לבוגריה יכולת למידה עתידית בתנאים משתנים ולהכשירם להיות מעצבים פעילים, מנהיגים ויזמים שישנו את פני המרחב החזותי בישראל.

מרלון מקרטי (McCarty)

אני מתעייפת כל כך מלהיות להקת העידוד לכל הפרויקטים האלה של אנשים אחרים. בפשטות, לקוח נכנס, יש לו פרויקט X; מה שאתה צריך לעשות זה לשבור את הראש על הפרויקט הזה ולהתנהג, כאילו, "זה הדבר המדהים ביותר בעולם!"... ואני חושבת שבשבילי בדרך מוזרה זה החלק של עיצוב גרפי שאני לא מסוגלת לעכל: זו העובדה שהוא אמנות מסדר שני [secondary art]... עיצוב גרפי תמיד תלוי במשהו של מישהו אחר...



SILENCE=DEATH

© 1991 The National AIDS Memorial Quilt Foundation. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced without prior written permission.

Dag Brandsaeter & Noa Segal

*Can I make
everybody
happy?*

Veenman Publishers

Can I make everybody happy?

Dag Brandsaeter & Noa Segal

תודה לך על ההצעה השנייה.

זה קשה להגיד את זה, אבל העיצוב הוא שוב כל כך רחוק ממה שהיה לנו בראש, שאנחנו לא חושבים ששיתוף הפעולה יהיה אפשרי. זה מאוד חשוב לנו שלא יהיה עוד קונספט מעבר לפרויקט עצמו.

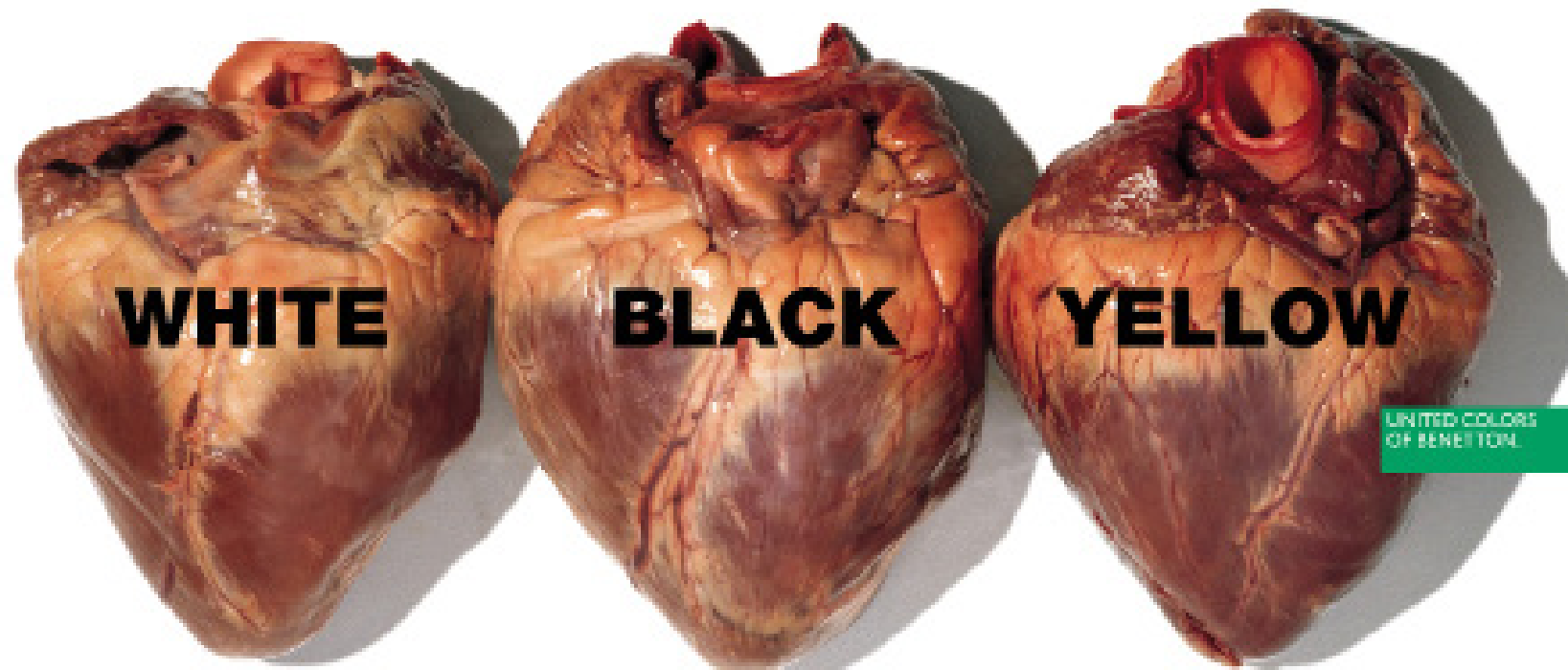
אנחנו מנסים לאתגר את הקוראים לראות את העבודה הזו כ'אמנות אמיתית' – כמו אמנות של מוזיאון – למרות שהיא נעשתה על ידי אנשים שאינם אמנים. אז אנחנו חושבים שספר אמנות מסורתי יותר (שנראה נהדר) הוא עדיין רדיקלי בהקשר זה. אנחנו לא רוצים להמציא מחדש את הרעיון של ספר אמנות – כי זה יפעל נגד הניסיון להמציא מחדש את המושגים של האמן והאמנות. אנחנו צריכים שהספר יהיה יותר פשוט, כדי שנוכל לעבוד נגד זה, להשתמש בזה כדי להעניק לו סמכותיות.

