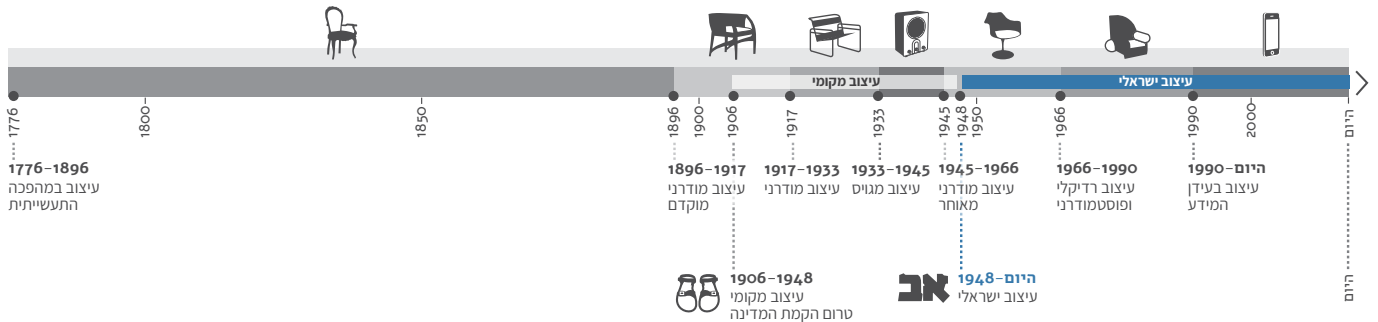


פרק 10: עיצוב ישראלי



פרק זה עוסק בעיצוב המקומי ובגיבוש זהות לאומית באמצעות העיצוב בישראל, מהקמת המדינה ועד ימינו. העיצוב הישראלי מאובחן כתוצר של מדינה שמטמיעה לתוכה תרבויות של מהגרים, מחיה עיצובים מתקופות היסטוריות קדומות של ארץ ישראל, ובו בזמן מתבוננת "החוצה", ובייחוד אל הזרמים העיצוביים והמגמות הדומיננטיות בעולם. הפרק מראה כיצד לא התפתח בישראל סגנון עיצוב ייחודי ומקורי, וכיצד הפך העיצוב הישראלי בהדרגה לחלק ממארג העיצוב הבינלאומי.

הפרק נפתח בדיון בעשור הראשון להקמת מדינת ישראל. **העיצוב למדינה בראשית דרכה** (פרק 10.1) בא לידי ביטוי הן בגיבוש הלאומיות של ישראל כמדינה יהודית והן בתגובה למשטר הצנע שהונהג אז, במטרה לקלוט את העולים הרבים. בתקופה זו נעשו ניסיונות למצוא שפה עיצובית שתייחד את ישראל. לאחר סיום תקופת הצנע, בשלהי שנות החמישים, מתחיל להתחזק בישראל **המודרניזם** (פרק 10.2), שמתרחק מכל ביטוי מקומי. התחזקותו כרוכה בהתערבות אמריקאית בעיצוב הישראלי, כמו גם ביוזמות של מעצבים פרטיים. **הפוסט-מודרניזם** (פרק 10.3) מתחיל להשפיע על העיצוב הישראלי בשנות השמונים, והוא מהווה ביטוי מסחרי למגמות ההפרטה ולהתחזקותם והתעשרותם של יזמים פרטיים בישראל. גם הפוסט-מודרניזם אינו מבטא ייחודיות ישראלית. בראשית המאה העשרים ואחת מופיעות **בעיצוב עכשווי** (פרק 10.4) בישראל שתי מגמות עיקריות: האחת מיישרת קו עם הסגנון הניאו-מודרני הפופולרי בעולם (ראו פרק 8.1) והשנייה ממשיכה את הפוסט-מודרניזם, תוך דיון בסוגיות מקומיות. בלי שתתגבש שפה עיצובית ייחודית בישראל, המגמה האחרונה מביעה זיקה למקומיות בתוכן, "ישראליות".

10.1. עיצוב למדינה בראשית דרכה

הפרק מציג את העיצוב בשנותיה הראשונות של מדינת ישראל ואת תגובת המעצבים לעלייה ההמונית ולהגבלות הצנע ומראה שלצד תכתיבים ממשלתיים פעלו המעצבים ליצור תעשייה עצמאית.

במאי 1948 הסתיים המנדט הבריטי והוכרזה הקמת מדינת ישראל. השנים שלאחר הקמת המדינה התאפיינו בגלים של עלייה המונית, ובתוך כשלוש שנים הוכפלה אוכלוסיית המדינה. המדינה התקשתה לספק את צורכיהם של העולים החדשים. כדי למנוע רעב ועליית מחירים הנהיגה הממשלה בשנים 1949-1959 משטר צנע. מחירי המוצרים הוגבלו, והאזרחים קיבלו פנקסים אישיים לפי תעודות זהות ורק בעזרתם יכלו לקנות בהקצבה מצרכי מזון, בגדים וריהוט. בנוסף למדיניות הכלכלית הונהגה מדיניות חברתית של מיזוג גלויות במטרה ליצור לאום בעל צביון אירופאי, אחיד והומוגני. בפועל הפעילה מדיניות זו לחץ על מעל מחצית מהעולים החדשים, שהגיעו ממדינות ערב, לוותר על המנהגים הייחודיים שהביאו מארצות מוצאם ולהיטמע באוכלוסייה האשכנזית, שלפני הכרזת העצמאות היוותה כשמונים אחוז מהיישוב. מדיניות זו הייתה משותפת לרשויות הקליטה, למערכת החינוך ולצה"ל.

העיצוב במדינה בראשית דרכה שיקף היבטים כלכליים וחברתיים אלו. במסגרת תוכנית הצנע החל מפעל "אתא חברה לטקסטיל בע"מ" (ראו פרק 9.2), שמנה אז יותר מאלף עובדים, לייצר בגדים לאזרחי המדינה. כל משפחה קיבלה הקצבת נקודות לרכישת ביגוד בחנויות הרשת. הבגדים שייצרה החברה היו קרובים באופיים ללבוש האירופאי, אך פשוטים ותכליתיים יותר. המכנסיים והחולצות היו מכותנה בגזרה בסיסית. בגדי היומיום היו בצבע חאקי, ביום חג או שבת נלבשה חולצה לבנה, ובגדי העבודה, שנקנו בעזרת תלושים שסופקו במקום העבודה, היו בצבע כחול. את הבגדים לבשו כל נציגי החברה, כולל ראש הממשלה, דוד בן-גוריון.

המדיניות הממשלתית הופיעה גם באדריכלות התקופה. בזמן מלחמת העולם השנייה ועד שנות החמישים כמעט לא נבנו מבנים בישראל. בשנות החמישים הצטרפו אל אדריכלי הארץ בוגרי הטכניון, והם המשיכו את הקו העיצובי המודרניסטי של השנים שקדמו להקמת המדינה (ראו פרק 9.2), אך בקנה מידה גדול יותר. ראשית נבנו מבני ציבור שייצגו את המדינה, כגון משכן הכנסת (הבנייה החלה ב-1955), בנייני האומה (הבנייה החלה ב-1950) והיכל התרבות בתל אביב (הבנייה החלה ב-1953). בניינים אלה היו ממלכתיים, אך פשוטים מאוד באופיים הצורני, גולמיים בצורתם ובעלי מראה שטוח ורחב.

את עיצוב הפנים הממלכתי הובילה האדריכלית ומעצבת הפנים דורה גד. לגד היה חלק מרכזי בעיצוב ובייצוג החזותי של הממלכתיות הישראלית. היא עיצבה את רוב המונומנטים החשובים של המדינה: הספרייה הלאומית בירושלים (1956), מוזיאון ישראל (1965), משכן הכנסת (1966), אוניות של צים ומטוסים של אל-על (1955-1975). גד דחתה את העיצוב שהביאו איתם העולים מאירופה, וכן התנגדה לאימוץ אלמנטים של עיצוב אסלאמי ולשילוב בין תרבויות שונות במוצר אחד, גישות שהוביל בוריס שץ בבצלאל המוקדם (ראו פרק 9.1). בדומה לאמני הקרמיקה של שנות השלושים, היא סברה שהקשר לישראל לא נוצר מזיקה לתנ"ך אלא מזיקה לנתונים החזותיים והחומריים של המקום. היא דגלה במיוחד ברעיון אמת החומר בהקשר המקומי, כלומר בהצגת תכונותיו של החומר כשיקוף למקום שממנו הוא נלקח. בנוסף, תקופת הצנע הכתיבה שפה חומרית פשוטה וחסכונית.

רעיונות ואילוצים אלה הובילו אותה לגבש סגנון מקומי מקורי, בעל איכויות ואפיונים ארץ-ישראליים, שהתבסס על החזות החומרית והאופטית ועל התנאים האקלימיים של הארץ. כדי להתמודד עם הטמפרטורות הגבוהות ועם האור החזק ולהפחית את עומס החום, החללים שעיצבה היו פתוחים, מוארים ומאווררים, הקירות נצבעו בלבן והוספה צמחייה מרובה. הבדים, השטיחים והווילונות, שנארגו מכותנה מקומית, הוסיפו צבעוניות רוויה. הריהוט, שהזכיר את העיצוב הסקנדינבי הפופולרי באותן שנים (ראו פרק 6.2), היה עדין וקל, והתאים למדינה הצעירה. גד עצמה עיצבה רבים מהרהיטים, המנורות, הדלתות, השטיחים והווילונות. כמו כן, היא שילבה בעיצוביה מבחר יצירות אמנות מקומיות כגון ציורי קיר, מוזאיקות ותבליטים, שנקבעו בקירות כחלק אינטגרלי.

סוג הבנייה השני האופייני לתקופה זו היה מבני שיכונים שיועדו לקלוט את העולים החדשים הרבים. ב-1951 חיו בתנאי מחיה קשים מאוד במעברות – יישובים זמניים של מבנים ארעיים שהוקמו בשולי יישובים ותיקים – יותר מ-220 אלף עולים חדשים. האדריכל אריה שרון הופקד על תוכנית מתאר ארצית להקמת ערים חדשות ברחבי הנגב והגליל. כך הוקמו אופקים, דימונה, חצור הגלילית וקריית שמונה, ושוכנו בהן במבני שיכונים בעיקר יוצאי עדות המזרח. העולים הגיעו לארץ חסרי כול כי נדרשו להשאיר את רכושם בארצות המוצא, ובשל מיקומן של הערים בפריפריה, הדלה במקומות עבודה, הגיעו במהרה יושבי השיכונים למצב של עוני קשה ואבטלה.

בניגוד לאדריכלות, עיצוב המוצר לא הונחה על ידי תכתיבים ממשלתיים, אלא היה יוזמה של המעצבים עצמם. מעצבי המוצר רצו ליצור שפה עיצובית חדשה שתבטא את החיים המודרניים במדינה החדשה, אך תהיה לה זיקה למסורת היהודית ולארץ ישראל. גישה זו המשיכה את פעילות אמני הקרמיקה בפלשתינה בטרם הקמת המדינה (ראו פרק 9.2). כך קמה בישראל בשני העשורים הראשונים לקיומה של המדינה תעשיית מתכת זעירה, שמנתה כעשרים יצרנים אשר ייצרו חפצי נוי, מזכרות וכלים שימושיים לבית, כגון צלחות, קערות, כדים, קופסאות, אגרטלים, מאפרות, תומכי ספרים, וכן תשמישי קדושה כגון חנוכיות, מזוזות ופמוטים. התעשייה קמה ביוזמה פרטית, וחלק מהמפעלים זכו לתמיכה חלקית של הממשלה. המפעלים הבולטים היו פל-בל (Pal-Bell) (הוקם ב-1939), האחים דייגי (הוקם ב-1942) ואופנהיים (הוקם ב-1945).

לחלק ניכר מהכלים הייתה שפה גיאומטרית שנטתה לאר-דקו (ראו פרקים 4.4-4.5), אך לחפצי המתכת היו כמה מאפיינים ייחודיים: הם יוצרו מפליז או מנחושת ונצבעו בפטינה תעשייתית, חומר כימי שחיקה את תהליך החמצון

שקורה באופן טבעי במתכות והקנה לכלים מראה ירקרק עתיק. הפטינה נהייתה למאפיין האסתטי של תעשיית המתכות של ישראל הצעירה. חידוש אחר היה בשילוב של אבני אילת, אבן חן יקרה למחצה שצבעה כחול-ירוק, היחידה שנכרתה בישראל, במכרות תמנע. חידוש זה ביטא את הזיקה לאוצרותיה של ארץ ישראל. לבסוף, תעשיית המתכת הייתה בחלקה הגדול פיגורטיבית וסיפורית. הופיעו דמויות – בעיקר רקדנים, נערה בביגוד תנ"כי מנגנת או אוחזת בכד ודמויות חלוצים – וכן נופים ומוטיבים מחפירות ארכיאולוגיות. הדימויים, הפטינה ואבני אילת הציגו את הקשר שבין העם היהודי המתחדש במדינתו להיסטוריה העתיקה שלו. קהל היעד של תעשיית חפצי הנוי היה בעיקר השוק האמריקאי, אך הכלים היו נפוצים גם בבתיים בישראל. הם סימלו בעיני היהודים ברחבי העולם את המדינה הצעירה ואת התמיכה בכלכלה ובתעשייה המקומית.