**אנחנו מתנצלים על כך שלא הבנו מההתחלה עד כמה העבודה שלך
קונספטואלית; אני חושב שראינו רק את המראה של הדוגמאות ולא
תמיד את הרעיונות שמאחוריהם. או שאולי אנחנו יכולים להעריך את
הרעיונות טוב יותר כאשר הם חלים על אמנות של אחרים. בכל מקרה,
אנחנו מאוכזבים שזה לא מסתדר, ואנחנו נמשיך להעריך את העבודה
שלך מרחוק.**

כל טוב,

טיבור קלמן

**אני מכיר בכך שאינך יכול להיות מעצב מבלי שיהיה לך קשר
עם תאגידיים. ככה זה. או שתכנס לתוך כונכיה, תלך לאקדמיה, תהרוג
את עצמך, או שתלמד לשחות עם הברקודות.**



WHITE

BLACK

YELLOW

UNITED COLORS
OF BENETTON

מרדית' דייויס

מעצבים הוטרדו תמיד מהשאלה אילו ערכים צריכים להיות מרכזיים במערך השיקולים שלהם: אלה של פטרונים עשירים ולקוחות שיכולים להרשות לעצמם לשלם על שירותי עיצוב, או אלה של אנשים רגילים שאיכות החיים שלהם משתפרת על ידי מוצרים מעוצבים.

SECURE LADDERS



Money



World

Les Graphistes Associes

עם מזמיני העבודה, צריך לחלוק את הנושא (להסכים) כדי שאפשר יהיה לחלוק את הדימויים. כל עוד היחסים עם המזמין טובים, התוצאה טובה. כשהיחסים אינם טובים, אין שום תוצאה, התהליך נעצר.

אף אחד לא יגרום לנו ליצור דימויים מחורבנים.

françoise courtiade
galerie d'art

Aliment

voilà les lettres sur la propreté expo

date : du 3 mai au 9 juin 1980

Titre : (peintures et photographies) FORTITUDE - AUTOPORETRAIT

vernissage : Le jeudi 3 mai de 18 à 20 heures

la galerie est ouverte du mardi au samedi (hors h. 18 à 19 heures)

peintures : George MICHEL

Edouard ARISTO

Hubert BRIZET

Sigis MAYER

François MALLET

Photographies

Charlotte GADDE

Véronique

Patrice BLOU

Olivier TOR-TIM

7 rue clémentine Isaura 31000 Toulouse 61 22 06 74

sur du (lignes) : invitations sur papier ris : 100 (sif. cum.)
sur papier fort : 100 (cent)

par avance, merci.