ב-1954 הקימה רות דיין את משכית – חברה ממשלתית לעיצוב אופנה ומוצרי טקסטיל. החברה ביקשה לשמר את מלאכת המחשבת של בני עדות המזרח שהגיעו לארץ וכללה את הרקמה ועיצוב התכשיטים שהביאו העולים מתימן, את מלאכת הטוויה העיראקית ואת השטיחים הפרסיים, וכן לפתור את בעיית התעסוקה של העולים החדשים. לדיין היה חזון על כור היתוך שכלל ערבים ויהודים כאחד. לאחר כיבוש עזה במבצע קדש ב-1956 העסיקה דיין את תושבי הרצועה באריגת שטיחים, בדים, ובייצור רהיטי קש. לאחר מלחמת ששת הימים ב-1967 הועשרו דוגמאות הרקמה של משכית באמנות רקמת שמלות פלסטינית ובדואית. וכך נעשה לראשונה בישראל ניסיון לשלב את האמנות הפלסטינית המקומית עם האמנות הישראלית המתהווה.

המודל של משכית דמה לזה שהונהג בבצלאל המוקדם: המעצבים האירופאים מכתיבים את הקו העיצובי, והפועלים הם יוצאי עדות המזרח. דיין שכרה את המעצבת פני ליטרסדורף, ילידת הונגריה, כדי שתשמש כמעצבת האופנה הראשית של החברה, ואת נאורה ורשבסקי, ילידת חיפה, כמעצבת הטקסטיל הראשית של החברה. ורשבסקי חקרה חלקי בדים שנמצאו בחפירות ארכיאולוגיות במדבר יהודה, במגידו, בחצור, בבאר שבע ובמערות קומראן, ויצרה בהשראתם בדים טבעיים מצמר, משי גולמי ופשתן באריגה גסה, שהביעו בחומריותם ובצבעיהם את המדבר. לייטרסדורף, כמו דורה גד, בחרה שלא להעתיק את האופנה הנהוגה במערב, אלא ליצור אופנה "צברית" מקומית מקורית שמשקפת את תרבות העם, את נופי הארץ ואת צבעיה. עיצוביה היו מעין פיוז'ן שכלל גזרות רחבות בהשראה תנ"כית, עיטורים, רקמות וצורפות תימנית שעברו שינויים והתאמה לגזרות החדשות ולטכניקות תפירה אירופאיות.

בעיצוב גרפי נוצר צורך מיידי בעיצוב זהות ובהדגשת הלאומיות של ישראל כמדינה יהודית. המעצבים היו צריכים ליצור שפה ממלכתית שתייצג את מדינת ישראל, שתהיה ייחודית לה ושתבדל אותה ממדינות אחרות. פנייה ישירה למעצבים מגורמים ממלכתיים, כמו גם מכרזים שנפתחו לציבור הרחב, ביקשו לעצב למדינה החדשה את סמלי מוסדות המדינה, שטרות כסף, מטבעות, בולים, סמלי צה"ל, סמלי ערים ומועצות מקומיות, מדליות, כרזות רשמיות לכבוד יום העצמאות, ועוד. בין המעצבים שפעלו בתחום זה הייתה פרנציסקה ברוך, שעיצבה את הדרכון הישראלי הראשון והכינה את המתווה לסמל של ירושלים. המעצבים נדרשו לחזק את תחושת הלאומיות והגאווה של הלאום היהודי בארץ ישראל. לאחר דחיית הצעות רבות לעיצובו של דגל המדינה התקבלה לבסוף ההחלטה שדגל מדינת ישראל יהיה זהה לדגל ההסתדרות הציונית דאז (ראו פרק 9.1). מגן הדוד, שלא היה אז סמל ליהדות אלא לציונות, הפך רשמית למייצג המדינה היהודית. ב-1949 זכו האחים שמיר במקום הראשון בתחרות לעיצוב סמל מדינת ישראל, מתוך 450 עבודות. הצעתם המקורית של האחים שמיר הייתה סמל הרלדי שבמרכזו מנורת שבעת הקנים בעיצוב סכמתי מודרני, מעליה שבעה כוכבים, ומשני עבריה ענפי זית. לאחר הזכייה הם עיבדו את הסמל למה שאנחנו מכירים היום, כשהמנורה נראית כזו המופיעה על שער טיטוס.

בעיצוב פרסומות וכרזות הופיעו שלוש מגמות שונות. הראשונה והבולטת המשיכה את סגנון הריאליזם הסוציאליסטי שהופיע לפני קום המדינה (ראו פרק 9.2). המעצבים הבולטים בגישה זו היו אוטה וליש ויוחנן סימון. מגמה שנייה הופיעה בעיקר בפרסומות בעיתונות, והייתה יותר אמריקאית באפיון הריאליסטי של הדמויות ולבושן. האישה, תמיד בשמלה, הוצגה כעקרת בית המוכרת מוצרים ביתיים, והגבר, בחליפה, פרסם סיגריות, משקאות וכדומה. מגמה זו אופיינית לפרסומות העיתונות של האחים גבריאל ומקסים שמיר. מגמה שלישית הופיעה בסוף שנות החמישים בהשפעת העיצוב הבריטי, הצרפתי והבלגי. האיורים היו הומוריסטיים יותר, ולדמויות היה אופי שובב וקריקטוריסטי. מי שהובילו את הגישה הזו היו פאול קור, שמואל כץ ויוסף בס.

נושאים לדיון
• הצגת הקשר ההיסטורי של העם היהודי לארץ ישראל והצגת ישראל כארץ המקרא.
• בעיצוב אופנה:
דוגמה בעבודתה של נאורה ורשבסקי
• בעיצוב מוצר:
דוגמה חברת פל-בל – חנוכיה עם הכיתוב "הנרות הללו קודש הם", שנות החמישים
• בעיצוב גרפי:
דוגמה אשר קלדרון – בולי מועדים לשמחה, 1960; מרים קרולי – כרזת העשור למדינת ישראל, 1958; אליהו קורן – גופן קורן, 1958
• יצירת שפה מקומית בהתבסס על חומרים ותאורה ארץ-ישראליים.
דוגמה דורה גד – עיצוב פנים למשכן הכנסת, 1966
• השפעות אמריקאיות על עיצוב גרפי.
דוגמה האחים שמיר – כרזות לכרמל מזרחי, ברנדי אקסטרה פיין, 1956
• השפעות בריטיות על עיצוב כרזות.
דוגמה פאול קור – התערוכה החקלאית, חיפה, 1959

הצעות להרחבה ודיון
• עיצוב דמות הצבר הישראלי.
דוגמה אריה נבון – "שרוליק", 1956
• התחרות לעיצוב דגל ישראל והתחרות לעיצוב סמל המדינה; עיצוב תערוכת העשור (סמל, כרזה, מבנים) ועיצוב הביתן הישראלי באקספו '58.

10.2. מודרניזם

הפרק סוקר את העיצוב שלאחר סיום תקופת הצנע, מציג את ההתערבות האמריקאית בעיצוב ודן בהשפעת המודרניזם המערבי ובאימוץ השפה המודרנית בישראל.

מדיניות הקיצוב של הממשלה (תקופת הצנע) הסתיימה ב-1959, כעשור לאחר הקמת המדינה. וכך, באמצע שנות החמישים, שהיו שנות הפריחה הכלכלית ברחבי העולם, תעשיית מוצרי הצריכה בארץ עדיין הייתה בחיתוליה. מהעשור השני לקיומה של המדינה החלה התעשייה הישראלית, שהוקמה לפני קום המדינה, להתפתח בקצב מואץ, ומפעלים חדשים הוקמו ברחבי הארץ.

מבחינת העיצוב, תקופה זו מסמנת את סיומה של תקופת החיפוש אחר שפה עיצובית מקומית, ופנייה למודרניזציה ולאוניברסליות. מעצבי שנות השישים לא התייחסו כלל לקונטקסט המקומי, אלא פנו ליצור עיצוב בינלאומי המתנתק מיצירת קשר למקום הספציפי, ובחרו שלא לייצר תוצרת בעלת ייחוד פולקלוריסטי. בתקופה זו הייתה השפעת המערב על ישראל ניכרת מאי-פעם, אם בשל הצורך לפנות לקהל לקוחות מחו"ל כדי לחזק את המדינה כלכלית, ואם בשל הרצון להציג את ישראל כמדינה ככל המדינות המערביות.

אימוץ השפה המודרנית היה בין השאר תוצר של ההתערבות האמריקאית בעיצוב הישראלי. באמצע שנות החמישים הוקמו שני מוסדות מכוננים ששימשו בסיס להחדרת דיסציפלינת "עיצוב המוצר" בארץ. הראשון היה המכון הישראלי לעיצוב המוצר שהוקם ב-1955 במסגרת משלחת הסיוע הטכני של ארצות הברית לישראל. השני היה המשרד הישראלי לעיצוב המוצר (IPDO – Israeli product Design Office). המכון התמקד בחינוך ובהקניית ידע, ואילו המשרד (IPDO) עסק בהכשרת כוח עבודה לשירות התעשייה. שני המוסדות יועדו להכשיר מעצבי מוצר ישראלים ובכך לפתור את בעיית המחסור במעצבים לתעשייה הישראלית, לקדם את השימוש בעיצוב בקרב התעשיינים, לתמוך בפיתוח מוצרים חדשים, לעצב מחדש מוצרים קיימים כדי לשפר את איכותם של המוצרים ששווקו בשוק המקומי ולצמצם את הייבוא, וכן להעלות את רמת המוצרים לייצוא כדי להתאימם לשוק הבינלאומי. הכשרת עובדי המשרד נעשתה על ידי האמריקאים. הפיתוח, העיצוב, הצגת הפרויקטים וניהול המכירות נעשו לפי ההיגיון האמריקאי ובשפה האנגלית. מאחר שלמוצרים הישראליים לא היה מוניטין, המעצבים הגרפיים טשטשו את הזהות המקומית בעזרת לוגואים באנגלית.

המשרד (IPDO) סיים את פעילותו ב-1959 עם לקוחות רבים בישראל, בהם משרדי ממשלה וחברות פרטיות. בין השאר עוצבו מכונת אספרסו לחברת אמקור, ברזים לחברת חמת, רמקולים לחברת אמרון, טרקטור למשביר המרכזי, בקבוקי מיץ לתנובה, ועוד. אך כארבע שנים לאחר שהצוות האמריקאי חזר לארצות הברית התפרק המשרד, בין השאר בגלל מאבקים על השליטה בהנהלת המשרד ומפני שבלי התמיכה האמריקאית מחיר העיצוב היה יקר מדי לתעשיינים, והם העדיפו להיעזר במעצבים אירופאים מיומנים יותר. כך נוצר מצב שבמקום לפתח עיצוב המתאים לצרכים המקומיים, הן המעצבים הישראלים והן המעצבים מחו"ל הכתיבו טון אירופאי זר.

עיצוב שנחשב ישראלי מאותה תקופה הוא מכונית הסוסיתא, אף כי לא עוצבה בישראל ורוב חלקיה יובאו מחו"ל. דגם הסוסיתא הראשון, משנת 1960, נקרא "הקובייה", ועיצבה אותו חברת רליאנט, יצרנית מכוניות בריטית. בשונה משאר הרכבים שהורכבו או יוצרו בישראל על ידי חברות זרות, גוף המכונית היה עשוי פיברגלס (סיבי זכוכית הספוגים בפוליאסטר), חומר חדש בישראל של שנות השישים. הפיברגלס התאים כתחליף לייצור מכוניות בכמויות קטנות יחסית, כי תבניות פלדה גדולות היו יקרות והצריכו ייצור של כמות גדולה כדי לכסות על עלותן הגבוהה. עם זאת, יכולות הפיברגלס ליצור צורות זורמות לא נוצלו, ול"קובייה", כמו ליתר הדגמים שבאו בעקבותיה, היה מראה גיאומטרי שנבע מאילוצי כבישת הפח שבה התמחתה חברת רליאנט. גם אחרי שהתכנון ובניית המודלים עברו למפעל הישראלי, "אוטוקרס", באמצע שנות השישים, לא ניצל עיצוב הרכב את יכולות הפיברגלס, כי בסדנת המודלים עבדו בעץ. אך דווקא האילוצים הטכניים וחוסר המקצועיות שיוו לסוסיתא את מאפייניה החזותיים הייחודיים: תיבתיות, גולמיות, פשטות ומראה גס ומחוספס. חשיבותה של הסוסיתא הייתה בכינון רגש גאווה לאומית, שכן המכונית נתפסה אז כשיא התיעוש והצרכנות האישית, והשלמת המעבר של ישראל הצעירה מחברה חקלאית לחברה תעשייתית. אף על פי כן, עם השנים הפיברגלס מתבלה, נסדק ומתפוצץ, ואם לא נצבע היטב מתפורר בחשיפה לשמש. כישלונה של הסוסיתא להחזיק מעמד לטווח הארוך ביטא בעיני רבים את כשליה של החברה והכלכלה הישראלית בשנות השישים.