Ce qui serait bien c'est que je puisse tout avoir à Toulouse
le mercredi 25 avril 1980. Tu verras, de toute façon, je t'appelle.
Pour cette invitation nous sommes à nouveau dans une économie de guerre,
'c'est à-dire constante...', un passage noir.

Le temps est triste, il fait froid, il pleut, seule consolation : tout
ne devrait pas mourir de soif cet été...

B.33. Fugate
le 17/4/80.

Les Graphistes Associes

**האמן פבריס איבר הפקיד בידינו את עיצוב ספרו 'OUMEURT II'.
הוא הגיע עם שקית נייר גדולה מלאה בפתקים, סקיצות, תצלומים,
התכתבויות וחפצים אישיים אחרים, ונתן לנו לעבוד... ג'ון-מארק ואן
הצליחו לעשות יצירת אמנות לאמן.**

יורג פרסקרה

המקצוע צריך להתרחק מלהיות פעילות אמנותית טהורה ולהפוך להיות פעילות שבה פתרונות חזותיים מתבססים עד כמה שאפשר על תהליכי קבלת החלטות הניתנים להסבר.

Soluzione o problema?



Sono una **soluzione** per molte infezioni,



però usati a sproposito
possono perdere il loro potere.



Questo potrebbe essere un grande **problema**.

Campagna informativa del Servizio Sanitario Regionale dell'Emilia-Romagna, realizzata nell'ambito di un progetto di ricerca finanziato dall'Istituto Nazionale di Farmacologia, www.cnr.it/antibiotici

**איציק רנרט, לשעבר ראש המחלקה לתקשורת חזותית בשנקר,
בהתייחסותו לפרויקט הגמר:**

מי שמנסה למצוא חן בעיני המרצים, מי שמנסה למצוא חן בעיני הלקוח, מי שמנסה להתאים לעולם, למקצוע, לדרישות, מי שמנסה להיות "נכון", במלא יוצא סתמי. זה דד-אנד לא רק בפרויקט גמר, גם בחיים. הרבה יותר חכם לנצל את ההזדמנות לעשות משהו שמעניין אותך כיוצר. להראות לעצמך ולעולם מי אתה, מה מעסיק אותך, מה השפה שלך, על מה בא לך לדבר, ולהשתדל לעשות זאת באופן עצמאי ככל האפשר. זה כל מה שפרויקט גמר טוב צריך.



סטודנטים לתקשורת חזותית

למעשה בית הספר הכשיר אותי כמעצבת, כלומר מקבלת בריף וניגשת לפתח אותו ביצירתיות, לחקור ולהפציע. פרויקט הגמר במפתיע ובשונה משאר התרגילים התגלה כפרויקט יזמות/אמנות שלא התמודדנו מולו קודם.

-

השאלה היא האם פיתחו אצלנו מספיק את הכלים לעבודה מסוג כזה. אחרי שלוש וחצי שנים שלמדנו לעבוד בפורמט של סקיצה-הגשה על בסיס שבועי וניסיונות לא מעטים לרצות מרצים שמושכים את העבודות לכיוון טעמים האישי, אנחנו כבר לא יודעים לעבוד לבד.

-

למזלי, המנחה הנהדר שלי ששתק במשך כל חודשי העבודה על הפרויקט וגם במהלך ההגשה גיבה אותי מכל הלב ונתן לי את החופש פשוט ליצור. בפעם הראשונה מזה 4 שנים פשוט יצרתי.

פייר ברנאר (גרפוס)

אני מאמין שהזהות המאוחדת של האמן והטכנאי המגולמת בדמותו של המעצב מהווה את התשתית ליכולת שלו לבסס את תפקידו ולפעול באופן הייחודי לו כאינדיבידואל שהוא חלק מהתרבות האנושית.