אדריכלות התקופה התאפיינה בבנייה ברוטליסטית מבית מדרשו של לה קורבוזיה (Le Corbusier) (ראו פרק 6.1), שהגיעה לישראל בשנות השישים אחרי כעשור של בולטות באירופה. בניינים רבים נבנו ברחבי הארץ מבטון חשוף. באר שבע היא העיר שבה בנייה זו בולטת יותר מכל עיר אחרת בישראל. מבני ציבור רבים כגון "מרכז הנגב" (בנייתו החלה ב-1959), בית יד לבנים (בנייתו החלה ב-1961) ובית העירייה (בנייתו החלה ב-1962) בנויים בגישה זו. הבנייה הברוטליסטית נוכחת בבאר שבע גם בנייני מגורים. "שכונה ה' לדוגמה" הוקמה כשכונת מגורים גדולה במרכז העיר. השכונה ממוסגרת בבנייני בלוקים ארוכים שנועדו לשמש מגן מפני סופות חול. הבלוק הצפוני, בתכנונם של אברהם יסקי ואמנון אלכסנדרוני, נקרא "שיכון רבע הקילומטר", וכשמו כן אורכו.

שינוי גדול הורגש באדריכלות הישראלית של סוף שנות השישים. ברחבי הארץ החלו להיבנות מבנים שהציגו לראווה עושר. הבניינים נבנו בבנייה עצמאית, ללא הכוונה או התערבות ממשלתית. בערים החזקות נבנו וילות יוקרתיות, ובערי הפיתוח החלשות יותר, שכללו עד אותה עת בעיקר שיכונים, נמכרו מגרשים במחיר יחסית ונבנו בתים פרטיים בגישת "בנה ביתך", במטרה למנוע מאוכלוסייה מבוססת כלכלית לעזוב את עיירות פיתוח, וכן למשוך אליהן מתיישבים חדשים. ההשפעה האמריקאית ניכרת בעיצוב הפנים שכלל פורמייקה צבעונית ורהיטים מודרניים.

בעיצוב גרפי, הדור שפעל עד שנות השישים פינה את מקומו למעצבים החדשים שסיימו את לימודיהם בבצלאל בשנות החמישים והשישים. מעצבים אלו הביאו לישראל סגנונות עיצוב זרים. בייחוד רווח העיצוב הגרפי השוויצרי, שהיה הפופולרי מבין סגנונות העיצוב הגרפי באותה תקופה ברחבי העולם (ראו פרק 6.1). בין המעצבים הבולטים בסגנון זה היה דן ריזינגר, שעיצב את הלוגו של הבימה (1968), של אל-על (1972), של מוזיאון תל אביב (1977), סמלים למכבייה ועיצובים רבים נוספים, כולם בגישה זו. מגמה נוספת ומצומצמת יותר שהופיעה בשלהי שנות השישים הייתה עיצוב לפי אופנת הכרזות הפסיכדליות (ראו פרק 7.2). העיצוב הישראלי הפסיכדלי היה בזיקה לגרסה הבריטית דווקא, המעודנת יותר מהאמריקאית, אולי בשל הפופולריות של להקת הביטלס בישראל, שעיצוביה היו בסגנון זה. כך או כך, רוב העיצובים נעדרים כל זיקה ללאומיות ולמקומיות, ומבקשים להציג את ישראל כאחת ממדינות המערב.

נושאים לדיון
• התערבות אמריקאית בעיצוב ישראלי המיועד לייצוא, והמשרד הישראלי לעיצוב המוצר.
דוגמה אריה סולומון – הטלפון הראשון הכולל צג, שנות השישים
• עיצוב מכונת הסוּסִיתא: חברת אוטוקרס – מכונת סוּסִיתא, 1960.
• אדריכלות בהשראת לה קורבוזיה והסגנון הברוטליסטי.
דוגמה רם כרמי – התחנה המרכזית החדשה של תל אביב, 1967
• השפעת העיצוב השוויצרי על העיצוב הגרפי בישראל.
דוגמה דן ריזינגר – כרזת המכבייה ה־13, 1969
• השפעת העיצוב הבריטי הפסיכדלי.
דוגמה פאול קור – טיסות לאילת, כרזה של ארקיע, 1969

הצעות להרחבה ודיון
• עיצוב אופנה: גדעון אוברזון, לאה גוטליב (גוטקס), לולה בר אבנר, רות צרפתי.

10.3. פוסט-מודרניזם

פרק זה עוסק בביטוי המקומי לעיצוב הפוסט-מודרני ובאופן שבו הוא נקשר בהתפתחות הכלכלה הקפיטליסטית בישראל של שנות השמונים והתשעים.

לאחר שנים של ממשלות מקרב השמאל עלה הימין לשלטון בשנת 1977. בהדרגה פינתה מדיניות הרווחה שהייתה נהוגה עד אותן שנים את מקומה למערכת כלכלית של קפיטליזם אינדיבידואליסטי, הקרובה יותר ברוחה לקפיטליזם האמריקאי. במסגרת זו, רכוש, שירותים וגופים ציבוריים עברו הפרטה ונמכרו לגופים פרטיים, מגמה הנמשכת גם אל תוך העשור השני של המאה העשרים ואחת. רוח חדשה הורגשה בכל היבטי התרבות. חברות טלוויזיה בכבלים החלו לשדר בשנת 1989, וערוץ 2, שהוקם ב-1986, החל לשדר שידורים מסחריים ב-1993. עד להקמתם, הערוץ היחיד ששידר בישראל היה הערוץ הציבורי-ממלכתי "הטלוויזיה הישראלית" (לימים הערוץ הראשון). יחד עם הטלוויזיה המסחרית גבר הפרסום גם בעיתונות ובמגזיני כרזות שהודפסו במגוון תחומים.

העיצוב הפוסט-מודרני החל בישראל בתחילת שנות השמונים, והשתלב עם השינויים הכלכליים והתרבותיים הללו. התקופה מאופיינת בהשתחררות מאידאולוגיות מודרניסטיות, שאפיינו את העיצוב בישראל של שנות השישים (ראו פרק 10.2). אך הפוסט-מודרניזם הישראלי לא גובה בתיאוריות פוסט-מודרניות כמו בארצות הברית או באיטליה (ראו פרקים 7.1-7.2). התופעה הסתכמה בישראל בביטויים סגנוניים שהיו מעין הד למהפכה העיצובית שהתרחשה באותן שנים במדינות המפותחות. העיצוב בתקופה זו צבעוני ומושך את תשומת הלב, ונועד לפתות את הצרכנים לקנות. הפלורליזם האסתטי נקשר אפוא בישראל בתרבות הצריכה. בעיצוב מוצר, ניתן לראות בעיצובי חברת פלסטיק פלוס התל אביבית, שהוקמה ב-1982, ביטוי למגמות של העיצוב האיטלקי הרדיקלי. החברה ייצרה מוצרי פלסטיק צבעוניים, זולים וזריקים, שיועדו לשימוש לזמן מוגבל. העיצובים היו שובבים יותר, והציעו דבר שלא היה קודם לכן בישראל.

פתיחת השוק הישראלי לייבוא הוזילה את מחירי המוצרים והכניסה לשוק תוצרת מרחבי העולם. במקביל, הגברת הייבוא גרמה לדעיכתן המואצת של התעשיות הישראליות ובהן תעשיית הטקסטיל והאופנה ותעשיית הקרמיקה. היוצרים בקרמיקה הפסיקו לחתור לייצור תעשייתי, שלא יכול להתחרות בתוצרת המיובאת, ובמקום זה פנו להשתמש בחומר הקרמי כדי ליצור פרטי עיצוב יחידניים, מוצרים בסדרות קטנות או פסלים. היוצרים אימצו לראשונה אל תחום העיצוב הקרמי רעיונות שגובשו בציר ובפיסול, והביטויים נהיו יותר אקספרסיביים ואישיים. דוגמאות לכך ניתן למצוא בעבודות של רעיה רדליך, דניאל דיוויס, לידיה זבצקי, עדינה בר-אור ואחרים.

התחזקותם של יזמים פרטיים והתעשרותם, יחד עם מגמת ההפרטה, השפיעה גם על האדריכלות, וכוחות ההון התחילו להכתיב את המרחב האורבני. החלה בנייה של גורדי שחקים שכללה מגדלי מגורים ומשרדים. בנוסף נוסדו הקניונים הראשונים: דיזנגוף סנטר בתל אביב (1977), קניון איילון ברמת גן (1985), ובשנות התשעים קניון הזהב בראשון לציון (1993) וקניוני ענק כגון קניון מלחה בירושלים (1993), קניון מול הים באילת (1997) וקניון עזריאלי בתל אביב (1998). חלק ניכר מבניינים אלה ומבנייני ציבור ובניינים מסחריים אחרים שנבנו בתקופה זו ברחבי הארץ מזכיר בעיצוב את הפוסט-מודרניזם האמריקאי, במיוחד לפי המודל של בניין פורטלנד (Portland building) של מייקל גרייבס (Michael Graves) משנת 1982 (ראו פרק 7.2). המבנים בנויים בצורה גולמית וכבדה, בעלי חלונות קטנים, עם אזכורים גיאומטריים של צורות היסטוריות, חיפוי באבן ורדרדה וחומה, ואלמנטים קישוטיים כמו כיפות ומשולשים, לרוב בצבע אדום, כחול או טורקיז.

מבחינת עיצוב הפנים משמש דיזנגוף סנטר ביטוי לעיצוב פוסט-מודרני ישראלי. המבנה נראה מבחוץ כמאורגן באופן שיטתי ופשוט בשני חלקים נפרדים המחוברים בשני גשרים. אולם פנים המבנה נעדר כמעט לגמרי משטחים ישרים או פינות ברורות, כך שההליכה מתבצעת על גבי מתלולים מעוקלים, ואין הגדרה ברורה של קומות. תכנון זה יוצר תחושת חוסר התמצאות בקרב המבקרים בקניון, שהולכים סחור-סחור. העיצוב מבטא את רוח התקופה, המעודדת את הצרכן "לאבד את עצמו" בתוך מסע הקניות.

גם העיצוב הגרפי הושפע מהפוסט-מודרניזם האמריקאי, ובעיקר מסגנון הגל החדש (New Wave) (ראו פרק 7.2). בכרזות רבות משולבים יחד אלמנטים גרפיים חופפים בצורות מרובות ובטקסטורות וצבעוניות מגוונות, המהווים מעין אסוציאציה רחוקה לנושא הכרזה. עם זאת, העבודה הטיפוגרפית קריאה, ברורה ומסודרת, שלא כמו בעיצובים

האמריקאיים. עוד תופעה בולטת בתקופה זו היא הופעתם של גופני כתב יד כגון גופן "חני דק" שעיצב שמואל סלע ב-1993. פיתוחים גרפיים אלה העשירו את השפה החזותית של העיצוב הפוסט-מודרני הישראלי.

כמו כן, בתקופה זו מופיעים בעיצוב גרפי ביטויים ראשונים של עיצוב ביקורתי, העומד בניגוד לעיצוב התעמולתי שתמך בפעילות הציונית לפני הקמת המדינה ובשנותיה הראשונות. המעצבים השתמשו במילון המושגים החזותי שיצרו מעצבי התנועה הציונית כדי להביע מסרים פולמוסיים. המנורה, בית המקדש, מגן דוד, פרחי ארץ ישראל (דם המכבים, כלנית ופרג), ענפי זית, עץ דקל, דגל ישראל ועוד, משמשים את המעצבים כדי להעמיד בסימן שאלה את תקפותם ונכונותם של הרעיונות שהתגבשו בראשית הציונות, והם מביעים יחס מסתייג או אירוני לגבי המיתוסים שנרקמו בשנים ההן, וכן מחאה וייאוש מחוסר יכולתה של ישראל לממש את הכתוב במגילת העצמאות.

אחד המעצבים הביקורתיים הבולטים הוא המעצב הגרפי דוד טרטקובר, חתן פרס ישראל לעיצוב לשנת 2002. בשנת 1978 הוא עיצב את הכרזה "שלום" לציון שלושים שנים לעצמאות מדינת ישראל. בכרזה הופיעה המילה "שלום" על רקע שמיים כחולים, באות הסריפית קורן שעיצב אליהו קורן (קורנגולד) למהדורת התנ"ך שיצאה בהוצאתו (ראו פרק 10.1). הגופן מבטא חידוש במסורת הטיפוגרפיה העברית הגלותית ועולה בקנה אחד עם רוח המדינה הצעירה, שהייתה אופיינית לשנת הוצאתו, 1958. עיצוב הכרזה "שלום" הוביל את טרטקובר לעצב ביוזמתו כרזה ובה המילים "שלום עכשיו". על רקע לבן מופיעה המילה "שלום" בצבע שחור באות קורן, כמו בכרזה המקורית, ואילו המילה "עכשיו" מופיעה בצבע אדום בפונט חיים שמן, שהיה הפונט הסן-סריפי הראשון שעוצב בעברית (ראו פרק 9.2). הניגוד בין שני סוגי הפונט בצבעים העזים מביע מסר ברור ונראה כאילו הכרזה זו עקת. היא נחשבת לכרזה הראשונה בישראל שעושה שימוש בפונט בלבד כדי להביע מסר פוליטי.

נושאים לדיון
השפעת העיצוב הרדיקלי האיטלקי על עיצוב המוצר.
דוגמה פלסטיק פלוס – גופי תאורה, שנות השמונים
אדריכלות בהשפעת הפוסט-מודרניזם האמריקאי.
דוגמה אברהם יסקי – מגדל האופרה, 1993
עיצוב גרפי בהשפעת הפוסט-מודרניזם האמריקאי.
דוגמה מירה מימי – דוח שנתי לקק"ל, 1987-1986
עיצוב גרפי ביקורתי.
דוגמה דוד טרטקובר – אמנים פלסטינים וישראלים, 1984

10.4. עיצוב עכשווי

הפרק מנתח את העיצוב העכשווי בישראל כביטוי מקומי לשני זרמים גלובליים: נאו-מודרניזם ופוסט-מודרניזם עכשווי.

אחת השאלות שמעצבים וחוקרי עיצוב נשאלים תדיר היא "האם קיים עיצוב ישראלי?" התשובה הנפוצה היא שאין עיצוב כזה, משום שלא התפתחה בארץ מסורת עיצוב עקבית שמייצגת את ישראל. ההשפעות החיצוניות, ובעיקר האמריקאיות, החל משנות החמישים, הטו את הכף לטובת אמריקניזציה של התרבות והעיצוב (ראו פרק 10.2). הניסיונות האחרונים ליצור עיצוב ישראלי תמו עם פתיחתה של ישראל לשווקים זרים, עליית הקפיטליזם בשנות השבעים וסגירתן של יוזמות העיצוב שניסו לפתח שפה ויזואלית מקומית (ראו פרק 10.3).

ואולי יותר מאלו הייתה תחילתו של עידן המידע בישראל הסיבה לויתור על יצירת עיצוב שיחד את הלאומיות. פן אחד של עידן זה הוא החשיפה לאינטרנט, שפתחה את המעצבים הישראלים להשפעות בינלאומיות יותר מאי-פעם. במאה העשרים ואחת העיצוב נעשה יותר ויותר גלובלי, וייחודם של מרכזי עיצוב מקומיים מתעמעם ממילא. בעידן גלובלי כזה, יצירת עיצוב מקומי ייחודי נראית אולי כדבר מאולץ. פן אחר של עידן המידע הוא עליית הייצור במדינות מזרח אסיה, ובמיוחד בסין. הייצור במדינות אלו זול משמעותית מייצור במדינות המערב, והוא מקטין את יכולתן להתחרות במחירים הנמוכים. מסיבה זו נסמך השוק הישראלי בעיקר על ייבוא, ולא מתפתחת בישראל תעשייה עצמאית של מוצרי צריכה המבטאים את ייחודיותו של המקום. מוצרי הצריכה המיוצרים במדינה ומיועדים לשוק המקומי הם לרוב בקנה מידה קטן, ומיוצרים בייצור ידני, חצי-תעשייתי או תעשייתי בסדרות קטנות.

התעשייה העיקרית שמתקיימת בישראל היא תעשיית הנשק, המייצרת טנקים, כלי טיס בלתי מאוישים, נשק קל ועוד. חלק ניכר מאמצעי הלחימה המיוצרים בישראל מיוצאים למדינות העולם. ייצוא נוסף של ישראל הוא יוזמות ההיי-טק הרבות. המדינה מתמקדת בחדשנות יותר מאשר בפיתוח או בשימור של מסורת ייצור. חברות ההיי-טק ופיתוחי ההיי-טק רבים נמכרים לחברות בינלאומיות, ופעילות זו נחשבת להצלחה בקרב הישראלים. וכך, המעצבים הישראלים שעובדים בסטודיות לעיצוב תעשייתי בישראל מעצבים לחברות מחוץ לארץ או לחברות ישראליות המסתמכות בעיקר על ייצוא.

מבחינה סגנונית, רוב העיצוב התעשייתי העכשווי בישראל מיישר קו עם הסגנון הניאו-מודרני (ראו פרק 8.1). המוצרים מעוצבים עם אופי אוניברסלי בקווים פשוטים ופונקציונליים, בצבע אחיד וללא עיטורים, ומשדרים אמינות ואיכות גבוהה. המוצרים מיועדים לשיווק בארץ ובחו"ל. דוגמה – המכונות הביתיות לייצור סודה של חברת סודהסטרס מאופיינות בקווים נקיים, צבען לבן, והן משדרות ניקיון, אלגנטיות ועילות. במקביל מתקיימת בישראל מגמה המתכתבת עם זרם הפוסט-מודרניזם העכשווי העולמי (ראו פרק 8.2). מגמה זו ממשיכה את העיצוב הביקורתי שהופיע עם דן ריזינגר בשנות התשעים (ראו פרק 10.3) ומתרחבת לתחום עיצוב המוצר. העיצוב ביקורתי ורפלקסיבי, והוא מעלה שאלות באשר לגבולות שבין עיצוב לאמנות, לתרבות הפופולרית, למלחמה ועוד (ראו פרק 8.2). השאלות אמנם גלובליות, אך היותם של המעצבים הישראלים – חיים במדינה שנמצאת תדיר בכותרות מסיבות מגוונות – מוסיפה מימד נוסף של משמעות לתוצרים. מעצבים אחרים מגיבים למגמות עולמיות קטנות יותר, כגון תנועת המייקרים והקראפט העכשווי, ויוצרים עבודות שדנות בקשר שבין העולם הדיגיטלי לעולם החומרי.

מאפיין אחר של עידן המידע שבא לידי ביטוי בעיצוב ישראלי הוא הנטייה להאדרת הפרט – כפי שהדבר משתקף בתוכניות הריאליטי, בחשיפה האישית בערוץ היו-טיוב, בשיתוף תמונות ברשתות החברתיות ועוד. כחלק ממגמה זו מתקיימת בישראל מדיניות לא רשמית הפוכה למדיניות כור ההיתוך שהונהגה בראשית המדינה (ראו פרק 10.1). ישראל ייחודית בכך שהיא מקבצת אליה יחד עולים יהודים ממדינות רבות בתבל, ולצדם חיים בה מוסלמים, נוצרים, דרוזים ובני דתות אחרות. במקום האחדות הכפויה, שביקשה למחוק הבדלים בין התרבויות השונות, מעודדת החברה הישראלית העכשווית רב-תרבותיות, בידול בין העדות השונות, ריבוי קולות והאדרה של המאפיינים התרבותיים של המיעוטים האתניים, שמירה והצגה לראווה של מנהגים, שפה, לבוש, חגים ועוד. למרות כל זאת מתקיימים בישראל ביטויי גזענות בקרב העדות השונות וכלפי בני מיעוטים. הפלורליזם מחד גיסא והקונפליקטים מאידך גיסא באים לידי ביטוי בעבודותיהם של מעצבים ישראלים שבוחרים לעסוק בהתנגשויות הזהות האישית עם הזהות הקולקטיבית, במסורת ובשבירת המסורת. אחד המעצבים הבולטים בהקשר זה הוא רמי טריף, מעצב דרוזי שלמד באוניברסיטת ציריך לאמנות ובבצלאל. טריף משלב בעיצוביו מלאכות יד ומנהגים מסורתיים של בני העדה עם עיצוב מודרני. עיצוביו

מציעים מנהגים חדשים המשלבים מסורות, מביעים ביקורת חברתית-פוליטית או דנים בחברה הדרוזית ביחס לישראל. דוגמה לעיצוב כזה היא תבניות עץ עם ידיות לעוגיות מעמול בעיצוב מסורתי, שבהן הגומחה היוצרת את הצורה המקובלת של המעמול הוחלפה בדרגות ובסמלים צבאיים.

מעצבים אחרים חוזרים למסורות עיצוב ישראליות וטרומ-ישראליות, ומחדשים אותן. הם משתמשים בעיצוב אוריינטליסטי ומתייחסים להיסטוריה של העיצוב המקומי כדי להביע אופטימיות לגבי עתידו של עם ישראל על כל עדותיו ודתותיו. הסטודיו Re-Levant הוא דוגמה לגישה זו – שמו של הסטודיו הוא משחק מילים המעיד על כוונות המעצבים "להחזיר את הלבנט לרלוונטיות". גם קבוצת אמני הגרפיטי והמעצבים ברוקן פינגז (brokenfingaz) יוצרים מתוך התייחסות למסורת העיצוב של טרום הקמת המדינה, ובמיוחד לעבודתו של אפרים משה ליליין (ראו פרק 9.1). העבודות מציגות את הגישה האוריינטליסטית של המעצבים שפעלו בבצלאל לפני קום המדינה דווקא כחיובית, משום שהיהדות ניסתה ללמוד אז מהאמנות והאומנות הערבית המקומית.

באדריכלות ובעיצוב הפנים הישראלי ניתן לזהות מגמות מגוונות. מגמה אחת נוטה לאקלקטיזם. הבתים הפרטיים נבנים בסגנונות שונים, בעיקר כפרי, ניאו-קלאסי, מודרניסטי, יווני מודרני, ולעיתים בשילוב של כמה מאלו יחד. בהתאמה, עיצוב הפנים כולל פרטי ריהוט ותאורה ממגוון סגנונות היסטוריים ועכשוויים. מגמה אחרת היא ניאו-מודרניזם, והיא מושפעת בעיקר מחברת הרהיטים השוודית איקאה, ששולחת לבתים קטלוגים עבים המציגים את סגנון החיים הסקנדינבי (ראו פרק 6.2). מגמה אחרונה, שאולי מבטאת יותר מהשתיים האחרות אותנטיות מקומית, מציגה מראה מחוספס, עני, לא גמור וכאוטי. מגמה זו מופיעה במסעדות, בין שהן מגישות מאכלים מקומיים, כגון מסעדת החומס הקונ-טיינר, ובין שהן מגישות מאכלים ממקומות אחרים, כגון מסעדת ק-פה האנוי, שמגישה אוכל וייטנאמי. העיצובים חושפים לבנים מתחת לטיח, ומציגים באותו מרחב רהיטי שוק פשפשים ותאורה מאולתרת כהצהרה אסתטית.

נושאים לדיון
• עיצוב ניאו-מודרני
• עיצוב תעשייתי "הייטקיסטי", לרוב בפלסטיקה.
דוגמה סטודיו תמוז – סודהסטרס ספיריט, 2016
• עיצוב חצי-תעשייתי בחומרים טבעיים, אסתטיקה אוניברסלית.
דוגמה אסף וינברום – גופי תאורה, 2017
• ביטויים מקומיים באדריכלות הניאו-מודרנית.
דוגמה בעיצוב מעדניית "יוחנן" ברמת השרון
• עיצוב פוסט-מודרני עכשווי
• עיצוב מוצר על גבול האמנות.
דוגמה עזרי טרזי – שולחן בגדד, 2003
• ביטויים של הקראפט החדש.
דוגמה מאור אהרון – כיסאות, Matter of Motion, 2015

• שיקוף המסורת בעיצוב המקומי.
דוגמה רמי טריף – תבניות עץ לעוגיות מעמול, 2016
• אותנטיות מקומית מחוספסת בעיצוב פנים.
דוגמה סגולן גטי – ק-פה האנוי, 2017
• חזרה לעיצוב אוריינטליסטי ולהיסטוריה של העיצוב המקומי.
דוגמה סטודיו Re-Levant – כרזה לתערוכת הבוגרים של בצלאל, 2017
• שילוב בין המסורת הערבית לעברית.
דוגמה לירון לביא טורקניץ' – פונט ערבית, 2012